

اتجاهات ممارسي الاتصال في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي نحو
توظيف التطبيقات الرقمية في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي (دراسة ميدانية)

**The Use of Digital Applications in Knowledge Management and Volunteer Work Culture
by Communication Practitioners at the Ministry of Hajj and Umrah and the General
Presidency for the Affairs of the Grand Mosque and the Prophet's Mosque (A field survey)**

إعداد الدكتور/ محمد ظلال مساوي

أستاذ مشارك، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

Email: mmasawa@kau.edu.sa

ملخص الدراسة:

سعت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات ممارسي الاتصال في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي نحو توظيف التطبيقات الرقمية في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي، وتم تطبيق الدراسة على (100) مفردة من ممارسي الاتصال بوزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي وباستخدام أداة الاستبيان، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، والتي استخدمت منهج المسح الإعلامي، ومن أبرز النتائج تبين ظهور درجة اهتمام بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الأول (تحرص الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي على استثمار كافة الخطط لرفع الثقافة التطوعية لدى الجمهور)، وفي الترتيب الثاني جاء (تتمتع وزارة الحج والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بوسائل اتصال مستحدثة تتيح تبادل المعرفة حول العمل التطوعي). وفي ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحث بضرورة اهتمام وزارة الحج والعمرة بتوظيف ممارسي الاتصال المؤسسي داخل الوزارة بما يتناسب مع أهمية تلك الوزارة في تعاملها مع العديد من الجنسيات حيث تبين للباحث أن هناك انخفاض شديد في عدد ممارسي الاتصال المؤسسي بتلك الوزارة، وضرورة الاهتمام بتطوير البرمجيات التي تهدف لنقل المعرفة بالثقافة التطوعية بهدف توفير مناخ إداري يسمح بتبادل المعلومات الإرشادية حول مناسك الحج والعمرة، مع الاهتمام بتدريب الشباب على الأعمال التطوعية وزيادة البرامج الإرشادية والتدريبية، واستثمار كافة الجهود والخطط التي تسهم في رفع الثقافة التطوعية لدى الجمهور بهدف تنمية المجتمع والارتقاء به لتحسين صورة المملكة أمام الزوار، وكذلك الاهتمام بمتابعة الجمهور وتعليقاته على المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي، وذلك لتحسين الخدمات المقدمة لهم، وأيضاً للوقوف على المشكلات والصعوبات التي قد تواجه الجمهور فيما يتعلق بالأعمال التطوعية المقدمة لهم.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات ممارسي الاتصال، التطبيقات الرقمية، إدارة المعرفة

The Use of Digital Applications in Knowledge Management and Volunteer Work Culture by Communication Practitioners at the Ministry of Hajj and Umrah and the General Presidency for the Affairs of the Grand Mosque and the Prophet's Mosque (A field survey)

Abstract:

The study sought to identify the attitudes of communication practitioners in the Ministry of Hajj and Umrah and the General Authority for the Care of the Holy Mosque and the Prophet's Mosque towards the use of digital applications in the management of knowledge of the culture of volunteer work. The study was applied to (100) individual practitioners of communication with the Ministry of Hajj and Umrah the General Authority for the Care of the Holy Mosque and the Prophet's Mosque and using the questionnaire tool. This study is one of the runaway studies that used the media survey approach. One of the most prominent results shows the emergence of a degree of interest in the process of identifying and storing knowledge about the culture of volunteer work from the point of view of the investigators. The study sample came in the first order (the Ministry and the General Authority for the Care of the Holy Mosque and the Prophet's Mosque are keen to invest all plans to raise the volunteer culture of the public) by, a mother in the second order came (The Ministry of Hajj and the General Authority for the Care of the Holy Mosque and the Prophet's Mosque have new means of communication that allow the exchange of knowledge about volunteer work). In light of the results of the study, the researcher recommends the need for the Ministry of Hajj and Umrah to pay attention to employing institutional communication practitioners within the ministry in proportion to the importance of that ministry in its dealings with many nationalities, As the researcher noted that there is a severe decline in the number of institutional communication practitioners in that ministry, and the need to attention to developing software that aims To transfer knowledge of volunteer culture with the aim of providing an administrative climate that allows the exchange of guidance information about Hajj and Umrah rituals, and training young people in volunteer work and increasing guidance and training programmes, and investing all efforts and plans that contribute to raising volunteer culture with the aim of developing society and upgrading it to improve the image of the KSA in front of the public. and paying attention to the public's follow-up and comments on publications related to volunteer work, in order to improve the services provided, and also to identify problems and difficulties that the public may face them.

Keywords: attitudes communication practitioners, digital applications, management of knowledge

1. المقدمة:

شهدت البيئة الإعلامية الرقمية تطورات تكنولوجية عديدة أدت إلى ظهور منظومة اتصالية جديدة أكثر فعالية في ممارسة العمل بالعلاقات العامة، فقد أسهمت التطبيقات الرقمية في دعم وتنمية عمل ممارسي الاتصال داخل المؤسسات المختلفة في شتى المجالات، ويبرز دور التطبيقات الرقمية في التميز من حيث السرعة والتنوع في نقل الأخبار، والإسهام في نقل الخدمات والمعلومات عن البرامج التطوعية والإرشادية بوزارة الحج والعمرة، والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي، وهو ما يؤدي بدوره إلى تسهيل المشاركة التطوعية، واستثمار طاقات الشباب في تنمية خدمة المجتمع. كما تمثل التطبيقات الرقمية حقبة جديدة لممارسي الاتصال في الترويج لثقافة العمل التطوعي، وذلك بفضل تقنيات الوسائط التفاعلية التي يمكن توظيفها في تقديم الخدمات الإرشادية المتنوعة للحجاج والمعتمرين في المجالات كافة، فالعمل التطوعي لخدمة ضيوف الرحمن يركز على مهارات وإستراتيجيات محددة وواضحة كترسيخ مفهوم العطاء تجاه الزوار، وتوفير الموارد البشرية التي لها القدرة على تقديم الخدمات التطوعية للزوار، مما يساهم في إرساء إدارة المعرفة بثقافة الأنشطة التطوعية المختلفة والتي تساهم بدورها في الارتقاء بصورة المملكة أمام العالم، لذلك وجد الباحث: ضرورة إجراء دراسة لمعرفة: اتجاهات ممارسي الاتصال في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي نحو توظيف التطبيقات الرقمية في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي.

1.1. مشكلة الدراسة:

يشكل العمل التطوعي قيمة إنسانية عُلّيا في المجتمعات الراقية، وهو مؤشر مهم في الدول التي تسعى للتطوير والارتقاء الأخلاقي، وكما يعد محورا مهماً في التنمية المستدامة، والتي بدورها ترفع من قيمة المجتمع، ولانتشار تلك الثقافة أهمية كبرى في المجتمع، ونتيجة للتطورات التكنولوجية والرقمية التي أفرزتها ثورة المعلومات والاتصالات أصبح المجتمع المعاصر يعيش تطورات هائلة في مجال الإعلام والاتصال، مما أسفر عن تغيير في أساليب أدت إلى تغييرات كبيرة في أساليب إنتاج ممارسي الاتصال للمحتوى الرقمي، ويتجه ممارسو الاتصال في وزارة الحج والعمرة للاستفادة من التطبيقات الرقمية في مجال عملهم، وذلك للترويج لثقافة التطوع ودعم التواصل والترابط الاجتماعي، فضلاً عن تحفيز المتطوعين على ترجمة المهارات والمعارف الجديدة، لتحسين صورة المملكة داخلياً وخارجياً، وزيادة تفاعلها مع بيئتها الخارجية نتيجة انتشار تلك التطبيقات، والتفاعل بين المستخدمين حول المضامين المتعلقة بنشر ثقافة التطوع لوضع الخطط التي تساهم في تنمية المجتمع وخدمة زوار الحرمين، فالعمل التطوعي يمثل عاملاً أساسياً في بناء المجتمع ونشر التماسك الاجتماعي بين المواطنين، كونه يرتبط ارتباطاً وثيقاً بكل معاني الخير والعمل الصالح، لذلك تتمحور مشكلة الدراسة: قياس اتجاهات ممارسي الاتصال في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي نحو توظيف التطبيقات الرقمية في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي

2.1. تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي: ما اتجاهات ممارسي الاتصال في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي نحو توظيف التطبيقات الرقمية في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي؟

ويندرج من التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:

- 1- ما معدل استخدام ودرجة استفادة ممارسي الاتصال في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي من توظيف التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي؟

- 2- ما اتجاهات عينة الدراسة نحو توظيف التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي؟
- 3- كيف تهتم المؤسسات المعنية بالدراسة بعملية اكتساب المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي؟
- 4- كيف تهتم المؤسسات المعنية بالدراسة بعملية نقل المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي؟
- 5- ما درجة اهتمام المؤسسات المعنية بالدراسة بعملية تطبيق المعرفة المتعلقة ثقافة العمل التطوعي؟
- 6- ما درجة اهتمام المؤسسات المعنية بالدراسة بعملية تخزين المعرفة المتعلقة ثقافة العمل التطوعي؟
- 7- ما معوقات نشر ثقافة العمل التطوعي؟
- 8- ما النتائج الإيجابية الناجمة عن نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية؟

3.1. فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي وبين العوامل الديموجرافية (النوع - الفئات العمرية - المستوى التعليمي - سنوات الخبرة).

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي وبين الدور المؤسسي في إدارة المعرفة عن نشر العمل التطوعي من حيث (اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي - نقل المعرفة - تطبيق المعرفة - عملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي).

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية وبين تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع، قام الباحث بالتحقق من هذا الفرض من خلال حساب معامل ارتباط سيرمان بين التطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية، وبين تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع، ويوضح الجدول التالي مصفوفة الارتباط ومستوى معنوية.

4.1. أهمية الدراسة:

- **تركز الأهمية النظرية على:** اعتماد ممارسي العلاقات على التطبيقات الرقمية في مجال عملهم لإدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي بهدف المشاركة الواعية والرشيده من الجمهور، وهو ما يسهم في اكتسابهم الخبرات لخدمة وتنمية المجتمع على اعتبار أنه مساند ومكمل للعمل التطوعي الميداني أثناء مناسك الحج والعمرة، بوصفه أحد أهم الموضوعات الحديثة في علوم العلاقات العامة التي تتماشى مع توجهات علوم الإعلام الرقمي بشكل عام، وخاصة علوم العلاقات العامة الرقمية، وذلك لوضع إستراتيجية عامة كإطار عمل لإدارة المعرفة بالثقافة التطوعية لتحسين صورة المملكة والارتقاء بها داخلياً وخارجياً.
- وتعد هذه الدراسة في إطار الدراسات التي تبلور أهداف ورؤية المملكة نحو ثقافة العمل التطوعي، والتي نصت عليها رؤية المملكة 2030 من العناية بالعمل التطوعي والاهتمام به.
- **الأهمية التطبيقية:** التي تقوم على تقديم رؤية لكيفية الربط بين اعتماد ممارسي الاتصال المؤسسي في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي على التطبيقات الرقمية، وإدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي أثناء

أداء الشعائر المقدسة، بوصفها إحدى الوسائل المهمة التي تسهم في تحقيق التكامل الموضوعي المتعلق بثقافة التطوع لتحسين إستراتيجيات العلاقات العامة، وذلك من خلال وضع المعارف ومشاركة المعلومات والبيانات في كافة القطاعات المعلوماتية والمعرفية، فضلاً عن وضع المهارات المعرفية المكتسبة التي تسهم في تحقيق مستويات أعلى في التخطيط والتطوير وتقديم الخدمات المتنوعة لزوار الحرمين وحل المشكلات التي تواجههم، بما يسهم في تطوير القدرات والمهارات التقنية لرفع مستوى أداء المتطوعين أثناء مناسك الحج، مما يؤدي إلى تحديد الأدوار والمسؤوليات بدقة، فضلاً عن تحقيق الانتشار والتواصل بين القائمين على نشر ثقافة العمل التطوعي والجمهور المتفاعل مع المضامين ذات الصلة بها، مما يسهم في تنمية المجتمع وتطوير وخلق صورة ذهنية إيجابية عن المملكة داخلياً وخارجياً، وذلك للوصول إلى تصورات جديدة ومبتكرة في إطار العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام الرقمي.

5.1. أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في اتجاهات ممارسي الاتصال في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني والمسجد الحرام والمسجد النبوي نحو توظيف التطبيقات الرقمية في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي. وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

1. التعرف على معدل استخدام ودرجة استفادة ممارسي الاتصال في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني والمسجد الحرام والمسجد النبوي من توظيف التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي.
2. تحديد اتجاهات عينة الدراسة نحو توظيف التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي.
3. الكشف عن كيفية اهتمام المؤسسات المعنية بالدراسة بعملية اكتساب المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي.
4. التعرف على درجة اهتمام المؤسسات المعنية بالدراسة بعملية نقل المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي.
- 5- تحديد درجة اهتمام المؤسسات المعنية بالدراسة بعملية تطبيق المعرفة المتعلقة بثقافة العمل التطوعي.
- 6- تحديد درجة اهتمام المؤسسات المعنية بالدراسة بعملية تخزين المعرفة المتعلقة بثقافة العمل التطوعي.
- 7- الكشف عن أبرز معوقات نشر ثقافة العمل التطوعي.
- 8- الوقوف على النتائج الإيجابية الناجمة عن نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية.

2. الإطار المعرفي:

أولاً: التطبيقات الرقمية وإدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي أثناء مناسك الحج والعمرة:

هي تطبيقات إلكترونية تهدف لمشاركة المعلومات والأفكار والرسائل ومقاطع الفيديو والتقارير للجمهور المستهدف (أبو ريدة، 2024، 352)، وذلك من خلال استفادة الأفراد والمؤسسات المختلفة منها في إطار اتصالي يقوم على العلاقات المختلفة بين المستخدمين، كتشجيع فريق معين أو الانتماء لمؤسسة ما كطبيعة الوضع الاجتماعي والمعتقدات أو طبقة ينتمي لها شخص معين (Samant, et al, 2021).

وتعتمد إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي على قاعدة معرفة كبيرة تتضمن البيانات والمعلومات بهدف إضافة قيمة للأعمال الإدارية والممارسات العملية في مختلف المؤسسات، فمن خلال هذه القاعدة يمكن تشخيص واكتساب، وتوليد وتخزين

وتطوير وتوزيع وتطبيق المعرفة في المؤسسة، والتي تتحقق بانتزاع المعلومات الثمينة من قاعدة المعرفة من خلال تشفير المعرفة وترجمتها لقاعدة بيانات (عواد، 2008، 54). كما تعد منصات التواصل الاجتماعي أحد أهم تطبيقات الإعلام الرقمي التي تسهم في مساعدة ممارسي العلاقات العامة في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي على نشر المضامين التي تحفز الجمهور على المشاركة في الأنشطة التطوعية للارتقاء بالمجتمع وتحسين صورة المملكة أمام زوار الحرمين داخليًا وخارجيًا. فالعمل التطوعي هو عمل اختياري دون عائد مادي يستفيد منه المجتمع بصفة رسمية أو غير رسمية فإرساء الثقافة الرقمية في التنمية التطوعية يتطلب مجموعة العوامل والمعارف والمهارات، التي يكتسبها الفرد داخل التنظيم وخارجه، منها ما هو متعلق بالعوامل الفردية الذاتية من الدوافع وطرق التعلم والمهارات المكتسبة، ومنها ما هو متعلق بالهيكلية الإلكترونية من طرق التنظيم والتسيير، ومنها ما هو متعلق بالهيكلية الإلكترونية من طرق التنظيم والتسيير، ومنها ما هو متعلق بالمحيط الخارجي عبر البيئة الرقمية التفاعلية (عمور، سالم، 2022، 7611).

ويُمكن القول: إن هذه التطبيقات أسهمت في نشر المضامين المقدمة بطرق وأساليب جذابة لجذب انتباه المستخدمين، مما يسهم في سهولة المعرفة وتحفيز عمل نظام التفكير السريع بشكل جيد (أبونجمة، 2024، 68). فالصفحات التفاعلية تقوم بتغطية وبث مضامين الأخبار التي تثير اهتمام الجمهور من موقع الحدث (Al- Qatawneh, 2022, 202) فالجمهور في هذه مرسل ومستقبل ومشارك بشكل أكبر في الموضوعات المختلفة تحليلًا ونقدًا أو تَغْلِيْفًا وتتعدد تطبيقات التواصل الاجتماعي المستخدمة في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي، ومنها:

- 1- **الفيسبوك (Facebook):** شبكة اجتماعية تتيح للقاء بالاتصال في وسائل الإعلام المساهمة في صناعة الحدث ونقله والتعليق بحرية مطلقة، فضلاً عن اعتماد غالبية المؤسسات عليه في نقل أخبارها وبرامجها للترويج لها والتواصل المباشر بين المؤسسة وجمهورها المتابع (بونجمة، 2024، 76).
- 2- **منصة X تويتر (Twitter) سابقاً:** شبكة للتفاعل الافتراضي بين الأفراد تقدم خدمة التدوين المصغر، بحيث تسمح للمستخدمين بإرسال تغريدات بحد أقصى (140) كلمة، حيث تتطلب فتح حساب على الموقع، ويستطيع أن يقوم بالبحث عن أشخاص أو عناوين من الأصدقاء وموضوعات مختلفة باعتباره تجمعاً في أنحاء العالم كافة كما وصل عدد التغريدات اليومية إلى حوالي (500) مليون تغريدة (María, et al., 2020, 12).
- 3- **اليوتيوب (YouTube):** هو أحد أشهر المواقع الإلكترونية التي تمكن المستخدمين من مشاهدة العديد من مقاطع الفيديو المنشورة التي تتضمن مختلف الأخبار والمعلومات التي تثير اهتمامهم في أي وقت وزمان.
- 4- **موقع إنستغرام (Instagram):** هو تطبيق رقمي يسمح لمستخدميه إمكانية التقاط الصور وتصوير الفيديوهات وتبادلها بين المستخدمين وبعضهم البعض في مختلف أنحاء العالم، وهو مملوك لشركة فيسبوك".
- 5- **التيك توك (TikTok):** هو تطبيق عبر الهواتف الذكية مخصص لتسجيل ومشاركة الفيديوهات بين المستخدمين.
- 6- **الواتساب (WhatsApp):** تطبيق يتيح لمستخدميه إرسال الرسائل النصية والصوتية والملفات ومشاركتها عبر المجموعات المختلفة بالنص والصوت والصورة، فضلاً عن إجراء المكالمات طبقاً لحاجة المستخدم (Al- Qatawneh, 2023, 207).
- 7- **السناب شات (SnapChat):** هو تطبيق للتواصل الاجتماعي يتيح للمستخدمين إمكانية التقاط الصور ومقاطع الفيديو القصيرة ومشاركتها والتعليق عليها في نطاق تفاعلي.

ممارسو الاتصال المؤسسي وتقديم الخدمات المتعلقة بثقافة العمل التطوعي لزوار الحرمين عبر التطبيقات الرقمية:

هي مجموعة الأفراد العاملين في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي، يستخدمون التطبيقات الرقمية في إدارة المعرفة في ممارسة الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة في المؤسسات التي يعملون بها. فالثقافة التطوعية تشكل مقياساً من مقاييس تطور المجتمع ومدى وعيه وتفاعله مع مختلف الموضوعات المتعلقة بالعمل التطوعي الذي يمثل شكلاً من أشكال المشاركة السياسية بين الفرد وصناع القرار لتعزيز القيم والمثل العليا داخل المجتمع (يوسف، 2020، 272).

ويمكن لممارسي العلاقات العامة الاستفادة من التطبيقات الرقمية في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي داخل مؤسسات الحج والعمرة على النحو التالي:

1- استقبال وتوديع الوفود.

2- التطوع الصحي.

3- التطوع البيئي.

4- الترجمة للحجاج والمعتمرين.

5- الإرشاد والتوجيه.

كما يقوم ممارسو العلاقات العامة الرقمية في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بتنفيذ الأنشطة التطوعية للتنسيق بين القوى التطوعية والجهات المعنية، والارتقاء بمستوى ونوعية الخدمة المقدمة للحجاج، وذلك من خلال قياس أداء وفعالية الجهود التطوعية وفق معايير واضحة ومدروسة ومحددة، فضلاً عن تقديم الخدمات التطوعية بأساليب تنظيمية متنوعة عبر الاستفادة من التقنيات الحديثة لخدمة ضيوف الرحمن. فالإبداع في العلاقات العامة يتداخل بصفة أساسية في الحوار بين المنظمة وجمهورها، الذي يعتمد على الأصالة، والإبداع، والجدة، والقيمة، والكفاءة لإبراز الرسائل في الفضاء العام الذي يتضمن العديد من الرسائل العادية والجديدة

أهداف العمل التطوعي:

يسهم العمل التطوعي في تحقيق الأهداف التي تسهم في التنمية المستدامة داخل المجتمعات والارتقاء بها في كافة القطاعات (هادف، وآخرين، 2021، 117) على النحو التالي:

1- تعبئة الطاقات البشرية والمادية وتوجيهها إلى عمل إنساني منظم وهادف.

2- تحقيق التماسك الاجتماعي بين أفراد المجتمع لتحقيق التنمية المستدامة داخل المجتمع.

3- بث روح المحبة والتعاون بين أفراد المجتمع.

4- نشر ثقافة الخير وتحمل المسؤولية من خلال رفع الكفاءة للأشخاص المتطوعين لخدمة ضيوف الرحمن

5- تقديم خدمات متميزة للحجاج والمعتمرين للارتقاء بالمجتمع وتحسين صورة المملكة أمام الزوار.

6- تقديم العون والإرشاد والترجمة والمسارعة في خدمة ضيوف الرحمن.

إدارة المعرفة ودورها في تعزيز ثقافة العمل التطوعي:

ويمكن تعريف إدارة المعرفة بأنها مجموعة من العمليات والأدوات والممارسات التي تساعد على إنشاء المعرفة وتبادلها ونقلها وتطبيقها بين الأفراد والجماعات داخل المؤسسة. ويشير مفهوم نظم إدارة المعرفة إلى فئة من نظم المعلومات التي تدير المعرفة التنظيمية، وبالتالي فهو نظام تم تطويره لدعم وتعزيز العمليات التنظيمية؛ لإنشاء المعرفة وتخزينها واسترجاعها ونقلها وتطبيقها (الحربي، 2023، 257). وتشير إدارة المعرفة إلى مجموعة الإستراتيجيات والتراكيب التي تعظم من الموارد الفكرية والمعلوماتية من خلال قيامها بعمليات شفافة وتكنولوجية تتعلق بإيجاد، وجمع، ومشاركة، وإعادة تجميع، وإعادة استخدام المعرفة، بهدف إيجاد قيمة جديدة من خلال تحسين الكفاءة والفعالية الفردية، والتعاون في عمل المعرفة لزيادة الابتكار واتخاذ القرار (عباس، 2013، 4).

هناك عدة عوامل أساسية للاهتمام بإدارة المعرفة أهمها:

- إن التقدم السريع الذي حصل في الموارد المعرفية جعل من عملية المشاركة بالمعرفة أكثر سهولة وسرعة، إضافة إلى ربط الأفراد بشبكات اتصالات كان الغرض منها اكتساب المعرفة والمشاركة فيها.
- تحول الأساس الاقتصادي للدول من الموارد الطبيعية إلى الموارد المعرفية ومنها رأس المال المعرفي الذكائي، أدى إلى توجيه تلك الدول إلى تقييم الموارد المعرفية وكيفية توظيفها واستخدامها استخدامًا أمثلًا. (نورة والأمين 2023، 851).
- ترفع إدارة المعرفة قدرة المنظمة على التعلم من بيئتها، ودمج المعرفة في عمليات أعمالها.
- تسهم إدارة المعرفة في تحقيق الاستجابة السريعة لنقاط الضعف والتهديدات التي تؤثر على طريق عمل المنظمة.
- تعتبر إدارة المعرفة مهمة للمنظمات لتحسين الميزة التنافسية.
- والأهم من ذلك، القيمة المضافة المتحققة في المستويات المختلفة من أنشطة المنظمة تزداد من خلال عمليات اكتساب وتخزين واستخدام المعرفة، وبالتالي تحمي المنظمة حصتها السوقية، وتضمن فرص المشاركة المستقبلية وثبوتها في مقدمة المنافسين، إضافة إلى دور إدارة المعرفة في إعادة الهيكلة التي تساعد في تطوير وتحديث المنظمة لمواكبة متطلبات البيئة الاقتصادية، وتزيد من عوائدها ورضا العاملين وولائهم، وتحسين الموقف التنافسي لها من خلال التركيز على الموجودات التي يصعب قياسها، وتظهر نتائجها على المدى الطويل، لذلك تعد إدارة المعرفة أمرًا حاسمًا وحيويًا في عصر المعلوماتية (عتيقة، 2016، 49).

أهداف إدارة المعرفة:

تسعى إدارة المعرفة إلى تحقيق العديد من الأهداف من أهمها ما يأتي:

- تحديد وجمع المعرفة من مصادرها، وتوفيرها بالشكل المناسب و تخزينها واسترجاعها عند الحاجة.
- جذب رأس المال الفكري لوضع الحلول للمشكلات التي تواجه المؤسسة.
- تهيئة بيئة المؤسسة لعمليات التعلم والتطوير الذاتي المستمر وتشجيع كل فرد على المشاركة بالمعرفة لرفع مستوى معرفة الآخرين.
- التأكد من فعالية المؤسسة، وتحويل المعرفة الضمنية إلى معرفة صريحة، وتعظيم العوائد من الملكية الفكرية؛ وتبني فكرة حرية تدفق الأفكار. (مرسى والديب، 2022، 418).

إنشاء المعرفة: وتعد من أهم عمليات إدارة المعرفة، والتي تتضمن إعادة تشكيل وابتكار واكتساب المعرفة والقدرة على الفهم والاستيعاب للمعرفة الظاهرة، والحصول على المعرفة الكاملة في أذهان وعقول المبدعين، وتكمن إمكانات الذكاء الاصطناعي للتعلم العميق في إنشاء المعرفة، وفي قدرته التنبؤية في مواقف مثل التنبؤ باحتمالات المبيعات والتواصل مع العملاء، ويساعد الذكاء الاصطناعي في إيجاد اتصالات أكثر فعالية من خلال البيانات التي تحتوي على تفاعلات مع العملاء (Jarrahi, et al., 2023, 88).

تخزين وتنظيم واسترجاع المعرفة: يعتمد على قيام كل فرد في المنظمة بتسجيل كل ما يحدث له، وأية معلومات جديدة في مكان معين، سواء في ملفات عادية أو في شبكة الحاسب الآلي، بحيث تكون متاحة لكل أفراد المنظمة، إذا أرادوا الاطلاع عليها. قيام شخص مسؤول بجمع المعلومات وتخزينها بدقة وبطريقة يسهل استخدامها من الجميع، دون الاهتمام بتحليل وتنقية المعرفة أو بنشرها وتداولها بطرق فعالة. (عبد الوهاب، 2006، 4).

نقل ومشاركة المعرفة: وتعني نشر ومشاركة المعرفة بين مختلف الأفراد في المستويات الإدارية المتنوعة حيث يشغل الأفراد مهاراتهم في ذلك، ويتم توزيع المعرفة الضمنية بأساليب مختلفة كالتدريب والحوار، أما المعرفة الصريحة فيمكن نشرها بالوثائق والنشرات الداخلية والتعلم، ويكون للدعم الإداري دور مهم في ذلك، وتعمل التكنولوجيا المتوفرة أيضاً دور هاماً في تسهيل توزيع ونشر لتشارك بالمعرفة عبر شبكة الاتصال الداخلية والبريد الإلكتروني. والوسائل الإلكترونية الأخرى (عبد الله وجرجيس، 2014، 3).

تطبيق المعرفة: يعتمد تطبيق المعرفة على عملية إعادة الابتكار، ويمكن لتكنولوجيا المعلومات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي أن تسهل عملية تطبيق المعرفة من خلال أتمتة الإجراءات الروتينية التي تساعد الموظفين على دمج المعرفة المتخصصة وتطبيقها (Jarrahi, et al., 2023, 90).

3. الدراسات السابقة:

هدفت دراسة (بوحنيكة، درابلية، 2024)، إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم منظمات العمل التطوعي الخيري، وتكونت العينة من (35) مفردة من العاملين في المؤسسات الخيرية الجزائرية "أيادي الخير، أصدقاء القالة"، وأظهرت النتائج: أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر على منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية الوقت والجهد والتكلفة، وأن هذه المنظمة تعرض نشاطاتها الخيرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمخاطبة كل فئات المجتمع، لتقديم المساعدات ومشاركتها العمل التطوعي الخيري.

كما سعت دراسة (طويرقي، آخرين، 2023)، إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تنمية العمل التطوعي بالمملكة العربية السعودية، واستخدمت المنهج الوصفي أسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (132) مفردة من العاملين في المؤسسات المعنية بالعمل التطوعي في منطقة الرياض: وكشفت النتائج: أن زيادة الوعي التكنولوجي والتوعية بأهمية العمل التطوعي تؤدي إلى مشاركة الجمهور السعودي في الأعمال التطوعية، وأن استخدام تطبيقات الإعلام الجديدة لتعزيز ثقافة العمل التطوعي تساهم في تعزيز الوعي والتفاعل مع فرص التطوع وزيادة عدد المتطوعين في المجتمع السعودي.

واهتمت دراسة (الجعيد وآخرين، 2023)، برصد البرامج الاتصالية الرقمية التي تقدمها وزارة الحج والعمرة عبر حساباتها، من حيث طبيعتها والخصائص الشكلية لها، وتحديد معايير قياس فعالية البرامج الاتصالية الرقمية بوزارة الحج والعمرة،

ومدى إمكانية إسهامها في تعزيز الصورة الذهنية لمساهمة قطاع الحج والعمرة في ضوء رؤية (2030)، وتكونت العينة من (400) مفردة من العاملين في وزارة الحج والعمرة. وكشفت النتائج: أن وزارة الحج والعمرة تحظى بأهمية قصوى في خدمة ضيوف الرحمن، في ظل رؤية المملكة (2030)، وذلك من خلال الدور المهم الذي يمكن أن تؤديه البرامج الاتصالية الرقمية في تعزيز الصورة الذهنية لمساهمة قطاع الحج والعمرة في تقديم الخدمات المتنوعة للزوار من عدة زوايا.

وقامت دراسة (عمور، سالم، 2022، 1367). بالتعرف على فعالية استخدام الثقافة الرقمية في التنمية التطوعية كضرورة واقعية لمتغيرات البيئة الرقمية الجديدة، من خلال تتبع أهم العوامل الداخلية والخارجية المتكيفة في اكتسابها، وكشفت النتائج: أن إرساء الثقافة الرقمية للأفراد ترتبط بعدة عوامل كتقدير الشخصي، وقابلية التعلم، واكتساب المهارات الجديدة في البيئة الرقمية، وأن الثقافة الرقمية لها دور كبير في دعم العمل التطوعي داخل الميدان

واستهدفت دراسة (بن طيفور، 2022) الكشف حول أشكال تفاعل الجمهور السعودي مع مضامين العمل التطوعي عبر هذه المنصات الإلكترونية، والقيم التي تتجسد من خلال هذا التفاعل، وتم استخدام منهج المسح باستخدام أسلوب العينة القصدية للإجابة عن تساؤلات الدراسة، بالنسبة لأداة جمع البيانات فتمثل في استمارة الاستقصاء التي ستوزع على مجموعة من مواطني مدينة جدة الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها (400) مفردة (ذكورًا وإناثًا) وفق نظرية (الاستخدامات والإشباع). ومن أهم نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي لها دور مهم في تعزيز القيم التطوعية، وتبين وجود تفاعل نشط للجمهور السعودي نحو قيم العمل التطوعية والمنشورة في الشبكات الاجتماعية، وجاءت شبكة الإنستغرام الأكثر استخدامًا.

سعت الدراسة (Radwan et al , , 2022) إلى اكتشاف دور وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التطوع الإلكتروني لدى الشباب الجامعي، تعتمد الدراسة على طريقة عينة المسح الاجتماعي المتمثلة في عينة عشوائية بسيطة من الشباب في جامعة أم القرى. قوامها (123) فردًا. وكانت أهم نتائج الدراسة: عدم الأهمية الإحصائية عند ($\alpha \leq 0.05$) فيما يتعلق بالاختلافات بين شباب الجامعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدعم التطوع الإلكتروني، حسب الجنس. بالإضافة إلى ذلك، هناك فروق إحصائية كبيرة عند ($\alpha \leq 0.05$) بين شباب الجامعة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدعم التطوع الإلكتروني، وفقًا لدخل الأسرة.

وتكشف دراسة (Caridà et al 2022) عن أهمية المنصات الرقمية في العمل التطوعي وأبرزت نتائج الدراسة وجود عدد من العوامل التي تدفع المتطوعين إلى سهولة المشاركة والقيام بالأعمال التطوعية بكل يسر ومن أهم هذه العوامل الامكانيات التكنولوجية التي تقدمها المنصة الرقمية للمتطوعين ويعد سهولة استخدام البريد الإلكتروني وتوفير معلومات وتوفير خيارات متعددة للمشاركين على المنصة الرقمية من أبرز الدوافع المساعدة في نشر العمل التطوعي.

واهتمت دراسة (أحمد، 2021). بتحديد درجة وعي الشباب الكويتي بدور الجمعيات الخيرية وعلاقته بتفعيل ثقافة العمل التطوعي لديهم، وتم استخدام المنهج الوصفي بأسلوب المسح بالعينة كأداة رئيسة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (319) من الشباب الكويتي، وكشفت النتائج عن: وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائيًا بين الوعي بدور الجمعيات الخيرية وثقافة العمل التطوعي لدى الشباب، فضلًا عن وجود ارتفاع في مستوى الوعي بدور الجمعيات الخيرية داخل المجتمع الكويتي.

كما هدفت دراسة (الفريجي، 2021). إلى تعرف دور إدارة المعرفة في تطوير المحتوى الإعلامي لقطاع الإعلام السعودي في ظل تحولات البيئة الرقمية، خلال أربعة محاور: إدارة المعرفة المفهوم والخصائص، واقع صناعة المحتوى

الإعلامي بالمملكة، متطلبات صناعة المحتوى الإعلامي في ظل متغيرات البيئة الرقمية، إستراتيجيات إدارة المعرفة وتطوير المحتوى الإعلامي في قطاع الإعلام السعودي: وأوضحت النتائج: أن مؤسسات قطاع الإعلام بالمملكة العربية السعودية أسهمت في خلق تأثير قوي داخل أنساق البيئة الإعلامية والفكرية والمعرفية والاجتماعية والثقافية للمجتمع السعودي، كما أوصت زيادة الاهتمام بتطبيق إدارة المعرفة في قطاع الإعلام السعودي، وتطوير المحتوى الإعلامي الذي تقوم بإنتاجه أو نقله أو إذاعته أو بثه، مع توفير التدريب والدورات اللازمة للكوادر الإدارية الحالية لتصبح على مستوى يؤهلها بذلك على الوجه الأكمل، وإشراك المستويات الإدارية الإعلامية المختلفة بهذه العملية والاستماع لآرائها والأخذ بالمقترحات التي تقدمها من أجل إغناء هذه العملية، ووضع إستراتيجية عامة - إطار عمل - لإدارة المعرفة في مؤسسات القطاع الإعلامي السعودي.

وقامت دراسة (عبد الظاهر، 2020). بالتعرف على استخدام الحجاج والمُعتمدين لقنوات التواصل الاجتماعي في حصولهم على المعلومات الإرشادية بمناسبة الحج والعمرة، ونوعية المعلومات المقدمة لهم، واستخدمت المنهج الوصفي أسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (800) مفردة من الحجاج والمُعتمدين الناطقين باللغة العربية أثناء تواجدهم بمكة المكرمة لتأدية مناسك الحج والعمرة، وأظهرت النتائج: أن قنوات التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلاً في الحصول على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة هي: الفيسبوك في المقدمة، يليها التويتر والسناپ شات، ثم الإنستغرام، وتبعها الواتس أب، والإيمو، ثم لينكد إن، فضلاً عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض الحجاج والمُعتمدين لقنوات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الإرشادية بمناسبة الحج والعمرة، ونوعية المعلومات المقدمة لهم.

واهتمت دراسة (يوسف، 2020). بالتعرف على استخدام المؤسسات التطوعية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي بدولة الإمارات العربية المتحدة، من خلال الكشف عن أساليب المؤسسات التطوعية لتحفيز الأفراد على العمل التطوعي، واستخدمت المنهج الوصفي أسلوب المسح بالعينة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (30) مفردة من العاملين في المؤسسات التطوعية الإماراتية ممثلة في "الهلال الأحمر الإماراتي، مؤسسة الإمارات للشباب، منصة متطوعي الإمارات، وهيئة تنمية المجتمع والجمعيات الخيرية، ومؤسسة دبي العطاء، وأظهرت النتائج: أن مواقع الإنستغرام والسناپ شات والواتس أب تعد من أهم مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد عليها المؤسسات لنشر ثقافة العمل التطوعي.

واهتمت دراسة (Lachance, 2020) بالتعرف على أثر (كوفيد-19) على المشاركة في العمل التطوعي الافتراضي بكندا: وكشفت النتائج: أن أفراد العينة لديهم القدرة على المشاركة في العمل التطوعي من خلال اقتحام المساحات الافتراضية وفقاً لقواعد التباعد الاجتماعي.

التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

من خلال مراجعة الباحث للتراث العلمي السابق، لاحظت الباحث ما يلي:

- اتفقت المدرستان العربية والأجنبية على أهمية العمل التطوعي ودوره في تنمية المجتمع.
- رصدت الدراسات السابقة العمل التطوعي في مؤسسات متنوعة ولكن لم يتم دراسة مؤسسة معنية بالتعامل مع الجمهور ذو خصائص متنوعة وبعدهم كوزارة الحج والعمرة وهيئة شؤون الحرمين
- أجمعت الدراسات على استخدام المنهج الوصفي عن طريق أداة الاستبيان، وهناك بعض الدراسات لم تستخدم منهجاً؛ كونها تعد من الدراسات الاستثنائية، بينما اتفقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في استخدام أداة الاستبيان كجزء من المنهج الوصفي للتحقق من نتائج الدراسة الحالية، في حين اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تحديد عينة الدراسة.

• مثلت الدراسات السابقة رصيذاً علمياً زاخراً استمد منه الباحث الرؤية العلمية السليمة لموضوع الدراسة، كما أسهمت الدراسات السابقة في تحديد بعض الأبعاد المعلوماتية المهمة التي تستغرق شطراً من الإطار المعرفي للدراسة، وباستعراض الدراسات السابقة يتضح أنها ساعدت الباحث على النحو التالي:

- 1- تكوين رؤية واضحة نحو المشكلة البحثية من حيث تحديدها وصياغتها والإطار العام لها.
- 2- المساعدة في تحديد المنهج العلمي المناسب وتحديد الأدوات المناسبة لجمع البيانات.
- 3- تحديد عينة الدراسة والمجال التطبيقي لها.
- 4- صياغة فروض الدراسة وتساؤلاتها بشكل علمي يحقق أهدافها، وذلك بناءً على ما جاء من نتائج.
- 5- الاستفادة منها في تصميم صحيفة الاستبيان.
- 6- الاستفادة منها في تحليل النتائج وتفسيرها والتعليق عليها بأسلوب علمي صحيح.

4. منهجية الدراسة:

1.4. نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تعتمد بشكل أساسي على استخدام أسلوب المسح بالعينة، وقد اتبع الباحث هذا المنهج لأنه يستجيب إلى هدف الدراسة في معرفة العلاقة بين معدل استخدام للتطبيقات الرقمية في نشر المعرفة بثقافة العمل التطوعي، واتجاهاتهم نحوها، وذلك من خلال قياس استجابات المبحوثين وتفاعل أفراد العينة مع الموضوعات المتعلقة بها، وبناءً على ذلك يتم استنتاج الفروق.

2.4. مجتمع الدراسة: يتمثل المجتمع البشري في ممارسي الاتصال المؤسسي بوزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي.

3.4. عينة الدراسة:

أجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها (100) مفردة من ممارسي الاتصال المؤسسي وذلك بوزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي المستخدمون للتطبيقات الرقمية في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي بالمملكة العربية السعودية.

مبررات اختيار العينة:

- 1- اختيار الباحث لعينة لممارسي الاتصال المؤسسي إلى صفة الموضوع، باعتبارهم فئة وشريحة تمثل قطاعاً فاعلاً في المجتمع البشري، بالإضافة إلى أنّ العاملين في مجال الاتصال المؤسسي في وزارة الحج والهيئة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي لديهم القدرة والاستعداد على استخدام التطبيقات الرقمية في مجال عملهم لإدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي لتحسين صورة المملكة والارتقاء بها أمام الزوار.
- 2- انصراف غالبية العاملين في مجال الاتصال المؤسسي نحو الاستفادة من التطبيقات الرقمية في وزارة الحج والعمرة لإدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي أثناء مناسك الحج والعمرة يغلب عليها الطابع التصويري للتأثير الذي تحدثه تلك التقنيات في تنمية المجتمع وتقديم الخدمات التطوعية المتنوعة لزوار الحرمين.

3- تعد وزارة الحج والعمرة الهيئة العامة للعبادة بشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي من الوزارات والهيئات المهمة في المملكة ويمثل العمل التطوعي بها أهمية كبرى خاصة في المواسم الدينية.

4- اختيار دراسة ممارسي الاتصال المؤسسي بوزارة الحج والعمرة والهيئة العامة حيث تمثل عينة الدراسة مرتكزاً للوقوف على اتجاهاتهم نحو استخدام التطبيقات الرقمية بما تمثله تلك التطبيقات من أهمية تواصلية.

ويمكن توصيفها على النحو التالي:

4.4. حدود الدراسة:

- **الحدود البشرية:** تتمثل في عينة من ممارسي الاتصال المؤسسي في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة. تقدر 100 ممارس
- **الحدود المكانية:** وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعبادة بالمسجد الحرام والمسجد النبوي، بالمملكة العربية السعودية.
- **الحدود الموضوعية:** تقتصر على تفعيل ممارسي الاتصال المؤسسي في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعبادة بالمسجد الحرام والمسجد النبوي في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي بالمملكة العربية السعودية لتقديم الخدمات المتنوعة للجمهور أثناء مناسك الحج والعمرة عبر المنصات الرقمية التفاعلية.
- **الحدود الزمانية:** قام الباحث بإجراء دراسته، وذلك في الفترة الممتدة من 2024/2/1م، وحتى 2024/3/1م.

5.4. أداة الدراسة:

صحيفة استبيان طبقت على عينة باستخدام أسلوب العينة المتاحة والعمدية طبقاً لحدود الدراسة وطبقاً لما استطاع الباحث الوصول إليه وقوامها (100) مفردة من ممارسي العلاقات العامة في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعبادة بالمسجد الحرام والمسجد النبوي المستخدمين للتطبيقات الرقمية في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي بالمملكة العربية السعودية.

6.4. متغيرات الدراسة:

- **المتغير المستقل:** التطبيقات الرقمية.
- **المتغير التابع:** اتجاهات ممارسي العلاقات العامة في وزارة الحج والعمرة في إدارة المعرفة بثقافة العمل التطوعي.
- **المتغير الوسيط:** العوامل الديموغرافية لممارسي الاتصال المؤسسي

7.4. صلاحية واعتمادية الأداة المستخدمة في قياس نتائج الدراسة:

تم حساب معامل الثبات (Alpha) لأسئلة الاستقصاء (ما يسمى بمعامل الاعتمادية)، وذلك لبحث مدى الاعتماد على نتائج الدراسة الميدانية في تعميم النتائج، وكذلك تم حساب معامل الصدق الذاتي عن طريق إيجاد الجذر التربيعي لمعامل الثبات. وقام الباحث بإجراء اختبار الصدق لاستمارة الاستبيان، حيث تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين وأساتذة الإعلام، وتم اختبار الاستبيان على عينة 10 من ممارسي الاتصال لقياس مدى صلاحية الاستبانة في قياس متغيرات البحث والصدق هو صدق الاختبار أن يكون الاختبار قادرًا على قياس ما وضع لقياسه، بمعنى أن يكون الاختبار ذا صلة وثيقة بالقدرة التي يقيسها. أو بمعنى آخر أن يكون الاختبار قادرًا على أن يميز بين الأداء القوي والأداء المتوسط أو الأداء الضعيف. وقد اقترح أن يستخدم معامل الارتباط بين كل عبارة ودرجة البعد الكلي كمقياس للصدق. واعتمدت الدراسة على مقياس النزعة المركزية والتشتت.

والتوزيعات التكرارية والمتوسط الحسابي المرجح أو الموزون. الانحراف المعياري: وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل. قام الباحث بإجراء الدراسة على عينة استطلاعية مكونة من (10) مفردات من مجتمع الدراسة، لكي يتم التأكد من وضوح بنود الاستبيان لدى المستقصى منهم، ويوضح الجدول التالي نتائج التحليل الإحصائي الخاصة بحساب كل من درجة المصادقية ومعامل الثبات.

جدول رقم (1): نتائج صلاحية واعتمادية الأبعاد الخاصة باستبيان الدراسة

م	البعد	معامل كرونباخ ألفا	معامل الصدق الذاتي
1.	أهم أشكال التطبيقات الرقمية التي يفضل المبحوثون عينة الدراسة استخدامها في نشر ثقافة العمل التطوعي.	.650	.806
2.	درجة استفادة المبحوثين عينة الدراسة من التطبيقات الرقمية في معرفة المعلومات عن ثقافة العمل التطوعي.	.664	.814
3.	اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي.	.625	.790
4.	درجة اهتمام المؤسسة بعملية اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.	.854	.924
5.	درجة اهتمام المؤسسة بعملية نقل المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.	.874	.933
6.	درجة اهتمام المؤسسة بعملية تطبيق المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.	.799	.882
7.	درجة اهتمام المؤسسة بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.	.719	.847
8.	الأثار الإيجابية الناتجة عن نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية أثناء ممارستك للعلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.	.674	.820
9.	التطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية.	.865	.930
10.	تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع التالية.	.689	.830

تدل بيانات الجدول رقم (1) على عدة نتائج؛ من أهمها:

- صلاحية صدق جميع أبعاد الاستبانة حيث أكد على ذلك قيم معاملات الصدق التي تراوحت ما بين (0.790: 0.933) وهذا يدل على صلاحية جميع الأبعاد.

أكدت قيم كرونباخ ألفا على الاعتمادية على هذه الأبعاد بشكل كبير، حيث تراوحت قيم معامل الثبات Cronbach's Alpha ما بين (0.625: 0.874) مما يعكس درجة عالية من ثبات أبعاد الاستبانة للدراسة.

8.4. الأساليب والمعاملات الإحصائية المستخدمة:

يتفق الخبراء على أن الإحصاء "علم وليس منهجاً علمياً" يستخدم مداخل رياضية لتنظيم وتحليل البيانات (ناصر، 2000، 20)، بعد ترميز البيانات تم إدخالها إلى الحاسب الآلي؛ لإجراء العمليات الإحصائية اللازمة لتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي، الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وبما أننا نحتاج في بعض الأحيان إلى حساب بعض المؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها في وصف الظاهرة من حيث القيمة التي تتوسط القيم أو تنزع إليها القيم، ومن حيث التعرف على مدى تجانس القيم التي يأخذها المتغير، وأيضاً ما إذا كانت هناك قيم شاذة أم لا، والاعتماد على العرض البياني وحده لا يكفي، لذا فإننا بحاجة لعرض بعض المقاييس الإحصائية التي يمكن من خلالها التعرف على خصائص الظاهرة محل البحث، كذلك إمكانية مقارنة ظاهرتين أو أكثر، ومن أهم هذه المقاييس: مقاييس النزعة المركزية والتشتت.

- **التوزيعات التكرارية:** لتحديد عدد التكرارات، والنسبة المئوية للتكرار التي تتحصل عليها كل إجابة، منسوبةً إلى إجمالي التكرارات، وذلك لتحديد الأهمية النسبية لكل إجابة ويعطي صورة أولية عن إجابة أفراد مجتمع الدراسة على العبارات المختلفة.
- **الثبات:** للتأكد من أن الاختبار قادرٌ على أن يحقق دائماً النتائج نفسها في حالة تطبيقه مرتين على المجموعة نفسها.
- **المتوسط الحسابي:** يستعمل لتحديد درجة تركز إجابات المبحوثين عن كل فقرة، حول درجات المقياس، وذلك لمعرفة مدى توفر متغيرات كل محور من محاور الدراسة.
- **المتوسط الحسابي المرجح أو الموزون.**
- **الانحراف المعياري:** يستخدم الانحراف المعياري لقياس تشتت الإجابات ومدى انحرافها عن متوسطها الحسابي.
- **اختبار تي (Independent Sample T – Test):** لتحديد معنوية الفروق فيما بين المتغيرات الديموجرافية ثنائية الإجابة وبعض متغيرات الدراسة.
- **اختبار التباين الأحادي:** لتحديد معنوية الفروق فيما بين المتغيرات الديموجرافية وبعض متغيرات الدراسة.
- **الاختبارات البعدية Post Hoc Tests** بطريقة أقل فرق معنوي **Least Significance Difference** والمعروف بـ **L.S.D** لمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التي يؤكد تحليل التباين على وجود فرق بينها.
- **معامل ارتباط سبيرمان Spearman's rho** لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من متغيرات الدراسة.
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

5. نتائج الدراسة:

1.5. العوامل الديموغرافية:

جدول رقم (2): توزيع عينة الدراسة وفقاً للعوامل الديموغرافية

المتغيرات	ك	%	
النوع	ذكر	77	77.0%
	أنثى	23	23.0%
المستوى التعليمي	متوسط	19	19.0%
	جامعي	36	36.0%
الفئة العمرية	دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه)	45	45.0%
	من (18 - 28)	40	40.0%
	من (29 - 39)	43	43.0%
	من (40 - 50)	17	17.0%
عدد سنوات الخبرة في العمل	أكثر من 50	0	0%
	أقل من خمس سنوات	26	26.0%
	من (5 إلى 10 سنوات)	39	39.0%
	من (10 إلى 15 سنة)	23	23.0%
أكثر من 15 سنة	12	12.0%	
الإجمالي	100		

تدل بيانات الجدول رقم (2) على عدة نتائج؛ من أهمها:

- توزع المبحوثون عينة الدراسة طبقاً لمتغير النوع؛ فجاء الذكور نسبة (77%)، في مقابل نسبة الإناث بنسبة (23%).
- تبين أن المستوى التعليمي للمبحوثين عينة الدراسة كان لصالح النسبة الأعلى للحاصلين على درجة بنسبة دراسات عليا (ماجستير ودكتوراه) (45%)، يليها بكالوريوس بنسبة (36%)، وأخيراً الحاصلون على مؤهل متوسط بنسبة (19%).
- كما تم توزيع المبحوثين عينة الدراسة طبقاً لمتغير الفئات العمرية؛ فجاءت نسبة فئة (من 29 إلى 39 عاماً) بنسبة (43%)، يليها (من 18 إلى 28 عاماً) بنسبة (40%)، وأخيراً (من 40 إلى 50 عاماً) بنسبة (17%).
- وأخيراً عدد سنوات الخبرة جاء لصالح (من 5 إلى 10 سنوات) بالترتيب الأول بنسبة (39%)، يليها (أقل من 5 سنوات) بنسبة (26%)، ثم (من 10 سنوات إلى 15 سنة) بنسبة (23%) وأخيراً (من 15 سنة فأكثر) بنسبة (12%).

1- أهم أشكال التطبيقات الرقمية التي يفضل استخدامها المبحوثون عينة الدراسة في نشر ثقافة العمل التطوعي.

جدول رقم (3): توزيع عينة الدراسة وفقاً لأهم أشكال التطبيقات الرقمية التي يفضل استخدامها المبحوثون عينة الدراسة في

نشر ثقافة العمل التطوعي

الترتيب	الأهمية النسبية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	لا استخدمه		أستخدمه بدرجة منخفضة		أستخدمه بدرجة متوسطة		أستخدمه بدرجة كبيرة		العبارات	
					%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
6	61.25%	منخفضة	.88048	2.8500	3.0%	3	38.0%	38	30.0%	30	29.0%	29	1	"الفيسبوك"
1	94.75%	كبيرة	.64031	3.7900	3.0%	3	3.0%	3	6.0%	6	88.0%	88	2	"اليوتيوب"
4	71.25%	متوسطة	1.00880	2.4500	22.0%	22	27.0%	27	35.0%	35	16.0%	16	3	منصة "X"
5	62.75%	متوسطة	1.04924	2.5100	27.0%	27	10.0%	10	48.0%	48	15.0%	15	4	"إنستغرام"
2	89.00%	كبيرة	.65628	3.5600	0.0%	0	9.0%	9	26.0%	26	65.0%	65	5	"التيك توك"
7	38.50%	درجة منخفضة	.65782	1.5400	36.0%	36	55.0%	55	9.0%	9	0.0%	0	6	واتساب"
3	81.00%	متوسطة	.99615	3.2400	9.0%	9	13.0%	13	23.0%	23	55.0%	55	7	سناب شات
					المتوسط العام									
					المتوسط العام									

(ن = 100) تدلّ بيانات الجدول رقم (3) على عدّة نتائج؛ من أهمّها:

- من أهم أشكال التطبيقات الرقمية التي يفضل استخدامها المبحوثون عينة الدراسة في نشر ثقافة العمل التطوعي وجاء في الترتيب الأول (اليوتيوب) بنسبة (94.75%) بمتوسط (2.79)، أما في الترتيب الثاني جاء (التيك توك) بنسبة (89%) بمتوسط (2.59)، بدرجة استخدام كبيرة، ثم (سناب شات) بنسبة (81%) بمتوسط (2.24)، بدرجة استخدام متوسطة.
- ثم في الترتيب الرابع جاء (منصة X) بنسبة (61.25%) بمتوسط (2.45)، بدرجة استخدام متوسطة، بينما اتفقت النتائج السابقة مع دراسة (الهوتي، 2020، 287) جاء في (الفيسبوك) بنسبة (71.25%) بمتوسط (2.85)، يليها (إنستغرام) بنسبة (62.75%) بمتوسط (2.51) بدرجة استخدام متوسطة أخيراً (واتساب) بنسبة (38.5%) بمتوسط (1.54)، بدرجة منخفضة واختلفت مع دراسة (الهوتي، 2020، 278) حيث احتل الإنستغرام المرتبة الأولى. ويمكن تفسير ذلك في ضوء ميزات اليوتيوب باعتباره منصة فيديو يستخدمها جميع الجميع الجسديات بصورة كبيرة وكما أن نشر البرامج وثقافة العمل التطوعي سيكون أكثر فاعلية عند استخدام منصات الفيديو.
- تُشير مُتوسّطات العبارات من الأولى حتى الثانية إلى أهم أشكال التطبيقات الرقمية التي يفضل استخدامها المبحوثون عينة الدراسة في نشر ثقافة العمل التطوعي بدرجة كبيرة، حيث تراوحت المتوسّطات للعبارات بين (3.56: 3.79) في حين تشير العبارات من الثالثة إلى الخامسة إلى الاستخدام بدرجة متوسطة حيث تراوحت المتوسّطات للعبارات بين (2.51: 3.24)، وتشير العبارة السابقة إلى الاستخدام بدرجة منخفضة حيث بلغ المتوسط (2.45)، وأخيراً تشير العبارة الأخيرة إلى عدم الاستخدام حيث بلغ المتوسط (1.54). وتشير دراسة (Bauer and Lim, 2019, 6) إلى أن من أهم العوامل التي تزيد في فاعلية التطوع وتعمل على نشر تلك الثقافة هو النشر عبر شبكات التواصل.
- يُشير المتوسط الحسابي العام للمُحور ككلٍ إلى استخدام أشكال التطبيقات الرقمية التي يفضل استخدامها المبحوثون عينة الدراسة في نشر ثقافة العمل التطوعي بدرجة كبيرة، حيث بلغت قيمته (2.84).

2- درجة توظيف المبحوثين عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي:

جدول رقم (4): توزيع عينة الدراسة وفقاً لدرجة توظيف المبحوثين عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي

درجة توظيف المبحوثين عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي	ك	%
بدرجة كبيرة	69	69.0
بدرجة متوسطة	28	28.0
بدرجة ضعيفة	3	3.0
الإجمالي	100	100%

تدلّ بيانات الجدول رقم (4) على عدّة نتائج؛ من أهمّها: أن درجة توظيف المبحوثين عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي كانت (درجة كبيرة) بنسبة (69%)، يليها (درجة متوسطة) بنسبة (28%)، وأخيراً (درجة منخفضة) بنسبة (3%).

3- معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي:

جدول رقم (5): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمعدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي

معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي	ك	%
ساعة يومياً	45	45.0
من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً	35	35.0
أكثر من ثلاث ساعات يومياً	20	20.0
الإجمالي	100	100

تدلّ بيانات الجدول رقم (5) على عدّة نتائج؛ من أهمّها:

تبين معدل استخدام المبحوثين عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي كان (ساعة يومياً) بنسبة (45%)، يليها (من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً) بنسبة (35%) وأخيراً (أكثر من ثلاث ساعات يومياً) بنسبة (20%). اختلفت النتائج السابقة مع دراسة (زوقاي، عتوق، 2023، 268) واختلفت مع دراسة (بن طيفور، 2021، 285).

4- درجة استفادة المبحوثين عينة الدراسة من التطبيقات الرقمية في معرفة المعلومات عن ثقافة العمل التطوعي:

جدول رقم (6): توزيع عينة الدراسة وفقاً لدرجة استفادة المبحوثين عينة الدراسة من التطبيقات الرقمية في معرفة المعلومات عن ثقافة العمل التطوعي

درجة الاستفادة من التطبيقات الرقمية في معرفة المعلومات عن ثقافة العمل التطوعي	ك	%
بدرجة كبيرة	53	53.0
بدرجة متوسطة	38	38.0

9.0	9	درجة ضعيفة
100	100	الإجمالي

تدلّ بيانات الجدول رقم (6) على عدّة نتائج؛ من أهمّها:

جاءت درجة استفادة الباحثين عينة الدراسة من التطبيقات الرقمية في معرفة المعلومات عن ثقافة العمل التطوعي (درجة كبيرة) بنسبة (53%)، يليها (درجة متوسطة) بنسبة (38%) وأخيرًا (درجة منخفضة) بنسبة (9%).

5- أهم مصادر المعلومات التي يفضل الباحثون عينة الدراسة الاعتماد عليها في نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية:

جدول رقم (7): توزيع عينة الدراسة وفقًا لأهم مصادر المعلومات التي يفضل الباحثون عينة الدراسة الاعتماد عليها في

نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية

أهم مصادر المعلومات	ك	%
الصحف ووكالات الأنباء على شبكة الإنترنت	46	46.0
المؤتمرات والندوات المنعقدة من قبل الجهات التطوعية	26	26.0
نشاط المجتمع المدني المشاركون في العمل التطوعي	15	15.0
الجمعيات والمنظمات الأهلية	11	11.0
الخبراء والمتخصصون	2	2.0
الإجمالي	100	100

تدلّ بيانات الجدول رقم (7) على عدّة نتائج؛ من أهمّها: جاءت عبارة (الصحف ووكالات الأنباء على شبكة الإنترنت) بنسبة (46%) من أهم مصادر المعلومات التي يفضل الباحثون عينة الدراسة الاعتماد عليها في نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية، تليها عبارة (المؤتمرات والندوات المنعقدة من قبل الجهات التطوعية) بنسبة (26%)، ثم (نشاط المجتمع المدني المشاركون في العمل التطوعي) بنسبة (15%)، تليها (الجمعيات والمنظمات الأهلية) بنسبة (11%) وأخيرًا (الخبراء والمتخصصون) بنسبة (2%).

6- اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي:

جدول رقم (8): توزيع عينة الدراسة وفقًا لدرجة أهمية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تقديم خدمات صناعة

المحتوى بالنسبة للباحثين عينة الدراسة

م	اتجاه ممارسي العلاقات العامة	مهم بدرجة عالية		مهم بدرجة متوسطة		مهم بدرجة منخفضة		متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
1	المساهمة في وضع الخطط التي تلبي احتياجات المجتمع من منظور الثقافة التطوعية	58.0%	58	28.0%	28	14.0%	14	2.4400	.72919	عالية	81.33%	9

م	اتجاه ممارسي العلاقات العامة	مهم بدرجة عالية		مهم بدرجة متوسطة		مهم بدرجة منخفضة		متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب	
		%	ك	%	ك	%	ك						
2	التحديث المستمر للبيانات الرقمية المتعلقة بثقافة العمل التطوعي	92.0%	92	6.0%	6	2.0%	2	2.9000	.36237	عالية	96.67%	1	
3	الشعور بالراحة النفسية عند مناقشة الموضوعات المتعلقة بالعمل التطوعي	81.0%	81	16.0%	16	3.0%	3	2.7800	.48367	عالية	92.67%	6	
4	إمكانية التفاعل الشخصي مع المحتوى المتعلق بثقافة العمل التطوعي	76.0%	76	22.0%	22	2.0%	2	2.7400	.48451	عالية	91.33%	7	
5	معرفة أشخاص يقومون بالعمل التطوعي	81.0%	81	19.0%	19	0.0%	0	2.8100	.39428	عالية	93.67%	5	
6	مساعدة زوار الحرمين في أداء المناسك المقدسة	87.0%	87	13.0%	13	0.0%	0	2.8700	.33800	عالية	95.67%	3	
7	تبادل المعلومات والأخبار حول الأعمال التطوعية والإرشادية	82.0%	82	18.0%	18	0.0%	0	2.8200	.38612	عالية	94.00%	4	
8	توفير إمكانية الوصول للمنصات الرقمية القائمة على نشر ثقافة العمل التطوعي أثناء مناسك الحج والعمرة	88.0%	88	12.0%	12	0.0%	0	2.8800	.32660	عالية	96.00%	2	
9	أحرص على تبادل آرائي إلكترونياً مع المتطوعين لصنع واتخاذ قرارات تخطيطية صحيحة	67.0%	67	23.0%	23	10.0%	10	2.5700	.67052	عالية	85.67%	8	
المتوسط العام										عالية	.24194	2.7567	

(ن = 100)

تدلّ بيانات الجدول رقم (8) على عدّة نتائج؛ من أهمّها:

- تبين اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي وجاء في الترتيب الأول (التحديث المستمر للبيانات الرقمية المتعلقة بثقافة العمل التطوعي) بنسبة (96.67%) بمتوسط (2.900)، أما في الترتيب الثاني جاء (توفير إمكانية الوصول للمنصات الرقمية القائمة على نشر ثقافة العمل التطوعي أثناء مناسك الحج والعمرة) بنسبة (96%) بمتوسط (2.88)، ثم (مساعدة زوار الحرمين في أداء المناسك المقدسة) بنسبة (95.67%) بمتوسط (2.87)، بدرجة أهمية عالية.

- بينما جاء في الترتيب الرابع عبارة (تبادل المعلومات والأخبار حول الأعمال التطوعية والإرشادية) بنسبة (94%) بمتوسط (2.82)، تليها (معرفة أشخاص يقومون بالعمل التطوعي) بنسبة (93.67%) بمتوسط (2.81)، ثم جاء (الشعور بالراحة النفسية عند مناقشة الموضوعات المتعلقة بالعمل التطوعي) بنسبة (92.67%) بمتوسط (2.78)، بدرجة أهمية عالية. وتشير دراسة (حنفي، 2014) إلى أهمية الإنترنت وشبكات التواصل في العمل التطوعي والربط بين المتطوعين والمؤسسات المعنية بالعمل التطوعي.

- أما في الترتيب السابع جاءت عبارة (إمكانية التفاعل الشخصي مع المحتوى المتعلق بثقافة العمل التطوعي) بنسبة (91.33%) بمتوسط (2.74)، يليها (أحرص على تبادل آرائي إلكترونيًا مع المتطوعين لصنع واتخاذ قرارات تخطيطية صحيحة) بنسبة (85.67%) بمتوسط (2.57)، أخيرًا جاء (المساهمة في وضع الخطط التي تلبى احتياجات المجتمع من منظور الثقافة التطوعية) بنسبة (81.33%) بمتوسط (2.44)، بدرجة أهمية عالية.

- والتميز الإبداعي في العلاقات العامة يتداخل بصفة أساسية في الحوار بين المنظمة و جماهيرها، الذي يعتمد على الأصالة، والإبداع، والجدة، والقيمة، والكفاءة لإبراز الرسائل في الفضاء العام الذي يتضمن العديد من الرسائل العادية والجديدة (Robert L. Dilenschneider, 2022).

- تُشير جميع متوسطات العبارات إلى الأهمية بدرجة عالية لاتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي، حيث تراوحت المتوسطات للعبارات بين (2.44: 2.90).

- يُشير المتوسط الحسابي العام للمُحور ككلٍ إلى الأهمية بدرجة عالية لاتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي، حيث بلغت قيمته (2.75). ويرى الباحث من خلال النتائج السابقة التي تناولت أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي في ضوء الإمكانيات التي توفرها تلك التطبيقات لنشر ثقافة العمل التطوعي أنها ذات أهمية عالية من خلال قدرتها الهائلة على الربط الرقمي بمختلف الجنسيات والفئات المراد نشر تلك الثقافة بينها، ومن ثم تحقيق إنجازات في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الدينية بالمملكة.

2.5. الدور المؤسسي في إدارة المعرفة عن نشر العمل التطوعي:

7- درجة اهتمام المؤسسة بعملية اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة:

جدول رقم (9): توزيع عينة الدراسة وفقاً لدرجة اهتمام المؤسسة بعملية اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة

نظر المبحوثين عينة الدراسة

م	اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي	تهتم بدرجة شديدة		تهتم بدرجة متوسطة		تهتم بدرجة منخفضة		متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
1	تقدم الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي الفعاليات التي تكسب العاملين المعرفة عن العمل التطوعي	84.0%	84	16.0%	16	0.0%	0	2.8400	.36845	شديدة	94.67%	2

م	اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي	تهتم بشددة		تهتم بدرجة متوسطة		تهتم بدرجة منخفضة		متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
2	تدعم الوزارة والهيئة العامة للعتاية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي تطوير البرمجيات التي تفيد نشر الأعمال التطوعية	69.0%	69	28.0%	28	3.0%	3	2.6600	.53598	شديدة	88.67%	5
3	التكيف مع التغييرات والابتكار في تكنولوجيا الاتصال	92.0%	92	8.0%	8	0.0%	0	2.9200	.27266	شديدة	97.33%	1
4	تشجع الوزارة والهيئة العامة للعتاية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي تطوير معارف الجمهور عن الأعمال التطوعية بمناسبة الحج والعمرة	73.0%	73	21.0%	21	6.0%	6	2.6700	.58698	شديدة	89.00%	4
5	تعزز الوزارة والهيئة العامة للعتاية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي التعاون التشاركي في الوصول للمعلومات عن المتطوعين	80.0%	80	15.0%	15	5.0%	5	2.7500	.53889	شديدة	91.67%	3
المتوسط العام								2.7680	.28529	شديدة		

(ن = 100)

تدل بيانات الجدول رقم (9) على عدة نتائج؛ من أهمها:

– أن درجة اهتمام المؤسسة بعملية اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة تمثل في عبارة (التكيف مع التغييرات والابتكار في تكنولوجيا الاتصال) بالترتيب الأول بنسبة (97.33%) بمتوسط (2.92)، أما في الترتيب الثاني جاءت عبارة (تقدم الوزارة والهيئة العامة للعتاية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي الفعاليات التي تكسب العاملين المعرفة عن العمل التطوعي) بنسبة (94.67%) بمتوسط (2.84)، ثم (تعزز الوزارة والهيئة العامة للعتاية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي التعاون التشاركي في الوصول للمعلومات عن المتطوعين) بنسبة (91.67%) بمتوسط (2.75)، بدرجة اهتمام شديدة. تتفق النتائج السابقة مع دراسة (الجعيد، 2017، 207)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء الاستفادة من التطور التكنولوجي والمستحدثات الاتصالية للوزارة والهيئة، فمثلاً قدمت الوزارة في بداية استخدام التكنولوجيا الأساور الإلكترونية للحفاظ على هوية الحاج وحفظ البيانات وربطها بتحديد الموقع، وهناك التطبيقات الخاصة بتنظيم الدخول وأداء المناسك (تطبيق نسك) ووصولاً إلى استخدام الروبوت الذكي في ترجمة اللغة، وقد قدمت الوزارة والهيئة 10 تقنيات حديثة لخدمة الحاج والمعتمرين.

- بينما جاء في الترتيب الرابع عبارة (تشجع الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي تطوير معارف الجمهور عن الأعمال التطوعية بمناسبة الحج والعمرة) بنسبة (89%) بمتوسط (2.67)، وأخيراً عبارة (تدعم الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي تطوير البرمجيات التي تفيد نشر الأعمال التطوعية) بنسبة (88.67%) بمتوسط (2.66)، بدرجة اهتمام شديدة.

- تشير جميع متوسطات العبارات إلى درجة اهتمام المؤسسة بعملية اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي شديدة وذلك من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات للعبارات بين (2.66: 2.92).

- يشير المتوسط الحسابي العام للمخوّر ككلٍ إلى درجة اهتمام المؤسسة بعملية اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي شديدة وذلك من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة، حيث بلغت قيمته (2.76).

8- درجة اهتمام المؤسسة بعملية نقل المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة:

جدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة وفقاً لدرجة اهتمام المؤسسة بعملية نقل المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة نظر

المبجوثين عينة الدراسة

م	اهتمام المؤسسة بعملية نقل المعرفة عن العمل التطوعي	تهتم بدرجة شديدة		تهتم بدرجة متوسطة		تهتم بدرجة منخفضة		متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
1	تهتم الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بتفعيل جميع الوسائل الإعلامية في نقل المعرفة بالثقافة التطوعية	70.0%	70	26.0%	26	4.0%	4	2.6600	.55450	شديدة	88.67%	3
2	تقوم الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بإصدار نشرات تعريفية بالأعمال التطوعية	76.0%	76	17.0%	17	7.0%	7	2.6900	.59789	شديدة	89.67%	2
3	تعرض الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي الأفكار الجديدة لدعم الأعمال التطوعية داخلياً وخارجياً	77.0%	77	23.0%	23	0.0%	0	2.7700	.42295	شديدة	92.33%	1

م	اهتمام المؤسسة بعملية نقل المعرفة عن العمل التطوعي	تهتم بدرجة شديدة		تهتم بدرجة متوسطة		تهتم بدرجة منخفضة		متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
4	تتبع الوزارة والهيئة العامة للتعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي سياسة معلوماتية تشجع على العمل التطوعي	70.0%	70	24.0%	24	6.0%	6	2.6400	.59493	شديدة	88.00%	4
5	تهتم الوزارة والهيئة العامة للتعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بدعم مناخ إداري يسمح بتبادل المعلومات	73.0%	73	23.0%	23	4.0%	4	2.6900	.54486	شديدة	89.67%	2
6	تقوم الوزارة والهيئة العامة للتعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بعقد اجتماعات دورية لمتابعة سير العمل الخاص بالتطوع	51.0%	51	43.0%	43	6.0%	6	2.4500	.60927	شديدة	81.67%	5
7	توجه الوزارة والهيئة العامة للتعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي ممارسي الاتصال نحو الحصول على مصادر معلومات مختلفة عن العمل التطوعي	73.0%	73	23.0%	23	4.0%	4	2.6900	.54486	شديدة	89.67%	2
		المتوسط العام						2.6557	.41963	شديدة		

(ن = 100)

تدلّ بيانات الجدول رقم (10) على عدّة نتائج؛ من أهمّها:

- تبين درجة اهتمام المؤسسة بعملية نقل المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة حيث جاء في المقدمة (تعرض الوزارة والهيئة العامة للتعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي الأفكار الجديدة لدعم الأعمال التطوعية داخلياً وخارجياً) بنسبة (92.33%) بمتوسط (2.77)، وتتفق النتائج السابقة مع دراسة (Caridà, 2022, 76) فكلما زادت مشاركة المنظمات غير الربحية في المنصة الرقمية، زاد عدد الأنشطة المتاحة التي تسمح لمزيد من المتطوعين بالعثور على نشاط مناسب وبالتالي المساهمة في التغيير الاجتماعي، أما في الترتيب الثاني جاء كل من (تقوم الوزارة والهيئة العامة للتعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بإصدار نشرات تعريفية بالأعمال التطوعية) و(تهتم الوزارة والهيئة العامة للتعناية بالمسجد

الحرام والمسجد النبوي بدعم مناخ إداري يسمح بتبادل المعلومات) وتوجه الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي ممارسي الاتصال نحو الحصول على مصادر معلومات مختلفة عن العمل التطوعي) بنسبة (89.67%) بمتوسط (2.69). ويمكن تفسير ذلك في ضوء أهمية تعزيز النهج القائم على فلسفة الاهتمام بالأفكار والخبرات التي يطرحها العاملون، مما يؤدي إلى الارتقاء بالخدمات المقدمة، ثم تهتم الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بتفعيل جميع الوسائل الإعلامية في نقل المعرفة بالثقافة التطوعية) بنسبة (88.67%) بمتوسط (2.66)، بدرجة اهتمام شديدة.

- بينما جاء في الترتيب الرابع (تتبع الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي سياسية معلوماتية تشجع على العمل التطوعي) بنسبة (88%) بمتوسط (2.64)، أخيراً جاء (تقوم الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بعقد اجتماعات دورية لمتابعة سير العمل الخاص بالتطوع) بنسبة (81.67%) بمتوسط (2.45)، بدرجة اهتمام شديد.

- تشير جميع متوسطات العبارات إلى درجة اهتمام المؤسسة بعملية نقل المعرفة عن العمل التطوعي شديدة من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات للعبارات بين (2.45: 2.77).

- يُشير المتوسط الحسابي العام للمُحور ككلٍ إلى درجة اهتمام المؤسسة بعملية نقل المعرفة عن العمل التطوعي شديدة من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، حيث بلغت قيمته (2.65).

9- درجة اهتمام المؤسسة بعملية تطبيق المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة:

جدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة وفقاً لدرجة اهتمام المؤسسة بعملية تطبيق المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة

نظر المبحوثين عينة الدراسة

م	اهتمام المؤسسة بعملية تطبيق المعرفة عن العمل التطوعي		تهتم بشددة	تهتم بدرجة متوسطة	تهتم بدرجة منخفضة	متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب
	%	ك								
1	77.0	77	23.0	23	0.0	0	2.7700	شديدة	92.33%	3
2	91.0	91	9.0	9	0.0	0	2.9100	شديدة	97.00%	1
3	88.0	88	12.0	12	0.0	0	2.8800	شديدة	96.00%	2

م	اهتمام المؤسسة بعملية تطبيق المعرفة عن العمل التطوعي		تهتم بدرجة شديدة		تهتم بدرجة متوسطة		تهتم بدرجة منخفضة		متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب
	%	ك	%	ك	%	ك							
	المرتبطة بالعمل التطوعي أثناء مناسك الحج												
4	86.33%	شديدة	.49431	2.5900	0.0%	0	41.0	41	59.0	59	تهتم الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بإجراء تقييم لممارسي الاتصال فيما يتعلق بنشر ثقافة العمل التطوعي		
5	86.33%	شديدة	.49431	2.5900	0.0%	0	41.0	41	59.0	59	تحفز الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي ممارسي الاتصال على أهمية استخدام القيم التطوعية في العمل وفي المجتمع		
4	86.67%	شديدة	.49237	2.6000	0.0%	0	40.0	40	60.0	60	تشجع الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي ممارسي الاتصال على روح المنافسة الابتكارية لتطوير البرامج التطوعية المقدمة		
المتوسط العام													
		شديدة	.22872	2.7233									

(ن = 100)

تدل بيانات الجدول رقم (11) على عدة نتائج؛ من أهمها:

- تبين درجة اهتمام المؤسسة بعملية تطبيق المعرفة عن العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة حيث جاء في الترتيب الأول (تنمى الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي مهارات ممارسي الاتصال في الأداء) بنسبة (97%) بمتوسط (2.91)، أما في الترتيب الثاني جاء (تتابع الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي جميع العمليات المعرفية والتطبيقية المرتبطة بالعمل التطوعي أثناء مناسك الحج) بنسبة (96%) بمتوسط (2.88)، ثم (تقوم الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بتفعيل المعرفة المعلوماتية لنشر الثقافة التطوعية) بنسبة (92.33%) بمتوسط (2.77)، بدرجة اهتمام شديدة.

- بينما جاء في الترتيب الرابع (تشجع الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي ممارسي الاتصال على روح المنافسة الابتكارية لتطوير البرامج التطوعية المقدمة) بنسبة (86.67%) بمتوسط (2.60)، وأخيراً جاء كل من (تهتم الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بإجراء تقييم لممارسي الاتصال فيما يتعلق بنشر ثقافة العمل

التطوعي) و(تحفز الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي ممارسي الاتصال على أهمية استخدام القيم التطوعية في العمل وفي المجتمع) بنسبة (86.33%) بمتوسط (2.59)، بدرجة أهمية عالية.

- تُشير جميع مُتوسّطات العبارات إلى درجة اهتمام المؤسسة بعملية تطبيق المعرفة عن العمل التطوعي شديدة من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة، حيث تراوحت المتوسّطات للعبارات بين (2.59: 2.91).

- يُشير المتوسط الحسابي العام للمُحور ككلٍ إلى درجة اهتمام المؤسسة بعملية تطبيق المعرفة عن العمل التطوعي شديدة من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة، حيث بلغت قيمته (2.72).

10- درجة اهتمام المؤسسة بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة: جدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة وفقاً لدرجة اهتمام المؤسسة بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة

م	اهتمام المؤسسة بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي		تهتم بدرجة متوسطة		تهتم بدرجة منخفضة		متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب	
	%	ك	%	ك	%	ك						
1	85.0%	85	15.0%	15	0.0%	0	2.8500	.35887	شديدة	95.00%	1	
2	82.0%	82	16.0%	16	2.0%	2	2.8000	.44947	شديدة	93.33%	3	
3	73.0%	73	27.0%	27	0.0%	0	2.7300	.44620	شديدة	91.00%	4	
4	83.0%	83	17.0%	17	0.0%	0	2.8300	.37753	شديدة	94.33%	2	
المتوسط العام												
		85.0%	85	15.0%	15	0.0%	0	2.8025	.30213	شديدة		

(ن = 100)

تدلّ بيانات الجدول رقم (12) على عدّة نتائج؛ من أهمّها:

- تبين درجة اهتمام المؤسسة بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة وجاء في الترتيب الأول (تحرص الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي على استثمار كافة الخطط لرفع الثقافة التطوعية لدى الجمهور) بنسبة (95%) بمتوسط (2.85)، أما في الترتيب الثاني جاء (تتمتع وزارة الحج والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بوسائل اتصال مستحدثة تتيح تبادل المعرفة حول العمل التطوعي) بنسبة (94.33%) بمتوسط (2.83)، ثم (تحرص الوزارة والهيئة العامة للعناية بالحرمين على تطوير أساليب العمل التطوعي نتيجة وضوح الأدوار وتحديد المسؤوليات بدقة) بنسبة (93.33%) بمتوسط (2.80)، أخيرًا جاء (توفر الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي خططاً متغيرة للتواؤم مع نشر ثقافة التطوع) بنسبة (91%) بمتوسط (2.73)، بدرجة اهتمام شديدة.

- تُشير جميع مُتوسّطات العبارات إلى درجة اهتمام المؤسسة بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي شديدة من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات للعبارات بين (2.73: 2.85).

- يُشير المتوسط الحسابي العام للمُحور ككلٍ إلى درجة اهتمام المؤسسة بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي شديدة من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، حيث بلغت قيمته (2.80).

11- مدى متابعة ردود أفعال الجمهور حول الأنشطة المتعلقة بالأعمال التطوعية أثناء مناسك الحج والعمرة:

جدول رقم (13): توزيع عينة الدراسة وفقاً لمدى متابعة ردود أفعال الجمهور حول الأنشطة المتعلقة بالأعمال التطوعية

أثناء مناسك الحج والعمرة

مدي متابعة ردود أفعال الجمهور	ك	%
أتابع دائماً	37	37.0
أتابع بصورة متوسطة	55	55.0
أتابع بصورة منخفضة	8	8.0
الإجمالي	100	100

تدلّ بيانات الجدول رقم (13) على عدّة نتائج؛ من أهمّها: تبين مدى متابعة ردود أفعال الجمهور حول الأنشطة المتعلقة بالأعمال التطوعية أثناء مناسك الحج والعمرة بـ (أتابع بصورة متوسطة) بنسبة (55%)، يليها (أتابع دائماً) بنسبة (37%) وأخيراً (أتابع بصورة منخفضة) بنسبة (8%). كما يمثل التفاعل جزءاً قوام المتلقي بالتعبير عن رأيه تجاه المضمون المقدم بمنتهى الحرية دون أي رقابة فهو هو مقياس مناسب لتحديد فاعلية الموضوعات التي تنشرها المؤسسات عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي (Smith, Ronald D, 2021, 255).

12- المعوقات التي تقف أمام المبحوثين عينة الدراسة عند تفعيل مجالات العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية:

جدول رقم (14): توزيع عينة الدراسة وفقاً للمعوقات التي تقف أمام المبحوثين عينة الدراسة عند تفعيل مجالات العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية

المعوقات	ك	%
غياب الثقافة المجتمعية التي تشجع على الاستفادة من الجهود التطوعية التي يتم نشرها عبر التطبيقات الرقمية	42	42.0
ضعف التنسيق بين الجهات المسؤولة عن الأعمال التطوعية	29	29.0
عدم اهتمام الزوار بمتابعة الخدمات المتعلقة بالأعمال التطوعية أثناء مناسك الحج والعمرة	16	16.0
قصور البرامج الإعلامية في التوعية بأهمية ثقافة العمل التطوعي	13	13.0
الإجمالي	100	100

تدل بيانات الجدول رقم (14) على عدة نتائج؛ من أهمها:

من أهم المعوقات التي تقف أمام المبحوثين عينة الدراسة عند تفعيل مجالات العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية معوق (غياب الثقافة المجتمعية التي تشجع على الاستفادة من الجهود التطوعية التي يتم نشرها عبر التطبيقات الرقمية) بالترتيب الأول بنسبة (42%)، يليها معوق (ضعف التنسيق بين الجهات المسؤولة عن الأعمال التطوعية) بنسبة (29%)، ثم عدم اهتمام الزوار بمتابعة الخدمات المتعلقة بالأعمال التطوعية أثناء مناسك الحج والعمرة بنسبة (16%)، وأخيراً (قصور البرامج الإعلامية في التوعية بأهمية ثقافة العمل التطوعي) بنسبة (13%). وتتفق النتائج السابقة مع دراسة (حريري، 2017، 320) من المعوقات العمل التطوعي هو انخفاض وقلة الوعي لدى عينة الدراسة بأهمية وكيفية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في العمل التطوعي

13- الآثار الإيجابية الناتجة عن نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية أثناء ممارستك للعلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة.

جدول رقم (15): توزيع عينة الدراسة وفقاً للآثار الإيجابية الناتجة عن نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية

أثناء ممارستك للعلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة

م	الآثار الإيجابية	مهم		مهم إلى حد ما		غير مهم		متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب
		%	ك	%	ك	%	ك					
1	السرعة والدقة في إنجاز المهام والمشاركة في المبادرات التطوعية داخل الأماكن المقدسة	80.0	80	20.0	20	0.0	0	2.8000	.40202	مهم	93.33%	5
2	اكتساب المعارف حول التجارب التطوعية العالمية	73.0	73	27.0	27	0.0	0	2.7300	.44620	مهم	91.00%	6

م	الآثار الإيجابية	مهم		مهم إلى حد ما		غير مهم		متوسط	انحراف معياري	الاتجاه	الأهمية النسبية	الترتيب	
		%	ك	%	ك	%	ك						
3	أسهمت التطبيقات الرقمية في تزويد زوار الحرمین بالمعلومات المختلفة حول الخدمات التطوعية	84.0	84	16.0	16	0.0	0	2.8400	.36845	مهم	94.67%	4	
4	المساهمة في تحسين الصورة الخارجية للمملكة	94.0	94	6.0	6	0.0	0	2.9400	.23868	مهم	98.00%	1	
5	أتاحت التطبيقات الرقمية مساحة أكبر للمشاركة في حل المشكلات التي تواجه زوار الحرمین	89.0	89	11.0	11	0.0	0	2.8900	.31447	مهم	96.33%	2	
6	التعرف على الموارد البشرية المتاحة لتنفيذ المبادرات التطوعية الخاصة مناسك الحج والعمرة	94.0	94	6.0	6	0.0	0	2.9400	.23868	مهم	98.00%	1	
	سرعة الانتشار والتواصل مع جمهور الزوار المتفاعل مع الخدمات المقدمة له أثناء مناسك الحج والعمرة	97.0	97	3.0	3	0.0	0	2.9400	.34289	مهم	98.00%		
8	المساهمة في تعبئة الجهود الذاتية الإيجابية للمتطوعين الجدد لرفع كفاءة الخدمات المقدمة لزوار الحرمین	89.0	89	9.0	9	2.0	2	2.8700	.39325	مهم	95.67%	3	
9	زيادة الثقة والتعاون بين القائمين على العمل التطوعي وزوار الحرمین	73.0	73	27.0	27	0.0	0	2.7300	.44620	مهم	91.00%	6	
المتوسط العام											2.8533	.19074	مهم

(ن = 100)

تدلّ بيانات الجدول رقم (15) على عدّة نتائج؛ من أهمّها:

- تبين الآثار الإيجابية الناتجة عن نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية أثناء ممارستك للعلاقات العامة من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الأول كل من: (المساهمة في تحسين الصورة الخارجية للمملكة) و(التعرف على الموارد البشرية المتاحة لتنفيذ المبادرات التطوعية الخاصة مناسك الحج والعمرة) و(سرعة الانتشار والتواصل مع جمهور الزوار المتفاعل مع الخدمات المقدمة له أثناء مناسك الحج والعمرة) بنسبة (98%) بمتوسط (2.94)، أما في الترتيب

الثاني جاء (أتاحت التطبيقات الرقمية مساحة أكبر للمشاركة في حل المشكلات التي تواجه زوار الحرمين) بنسبة (96.33%) بمتوسط (2.89)، ثم (المساهمة في تعبئة الجهود الذاتية الإيجابية للمتطوعين الجدد لرفع كفاءة الخدمات المقدمة لزوار الحرمين) بنسبة (95.67%) بمتوسط (2.87)، بدرجة مهم.

- بينما جاء في الترتيب الرابع (أسهمت التطبيقات الرقمية في تزويد زوار الحرمين بالمعلومات المختلفة حول الخدمات التطوعية) بنسبة (94.67%) بمتوسط (2.84)، يليها (السرعة والدقة في إنجاز المهام والمشاركة في المبادرات التطوعية داخل الأماكن المقدسة) بنسبة (93.33%) بمتوسط (2.800)، أخيراً جاء كل من (اكتساب المعارف حول التجارب التطوعية العالمية) و(زيادة الثقة والتعاون بين القائمين على العمل التطوعي وزوار الحرمين) بنسبة (91%) بمتوسط (2.73)، بدرجة مهم.

- تشير جميع متوسطات العبارات إلى أهمية الآثار الإيجابية الناتجة عن نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية أثناء ممارستك للعلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات للعبارات بين (2.73): (2.94).

- يشير المتوسط الحسابي العام للمحور ككلٍ إلى أهمية الآثار الإيجابية الناتجة عن نشر ثقافة العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية أثناء ممارستك للعلاقات العامة من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، حيث بلغت قيمته (2.85).

14- التطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية:

جدول رقم (16): توزيع عينة الدراسة وفقاً للتطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية

الترتيب	الأهمية النسبية	الاتجاه	انحراف معياري	متوسط	لا استخدمه		استخدمه بدرجة منخفضة		استخدمه بدرجة متوسطة		استخدمه بدرجة كبيرة		العبارات
					%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
5	85.00%	كبيرة	.58603	3.4000	0.0	0	5.0	5	50.0	50	45.0	45	1 تطبيقات إنشاء ومعالجة النصوص والوسائط المتعددة
9	72.00%	متوسطة	1.20000	2.8800	24.0	24	6.0	6	28.0	28	42.0	42	2 تطبيقات تصميم العروض التقديمية
7	84.00%	كبيرة	.96943	3.3600	6.0	6	17.0	17	12.0	12	65.0	65	3 [تطبيقات تصميم الشعارات
11	63.25%	متوسطة	1.33678	2.5300	37.0	37	12.0	12	12.0	12	39.0	39	4 تطبيقات تصميم الرسوم المتحركة
1	91.50%	كبيرة	.72780	3.6600	3.0	3	6.0	6	13.0	13	78.0	78	5 تطبيقات تختص بمراقبة وتحليلات وسائل التواصل الاجتماعي وتحليل البيانات

والمعلومات														
3	86.25%	كبيرة	.68718	3.4500	0.0	0	11.0	11	33.0	33	56.0	56	6	تطبيقات الرد على البريد الإلكتروني
6	84.75%	كبيرة	.91998	3.3900	6.0	6	12.0	12	19.0	19	63.0	63	7	تطبيقات روبوتات الدردشة
8	81.25%	كبيرة	1.04809	3.2500	11.0	11	12.0	12	18.0	18	59.0	59	8	تطبيقات الواقع الافتراضي والمعزز
10	64.75%	متوسطة	1.23987	2.5900	31.0	31	12.0	12	24.0	24	33.0	33	9	تطبيقات النظم الخبيرة في تحليل البيانات والقرارات
4	85.75%	كبيرة	.85582	3.4300	6.0	6	6.0	6	27.0	27	61.0	61	10	تطبيقات معالجة اللغة
2	89.50%	كبيرة	.85493	3.5800	6.0	6	6.0	6	12.0	12	76.0	76	11	(أداة متعددة الاستخدامات تحتوي على العديد من أدوات البحث عن الكلمات الرئيسية
			متوسطة	.63636	3.2291	المتوسط العام								

(ن = 100)

تدلّ بيانات الجدول رقم (16) على عدّة نتائج؛ من أهمّها:

- من أهم التطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية، (تطبيقات تختص بمراقبة وتحليلات وسائل التواصل الاجتماعي وتحليل البيانات والمعلومات) في الترتيب الأول بنسبة (91.50%) بمتوسط (3.66)، ويرجع ذلك إلى أهمية تلك الشبكات في متابعة الأعمال والتعرف على الجهود التي تبذلها المؤسسات المعنية لتسهيل أداء النسخ لجميع الجنسيات، أما في الترتيب الثاني جاء (أداة متعددة الاستخدامات تحتوي على العديد من أدوات البحث عن الكلمات الرئيسية) بنسبة (89.50%) بمتوسط (3.58)، ثم (تطبيقات الرد على البريد الإلكتروني) بنسبة (86.25%) بمتوسط (3.45)، بدرجة استخدام كبيرة.
- بينما جاء في الترتيب الرابع (تطبيقات معالجة اللغة) بنسبة (85.75%) بمتوسط (3.43)، يليها (تطبيقات إنشاء ومعالجة النصوص والوسائط المتعددة) بنسبة (85%) بمتوسط (3.40)، ثم جاء (تطبيقات روبوتات الدردشة) بنسبة (84.75%) بمتوسط (3.39)، بدرجة استخدام كبيرة.
- أما في الترتيب السابع جاءت عبارة (تطبيقات تصميم الشعارات) بنسبة (72%) بمتوسط (3.36)، يليها (تطبيقات الواقع الافتراضي والمعزز) بنسبة (81.25%) بمتوسط (3.25)، بدرجة استخدام كبيرة.

- وفي الترتيب التاسع جاءت (تطبيقات تصميم العروض التقديمية) بنسبة (72%) بمتوسط (2.88)، يليها (تطبيقات النظم الخبيرة في تحليل البيانات والقرارات) بنسبة (64.75%) بمتوسط (2.59)، أخيرًا جاء (تطبيقات تصميم الرسوم المتحركة) بنسبة (63.25%) بمتوسط (2.53)، بدرجة استخدام متوسطة.
- تُشير مُتوسّطات العبارات من الأولى حتى الثامنة إلى درجة استخدام بدرجة كبيرة للتطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية، حيث تراوحت المتوسطات للعبارات بين (3.25: 3.66)، بينما تشير باقي العبارات إلى درجة استخدام بدرجة متوسطة حيث تراوحت المتوسطات للعبارات بين (2.53: 2.88).
- يُشير المتوسط الحسابي العام للمُحور ككلٍ إلى درجة استخدام بدرجة متوسطة لتطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية، حيث بلغت قيمته (3.22).

15- تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع التالية:

جدول رقم (17): توزيع عينة الدراسة وفقًا لتفضيل المبحوثين عينة الدراسة استخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم

خدمات التطوع التالية

م	استخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع		أفضل درجة عالية	أفضل درجة متوسطة	أفضل درجة منخفضة	متوسط	انحراف معياري	الأهمية النسبية	ترتيب
	%	ك							
1	62.0	62	38.0	38	0.0	0	48783	87.33%	4
2	85.0	85	12.0	12	3.0	3	45793	94.00%	1
3	73.0	73	18.0	18	9.0	9	64385	88.00%	3
4	91.0	91	9.0	9	0.0	0	57525	94.00%	1
5	83.0	83	14.0	14	3.0	3	47140	93.33%	2
المتوسط العام									
							32722	عالية	

(ن = 100)

تدلّ بيانات الجدول رقم (17) على عدّة نتائج؛ من أهمّها:

- تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع، وحيث جاء في الترتيب الأول كل من (التطوع الصحي) و(الترجمة للحجاج والمعتمرين) بنسبة (94%) بمتوسط (2.82)، أما في الترتيب الثاني جاء (الإرشاد والتوجيه) بنسبة (93.33%) بمتوسط (2.80)، ثم (التطوع البيئي) بنسبة (88%) بمتوسط (2.64)، أخيرًا جاء (استقبال توديع الوفود) بنسبة (87.33%) بمتوسط (2.62)، بدرجة أهمية عالية.
- تُشير جميع مُتوسّطات العبارات إلى تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع بدرجة عالية، حيث تراوحت المتوسطات للعبارات بين (2.62: 2.82).
- يُشير المتوسط الحسابي العام للمُحور ككلٍ إلى تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع بدرجة عالية، حيث بلغت قيمته (2.74).

3.5. الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي وبين العوامل الديموجرافية (النوع – الفئات العمرية – المستوى التعليمي – سنوات الخبرة).
حسب الجنس:

لاختبار معنوية الفرق بين متوسط آراء فنتي الدراسة (ذكورًا، إناثًا)، تم استخدام اختبار Independent T- test لقياس الفروق بين فنتي الدراسة حول اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي، يعرض جدول رقم (18) نتائج هذا الاختبار.

جدول رقم (18): اختبارات للمقارنة بين فنتي الدراسة (ذكورًا، إناثًا) وبين اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي

Sig.	T test	إناث		ذكور		البُعد
		الانحراف المعياري	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	
*.000	16.072	.14145	2.3816	.12321	2.8687	اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي

* تدل على معنوية اختبارات عند مستوى معنوية 0.05.

من خلال الجدول السابق نستطيع استنتاج ما يلي:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فنتي الدراسة (ذكورًا، إناثًا)، حول اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي، حيث إن مستوى المعنوية أكبر من 0.05، ونستخلص من هذا أن هناك اختلافًا بين فنتي الدراسة (ذكورًا، إناثًا) وبين اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي. واختلفت النتائج السابقة مع دراسة (ghoz, Radwan,2022,104).

الفئات الديموجرافية للعينة:

ولاختبار معنوية الفرق بين متوسط الفئات الديموجرافية، تم استخدام اختبار التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لقياس الفروق بين الفئات الديموجرافية، وبين اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي، ويعرض جدول رقم (19) نتائج هذا الاختبار.

جدول رقم (19): يوضح تحليل التباين لبيان مدى الاتفاق والاختلاف بين متوسطات الفئات الديموجرافية للعينة، حول

اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي

Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير	البُعد
*.000	294.080	.10125	2.3392	متوسط	اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر
		.09992	2.7377	جامعي	
		.08068	2.9481	دراسات عليا (ماجستير ودكتوراة)	

Sig.	قيمة F	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير	البُعد
*.000	9.227	.28439	2.6389	من (28-18)	الثقافة العمل التطوعي
		.11722	2.8320	من (39-29)	
		.26661	2.8431	من (50-40)	
*.000	13.741	.09900	2.8803	أقل من 5 سنوات	عدد سنوات الخبرة في العمل:
		.25912	2.5926	من (5 إلى 10 سنوات)	
		.10822	2.8551	من (10 إلى 15 سنة)	
		.30151	2.8333	أكثر من 15 سنة	

* تدل على معنوية اختبار ف عند مستوى معنوية 0.05.

من خلال الجدول السابق نستطيع استنتاج ما يلي: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الفئات الديموجرافية (الفئات العمرية - المستوى التعليمي - عدد سنوات الخبرة في العمل)، حول اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي، حيث إن مستوى المعنوية أقل من 0.05 ونستخلص من هذا أن هناك اختلافاً بين متوسطات الفئات الديموجرافية حول اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي وبين الدور المؤسسي في إدارة المعرفة عن نشر العمل التطوعي من حيث (اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي - نقل المعرفة - تطبيق المعرفة - بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي). قام الباحث بالتحقق من هذا الفرض من خلال حساب معامل ارتباط سبيرمان بين اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي وبين الدور المؤسسي في إدارة المعرفة عن نشر العمل التطوعي من حيث (اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي - نقل المعرفة - تطبيق المعرفة - بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي، ويوضح الجدول التالي مصفوفة الارتباط ومستوى معنوية.

جدول رقم (20): معامل ارتباط سبيرمان بين اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي وبين الدور المؤسسي في إدارة المعرفة عن نشر العمل التطوعي من حيث (اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي - نقل المعرفة - تطبيق المعرفة - بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي

الدور المؤسسي في إدارة المعرفة عن نشر العمل التطوعي				اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي	المتغيرات
عملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي	تطبيق المعرفة	نقل المعرفة	اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي		
.252*	.375**	.456**	.558**	1	اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي
(.011)	(.000)	(.000)	(.000)		

.332** (.000)	.620** (.000)	.587** (.000)	1	اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي	الدور
.588** (.000)	.645** (.000)	1		نقل المعرفة	المؤسسي في إدارة المعرفة
.514** (.000)	1			تطبيق المعرفة	عن نشر
1				عملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي	العمل التطوعي

* تدل على معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية 0.05

من خلال الجدول السابق نستطيع استنتاج ما يلي:

- توجد علاقة ارتباط بين اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي وبين الدور المؤسسي في إدارة المعرفة عن نشر العمل التطوعي من حيث (اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي - نقل المعرفة - تطبيق المعرفة - عملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي، حيث إن مستوى المعنوية أقل من 5% وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط طردية بين اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي وبين الدور المؤسسي في إدارة المعرفة عن نشر العمل التطوعي من حيث (اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي - نقل المعرفة - تطبيق المعرفة - عملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي).
- وجود علاقة ارتباط طردية (موجبة) قوية بين اتجاهات الباحثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي وبين الدور المؤسسي في إدارة المعرفة عن نشر العمل التطوعي من حيث (اكتساب المعرفة عن العمل التطوعي - نقل المعرفة - تطبيق المعرفة - عملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي)، حيث إشارة معامل الارتباط موجبة، وهذا يعنى وجود علاقة طردية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية، وبين تفضيل الباحثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع، قام الباحث بالتحقق من هذا الفرض من خلال حساب معامل ارتباط سبيرمان بين التطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية وبين تفضيل الباحثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع، ويوضح الجدول التالي مصفوفة الارتباط ومستوى المعنوية.

جدول رقم (21): معامل ارتباط سبيرمان بين التطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية وبين تفضيل الباحثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع

المتغيرات	التطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية	تفضيل الباحثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع
التطبيقات الرقمية الذكية التي تستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية	معامل ارتباط سبيرمان	.293**
	المعنوية	.003

1	.293**	معامل ارتباط سبيرمان	تفضيل المبحوثين عينة الدراسة
	.003	المعنوية	لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع

* تدل على معنوية معامل الارتباط عند مستوى معنوية 0.05.

من خلال الجدول السابق نستطيع استنتاج ما يلي:

- وجود علاقة ارتباط بين التطبيقات الرقمية الذكية التي نستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية وبين تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع، حيث إن مستوى المعنوية أقل من 5%، وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط بين التطبيقات الرقمية الذكية التي نستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية وبين تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع.
- وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة (موجبة) بين التطبيقات الرقمية الذكية التي نستخدمها لتدعيم ونشر الأعمال التطوعية وبين تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع حيث إشارة معامل الارتباط موجبة، وهذا يعنى وجود علاقة طردية متوسطة.

6. أهم نتائج الدراسة:

- تعد التطبيقات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي من أهم مخرجات البيئة الرقمية والتي تتحكم في العالم اليوم نتيجة لتطور الثورة الصناعية الخامسة.
- تبين درجة اهتمام المؤسسة بعملية تحديد وتخزين المعرفة عن ثقافة العمل التطوعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الأول (تحرص الوزارة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي على استثمار كافة الخطط لرفع الثقافة التطوعية لدى الجمهور) بنسبة (95%)، أما في الترتيب الثاني جاء (تتمتع وزارة الحج والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بوسائل اتصال مستحدثة تتيح تبادل المعرفة حول العمل التطوعي) بنسبة (94.33%)، ثم (تحرص الوزارة والهيئة العامة للعناية بالحرمين على تطوير أساليب العمل التطوعي نتيجة وضوح الأدوار وتحديد المسؤوليات بدقة).
- جاء تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لاستخدام التطبيقات الذكية والرقمية في تقديم خدمات التطوع وحيث جاء في الترتيب الأول كل من (التطوع الصحي) و(الترجمة للحجاج والمعتمرين) بنسبة (94%) بمتوسط (2.82).
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الفئات الديموجرافية (الفئات العمرية -المستوى التعليمي - عدد سنوات الخبرة في العمل)، حول اتجاهات المبحوثين عينة الدراسة نحو أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي.
- ومن أهم المعوقات التي تقف أمام المبحوثين عينة الدراسة عند تفعيل مجالات العمل التطوعي عبر التطبيقات الرقمية معوق (غياب الثقافة المجتمعية التي تشجع على الاستفادة من الجهود التطوعية التي يتم نشرها عبر التطبيقات الرقمية) بالترتيب الأول بنسبة (42%)، يليها معوق (ضعف التنسيق بين الجهات المسؤولة عن الأعمال التطوعية) بنسبة (29%).

- ويرى الباحث من خلال النتائج السابقة التي تناولت أهمية استخدام التطبيقات الرقمية في نشر ثقافة العمل التطوعي في ضوء الإمكانيات التي توفرها تلك التطبيقات لنشر ثقافة العمل التطوعي، أنها ذات أهمية عالية من خلال قدرتها الهائلة على الربط الرقمي بمختلف الجنسيات والفئات المراد نشر تلك الثقافة بينها، ومن ثم تحقيق إنجازات في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الدينية بالمملكة.

7. توصيات الدراسة:

- ضرورة اهتمام وزارة الحج والعمرة بتوظيف ممارسي الاتصال المؤسسي داخل الوزارة بما يتناسب مع أهمية تلك الوزارة في تعاملها مع العديد من الجنسيات حيث تبين للباحث أن هناك انخفاض شديد في عدد ممارسي الاتصال المؤسسي بتلك الوزارة.

- ضرورة اهتمام ممارسي الاتصال المؤسسي في وزارة الحج والعمرة والهيئة العامة للعناية بالمسجد الحرام والمسجد النبوي بتطوير البرمجيات التي تهدف لنقل المعرفة بالثقافة التطوعية بهدف توفير مناخ إداري يسمح بتبادل المعلومات الإرشادية حول مناسك الحج والعمرة، مع الاهتمام بتدريب الشباب على الأعمال التطوعية وزيادة البرامج الإرشادية والتدريبية، التدريب على الأعمال التطوعية في سن مبكرة، مع الاهتمام بزيادة البرامج الإرشادية والتدريبية، فضلا عن استثمار كافة الجهود والخطط التي تسهم في رفع الثقافة التطوعية لدى الجمهور بهدف تنمية المجتمع والارتقاء به لتحسين صورة المملكة أمام الزوار.

- يجب على ممارسي العلاقات العامة الاهتمام بمتابعة الجمهور وتعليقاته على المنشورات الخاصة بالعمل التطوعي، وذلك لتحسين الخدمات المقدمة لهم، وأيضاً للوقوف على المشكلات والصعوبات التي قد تواجه الجمهور فيما يتعلق بالأعمال التطوعية المقدمة لهم.

8. المراجع والمصادر:

1.8. المصادر والمراجع العربية:

(1) أبو نجمة، محمد (2024). انزياحات الأنساق التواصلية في العالم الافتراضي "تطبيقات التواصل الاجتماعي نموذجاً"، بحث منشور في: مجلة الدراسات الإعلامية، ألمانيا: برلين، المركز الديمقراطي العربي، العدد 26، المجلد 11، فبراير 2024م.

(2) أبو ريدة، يارا اسماعيل فحوي عبد الفتاح صفحات قطاعات وزارة الثقافة المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة وصفية تحليلية، المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات - جامعة عين شمس

(3) أحمد، حصة عبد الرحمن (2021). وعي الشباب الكويتي بدور الجمعيات الخيرية وعلاقته بتفعيل ثقافة العمل التطوعي لديهم، بحث منشور في: مجلة كلية التربية في العلوم التربوية، جامعة عين شمس: كلية التربية، العدد 3، المجلد 45، يوليو 2021م.

(4) بوحنيكة، نذير، درابلية، فدوى (2024). مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تدعيم منظمات العمل التطوعي الخيري - دراسة ميدانية على منظمة "أصدقاء القالة" الخيرية -ولاية الطارف، بحث منشور في: مجلة الأسرة والمجتمع، الجزائر: جامعة الجزائر 2، العدد 3، المجلد 11، مارس 2024م.

- (5) الجعيد، عبد الله بن معيوف (2017). أثر تطبيق إدارة المعرفة على أداء القادة في المنظمات التطوعية: دراسة تطبيقية على المنظمات التطوعية العاملة بالمملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراة، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، جامعة أم درمان..
- (6) الديب، وصال إبراهيم الدسوقي، مرسى، محمود سعيد (2022). إدارة المعرفة مدخل لتطوير الأداء المؤسسي، دراسة تحليلية، مجلة دراسات تربوية ونفسية، جامعة الزقازيق، كلية التربية.
- (7) الجعيد، بندر سالم، دعاء فتحي ملياني، خلود عبد الله، (2023). فاعلية البرامج الاتصالية الرقمية لوزارة الحج والعمرة ودورها في تعزيز الصورة الذهنية لمساهمة قطاع الحج والعمرة في ضوء رؤية 2030، بحث منشور في: بحوث عربية في مجالات التربية النوعية، مصر: رابطة التربويين العرب، العدد 1، المجلد 9، أبريل 2023م.
- (8) الحربي، مريم عبد الله فرج راشد (2023) دور إدارة المعرفة في تحسين الأداء التنظيمي "دراسة تطبيقية على الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب بدولة الكويت المجلة العلمية للبحوث المالية والإدارية، جامعة السادات
- (9) بن طيفور، مصطفى جمال (2022) تفاعل الجمهور السعودي مع مضامين العمل التطوعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي: نحو مفهوم جديد للعمل التطوعي: دراسة ميدانية على عينة من مواطني مدينة جدة مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، كلية الإمارات للعلوم التربوية
- (10) طويرقي، دعاء، المطرف، فارس، السعيدان، نورة (2023). دور الإعلام الرقمي في تنمية العمل التطوعي بالمملكة العربية السعودية، بحث منشور في: مجلة رماح للبحوث والدراسات، المملكة العربية السعودية: مركز البحث وتطوير الموارد البشرية (رماح)، العدد 86، أكتوبر 2023م.
- (11) عباس، نجمة (2013). الأسس النظرية لإدارة المعرفة والتعليم التنظيمي ودورهما في تفعيل منظمات الأعمال المعاصرة، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر..
- (12) عبد الظاهر، وجدي حلمي عيد (2020). استخدام الحجاج والمعلمين لقنوات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات الإرشادية بمناسبة الحج والعمرة واتجاهاتهم نحوها، بحث منشور في: مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية، المملكة العربية السعودية: جامعة أم القرى، العدد 1، المجلد 13، مايو 2020م.
- (13) عبد الله، خالد عتيق سعيد وجرجيس جاسم محمد (2014). إدارة المعرفة: مفهومها وواقع تطبيقها وأهميتها في المكتبات العامة في دولة الإمارات العربية المتحدة من وجهة نظر مديرها The SLA-AGC 20th Annual Conference
Doha, Qatar, 25-27 March.
- (14) عتيقة، بن طاطا (2016). أثر التفاعل نظم المعلومات وإدارة المعرفة على تحقيق المزايا التنافسية: دراسة ميدانية مقارنة بين المنظمات القطاعين الصناعي والخدمي، أطروحة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه غير منشورة في تسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.
- (15) عمور، عبد اللطيف، سالم، نصير (2022). الثقافة الرقمية واستخداماتها في تنمية العمل التطوعي، بحث منشور في: مجلة طبنة للدراسات العلمية الأكاديمية، الجزائر: وزارة التعليم العالي: المركز الجامعي سي حواس بريكة، العدد 2، المجلد 5، ديسمبر 2022م.

- (16) عبد الوهاب، سمير محمد (2006). متطلبات تطبيق إدارة المعرفة في المدن العربية، دراسة حالة مدينة القاهرة
- (17) عواد، عمرو محمد 2008 النتائج التنظيمية والفردية لإدارة المعرفة دراسة تطبيقية مجلة الدراسات والبحوث التجارية جامعة بنها
- (18) الفريجي، رياض بن ناصر (2021). دور إدارة المعرفة في تطوير المحتوى الإعلامي لقطاع الإعلام السعودي في ظل تحولات البيئة الرقمية، بحث منشور في: المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد77، المجلد2، أكتوبر2021م.
- (19) ناصر، حسني محمد (2000). استخدامات الكمبيوتر في بحوث الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (ع 8، أغسطس، أكتوبر).
- (20) هادف، نجاه ساسي، برويس، وردة - عاشور الهاني (2021) شبكات التواصل ودورها في تعزيز العمل التطوعي المجلة العلمية للتكنولوجيا وعلوم الإعاقة جامعة محمد خبضر بن سكرة، الجزائر
- (21) نورة، علواني، الأمين، حلموس (2023). متطلبات إدارة المعرفة ودورها في تحسين جودة الاتصال التنظيمي في المؤسسات الاقتصادية العمومية، دراسة حالة للمؤسسة الجزائرية للأنسجة الصناعية والتقنية (eatit) بالمسيلة، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 14، العدد 2.
- (22) يوسف، نورة أحمد (2020). استخدام المؤسسات التطوعية الإماراتية لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة العمل التطوعي: دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال، بحث منشور في: مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، مصر: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد26، مارس2020م.

2.8. المصادر والمراجع الأجنبية:

- (1) Caridà Angela, Maria Colurcio. (2022). Digital platform for social innovation: Insights from volunteering, Journal Metrics: Creativity and Innovation Management
<https://onlinelibrary.wiley.com/journal/14678691/journal-metrics>
- (2) Bauer, Lim Dongkuk Steven Effect of Communication Practices on Volunteer Organization Identification and Retention <https://www.mdpi.com/2071->
- (3) Lachance. Erik. L (2020) COVID-19 and its Impact on Volunteering: Moving Towards Virtual, Volunteering, Canada. Article in Leisure Sciences, Ottawa, Ontario.
- (4) María, Luisa Torres-Barzabal, Almudena Martínez-Gimeno and José Manuel Hermosilla-Rodríguez (2020). Digital Innovation Strategy for Social Responsibility "Twitter Social Network in University Teaching" Research published in a journal Sustainability, The Society for Urban Ecology, Basel: Switzerland, the number12,
- (5) Al- Qataweh, Noha Sabri Muhammad (2023). "The role of social networking applications in introducing the West to Islam 'The World Cup Qatar is a model'", Research published in the Journal of Afro-Asian Studies, Germany: Berlin.

- (6) Al- Qatawneh. Noha Sabri Mohammed (2022). Media Coverage for the of legislation on the protections of Jordanian women's rights on "Facebook" Pages, Research published in the Journal of Media Studies: The Arab Democratic Center: Berlin, Volume Five, Issue Nineteen, May 2022 AD. pp202
- (7) Jarrahi, Mohammad Hossein David Askay, Ali Eshraghi (2023) management: A partnership between, Preston Smith Artificial intelligence and knowledge human and AI Available at the following link: <https://www.sciencedirect.com>
- (8) Radwan, ahmed, Ghaz Hanaa. Ahmed Mohamed (2022) The Role of Social Media in Supporting Electronic Volunteering among Youth Egyptian Journal of Social Work
- (9) Robert L. Dilenschneider (2022). The Public Relations Handbook: BenBella Books: York: USA, Available at the following link: <https://books.google.com.eg>
- (10) Samant, a Sovan, Vivek Kumar Dubey, Biswajit Sarkar (2021). Measure of influences in social networks, Applied soft computing, link: <https://www.sciencedirect.com>
- (11) Smith, Ronald D. (2021) Strategic Planning for Public Relations. (6th Edition). Routledge, P.255.

Doi: <https://doi.org/10.52133/ijrsp.v5.56.13>