

## تقنيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للعمل التطوعي التابع للمجموعات الخيرية

زينة بولطيف ، طالبة دكتوراه  
كلية علوم الإعلام والاتصال و السمعى البصرى  
جامعة صالح بونبدر قسنطينة 3

### ملخص

تسعى الباحثة من خلال هذا المقال إلى الكشف عن القفزة النوعية التي تعرفها مواقع التواصل الاجتماعي داخل المجتمعات و استخدام شعبيتها من طرف رواد مواقع التواصل الاجتماعي لإنجاح العمل التطوعي . حيث خصص الجزء الأول للمقال للتعرف على مواقع التواصل الاجتماعي و ابرز خصائصها و استخداماتها في الجزائر في حين خصص الجزء الثاني للحديث عن العمل التطوعي و أهمية هذا الأخير في بناء المجتمعات و النهوض بها ، أما الجزء الثالث و الأخير من المقال جاء من أجل إبراز أهم تقنيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للعمل التطوعي التابع للمجموعات الخيرية بشرح مجموع الخطوات التي يستلزم على القائمين بالاتصال داخل المجموعات الخيرية إتباعها من اجل الترويج للعمل التطوعي و إنجاحه حيث يستلزم عليهم- القائمين بالاتصال- احترام مجموعة من المعايير في سلوكياتهم الاتصالية بالجمهور و في طريقة تصميم الرسالة و عرضها للجمهور و مراعاة مدى احترامها للذوق العام و كذا تقنيات تشجيع المتلقين للرسائل - الجمهور- على الانضمام من أجل تقديم عمل تطوعي ضمن المجموعة خير .

كلمات مفتاحية : فيسبوك ، تويتر ، ترويج ، تطوع .

### Résumé

Le chercheur tend dans cet article à révéler le pas important paru dans les réseaux sociaux dans les sociétés, ainsi que l'utilisation de sa popularité de la part de leurs usagers afin de réussir le travail bénévole. La première partie de l'article est consacrée pour la présentation des réseaux sociaux, de leurs caractéristiques essentielles et de leurs usages en Algérie, la deuxième partie contient le travail bénévole et son importance dans la construction et le développement des sociétés. Quant à la troisième partie de l'étude, elle

évoque les techniques majeures de l'utilisation des réseaux sociaux dans la promotion du travail des groupes bénévoles tout en expliquant l'ensemble des étapes et les normes que les chargés de communication, au sein de ces groupes, doivent suivre et respecter pour la promotion du travail, et ce dans leurs actes de communication et leur planification du message présenté au public, en prenant en considération le gout public, ainsi que les techniques d'inciter les récepteurs à rejoindre les groupes bénévoles.

**Mots clé :** Facebook ; twitter ;promotion ;bénévole

### مقدمة

تشكلا لتطبيقية الاجتماعية و التباين بين الأفراد داخل المجتمعات، واحد من نقاط الضعف لدى الحكومات، خاصة لدى تسجيل حالات عجز للتكفل بالمواطنين ذوي الحالات الاجتماعية المتدهورة وهو ما دفع إلى ظهور نوع جديد من التسيير داخل المجتمع و هو العمل الذي تقوم به بعض الأطراف الفاعلة في المجتمع المدني على غرار المجموعات الخيرية هذه الأخيرة التي أصبح لها شعبية في أوساط الشباب وغيرهم المهتمين بالعمل التطوعي مما دفع بهذه الأخيرة إلى تبني تقنيات حديثة في الاتصال من اجل توسيع حلقة التعامل و الوصول إلى كافة أفراد المجتمع عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي .

### الإشكالية

لعبت تكنولوجيا الإعلام والاتصال دورا محوريا في صناعة الرأي العام و تسهيل عملية الاتصال الجماعي وذلك عن طريق مجموعة من الوسائل ، كالبث الإذاعي و البث المتلفز والبث عن طريق الانترنت أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي مما جعل الإعلام التقليدي يتراجع ويحل محله نوعا آخر من الإعلام يعتمد على التكنولوجيات الرقمية مما ساهم في تطوير الحلقة الاتصالية بين المستخدمين ، فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي أضحت اليوم عنصرا رئيسا في حياة الأفراد حيث تتنوع المجالات التي يخوض في القائمون على مواقع التواصل الاجتماعي، إذ أن أكثر ما يميزها هو إتاحتها لعنصر التفاعلية بين المرسل والمرسل إليه وهو ما يتيح مجالا أكثر لحرية التواصل وتبادل المعلومات و الخبرات ، الأمر الذي أعطى وجهها آخر للتواصل من أجل العمل الخيري بين الأفراد حيث أفسح فيسبوك وتويتر و اليوتيوب ، و المدونات الالكترونية مجال للتفاعلية وانسياب المعلومات و الاتصال بين مختلف أطياف المجتمع .

والمعطيات السابقة الذكر لن تختلف كثيرا إذ ما ارتبطت بالمجموعات الخيرية وذلك على اعتبار أن القائمين بالاتصال في المجموعات الخيرية ، بالدرجة الأولى هم عبارة عن أفراد ناشطون و مطلعون على فحوى مواقع التواصل الاجتماعي وما تنشره من معلومات سياسية واقتصادية اجتماعية وغيرها ، وان التفاعل معها أو عن طريقها سيشكل لديهم نوعا من التواصل والتعامل مع الحالات الاجتماعية ، إذ يسهم هذا الأخير في تنمية وعي الاتصال و الوصول إلى الحالات الاجتماعية المعقدة حيث باتت مواقع التواصل الاجتماعي عنصرا ضروريا في حلقة الاتصال لدى المجموعات الخيرية، لما

لهذه الأخيرة من قدرة على زيادة المتبعين المتطوعين. كما يعتبر نجاح نماذج الاتصال المعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لدى بعض المجموعات بمثابة المحرك الرئيسي الذي دفع بالكثير من الشباب إلى إتباع هذه الطريقة في أعمالهم و تبني الاتصال الالكتروني المعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي من اجل التفاعل مع مختلف الأطياف الاجتماعية .

من خلال ما تقدم نصل إلى طرح التساؤل التالي : ما هي تقنيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للعمل التطوعي التابع للمجموعات الخيرية ؟

ومن هذا السؤال قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية :

ما هي مواقع التواصل الاجتماعي ؟

ما هو العمل التطوعي ؟

ما هي عوامل و معوقات نجاح الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي ؟

ما هي تقنيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في المجموعات الخيرية ؟

#### مقاربة مفاهيمية

تتعلق الدراسة ب "تقنيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للعمل التطوعي التابع للمجموعات الخيرية" أين سنقوم بوصف مواقع التواصل الاجتماعي وتقنيات استخدامها في الاتصال لدى المجموعات الخيرية هذه المواقع المتمثلة في الفيسبوك و تويتر .

**أولاً : الفيسبوك** يعتبر الفيسبوك واحدا من أهم مواقع التشبيك في الاجتماعي وهو لا يمثل منتدى اجتماعي فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يستخدمها كما يشاء . ويعتبر الفيسبوك الموقع رقم 1 في العالم وذلك بقاعدة شعبية وصلت إلى 750 مليون مستخدم أي ما يعادل فرد في العشرة هذا حسب إحصائيات سنة 2011، انطلقت فكرة إنشاء موقع الفيسبوك من طرف احد طلبة جامعة هارفرد وهو مارك زوكربيرج إذ كانت فكرته تقضي بإنشاء موقع بسيط يجمع من خلاله طلبة هارفرد في شكل شبكة تعارف بغية تعزيز التواصل بين الطلبة وإبقاء على الروابط بينهم حتى بعد التخرج .<sup>1</sup> كما يعد الفيسبوك الموقع الاجتماعي رقم 1 في 130 بلد من أصل 137 وتعد الصفحة الرئيسية le fil d'actualité أكثر الأماكن زيارة في 40% من الوقت كما أن 46% يستخدمون الفيسبوك أثناء التسوق و 47% أثناء تناولهم الطعام ، أما عن فيما يستخدم هذا الموقع فأوجدت الإحصائيات أن :

4100 منشور في كل ثانية .

1800 مليون علامة إعجاب في كل دقيقة

150 مليار تواصل بين الأصدقاء .<sup>2</sup>

## استخدامات الفيسبوك في الجزائر

شهد المجتمع الجزائري على غرار البلدان الأخرى تطورا واضحا في استخدام الانترنت خاصة إذا ما تعلق الأمر بشبكات التواصل الاجتماعي والتي تعرف رواجاً كبيراً حيث عرفت الجزائر ارتفاعاً كبيراً ومحسوساً لعدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعية حيث نشر موقع " سوشالباكرز" أن الفيسبوك وحده سجل أكثر من 4.322.820 مليون مشترك ووفق نفس الموقع فإن الجزائر احتلت حسب التصنيفات الحديثة المرتبة الرابعة عربياً بعد كل من مصر و السعودية والمغرب والمرتبة 41 عالمياً مع نهاية عام 2013 حيث تقدمت بخمسة مراتب مقارنة بالعام 2011 أين احتلت المرتبة 61 عالمياً ، ويشير التصنيف العمري لمستخدمي فيسبوك بالجزائر أن الشباب الذي تتراوح أعمارهم بين 18 و 34 سنة يمثلون نسبة 68% أي ثلثي مستخدمي هذه الشبكة بالجزائر ويشير ذات المصدر أن نسبة القصر الذين تقل أعمارهم عن 18 سنة بلغت 19% وبالنسبة للتمثيل من حيث الجنس يمثلون الرجال ثلثي المستخدمين بنسبة 68% مقابل 32% للنساء<sup>3</sup>

### ثانياً : التويتير

يعتبر التويتير واحد من مواقع التدوين المصغر *microbloging* يتيح لمستخدميه التعبير عن حالتهم بعدد أقصاه للحروف يبلغ 140 حرف في الرسالة الواحدة تم إنشائه من طرف Noh glss و Evan williams الذين كان دورهما منشئين لعدد من المدونات الالكترونية على محرك google للبحث . في بداية ظهوره كان موقع تويتير يطرح سؤالاً على واجهته هو "ماذا تفعل الآن؟" إلى ماذا يحدث الآن؟ يتيح موقع التويتير خاصية المشاركة والمتابعة للمنشورات والأفراد وذلك عن طريق التغريد "twitter"<sup>4</sup>.

منذ ظهور التويتير حاز هذا الأخير على آلاف المستخدمين في كل مناسبة عالمية وغيرها وعلى سبيل الذكر الحملة الانتخابية للرئيس الأمريكي التي عرفت نتائج جيدة جراء استخدامه للتويتير في الترويج و التسويق لأفكاره ، كما ساهم ذات الموقع في أحداث تغيرات فيما أطلق عليه بالربيع العربي وغيره من الأحداث العالمية ، وما يميز موقع التويتير غير الآنية نظام الهاش تـك #Hashtag الذي يسمح للمستخدمين معرفة كل ما يتعلق بالموضوع المشار إليه في دقائق و في ساعة وقوعه .

### استخدامات موقع تويتير في الجزائر

على الرغم من الشعبية الواسعة التي حققها موقع التويتير في العالم إلا أنه لا يلقى ذات الشعبية في الجزائر ، إذ وصل عدد مستخدمي التويتير في الجزائر حتى نهاية 2012 إلى 3000 آلاف مستخدم ، هذا ما جعلها تحتل المرتبة 136 من أصل 229 بلد يستخدم هذه الشبكة ، ومن بين 30000 مشترك في هذا الموقع لا يستخدم سوى 37.500 فرد حساباتهم أي بنسبة 30% ومعدل ولوج 0.1% ما يعكس نسبة ضئيلة مقارنة بالمغرب 0.23% و تونس 0.34% وذات المصدر أشار إلى أن أغلب السياسيين والفنانين والممثلين في الجزائر لكن لا

يستخدموه لإطلاق مشاريعهم . وحسب طبيعة تويتر فان يستخدم عم طريق النقل إلا انه بالرغم من خدمة الجيل الثالث فان استخدامه يبقى غير مألوف لدى الجزائريين<sup>5</sup>

### خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

توفر مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من الخصائص التي تجعلها متميزة بدورها عن وسائل الإعلام التقليدي وهذه الخصائص يصنفها الكتاب والمختصين، إلا أن ما يتفق عليه هو أن كل هذه الخصائص هي خصائص مرتبطة بالإنترنت ومن الممكن إسقاطها على الشبكة العنكبوتية .

ومما سبق ارتأينا تقديم تقسيمين لخصائص مواقع التواصل الاجتماعي وفي هذا الصدد يرى محمد عبد الحميد في كتابه " الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت أن هناك أربعة خصائص تميز الإعلام الجديد وهي كالاتي :التفاعلية اللاتزامنية المشاركة والانتشار الحركة والمرونة ،الكونية اندماج الوسائط الانتباه والتركيز<sup>6</sup> . أما فهد بن عبد الرحمن الشميمري في كتاب التربية الإعلامية فقد اوجد مجموعة خصائص وهي كالاتي<sup>7</sup> :

1. **التفاعلية interactivity**: وهي كلمة مركبة من كلمتين في الأصل اللاتيني inter وتعني بين أو في ما بين ومن الكلمة activity وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه تترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية معناه ممارسة بين اثنين أو تبادل منفعة بين شخصين وهي تعتبر من الخصائص التي يكون فيها الاتصال بين القراء والمستخدمين وتكون هناك عملية تبادل للأراء فيصبح المتلقي مرسلا او المرسل متلقي أحيانا أخرى كما تتيح إمكانية التغذية العكسية<sup>8</sup>
2. **اللاتزامنية أو الآنية والتحديث المستمر** : ويقصد بالتفاعلية مع العملية الاتصالية أثناء وقوعها من عند المستقبل والمرسل على حد سواء وهي ما تسمى أيضا بالآنية ،أي انه لم يبقى هناك مكان لحدث مسجل بل كل الأحداث أصبحت راهنة .
3. **الكونية** : هي ميزة تميزت بها وسائل الإعلام والاتصال نتيجة للثورة التكنولوجية المحدثة فيها إذ أن خاصية الكونية يعني بها إلغاء الحواجز المكانية و الزمانية إذ لكل إمكانية التواصل والاتصال من أي مكان .
4. **اندماج الوسائط** : أن عملية أن عملية اندماج الوسائط هي خاصية محدثة استحدثتها وسائل الإعلام الحديثة إذ أتاحت إمكانية استخدام النصوص المكتوبة والصوت والصورة بأنواعها الثابتة والمتحركة .
5. **الانتباه والتركيز** : ما يجعل مواقع التواصل الاجتماعي تختلف عن نظيرتها التقليدية التي عادة ما يكون المستقبل فيها سلبيا وقد يستخدم الوسيلة الإعلامية استخداما سطحيا هو أن مواقع التواصل الاجتماعي تجعل من المتلقي مرسلا ومن المرسل متلقيا إذ أن الأفراد هنا هم عبارة عن أفراد نشطين يتفاعلون مع الوسيلة " أي يختارون المحتوى الإعلامي المراد "

6. **التخزين والحفظ أو توفير قاعدة البيانات:** تسهل مواقع التواصل الاجتماعي عملية تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها، وتعتبر إمكانية العودة إلى الموضوعات المنشورة على المواقع الالكترونية خاصية تشبه الأرشيف .

7. **استخدام تكنولوجيا النص الفائق و الوسائل المتعددة :** إذ تساهم هذه الأخيرة في عملية إنتاج المواد التحريرية الالكترونية وتسهيل عملية الوصول إليها من خلال الروابط [links](#).

**العمل التطوعي:** يعرف التطوع بأنه " الجهد الذي يبذله أي إنسان بلا مقابل لمجتمعه بدافع منه للإسهام في تحمل مسؤولية المؤسسة التي تعمل على تقديم الرعاية الاجتماعية"<sup>9</sup>.

كما يعرفه العلي<sup>10</sup> بأنه " بذل مالي أو عيني أو بدني أو فكري يقدمه المسلم عن رضا وقناعة، بدافع من دينه، بدون مقابل بقصد الإسهام في مصالح معتبرة شرعا، يحتاج إليها قطاع من المسلمين."

**معوقات العمل التطوعي:** و يمكن تقسيمها الى معوقات متعلقة بالمتطوع و تتمحور حول<sup>11</sup> الجهل بأهمية العمل التطوعي كما يشكل عدم القيام بالمسؤوليات التي أسندت إليه في الوقت المحدد، لأن المتطوع يشعر بأنه غير ملزم بأدائه في وقت محدد خلال العمل الرسمي إضافة الى عزوف بعض المتطوعين عن التطوع في مؤسسات ليست قريبة من سكنهم. و أخرى متعلقة بالمنظمة الخيرية و يمكن ايجازها في غياب إدارة خاصة للمتطوعين تهتم بشؤونهم وتعينهم على الاختيار المناسب حسب رغبتهم، عدم الإعلان الكافي عن أهداف المؤسسة وأنشطتها و تقليص دور المتطوع داخل المؤسسة الخيرية ، و المحاباة أثناء توزيع المهام من جهة أخرى توجد معوقات متعلقة بالمجتمع و تلخصفي: <sup>12</sup> غياب الوعي الكافي بين أفراد المجتمع بأهمية التطوع والأهداف التي يسعى إلى تحقيقها. فنقافة التطوع متدنية بشكل كبير في كثير من المجتمعات العربية، عدم بث روح التطوع بين أبناء المجتمع منذ الصغر و غياب لوائح وتنظيمات واضحة تنظم العمل التطوعي وتحميه.

**3 - تقنيات تطبيق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للعمل التطوعي التابع للمجموعات الخيرية:** تعد تقنيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للعمل التطوعي التابع للمجموعات الخيرية من بين العوامل المهمة جدا في نجاح البرنامج التطوعي أو عدم نجاحه لذا يمكننا القول أن طريقة الاتصال ومواقيت الاتصال و نشر المعلومات حول العمل التطوعي المراد الترويج له عبر مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا محوريا في وصول الرسالة الإعلامية من عدمها في ما يلي سنقوم بطرح مجموعة من الآليات و الخطوات الضرورية التي تساعد القائمين على الاتصال من ترويج لبرنامجهم التطوعي :<sup>13</sup>

في ما يخص المرسل ( القائم بالاتصال في المجموعة الخيرية ) :

- ) المشاركة بخبر أو بصورة للفعاليات أو الخدمات التي تقدمها الجمعيات لجذب اهتمام الناس .
- ) وضع الأخبار والإشارة إلى أي محتوى تتم كتابته تتعلق بنشاط المجموعة

- الرد على جميع التعليقات والتغريدات التي تتحدث عن نشاطات المجموعة .
- وضع الصورة مع الخبر أو الموضوع .
- اختيار الوقت المناسب للنشر.
- استخدم الهاشتاق المناسب للخبر او التغطية.
- في ما يخص الرسالة :**
- مدى احتياج المتلقي لها ( تزامن العمل التطوعي مع مناسبة اجتماعية كالأعياد الدينية )
- تكون موجزة و تنقل الكثير من المعنى في أقل عدد من الكلمات.
- بساطة وجمال التصميم واستخدام ألوان الجذب و موسيقى تثير العاطفة الانسانية اذا ما تعلق الأمر
- بفيديو.
- استخدام صورة مؤثرة وواقعية حول الحالات الاجتماعية المراد التطوع لها و استخدام صور مرتبطة بالبيئة التي تنشط فيها المجموعة.
- مراقبة توقيت نشر هذه الرسالة ومراعاة أوقات الفراغ لدى الشريحة التي توجه اليها الرسالة و كذا أوقات ذروة الاتصال لدى الشريحة المستقبلة .
- التكرار وهو عنصر رئيسي في تفعيل اية الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المجموعات الخيرية حيث يساهم عنصر التكرار في عملية التعرض العرضي الذي يساهم في تشكيل صورة نمطية عن العمل الخيري و المجموعة الخيرية .
- استخدام روابط نصوص lien hyper texte هذه الأخيرة التي تدفع بالقارئ الى استكمال قراءة الموضوع المضي أكثر في التعمق في تفاصيل العمل التطوعي او الحالة الاجتماعية المراد التطوع لها.
- بالنسبة للمستقبل ( مستقبل الرسالة أو الجمهور) :**
- على القائم بالاتصال أن ينقل مجموعة من القيم و المعلومات للجمهور المتابع للمجموعة الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالقيام ب:
- مشاركة صور وفيديوهات حول العمل التطوعي المقام .
- دعوة المتلفين لرسائل المجموعات الخيرية بان يكونوا ضمن مخطط العمل التطوعي في المرات القادمة .
- مشاركة ما نشرته الصحافة presse book على مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك من اجل إعطاء مصداقية أكثر للعمل التطوعي و المجموعة الخيرية .<sup>12</sup>

خاتمة

الانخراط في العمل التطوعي يعتبر من أهم مظاهر التطور و التحضر البشري إذ أن العمل التطوعي يساهم بشكل كبير في ازدهار الأمم و الدول و يعزز من دور المجتمع المدني داخل المجتمع ويساهم بترقية صورته في أذهان المواطنين كما يساعد الحكومات على التحكم الجزئي في تسيير مواردها المالية عن طريق تقسيم الميزانيات و الأدوار بين الفاعلين في المجتمع المدني و الجمعيات الخيرية، هذا وقد ساهم ظهور مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في زيادة النشاط التطوعي و الخيري و ذلك نتيجة لاتصال الكثير من الأفراد بهذه المواقع الالكترونية و استخدامها كوسيلة من اجل الاحتكاك بالآخرين مستغلين بذلك خصائص مواقع التواصل الاجتماعي كالمرونة و اللاتزامنية و التفاعلية، إذ أن الاعتماد على هذه الخصائص ساهم في خلق مجتمع متعاون الكترونيا عمل على نقل مجموع الأفكار و الخطط التطوعية إلى ارض الواقع و هي الخطوة الإيجابية في حركية التواصل الاجتماعي إذ ان احترام تقنيات النشر على مواقع التواصل الاجتماعي و استخدام عناصر التكرار و استخدام الصور و مشاركة صور العمل التطوعي على مواقع التواصل الاجتماعي يساهم بشكل كبير في إنجاح العمل التطوعي و منح هذا الأخير مصداقية أكثر للعمل التطوعي المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي.

#### الهوامش

1. Tiesto légoque & Diane l'Isabelle:Encyclopédie de la web culture , robert le font édition , p57.
2. www.blogdymoderateur.com /chiffre –face book .طلع عليه بتاريخ 06.04.2017. على الساعة 10.00
3. محمد بوحوالي : واقع الصحف الالكترونية الجزائرية في عصر الإعلام الجديد ، مقال منشور بمجلة الإعلام والاتصال الصادرة عن المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام ، الجزائر ، 2014 ص393.
4. كريم عبد الراضي ، مينا ومدوح و أخرى : الشبكة العربية للمعلومات ، حقوق الإنسان ، القاهرة 2009 .
5. http://www.nticweb.com/dossiers/7759-si-le-twitter-alg%C3%A9rien-m-%C3%A9tait-cont%C3%A9hl .طلع عليه بتاريخ 7.20105.10.00 على الساعة 8.30 .
6. محمد عبد الحميد : الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت : ط 1 ، القاهرة ، عالم الكتب ، 2007ص
7. فهد بن عبد الرحمن الشمري : التربية الإعلامية ، ط 1 ، مكتبة الفهد الوطني ، 2010 ، السعودية ص 183
8. العلي سليمان بن علي : تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية، مؤسسة أمانة، واشنطن 1984 ص 29.
9. اللحياني: التطوع في الدفاع المدني والحماية المدنية ، مطابع الجمعة، الرياض 1994 ص 76 .
10. حميد بن خليل الشايجي: العمل التطوعي أهميته، موقاته وعوامل نجاحه مقال منشور على موقع الكتروني ، تم الاطلاع عليه بتاريخ 08.05.2017 رابط المقال : <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/295011>
11. معلوي بن عبد الله الشهري : العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع ،دراسة ميدانية مقدمة استكمالاً للحصول ،السعودية ، 2007 ص 97.96 - الباحثة بتصرف -
12. إدارة خدمة المجتمع الجمعيات الخيرية واستثمار وسائل الإعلام الاجتماعي، إصداراتالغرفة التجارية الصناعيةالسعودية،ص12
13. قامت الباحثة في هذا العنصر (تقنيات تطبيق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج للعمل التطوعي التابع للمجموعات الخيرية ) بشرح مختلف التقنيات المستخدمة في الترويج للأعمال الخيرية على مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك بالعودة إلى المرجع المذكور أعلاه كذا إعادة تحرير المعطيات وتنسيقها مع طبيعة الموضوع.