

دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل التطوعي داخل منظمات المجتمع المدني
- قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير - أنموذجا -

The role of public relations in civil society organizations in the management of
volunteerism

Field study on the public relations section of the Nas El Khair

سفيان فاسي¹، عبيدة صبطي²

¹ جامعة محمد خيضر بسكرة، مخبر التغير الاجتماعي والعلاقات العامة في الجزائر (الجزائر)،

sofiane.faci@univ-biskra.dz

² جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)، abida.sabti@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام : 2024-10-22؛ تاريخ القبول : 2024-12-10

ملخص :

هدفت الدراسة الحالية إلى تبيان دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل التطوعي داخل منظمات المجتمع المدني، وقد فضلنا التركيز هنا على قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير، لكونه يواكب التطورات التكنولوجية الحديثة و الوسائط الرقمية الذكية في الترويج للنشاطات الاجتماعية والأعمال الخيرية ونشر ثقافة العمل التطوعي لدى مختلف فئات المجتمع، كما تم إلقاء الضوء على أهم المبادئ و الخطط الإستراتيجية التي ساهمت في تحقيق وتعزيز أواصر التضامن العضوي والكلي للجمعية وعكست لنا قوة الرباط و الألفة الاجتماعية بين أعضائها، وبالتالي تحسين السمعة الرقمية للجمعية.

الكلمات المفتاحية : الدور؛ العلاقات العامة الرقمية؛ العمل التطوعي؛ منظمات المجتمع المدني؛ جمعية سنابل الخير

Abstract : The present study aims to demonstrate the role of digital public relations in promoting volunteerism within civil society organizations And we preferred to focus here on the public relations section of the Sanabel Al-Khair Society, As it keeps pace with modern technological developments and smart digital media in promoting social activities and philanthropy and spreading the culture of volunteerism among different groups of society and highlighted the most important principles and strategic plans that contributed to the achievement and strengthening of the Association's organic and total solidarity and reflected the strength of Rabat and social familiarity among its members. and thus improve the Society's digital reputation, and this study is based on a theoretical ground based in its approach on the analytical descriptive approach in which we used a questionnaire form, observation and interview as essential tools for data collection, The study was applied to the case of the Public Relations Department of the Sanabel al-Khair Society of Algeria

Keywords : Role; Digital Public Relations; Volunteerism; Civil Society Organizations; Sanabel Al Khair Society.

* المؤلف المراسل

1- مقدمة

يشهد العالم اليوم مجموعة من التغيرات والتطورات المتسارعة في جميع ميادين الحياة وعلى كافة الأصعدة الاقتصادية و السياسية و الثقافية و الاجتماعية، والتي أفرزتها مجموعة من العوامل كالثورة الرقمية والذكاء الاصطناعي في ميادين تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات حيث تمكنت هذه الأخيرة من تسهيل قدرة الاتصال والتواصل، فضلا عن التفاعل وتبادل وجهات النظر، و أدت إلى تغير الأدوار و الوظائف التي يقوم بها الفرد داخل النسق العام الذي ينتمي إليه كما نجحت هذه الثورة من إنتاج وإعادة إنتاج نمط جديد من المجتمعات، أطلق عليه اسم مجتمعات المعرفة والتي تستمد قوامها من التكنولوجيا الحديثة والانفجار المعلوماتي إذ أصبحت الدول المتقدمة اليوم لا تقاس بما تملكه من ثروات ومنشآت بل بما تخزن من معارف ومعلومات، ومن تداعيات هذه الثورة الاتصالية، أن نجاح الإنسان المعاصر في بلوغ أهدافه يتوقف على قدرته في تحقيق اتصال فعال، ومع التطور الحياة الاجتماعية في العصر الحديث ازدادت أهمية الاتصال وتعددت شبكة العلاقات فلا تكادوا تخلو المجتمعات اليوم من العلاقات العامة والمصالح المتبادلة التي تتطلب استراتيجيات فعالة للتواصل و التفاعل، لذا أصبح قسم العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من هيكل أي مؤسسة، نظرا لما يقدمه من تنسيق بين إدارات المؤسسة وجمهورها، وقدرته على التحكم في العمليات الاتصالية التي تتم بين المستويات الإدارية والتنظيمية.

وتعتبر العلاقات العامة الرقمية أحد الدعامات الأساسية لتحقيق هذا التفاعل والانسجام و الاستقرار بين الأفراد داخل المجتمع، حيث تعتبر لبنة أساسية في النسيج الاجتماعي، وذلك لما تقدمه من خدمات في مجال الإعلام والاتصال والتسويق، إذ تعد من أهم و أبرز قنوات الاتصال لأنها تؤدي دورا كبير في البحث عن إنشاء وتدعيم التفاهم المتبادل بين الناس، وبين المؤسسات والمنظمات والجماهير المتعاملة معها، وهذا من أجل تحقيق السمعة الطيبة و التأثير على الرأي العام..

وقد استخدم مصطلح العلاقات العامة الرقمية بمعناه الحديث بعد الثورة الصناعية كحقل أكاديمي ومهني مستقل، لأن ممارسي العلاقات العامة في العصور و الحضارات القديمة لم يعرفوا مدى تأثير هذه العلاقات على شعوبهم، لأنهم كانوا يستخدمون طرق تقليدية في التواصل، مثل كتابة الخطب للمسؤولين وكتابة النشرات والبيانات الصحفية وتنظيم تظاهرات وغيرها من أساليب الاتصال، أي أن هذه الممارسات لم تخضع لأسس و استراتيجيات علمية ومنهجية منظمة للتأثير في الرأي العام، إلا بعد جهود بعض العلماء في العصر الحديث حيث انتقلت العلاقات العامة من الطابع التقليدي إلى الطابع الرقمي، و بذلك أصبح نشاط العلاقات العامة الرقمية جزءا لا يتجزأ من نشاط المنظمات التي تسعى للحصول على ثقة الجمهور وتأييده، مما أدى إلى توسع ممارسته في كافة أنحاء العالم.

لذا أضحت العلاقات العامة الرقمية تمثل وظيفة إستراتيجية اتصالية تساعد من خلالها أي مؤسسة أو منظمة على التكيف مع جماهيرها الداخلية والخارجية، في إطار تحقيق الأهداف و المصالح المشتركة، و أصبح قياس نجاح أي منظمة مرتبط بمدى مساهمة وفعالية قسم العلاقات العامة وممارستها، لأنهم يقومون بعدة وظائف أساسية، مثل القيام بالبحث والتخطيط والتنظيم للبرامج و الأنشطة

الاتصالية وذلك باستخدام التكنولوجيا الحديثة كاستضافة المؤثرين الاجتماعيين وصناع المحتوى و بث مقاطع فيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تحقيق الأهداف الإستراتيجية وتسهيل عملية الاتصال بين الأنساق الفرعية للمنظمة وجمهورها وتحسين صورتها وسمعتها في المحيط الخارجي.

و تعد العلاقات العامة الرقمية في الوطن العربي عامة وفي الجزائر خاصة وظيفة حديثة لم تظهر بصورتها التي تعرف في الوقت الراهن، إلا بعد ثمانينات القرن الماضي، فقامت بإنشاء إدارات ومراكز علاقات عامة غرضها الأساسي إيجاد علاقة قوية ووطيدة في المنظمات الحكومية والغير حكومية، كمنظمات المجتمع المدني، وقد لقي مصطلح المجتمع المدني رواجاً أكاديمياً في العقدين الآخرين سواء على الصعيد العالمي أو العربي، لما يقوم به من أعمال تفيد الفرد و المجتمع مبنية على أساس المساواة واحترام حقوق الإنسان المشروعة.

وتعتبر الجزائر من الدول التي دفعتها الظروف الاقتصادية و الأزمة السياسية التي عرفها نظام الحزب الواحد (الاشتراكية) إلى إيجاد حلول للوضعية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية للبلاد، لذ عمدت الدولة الجزائرية الانتقال من مرحلة الدولة المتسلطة والحزب الواحد إلى المرحلة المدنية أو تقاسم السلطة مع ما يسمى منظمات المجتمع المدني، والتي تتكون من مختلف التنظيمات و الأحزاب السياسية و النقابات والجمعيات، وهذا من أجل تعزيز دور المجتمع المدني كأحد أدوات التغيير و الإصلاح في المجتمع.

ولمواكبة الدول المتطورة في عملية التنمية، قامت الدولة بالتركيز على العمل التطوعي من خلال فتح المجال أمام إنشاء الجمعيات بمختلف أشكالها و أبعادها حتى تكون لها فاعلية في معالجة القضايا الاجتماعية وتعزيز الظروف المعيشية و الحقوق الإنسانية، حيث أن هذه الجمعيات الخيرية تسعى دائماً إلى الاهتمام بالفئات الهشة والمعوزين و رعاية الأيتام ومرضى السرطان، ونشر الوعي الصحي، وكلها تهدف للنهوض بالمجتمع والرقى به نحو الأفضل.

فثقافة العمل التطوعي لما تشمله من أبعاد وقيم وممارسات لا بد لها من جهاز العلاقات العامة يضم في خيلته ممارسين ذات كفاءة وخبرة في إدارة العمل التطوعي، يستخدمون تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مخططاتهم و إستراتيجياتهم الاتصالية، من أجل الحفاظ على التماسك والتناسق الاجتماعي للجمهور الداخلي والخارجي، وتعزيز مشاركة المتطوعين و زيادة الوعي والتفاعل مع المبادرات الخيرية، لمواجهة التحديات والمعوقات التي تحد من انتشار ثقافة العمل الخيري.

و انطلاقاً مما سبق وبناء على الأهمية الكبيرة التي تقدمها العلاقات العامة الرقمية في مجال نشر وتعزيز العمل التطوعي، من خلال منظمات المجتمع المدني، فإن الإشكالية التي تسعى دراستنا إلى البحث فيها تتمثل في توضيح مدى إسهام ودور العلاقات العامة الرقمية بجهازها وممارسيها في تعزيز العمل التطوعي وتفعيل ثقافته بين مختلف فئات المجتمع، وعليه يمكن صياغة سؤال البحث الرئيس على هذا النحو:

كيف تساهم العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل التطوعي داخل منظمات المجتمع المدني؟

وتتدرج عنه هذه التساؤلات الفرعية الآتية:

1. كيف يساهم قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير في تعزيز ونشر ثقافة العمل التطوعي؟
 2. كيف يساهم استخدام التكنولوجيا الحديثة لقسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير في كسب ثقة الجمهور الداخلي و الخارجي؟
 3. ما هي الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة المستخدمة من قبل ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير في تعزيز العمل التطوعي؟
- في حين تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تستقصي دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل التطوعي داخل منظمات المجتمع المدني، لاسيما أن جمعية سنابل الخير تطبق مشروع العلاقات العامة الرقمية بقسم خاص لها، مما أحدثت تغيرات جذرية في ملامح العمل التطوعي سواء في هيكلها التنظيمي أو في أشكال اتصالها بجمهورها الداخلي والخارجي. كما تكمن أهمية هذه الدراسة في معرفة مدى فعالية وكفاءة قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير، كون هذا القسم يميزها عن باقي الجمعيات الخيرية، وهذا ما يدل على مدى مواكبتها للتطور التكنولوجي خاصة في جانبه التنظيمي والإداري. والكشف عن الصلاحيات الممنوحة لقسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير، في ممارسته لمهامه ووظائفه عبر مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك- التلغرام- البريد الإلكتروني- الانستغرام) ومدى تحقيقه للتغذية الراجعة بعد قيامه بعملية الاتصال والتواصل.

كما يمكن حصر أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- التعرف على مدى التعاون والتكامل والتناسق بين جهاز العلاقات العامة ومنظمات المجتمع المدني في تعزيز العمل التطوعي ونشر ثقافته بين مختلف فئات المجتمع.
- التعرف على أهم الاستراتيجيات الاتصالية الحديثة المستخدمة من قبل ممارسي العلاقات العامة في تفعيل العمل التطوعي.
- الوقوف على مدى استخدام ممارسي العلاقات العامة للتكنولوجيا الحديثة في إدارة العمل التطوعي.
- معرفة أهم الوسائل والأساليب التكنولوجية الحديثة المستخدمة من قبل قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير في كسب ثقة جمهورها الداخلي والخارجي.

أما عن الدراسات السابقة فجاءت كمايلي:

الدراسة الأولى : دراسة عذراء علاوة عيواج (2024) (عيواج، 2024)

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر العلاقات العامة الرقمية للجمعيات الخيرية الناشطة بمدينة جدة بالمملكة العربية السعودية على تفاعل الجمهور الخارجي مع العمل التطوعي، و لدراسة هذا الأثر أجريت

دراسة ميدانية على عينة من متتبعي منشورات الجمعيات الخيرية عبر مختلف تطبيقات العلاقات العامة الرقمية، وقد تمت صياغة تساؤل الدراسة على النحو التالي :

ما هو أثر العلاقات العامة الرقمية للجمعيات الخيرية الناشطة بمدينة جدة على تفاعل الجمهور الخارجي مع العمل التطوعي ؟

تفرعت عنه الأسئلة التالية :

- ما هي أهم تطبيقات العلاقات العامة الرقمية التي يتابع من خلالها الجمهور الخارجي أخبار الجمعيات الخيرية؟

- ما مدى ثقة المبحوثين فيما تنشره الجمعيات الخيرية عبر تطبيقات العلاقات العامة الرقمية؟

- ما درجة اعتماد المبحوثين على تطبيقات العلاقات العامة الرقمية للجمعيات الخيرية في تشكيل تصورات معرفية حول العمل التطوعي ؟

- ما أشكال تفاعل عينة الدراسة مع منشورات الجمعيات الخيرية عبر تطبيقات العلاقات العامة الرقمية؟ حيث اعتمدت الباحثة في دراستها الوصفية الإعلامية، على منهج المسح بالعينة وذلك بالنسبة للجمهور الخارجي للجمعيات الخيرية المتتبع لها عبر وسائط وتطبيقات العلاقات العامة ولاستحالة الحصول على جميع المفردات، ثم الاعتماد على العينة العمدية في اختيار الأفراد والمقدر عددهم ب 321. كما اعتمدت الباحثة في جمع البيانات الميدانية على استمارة الاستبيان كأداة أساسية و الملاحظة كأداة ثانوية، و قد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها :

- يثق المبحوثين في منشورات الجمعيات الخيرية لعدة أسباب من بينها أن هذه الجمعيات تقدم خدمات جليلة للمجتمع، وتحظى بسمعة جيدة، نتيجة أنشطتها الفعالة في الميدان و المساعدات الكثيرة التي قدمتها للمعوزين .

- وجود أبعاد الاتصال الحواري على مستوى ممارسات العلاقات العامة الرقمية للجمعيات الخيرية التي ظهرت من خلال: سهولة استخدام الموقع الإلكتروني وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي، التي تقدم معلومات مفيدة للجمهور، من خلال تكرار زيارة المبحوثين للمواقع.

- أثرت متابعة المبحوثين لمنشورات العلاقات العامة الرقمية للجمعيات الخيرية عبر مختلف التطبيقات بشكل إيجابي على تصوراتهم اتجاه تلك الجمعيات وثقتهم في منشوراتها.

الدراسة الثانية : دراسة صفوان كافي و نور الدين مبني (2021) (كافي و مبني، 2012)

حيث هدفت هذه الدراسة إلى البحث في دور أجهزة العلاقات العامة بمفهومها الحديث ووظائفها المتكاملة في عملية تسويق المؤسسة الخيرية الدولية، وللبحث في هذه العلاقة أجريت دراسة ميدانية بإحدى المؤسسات الخيرية الدولية العاملة بدول القارة الإفريقية ممثلة في جمعية العون المباشر Direct Aid بإفريقيا، حيث كانت إشكالية الدراسة كالتالي: كيف يتجلى دور العلاقات العامة بالمؤسسة الخيرية الدولية في تسويق مشاريعها بالقارة الإفريقية ؟

- وانبثقت عن هذه الإشكالية مجموعة من أسئلة أهمها: ما دور العلاقات العامة في المؤسسة الخيرية الدولية؟
 - ما أهم وظائف العلاقات العامة التي تعمل المؤسسة الخيرية الدولية على تطويرها في مجال العمل التطوعي ؟
 - كيف تساهم العلاقات العامة بالمؤسسة الخيرية الدولية في تدعيم الجهود التسويقية لمشاريعها بالقارة الإفريقية؟
 - واستخدمت الباحثان في دراستهم هذه على المنهج الوصفي (منهج قائم على الوصف والتحليل) وكانت العينة على القائم بالاتصال (جهاز إدارة العلاقات العامة بالمؤسسة الخيرية الدولية)، كما أن مجتمع البحث كان مقسم على أقاليم 06، من خلال الاعتماد على العينة الطبقية العشوائية، كما تم الاعتماد على أداة الاستبيان وعلى المقابلة كأدوات لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
 - تساهم أنشطة العلاقات العامة في زيادة فعالية المؤسسة بمحيطها، ولأن بعض المكاتب فيها نقص فإن بعض النتائج جاءت ضعيفة، وهو إثبات لأهمية العلاقات العامة إن استثمرت فيها نجحت و إن أهملتها تعطلت بعض المصالح الهامة.
 - بناء العلاقات الوطيدة مع مؤسسات المجتمع المدني و الإدارات الحكومية الرسمية من بين أهم برامج العلاقات العامة التي تحتاج إليها المؤسسات الخيرية الدولية ما يسهل من تحركهم وتنفيذهم للمشاريع الخيرية.
 - كما أكدت النتائج اهتمام المؤسسة الخيرية الدولية بعلاقتها مع المتبرع من خلال رفع تقارير له قبل أثناء وبعد تنفيذ المشاريع و إظهار أثرها على المستفيد، وتقده في المناسبات بالتهنئة ووسائل الشكر كجزء مهم ضمن أنشطة العلاقات العامة المفيدة للجهود التسويقية. الدراسة الثالثة :
- دراسة سلمى حمدوك (2018) (حمدوك، 2018)**
- وقد هدفت هذه الدراسة بالبحث في العلاقات العامة ودورها في العمل التطوعي من خلال دراسة ميدانية على حالة المنظمة الوقفية لرعاية الأيتام تبلورت إشكالية الدراسة حول السؤال المحوري التالي:
 - ما مدى التطور الذي حدث في الجوانب الإدارية لإدارة العلاقات العامة بالمنظمات؟
 - تفرعت عنه الأسئلة التالية :
 - ما هو مستوى تأهيل ممارسي العلاقات العامة و ما مدى كفاءتهم الإدارية بالمنظمات ؟
 - ما هي الأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة بالمنظمات الطوعية ؟
 - ما مدى توفر الإمكانيات المادية و البشرية و المعلوماتية التي تتيح لإدارة العلاقات العامة لممارسة عملها بصورة جديدة ؟

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، التي هدفها الحصول على الحقائق المتعلقة بالجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع المدروس. حيث وظفت الباحثة المنهج الوصفي لدراسة موضوع العلاقات العامة ودورها في العمل التطوعي. تم اختيار كل أفراد المجتمع المتمثل في العاملين في الوقفية لرعاية الأيتام كعينة للدراسة ويبلغ عددهم (43) كعينة قصدية مسحية، حيث اعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان بصفة أساسية لجمع البيانات من المبحوثين الذين أجريت عليهم الدراسة، من خلال الاعتماد على الدراسات السابقة في صياغة الأسئلة، ثم تطبيقها على العاملين في الوقفية لرعاية الأيتام، و ذلك للإجابة على تساؤلات الدراسة. وتألّفت الاستبانة من (34) عبارة موزعة على أربعة محاور، وقد جاءت نتائج الدراسة كالتالي :

- بينت الدراسة أن هناك تطور في الجوانب الإدارية لإدارة العلاقات العامة حيث هناك تطوير وزيادة توعية الناس للخدمات المقدمة عن طريق الإعلانات و الترويج .
- أوضحت الدراسة أن مستوى توفر الإمكانيات المادية و البشرية التي تنتج إدارة العلاقات العامة كان مرتفع، حيث تتبع المنظمة الأسس و المعايير العلمية عند تصميم البرنامج التدريبي .
- بينت الدراسة أن المنظمة تعمل على رفع قدرة المتدربين على إستيعاب التقنية الحديثة من خلال توفير البيئة الجيدة كقاعات العرض والصيانة .

التعليق على الدراسات السابقة:

إن الاعتماد على الدراسات السابقة أمر في غاية الأهمية مما يساعد في ضبط وصياغة الجانب النظري بدءا من إشكالية الدراسة وتحديد أبعادها ومؤشراتها ومنهجها وصولا إلى بناء الاستمارة وتوزيعها على عينة الدراسة، ومن جوانب الاستفادة العلمية للدراسات السابقة ما يلي:

- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في من ضبط وصياغة الجانب النظري.
- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في صياغة وضبط أدوات الدراسة وبناء الأسئلة الخاصة بالاستبيان.

- كما استفدنا في عملية اختيار المنهج المناسب باعتبار أن الدراسات السابقة اعتمدت في غالبيتها على المنهج الوصفي الذي يعتبر مهما جدا في وصف الظاهرة كما تحدث في الواقع.

إن هذه الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها شكلت أرضية خصبة لبناء الدراسة الحالية، التي شكلت إطارا نظريا وعلميا ساهم في بلورة وإسناد جانب من جوانب دراستنا.

1. البناء لمفاهيمي لمتغيرات الدراسة:

1.1 مفهوم الدور :

1.1.1 تعريف الدور من الناحية اللغوية: فالدال والواو والراء من أصل واحد وفي اتصال بعضهما ببعض

تصح دور والذي يدل على إحداق الشيء بالشيء من حواليه (بن زكرياء، 1979، ص 310).

تعريف الدور من الناحية الاصطلاحية: يعرفه الأستاذ عبد المجيد سالمى: بأنه مجموعة أنماط سلوكيات

الفرد تمثل المظهر الدينامي للمكانة وترتكز على الحقوق و الواجبات المتعلقة بها، بمعنى آخر يتحدد الدور

على أساس متطلبات معينة تنعكس على توقعات الأشخاص لسلوك الفرد الذي يحتل مكانة ما في أوضاع معينة (فاسي و صبطي، 2024، ص 353).

2.1 مفهوم العلاقات العامة

1.2.1 العلاقة لغة:

العَلَقُ: الدم الجامد قبل أن يَنْبَسَ وَدُوَيْبَةُ حَمَاءٍ تَكُونُ فِي الْمَاءِ تَأْخُذُ بِالْحَلْقِ، وَمَأْخُوذُهَا مَعْلُوقٌ، والذي يعلق عليه الْبَكْرَةُ من الْقَامَةِ، وكذلك كل شيء يُعَلَّقُ بِهِ أو عليه الشيء، وقيل: العَلَقُ: الخُطَافُ نفسه، وقيل: سَيَّرَ يجعل فوق فُرُوجِ الدُّلْوِ ثم يخرج عليها (طافي، 1994، ص 176).

2.2.1 العلاقة اصطلاحاً:

يشير مصطلح العلاقة إلى "رابطة بين شيئين أو ظاهرتين تستلزم تغيير إحدهما تغيير الأخرى، وأن مبدأ العلاقة هي أحد مبادئ التفكير لأن العمل الذهني في جملته ربط بين طرفين أحدهما بالآخر (بركات، 2016، ص 21).

يعريفها إيفي لي: (Ivy Ledbetter Lee): الأب الروحي للعلاقات العامة كما يسمونه، حيث يرى أن مهنة العلاقات العامة تتصل بالإعلام ونشر المعلومات الصحيحة عن المنظمة للجمهور وذلك لكسب وده، وتستخدم في ذلك الأخبار و الصور و إذاعة البيانات و التعليقات وعرض الأفلام وتنسيق المعارض والندوات، كذلك تستخدم أساليب الدعاية عندما تقوم بالتأثير الانفعالي على الجماهير، كما تلجأ إلى الإعلان بوسائله المختلفة، وقد تنطوي أنشطة العلاقات العامة على بعض النواحي التعليمية و التثقيفية لجماهير المنظمة الداخلية والخارجية (غريب، 2006، ص 49).

أما تعريف العلاقات العامة الرقمية: فهي من المفاهيم التي مرت بعدة مراحل و أخذت عدة مسميات حتى استقر هذا المفهوم، فقد ارتبط هذا المفهوم بمصطلحات مثل: الانترنت، ووسائل الإعلام الجديدة، ووسائل التواصل الاجتماعي.

وتعرف بأنها: أنشطة تستخدم الوسائط عبر الانترنت ومحركات البحث و المواقع الاجتماعية التي تعمل كقنوات اتصال وتواصل وتفاعل (كانون و أوهابية، 2023، ص 547).

وتعرف أيضاً: بأنها التوجه الإداري و الاتصالي لأنشطة العلاقات العامة، ومزاولتها عبر استخدام شبكة الانترنت و التقنيات الرقمية، لتحقيق أفضل أساليب الاتصال الفعال مع جمهور المؤسسة، وبناء الصورة الإيجابية عن طريق الإعلام و المعلومات الصادقة (زيادة، 2023، ص 11).

3.1 العمل التطوعي:

1.3.1 مفهوم العمل:

تعريف العمل لغة: مفرداها عامل وفي التنزيل الكريم "والعاملين عليها" سورة الصافات الآية 59.

اصطلاحاً: يعرفها قاموس علم الاجتماع العمل بأنه: مصطلح يشير بمعناه العام أي نشاط ذو جهد موجه نحو إنجاز هدف معين (غيث، 2005، ص 265).

2.3.1 مفهوم التطوع :

لغة: مشتق من الفعل طوع، ويقال تطوع لهذا الأمر حتى تستطيعه وتطوع أي تكلف استطاعته، والتطوع بالشيء التبرع به، و الطوعة هم الذين يتطوعون بالجهد واصله المتطوعين(ابن حماد، 1979، ص 1255).

اصطلاحاً: يعرفه صلاح الدين جوهر بأنه ذلك الجهد الذي يبذله أي إنسان من أجل مجتمعه أو جماعات معينة بلا مقابل وفيه يتحمل مسؤوليات العمل من خلال المؤسسات الاجتماعية القائمة لإرضاء لمشاعر ودوافع إنسانية داخلية تلقى الرضا أو القبول من جانب المجتمع (حمزة، 2015، ص 29).

وعليه يصبح تعريف العمل التطوعي على أنه أي عمل يقوم به الإنسان بنفس راضية، دون رجاء مقابل مادي أو غير ذلك على مستوى المجتمع المحلي أو على مستوى المجتمع الكلي الكبير، سواء كان بصورة مباشرة أو غير مباشرة من أجل تقديم خدمة ما أو المساهمة في التنمية (ناجي، 2017، ص 14).

4.1 منظمات المجتمع المدني:

1.4.1 من الناحية اللغوية :

قبل التعرف على مفهوم المجتمع المدني سنتطرق أولاً لمفهوم المجتمع: المجتمع يمكن تعريفه لغة على أنه: من مادة جمع، جمع الشيء عن تفرقه، يجمعه جمعاً وجمعه و أجمعه، فاجتمع واجتمع وتجمع القوم: اجتمعوا أيضاً من ههنا وههنا(ابن منظور، 2003، ص 197).

أما اصطلاحاً: يعتبر حلقة من حلقات التغير الاجتماعي التي طالت مستوى العلاقات الاجتماعية و التي تشكل البناء الاجتماعي لأي مجتمع (البستاني، 1983، صفحة 123).

أما كلمة " مدني " في اللغة العربية:

من الناحية الاشتقاقية حسب ما جاء في الموسوعة الميسرة في العلوم الاجتماعية بأنه ترجمة غير دقيقة لمصطلح غربي لاتيني هو (Society Civil) و الواقع أن كلمة (Civil) في اللغات العربية مشتقة من Civis التي تعني باللاتينية " مواطن " أي أن الترجمة الصحيحة لمصطلح (Society Civil) من المفترض أن تكون مجتمع المواطنين أو المجتمع المواطني (فريدريك، 2012، ص 141).

من الناحية الاصطلاحية :

يعرف المجتمع المدني بأنه: مجموعة من التنظيمات الحرة التي تملأ المجال العام بين الأسرة و الدولة لتحقيق مصالح أفرادها أو منافع جماعية، ملتزمة في ذلك بقيم ومعايير الاحترام والتراضي و التسامح و الإدارة السليمة للتنوع والاختلاف، وتظم مؤسسات المجتمع المدني المنظمات غير الحكومية و الأحزاب و النقابات العمالية و المعاهد و الجمعيات وكل القاعدة الشعبية والنوادي الاجتماعية (زبوش، 2021، ص 1156).

تعريف منظمات المجتمع المدني :

تعرف بأنها تجمع لأشخاص ينشؤون جمعيات تعمل لنصرة قضية مشتركة، وهي تشمل المنظمات غير الحكومية و المنظمات الأهلية، والتي يرمز كل منها على شكل محدد من أشكال المنظمات في

المجتمع المدني أما الميزة- الخاصة المشتركة- التي تجمع بين منظمات المجتمع المدني كافة على تنوعها الشديد فهي تتمثل باستقلالها عن الحكومة و القطاع الخاص كذلك من حيث المبدأ، وهو ما يسمح لها بان تعمل على الميدان، وتضطلع بدور هام في أي نظام ديمقراطي، وان نشاطها يركز علة العمل التطوعي الذي لا يستهدف الربح، ولا تستند فيه العضوية على عوامل وروابط الدم و الوراثة مثل الأسرة و العشيرة و القبيلة (بن صغير، 2014، ص 137).

5.1 جمعية جزائر الخير:

1.5.1 تعريف الجمعية:

من الناحية اللغوية:

الجمعية مشتقة من الفعل جمع، يجمع، جمعا ومنه جمع المتفرق وضم بعضه إلى بعض، والجمعية هي طائفة من الناس لهم هدف مشترك، تكون هيئة تشرف عليها، وتنفذ المقررات المتعلقة بسير نشاطها (بهلولي، 2022، ص 104).

من الناحية الاصطلاحية :

هي منظمة اجتماعية لا تهدف إلى الربح و العمل فيها على أساس تطوعي وتهدف إلى تقديم خدمات عديدة ومتنوعة يحتاج إليها المجتمع، ويتاح لأعضاء هذه الجمعيات وللناس الاشتراك في جميع مراحل العمل في هذه الجمعيات يطلق عليها في الولايات المتحدة اسم القطاع الثالث على أساس أن الدولة هي القطاع الأول، والقطاع الخاص الهادف إلى الربح هو القطاع الثاني (زنقي و محمداتي، 2018، ص 434).

كما تعرف بأنها مؤسسة من مؤسسات المجتمع المدني الناشطة في الحياة الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية وتكون مستقلة عن الدولة، حيث ينضمون الأفراد إليها طوعية، وهي تهدف إلى تفعيل العمل التطوعي.

وحسب المادة 02 من القانون النموذجي للجمعيات 31/90 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990، بأن الجمعية هي اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعيين أو معنويون على أساس تعاقدى لغرض غير مربح (فاسي و صبطي، 2024، ص 159)

ومن خلال هذان التعريفان يمكن تعريف جمعية سنابل الخير بأنها: جمعية ذات طابع إنساني اجتماعي وتضامني، ليست ربحية ولا سياسية، تأسست في 19 مارس 2017 تحت شعار "حب الخير يجمعنا" مقرها المركز الثقافي لخضر رباح 11 ديسمبر 1960 محمد بلوزداد، تسعى من خلال طاقمها المتكون من طلبة جامعيين أساتذة، وصناع محتوى وموظفين و أطباء إلى نشر الخير بين الناس، و إعطاء الأمل لمرضى السرطان وذوي الهمم، والتكفل بالأرامل و الأيتام و المسنين، كما تقدم مساعدات في محاربة الآفات الاجتماعية وحماية الشباب من مخاطرها من خلال البرامج الثقافية و التعليمية.

2.المقاربة النظرية المفسرة للدراسة:

انطلاقاً من أهمية المقاربة النظرية في البحوث الاجتماعية، وتتعدد النظريات المفسرة للظواهر الاتصالية، كان لابد من اختيار سلامة التصور النظري لدراستنا، لذا اعتمدنا على النظرية التفاعلية الرمزية، باعتبارها أحد الدعامات الأساسية التي تعتمد عليها النظرية الاجتماعية في تحليل الأنساق الاجتماعية، حيث تركز في تحليلاتها على الفرد وسلوكه كمدخل لفهم النسق الاجتماعي، وكونها مصاحبة للعملية التواصلية التفاعلية التي تحدث بين ممارسي العلاقات العامة وجمهور الجمعية. إذ ترى التفاعلية الرمزية أن الفرد يعيش في عالم من الرموز و المعارف المحيطة به، في كل موقف أو تفاعل اجتماعي يتأثر بها ويستخدمها يومياً وباستمرار، ويتضح استخدام الفرد للرموز من خلال معانيها للتعبير عن حاجاتهم الاجتماعية ورغباته الفردية (مناجي و المبصري، 2018، ص ص 49-50).

ويشير مصطلح التفاعل الرمزي إلى مجموعة من المبادئ و التشريعات و الأعراف وكل الأمور التي تنظم بها حياة الأفراد والمجتمعات والدول، والنظام الرمزي قيمته تتجلى في تحقيق تواصل إنساني، ويقابل عملية التفاعل الرمزي فهم الرمز وهذا يعتمد على عملية ذهنية مرهونة بنشاط العقل ومخزونه المعرفي من المعاني والتصورات و المعتقدات (بن تامي و قادة، 2017، ص ص 188-189). وفي كتاب التفاعلية الرمزية يعرف "هيربرت بلومر" التفاعل الرمزي بأنه خاصية مميزة وفريدة للتفاعل الذي يقع بين الناس ومما يجعل هذا التفاعل فريداً هو أن الناس يفسرون و يؤولون أفعال بعضهم بدلاً من الاستجابة المجردة لها (عبد الكريم، 2008، صفحة 28).

من هنا نستنتج أن نموذج الإنسان في التفاعل الرمزي إنما يعتمد على الدور الذي يحتله أو السلوك الذي يتجلى به و العلاقة التفاعلية التي تنشأ بينه وبينهم، ومن المبادئ الأساسية للتفاعلية الرمزية والتي وضعها "جورج هيربرت ميد" هي كالتالي :

يحدث التفاعل الاجتماعي بين الأفراد الشاغلين لأدوار اجتماعية معينة ويأخذ زمناً يتراوح بين أسبوع إلى سنة.

بعد الانتهاء من التفاعل يكون الأفراد المتفاعلون صوراً رمزية ذهنية على الأشخاص الذين يتفاعلون معهم، وهذه الصور لا تعكس جوهر الشخص وحقيقته الفعلية وإنما تعكس الحالة الانطبائية السطحية التي كونها الشخص تجاه الشخص الآخر الذي تفاعل معه خلال مدة زمنية معينة.

عند تكوين الصورة الانطبائية عن الفرد تلتصق هذه الصورة عن الفرد بمجرد مشاهدته أو السماع عنه أو التحدث إليه دون التأكد من صحة المعلومة أو الحادث لأن الشخص أو الفرد اعتبر الفرد الآخر رمزا و الرمز هو الذي يحدد طبيعة التفاعل، مع أن الصورة الذهنية التي يكونها الفرد عن الآخر قد تكون إيجابية أو سلبية اعتماداً على الانطباع أو الصورة الذهنية التي كونها عنه (حسن، 2008، ص 89).

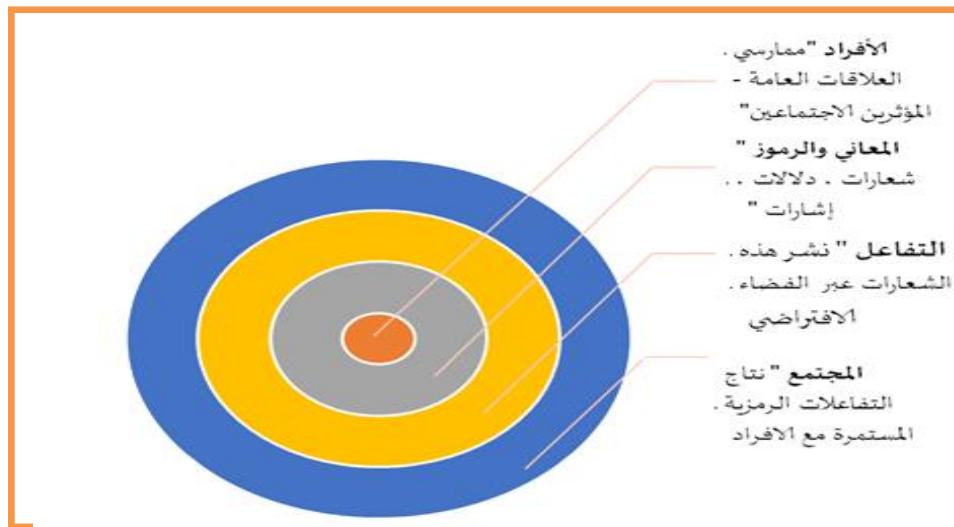
ويركز هذا الاتجاه على دراسة العلاقات العامة الرقمية بين منظمات المجتمع المدني والعمل التطوعي فهو ينظر إلى الجمعية الخيرية على أنها وحدة من الأفراد أو الشخصيات المتفاعلة داخل نسيجها الجماعي، ويعد قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير أحد أهم مقومات هذه العمليات

التفاعلية، حيث تسند إليه أدوار حيوية و إيجابية لتحقيق التفاعل والتناغم وتحسين الصورة الذهنية الرقمية للجمعية، فهو بمثابة المرآة العاكسة لمختلف تعاملاتها مع جمهورها الداخلي والخارجي.

ومع التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام والاتصال، استطع قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير أن يخلق بيئة اتصالية جديدة، لها سماتها الخاصة التي تتفرد بها، مما أحدث تغير كميا ونوعيا في حجم وشكل الاتصال، حيث أصبح الجمهور طرف فاعلا ومحوريا ومؤثر في العملية الاتصالية، وذلك عبر آليات الإعلام الجديد، في مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي، من الفايسبوك Face book و الإنستغرام Instagram كأبرز مواقع تستخدمها الجمعية في إدارة ونشر العمل التطوعي.

إن هذه الاستراتيجيات الاتصالية التي تم اعتمادها من قبل قسم العلاقة العامة لجمعية سنابل الخير ساهمت في إنتاج و إعادة إنتاج معاني ورموز من خلال التفاعل الذي يحدث في منشوراتها عبر الفضاء الافتراضي، سواء من ناحية المحتوى أو من ناحية البعد الاجتماعي والثقافي فعملية الاهتمام بذوي الهمم العالية ومتلازمة داون ومرض السرطان ومشاركتهم مقتطفات من العمل الاجتماعي، تتجسد فيها الرموز اللغوية ببعدها اللفظي وغير اللفظي، وتحمل في طياتها جملة من الدلالات و الإشارات التي تتدرج ضمن التفاعل الرمزي.

وهذا ما يجعل الصور التي تم بناءها و الرموز التي تم التوافق حولها تحقق أهداف الجمعية، وهنا تظهر أهمية العملية الاتصالية لممارسي العلاقات العامة في نشر ثقافة التطوعي والذي يتميز بخاصية التفاعلية و التشاركية ورجع الصدى، من خلال إشراك مجموعة من الفاعلين أو المؤثرين الرقميين في أعمالها التطوعية من خلال استخدام البث المباشر عبر مختلف مواقعها، مما ساعد في تحقيق أهداف ظاهرة وهي جمع التبرعات في أقصر وقت ومساعدة المحتاجين، و أهداف كامنة وهي تقوية الصورة الذهنية الرقمية و تشكيل صور عن واقع العمل التطوعي في أذهان جمهورها.



شكل رقم 01 : يمثل ملخص النظرية التفاعلية الرمزية من إعداد الباحثين

3. الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

1.3 مجالات الدراسة:

- **المجال المكاني:** ويتمثل المجال المكاني في الحيز الجغرافي الذي أجريت فيه الدراسة، وفي دراستنا الحالية التي نتناولها فيها (دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل التطوعي داخل منظمات المجتمع المدني) وتخصيص إجراء الدراسة في منظمة من منظمات المجتمع المدني، وهي جمعية سنابل الخير ، وبالتحديد على قسم من أقسامها وهو قسم العلاقات العامة.
- **المجال الزمني:** ويشير هذا المجال إلى الحيز الزمني الذي أجريت فيه الدراسة حيث قمنا بتوزيع 120 استمارة على المبحوثين، وقد استغرقت مدة إرجاع هذه الاستمارات حوالي شهر وذلك بحكم العمل وارتباطات البعض الآخر.
- **المجال البشري:** ويقصد به ذلك الحيز البشري الذي ستجرى عليه الدراسة، ويختلف هذا الحيز باختلاف طبيعة مجتمع الدراسة، وفي دراستنا هذه يتجسد المجال البشري في الأفراد الناشطين في جمعية سنابل الخير الخيرية الدائمين وغير الدائمين وأعضاءها.

2.3 منهج الدراسة:

وينتمي بحثنا هذا إلى نمط الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تحليل وتفسير الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة مشكلة البحث، وذلك للحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها . ويعتبر المنهج هو السبيل والطريق للوصول إلى هذه الحقائق.

إذ يعرف على أنه " مجموعة الخطوات العلمية الواضحة والدقيقة التي يسلكها الباحث في مناقشة أو معالجة ظاهرة اجتماعية أو سياسية أو إعلامية معينة " (عامر، 2010، ص 13).

وبما أن دراستنا تهدف إلى معرفة دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل التطوعي داخل منظمات المجتمع المدني، من خلال دراسة الدور الأساسي الذي يقوم به ممارسي العلاقات العامة داخل قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير، وتماشيا مع طبيعة متغيرات الدراسة و التوجهات النظرية، اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي فهو أنسب المناهج لهذا الموضوع، وكذلك يمدنا بمعلومات وبيانات كمية وكيفية حول موضوع الدراسة .

ويعرف المنهج الوصفي بأنه: محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة و التفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة . للوصول إلى فهم أفضل و أدق أو وضع السياسات و الإجراءات المستقبلية الخاصة بها (محمد سرحان، 2019، ص 49).

3.3 مجتمع وعينة الدراسة :

عينة الدراسة: هي مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية، وقد اعتمدنا على أسلوب المسح الشامل لكل أعضاء جمعية سنابل الخير الخيرية الدائمين وغير الدائمين، وقد قمنا بتوزيع 120 استمارة وتم استرجاع 90 استمارة و ذلك لعدم التمكن من الوصول إلى كل أعضاء بحكم العمل والبعد عن الجمعية ولضيق الوقت.

4.3 أدوات جمع البيانات:

في بحثنا هذا استخدمنا أداة الاستبيان كأداة رئيسية باعتبارها الأكثر شيوعا في البحوث الوصفية، وهي من بين الأدوات و الوسائل المنهجية الأنسب لجمع البيانات و المعلومات في وقت قصير وبقدر كبير.

- **الاستبيان:** استمارة للبحث تضم مجموعة من الأسئلة المفتوحة أو المغلقة، يوجهها الباحث إلى المبحوث لكي يجيب عليها بنفسه ودون تدخل من الباحث ، ويتم تنفيذ الاستمارة إما عن طريق المقابلة الشخصية أو أن ترسل هذه الاستمارة إلى المبحوثين عن طريق البريد . (طاهر، 2011، الصفحات -114)

- **المعالجة الإحصائية :**

استخدمنا في بحثنا هذا برنامج التحليل الإحصائي SPSS (StatisticalPackge For Social Science) لتحليل بيانات ومعلومات المبحوثين، وذلك بعد القيام بتصميم الاستبيان وتوزيعه على العينة المستهدفة من الدراسة، وبعد استرجاعه تم ترميز الاستمارة وترقيمها، وبعد ذلك تمت عملية تغريغ البيانات و إخراج الجداول.

4. عرض وتحليل نتائج الدراسة:

1.4 عرض و تحليل بيانات المحور الأول المتعلق بمدى مساهمة قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير في تعزيز ونشر ثقافة العمل التطوعي .

جدول رقم (01) : يوضح ما إذ كان هناك تساند وتبادل علاقات بين الجمعية ومختلف المؤسسات فيما يتعلق بالعمل التطوعي

الخيارات المتغيرات	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
إذا كانت الإجابة بنعم فما هي أبرز هذه المؤسسات	90	100%	00	00%	90	100%
	الإذاعة الوطنية	المؤسسات الاستشفائية	التلفزيون الجزائري	الكشافة الإسلامية	المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
	15	16.66%	35	38.88%	25	27.77%
					10	11.11%
					90	100%

من خلال بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن جميع أفراد العينة أجابوا بأن هناك تساند وتبادل العلاقات بين الجمعية ومختلف المؤسسات فيما يتعلق بالعمل التطوعي وذلك بنسبة إجمالية تقدر ب (100) %، حيث أن (35) فرد من بين مجموع أفراد العينة أي ما يساوي (38.88) % صرحوا بأن أبرز المؤسسات التي تساندها الجمعية وتبادل معها العلاقات هي المؤسسات الاستشفائية، ثم يليها التلفزيون الجزائري ما بنسبة (27.77) %، ثم الإذاعة الوطنية بنسبة (16.66) %، وفي الأخير الكشافة الإسلامية بنسبة (11.11) % .

ومن خلال الشكل البياني أعلاه يمكن القول بأن جمعية سنابل الخير تسعى دائما لتحقيق التساند والتبادل الوظيفي بينها وبين مختلف مؤسسات المجتمع المدني وذلك من خلال تعزيز التعاون والتضامن وتحريك عجلة الإنتاج، فهي تلتزم بتوفير بيئة داعمة لمشاريع رائدة في المجال التطوعي، لتساهم من خلالها في تمكين وتكوين و إدماج ذوي الهمم العالية، كما تعمل الجمعية على القيام بأيام تحسيسية وتوعوية حول الأمراض من خلال استضافة أطباء، أو القيام بقوافل خيرية تقدم فيها خدمات طبية صحية مجانية لمختلف الأفراد عبر ربوع الوطن بالشراكة مع المؤسسات الاستشفائية، كما تنظم بالشراكة والتعاون مع الإذاعة الوطنية حملات تبرع بالدم، وهذا إن دل فإنما يدل على قوة قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير، وهذا ما توصلت إليه "دراسة صفوان كافي و نور الدين مبني" أن أنشطة العلاقات العامة تساهم في زيادة فعالية المؤسسة بمحيطها.

الجدول رقم (02) يبين تلبية قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير احتياجات الجمهور الداخلي والخارجي .

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	70	77.77%
لا	20	22.22%
المجموع	90	100%

توضح لنا الإحصاءات المجدولة أعلاه أن غالبية المبحوثين بل أكثر من ثلاثة أرباع العينة، صرحوا بأن قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير يلبي احتياجات الجمهور الداخلي والخارجي وذلك بالنسبة المقدرة ب (77.77) %، في حين باقي العينة المقدرة ب (20) فرد أي ما يعادل (22.22) % يرون عكس ذلك.

إن هذه المعطيات الإحصائية تبرز المكانة الهامة لقسم العلاقات العامة داخل جمعية سنابل الخير، فهو يعتبر حلقة الوصل بينها وبين جمهورها الداخلي والخارجي، ويعمل دائما على بناء وتبني شراكات مع مختلف منظمات المجتمع المدني لتعزيز ثقافة العمل الخيري، كما يركز على تطوير الاتصال الداخلي كتنظيم اجتماعات وأيام دراسية للموظفين والمتطوعين لتبادل المعلومات والأفكار، وكذلك توفير وسائل اتصالية فعالة مثل البريد الإلكتروني لتسهيل التواصل و الاتصال بين الأعضاء، أما على مستوى الاتصال الخارجي، فيعمل قسم العلاقات العامة على تطوير استراتيجياته وخططه في جذب الجمهور كتنظيم فعاليات و أنشطة تربوية تثقيفية مفتوحة للجمهور لزيادة الوعي وجذب الدعم والمساهمة، وهذا ما يؤكد أن هذا القسم يعمل دائما على بناء جسور قوية مع الجمهور سواء الداخلي أو الخارجي ، ويوفر الدعم والاتصال الفعال من أجل تعزيز العمل الخيري .

الجدول رقم (03) يوضح مساهمة قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير في إقامة نشاطات و أحداث للتحفيز على العمل التطوعي .

المجموع		لا		نعم		الخيارات المتغيرات	
%	ت	%	ت	%	ت	إذا كانت الإجابة بنعم فما هي أبرز هذه النشاطات	
%100	90	%11.11	10	%88.88	80		
المجموع		خلق أنشطة اتصالية خاصة بالمناسبات والأعياد		إقامة أيام وحملات تحسيسية		إقامة ملتقيات وورش عمل و ندوات	
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت
%100	90	%22.22	20	%10	09	%12.22	11
						%55.55	50

اللغة الإحصائية المقدمة في الجدول تدل على أن أعلى نسبة هي (88.88) % ممثلة في (80) فرد من مجموع العينة الذين يرون أن قسم العلاقة العامة لجمعية سنابل الخير يساهم في إقامة نشاطات و أحداث للتحفيز على العمل التطوعي، حيث أن (50) فرد من بين مجموع أفراد العينة أي ما يساوي (55.55) % صرحوا بأن أبرز هذه النشاطات التي تقوم بيه الجمعية لتفعيل وتعزيز العمل التطوعي هي إقامة ملتقيات وورش عمل وندوات، ثم تليها خلق أنشطة اتصالية خاصة بالمناسبات والأعياد بنسبة (22.22) %، ثم إقامة أيام وحملات تحسيسية بنسبة (12.22) %، وفي الأخير القيام بأنشطة ترفيحية لذوى الهمم بنسبة (10) %

نستخلص من خلال تحليل القيم المسجلة في الجدول أعلاه أن قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير له دور في التحفيز والتشجيع الدائم على العمل التطوعي والتحسيس بأهميته من خلال الترويج لنشاطات وأحداث خيرية، كخلق أنشطة اتصالية حديثة خاصة بالمناسبات والأعياد مثل "كسوة العيد للأطفال المرضى و الأسر ذوى الدخل المحدود"، والترويج لها عبر صفحتها في الفايسبوك والانستغرام، إضافة إلى إقامة ملتقيات وأيام تحسيسية بالشاركة مع الأطباء وصناع المحتوى للتوعية بمخاطر السرطان، كما يركز قسم العلاقات العامة للجمعية على إحياء اليوم العالمي لمتلازمة داون وتقيم الهدايا والجوائز على ذوى الهمم لزرع الأمل والابتسامة في وجوههم، كل هذا من أجل تقوية الترابط الاجتماعي و إحياء روح الأخوة التي أوصانا بها النبي الكريم محمد صلى الله عليه وسلم، وهذه الأنشطة أتاحت للجمعية فرصة لتقوية سمعتها الرقمية مع جمهورها الخارجي من مساهمين ومتطوعين وتبيان القيم الإنسانية التي تحملها في طياتها، ونجاح التوعية والتحسيس يرجع إلى تحقيق التوفيق في الربط بين نمطي الاتصال الداخلي والخارجي، فالداخلي يضمن لها التخطيط والتنظيم وتقسيم العمل بشكل جيد بين أعضائها، أما الخارجي فيضمن لها وصول رسالتها إلى المتتابعين والمساهمين مما يحقق لها أهدافها المرسومة.

2.4 عرض وتحليل بيانات المحور الثاني المتعلق بمساهمة استخدام التكنولوجيا الحديثة لقسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير في كسب ثقة الجمهور الداخلي و الخارجي .

الجدول رقم (04) : يبين أهم المزايا التي تقدمها التكنولوجيا الحديثة لقسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير .

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
تعزيز العلاقات و التفاعل الإيجابي بين الجمعية وجمهورها	55	61.11%
زيادة تغطية القنوات الفضائية العامة والخاصة على الجمعية	20	22.22%
إدارة السمعة الرقمية للجمعية	15	16.66%
المجموع	90	100%

من خلال هذه الشواهد الكمية المبينة في الجدول أعلاه نلاحظ أن أبرز المزايا الاتصالية التي يحققها استخدام قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير للتكنولوجيا الحديثة، تمثلت بالدرجة الأولى في تعزيز العلاقات و التفاعل الإيجابي بين الجمعية وجمهورها بنسبة (61.11) %، ثم تليها زيادة تغطية القنوات الفضائية العامة والخاصة على الجمعية بنسبة (22.22) %، وفي الأخير إدارة السمعة الرقمية للجمعية بنسبة (16.66) %.

من خلال هذه النتائج الإحصائية يتضح أن من أبرز المزايا الاتصالية التي يحققها استخدام قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير للتكنولوجيا الحديثة هي تعزيز العلاقات و التفاعل الإيجابي بين الجمعية وجمهورها، وذلك من خلال التواصل السريع والمباشر عبر قنوات الاتصال والتطبيقات الذكية مما يعزز التفاعل المستمر مع جمهورها الداخلي و الخارجي، ويزيد من فرص الدعم والمشاركة في أنشطتها وخدماتها، في حين جاءت ميزة زيادة تغطية القنوات الفضائية العامة والخاصة للجمعية في المرتبة ثانياً لتدل على أن الجمعية تستخدم تقنيات تكنولوجيا حديثة في التسويق للعمل التطوعي من خلال الإعلان و الترويج للأنشطة الخيرية والثقافية والبرامج التربوية و التوعوية التي تقوم بها والتي تشهد تغطية إعلامية من القنوات الفضائية، والتي ساهمت في تحسين صورتها الرقمية لدى جمهورها الخارجي وتقوية سمعتها، التي تعد بمثابة رأس مال رمزي يميزها عن باقي الجمعيات، وهذا ما نصت عليه "دراسة سلمى حمدوك" أن هناك تطور في الجوانب الإدارية لإدارة العلاقات العامة حيث هناك تطوير وزيادة توعية الناس للخدمات المقدمة عن طريق الإعلانات و الترويج .

الجدول رقم (05): يبين أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير في الاتصال بجمهوره .

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
الفيسبوك	30	33.33%
الانستغرام	45	50%
واتساب	10	11.11%
التليغرام	05	5.55%
المجموع	90	100%

إن التأمل في هذه الأرقام يهيئ لنا الأرضية لمحاولة مطابقة لغة الإحصائيات مع لغة الواقع، ذلك أن هذه الأرقام تدل على أن أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها قسم العلاقات العامة لسنايل الخير، كانت بالدرجة الأولى الانستغرام بنسبة تقدر ب (50) %، ثم يليها الفيسبوك بنسبة (33.33) % في حين جاء واتساب بنسبة (11.11) %، وفي الأخير التليغرام بنسبة (5.55) %.

يتضح من خلال النتائج الإحصائية نلاحظ بأن تطبيق الانستغرام و الفيسبوك يعتبر من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتوصل بها قسم العلاقات العامة لجمعية سنايل الخير ، وهذا نظرا لما يتوفر عليه من بيئة تفاعلية، و سرعة في البث و إمكانية نقل صورة لفعاليات و أنشطة الجمعية في وقت وجيز وبأقل جهد بين جمهورها الداخلي و الخارجي، وعملت على تحقيق حضور فعال للجمعية داخل النسق الاجتماعي الكلي للمجتمع، كما أنها تعرف إقبالا واسعا من كل فئات المجتمع، وخاصة فئة الشباب، لأنها تسهل عملية التواصل والاتصال وتبادل المعلومات والأفكار بين الأعضاء والمتطوعين والجمعية، وتحقق الانسجام و الاستقرار والتوازن في أداء الوظائف ورفع جودة الخدمات الاجتماعية الخيرية المقدمة في هذا الحقل التنموي، وهذا ما توصلت إليه 'دراسة عذراء علاوة عيواج " بوجود أبعاد الاتصال الحوارية على مستوى ممارسات العلاقات العامة الرقمية للجمعيات الخيرية التي ظهرت من خلال: سهولة استخدام الموقع الإلكتروني وحسابات مواقع التواصل الاجتماعي، التي تقدم معلومات مفيدة للجمهور، تكرار زيارة المبحوثين للمواقع .

الجدول رقم (06) : يوضح إتباع قسم العلاقات العامة لجمعية سنايل الخير أساليب جديدة لتسويق العمل التطوعي من خلال استضافة بعض صناع المحتوى والمؤثرين الرقميين و الفنانين لجمع التبرعات والقيام بقوافل خيرية.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	78	86.66%
لا	12	13.33%
المجموع	90	100%

قد يتضح من قراءة الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يرون أن قسم العلاقات العامة لجمعية سنايل الخير يتبع أساليب جديدة في التسويق للعمل التطوعي من خلال استضافة البعض من صناع المحتوى و المؤثرين الرقميين والفنانين لجمع التبرعات والقيام بقوافل خيرية، من خلال تسجيل أعلى نسبة في الاتجاه العام وهي (86.66) % .

تكشف نتائج الجدول الموضح في أعلاه أن الغالبية العظمى من أفراد العينة صرحوا أن قسم العلاقات العامة لجمعية سنايل الخير يتبع أساليب جديدة في التسويق للعمل التطوعي من خلال استضافة بعض صناع المحتوى و المؤثرين الرقميين و الفنانين لجمع التبرعات والقيام بالقوافل الخيرية مثل (كسوة العيد للأيتام والمرضى و المعوزين و الختان الجماعي للأطفال تحت شعار - حب الخير يجمعنا)، وهذا ما يدل على أن الجمعية تواكب التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال عملها للارتقاء بمستوى خدماتها في

مجال العمل الخيري، حيث يتم تكييف المحتوى الرقمي بشكل أفضل مع احتياجاتها، إذ يعتبر استعمال تقنية البث المباشر من طرف المؤثرين الرقميين وصناع المحتوى والفنانين عبر مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الوسائل حداثة لزيادة وعي الجمهور الخارجي بنشاطات الجمعية ونشر ثقافة المشاركة في العمل التطوعي وتعزيز الوعي بالقضايا الاجتماعية وجذب أكبر عدد من المساهمين والمتبرعين .

3.4. عرض وتحليل بيانات المحور الثالث المتعلق بالاستراتيجيات الاتصالية الحديثة المستخدمة من قبل

ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير في تعزيز العمل التطوعي

الجدول رقم (07) : يبين مساهمة ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير في نشر ثقافة المشاركة والمبادرة في العمل التطوعي من خلال إجراء حملات التبرع بالدم بالشراكة مع منظمات المجتمع المحلي للتحفيز على الانضمام لهذا الفضاء الخيري:

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	70	77.77%
لا	20	22.22%
المجموع	90	100%

تشير بيانات الجدول أعلاه أن نسبة (77.77) % من أفراد العينة صرحوا بأن ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير، يساهمون في نشر ثقافة المشاركة والمبادرة في العمل التطوعي من خلال إجراء حملات التبرع بالدم بالشراكة مع منظمات المجتمع المحلي للتحفيز على الانضمام لهذا الفضاء الخيري، بينما نسبة (22.22) % من أفراد العينة صرحت بعدم وجود مساهمة لممارسي العلاقات العامة في نشر ثقافة المشاركة والمبادرة في العمل الخيري .

إن هذه النتائج تثبت أن ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير تبذل جهود كبيرة لنشر ثقافة العمل التطوعي القائم على روح التكافل والتضامن والتعاون الاجتماعي، من خلال تنظيم حملات دائمة ودورية للتبرع بالدم بالشراكة والتعاون مع مختلف منظمات المجتمع المحلي من إذاعة وطنية و الوكالة الوطنية للدم وبعض المؤسسات الاستشفائية، وبمشاركة أعضاء المؤسسة و الأطباء والطلبة الجامعيين، وهذا تحت شعار " تبرع أمل - Don d'espoir " و " وقت قليل لهدف نبيل " حيث تساهم هذه الشعارات في التسويق لهذه الحملات التوعوية الصحية، لجذب عدد أكبر من المتبرعين ولخلق روح المسؤولية الاجتماعية لدى أفراد المجتمع، فالتبرع بالدم مبادرة إنسانية تساهم في إنقاذ حياة الآخرين وذلك مصدقا لقوله تعالى " ومن أحيائها فكأنما أحيى الناس جميعا " سورة المائدة (32).

الجدول رقم (08) : يوضح ما إذا كان ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير يقومون

بالتخطيط الاستراتيجي القائم على استخدام وسائل الاتصال الرقمية لأداء نشاطهم التطوعي .

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	85	94.44%
لا	05	5.55%
المجموع	90	100%

تبين المعطيات الإحصائية الواردة في الجدول أعلاه أن جل المبحوثين أجابوا بنعم ، وهذا ما يؤكد بأن التخطيط الاستراتيجي المرسوم من قبل ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير و القائم على استخدام وسائل الاتصال الرقمية ساعد الجمعية في تحقيق أهدافها وذلك بنسبة إجمالية قدرت ب (94.44) % .

تكشف نتائج الجدول الموضح في أعلاه أن الغالبية العظمى من أفراد العينة أثبتوا أن التخطيط الاستراتيجي المرسوم من قبل ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير ساعد الجمعية في تحقيق أهدافها، وهذا ما يؤكد على أن أنشطة الجمعية لها علاقة بالتخطيط الاستراتيجي القائم على استخدام الوسائل الرقمية والتي تعتبر جزء من ثقافتها التنظيمية وأحد الدعامات الأساسية في تطوير أداءها في المجال الخيري، إذ سمح ببلورة اتجاهاتها وتحقيق أهدافها من خلال تقسيم العمل بشكل جيد بين أعضائها و حسن اختيار الأساليب الأكثر فاعلية في التنفيذ، والوصول إلى رفع التحديات اتجاه العراقيل القائمة والتوجه نحو عمل خيري منتج وأكثر فاعلية، فالتخطيط لحدث أو نشاط معين سواء كان ذو طابع إنساني أو ثقافي يخضع للعديد من المعايير و الأسس التنظيمية من أجل بلوغ الأهداف المسطرة، على مستوى محيط العملية الاتصالية وسلوكيات القائم بالاتصال اتجاه الجمهور .

الجدول رقم (09) : يبين ما إذا كان التخطيط المرسوم من قبل ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير سواء كان قصير أو طويل المدى قد ساعد الجمعية في تحقيق أهدافها الإستراتيجية .

الخيارات المتغيرات	نعم		لا		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
إذا كانت الإجابة بنعم فما هي أبرز هذه الخطط التي تم تحقيقها	80	88.88%	10	11.11%	90	100%
	مشاريع لذوي الهمم العالية ومتلازمة داون	مشروع القافلة الطبية	مشروع الحقيبة المدرسية	مشروع قافلة الشتاء	المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
	39	43.33%	06	6.66%	25	27.77%
					20	22.22%
					90	100%

إن التأمل في معطيات الجدول أعلاه يوضح أن معظم المبحوثين يؤكدون نجاعة التخطيط المرسوم من قبل ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير سواء كان قصير أو طويل المدى قد ساعد الجمعية في تحقيق أهدافها وذلك بنسبة إجمالية تقدر ب (88.88) %، حيث أن (39) فرد من بين مجموع أفراد العينة أي ما يساوي (43.33) % صرحوا بأن أبرز هذه الخطط التي تم تحقيقها من قبل الجمعية هي مشاريع لذوي الهمم العالية ومتلازمة داون، ثم يليها مشروع الحقيبة المدرسية بنسبة (27.77) %، ثم مشروع قافلة الشتاء بنسبة (22.22) %، وفي الأخير مشاريع القافلة الطبية بنسبة (6.66) % .

ووفقا لنتائج الجدول الموضح في الأعلى، يمكن القول بأن نجاعة التخطيط المرسوم من قبل ممارسي العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير سواء كان قصير أو طويل المدى، قد ساعد الجمعية في تحقيق جملة من الأهداف المستقبلية من خلال عقد شراكات تعاون بالتنسيق مع مديريات ومراكز ومدارس ومستشفيات، من أجل تقديم مجموعة شاملة من الخدمات الطبية والصيدلانية لذوي الهمم العالية ومتلازمة داون وتطوير العمل الصحي التطوعي، وهذا ما يعكس الاهتمام برفع مستوى الوعي الصحي والالتزام بتقديم خدمات الرعاية الصحية والاجتماعية لدى هذه الفئة المستهدفة، فممارسي العلاقات العامة يعملون على إيصال الرسائل الصحية، من خلال الترويج لها تحت شعارات هادفة مثل (متحدون لخدمة صحتكم- معا لبناء الفرد والمجتمع- همة لذوي الهمم العالية) وذلك لتسهيل الحصول على الاحتياجات الصحية و جذب عدد أكبر من المساهمين والمتبرعين، فدعوة المحسنين و الناشطين للمبادرة في هذه المشاريع التضامنية الخيرية عملا بقوله تعالى: " يا أيها الذين امنوا اركعوا و اسجدوا واعبدوا ربكم وافعلوا الخير لعلكم تفلحون " سورة الحج الآية (77) .

5. النتائج العامة للدراسة :

بناء على ما تقدم من مناقشة سوسيولوجية حول موضوع البحث الحالي يمكن استخلاص جملة من النتائج و التي تتمثل في :

أظهرت الدراسة بأن قسم العلاقات العامة هو أحد الدعامات الأساسية لجمعية سنابل الخير، فهو يعتبر نسق هام في بنية هذه المؤسسة، إذ يحقق التساند الوظيفي وتكامل الأدوار بين الجمهور الداخلي و الخارجي للجمعية، من خلال الربط بين نمطي الاتصال الداخلي والخارجي، حيث أن هذا النشاط الاتصالي يخلق جو من التضامن و التكافل والتعاون ويبعث ثقافة العمل التطوعي، و يساهم في تطوير الاتصال و التواصل داخل الجمعية من أجل كسب ثقة وتأييد الجمهور الخارجي من مساهمين وداعمين للعمل الخيري مما حقق للجمعية أهدافها المرسومة، وهي تحسين سمعتها الرقمية وتطوير العلاقات الخارجية مع المجتمع المحلي.

- أظهرت الدراسة أن جمعية سنابل الخير تسعى دائما لتحقيق التساند والتبادل الوظيفي بينها وبين مختلف مؤسسات المجتمع المدني وذلك من خلال تعزيز التعاون والتضامن وتحريك عجلة الإنتاج، فهي تلتزم بتوفير بيئة داعمة لمشاريع رائدة في المجال التطوعي، من خلال القيام بأيام تحسيسية وتوعوية حول الأمراض من خلال استضافة أطباء، أو القيام بقوافل خيرية تقدم فيها خدمات طبية صحية مجانية لمختلف الأفراد عبر ربوع الوطن بالشراكة مع المؤسسات الاستشفائية، كما تنظم بالشراكة والتعاون مع الإذاعة الوطنية حملات تبرع بالدم، وهذا إن دل فإنما يدل على قوة قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير.

- كشفت الدراسة أن تطبيق الانستغرام و الفيسبوك يعتبر من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي يتوصل بها قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير، وهذا نظرا لما يتوفر عليه من بيئة تفاعلية، وسرعة في البث و إمكانية نقل صورة لفعاليات و أنشطة الجمعية في وقت وجيز وبأقل جهد بين جمهورها الداخلي و الخارجي، وعملت على تحقيق حضور فعال للجمعية داخل النسق الاجتماعي الكلي للمجتمع.

- كشفت الدراسة أن قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير يتبع أساليب جديدة في التسويق للعمل التطوعي من خلال استضافة بعض صناعات المحتوى و المؤثرين الرقميين و الفنانين لجمع التبرعات والقيام بالقوافل الخيرية مثل (كسوة العيد للأيتام والمرضى و المعوزين و الختان الجماعي للأطفال تحت شعار - حب الخير يجمعنا)، وهذا ما يدل على أن الجمعية تواكب التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال عملها للارتقاء بمستوى خدماتها في مجال العمل الخيري .

خلاصة:

في ختام هذا البحث السوسيولوجي حول دور العلاقات العامة الرقمية في تعزيز العمل التطوعي داخل منظمات المجتمع المدني، وبالتركيز على قسم العلاقات العامة لجمعية سنابل الخير كنموذج، يتضح لنا أن العلاقات العامة الرقمية أصبحت دعامة أساسية في النسيج الاجتماعي، لأي مؤسسة كانت سواء اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية أو خيرية. نظرا لأهميتها في تحسين السمعة الرقمية للمؤسسة لدى جمهورها الخارجي، إذ تعتمد هذه العلاقات على استخدام المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز العمل التطوعي ونشر ثقافته بين أفراد المجتمع وتوسيع قاعدة المتطوعين من خلال بناء علاقات قوية ومستدامة مع الجمهور المستهدف، إذ تمكنت جمعية سنابل الخير من توظيف التكنولوجيا الحديثة لتوثيق أنشطتها الاتصالية وتقديم تقارير فورية عن تأثير المبادرات التطوعية على الفئات الهشة في المجتمع، حيث ساعدت هذه المنصات الرقمية من جذب العديد من الشباب والمهتمين بالعمل الخيري من خلال توظيف استراتيجيات التسويق الرقمي المدعوم بالمؤثرين الاجتماعيين وصناع المحتوى والفنانين .

إن العلاقات العامة الرقمية قد ساعدت في تحسين قدرة الجمعيات الخيرية على التخطيط والتنظيم و تنسيق الجهود التطوعية سواء عبر المنصات الرقمية للتواصل أو عبر إقامة حملات توعوية إلكترونية حول القضايا الاجتماعية المحلية .

ومن خلال ما توصلنا إليه من نتائج الدراسة، يمكننا تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات في النقاط التالية :

- إن ميدان العلاقات العامة الرقمية يعتبر حديث النشأة في الجزائر، و يستغل بشكل كبير في الجانب الاقتصادي و السياسي، مما يفتح في المستقبل أفاق واسعة على المجالات الأخرى للبحث و الدراسة، تصب في خانة الاهتمام بميادين أخرى، مثل ما قمنا به وهو التركيز على مجال العمل التطوعي، باعتباره الضمير الحي الذي يساعد مختلف الفئات الهشة في المجتمع.

- العمل على خلق تطبيقات جديدة و فضاءات واسعة ومستحدثة في طريقة التواصل والتبرع مع الجماهير الداخلية والخارجية للجمعيات الخيرية، وبالتالي لا ينبغي التركيز على مواقع الانستغرام والفيسبوك فقط، بل يجب الاستفادة أيضا من الذكاء الاصطناعي و الشبكات الأكثر شهر كالتطبيق التيك توك، أو العمل على تطوير موقع إلكتروني للجمعية يعرض الأنشطة الاتصالية و الفرص التطوعية.

قائمة المراجع:

- ابن حماد الجوهري اسماعيل. (1979). الصحاح تاج اللغة وصحاح العربية. بيروت. لبنان: دار العلم للملايين للنشر و التوزيع.
- ابن منظور. (2003). لسان العرب. بيروت: دار الصادر.
- البستاني بطرس. (1983). قاموس محيط المحيط. بيروت: مكتبة لبنان.
- الحوراني عبد الكريم. (2008). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع. التوازن التفاضلي صيغة توليفية بين الوظيفة والصراع. عمان: دار مجدلاوي.
- بركات نوال. (2016). انعكاسات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على نمط العلاقات الاجتماعية- دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين الجزائريين. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه. جامعة محمد خيضر بسكرة. الجزائر .
- بن تامي رضا، و قادة بن عبد الله نوال. (2017). نظريات في خدمة العلوم الاجتماعية. قراءة في دور نظرية التفاعلية الرمزية. مجلة منيرفا .
- بن زكرياء بن فارس أحمد أبي الحسين. (1979). معجم مقاييس اللغة. العراق: دار الفكر للطباعة والنشر .
- بن صغير محفوظ. (2014). دور منظمات المجتمع المدني في حماية وترقية الانسان في الجزائر . مجلة القانون و المجتمع .
- بهلولي صدام. (2022). المجتمع المدني ودوره في إرساء ثقافة العمل التطوعي. مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع. جامعة الوادي. المجلد 6. العدد 01. الصفحات 100-116.
- حسن إحسان محمد. (2008). النظريات الاجتماعية المتقدمة- دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة. عمان: دار وائل للنشر
- حسو الزبياري طاهر. (2011). أساليب البحث في علم الاجتماع. بيروت. لبنان: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع .
- حمدوك سلمى. (2018). العلاقات العامة ودورها في العمل التطوعي دراسة حالة المنظمة الوقفية لرعاية الأيتام. بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في إدارة العمل التطوعي.

- حمزة احمد ابراهيم. (2015). العمل التطوعي (الواقع و المأمول). عمان. الأردن: دار المسيرة للنشر و التوزيع .
- زبوش سعيد. (2021). أي دور لمنظمات المجتمع المدني الجزائرية لمواجهة أشكال الفساد. مقاربة سوسيولوجية. مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية: المركز الجامعي. بركة. المجلد 06. العدد 03. الصفحات 1152-1171.
- زنقي عائشة، و محمداتني شهرزاد. (2018). الدور الاقتصادي و الاجتماعي للعمل الخيري التطوعي- حالة الوقف في ماليزيا. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية . المجلد 7. العدد 4. الصفحات 432-445
- زيادة نسرین. (2023). العلاقات العامة الرقمية وبناء الصورة الذهنية عن المؤسسة الخدمية- دراسة وصفية تحليلية لعينة من مضامين صفحة algerie oreddoo عبر مواقع الفايصل. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه تخصص اتصال وعلاقات عامة . جامعة الجزائر 3.
- فاسي سفيان، و صبطي عبدة. (2024). دور منظمات المجتمع المدني في نشر ثقافة التطوع الالكتروني لدى الشباب الجامعي. مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية. المجلد 11. العدد 3. الصفحات 154-179.
- طافي الكفاة صاحب بن اسماعيل عباد. (1994). المجيد في اللغة. بيروت. لبنان: عالم الكتب.
- علي محمودي محمد سرحان. (2019). مناهج البحث العلمي. الجمهورية اليمنية. صنعاء: دار الكتب.
- عيواج عذراء علاوة. (2024). أثر العلاقات العامة الرقمية للجمعيات الخيرية في تفاعل الجمهور الخارجي مع العمل التطوعي: دراسة ميدانية على عينة من الجمهور بمدينة جدة. المجلة الجزائرية لبحوث الاعلام و الرأي العام. المجلد 7. العدد 1. الصفحات 78-122.
- غريب غريب عبد السميع. (2006). الاتصال و العلاقات العامة في المجتمع المعاصر. الاسكندرية. مصر: مؤسسة شباب الجامعة .
- غيث محمد عاطف. (2005). قاموس علم الاجتماع. دار المعرفة الجامعية .
- فاسي سفيان، و صبطي عبدة. (2024). دور القنوات الفضائية الخاصة في التقليل من ظاهرة العنف في الوسط الرياضي- قناة الهدف أنموذجا دراسة ميدانية على عينة من طلبة معهد علوم التقنيات والنشاطات البدنية و الرياضية. مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية. المجلد 10. العدد 1. الصفحات 348-377.
- فريدريك معتوق. (2012). الموسوعة الميسرة في العلوم الاجتماعية - عربي، انجليزي - فرنسي. بيروت . لبنان . مكتبة الناشرون .

- كافي صفوان، و مبني نور الدين. (2012). دور أجهزة العلاقات العامة في تسويق مشاريع المؤسسة الخيرية الدولية- دراسة ميدانية بجمعية العون. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي. المجلد 8. العدد 3. الصفحات 60-86.
- كانون هاجر، و أوهابية فتيحة. (2023). أنشطة العلاقات العامة الرقمية عبر صفحات الفايسبوك- الرعاية الرياضية أنموذجا - دراسة تحليلية للصفحة الرسمية لمؤسسة موبليس. المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي. المجلد 10. العدد 1. الصفحات 543-560.
- مصباح عامر. (2010). منهجية البحث في العلوم السياسية و الاجتماعية. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية .
- مناجي بدري، و المبطري عزاي. (2018). الاتجاهات الكلاسيكية و المعاصرة في دراسة العلاقات الأسرية. مجلة كلية الآداب/ جامعة بني سويف .
- ناجي أحمد عبد الفتاح. (2017). العمل الاجتماعي التطوعي- الأدوار و المسؤوليات في ظل النظام العالمي الجديد. الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.