

كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية
قسم: العلوم الاجتماعية
مذكرة بعنوان:

استخدامات الفايسبوك في الجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الآلي

" دراسة ميدانية على عينة من جمعيات خيرية بولاية الوادي "

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الأستاذ:

* د. بوراس فيصل

إعداد الطالبين:

* أحمد ضيات

* سالم سويحي

لجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الصفة
نبار ربيعة	دكتورة / بروفيسير	رئيسا
فيصل بوراس	دكتور	مشرفا و مقررا
سليم دحه	دكتور	مناقشا

السنة الجامعية: 2023 / 2024

كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية
قسم: العلوم الاجتماعية

مذكرة بعنوان:

استخدامات الفايسبوك في الجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الآلي

" دراسة ميدانية على عينة من جمعيات خيرية بولاية الوادي "

مذكرة مكملّة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علم الاجتماع
تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الأستاذ:

* د. بوراس فيصل

إعداد الطالبين:

* أحمد ضيات

* سالم سويحي

لجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الصفة
نبار ربيعة		رئيسا
		مشرفا و مقرر
		مناقشا

السنة الجامعية: 2024 / 2023

الإهداء

الحمد لله الذي يسر عملنا هذا، والصلاة والسلام على نبينا محمد
معلم البشرية الخير وعلى اهله الطيبين الطاهرين
يطيب لي اهداء جميل عملي إلى من احببتهم من سويداء قلبي الى
الراجلين الى جنات النعيم بمشيئة الله والذي
ومن لهم فضل عليا إلى يوم الدين
وإلى رفيقة الدرب ومضيئة الطريق زوجتي العزيزة
ولكل أبنائي وبناتي وإخوتي وأخواتي الكرام متمنيا لهم التوفيق
والسداد في كل حياتهم وأملى أن أراهم خيرا للبلاد والعباد بتوفيق من
الله وعونه ان ربي سميع مجيب.

أهدى
إلى من أحببتهم
من سويداء قلبي

الإهداء

هذا العمل المتواضع إلى كل من الوالدين الكريمين

والى أفراد عائلتي من الزوجة الكريمة

والى وسام ،تقي الدين ،أنس وإلى أصدقائي

في الحياة اليومية وخاصة الذين درسوا معي طيلة المشوار الجامعي

والى مدة خمسة سنوات والى أساتذتي الذين أشرفوا على تدريسي ولم يخلوا

علينا بالمعلومة

والى كل من نسيه قلبي وتذكره قلبي.

سماوي

تشكرات

نشكر الله العلي القدير على النعم التي نعلمها والتي لا نعلمها على مراسها نعمة العلم وعلى ان يسر لنا نعمة انهاء هاته الدراسة، قال رسول الله صل الله عليه وسلم: "من صنع اليكم معروفًا فكافئوه فان لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوه حتى تروا انكم كفأتموه" . . . رواه ابو داود

بداية تتقدم بآيات الشكر والتقدير والامتنان الى الذين حملوا اقدس رسالة في الحياة الى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة الى من امنوا ان الطموح ليس له حدود الى جميع معلمينا وأساتذتنا الافاضل ونخص بالذكر من مرافقنا بالإشراف والنصح والتوجيه الاستاذ الفاضل "بومراس فيصل" تتمنى له موفور الصحة والعافية ودوام العطاء كما لا ننسى الاخ الفاضل حنكه يوسف على دعمه وتشجيعه لنا طيلة انجائنا الدراسة.

ملخص الدراسة

هدفت دراستنا الى معرفة استخدامات الفايسبوك في الجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الالي دراسة ميدانية على عينة جمعيات خيرية، وارتكزت إشكالية دراستنا حول معرفة ممارسات وامتهان الجمعيات الخيرية لوسائل التواصل الاجتماعي، وخصت استخدام موقع الفايسبوك لأنشطتها الخيرية وغرس روح التكافل والتعاون بين المجتمع الإنساني من جهة، وجمع الفاعلين الخيرين للمساهمة في العمل الجمعي التضامني من جهة أخرى.

واعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي الاستكشافي حول استخدام الجمعيات الخيرية لموقع الفايسبوك، وذلك من خلال استخدام أداة الاستبيان ووزعت على عينة متكونة من خمس جمعيات خيرية اعطيت لهم كل الحرية في الإجابة على أسئلتها.

وتحصلنا أخيرا على محصلة نتائج أبرزها ان كل الجمعيات المعنية في موضوع الدراسة تمتلك صفحة على الفايسبوك ترتبط بها مع الفاعلين والخيرين للوصول للهدف المخطط وهو خلق الفرد الواعي بالعمل الخيري التشاركي والحس التضامني الفعال مع الآخرين، الذي يظهر وجود معالم التضامن الألى المعنى في دراستنا، وكانت أزمة كورونا اكبر دليل على فاعلية ونجاح استخدام الفايسبوك من طرف الجمعيات الخيرية لخلق التوازن الاجتماعي من خلال التعاون ومد المساعدة للآخرين يومها عزل الفرد عن الاتصال حتى بأفراد أسرته وذويه ومحيطه البيئي، وما نراه اليوم من شعور عالمي إنساني مشترك تجاوز الحدود الجغرافية والدينية مساند وداعم للمجتمع الغزى ودولة فلسطين عموما ضد حرب إبادة وقتل للحياة في غزة، يعطينا إجابة واضحة وحقيقة جلية للنجاح كل الأنشطة التضامنية عبر منصة الفايسبوك وجمع الكثير من الفاعلين المندمجين في العمل الجمعي الخيري التضامني.

الكلمات المفتاحية: الاستخدامات، الجمعيات الخيرية، الفايسبوك، العمل الجمعي، التضامن الالي.

Abstract:

Our study dealt with the issue of the uses of Facebook in charitable organizations to produce automated solidarity, a field study on a sample of charitable organizations. The problem of our study was based on knowing the practices and use of social media by charitable organizations, and it singled out the use of Facebook for their charitable activities and instilling the spirit of solidarity and cooperation among human society on the one hand, and gathering philanthropic actors. To contribute to collective solidarity work.

In our study, we relied on an exploratory descriptive approach regarding the use of Facebook by charities, through the use of a questionnaire tool that was distributed to a sample consisting of five charities who were given full freedom to answer their questions.

Finally, we obtained results, the most notable of which is that all the associations concerned with the subject of the study have a page on Facebook that they link to actors and philanthropists in order to reach the planned goal, which is to create an individual aware of participatory charitable work and an effective sense of solidarity with others, which shows the presence of signs of automatic solidarity in our study, and it was a crisis. Corona is the greatest evidence of the effectiveness and success of the use of Facebook by charitable societies to create social balance through cooperation and extending assistance to others. At that time, the individual was isolated from contact even with members of his family, relatives, and

his environmental surroundings. What we see today is a common global humanitarian feeling that transcends geographical and religious borders, supportive and supportive of the Gazan community and the State of Palestine. In general, against a war of extermination and killing of life in Gaza, it gives us a clear answer and a clear truth for the success of all solidarity activities through the Facebook platform and the gathering of many actors involved in charitable and solidarity collective work.

Keywords: uses, charities, Facebook, collective work, automated solidarity.

I	الإهداء
III	تشكرات
IV	ملخص الدراسة
V	Abstract
VI	فهرس المحتويات
VIII	فهرس الجداول
XI	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول : المفاهيم الأساسية للدراسة
3	أولاً: مفهوم الفايصبوك
3	ثانياً: مفهوم التضامن الاجتماعي
4	ثالثاً: مفهوم الجمعية الخيرية
5	رابعاً: البعد الاتصالي للعمل الخيري
8	المبحث الثاني: العلاقة بين المتغيرات
10	المبحث الثالث: الأدبيات التطبيقية للدراسة
10	أولاً: الدراسات السابقة
13	ثانياً: المقاربة النظرية للدراسة
15	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني : الدراسة الميدانية	
17	تمهيد
18	المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة المستخدمة
18	أولاً: طريقة الدراسة
21	ثانياً: الأدوات المستخدمة في الدراسة
26	المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية
32	أولاً: عرض نتائج البيانات الشخصية

32	ثانيا: التحليل الإحصائي الوصفي للاستبيان
43	ثالثا: النتائج في ضوء الفرضيات
47	خلاصة الفصل الثاني
49	الخاتمة
52	قائمة المراجع
54	الملاحق

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	نتائج توزيع الاستبيان	20
02	يوضح متغيرات الدراسة	20
03	يوضح توزيع أسئلة فقرات كل محور	22
04	يوضح قيمة r لحساب الصدق البنائي	23
05	يوضح قيمة ألفا كرو نباخ	24
06	يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير الجنس	26
07	يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير العمر	27
08	يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير المستوى التعليمي	29
09	يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير امتداد نشاط الجمعية	30
10	يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير اسم الجمعية الخيرية	31
11	يوضح المحك المعتمد في الدراسة	33
12	نتائج آراء عينة الدراسة حول مدى الموافقة على المحور الأول	33
13	نتائج آراء عينة الدراسة حول مدى الموافقة على المحور الثاني	36
14	نتائج آراء عينة الدراسة حول مدى الموافقة على المحور الثالث	38
15	نتائج آراء عينة الدراسة حول مدى الموافقة على المحور الرابع	41

فهرس بالأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	دائرة نسببة توضح توزيع العينة حسب متغير الجنس	26
02	أعمدة بيانية توضح توزيع العينة حسب متغير العمر	28
03	دائرة نسببة توضح توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	29
04	دائرة نسببة توضح توزيع العينة حسب متغير امتداد نشاط الجمعية	30
05	دائرة نسببة توضح توزيع العينة حسب متغير اسم الجمعية الخيرية	3

مقامت

توطئة:

إن الحديث في موضوع التضامن الاجتماعي ومحاوله تحيينه، ودراسته في الظروف والاحقاب التاريخية المختلفة التي مرت بها المجتمعات البشرية، هو من صميم الممارسة السوسيولوجية إذ لا يمكن الحياد عنها باعتبار التضامن الاجتماعي أحد المواضيع الأساسية في علم الاجتماع ووجود المجتمع، فإذا كانت الدراسات الكلاسيكية الأولى ونقص كونه ودور كاي قد بحثت في موضوع التضامن الاجتماعي من منطلق غريزي آلي وسارت به في خط تغير المجتمعات وتطورها إلى التضامن العضوي، هاته النظرة التي انطلقت من حقيقة مجتمعات غريزية تعيش فترة مضطربة، هذا التضامن العضوي الذي يعكس وجود التعقيد في المجتمعات، وظهور التخصص وتقسيم العمل وتباين الأفراد.

إن فكرتنا لدراسة موضوع التضامن الاجتماعي وربطه بالتقدم التكنولوجي الرقمي (الحتمية المكلوهانية)، ونعني بها منصات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفايسبوك وهو تصور ينطلق من قضيتين، أولها الإقرار بتكيف التضامن الاجتماعي مع الظروف والمستجدات والتطورات التي يحققها المجتمع.

ثانيا إيماننا بارتباط التضامن الآلي بالتضامن العضوي مهما تطورت المجتمعات وتعددت على عكس الرأي الدوركايي الذي يؤمن بأن المجتمع المعقد (المركب) يختفي فيه التضامن الاجتماعي العضوي.

ويعتبر العمل الجمعي أحد أوجه ممارسة التضامن الاجتماعي في جميع المجتمعات وهو شكل من أشكال التضامن البشري والاتفاق الفكري والوعي كما يطلق عليه كل من دوركايم وكونت حيث تمارس الجمعيات الخيرية نشاطها التطوعي الخيري من خلال بعض الأنشطة والأساليب والأدوات التي تضمن لها التفاعل الاجتماعي في جميع المواقف الخيرية التطوعية وترسم لها صورة مقبولة في المجتمع، تحيي بها عملية التكافل والتضامن الاجتماعي وتساهم فيه.

إن التطورات التي تشهدها المجتمعات خاصة في الجانب التكنولوجي الرقمي كان لها انعكاسات على كافة أوجه النشاط البشري لاسيما النشاط التضامني التطوعي الذي لا يراى منه مقابل مادي حيث يتفق الجميع على أن التفاعلات الفايسبوكية قد اقتحمت كافة ميادين البيع والشراء والتسويق والعرض و الطلب و السياسة والبحث العلمي والتعارف وحتى التضامن الاجتماعي لهذه التفاعلات الرقمية التي نقلت العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي مرة، وجسدت العالم الافتراضي على الواقع مرة أخرى.

إن تطرقنا لهذه المقدمة العامة هو في الحقيقة تبسيطا لخوض غمار موضوع اجتماعي اتصالي يحاول إعادة صياغة التضامن الاجتماعي الآلي من خلال طرح عنوان المذكرة الموسومة بـ: استخدامات الفاسبوك في العمل الجماعي لإنتاج التضامن الآلي من وجهة نظر الفاعلية في الجمعيات الخيرية.

وهذا الموضوع الذي يحاول صاحبيه إعادة صياغة التضامن الآلي من خلال استخدام الجمعيات الخيرية لمنصة الفاسبوك الاجتماعية.

02- الإشكالية :

من خلال ما تقدم تم صياغة الإشكالية التي يتوجب بحثها في هذه المذكرة كالتالي:

كيف يستخدم العمل الجماعي موقع الفاسبوك لإنتاج التضامن الآلي؟

ولمعالجة هذه الإشكالية والعمل على الإحاطة بالجوانب التي تشكل محور هذه الدراسة يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ ماهي درجة اعتماد الجمعية الخيرية على منصة الفاسبوك لإعادة إنتاج تضامن اجتماعي آلي من وجهة نظر الفاعلين؟
- ✓ ما طبيعة الرسالة الاتصالية الفايسبوكية التي تقدمها الجمعية في إعادة إنتاج التضامن الآلي؟
- ✓ ماهي الإستimalات الإقناعية المستخدمة من طرف الجمعية الخيرية لإعادة إنتاج التضامن الاجتماعي الآلي ؟
- ✓ ما مدى نجاح التفاعلات الفايسبوكية الجموعية في إعادة إنتاج التضامن الآلي من وجهة نظر الفاعلين؟

03- الفرضيات :

- للإجابة على الإشكالية الرئيسية وتساؤلات الفرعية السابقة الذكر وضعنا الفرضيات الآتية:
- ✓ تعتمد الجمعية الخيرية على الفاسبوك لإنتاج تضامن اجتماعي آلي بدرجة عالية .
 - ✓ تستخدم الجمعيات الخيرية المنشورات على صفحتها في الفاسبوك لإنتاج التضامن الآلي .
 - ✓ توجد العديد من الإستimalات الإقناعية المستخدمة من طرف الجمعية لإنتاج تضامن اجتماعي آلي.
 - ✓ التفاعلات الفايسبوكية الجموعية ناجحة لإنتاج تضامن اجتماعي الي

04- مبررات اختيار الموضوع :

من البديهي أن لكل باحث دوافعه في دراسته وطرح المواضيع خاصة في مجال العلوم الاجتماعية والانسانية ومن هذه الأسباب ما هو ذاتي (شخصي) وما هو موضوعي، حيث يمكننا حصرها فيما يلي:

الأسباب الذاتية:

الميل الشخصي لدراسة هذا الموضوع نظرا للانتشار السريع والرهيب والواسع لاستخدام منصات التواصل الاجتماعي محاولة اثبات دور التكنولوجيا المتمثل في موقع الفاسبوك في إعادة انتاج التضامن الالي خاصة بعد ازمة كورونا العالمية، وحرب غزة الأخير وما ولدته من تضامن اجتماعي واسع النطاق تحدى الحدود والانتماءات البشرية، وتعتبر هذه الدراسة مكملية للحصول على شهادة الماستر أكاديمي تخصص علم اجتماع الاتصال.

الأسباب الموضوعية:

-الإسهام في إثراء المكتبة الجامعية بمثل هذه المواضيع التي تعني بالتضامن الاجتماعي الآلي.

-محاولة الربط بين علم الاجتماع وعلوم الاعلام والاتصال في حلة علمية منطقية .

-محاولة إعادة الاعتبار للتضامن الاجتماعي لاسيما التضامن الآلي في عصر تغلبت عليه الماديات.

05- أهمية الدراسة :

إن أهمية البحث أو الدراسة ماهي إلا إدراج الموضوع في ميزان البحث العلمي وإصدار قرار البحث فيه أو تركه وهنا نقصد الإجابة على السؤال التالي: هل يحتاج هذا الموضوع منا جهد ووقت للبحث فيه ،وأهمية هذا الموضوع تكمن أولا في ارتباط الواقع الاجتماعي بمواقع التواصل الاجتماعي التي أحدثت نقلة نوعية وإنتاج ما يعرف بالمجتمعات الافتراضية والرأي الجمعي الافتراضي، وكما يرتبط موضوع دراستنا كذلك بأهمية المجتمع المدني عامة، والجمعيات الخيرية على وجه الخصوص لما تلعبه هذه الأخيرة من دور في التنمية المستدامة تسعى من وراءه للتكامل والوصول الى الاستقرار الاجتماعي ومن ناحية أخرى يعتبر العمل الخيري أحد الأوجه التي تعنى بأهمية بالغة من طرف المجتمعات والأنظمة ،حيث بات التوجه نحوه ضرورة اجتماعية فرضتها الظروف من خلال تحقيق وإحداث التكامل في الأهداف المادية والخيرية لتحقيق الأمن والاستقرار داخل المجتمع.

06-أهداف الدراسة:

تحدد أهداف الدراسة الراهنة في:

- 1-محاولة الوقوف على مدى اعتماد الجمعيات الخيرية على منصة الفاسبوك في انتاج التضامن الآلي داخل المجتمع.
- 2-محاولة الوصول والإجابة عن السؤال الثاني للإشكالية الفرعية الذي يبحث في الاستمالة الإقناعية المعتمدة من طرف الجمعية الخيرية في إعادة انتاج التضامن الاجتماعي الآلي.
- 3- الوقوف على أنواع المنشورات الفايسبوكية المستخدمة من طرف الجمعيات الخيرية في إنتاج التضامن الآلي في المجتمع.
- 4-محاولة تقييم منصة الفاسبوك كموقع تواصل اجتماعي لإعادة انتاج التضامن الآلي بين أفراد المجتمع من خلال مختلف المنشورات الفاسبوكية والتفاعلات.

07- المنهج المتبع والأدوات المستخدمة في الدراسة:

1-نوع الدراسة:

تتنمي الدراسة الراهنة إلى الدراسات الوصفية الاستكشافية التي تهدف إلى وصف وتحليل الواقع في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في مجال الخدمة الاجتماعية، والعمل التطوعي وانتاج التضامن الآلي.

2-المنهج المستخدم: يعتبر المنهج العلمي المستخدم أحد العناصر الأساسية والواضحة التي تحكم على مدى علمية الدراسة ونتائجها المتوصل إليها والمنهج العلمي هو الطريق الواضح والمضي الذي يسلكه الباحث للوصول إلى معرفة علمية و أكيدة (الزيباري، 2011، صفحة 23).

ولما كان للمنهج أهميته في الدراسات العلمية والتي تحدد نوع الدراسة ومدى حنكة الباحث فإن دراستنا هذه اتبعت المنهج الوصفي وهو أحد المناهج العلمية الذي يحلل ويصف الظاهرة كما هي موجودة في الواقع من خلال الكم والكيف (الزيباري، 2011، صفحة 23) .

3-أدوات الدراسة:

اعتمدنا في جمع بيانات دراستنا على أداة رئيسية هي:

أ-استمارة قياس مطبقة على الفاعلين بالجمعيات الخيرية محل الدراسة حيث تضمنت الاستمارة:

مجموعة من البيانات الشخصية المتمثلة في: الجنس، العمر، اسم الجمعية، الصفة.

و28 بند يتوزعون على أربعة محاور يرتبط المحور الأول بدرجة اعتماد الجمعيات محل البحث على منصات التواصل الاجتماعي (فايسبوك) في انتاج التضامن الآلي معبرا عنه ب 08 بنود.

ويضم المحور الثاني 06 أسئلة تجيب عن الفرضية الثانية المتعلقة بطبيعة المنشور الفايسبوكي المستخدم من طرف الجمعيات الخيرية في انتاج التضامن الآلي.

بينما خصص المحور الثالث للإجابة عن الفرضية الثالثة التي تبحث في طبيعة الاستمالة الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الآلي من خلال 07 أسئلة.

أما المحور الأخير فيحوي 07 بنود تجيب عن مدى فاعلية استخدام منصة الفايسبوك في إنتاج التضامن الآلي في المجتمع.

08- مجالات الدراسة :

المجال المكاني :التضامن الاجتماعي أحد الأنشطة الاجتماعية المتأصلة في المجتمعات لاسيما المجتمع الجزائري و المجتمع السوفي بالضببط، من خلال بعض الممارسات التي عرفتها المنطقة (العوانة في بعض الأنشطة الزراعية وكذا المرتبطة بتربية الماشية والبناء، وكذلك القرعة في توزيع اللحم والعشور عند جنى محصول التمر وغيرها) لذلك كان الإطار المكاني لهذه الدراسة محدودا في مدينة الوادي .

نظرا لصعوبة وتعذر الحصول على معلومات موثقة ودقيقة فيما يتعلق بالجمعيات الخيرية التي تمتلك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، والواقعة في النطاق الجغرافي لمدينة الوادي ، ففي ضوء طبيعة البحث وأهدافه واتساع الرقعة الجغرافية كل هذه العوامل وجهت الباحثان لاختيار عينة قصدية من الجمعيات الخيرية، التي لديها حسابا على شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) من أجل إجراء الدراسة الميدانية وقد تشكلت من خمسة (05) جمعيات مختلفة النشاط تم مقابلة العاملين فيها للحصول على الاستجابات لكل بنود الاستمارة التي وزعت على المبحوثين.

ب-المجال البشري: تم تطبيق الدراسة الراهنة على الفاعلين بالجمعيات الخيرية الناشطة في الإطار المكاني للدراسة و نعني به مدينة الوادي بغض النظر عن طبيعة نشاطها أو نوع الفاعلين فيها.

ج-المجال الزمني: الحقيقة أن المجال الزمني للدراسة بدأ منذ إعلان الإدارة قبول مواضيع التخرج إلى غاية موافقة الأستاذ المؤطر على الطبع و التسليم إلى المصالح الإدارية إلا أن هذه الفترة انقسمت إلى جزأين أين كانت الفترة الأولى مخصصة للجانب النظري من خلال الاطلاع وجمع المراجع وكل ما يخدم البحث بينما أجريت الدراسة الميدانية في

الفترة الممتدة من: 01 مارس إلى 19 مارس 2024 حيث وزعت الاستمارة وتم استرجاعها وتفرغها ومعالجتها احصائيا وفق البرنامج الإحصائي (SPSS) المعتمد في العلوم الاجتماعية.

- صعوبات الدراسة:

يواجه الباحث في أي بحث مهما كانت طبيعته واختصاصه مجموعة من الصعوبات والعراقيل التي قد تؤثر في النتيجة أو مدة البحث وإرهاق الباحث، ومن جملة هذه العراقيل يراها الباحثان صعوبة في الحصر الشامل للجمعيات الخيرية الكائنة في مدينة الوادي، كذلك ربما نقص المراجع التي تركز على التضامن الآلي بصفة خاصة، صعوبة الاتصال ببعض القائمين على الجمعيات الخيرية نظرا لارتباطهم بأنشطة أخرى رسمية واضطراب أوقات الدوام في الجمعيات.

10- هيكل الدراسة:

إن معالجة هذا الموضوع تقتضي من الباحثان تقسم الجهد الى فصلين، يعرض الفصل الأول موضوع الدراسة ومفاهيمها والدراسات السابقة التي تقترب من الموضوع، وتمثل نقطة انطلاق البحث، اما الفصل الثاني فقد تناول الإطار المنهجي للدراسة والدراسة الميدانية، من خلال عرض النتائج في الجدول الإحصائية والتعليق عليها وتحليل و تفسير بياناتها، ثم في الأخير الإجابة عن صدق او خطأ فرضيات البحث.

الفصل الأول

الإطار النظري والتطبيقي

تمهيد:

في السنوات الأخيرة، شهد العالم تفاعلاً اجتماعياً ملحوظاً في الفضاء الافتراضي، حيث اقتربت المسافات بين الناس وتلاشت الحدود الثقافية، وتنوعت مواقع التواصل الاجتماعي لتصبح لها مكانة خاصة في مشهد الاتصالات العالمي، وأضحت المنصات الرقمية شاشات عرض وصحافة دون صحفي لأحداث الساعة، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية أو حتى طبيعية، محركاً رئيسياً في تعريف هذه المنصات الرقمية. هذا يعني ان هذه المنصات لعبت دوراً مهماً في نقل الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو حول هذه الأحداث، مما ساعد في انتشارها وشهرتها، ومن بين هذه المنصات، يأتي في مقدمتها فيسبوك كواحدة من أكبر المواقع على الإنترنت في الوقت الحالي.

إن استخدام منصات الفايسبوك لم يقتصر على التسويق والتجارة والإعلان والترفيه والنقل والإرسال كما لم يحتكر من طرف مؤسسة معينة، بل إن الاستفادة منه كانت شبه عامة، للفرد كما للمؤسسة. إن الجمعيات الخيرية أحد مؤسسات المجتمع المدني التي استفادت من تطبيقات التكنولوجيا الحديثة حيث وجدت في مواقع التواصل الاجتماعي البديل في بناء السلوك التطوعي وتكوين وعاء جمعي يؤمن بالتعاون والتكافل والتضامن الاجتماعي، ونشر الأفكار الجديدة والتأثير في الجمهور المستهدف. ومن خلال استغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بما في ذلك مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، ويوتيوب، قامت الجمعيات الخيرية بابتكار أنشطة تطوعية وحملات توعية تهدف إلى التأثير في أفراد المجتمع. وتم توظيف هذه الوسائل الرقمية لرفع مستوى المشاركة في الأنشطة التطوعية، مما سهل نقلها من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي.

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية للدراسة

أولاً: مفهوم الفيسبوك

إن مصطلح الفيسبوك من المصطلحات الدخيلة على اللغة العربية، إذ لم يوجد إلا بوجود التقنية والاستخدام لذلك تتناول جل الكتب والدراسات التعريفات الاصطلاحية.

✓ اصطلاحاً:

هو عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة فايسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها (مروى عصام صلاح، 2015، ص 250).

هو شبكة اجتماعية ظهرت في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية، من طرف الطالب مارك زوكربيرج، حيث عرفت تجاوبا وتفاعلا كبيرا خصوصا من فئة الشباب في جميع أنحاء العالم، وهذا الموقع يسمح بتصفحه وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو فيما بينهم، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من معلومات ، أفكار، مواضيع وغيرها (إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، 2016، ص 26، 27).

✓ التعريف الإجرائي:

إن وضع الباحث لمتغيرات الدراسة في حدود معينة - التعريف الإجرائي - يجعل المهتمين بالمشكلة يفهمون المتغير بالطريقة التي يقصدها الباحث، لأن الباحثين بصفة عامة قد يختلفون أو يتفقون حول معاني ومضامين بعض المتغيرات، وتجنباً لأي إلتباس أو غموض قد يعيق فهم دراستنا والنتائج المتوصل إليها، فإنه من الضروري تقديم تعريفات إجرائية للمتغيرات الأساسية تبعاً للسياق الذي استخدمت فيه، وهي كما يلي:

الفيسبوك : منصة رقمية تتفاعل من خلالها الأفراد و المؤسسات عن طريق النشر الالكتروني الذي يتيح أكثر من طريقة للعرض و بوسائل مختلفة و هو أحد التقنيات الالكترونية التي تعتمد عليها الأفراد و المؤسسات للوصول إلى أهدافها و تنفيذ برامجها.

ثانياً: مفهوم التضامن الاجتماعي:

يعد التضامن الاجتماعي مظهراً من مظاهر التفاعل الاجتماعي، ونمط من أنماط السلوك، وهو ظاهرة اجتماعية تعكس التأثير المتبادل للأفراد في أداء عمل معين، وعليه يشرح "التضامن في حقل الألفة الاجتماعية" ويعتبر اميل دوركايم "E. Durkheim" التضامن أساس المجتمع، فلن يوجد مجتمع من دون أن تتماسك أجزائه وتلتحم، ولا تقوم للوجود الاجتماعي قائمة دون أن يسبقه أي شكل من أشكال التضامن بين الأفراد، "فالأفراد ينظمون

نشاطهم وسلوكهم وقيامهم بأدوارهم طبقا لقواعد مرسومة حسب قيم معينة متعارف عنها، فهم يستطيعون التواصل أو توقع أحداث بشكل يمكنهم من العيش في نظام واتساق مع سلوك وتوقعات الآخرين، هذا المعنى يتضمن وجود نوع من التماسك إلى الحد الذي يمكن معه تجنب التناقض أو الصراع (سوالمة نورية، 2019، ص206).

إن التضامن عبارة عن علاقة تفاعلية تبادلية بين أفراد المجموعة الواحدة، يكون هدفها تحقيق المنفعة والمصلحة للجميع، وتقوم هذه العلاقة على الجهد المشترك على المستويين المادي والمعنوي وتقسيم للأدوار، حتى يتحقق النجاح المنشود، فكل من التضامن والألفة الاجتماعية "تؤكد انتماء الأفراد للجماعة، وكذلك تحدد وضعياتهم داخل الجماعة" التفاعلية لا بد وأن تركز على التضامن والتعاون ضمن علاقة تكاملية، بحيث يؤدي هؤلاء الأفراد أدوارهم بأقل قدر من التوتر والنزاع، حتى يتحقق تكيف الفرد مع مجتمعه عندما يشترك اشتراكا إيجابيا في أوجه نشاط هذا المجتمع (سوالمة نورية، الطاهر غراز، 2019، ص 206).

ثالثا: مفهوم الجمعية الخيرية

✓ اصطلاحا :

تعرف الجمعيات على أنها تجمع لجهود مجتمعية، تجمع متطوعين مؤمنين بمجتمعاتهم وبالقضايا الإنسانية وبمسؤولياتهم المجتمعية عكفوا على دراسة احتياجات المجتمع ووجهوا جهودهم وأمواهم للعمل الخيري (وجدي مُجد بركات، 2005، ص 14).

وتعرف على أنها " نمط من المشاركة الاجتماعية والسياسية والثقافية، وأنها هيكل من هياكل الإدماج السياسي والاجتماعي، كما أنها تدريب فردي وجماعي على الاستفادة من المعارف ووضعها موضع التطبيق تحقيقا للنفع العام" (بالعي سعيده، 2017، ص12).

✓ التعريف الإجرائي:

هي نسق ذو طابع اجتماعي منظم يدخل ضمن مؤسسات المجتمع المدني يهدف إلى تحقيق الخير للإنسانية من خلال مجموعة من الأنشطة التي ينظمها الفاعلين و الناشطين في الجمعية.

هي مجموعة من الأفراد تتفاعل بشكل مخطط و منظم من أجل تحقيق أهداف اجتماعية تطوعية خيرية لا يراد من خلالها مقابل مالي، حيث تساهم من خلالها في التنمية، و إحداث التغيير الاجتماعي .

رابعاً: البعد الاتصالي للعمل الجماعي

1- تعريف الجمعية الخيرية الافتراضية

تعرف الجمعية الخيرية بأنها " مجموعة التنظيمات التطوعية الحرة التي تملأ المجال العام بين الأسرة و الدولة لتحقيق مصالح أفرادها، ملتزمة في ذلك بقيم ومعايير الاحترام والتراضي والتسامح والإرادة السلمية للتنوع والاختلاف " (سعد الدين إبراهيم، 1997، ص16).

"بينما يشير مصطلح الجمعية الخيرية الافتراضية إلى كل أنواع الأنشطة التطوعية التي تنظمها الجماعة على صفحات الإنترنت حول مصالح وقيم وأهداف مشتركة، وتشمل هذه الأنشطة المتنوعة الغاية التي ينخرط فيها أفراد الجمعية الخيرية الافتراضية في تقديم الخدمات، أو دعم التعليم المستقل، أو التأثير على السياسات العامة، ومناقشة مختلف مخرجات سياسة الحكومة، والعمل على إدارة الرأي العام وتعبئة الجماهير وممارسة الضغوط " (عبد القادر شريف درقاوي، 2015، ص91).

الانترنت أتاحت المجال للمستخدمين للتعبير عن آرائهم وتشكيل مجتمعات مدنية تفاعلية تمتاز بالمرونة وتسهيل النقاش المدني والمشاركة السياسية والاجتماعية ... الخ. لذلك تسعى الجمعيات الخيرية الافتراضية إلى تحقيق حضورها في الفضاء الاتصالي المعولم باعتباره فضاء مشبكاً تشكل في سياق العولمة.

"ويشهد العالم ثورة فعلية تضطلع فيها الجمعيات بدور محوري واستراتيجي ساهمت بشكل مباشر وغير مباشر في نشأة أبعاد جديدة لمفهوم العمل الجمعياتي والمؤسسي ومفهوم الممارسة السياسية والاجتماعية والثقافية، وأنتجت جملة الرهانات والتحديات ذات خصوصيات ناشئة لم تكن مألوفة في الماضي " (جواهر الجموسي، 2016، ص56).

2- دور الرقمنة في تطوير العمل الجماعي:

"مع بداية القرن العشرين وبفضل ظهور الشبكة العنكبوتية، وما أفرزته هذه الأخيرة من وسائل وإمكانيات وتقنيات متطورة وتكنولوجية غيرت من ملامح الجمعيات، وبدأت الحياة الاجتماعية تتغير إلى الأفضل، وأتاحت مساحة لروادها بالتفاعل وتكوين الأفكار، والانتماءات القيمية والسياسية والأيدولوجية والدينية، ما أدى إلى ظهور جمعيات خيرية جديدة من تأسيس مستخدمي الويب والسوشيال ميديا على وجه الخصوص ينشط في البيئة الافتراضية موازياً للجمعيات الخيرية في الواقع، لكنها تتميز عنها أنها أكثر حرية من الجمعيات الخيرية الواقعية أو الفعلية الذي تحكمه مجموعة من الضوابط والقواعد التي تقيدده خاصة على مستوى السلطة " (Dahlgren, p 159، 2000).

وتعد الجمعيات في العصر الرقمي نتاجا لتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتقوم بالتواصل مع المستفيدين من خدماتها عبر شبكات الانترنت دون أن تكون محدودة بمواقع تقليدية أو مادية، وتعتمد على التكنولوجيا الحديثة في تسويق خدماتها، فأهمية التحول الرقمي للجمعيات الخيرية تتحدد في النقاط التالية:

- 1- زيادة الانتاجية والأداء التنظيمي، حيث أن اكتساب العاملين المهارات والمعارف اللازمة لأداء وظائفهم يساعدهم في تنفيذ المهام الموكلة إليهم بكفاءة وتقليل الوقت الضائع.
- 2- يساهم في خلق الاتجاهات الايجابية لدى العاملين نحو العمل والجمعية.
- 3- يؤدي إلى توضيح السياسات العامة للجمعية، وبذلك يرتفع أداء العاملين عن طريق معرفتهم بما تريد الجمعية منهم من أهداف.

- 4 - يؤدي إلى ترشيد القرارات الإدارية وتطوير أساليب وأسس ومهارات القيادة الإدارية.
- 5- يساهم في بناء قاعدة للاتصالات والاستشارات الداخلية، "وذلك يؤدي إلى تطوير أساليب التفاعل بين الأفراد العاملين وبينهم وبين الإدارة " (أحمد مجدي منصور راشد مُحمَّد حُسنَى مُحمَّد الجمل، 2022، ص188).

ساعدت المجتمعات الافتراضية الناشطين في الجمعيات الخيرية من تأسيس مجتمعا افتراضيا موازيا للمجتمع الواقعي التقليدي، سهلت عليهم عملية التخاطب دون عناء أو قيود نظامية، والسرعة في الاتصال والاستجابة والتفاعل، كما أن البيئة الرقمية وخاصة السوشيال ميديا مكنت المستخدمين من الإنخراط الواسع، وبشكل غير متجانس دون أية قيود أو رقابة رسمية وضغوط أمنية وحتى بعيدا عن الشبكات التقليدية العائلية والجهوية والأيدولوجية المختلفة، وبرز دور الجمعيات الخيرية، أين أصبحت الجمعيات الخيرية في البيئة الرقمية تلعب دورا لا يقل أهمية وأحيانا يتجاوز دور الجمعيات في الواقع الفعلي لتحقيق السلم الاجتماعي، وريادة الأعمال لصالح إحداث التغيير في المجتمع كما حدث في الجزائر مؤخرا، وحملات الدعم الانساني التي أطلقتها مختلف الجمعيات الخيرية الافتراضية المساندة للمتضررين من الحرائق، وإدارة هذه الأزمة التي عرفتها الجزائر عبر الفضاءات الرقمية الافتراضية.

3- انعكاسات منصة الفايسبوك على سيورة العمل الجمعوي الخيري:

توفر شبكات التواصل الاجتماعي إمكانية الوصول إلى المعلومات والتواصل مع مختلف الفاعلين في أي بلد وقد استخدمت الجمعيات الخيرية هذه التكنولوجيا لتحسين أنشطته، وتقوية مشاركتها في البناء المجتمعي، وتلبية الاحتياجات الاجتماعية التي تهم المجتمعات، ومن وجهة نظر "دافيد فارس" ساهمت شبكات التواصل الاجتماعية في التغلب على الرقابة المفروضة على وسائل الإعلام في الأنظمة الديكتاتورية، مما يسمح بتدفق سلس للمعلومات بين

أعضاء الجمعيات الخيرية، وهو أمر ضروري للعمل الجماعي، وقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق التغيير في مجموعة من البلدان بعد استخدامها من طرف الجمعيات الخيرية، ويندرج في هذا الإطار نموذج لإحدى المنظمات غير الحكومية التي اعتمدت على هذه التكنولوجيات كأداة ضغط ويتعلق الأمر "بأفاز" التي طورت شبكة تضم اليوم أكثر من (21) مليون عضو في جميع أنحاء العالم، وقد حصلت على نتائج مثيرة جداً للاهتمام، حيث إنها وبعد ضغط دولي كبير أثرت هذه المنظمة على قرار الأمم المتحدة بالاعتراف بفلسطين كدولة ملاحظة، واستخدمت الوسائل نفسها لجمع الأموال المساعدة ضحايا الزلزال في هايتي، وتناضل الآن من أجل حقوق المرأة، وتجنب انقراض الفيلة، إلى غير ذلك من القضايا التي تثير اهتمام المجتمع ويلتف حولها في إطار علاقات غير وطنية تتجاوز الحدود الإقليمية المادية لتجد لها مجالاً أوسع في العالم الافتراضي.

إن استخدام الجمعيات الخيرية لوسائل التواصل الاجتماعي يجعلها أكثر قوة كفاعل على الصعيدين الوطني والدولي، بل أكثر قوة من بعض المنظمات الدولية، وهذا يعيدنا إلى نظرية العقد الاجتماعي بين الأفراد والحكومة، وقد تحسنت الرقابة الاجتماعية على العمل الحكومي مع أشكال التواصل والتفاعل والعمل الجماعي، فالحكومات تستمد شرعيتها من الأفراد وهؤلاء يمكنهم بوسطة شبكات التواصل الاجتماعي الضغط على الحكومات لإجراء إصلاحات تلبي احتياجاتهم، حيث يمكن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من قبل المواطنين للتأثير في السياسات العمومية (فاطمة رومات، ، 2023، ص52).

إذ نلاحظ اليوم أن عمل أفراد الجمعيات الخيرية يتجه وبشكل كبير نحو تشبيك تنظيمات الجمعيات الخيرية وتقريبها من الحياة المجتمعية الواقعية، وخلق مواطنة افتراضية نشطة وفعالة، يتمتع نشاطها بالاستقلالية وعدم الخضوع لإكراهات وضغط السلطة، وتحقيق الأهداف عن طريق نقاشات في المجتمعات الافتراضية حسب المصالح المشتركة.

4- أهمية الفاييسوك في نقل النشاط الجماعي من الافتراضي إلى الواقع:

يعد الاتصال الجماعي أو اتصالات الجمعيات أو Des Communication La Associations شكل من أشكال الاتصال التنظيمي إذ يرى الباحث "Dacheux Eric ريك داشو" بأن فهم إتصال الجمعيات أو الاتصال الجماعي، يتطلب فهم كل من الاتصال والجمعية، حيث نلخص عبارة الجمعية في الجمعيات الخيرية ذات الهدف العام البعيد عن الربح، إذ تساهم في الحياة العامة للأفراد، والتي تخلق من طرف مواطنين للدفاع عن قضايا عامة وتطويرها سواء اجتماعية أو ثقافية أو سياسية... الخ (فتيحة أوهابية، 2006، ص24).

- وبهذا الشكل الاتصالي الموظف في الجمعيات الخيرية سواء الواقعية أو الافتراضية له عدة أهداف نذكر منها:
- التعبئة على تحفيز مختلف الموارد البشرية للجمعية، وقصد توظيفها والاحتفاظ بها، تقوم بتأسيس أشكال للمشاركة تتناسب مع كل جمهور، ونجد هذا الهدف واضحا في الجمعيات الخيرية الافتراضية والذي يكون هادفا للتعبئة المستخدمين والمتابعين نحو مختلف قضايا الرأي العام عن طريق عمليات تواصلية تفاعلية لدعم الحدث المطروح والعمل على تعبئة الجماهير أو تفعيل المواطنة الرقمية.
 - الإعلام من خلال نقل مختلف المعلومات والقرارات ومناقشتها مع الجماهير المستهدفة عبر مختلف الأوعية الاتصالية التقليدية والالكترونية.
 - تطوير الجمعية وهذا من خلال التعريف بنفسها للجمهور، والتعريف ببرامجها وأهدافها ومبادئها ومنهجية عملها معتمدة بالدرجة الأولى خاصة في عصرنا الحالي على الفضاءات الرقمية (فتيحة أوهاية، 2006، ص25).
 - الاتصال يمكن من زيادة معدلات المشاركات والانخراط من طرف أفراد المجتمع وزيادة فعاليات المنظمة في المشاركة في الحياة العامة، فهو يشكل أداة لتحقيق الديمقراطية والمشاركة.
 - تحسين الصورة النمطية المؤسسات المجتمع المدى لدى الرأي العام.
 - ومما سبق نجد أن الجمعيات الخيرية الافتراضية تستخدم مجموعة من الوسائل الاتصالية لتحقيق التواصل الجماعي، وتدعيم شبكاتهم الاتصالية عبر علاقات جيدة مع الجماهير، فهذه الفضاءات الافتراضية تسمح باشتراك مختلف شرائح المجتمع في برامج الجمعية لتكوين وعي جماعي وتحقيق المشاركة الاجتماعية الرقمية.

المبحث الثاني: العلاقة بين المتغيرات

تستخدم الجمعيات الخيرية بشكل متزايد منصة فيسبوك لإنشاء التضامن الاجتماعي الآلي، ويشير هذا إلى استخدام التكنولوجيا والتفاعلات عبر الإنترنت لخلق شعور بالانتماء والمشاركة بين الأفراد، ويمكن أن يكون لهذه الظاهرة تأثير عميق على المجتمع، لذلك من المهم فهم العلاقة بين متغيرات الدراسة.

المتغيرات الرئيسية:

استخدام الجمعيات الخيرية للفيسبوك :يشمل ذلك عدد المرات التي تنشر فيها الجمعيات الخيرية على فيسبوك، ونوع المحتوى الذي تنشره، وكيفية تفاعلها مع متابعيها.

التضامن الاجتماعي الآلي: يشمل ذلك الشعور بالانتماء والمشاركة بين الأفراد، والذي يمكن قياسه من خلال استطلاعات الرأي أو المقابلات.

المتغيرات الأخرى: قد تتضمن هذه المتغيرات الديموغرافية للمتبرعين، وموقع الجمعية الخيرية، ونوع العمل الذي تقوم به.

يمكن أن يكون لفهم العلاقة بين متغيرات الدراسة هذه تأثير عميق على عمل الجمعيات الخيرية، ويمكن للجمعيات الخيرية استخدام هذه المعرفة لتحسين استخدامها للفايسبوك، لخلق شعور أقوى بالتضامن الاجتماعي بين المتبرعين والمتابعين ويمكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة التبرعات والمشاركة في العمل الخيري.

العلاقة بين استخدام الجمعيات الخيرية للفايسبوك لإنتاج التضامن الاجتماعي الآلي معقدة ومتعددة الأوجه، وهناك حاجة إلى مزيد من البحث لفهم هذه العلاقة بشكل كامل، ومع ذلك فإن النتائج الأولية تشير إلى أن الفيسبوك يمكن أن يكون أداة قوية لبناء التضامن الاجتماعي وتعزيز العمل الخيري.

والعلاقة بين استخدام الجمعيات الخيرية للفايسبوك لإنتاج التضامن الاجتماعي الآلي معقدة ومتعددة الأوجه، فهناك حاجة إلى مزيد من البحث لفهم هذه العلاقة بشكل كامل، ومع ذلك فإن النتائج الأولية تشير إلى أن الفيسبوك يمكن أن يكون الأداة القوية لبناء التضامن الاجتماعي، وتعزيز العمل الخيري ويمكن أن تؤثر الجمعيات الخيرية على التضامن الاجتماعي الآلي من خلال فيسبوك بعدة طرق، منها:

- نشر الوعي بقضايا العمل الخيري: يمكن للجمعيات الخيرية استخدام فيسبوك لنشر معلومات حول قضاياها وجذب انتباه الجمهور.
- بناء مجتمعات افتراضية: يمكن للجمعيات الخيرية إنشاء مجموعات فيسبوك حيث يمكن للمتبرعين والمتابعين التواصل مع بعضهم البعض ومشاركة تجاربهم.
- تشجيع التفاعل: يمكن للجمعيات الخيرية استخدام فيسبوك لحث المتابعين على التبرع أو التطوع أو المشاركة في حملات التوعية.
- تقديم الدعم: يمكن للجمعيات الخيرية استخدام فيسبوك لتقديم الدعم للمتبرعين والمتابعين الذين يواجهون صعوبات.

نوع المحتوى: قد يكون للمحتوى الذي تنشره الجمعيات الخيرية على فيسبوك تأثير مختلف على التضامن الاجتماعي الآلي و على سبيل المثال، قد يكون المحتوى العاطفي أو الملهم أكثر فعالية من المحتوى الإحصائي.

التفاعل: قد يكون مستوى تفاعل المتابعين مع محتوى الجمعيات الخيرية على فيسبوك عاملاً هاماً في تحديد تأثيره على

التضامن الاجتماعي الآلي.

خصائص المتبرعين: قد تختلف استجابة المتبرعين لاستخدام الجمعيات الخيرية لفيسبوك اعتمادًا على خصائصهم الديموغرافية واهتماماتهم.

المبحث الثالث: الأدبيات التطبيقية

أولا: الدراسات السابقة

تعد الدراسات السابقة خطوة أساسية ذلك أن البحث العلمي يعتمد على التراكم المعرفي فهي إحدى الركائز العلمية التي يستند إليها الباحث في التحليل و التفسير وتعتبر نقطة انطلاقته، بالإضافة الى أوجه الاستفادة منها في اختيار المنهج المتبع والاختيار السليم لبحثه كما تجنبه التكرار والأخطاء (سعد سلما المشهداني، 2019، ص 109). كما تساعد الباحث على توضيح المفاهيم الأساسية والإلمام بطبيعة موضوعه محل البحث كما توجهه في تنظيم بحثه شرط أن تكون وثيقة الصلة ببحثه (مهدي مُجَد، 2014، ص 14).

وقد قمنا بترتيب الدراسات السابقة المشابهة لموضوعنا حسب التسلسل الزمني من الأقدم إلى الأحدث.

1- الدراسة الأولى:

دراسة حمادية خولة، قاسم مريم :

وهي بعنوان " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي، دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ناس الخير ورقلة"، وهي مذكرة ماستر تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، بجامعة قاصدي مرباح بورقلة، حيث تناولت في اشكالياتها ما مدي خدمة الفيس بوك للعمل التطوعي لجمعية ناس الخير ورقلة؟ .

وهذه الدراسة حللت وناقشت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل خدمة الجمعيات الخيرية، واعتمدت في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، وأما الجانب الميداني فاعتمدت على منهج تحليل المضمون وكانت ادوات البحث في هاته الدراسة، هي الملاحظة والاستبيان كأداة رسمية، واستعملت المقابلة وتحليل المضمون كذلك، و تمثل مجتمع البحث في الاعمال التطوعية المنشورة على الفيسبوك في حساب جمعية ناس الخير بورقلة، البداية من تاريخ أفريل 2014 إلى غاية أفريل 2015، وتعداد مجتمع البحث 220 منشور، اختير بامثال العينة العشوائية المنتظمة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي الاعتماد على الخصائص التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي، كالنص والصورة من أجل الوصول إلى الأهداف الموجودة من المنشور، وارتفاع مستوى استخدام

المبحوثين لشبكة التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت، بالإضافة إلى أن المبحوثين يسجلون إعجاب بالمنشورات على شبكة التواصل الاجتماعي ويعلقون عليها ويقومون بنشرها إلى معارفهم للاستفادة منها.

***التعليق على الدراسة:** ركزت الدراسة على إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل خدمة الجمعيات الخيرية، وهي تتشابه مع دراستنا من حيث جوهر الموضوع وهو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي، مع إسقاط الموضوع على جمعية خيرية لها نفس التوجه مع مجموعة من الجمعيات محل الدراسة، بينما تختلف مع دراستنا من حيث المنهج المعتمد وأدوات جمع البيانات، كما استفدنا من هذه الدراسة من خلال معرفة دور استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها موقع الفيسبوك في العمل التطوعي، بالإضافة إلى معلومات من الإطار النظري الخاص بدراستنا.

2- الدراسة الثانية:

دراسة بوغرة مفتاح، عمورة بن أحمد :

بعنوان " استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك، في دعم العمل التطوعي، دراسة ميدانية مع متطوعين لجمعية الخير والإحسان بورقلة، وهي مذكرة ماستر في تخصص تكنولوجيا الاتصال الحديثة بجامعة ورقلة، وقد تناولت في إشكالياتها مدى مساهمة الفيسبوك في دعم عمل جمعية الخير والإحسان بورقلة، وسؤالها الرئيسي كيف يساهم موقع الفيس بوك في دعم عمل جمعية الخير والإحسان بورقلة؟.

وكانت طبيعة الدراسة وصفية تحليلية، واعتمدت في معالجتها على دراسة الحالة للجمعية "جمعية الخير والإحسان" لاستخدامها لمواقع التواصل الاجتماعي " الفيسبوك "، واستعملت أداة البحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين وتضمنت 23 سؤالاً، وكانت عينة الدراسة لمجتمع البحث مختلطة بين ذكور وإناث بلغ عدد العينة 300 عضواً من المتطوعين في الجمعية، باستخدام المسح بالعينة القصدية، وقدرة عينة الدراسة ب 20% أي ما يعادل 60 مفردة اخذت من المجتمع الأصلي واعتمدت المرحلة العمرية من 23 الى 35 سنة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي أن الفيسبوك يساهم في زيادة عدد المتطوعين وتوسيع نطاق نشاط الجمعية، كما يلعب دوراً كبيراً في التعريف بالجمعية وكسب الشعبية في المجتمع، بالإضافة إلى كونه وسيلة تسهل الاتصال والتنسيق بين أعضاء الجمعية (بوغرة مفتاح، 2015).

***التعليق على الدراسة:** تمحورت هذه الدراسة على معرفة مدى مساهمة الفايسبوك في دعم عمل جمعية الخير والإحسان بورقلة، وهي تشابه مع دراستنا من حيث الوسيلة المعالجة وهي الفايسبوك وكذا موضوع الفايسبوك والعمل التطوعي في الجمعيات الخيرية، وكذا أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات. وتختلف مع دراستنا من حيث المنهج المعتمد فقد اعتمدت المنهج المسحي ودراستنا على المنهج الوصفي، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال تصميم الاستمارة، وكذا التعرف على مدى مساهمة الفايسبوك في دعم عمل الجمعية الخيرية، بالإضافة إلى معلومات خاصة بالجانب النظري من دراستنا.

3- الدراسة الثالثة:

دراسة سعيدة باعلي: والتي تحمل عنوان " دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي في الدراسة الميدانية بجمعية كافل اليتيم الخيرية" أدرار، وهي مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع تخصص علم الاجتماع التنظيم والعمل بجامعة أدرار، وقد هدفت إلى إبراز دور الجمعيات في تفعيل العمل التطوعي ممثلة في جمعية كافل اليتيم الخيرية كنموذج على المستوى المحلي، كما تهدف إلى التعرف على ما يمثله العمل التطوعي في أدهان الأفراد المتطوعين بالجمعيات الخيرية، بالإضافة إلى التعرف على أهم المعوقات التي تعيق تفعيل العمل التطوعي بالجمعيات الخيرية بولاية أدرار، وقد استخدمت في هذه الدراسة المنهج الوصفي وأداة الاستبيان.

وقد توصلت الباحثة في هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي أن جمعيات كافل اليتيم الخيرية تقدم نشاطات تطوعية مادية وصحية لفائدة الأرامل والأيتام والمعوزين قصد مساعدتهم على سد احتياجاتهم من هذه الخدمات، كما تعتمد جمعية كافل اليتيم الخيرية في تقديم خدماتها التطوعية هذه على جهود المتطوعين وذلك من خلال مشاركتهم في تسطير برامجها التطوعية هذه والعمل على تجسيدها من جمع مساعدات وتوزيعها على المستفيدين من خدمات وكذا مشاركتهم في مختلف نشاطات الجمعية التطوعية، بالإضافة إلى عمل جمعية كافل اليتيم الخيرية على نشر ثقافة العمل التطوعي والتحسيس بأهمية العمل التطوعي من خلال تسطيرها لبرامج ونشاطات تثقيفية يسهر المتطوعون على تجسيدها في شكل أنشطة ومعارض وأيام إعلامية وملتقيات (سعيدة باعلي 2017).

***التعليق على الدراسة:** تناولت هذه الدراسة معالجة موضوع دور الجمعيات في تفعيل العمل التطوعي لجمعية كافل اليتيم الخيرية بأدرار، حيث تشابه مع دراستنا من حيث المنهج المعتمد وهو المنهج الوصفي وأدوات جمع البيانات ممثلة في استمارة الاستبيان، كما تختلف عن دراستنا من حيث الموضوع المعالج، وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال

استغلال معلومات في الإطار النظري لدراستنا .

ثانيا :المقاربة النظرية للدراسة

إذا كانت المقاربة النظرية مجموعة من الأفكار و الآراء التي تفسر الظاهرة، و يتركز عليها الباحث في ادراج بصمته في البحث من خلال اعتمادها في التفسير والتحليل، فهي مرآة عاكسة لنتائج البحث، و تعتبر نظرية الاستخدامات والاشباع أحد النظريات الاتصالية التي تفسر موضوع الدراسة" استخدامات الفايسبوك في الجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الآلي -دراسة ميدانية على عينة من جمعيات خيرية بمدينة الوادي"

حيث تقدم نظرية الاستخدامات والإشباع ("Uses and Gratifications Theory") إطارا نظريا قويا لفهم سلوكيات الأفراد في استخدامهم لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بما في ذلك منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك.

تهدف هذه المذكرة إلى تحليل استخدام الجمعيات الخيرية لمنصة الفايسبوك لخلق التضامن الآلي من خلال عدسة نظرية الاستخدامات والإشباع التي تفترض ما يلي:

-الجمهور نشط: يختار الأفراد استخدام وسائل الإعلام بشكل نشط لتحقيق احتياجاتهم ودوافعهم، وهناك دوافع لكل سلوك انساني وهو ينبع من حرية الاختيار بناء على المعاني والاهداف التي يدركها الفرد ويسعى لإشباعها (عبدالله، 2006، صفحة 281).

-إستخدامات متنوعة: يستخدم الأفراد وسائل الإعلام لأسباب متعددة، وليست هناك طريقة واحدة " صحيحة " للاستخدام،"ويتم وفق لمدخل الاستخدامات بوصف الجمهور يختار من بين وسائل الاتصال ومن المضامين التي تقدمها ليلبي رغباته (وداد، 2009-2010، الصفحات 32-49).

-الاصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الاتصال: بدفع الأفراد لاستخدام وسائل الإعلام لتحقيق الإشباع أو تقليل المشاعر السلبية،"ويمكن ان تكون اسباب التعرض لوسائل الاعلام دوافع نفسية واجتماعية تبحث عن اشباع الحاجات او حل المشكلات عبر وسائل الاعلام المختلفة (هلال، نظريات الاتصال، 2012، صفحة 137).

الاستخدامات والإشباع الفردية: تختلف احتياجات الأفراد ودوافعهم، وبالتالي تختلف استخداماتهم لوسائل الإعلام.

التوقعات من وسائل الاعلام :وتعد التوقعات سبب في عملية التعرض لوسائل الاعلام وتختلف توقعات الافراد من وسائل الاعلام وفقا للظروف الفردية واختلاف الثقافات (المشاقبة، 2011، صفحة 88).

-التعرض لوسائل الاعلام: توجد علاقة ارتباط بين بحث الجمهور عن اشباع معين لحاجاته وتعرض لوسائل الاتصال عن نشاط هذا الجمهور وقدرته على اختيار المضامين التي تلبي احتياجاته (مكاوي، 2009-2012، صفحة 164).

وتطبق نظرية الاستخدامات والإشباع على استخدام الجمعيات الخيرية للفيس بوك ،يكن في فهم كيفية استخدام الجمعيات الخيرية للفيسبوك لخلق التضامن الآلي، باعتبارها إطارا نظريا مفيدا لفهم سلوكيات الجمعيات الخيرية في استخدامهم للفيس بوك لخلق التضامن الآلي.

وفي الأخير يمكن القول إن نظرية الاستخدامات والإشباع تقدم رؤى قيمة لفهم دوافع وسلوكيات الجمعيات الخيرية في استخدامهم للفيسبوك لخلق التضامن الآلي، ويمكن استخدام هذا الإطار النظري لتوجيه البحث المستقبلي وتطوير ممارسات فعالة لتعزيز استخدام فيسبوك في العمل الخيري.

خلاصة الفصل:

عرض هذا الفصل الإطار النظري للدراسة التي تضمن المفاهيم الأساسية للدراسة، حيث شملت التعريف للفيسبوك والتضامن الاجتماعي والجمعية الخيرية، التي من خلالها يتضح للقارئ تأثير المتغيرات في الدراسة البحثية، وتطرقنا لأهمية البعد الاتصالي الافتراضي الذي شكل المحور الأساس في دراستنا، إذ أن الجانب الرقمي غطى الحركة الاجتماعية للحياة الإنسانية وخلق بيئة اجتماعية فاعله، ظهرت ملامحها بقوة في أزمة كورونا والحروب التي يشهدها العالم آخرها حرب غزة وكانت الصورة واضحة من خلال طرحنا للصورة العاكسة لمنصة الفيسبوك على انتشار وقوة العمل الخيري الجماعي، وكذلك الفترة الوحيدة التي نقل من خلالها الفيسبوك العمل الخيري الجماعي من الجانب الافتراضي إلى الواقعي المعاش، الذي يخلق التفاعل الإيجابي في البناء الاجتماعي الإنساني الممتد، وعمدنا إلى توضيح العلاقة بين متغيرات الدراسة وعلاقة المتغير المستقل بالمتغير التابع، ووضعنا معالم الدراسات السابقة التي كانت عبارة عن موجه وموضح لبعض الجوانب النظرية، واستفدنا منها في استخلاص الموضوع المناسب الذي لم يكن مشتمل الأركان في الدراسات السابقة إلا وهو "التضامن الألي"، وختمنا الفصل الأول بالمقاربة النظرية للدراسة، وكانت النظرية الاتصالية الاستخدامات والإشباع هي محل وإطار نظري يتمحور عليها أصول بحثنا ومذكرتنا المكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في شعبة علم الاجتماع تخصص اتصال.

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية

تمهيد:

أن البحث العلمي عبارة عن سلسلة من المراحل والخطوات يتبعها الباحث بطريقة منظمة ومرتبطة فبعد الانتهاء من الجانب النظري لهذه الدراسة والمتمثل في الإطار النظري لاستخدامات الفايسبوك في الجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الآلي، نتعرض في هذا الفصل للخطوات والإجراءات اللازمة المتعلقة بإجراءاته الميدانية على اعتبارها حقلة ذات أهمية في هذه الدراسة .

ولقد شمل هذا الفصل على الدراسة الميدانية التي أنجزت على مستوى عينة من جمعيات خيرية بمدينة الوادي وهذه الدراسة هدفت إلى معرفة استخدامات الفايسبوك في الجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الآلي، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين وهي، الطريقة وأدوات الدراسة، ثم عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية.

المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة المستخدمة

يتناول هذا المبحث الطريقة والأدوات المتبعة لإنجاز هذه الدراسة، حيث تتضمن المنهجية التي اعتمدها في الدراسة ومجتمع الدراسة وعينتها، والأدوات المستخدمة وأساليب المعالجة الإحصائية للبيانات التي جمعت، واختبار صدق الأدوات وثباتها.

أولاً: طريقة الدراسة

1- المنهج المتبع في الدراسة

تعتمد أي دراسة على منهج يتبعه الباحث لمعالجة البيانات ويكون اختياره حسب طبيعة الموضوع والاهداف التي يسعى لتحقيقها ويعرف المنهج بأنه الوسيلة التي يمكننا عن طريقها الوصول الى الحقيقة أو مجموعة من الحقائق في أي موقف من المواقف ومحاولة اختبارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى وتعميمها. (المجيد، 2002، صفحة 23)

بالإضافة إلى أن المنهج هو: "هي طريق إجرائي مركب ومتكامل، يعتمد الباحث للوصول إلى حقيقة جديدة ينشدها للتغلب على مشكلة تستهويه أو غامضة عليه، أو تتسبب له أو لمجتمعه حرجاً علمياً أو اجتماعياً أو عملياً سلوكياً".

قصد تحقيق أهداف دراستنا التي تتمحور حول استخدامات الفايسبوك في الجمعيات الخيرية لانتاج التضامن الالي، دراسة حالة عينة من الجمعيات الخيرية بولاية الوادي، تم الاعتماد على المنهج الوصفي باعتبار أن موضوع الدراسة هو الذي يحدد طبيعة المنهج المستخدم ويهدف المنهج الوصفي التحليلي الى وصف ما هو كائن من ظواهر أو أحداث معينة بعد جمع البيانات كما يهدف الى تفسير ظواهر وتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين المتغيرات كما في الواقع.

فالمنهج الوصفي هو طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي تم التوصل اليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها (العلمي، 2012، صفحة 46).

2- مجتمع وعينة الدراسة:

2-1- مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة: " جميع مفردات أو الاشياء التي نريد معرفة حقائق عنها، وهو جميع الافراد الذين يضمهم مجتمع الدراسة، وفي ظل تحديد اسلوب جمع البيانات وذلك بأسلوب الحصر الشامل الذي يعني جمع البيانات عن جميع المفردات التي يتكون منها مجتمع الدراسة". (الحجاب، 2000، صفحة 29).

ويعرف مجتمع الدراسة كذلك بأنه: " الجماعة التي يهتم بها الباحث والتي يريد ان يخلص بها الى نتائج قابلة للتعميم، وهو المجتمع الذي له خاصية واحدة على الاقل تميزه عن غيره من المجتمعات أو الجماعات". (ابراهيم، 2015، صفحة 64)

وفي دراستنا هذه يتكون مجتمع الدراسة من جميع القائمين على الجمعيات الخيرية بمدينة الوادي.

2-2- عينة الدراسة:

تعتبر العينة أهم المحاور الأساسية في البحث العلمي، وهي عبارة عن جزء من الكل قصد التحقق من فرضيات البحث، كما تعرف العينة على أنها " مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة ". (ماجد، 2016، صفحة 49)

بالإضافة إلى أنها " تمثل العينة جزء من عناصر مجتمع الدراسة يحدد عناصره وفق أسس علمية ومنطقية لتكون عناصر العينة ممثلة تمثيلا واقعيًا لجميع عناصر المجتمع المدروس ". (دشلي، 20016، صفحة 130)

لقد تم في بحثنا هذا اختيار عينة عشوائية بسيطة من مجتمع الدراسة الكلي، حيث بلغ عددها واحد وثلاثون (31) عامل وعاملة بالجمعيات الخيرية بمدينة الوادي، وعليه تم الاعتماد على واحد وثلاثون (31) استمارة صالحة للمعالجة والجدول التالي، يلخص وضعية توزيع الاستبيان كما يلي:

الجدول رقم (01): نتائج توزيع الاستبيان

البيان	الاستبيانات الموزعة		الاستبيانات المسترجعة		الاستبيانات المستبعدة		الاستبيانات الصالحة	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
عينة الدراسة	40	% 100	35	% 87.5	04	% 10	31	%77.5

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على توزيع الاستبيان

3- متغيرات الدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة، تم اختيار استخدامات الفايسبوك كمتغير مستقل، وإنتاج التضامن الآلي كمتغير تابع، والتي يمكن توضيحها في الجدول الآتي:

الجدول رقم (02): يوضح متغيرات الدراسة

المتغير	نوعه
استخدامات الفايسبوك	متغير مستقل
إنتاج التضامن الآلي	متغير تابع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على موضوع الدراسة

4- مصادر المعلومات وطرق جمعها:

أ-المصادر الأولية: وتتمثل في البيانات الأولية المتحصل عليها في الميدان والمتمثل في مقرات الجمعيات الخيرية بمدينة الوادي، وذلك بواسطة أداة الاستبيان.

ب-المصادر الثانوية: حيث تم الاعتماد على الكتب العلمية والدراسات السابقة من رسائل جامعية وبحوث والمقالات المنشورة في المجلات الجامعية وكذا الدورات والملتقيات والندوات العلمية بالإضافة إلى المواقع الالكترونية.

ثانيا: الأدوات المستخدمة في الدراسة

1- أدوات جمع البيانات

1-1- الاستبيان:

تعتبر الاستبانة أداة مهمة في عملية جمع البيانات يعتمدها الباحث من أجل الإحاطة بجميع جوانب موضوعه عن طريق مجموعة أسئلة مدونة ومنظمة يتم طرحها على أفراد العينة بغية التحقق من فرضيات البحث، ويتم تعريف الاستبيان على أنه: " تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الافراد وبطريقة موجهة ذلك أن صيغ الاجابات تحدد مسبقا هذا يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية واقامة مقارنات كمية ". (رقاني شريفة، وصنقلي عائشة، 2020، صفحة 48)

لقد تم جمع البيانات اللازمة للدراسة باستخدام أداة الاستبيان موجه للعاملين في الجمعيات الخيرية بمدينة الوادي، ولاستكمال الجانب التطبيقي للدراسة فقد تم تصميم استمارة استبيان (انظر الملحق رقم 01)، حيث يشتمل مفردات عينة الدراسة التي عبرت عن آرائها واتجاهاتها من خلال الإجابة على فقرات الأسئلة التي هي تعتبر أيضا مصدر رئيسي لجمع مثل هاته البيانات.

أ- مراحل إعداد الاستبيان:

تم الاستعانة في إعداد أسئلة الاستبيان، على الكتب والمراجع والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة بالإضافة إلى الاعتماد على الخبرة العلمية والمدارك الشخصية لنا، من أجل وضع بعض الاسئلة في ظل الالتزام بالطريقة والمنهج العلمي المتبع، حيث تم مراعاة ما يلي:

- أن تكون الأسئلة بسيطة وواضحة.
- أن تكون الأسئلة تخدم وتسهل عملية اختبار الفرضيات الموضوعة.
- أن تحتوي على الأسئلة إجابات مناسبة (موافق-محايد-معارض).

ب- هيكل الاستبيان:

أحتوى الاستبيان على ثلاثة وثلاثون (33) سؤال توزعت كما يلي:

*القسم الأول: البيانات الشخصية والوظيفية: تشمل البيانات الشخصية للعينة المدروسة متضمنة خمسة (05) أسئلة.

*القسم الثاني: محاور الدراسة: وتشمل أربعة (04) محاور وهي:

-المحور الأول درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي: يشمل أسئلة تتعلق بموضوع اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي متضمن ثمانية (08) أسئلة.

-المحور الثاني طبيعة المنشور الفايسبوكي المستخدم من طرف الجمعية لإنتاج التضامن الآلي: يشمل أسئلة تتعلق بموضوع المنشور الفايسبوكي المستخدم من طرف الجمعية لإنتاج التضامن الآلي متضمن ستة (06) أسئلة.

-المحور الثالث: الاستمالة الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية الخيرية لإنتاج التضامن الآلي يشمل أسئلة تتعلق بموضوع الاستمالة الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية الخيرية لإنتاج التضامن الآلي متضمن سبعة (07) أسئلة.

-المحور الرابع ماهي مقومات نجاح الفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي: يشمل أسئلة تتعلق بموضوع مقومات نجاح الفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي متضمن سبعة (07) أسئلة.

والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أسئلة فقرات كل محور

الرقم	المحاور	عدد الفقرات
01	البيانات الشخصية والوظيفية	05
02	درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي	08
03	طبيعة المنشور الفايسبوكي المستخدم من طرف الجمعية لإنتاج التضامن الآلي	06
04	الاستمالة الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية الخيرية لإنتاج التضامن الآلي	07
05	ماهي مقومات نجاح الفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي	07

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على الاستبيان

2- قياس صدق وثبات الاستبيان:

2-1- الصدق البنائي:

قمنا بحساب الصدق البنائي للاستبيان بطريقة الاتساق الداخلي، وذلك بحساب معامل ارتباط كل محور من محاور الاستبيان عن الدرجة الكلية للاستبيان، تم استعمال نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS₂₅) لحساب قيمة r لكل محور من المحاور، فتحصلنا على النتائج المدونة في الجدول التالي:

الجدول رقم (04): يوضح قيمة r لحساب الصدق البنائي

المحاور	عدد أفراد العينة الاستطلاعية	قيمة معامل الارتباط r	مستوى الدلالة Sig	القرار
درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي	20	0.704	0.000	دالة إحصائية عند 0.01
طبيعة المنشور الفايسبوكي المستخدم من طرف الجمعية لإنتاج التضامن الآلي		0.723	0.000	دالة إحصائية عند 0.01
الاستمالة الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية الخيرية لإنتاج التضامن الآلي		0.786	0.000	دالة إحصائية عند 0.01
ماهي مقومات نجاح الفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي		0.772	0.000	دالة إحصائية عند 0.01

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (04): نجد أن قيمة معامل الارتباط r للمحاور مع الدرجة الكلية للاستبيان تتراوح بين (0.704 - 0.786) وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01، مما يؤكد على أن الاستبيان صادق من ناحية المحتوى أو المضمون.

2-2- الثبات (التناسق الداخلي للبنود ألفا كرو نباخ):

قمنا بحساب ثبات الاستبيان بطريقة التناسق الداخلي للبنود (ألفا كرو نباخ) بواسطة نظام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS²⁵)، النتائج مدونة في الجدول التالي:

الجدول رقم (05): يوضح قيمة ألفا كرو نباخ

المحاور	عدد البنود	قيمة معامل ألفا كرو نباخ	القرار
درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي	08	0.752	دالة إحصائية
طبيعة المنشور الفايسبوكي المستخدم من طرف الجمعية لإنتاج التضامن الآلي	06	0.693	دالة إحصائية
الاستمالة الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية الخيرية لإنتاج التضامن الآلي	07	0.708	دالة إحصائية
ماهي مقومات نجاح الفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي	07	0.664	دالة إحصائية
الدرجة الكلية للاستبيان	28	0.768	دالة إحصائية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (05): نجد أن قيمة ألفا كرو نباخ لمحور درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي، أي درجة التناسق الداخلي لكل بنود المحور تساوي 0.752 وهي علاقة موجبة بين البنود المشكلة للمحور، ونجد أن قيمة ألفا كرو نباخ لمحور طبيعة المنشور الفايسبوكي المستخدم من طرف الجمعية لإنتاج التضامن الآلي، أي درجة التناسق الداخلي لكل بنود المحور تساوي 0.693 وهي علاقة موجبة بين البنود المشكلة للمحور، ونجد أن قيمة ألفا كرو نباخ لمحور طبيعة الاستمالة الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية الخيرية لإنتاج التضامن الآلي، أي درجة التناسق الداخلي لكل بنود المحور تساوي 0.708 وهي علاقة موجبة بين البنود المشكلة للمحور، ونجد أن قيمة ألفا كرو نباخ لمحور ما هي مقومات نجاح الفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي، أي درجة التناسق الداخلي لكل بنود المحور تساوي 0.664 وهي علاقة موجبة بين البنود المشكلة للمحور، ونجد أن قيمة ألفا كرو نباخ للاستبيان ككل، أي درجة التناسق الداخلي لكل بنود الاستبيان تساوي 0.768، وهي علاقة موجبة بين البنود وبذلك يمكن القول بأن الاستبيان ثابت.

3- البرامج والأساليب الإحصائية

أ- البرامج الإحصائية:

من أجل تحليل البيانات المتحصل عليها بواسطة الاستبيان، قمنا بالاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف اختصاراً بـ: SPSS النسخة 25.

ب - الأساليب الإحصائية:

من أجل معالجة وتحليل بيانات المتحصل عليها، تم إجراء مجموعة من الاختبارات الإحصائية نذكر منها:

- 1- التكرارات والنسب المئوية: لمعرفة توزيع المعلومات الشخصية لعينة الدراسة.
- 2- الوسط الحسابي: وهو من أهم مقاييس النزعة المركزية، ورمزه $\bar{X}$ ، يتم استخدامه للدلالة على متوسط مجموع قيم ظاهرة ما.
- 3- الانحراف المعياري: وهو من أكثر مقاييس التشتت استخداماً ورمزه σ ، ويستعمل لمعرفة مدى تشتت القيم عن وسطها الحسابي.
- 4- الوزن النسبي: لمعرفة اتجاه إجابات أفراد عينة الدراسة على محاور الدراسة.
- 5- اختبار ألفا كرو نباخ: ويستعمل للحكم على دقة القياس، من خلال تحديد مدى ثبات أداة القياس المتمثلة في الاستبانة.
- 6- معامل الارتباط بيرسون: هو معامل يقيس صدق الاستبيان من خلال تحديد مدى ارتباط محاور الاستبيان بالدرجة الكلية للاستبيان، ورمزه r .

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: عرض نتائج البيانات الشخصية:

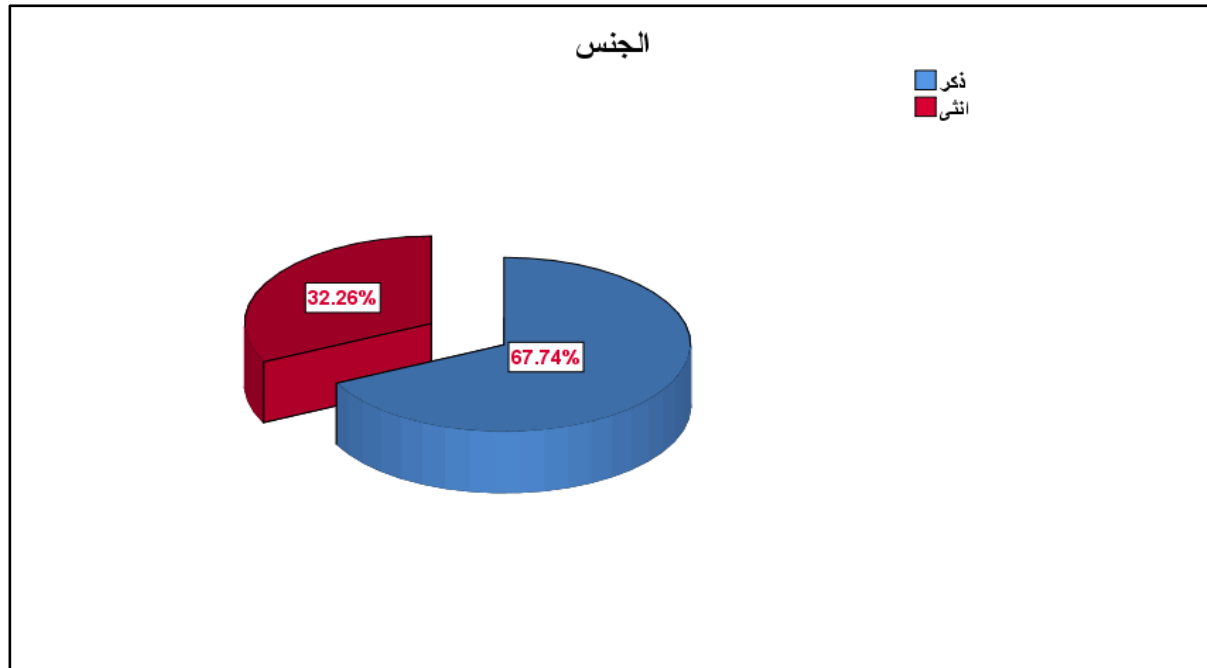
1- الجنس:

الجدول رقم (06): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير الجنس

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
% 67.7	21	ذكر
% 32.3	10	أنثى
% 100	31	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

الشكل البياني رقم (01): دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال قراءتنا للجدول رقم (06) والشكل البياني رقم (01): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بالنسبة لمتغير الجنس، حيث نجد عدد المبحوثين الذكور وهم 21 عامل في الجمعية الخيرية بنسبة 67.7%، وهي النسبة الأعلى، تليها نسبة المبحوثين الإناث وهم 10 معاملات في الجمعية الخيرية بنسبة 32.3%، وهي النسبة الأدنى.

الاستنتاج: ومنه نستنتج من خلال هذه النسب أن في الجمعية الخيرية تزخر بتنوع جنس عامليها، حيث أن أغلبية العاملين من جنس ذكر.

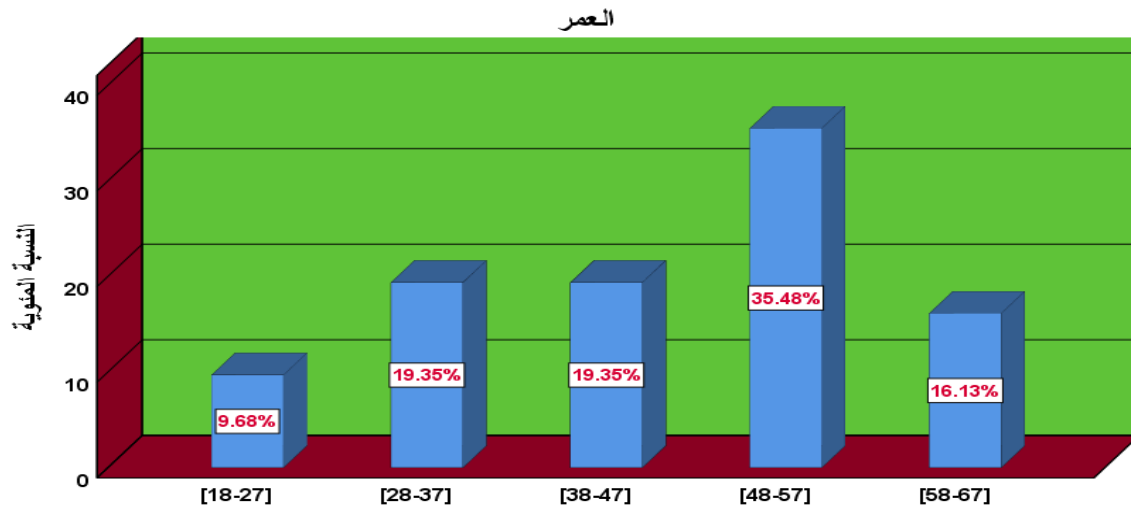
2- العمر:

الجدول رقم (07): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية %
[18-27]	03	% 9.7
[28-37]	06	% 19.4
[38-47]	06	% 19.4
[48-57]	11	% 35.5
[58-67]	05	% 16.1
المجموع	31	% 100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

الشكل البياني رقم (02): أعمدة بيانية توضح توزيع العينة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال قراءتنا للجدول رقم (07) والشكل البياني رقم (02): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بالنسبة لمتغير العمر، حيث نجد عدد المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 48 إلى 57 سنة وهم 11 عامل في الجمعية الخيرية بنسبة 35.5%، وهي النسبة الأعلى، تليها نسبة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 28 إلى 37 سنة ومن 38 إلى 47 سنة وهم 6 عمال في الجمعيات الخيرية بنسبة 19.4% لكل منها، وتليها نسبة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 58 إلى 67 سنة وهم 5 عمال في الجمعيات الخيرية بنسبة 16.1%، وتليها نسبة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم من 18 إلى 27 سنة وهم 3 عمال في الجمعيات الخيرية بنسبة 9.7%، وهي النسبة الأدنى.

الاستنتاج: ومنه نستنتج من خلال هاته النسب أن الجمعيات الخيرية تزخر بمورد بشري هائل وذو أعمار مختلفة، حيث أن أغلبية العمال تتراوح أعمارهم أكثر من 48 إلى 57 سنة.

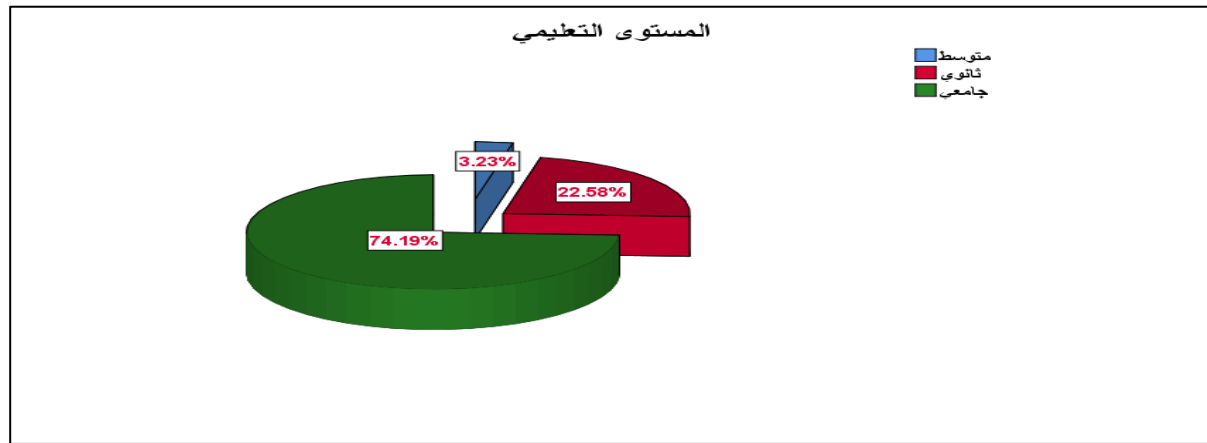
3- المستوى التعليمي:

الجدول رقم (08): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى التعليمي
0 %	00	ابتدائي
3.2 %	01	متوسط
22.6 %	07	ثانوي
74.2 %	23	جامعي
100 %	31	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

الشكل البياني رقم (03): دائرة نسببة توضح توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال قراءتنا للجدول رقم (08) والشكل البياني رقم (03): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي، حيث نجد عدد المبحوثين الذين لديهم مستوى جامعي وهم 23 عامل في الجمعية الخيرية بنسبة 74.2%، وهي النسبة الأعلى، تليها نسبة المبحوثين الذين لديهم مستوى ثانوي وهم 7 عمال في الجمعيات الخيرية بنسبة 22.6%، وتليها نسبة المبحوثين الذين لديهم مستوى متوسط وهم عامل واحد في الجمعيات الخيرية بنسبة 3.2%، بينما لا نجد ولا عامل مستواه ابتدائي، وهي النسبة الأدنى.

الاستنتاج: ومنه نستنتج من خلال هاته النسب أن الجمعيات الخيرية، تملك عمال ذو مستوى تعليمي لابس به، حيث أن أغلبية العمال لديهم مستوى جامعي.

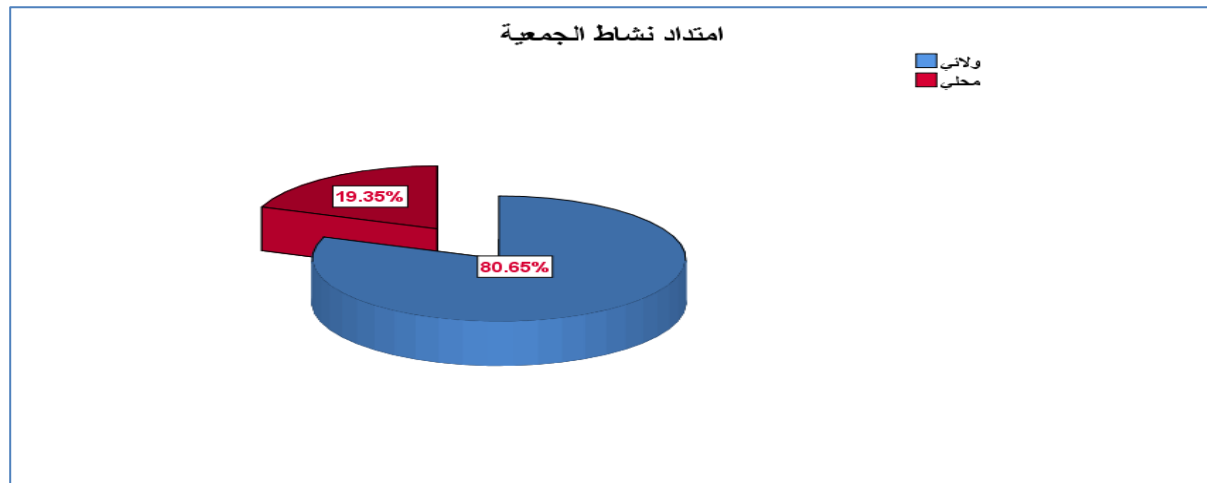
4- امتداد نشاط الجمعية:

الجدول رقم (09): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير امتداد نشاط الجمعية

النسبة المئوية %	التكرار	امتداد نشاط الجمعية
80.6 %	25	ولائي
19.4 %	06	محلي
100 %	31	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

الشكل البياني رقم (04): دائرة نسبية توضح توزيع العينة حسب متغير امتداد نشاط الجمعية



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال قراءتنا للجدول رقم (09) والشكل البياني رقم (04): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بالنسبة لمتغير امتداد نشاط الجمعية، حيث نجد عدد المبحوثين الذين امتداد نشاط جمعيتهم ولائي وهم 25 عامل بنسبة 80.6%، وهي النسبة الأعلى، تليها نسبة المبحوثين الذين امتداد نشاط جمعيتهم محلي وهم 6 عمال بنسبة 19.4% وهي النسبة الأدنى.

الاستنتاج: ومنه نستنتج من خلال هذه النسب أن الجمعيات التي امتداد نشاطها ولائي هي الغالبة.

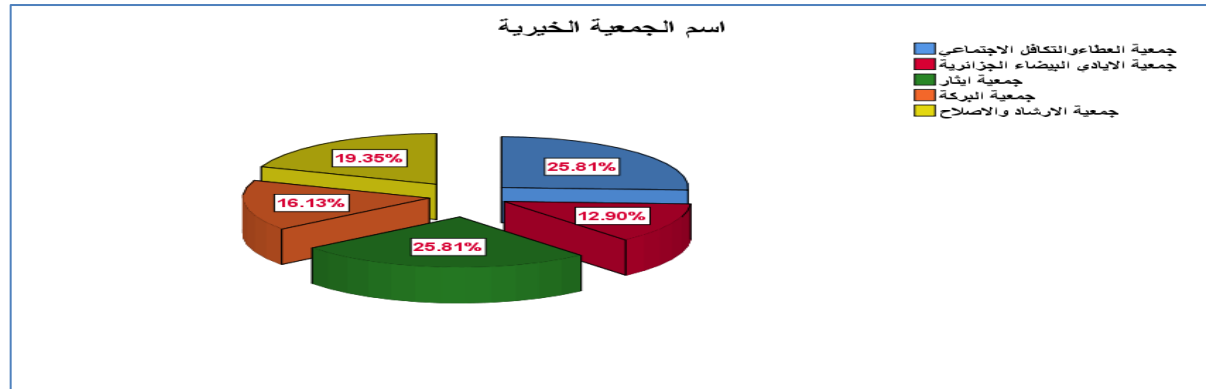
5- اسم الجمعية الخيرية:

الجدول رقم (10): يوضح التكرارات والنسب المئوية لمتغير اسم الجمعية الخيرية

اسم الجمعية الخيرية	التكرار	النسبة المئوية %
جمعية العطاء والتكافل الاجتماعي	8	25.8 %
جمعية الايادي البيضاء الجزائرية	4	12.9 %
جمعية ايثار	8	25.8 %
جمعية البركة	5	16.1 %
جمعية الارشاد والاصلاح	6	19.4 %
المجموع	31	100 %

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

الشكل البياني رقم (05): دائرة نسببة توضح توزيع العينة حسب متغير اسم الجمعية الخيرية



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

من خلال قراءتنا للجدول رقم (10) والشكل البياني رقم (05): نجد أن العينة المأخوذة لدراستنا غير متساوية العدد بالنسبة لمتغير اسم الجمعية الخيرية، حيث نجد عدد المبحوثين الذين اسم جمعيتهم الخيرية هي جمعية العطاء والتكافل الاجتماعي وجمعية ايثار وهم 8 عمال بنسبة 25.8% لكل منها، وهي النسبة الأعلى، تليها نسبة المبحوثين الذين

اسم جمعيتهم الخيرية هو جمعية الارشاد والاصلاح وهم 6 عمال بنسبة 19.4%، وتليها نسبة المبحوثين الذين اسم جمعيتهم الخيرية هو جمعية البركة وهم 5 عمال بنسبة 16.1%، وتليها نسبة المبحوثين الذين اسم جمعيتهم الخيرية هو جمعية الايادي البيضاء الجزائرية وهم 4 عمال بنسبة 12.9%، وهي النسبة الأدنى.

الاستنتاج: ومنه نستنتج من خلال هذه النسب أن جمعية العطاء والتكافل الاجتماعي وجمعية ايثار هي الغالبة من حيث نسبة عمالها في عينة الدراسة.

ثانيا: التحليل الإحصائي الوصفي للاستبيان

حتى تكون النتائج دقيقة وواضحة فقد تم حوصلة نتائج الاستبيان في جداول وبوبت الإجابات على حسب التسلسل للأسئلة المدرجة في الاستبيان، وقد تم حساب تكرارات الاستجابات المختلفة وما تعلق بها من النسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، كما تم ترتيب العبارات حسب وجهة نظر فئات العينة من العمال في الجمعيات الخيرية اعتمادا على أكبر قيمة للمتوسط الحسابي وحسب أقل قيمة للتشتت والذي يمثله الانحراف المعياري عند تساوي قيم المتوسط الحسابي، وباعتبار أن المتغير الذي يعبر عن الخيارات (معارض، محايد، موافق) مقياس ترتيبي، أما الأرقام التي تدخل في البرنامج الإحصائي تعبر عن الأوزان، وهي: (معارض = 1، محايد = 2، موافق = 3)، وبعد ذلك نقوم بحساب المتوسط الحسابي (المتوسط المرجح) عن طريق حساب طول الفترة أولاً، وهي عبارة عن حاصل قسمة 2 على 3، حيث يمثل الرقم 2 عدد المسافات (من 1 إلى 2 مسافة أولى ومن 2 إلى 3 مسافة ثانية)، و 3 تمثل عدد الاختبارات، وعند قسمة 2 على 3 ينتج طول الفترة ويساوي 0.67 ويصبح التوزيع كما في الجدول التالي:

الجدول رقم (11): يوضح التحك المعتمد في الدراسة

طول الخلية	الوزن النسبي المقابل له	الأهمية	درجة الموافقة
من 1 إلى أقل من 1.67	من 33.33% - 55.67%	معارض	ضعيفة
من 1.67 إلى أقل من 2.34	أكبر من 55.67% - 78%	محايد	متوسطة
من 2.34 إلى أقل من 3	أكبر من 78% - 100%	موافق	قوية

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مقرر مقياس الإحصاء

1- درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايبيوك لإنتاج التضامن الآلي

تم قياسها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة من المحور الأول تحصلنا على النتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12): نتائج آراء عينة الدراسة حول مدى الموافقة على المحور الأول

رقم العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الأهمية	درجة التطبيق
	التكرار	التكرار	التكرار					
	النسبة %	النسبة %	النسبة %					
1	31	00	00	3	0	100%	موافق	قوية
	100	0	00					
	26	01	04	2.71	0.693	90.33%	موافق	قوية
2	83.9	3.2	12.9					
	28	01	02	2.84	0.523	94.67%	موافق	قوية
	90.3	3.2	6.5					
3	17	03	11	2.19	0.946	73%	محايد	متوسطة
	54.8	9.7	35.5					
	25	01	05	2.65	0.755	88.33%	موافق	قوية
4	80.6	3.2	16.1					
	22	00	09	2.42	0.923	80.67%	موافق	قوية
	71	0	29					
5	13	05	13	2	0.931	66.67%	محايد	متوسطة
	41.9	16.1	41.9					
	24	03	04	2.65	0.709	88.33%	موافق	قوية
6	77.4	9.7	12.9					
	المتوسط العام للمحور الأول							

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

التحليل:

لقد تحصل المحور الأول " درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي "، على متوسط حسابي قدره 2.56 وانحراف معياري قدر ب 0.239، ومن خلال الوزن النسبي المقدّر ب 85.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمحور الأول، والتي تؤكد رضا وموافقة أغلبية أفراد العينة على اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي في الجمعيات الخيرية بالوادي، بالتالي يوجد اعتماد بدرجة قوية للجمعيات الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي وهذا ما يؤكد الانحراف المعياري إذ يظهر درجة ونسبة التقارب في الأجوبة بين أفراد العينة، وحتى تؤدي هذه النتائج الغرض البحثي والهدف الذي يراد الوصول إليه قمنا بتحليلها حسب درجة الموافقة وحسب توجه استجابات الأغلبية من أفراد العينة على كل عبارات هذا المحور والتي تعكسها لنا المتوسطات الحسابية، وهي كالتالي:

-تحصلت العبارة رقم (1): " يستخدم الفاعلين صفحتكم الخاصة على منصة الفايسبوك لتحقيق التكافل الاجتماعي "، على متوسط حسابي قدره 3 وانحراف معياري قدره 0 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر ب 100%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أنهم يستخدمون صفحتهم الخاصة على منصة الفايسبوك لتحقيق التكافل الاجتماعي.

-تحصلت العبارة رقم (2): " تعتبر جمعيتكم منصة الفايسبوك وسيلة مكتملة لوسائل اتصالية أخرى "، على متوسط حسابي قدره 2.71 وانحراف معياري قدره 0.693 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر ب 90.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أنهم يرون أن جمعيتهم تعتبر منصة الفايسبوك وسيلة مكتملة لوسائل اتصالية أخرى.

-تحصلت العبارة رقم (3): " تنشر جمعيتكم أي نشاط على منصة الفايسبوك "، على متوسط حسابي قدره 2.84 وانحراف معياري قدره 0.523 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر ب 94.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أنهم يرون أن جمعيتهم تنشر أي نشاط على منصة الفايسبوك.

-تحصلت العبارة رقم (4): " هل وصلتكم إلى مرحلة دعم صفحتكم حتى تصل لأكثر فاعلين "، على متوسط حسابي قدره 2.19 وانحراف معياري قدره 0.946 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر ب 73%، وحسب ما ورد في

مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة محايدون على وصولهم إلى مرحلة دعم صفحتهم حتى تصل لأكثر فاعلين.

-تحصلت العبارة رقم (5): " تجعل جمعيتكم المنشورات على منصة الفايسبوك من أولويتها "، على متوسط حسابي قدره 2.65 وانحراف معياري قدره 0.755 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 88.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن جمعيتهم تجعل المنشورات على منصة الفايسبوك من أولويتها.

-تحصلت العبارة رقم (6): " ترى جمعيتكم أن الاعتماد على منصة الفايسبوك الوسيلة المتاحة لترويج أنشطتها والتواصل مع المتضامنين في العمل الخيري الجماعي "، على متوسط حسابي قدره 2.42 وانحراف معياري قدره 0.923 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 80.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن اعتماد على منصة الفايسبوك الوسيلة المتاحة لترويج أنشطتها والتواصل مع المتضامنين في العمل الخيري الجماعي.

-تحصلت العبارة رقم (7): " تعتمد جمعيتكم في جميع أنشطتها على منصة الفايسبوك بدلا من وسائل اتصالية أخرى "، على متوسط حسابي قدره 2 وانحراف معياري قدره 0.931 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 66.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة محايدون على أن جمعيتهم تعتمد في جميع أنشطتها على منصة الفايسبوك بدلا من وسائل اتصالية أخرى.

-تحصلت العبارة رقم (8): " تضمن المنشورات على منصة الفايسبوك نجاح عملية التماسك الاجتماعي والتعاون "، على متوسط حسابي قدره 2.65 وانحراف معياري قدره 0.709 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 88.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن المنشورات على منصة الفايسبوك تضمن نجاح عملية التماسك الاجتماعي والتعاون.

2- طبيعة المنشور الفايسبوكي المستخدم من طرف الجمعية لإنتاج التضامن الالي

تم قياسها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة من المحاور الثاني تحصلنا على النتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (13): نتائج آراء عينة الدراسة حول مدى الموافقة على المحور الثاني

رقم العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الأهمية	درجة التطبيق
	التكرار	التكرار	التكرار					
	النسبة %	النسبة %	النسبة %					
9	30	01	00	2.97	0.180	%99	موافق	قوية
	96.8	3.2	0					
	31	00	00					
10	100	0	0	3	0	%100	موافق	قوية
	29	01	01					
	93.5	3.2	3.2					
11	30	01	00	2.97	0.180	%99	موافق	قوية
	96.8	3.2	0					
	29	00	02					
13	93.5	0	6.5	2.87	0.499	%95.67	موافق	قوية
	29	00	02					
	93.5	0	6.5					
14	المتوسط العام للمحور الثاني							

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

التحليل:

لقد تحصل المحور الثاني " طبيعة المنشور الفيسبوكي المستخدم من طرف الجمعية لإنتاج التضامن الالي "، على متوسط حسابي قدره 2.93 وانحراف معياري قدره 0.148، ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 97.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكرث الثلاثي يتبين أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمحور الثاني، والتي تؤكد رضا وموافقة أغلبية أفراد العينة على أن طبيعة المنشورات الفيسبوكية المستخدمة من طرف الجمعيات الخيرية تنتج التضامن الالي، وهذا ما يؤكد الانحراف المعياري إذ يظهر درجة ونسبة التقارب في الأجوبة بين أفراد العينة، وحتى تؤدي هذه النتائج الغرض البحثي والهدف الذي يراد الوصول إليه قمنا بتحليلها حسب درجة الموافقة وحسب توجه استجابات الأغلبية من أفراد العينة على كل عبارات هذا المحور والتي تعكسها لنا المتوسطات الحسابية، وهي كالتالي:

-تحصلت العبارة رقم (9): " تستخدم جمعيتكم نصوص مكتوبة على منصة الفيسبوك لحث الأفراد نحو العمل الجماعي "، على متوسط حسابي قدره 2.97 وانحراف معياري قدره 0.180 ومن خلال الوزن النسبي

المقدر بـ 99%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن جمعيتهم تستخدم نصوص مكتوبة على منصة الفايسبوك لحث الأفراد نحو العمل الجماعي.

-تحصلت العبارة رقم (10): " تعتمد جمعيتكم على نشر مقاطع الفيديو على صفحة الفايسبوك وسيلة لحث الأفراد على المساهمة في التضامن والتعاون داخل المجتمع "، على متوسط حسابي قدره 3 وانحراف معياري قدره 0 ومن خلال الوزن النسبي المقدر بـ 100%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أنهم يرون أن جمعيتهم تعتمد على نشر مقاطع الفيديو على صفحة الفايسبوك وسيلة لحث الأفراد على المساهمة في التضامن والتعاون داخل المجتمع.

-تحصلت العبارة رقم (11): " تعتبر جمعيتكم الصورة وسيلة لحث المتابعين والفاعلين على التعاون والتضامن "، على متوسط حسابي قدره 2.90 وانحراف معياري قدره 0.396 ومن خلال الوزن النسبي المقدر بـ 96.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن جمعيتهم تعتبر الصورة وسيلة لحث المتابعين والفاعلين على التعاون والتضامن.

-تحصلت العبارة رقم (12): " تعتبر جمعيتكم الصورة ومقاطع الفيديو لتوليد وانتاج الاحساس الانساني "، على متوسط حسابي قدره 2.97 وانحراف معياري قدره 0.180 ومن خلال الوزن النسبي المقدر بـ 99%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على جمعيتهم تعتبر الصورة ومقاطع الفيديو لتوليد وانتاج الاحساس الانساني.

-تحصلت العبارة رقم (13): " تعتمد صفحاتكم على الحوار مع الفاعلين لاستكشاف فئات جديدة داعمه للعمل الخيري الجماعي "، على متوسط حسابي قدره 2.87 وانحراف معياري قدره 0.499 ومن خلال الوزن النسبي المقدر بـ 95.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن صفحاتهم تعتمد على الحوار مع الفاعلين لاستكشاف فئات جديدة داعمه للعمل الخيري الجماعي.

-تحصلت العبارة رقم (14): " تستخدم الجمعية في منشوراتها على منصة الفايسبوك الكلمة الواضحة والمعبرة للوصول بإحساس الانسان بمحيطه الإنساني "، على متوسط حسابي قدره 2.87 وانحراف معياري قدره 0.499 ومن خلال الوزن النسبي المقدر بـ 95.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن

أغلبية أفراد العينة موافقين على أن الجمعية تستخدم في منشوراتها على منصة الفيسبوك الكلمة الواضحة والمعبرة للوصول بإحساس الانسان بمحيطه الإنساني.

3- الاستمالة الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية الخيرية لإنتاج التضامن الآلي

تم قياسها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة من المحور الثالث تحصلنا على النتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (14): نتائج آراء عينة الدراسة حول مدى الموافقة على المحور الثالث

رقم العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الأهمية	درجة التطبيق
	التكرار	التكرار	التكرار					
	النسبة %	النسبة %	النسبة %					
15	25	02	04	2.68	0.702	89.33%	موافق	قوية
	80.6	6.5	12.9					
	25	05	01	2.77	0.497	92.33%	موافق	قوية
16	80.6	16.1	3.2					
	30	01	00	2.97	0.180	99%	موافق	قوية
	96.8	3.2	0					
17	26	02	03	2.74	0.631	91.33%	موافق	قوية
	83.9	6.5	9.7					
	28	01	02	2.84	0.523	94.67%	موافق	قوية
18	90.3	3.2	6.5					
	27	03	01	2.84	0.454	94.67%	موافق	قوية
	87.1	9.7	3.2					
19	20	02	09	2.35	0.915	78.33%	موافق	قوية
	64.5	6.5	29					
	المتوسط العام للمحور الثالث							

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

التحليل:

لقد تحصل المحور الثالث " الاستمالة الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية الخيرية لإنتاج التضامن الآلي "، على متوسط حسابي قدره 2.74 وانحراف معياري قدره 0.335، ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 91.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمحور الثالث، والتي تؤكد رضا وموافقة أغلبية أفراد العينة على ان الجمعيات الخيرية تستخدم استمالة إقناعيه لإنتاج التضامن الآلي، بالتالي توجد العديد من الاستمالة الاقناعية للجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الآلي، وهذا ما يؤكد

الانحراف المعياري إذ يظهر درجة ونسبة التقارب في الأجوبة بين أفراد العينة، وحتى تؤدي هذه النتائج الغرض البحثي والهدف الذي يراد الوصول إليه قمنا بتحليلها حسب درجة الموافقة وحسب توجه استجابات الأغلبية من أفراد العينة على كل عبارات هذا المحور والتي تعكسها لنا المتوسطات الحسابية، وهي كالتالي:

-تحصلت العبارة رقم (15): " تعتمد الجمعية في منشوراتها على منصة الفيسبوك مخاطبة المشاعر "، على متوسط حسابي قدره 2.68 وانحراف معياري قدره 0.702 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 89.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن الجمعية تعتمد في منشوراتها على منصة الفيسبوك مخاطبة المشاعر.

-تحصلت العبارة رقم (16): " تستخدم الجمعية عبارات عاطفية لإقناع الأفراد بالنشاط الجماعي "، على متوسط حسابي قدره 2.77 وانحراف معياري قدره 0.497 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 92.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن الجمعية تستخدم عبارات عاطفية لإقناع الأفراد بالنشاط الجماعي.

-تحصلت العبارة رقم (17): " تصور الجمعية بعض المواقف لتحريك الفطرة الخيرية لدى الفاعلين تجاه العمل الجماعي "، على متوسط حسابي قدره 2.97 وانحراف معياري قدره 0.180 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 99%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن جمعيتهم تصور بعض المواقف لتحريك الفطرة الخيرية لدى الفاعلين تجاه العمل الجماعي.

-تحصلت العبارة رقم (18): " تعتمد جمعيتكم على أحاسيس الأفراد لصناعة التضامن فيما بينهم في منشوراتها على منصة الفيسبوك "، على متوسط حسابي قدره 2.74 وانحراف معياري قدره 0.631 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 91.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن جمعيتهم تعتمد على أحاسيس الأفراد لصناعة التضامن فيما بينهم في منشوراتها على منصة الفيسبوك.

-تحصلت العبارة رقم (19): " تستشهد جمعيتكم بآيات قرآنية وأحاديث نبوية تحرك عاطفة الأفراد عبر صفحتها على الفيسبوك "، على متوسط حسابي قدره 2.84 وانحراف معياري قدره 0.523 ومن خلال الوزن

النسبي المقدّر بـ 94.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارت الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن جمعيتهم تستشهد بآيات قرآنية وأحاديث نبوية تحرك عاطفة الأفراد عبر صفحاتها على الفايسبوك.

-تحصلت العبارة رقم (20): " تستخدم جمعيتكم أساليب جذابة تحفز الأفراد على التبرع والمشاركة في العمل الخيري الجماعي "، على متوسط حسابي قدره 2.84 وانحراف معياري قدره 0.454 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 94.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارت الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على ان جمعيتهم تستخدم أساليب جذابة تحفز الأفراد على التبرع والمشاركة في العمل الخيري الجماعي.

-تحصلت العبارة رقم (21): " ترى الجمعية أن العاطفة أقرب للإستمالات للإقناع الفاعلين بالعمل الخيري الجماعي "، على متوسط حسابي قدره 2.35 وانحراف معياري قدره 0.915 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 78.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارت الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على ان جمعيتهم ترى أن العاطفة أقرب للإستمالات للإقناع الفاعلين بالعمل الخيري الجماعي.

4- ماهي مقومات نجاح الفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي:

تم قياسها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة من المحور الرابع تحصلنا على النتائج المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15): نتائج آراء عينة الدراسة حول مدى الموافقة على المحور الرابع

رقم العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الأهمية	درجة التطبيق
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %		
22	29	93.5	01	3.2	2.90	96.67%	موافق	قوية
	30	96.8	00	0	2.97	99%	موافق	قوية
23	25	80.6	04	12.9	2.68	89.33%	موافق	قوية
	25	80.6	02	6.5	2.68	89.33%	موافق	قوية
24	30	96.8	01	0	2.97	99%	موافق	قوية
	22	71	01	3.2	2.45	81.67%	موافق	قوية
25	29	93.5	01	3.2	2.90	96.67%	موافق	قوية
	29	93.5	01	3.2	2.79	93%	موافق	قوية
المتوسط العام للمحور الرابع								

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات برنامج SPSS

التحليل:

لقد تحصل المحور الرابع " ماهي مقومات نجاح الفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي "، على متوسط حسابي قدره 2.79 وانحراف معياري قدر بـ 0.263، ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 93%، وحسب ما ورد في مقياس ليكرث الثلاثي يتبين أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمحور الرابع والتي تؤكد رضا وموافقة أغلبية أفراد العينة على وجود مقومات نجاحة للفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي من طرف الجمعيات الخيرية، وهذا ما يؤكد الانحراف المعياري إذ يظهر درجة ونسبة التقارب في الأجوبة بين أفراد العينة وحتى تؤدي هذه النتائج الغرض البحثي والمهدف الذي يراد الوصول إليه قمنا بتحليلها حسب درجة الموافقة وحسب توجه استجابات الأغلبية من أفراد العينة على كل عبارات هذا المحور والتي تعكسها لنا المتوسطات الحسابية، وهي كالتالي:

-تحصلت العبارة رقم (22): " تجد المنشورات على منصة الفايسبوك التي تنشرها جمعيتكم تفاعل من طرف الأفراد الفاعلين والمتابعين "، على متوسط حسابي قدره 2.90 وانحراف معياري قدره 0.396 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 96.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن المنشورات على منصة الفايسبوك التي تنشرها جمعيتهم تفاعل من طرف الأفراد الفاعلين والمتابعين.

-تحصلت العبارة رقم (23): " تصل منشورات ونشاط جمعيتكم على صفحة الفايسبوك إلى صناعة الفرد المتضامن والداعم للعمل الخيري "، على متوسط حسابي قدره 2.97 وانحراف معياري قدره 0.180 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 99%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن منشورات تصل ونشاط جمعيتكم على صفحة الفايسبوك إلى صناعة الفرد المتضامن والداعم للعمل الخيري.

-تحصلت العبارة رقم (24): " تتلقى جمعيتكم إسهامات مادية من نداءات المساعدة المنشورة على صفحة الفايسبوك "، على متوسط حسابي قدره 2.68 وانحراف معياري قدره 0.702 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 89.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن جمعيتهم تتلقى إسهامات مادية من نداءات المساعدة المنشورة على صفحة الفايسبوك.

-تحصلت العبارة رقم (25): " كل منشور على منصة الفايسبوك يحقق أهداف الجمعية لزيادة الفاعلية وغرس روح التعاون "، على متوسط حسابي قدره 2.68 وانحراف معياري قدره 0.702 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 89.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن كل منشور على منصة الفايسبوك يحقق أهداف الجمعية لزيادة الفاعلية وغرس روح التعاون.

-تحصلت العبارة رقم (26): " تحقق المنشورات على منصة الفايسبوك أنشطة تضامنية على ارض الواقع "، على متوسط حسابي قدره 2.97 وانحراف معياري قدره 0.180 ومن خلال الوزن النسبي المقدّر بـ 99%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على أن المنشورات تحقق على منصة الفايسبوك أنشطة تضامنية على ارض الواقع.

-تحصلت العبارة رقم (27): " تتحول الجماعات الافتراضية على منصة الفايسبوك إلى جماعات واقعية كلما دعت الضرورة "، على متوسط حسابي قدره 2.45 وانحراف معياري قدره 0.888 ومن خلال الوزن النسبي

المقدر بـ 81.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على ان الجماعات الافتراضية تتحول على منصة الفايسبوك إلى جماعات واقعية كلما دعت الضرورة.

-تحصلت العبارة رقم (28): " يساهم الفايسبوك في رفع الروح الجماعية الفعالة لتقديم المساعدة للمحتاجين"، على متوسط حسابي قدره 2.90 وانحراف معياري قدره 0.396 ومن خلال الوزن النسبي المقدر بـ 96.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن أغلبية أفراد العينة موافقين على ان الفايسبوك يساهم في رفع الروح الجماعية الفعالة لتقديم المساعدة للمحتاجين.

ثالثا: النتائج في ضوء الفرضيات

1- نتائج الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى على أنه: " درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج تضامن اجتماعي آلي عالية".

تم قياسها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة من المحور الأول تحصلنا على النتائج التالية: قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.56 وبانحراف معياري قدر بـ 0.239، ومن خلال الوزن النسبي المقدر بـ 85.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمحور الاول، والتي تؤكد رضا وموافقة أغلبية أفراد العينة على اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي في الجمعيات الخيرية بالوادي، بالتالي يوجد اعتماد بدرجة قوية للجمعيات الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي، وذلك من خلال استخدام نصوص مكتوبة على منصة الفايسبوك لحث الأفراد نحو العمل الجماعي، ونشر أي نشاط على منصة الفايسبوك، وجعل المنشورات على منصة الفايسبوك من أولويتها، وتعتمد في جميع أنشطتها على منصة الفايسبوك بدلا من وسائل اتصالية أخرى، وكل هذه المؤشرات تدل على قوة درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج تضامن اجتماعي الي، ومنه نقول ان الفرضية الأولى تحققت.

ومن خلال ما سبق ذكره نقبل الفرضية الأولى على أنه: " درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج تضامن اجتماعي الي عالية".

2- نتائج الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على أنه: " تستخدم الجمعيات الخيرية المنشورات على صفحاتها في الفايسبوك لإنتاج التضامن الالي ".
 تم قياسها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة من المحور الثاني تحصلنا على النتائج التالية: قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.93 وانحراف معياري قدر بـ 0.148، ومن خلال الوزن النسبي المقدر بـ 97.67%، وحسب ما ورد في مقياس ليكرث الثلاثي يتبين أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمحور الثاني، والتي تؤكد رضا وموافقة أغلبية أفراد العينة على أن طبيعة المنشورات الفايسبوكية المستخدمة من طرف الجمعيات الخيرية تنتج التضامن الالي، وذلك من خلال استخدام نصوص مكتوبة على منصة الفايسبوك لحث الأفراد نحو العمل الجماعي، ونشر مقاطع الفيديو على صفحة الفايسبوك وسيلة لحث الأفراد على المساهمة في التضامن والتعاون داخل المجتمع، واعتبارها ان الصورة وسيلة لحث المتابعين والفاعلين على التعاون والتضامن، وكذلك الصورة ومقاطع الفيديو فهي توليد وانتاج الاحساس الإنساني، وتستخدم في منشوراتها على منصة الفايسبوك الكلمة الواضحة والمعبرة للوصول بإحساس الانسان بمحيطه الإنساني، وكل هذه المؤشرات تدل على أن الجمعيات الخيرية تستخدم المنشورات على صفحاتها في الفايسبوك لإنتاج التضامن الالي، ومنه نقول ان الفرضية الثانية تحققت.

ومن خلال ما سبق ذكره نقبل الفرضية الأولى على أنه: " تستخدم الجمعيات الخيرية المنشورات على صفحاتها في الفايسبوك لإنتاج التضامن الالي ".
 تم قياسها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة من المحور الثالث تحصلنا على النتائج التالية: قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.74 وانحراف معياري قدر بـ 0.335، ومن خلال الوزن النسبي المقدر بـ 91.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكرث الثلاثي يتبين أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمحور الثالث، والتي تؤكد رضا وموافقة أغلبية أفراد العينة على ان الجمعيات الخيرية تستخدم

3- نتائج الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة على أنه: " توجد العديد من الإستثمارات الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية لإنتاج تضامن اجتماعي الي ".
 تم قياسها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة من المحور الثالث تحصلنا على النتائج التالية: قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.74 وانحراف معياري قدر بـ 0.335، ومن خلال الوزن النسبي المقدر بـ 91.33%، وحسب ما ورد في مقياس ليكرث الثلاثي يتبين أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمحور الثالث، والتي تؤكد رضا وموافقة أغلبية أفراد العينة على ان الجمعيات الخيرية تستخدم

استمالة إقناعيه لإنتاج التضامن الآلي، بالتالي توجد العديد من الاستمالة الإقناعية للجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الآلي، وذلك من خلال ان الجمعيات تعتمد في منشوراتها على منصة الفايسبوك مخاطبة المشاعر فهم يستخدمون عبارات عاطفية لإقناع الأفراد بالنشاط الجموعي، ويقومون بتصوير بعض المواقف لتحريك الفطرة الخيرية لدى الفاعلين تجاه العمل الجموعي، واعتمادهم على أحاسيس الأفراد لصناعة التضامن فيما بينهم في منشوراتها على منصة الفايسبوك، بالإضافة إلى استشهدهم بآيات قرآنية وأحاديث نبوية تحرك عاطفة الأفراد عبر صفحاتها على الفايسبوك، فهم يرون أن العاطفة أقرب الإستمالات للإقناع الفاعلين بالعمل الخيري الجموعي، وكل هذه المؤشرات تدل على أن الجمعيات الخيرية تستخدم الإستمالات الإقناعية لإنتاج تضامن اجتماعي الي، ومنه نقول ان الفرضية الثالثة تحققت.

ومن خلال هذه النتائج نقبل الفرضية الثالثة على أنه: " توجد العديد من الإستمالات الإقناعية المستخدمة من طرف الجمعية لإنتاج تضامن اجتماعي الي ".
4- نتائج الفرضية الرابعة:

تنص الفرضية الرابعة على أنه: " التفاعلات الفايسبوكية الجموعية ناجحة لإنتاج تضامن اجتماعي الي ".
 تم قياسها باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والوزن النسبي لكل عبارة من المحور الرابع تحصلنا على النتائج التالية: قيمة المتوسط الحسابي تساوي 2.79 وانحراف معياري قدر ب 0.263، ومن خلال الوزن النسبي المقدّر ب 93%، وحسب ما ورد في مقياس ليكارث الثلاثي يتبين أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة إيجابية نحو جميع العبارات المتعلقة بالمحور الرابع، والتي تؤكد رضا وموافقة أغلبية أفراد العينة على وجود مقومات نجاحة للفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي من طرف الجمعيات الخيرية، وذلك من خلال ان المنشورات على منصة الفايسبوك التي تنشرها جمعيتهم تفاعل من طرف الأفراد الفاعلين والمتابعين، ونشاط الجمعية على صفحة الفايسبوك إلى صناعة الفرد المتضامن والداعم للعمل الخيري، وان جمعيتهم تتلقى إسهامات مادية من نداءات المساعدة المنشورة على صفحة الفايسبوك، بالإضافة إلى كل منشور على منصة الفايسبوك يحقق أهداف الجمعية لزيادة الفاعلية وغرس روح التعاون فهم يرون أن المنشورات تحقق على منصة الفايسبوك أنشطة تضامنية على ارض الواقع، وان الجماعات الافتراضية تتحول على منصة الفايسبوك إلى جماعات واقعية كلما دعت الضرورة، وان الفايسبوك يساهم في رفع الروح الجماعية الفعالة لتقديم المساعدة للمحتاجين، وكل هذه المؤشرات تدل على أن التفاعلات الفايسبوكية الجموعية ناجحة لإنتاج تضامن اجتماعي الي، ومنه نقول ان الفرضية الرابعة تحققت.

ومن خلال هذه النتائج نقبل الفرضية الرابعة على أنه: " التفاعلات الفايسبوكية الجموعية ناجحة لإنتاج تضامن اجتماعي الي ".

خلاصة الفصل:

لقد تضمن هذا الفصل الدراسة الميدانية على مستوى الجمعيات الخيرية بمدينة الوادي، بهدف محاولة التعرف على استخدامات الفايسبوك في الجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الآلي، وذلك من خلال اداة الاستبيان موجهة لفائدة عينة مكونة من واحد وثلاثون (31) قائم وفعال في الجمعيات الخيرية محل الدراسة، فإنه من خلال عرض وتحليل نتائج الدراسة وذلك عبر مراحل وخطوات اتضح أن هناك درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج تضامن اجتماعي الي عالية، بالإضافة إلى استخدام الجمعيات الخيرية المنشورات على صفحتها في الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي، ووجود العديد من الإستمارات الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية لإنتاج تضامن اجتماعي الي، وأن التفاعلات الفايسبوكية الجمعية ناجحة لإنتاج تضامن اجتماعي الي.

خاتمة

خاتمة

لقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة منصة الفيسبوك تحولا واقعيا على العلاقات الاتصالية الانسانية شملت التعارف ومشاركة المضامين داخل الكيان المجتمعي حيث تميز بقوة جمهوره لما قدمه من تسهيل في عملية الاتصال بين الأفراد ووطد العلاقات المتينة وتشاركت فيه الأحاسيس حتى تحققت في معاني التضامن الاجتماعي من خلال اتساع رقعة العمل الخيري التطوعي واعادة انتاج تلك العلاقات الانسانية من تعاون وتكاتف والنهوض لنصرة المظلوم واعانة المحتاج وكلها تثبت المرة بعد الأخرى على قدرة وسائل التواصل الاجتماعي وخاصة الفيسبوك لإنتاج التضامن الآلي .

وهذا ما حولنا اثباته من خلال دراستنا التي تنطلق من استخدام الجمعيات الخيرية للفيسبوك لإنتاج التضامن الاجتماعي الآلي في مدينة الوادي، وتوجت دراستنا بأن منصة الفيسبوك كان لها الأثر الإيجابي الفعال في اتساع رقعة العمل الخيري الجماعي وانتشاره عبر تواصل الأفراد ونقل الآراء وانتاج الأفكار وتبين من خلال دراستنا أن منصة الفيسبوك اعاد الاعتبار للنسق الاجتماعي من خلال الديناميكية الفاعلة التي تضمنت تشاركية الأفراد عن طريق عدة خصائص تضمنتها المنصة منها الدردشة والتعليقات و الإستمالات الانسانية. وأخيرا يمكننا القول بأن هذه الدراسة من بين الدراسات التي عنت وتناولت أثر الواقع الافتراضي على الهيئات الخيرية وغطت جوانب الحياة الإنسانية ونعني به التضامن الاجتماعي الآلي وكلمتنا الأخيرة أملنا أن يتيح بحثنا أفقا علمي لزملائنا الباحثين حتى نصل إلى نتائج تفيد وتحيي العلاقات الإنسانية .

توصيات:

وحتى تؤدي استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الجماعي لإنتاج التضامن الآلي يمكننا ادراج هاته التوصيات:

✓ تسخير كفاءات قادرة على الاستخدام الأمثل للمساحة التواصلية التي توفرها منصة الفيسبوك حتى تبني علاقات اجتماعية راقية مثل ما نشاهده اليوم من نشاطات فاعلة في دعم الفئات الاجتماعية الهشة والحس العالي للشعوب المضطهدة (مثل فلسطين، أوكرانيا،...).

✓ السعي للوصول بخطاب عالمي من خلال تعدد اللغات فالجانب الخطابي وكذا التفاعلات الفيسبوكية الجموعية الناجحة لإنتاج تضامن اجتماعي إلى الدراية بالثقافات الأخرى حتى تستقطب منشورات الهيئات كل الفاعلين بغض النظر عن الثقافة واللغة والدين.

✓ القيام بسياسة تمويل صفحات الفايسبوك لتصل إلى أكبر عدد من المشتركين من صفحة الجمعية إلى صفحات أخرى.

المراجع

الكتب:

- 1- اسماعيل عبدالفتاح عبد الكافي. (2016). شبكات التواصل الانترنت والتأثير على الامن القومي (المجلد ط1). القاهرة: المكتب العربي للمعارف.
- 2- بسام عبد الرحمان مشاغية. (2011). نظريات الاعلام (المجلد ط1). الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- 3- حسن عماد مكاي. (2009-2012). نظريات الاتصال (المجلد ط1، ط2). مصر: دار العربية للنشر والتوزيع.
- 4- ريم ماجد. (2016). منهجية البحث العلمي. لبنان: فريد بالريش.
- 5- طاهر حسو الزبيري. (2011). اساليب البحث العلمي في علم الاجتماع. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- 6- كمال دشلي. (2016). منهجية البحث العلمي. لبنان: جامعة حمادة كلية الاقتصاد.
- 7- محمد منير حجاب. (2000). الاسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية. مصر: دار الفجر للنشر.
- 8- محمد سرحان على محمود. (بلا تاريخ). مناهج البحث العلمي (المجلد ط3). اليمن: دار الكتب.
- 9- مروان عبد المجيد. (2002). تعلم العيش مع داء السكري دون انسولين. بيروت: دار الكتب العلمية.
- 10- مروة عصام صلاح. (2015). الاعلام الالكتروني الاسس والافاق المستقبل (المجلد ط1). عمان: دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 11- منال هلال. (2012). نظريات الاتصال (المجلد ط1). الاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.

المجلات:

- 1- سعد الدين ابراهيم. (1997). دور الجامعات ومراكز البحوث لدعم ثقافة المجتمع المدني.
- 2- سعيده، باعلي جامعة ادرار الجزائر. (2017). دور الجمعيات الخيرية في تفعيل العمل التطوعي. تنظيم وعمل. ادرار: جامعة ادرار.
- 3- سولمية نورية، الطاهر، و غراز. (2005). التضامن الاجتماعي داخل الاحياء الحضرية. (دراسة ميدانية)، مجلة سوسيولوجية ، ط3 (العدد 1)
- 4- فتيحة اوهابية، امال نوازي. (9 مارس، 2006). الاتصال الجماعي اشكاله واجياله وسائله وتقنياته اهدافه. مجلة العلوم الانسانية جامعة محمد حيدر بسكرة.
- 5- وحدى محمد بركات. (2005). تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الإصلاح الاجتماعي بالمجتمع العربي المعاصر، المؤتمر العلمي 18. حلوان.

رسائل واطروحات:

- 1- جوهر الجاموسي. (2016). المجتمع الافتراضي والثورة ومكانة الانترنت في نشأة مجتمع مدني عربي. المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات قطر.
- 2 سميش وداد. (2009-2010). الصحفيون الجزائريون ومصادر المعلومة الالكترونية. جامعة منتوري قسطينة.
- 3 -عبد الحق على ابراهيم. (2016). دور السلوك التعليمي لاداء المنظمات الخرطوم. جامعة السودان.
- 6- عبد القادر درقاوي. (2015). الفيس بوك في الوطن العربي. مجلة جيل الدراسات السياسية والعلاقات الدولية.

7-فاطمة رومات. (2023). المجتمع المدني والديمقراطية في عصر شبكات التواصل الاجتماعي. دراسات ميدانية الولايات المتحدة الامريكية انموذجا.

الملاحق

ملحق رقم (01): استمارة الاستبيان



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم العلوم الاجتماعية



بغرض إعداد مذكرة ماستر تخصص علم اجتماع اتصال موسومة بـ:

" استخدامات الفايسبوك في الجمعيات الخيرية لإنتاج التضامن الآلي

- دراسة ميدانية على عينة من جمعيات خيرية بمدينة الوادي -"

نتقدم إليكم بهذا الاستبيان للإجابة عن الأسئلة بوضع العلامة (X) في الخانة المناسبة

تقبلوا منا أسمى عبارات الاحترام والتقدير واعلموا أن هذه الإجابات لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي

إشراف: الدكتور فيصل بوراس

من إعداد الطالبين:

- ضيات أحمد

- سويحي سالم

السنة الجامعية: 2024/2023

القسم الأول: البيانات الشخصية والوظيفية

1- الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

2- السن:

☐ [27 - 18] ☐ [37 - 28]

☐ [47 - 38] ☐ [57 - 48]

☐ [67 - 58]

3- المستوى التعليمي:

☐ ابتدائي ☐ متوسط

☐ ثانوي ☐ جامعي

4- إمتداد نشاط الجمعية الخيرية:

☐ ولائي ☐ محلي

4- إسم الجمعية الخيرية:

.....

القسم الثاني: محاور الدراسة

المحور الأول: درجة اعتماد الجمعية الخيرية على الفايسبوك لإنتاج التضامن الآلي

الرقم	العبرة	موافق	معارض	محايد
01	يستخدم الفاعلين صفحتكم الخاصة على منصة الفايسبوك لتحقيق التكافل الاجتماعي.			
02	تعتبر جمعيتكم منصة الفايسبوك وسيلة مكملّة لوسائل اتصالية أخرى.			
03	تنشر جمعيتكم أي نشاط على منصة الفايسبوك.			
04	هل وصلتكم إلى مرحلة دعم صفحتكم حتى تصل لأكثر فاعلين			
05	تجعل جمعيتكم المنشورات على منصة الفايسبوك من أولوياتها.			
06	ترى جمعيتكم أن الاعتماد على منصة الفايسبوك الوسيلة المتاحة لترويج أنشطتها والتواصل مع المتضامنين في العمل الخيري الجماعي.			
07	تعتمد جمعيتكم في جميع أنشطتها على منصة الفايسبوك بدلا من وسائل اتصالية أخرى.			
08	تضمن المنشورات على منصة الفايسبوك نجاح عملية التماسك الاجتماعي			

المحور الثاني: طبيعة المنشور الفايسبوكي المستخدم من طرف الجمعية لإنتاج التضامن الآلي

الرقم	العبرة	موافق	معارض	محايد
09	تستخدم جمعيتكم نصوص مكتوبة على منصة الفايسبوك لحث الأفراد نحو العمل الجماعي .			
10	تعتمد جمعيتكم على نشر مقاطع الفيديو على صفحة الفايسبوك وسيلة لحث الأفراد على المساهمة في التضامن والتعاون داخل المجتمع.			
11	تعتبر جمعيتكم الصورة وسيلة لحث المتابعين والفاعلين على التعاون والتضامن.			
12	تعتبر جمعيتكم الصورة ومقاطع الفيديو لتوليد وانتاج الاحساس الانساني.			
13	تعتمد صفحتكم على الحوار مع الفاعلين لاستكشاف فئات جديدة داعمه للعمل الخيري الجماعي.			
14	تستخدم الجمعية في منشوراتها على منصة الفايسبوك الكلمة الواضحة و المعبرة للوصول بإحساس الانسان بمحيطه الإنساني والتعاون			

المحور الثالث: الاستمالة الاقناعية المستخدمة من طرف الجمعية الخيرية لإنتاج التضامن الآلي

الرقم	العبارة	موافق	معارض	محايد
15	تعتمد الجمعية في منشوراتها على منصة الفايسبوك مخاطبة المشاعر.			
16	تستخدم الجمعية عبارات عاطفية لإقناع الأفراد بالنشاط الجمعي			
17	تصور الجمعية بعض المواقف لتحريك الفطره الخيرية لدى الفاعلين تجاه العمل الجمعي.			
18	تعتمد جمعيتكم على أحاسيس الأفراد لصناعة التضامن فيما بينهم في منشوراتها على منصة الفايسبوك.			
19	تستشهد جمعيتكم بآيات قرآنية وأحاديث نبوية تحرك عاطفة الأفراد عبر صفحتها على الفايسبوك.			
20	تستخدم جمعيتكم أساليب جذابة تحفز الأفراد على التبرع والمشاركة في العمل الخيري الجمعي.			
21	تري الجمعية أن العاطفة أقرب الاستمالات للإقناع الفاعلين بالعمل الخيري الجمعي.			

المحور الرابع: ماهي مقومات نجاح الفايسبوك في إعادة إنتاج التضامن الآلي

الرقم	العبارة	موافق	معارض	محايد
22	تجد المنشورات على منصة الفايسبوك التي تنشرها جمعيتكم تفاعل من طرف الأفراد الفاعلين والمتابعين.			
23	تصل منشورات ونشاط جمعيتكم على صفحة الفايسبوك إلى صناعة الفرد المتضامن والداعم للعمل الخيري.			
24	تتلقي جمعيتكم إسهامات مادية من نداءات المساعدة المنشورة على صفحة الفايسبوك			
25	كل منشور على منصة الفايسبوك يحقق أهداف الجمعية لزيادة الفاعلية وغرس روح التعاون.			
26	تحقق المنشورات على منصة الفايسبوك أنشطة تضامنية على ارض الواقع.			
27	تتحول الجماعات الافتراضية على منصة الفايسبوك إلى جماعات واقعية كلما دعت الضرورة.			
28	يساهم الفايسبوك في رفع الروح الجماعية الفعالة لتقديم المساعدة للمحتاجين.			

ملحق 02: جدول المحكمين

الرقم	اسم ولقب الأستاذ	الجامعة
01	الدكتور: ذهبي ابراهيم	جامعة الشهيد حمه لخضر -الوادي
02	الدكتور: سالم يعقوب	جامعة الشهيد حمه لخضر -الوادي
03	الدكتور: لبيهي خديجة	جامعة الشهيد حمه لخضر -الوادي

ملاحق رقم (03): بعض مخرجات برنامج spss

Corrélations

		المحور الكلي	المحور الاول	المحور الثاني	المحور الثالث	المحور الرابع
المحور الكلي	Corrélation de Pearson	1	.704**	.723**	.786**	.772**
	Sig. (bilatérale)		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
المحور الاول	Corrélation de Pearson	.704**	1	-.169-	.192	-.011-
	Sig. (bilatérale)	.000		.476	.416	.962
	N	20	20	20	20	20
المحور الثاني	Corrélation de Pearson	.723**	-.169-	1	.071	.474*
	Sig. (bilatérale)	.000	.476		.767	.035
	N	20	20	20	20	20
المحور الثالث	Corrélation de Pearson	.786**	.192	.071	1	.399
	Sig. (bilatérale)	.000	.416	.767		.081
	N	20	20	20	20	20
المحور الرابع	Corrélation de Pearson	.772**	-.011-	.474*	.399	1
	Sig. (bilatérale)	.000	.962	.035	.081	
	N	20	20	20	20	20

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.752	8

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.693	6

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.708	7

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.664	7

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.768	28

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	21	67.7	67.7	67.7
	انثى	10	32.3	32.3	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

المستوى التعليمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	متوسط	1	3.2	3.2	3.2
	ثانوي	7	22.6	22.6	25.8
	جامعي	23	74.2	74.2	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

امتداد نشاط الجمعية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ولائي	25	80.6	80.6	80.6
	محلي	6	19.4	19.4	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

اسم الجمعية الخيرية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	جمعية العطاء والتكافل الاجتماعي	8	25.8	25.8	25.8
	جمعية الايادي البيضاء الجزائرية	4	12.9	12.9	38.7
	جمعية ايثار	8	25.8	25.8	64.5
	جمعية البركة	5	16.1	16.1	80.6
	جمعية الارشاد والاصلاح	6	19.4	19.4	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

العمر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	[18-27]	3	9.7	9.7	9.7
	[28-37]	6	19.4	19.4	29.0
	[38-47]	6	19.4	19.4	48.4
	[48-57]	11	35.5	35.5	83.9
	[58-67]	5	16.1	16.1	100.0
	Total	31	100.0	100.0	

س1

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	31	100,0	100,0	100,0

س2

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	4	12,9	12,9	12,9
	محايد	1	3,2	3,2	16,1
	موافق	26	83,9	83,9	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س3

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

Valide	معارض	2	6,5	6,5	6,5
	محايد	1	3,2	3,2	9,7
	موافق	28	90,3	90,3	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س4

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	11	35,5	35,5	35,5
	محايد	3	9,7	9,7	45,2
	موافق	17	54,8	54,8	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س5

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	5	16,1	16,1	16,1
	محايد	1	3,2	3,2	19,4
	موافق	25	80,6	80,6	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س6

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	9	29,0	29,0	29,0
	موافق	22	71,0	71,0	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س7

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	13	41,9	41,9	41,9
	محايد	5	16,1	16,1	58,1
	موافق	13	41,9	41,9	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س8

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	4	12,9	12,9	12,9
	محايد	3	9,7	9,7	22,6
	موافق	24	77,4	77,4	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س9

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	1	3,2	3,2	3,2
	موافق	30	96,8	96,8	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س10

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موافق	31	100,0	100,0	100,0

س11

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	1	3,2	3,2	3,2
	محايد	1	3,2	3,2	6,5
	موافق	29	93,5	93,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س12

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	1	3,2	3,2	3,2
	موافق	30	96,8	96,8	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س13

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	--	-----------	-------------	-----------------------	-----------------------

Valide	معارض	2	6,5	6,5	6,5
	موافق	29	93,5	93,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س14

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	2	6,5	6,5	6,5
	موافق	29	93,5	93,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س15

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	4	12,9	12,9	12,9
	محايد	2	6,5	6,5	19,4
	موافق	25	80,6	80,6	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س16

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	1	3,2	3,2	3,2
	محايد	5	16,1	16,1	19,4
	موافق	25	80,6	80,6	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س17

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	محايد	1	3,2	3,2	3,2
	موافق	30	96,8	96,8	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س18

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	3	9,7	9,7	9,7
	محايد	2	6,5	6,5	16,1
	موافق	26	83,9	83,9	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س19

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	2	6,5	6,5	6,5
	محايد	1	3,2	3,2	9,7
	موافق	28	90,3	90,3	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س20

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	1	3,2	3,2	3,2
	محايد	3	9,7	9,7	12,9
	موافق	27	87,1	87,1	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س21

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	9	29,0	29,0	29,0
	محايد	2	6,5	6,5	35,5
	موافق	20	64,5	64,5	100,0
	Total	31	100,0	100,0	

س22

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	معارض	1	3,2	3,2	3,2

محاييد	1	3,2	3,2	6,5
موافق	29	93,5	93,5	100,0
Total	31	100,0	100,0	

س23

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide محاييد	1	3,2	3,2	3,2
موافق	30	96,8	96,8	100,0
Total	31	100,0	100,0	

س24

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	4	12,9	12,9	12,9
محاييد	2	6,5	6,5	19,4
موافق	25	80,6	80,6	100,0
Total	31	100,0	100,0	

س25

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	4	12,9	12,9	12,9
محاييد	2	6,5	6,5	19,4
موافق	25	80,6	80,6	100,0
Total	31	100,0	100,0	

س26

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide محاييد	1	3,2	3,2	3,2
موافق	30	96,8	96,8	100,0
Total	31	100,0	100,0	

س27

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	8	25,8	25,8	25,8

محايد	1	3,2	3,2	29,0
موافق	22	71,0	71,0	100,0
Total	31	100,0	100,0	

س28

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide معارض	1	3,2	3,2	3,2
محايد	1	3,2	3,2	6,5
موافق	29	93,5	93,5	100,0
Total	31	100,0	100,0	

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
س1	31	3,00	,000
س2	31	2,71	,693
س3	31	2,84	,523
س4	31	2,19	,946
س5	31	2,65	,755
س6	31	2,42	,923
س7	31	2,00	,931
س8	31	2,65	,709
محور 1	31	2,5565	,23901
N valide (liste)	31		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
س9	31	2,97	,180
س10	31	3,00	,000
س11	31	2,90	,396
س12	31	2,97	,180
س13	31	2,87	,499
س14	31	2,87	,499
محور 2	31	2,9301	,14766
N valide (liste)	31		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
--	---	---------	------------

س15	31	2,68	,702
س16	31	2,77	,497
س17	31	2,97	,180
س18	31	2,74	,631
س19	31	2,84	,523
س20	31	2,84	,454
س21	31	2,35	,915
محور 3	31	2,7419	,33487
N valide (liste)	31		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
س22	31	2,90	,396
س23	31	2,97	,180
س24	31	2,68	,702
س25	31	2,68	,702
س26	31	2,97	,180
س27	31	2,45	,888
س28	31	2,90	,396
محور 4	31	2,7926	,26300
N valide (liste)	31		

