



دور مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " في نشر الوعي التطوعي لدى الشباب الجزائري (دراسة ميدانية على عينة من المتطوعين بجمعية ناس الخير لولاية البليدة)

The role of social networking sites (Facebook) in spreading awareness of volunteering among the Algerian youth (a sample of volunteers in the association of Ness Elkhir of the wilaya of Blida as a case study)

أ. مونية زوقاي
قسم علم الاجتماع جامعة البليدة 2
أ.د جمال معتوق
قسم علم الاجتماع جامعة البليدة 2

ملخص:

تناولت هذه الدراسة الموسومة: " دور مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " في توعية ومساهمة الشباب بالعمل التطوعي، حيث تهدف هذه الدراسة إلى الاستخدام الأمثل لهذه المواقع وإسهامه في ترقية الفكر الانساني ونشره قيم التضامن والتكافل والمساهمة في القيام بالأعمال التطوعية خاصة في الاوساط الشبابية، حيث استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي واختيار عينة قصدية قوامها 180 من المنخرطين (المنظمين) للصفحة، باستخدام الاستبيان كأداة للدراسة، وقد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج:

"استخدام صفحة ناس الخير لولاية البليدة" لنشر العمل التطوعي لها دور كبير في نشر الأعمال التطوعية والمبادرة بها وتقديم بعض الخدمات لأفراد المجتمع وتوعيتهم و إرشادهم، وما تعرضه في مضامينها من الاخبار المحلية والمعلومات عبر صفحاتها وأهم المستجدات لتلبية حاجات المحتاجين وتحقيق رغباتهم.

كلمات الدالة: دور، مواقع التواصل الاجتماعي، الفايسبوك، الوعي، التطوع، الشباب، الجمعية

Abstract:

The present study entitled: " The role of social networking sites (Facebook) in spreading awareness of volunteering among the Algerian youth", The paper attempts at optimizing the use of these sites and its contribution to a further evolution of human thought, spreading the values of solidarity as well as contributing to do the voluntary works, especially among young people. Through this study, We have applied the descriptive- analytical method, selecting a purposive sample of 180 of this Facebook Page members, using the questionnaire as a tool of study. Thus we have cited a set f results:

"ThePage of "Ness Elkhir of Blida" plays a great role in arising the awareness of voluntary works among people and providing such services to the members of the community, as well as guiding them. The association also presents, through its page, the local latest news and information which help people in need to achieve their desires.

Keywords: role, social networking sites, Facebook, awareness, volunteering, youth, association.

Le rôle des réseaux sociaux (Facebook) dans la sensibilisation du volontariat parmi la jeunesse algérienne (un échantillon de volontaires dans l'association de Ness Elkhir de la wilaya de Blida comme étude de cas)

Résumé

Cette étude intitulée: "Le rôle des réseaux sociaux (Facebook) dans la sensibilisation du volontariat parmi les jeunes algériens", a pour objectif d'optimiser l'utilisation de ces sites et de contribuer à l'évolution de la pensée humaine et à la diffusion des valeurs. Nous avons appliqué la méthode analytique-descriptive en sélectionnant un échantillon de 180 membres de cette page Facebook, en utilisant le questionnaire comme outil d'étude. Ainsi, nous avons cité un ensemble de résultats:

La page de " Ness Elkhir de Blida joue un rôle important dans la sensibilisation des gens au travail volontaire et à fournir des services nécessaires aux membres de la communauté et les diriger. L'association présente également, à travers sa page, les dernières nouvelles et informations qui aident les personnes dans le besoin à réaliser leurs désirs.

Mots-clés: rôle, réseaux sociaux, Facebook, sensibilisation, travail volontaire , jeunesse, association.

مقدمة:

يشهد العالم المعاصر مجموعة من التغيرات المتسارعة في مجال الاتصال وتقنية المعلومات، ما جعل العالم قرية كونية تنقل فيها المعلومات إلى جميع أنحاء الكرة الأرضية في أجزاء من الثانية، ولاشك أن هذه التغيرات لها تأثيرها المباشر على الافراد والجماعات والمؤسسات المكونة للمجتمع، ما دفع بهذه الأخيرة بقبول هذه المستجدات والتكيف معها لتحقيق الاستفادة مما تقدمه من مزايا في جميع المجالات.

فقد اصبحت الشبكات الاجتماعية وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي حيث انها تتيح الربط بين الزملاء والأصدقاء وليس هذا فقط بل انها تساعد في التعرف والتواصل بين الأشخاص والمجتمعات الأخرى، ومن هذا المنطلق سعت شبكات التواصل الاجتماعي لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل والتي كان ابرزها على الاطلاق موقع ألفي سبوك و التويتر و اليوتيوب.

اذ نجد ان شبكات التواصل الاجتماعي فرضت نفسها كوسيط إعلامي واجتماعي بين منظمات المجتمع المدني ومتابعيها، من خلال نشرها للأنشطة التطوعية عبر صفحات الانترنت وأشهرها على الاطلاق الفيسبوك الذي يعتبر من أحدث منتجات تكنولوجيايات الاتصالات وأكثرها شعبية، كونه انشئ في الاساس من أجل التواصل الاجتماعي بين الافراد من خلال فتح ساحة لتبادل الافكار المتنوعة والتجمع على قضية اجتماعية واحدة.

وقد أصبح العمل التطوعي والأعمال الخيرية البارزة في حياة الناس خاصة مع كثرة المشاكل والأزمات التي يشهدها الإنسان اليوم نتيجة الفقر والحروب والكوارث الطبيعية والأمراض والأوبئة المنشرة، حيث صارت الافراد والشعوب والجماعات يسعون الى هذه الاعمال التطوعية حيث قامت من اجله منظمات عالمية وجمعيات ومؤسسات خيرية.

1. مدخل نظري و منهجي.

1.1 الإشكالية:

يمثل العمل التطوعي سلوكا حضاريا ترتقي به المجتمعات منذ القدم، حيث أصبح رمزا للتكاتف والتعاون بين أفراد المجتمع بمختلف مؤسساته، إذ ارتبط العمل التطوعي ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والعمل الصالح عند كل المجتمعات البشرية منذ الازل وذلك باعتباره ممارسة انسانية.

ولاشك أن للعمل التطوعي أهمية كبيرة تؤثر بشكل كبير على حياة الفرد والأسرة والمجتمع ومن كافة المستويات الاجتماعية والاقتصادية والتنموية، حيث يمثل العمل التطوعي تجسيدا علميا لمبدأ التكافل الاجتماعي التطوعي ومن أهم الوسائل المستخدمة للمشاركة في النهوض بمكانة المجتمعات في عصرنا الحالي.

فالجمعيات الخيرية لم تعد تقتصر على العمل التطوعي المتعارف عليه، وإنما تعدته إلى ما يسمى التطوع الافتراضي أو الإلكتروني، وهذا الأخير ليس بديلا، وإنما يكمله في بعض الأحيان، ويتوازي معه في أحيان أخرى، وذلك من خلال استغلال شبكات التواصل الاجتماعي التي دخلت حيز التنفيذ في خدمة العمل التطوعي نظرا لقلّة تكاليفه وسرعة انتشارها.

حيث أصبح التطوع باستخدامه الشبكة العنكبوتية ووسائل الاتصال الحديثة من وسائل تطوير وتعجيل وغرس ثقافتها وتشجيعها بينهم. إذ يعمل العمل التطوعي على نبع روح المشاركة لدى الشباب وتعزيزهم الانتماء لأوطانهم، ومن تنمية مهاراتهم وقدراتهم الفكرية والفنية والعملية والعلمية ومن إتاحة الفرص الواسعة أمامهم للتعبير عن آرائهم في القضايا التي تهم مجتمعهم. ومن هذا المنطلق سعت الشبكات الاجتماعية لتوفير قدر مناسب من دعم التواصل وتحقيق الترابط الاجتماعي وهذا ما يقودنا إلى طرح التساؤل التالي:- ما هو دور مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك " في نشر الوعي التطوعي لدى الشباب الجزائري؟

وبناء على الاشكال الرئيسي قمنا بصياغة تساؤلين فرعيين وهما كالتالي:

1- هل للفايسبوك دور في تفعيل وتحفيز الشباب على العمل التطوعي؟

2- ما دور الفايسبوك في نشر ثقافة العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري؟

2.1 الفرضيات:

1- يستخدم الشباب الفايسبوك في العمل التطوعي بدافع المساهمة في دعم صفحة ناس الخير لولاية البليدة.

2- يشكل الفايسبوك دورا مهما في زرع قيم التضامن ونشر ثقافة العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري.

3.1 أهمية الدراسة وأهدافها:

تحتل مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمته الفايسبوك أهمية كبيرة في حياة كل فرد منا، تاركا بصمته في جميع نواحي الحياة، وما سلطنا الضوء عليه هو جانب إنساني بقدر ما هو جانب اجتماعي، وبالتالي فإن مقالنا يستمد أهميته من خلال أنه يتناول مجالا على درجة كبيرة باعتبار ان العمل التطوعي قضية مجتمعية، ومسئوليتها ليست حكرا على الدولة وحدها، بل تتطلب تضافر جهود جميع شرائح المجتمع.

4.1 أهداف الدراسة:

- 1- التعرف على واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك" في توعية الشباب بالعمل التطوعي.
- 2- الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال والعمل التطوعي كمستفيد من هذه الوسيلة.
- 3- التعرف على اتجاهات الشباب نحو شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز العمل التطوعي.
- 4- تسليط الضوء على أهم الأعمال التطوعية الخيرية التي انطلقت من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) ونجحت وتم التفاعل معها.

5.1 تحديد المفاهيم:

1- تعريف الدور: لغة: فالدال والواو والراء من اصل واحد في اتصال وفي اتصال بعضهما البعض تصبح "دور" والذي يدل على احداق الشيء بالشيء من حوله¹، بمعنى إحاطة الشيء بما حوله أو ما يتعلق بمحيطه. كما يشير الدور كذلك إلى الاضطلاع بمهمة ما²

التعريف الاصطلاحي: هو نمط من سلوك الفرد أو المجتمع تحدد في ضوء ما يؤديه من اعمال وأقوال داخل الجماعة في إطار الثقافة³.

- إجرائيا: الدور ما يمكن أن تساهم فيه مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وعي الشباب ونشر الاعمال التطوعية لزيادة الانخراط في العمل الجمعي التطوعي من خلال "جمعية ناس الخير"

2- مواقع التواصل الاجتماعي: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية⁴

يعرفها محمد عواد بأنها: "تركيبة اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد أو جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم (العقدة -NODE)، بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم، وقد تصل هذه العلاقات لدرجات أكثر عمقا كطبيعة الوضع الاجتماعي أو المعتقدات أو الطبقة التي ينتمي إليها الشخص⁵.

التعريف الإجرائي: "وهي عبارة عن مواقع اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها من خلال واقع افتراضي لالتقاء الأصدقاء والمعارف والأهل يماثل الواقع الطبيعي من خلال تكوين علاقات مع الأصدقاء من مختلف الأعمار والأجناس ومن كافة أنحاء العالم. تجمعهم اهتمامات ونشاطات مشتركة بالرغم من اختلاف وعيهم وتفكيرهم وثقافتهم.

3- الفاييبوك: يعرفه قاموس الإعلام والاتصال " الفاييبوك" على انه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس عام 2004 ويتيح نشر الصفحات الخاصة وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص⁶

التعريف الإجرائي: هو الموقع الذي يستعمله المنخرطون بجمعية ناس الخير لولاية البليدة يعرضون من خلالها أهم نشاطاتهم وأعمالهم التطوعية.

4- الوعي: إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكا مباشرا وهو أساس كل معرفة⁷.

وعلماء النفس يعرفون الوعي بأنه شعور الكائن الحي بنفسه أو ما يحيط به⁸.

5- تعريف التطوع:

لغة: أصل اللفظة مأخوذة من الفعل طوع، وهي بمعنى الانقياد، يقال: طاع له، وأطاع يطوع طوعا، فهو طابع، أي لأن وإنقاذ وفي التنزيل العزيز قال الله تعالى: (فمن تطوع خيرا فهو خير له⁹ والتطوع: ما تبرع به من ذات نفسه مما لا يلزمه فرضه، والمطوعة الذين يتطوعون بالجهاد¹⁰.

اصطلاحا: يعرف التطوع: "بأنه الجهد والعمل الذي يقوم به فرد أو جماعة أو تنظيم مؤسسي بهدف تقديم خدماتهم للمجتمع أو فئة منه دون توقع لجزاء مادي مقابل جهودهم¹¹ كما يعرف بأنه الجهد الذي يبذله الأفراد من خلال عملهم مع المؤسسات التطوعية رغبة منهم في حل المشكلات المجتمعة على الصعيد الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والإنساني ولمحاولة تنمية المجتمع وتطوره¹².

6- مفهوم الشباب:

لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور: " شب الشباب: الفتاء والحداثة، والشباب جمع شاب، ويطلق لفظه شبان، وشبيبة، كجمع لمذكر مفرد شاب، ويطلق لفظ شبابات، وشواب كجمع مؤنث على مفرد شابة، وأصل كلمة شباب هو "شب" بمعنى صار فتيا"¹³.

وفي المعجم الوسيط: "الشباب: الفتاء والحداثة، وشباب الشيء أوله، يقال: لقيته في شباب النهار، والشباب هو من أدرك سن البلوغ ولم يصل الى سن الرجولة، شب الغلام، أدرك طور الشباب¹⁴. وفي معجم روبير (le rebert)¹⁵: نجد فيه أن لفظ الشباب (joneses) تطلق على فترة من حياة الإنسان الممتدة ما بين الطفولة والنضج (maturité) عمر الزهرة، ربيع الحياة.

ولهذا يتضح أن مفهوم الشباب في اللغة، يطلق ويراد به الفتاء والحداثة، أي بداية الشيء ومستهلها وهو الحيوية والقوة.

اصطلاحا: يعرف مصطفى حجازي: " الشباب هم الكتلة الحرجة التي تحمل أهم فرص نماء المجتمع وصناعة مستقبله، كما أنهم في الآن عينه يشكلون التحدي الكبير في عملية تأطيرهم وإدماجهم في مسارات الحياة الاجتماعية والوطنية والإنتاجية¹⁶.

التعريف الإجرائي: وتعرف الدراسة الحالية الشباب المتطوعون بجمعية كافل اليتيم تتراوح أعمارهم ما بين (15 سنة إلى 30 سنة).

7- مفهوم الجمعية: ولتحديد مفهوم الجمعية يجدر استعراض مجموعة من التعاريف التي حاولت الإحاطة بسمات المفهوم، من بينها تعريف د.محمد عاطف غيث للرابطة الطوعية *voluntary association* يقول فيه أنها "جماعة متخصصة ومنظمة تنظيماً رسمياً، تقوم عضويتها على الاختيار الحر للأفراد من أجل تحقيق هدف معين غير الحصول على ربح"¹⁷.

ويعرفها دينكن ميشل: "الوحدة الاجتماعية المستقلة، التي تتكون من مجموعة من الأفراد، لها قوانين تحدده وتحكمها علاقات سلوكية بين أفرادها، ولها مجموعة أهداف مشتركة"¹⁸.

أما ألبير ميستر ALBERT Meister فيعرفها بأنها "تنظيم اجتماعي يعكس بداخله نوع من التفاعل الاجتماعي، قصد تحقيق هدف معين، وهذا الهدف بحد ذاته يعكس نوع من الإرادية بين هؤلاء الأفراد"¹⁹.

التعريف الإجرائي: هي مؤسسات اجتماعية ذات صفة شخصية أو معنوية، ينشأ الأفراد من المتطوعين بهدف تقديم المساعدات المالية المعنوية لبعض الفئات الاجتماعية كالأيتام والمحرمين و الأرامل والمعوزين بغية التكفل بهم، وتعد جمعية ناس الخير لولاية البليدة إحدى نماذج هذه الجمعيات الخيرية.

2. الدراسة الميدانية:

1.2. المنهج المستخدم:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وهذا نظراً للأهمية التي احتلها هذا المنهج في ميدان العلوم الاجتماعية، بحكم ملائمة لدراسة الظواهر الاجتماعية لأن هذا المنهج يصف الظواهر وصفاً دقيقاً وموضوعياً من خلال البيانات التي يتحصل عليها باستخدام أدوات وتقنيات البحث العلمي.

2.2. أدوات جمع البيانات:

قمنا بتصميم استمارة للتقصي حول دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري

المحور الأول: ويتعلق بالبيانات الشخصية عن المبحوث والتمثلة في: الجنس، والسن، المستوى التعليمي، المهنة، ومدة الانخراط في الجمعية.

المحور الثاني: ويتعلق بالفرضية الأولى للدراسة والتمثلة في معرفة الدوافع التي تكمن وراء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لتعزيز وتنمية العمل التطوعي لدى الشباب الجزائري.

المحور الثالث: ويتعلق بالفرضية الثانية للدراسة والتمثلة في دور مواقع التواصل الاجتماعي في زرع قيم التضامن وثقافة التطوع لدى الشباب الجزائري.

3.2. المجال المكاني:

تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على دور المعلم في غرس قيم المواطنة لدى تلاميذ الصف الخامس الابتدائي - ولاية البليدة -

4.2. المجال الزمني:

أما فيما يخص المجال الزمني لهذه الدراسة فقد تمت الدراسة الاستطلاعية في أواخر شهر ديسمبر 2018، حيث تمت مقابلة رؤساء الفروع الموزعين عبر الولاية في الفترة الممتدة من 11 جانفي 2019 إلى 25 جانفي 2019، كما تمت مقابلة المتطوعين بالجمعية أثناء الفترة الممتدة من 04 فيفري إلى 07 فيفري 2019.

حيث تم تطبيق الاستمارة النهائية الموجهة للمتطوعين أثناء الفترة الممتدة من 10 مارس إلى 15 مارس 2019.

3.2. عينة الدراسة:

نظرا لصعوبة حصر مجتمع الدراسة وعدم فعالية بعض فروع جمعية ناس الخير بولاية البليدة، فقد تم أخذ عينة قصدية، وذلك باختيار المتطوعين بالفروع النشطة وهذا خدمة لأهداف الدراسة والمتمثلة في تحديد ومعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل التطوعي لدى الشباب وقد وقع الاختيار على الفروع التالية المشكلة لعينة الدراسة المتمثلة وهي: (البليدة، العفرون، مفتاح، موزاية، الصومعة، بوعينان، شفة، الشبلي) فقد تم توزيع 200 استمارة على الفروع الثمانية المعنية بالدراسة لجمعية ناس الخير بولاية البليدة، تم استرجاع منها 190 استبيان، وبعد الاطلاع على هذه الاستمارات تم استبعاد 10 استبيانات غير مكتملة الملاءم والبعض الآخر غير مفهوم مما يجعلها غير مؤهلة لاعتمادها في الدراسة، لنصل في النهاية الى عدد الاستمارات والبالغ عددها 180 استبيان وهي حجم هذه الدراسة. وفي مايلي :

الجدول (01): يوضح توزيع افراد عينة الدراسة حسب فروع جمعية ناس الخير الخيرية

عدد المتطوعين	فروع الجمعية	عدد المتطوعين	فروع الجمعية
23	فرع بلدية الصومعة	27	فرع بلدية البليدة
26	فرع بلدية بوعينان	20	فرع بلدية العفرون
17	فرع بلدية شفة	25	فرع بلدية موزاية
21	فرع بلدية الشبلي	21	فرع بلدية مفتاح
180	المجموع		

1. البيانات الشخصية:

الجدول (02): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
56,67%	102	ذكر
43,33%	78	أنثى
100%	180	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول أن أكثر من نصف العينة أو المبحوثين ذكور يقدر عددهم ب 102 ما يقارب ثلثي العينة وهذا ما يوضح اختلاف الاهتمامات بين جنس الذكور و جنس الإناث بنسبة 56,67% ، حيث قدر عدد الإناث ب 78 وبنسبة 43,33% من مجموع نسبة العينة، وهذا راجع إلى طبيعة التركيبة الفيزيولوجية للإنسان خاصة الجزائري سواء ذكر أو أنثى والذي لا تزال فيه الرجال لها الاغلبية في الكثير من المجالات ونخص بالذكر الأعمال التطوعية، وهذا ما نلاحظه من خلال إجابة المبحوثين ان الذكور يسيطرون على الأعمال التطوعية وهذا ما جعلهم أكثر اهتماما وإقبالا بالصفحة.

الجدول (03): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	السن
19,45%	35	من 18- 22 سنة
47,22%	85	من 22- 26 سنة
33,33%	60	من 26- 30 سنة
100%	180	المجموع

يتضح من خلال الجدول المبين ان الفئة العمرية من 18 - 22 سنة بلغت 35 بنسبة 19,45% ، أما الفئة العمرية المتراوحة ما بين 22-26 سنة بلغت 85 بنسبة 47,22% تعتبر اكبر نسبة بالمقارنة مع الفئة الاولى والاخيرة وهذا راجع ان هذه الفئة اكثر استعمالا لمواقع التواصل الاجتماعي، وبخصوص الفئة العمرية من 26-30 سنة بلغ عددها 60 مبحوث بنسبة 33,33%.

الجدول(04): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
%5,56	10	ابتدائي
%13,33	24	متوسط
%33,89	61	ثانوي
%47,22	85	جامعي
%100	180	المجموع

يتبين من خلال الجدول ان المستوى الجامعي احتل النسبة الكبرى المقدره بـ 47,22%، بينما المستوى الثانوي فقدر بـ 33,89%، أما فيما يتعلق بالمستوى المتوسط فنسبته تمثلت بـ 13,33%، و آخر نسبة قدرت بـ 5,56% بالنسبة للتعليم الابتدائي. ما يفسر أغلبية أفراد العينة تنصدر المستوى الثانوي والجامعي هو انفتاح هذه الفئة على القضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية.... الخ.

الجدول(05): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة

النسبة	التكرار	المهنة
%38,89	70	يعمل
%61,11	110	لايعمل
%100	180	المجموع

يتبين من خلال الجدول المبين اعلاه ان افراد عينة الدراسة من مجموع 180 مبحوث ومبحوثة اقرؤا انهم لا يعملون بنسبة 61,11% مقابل 38,89% اقرؤوا انهم يعملون. وهذا راجع للظروف الاقتصادية التي تعاني منها البلد واجتاحت نسبة البطالة في اوساط الشباب.

الجدول (06): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة انخراط المبحوث فالجمعية

النسبة	التكرار	مدة الانخراط في الجمعية
22,22%	40	اقل من 3 سنوات
53,89%	97	من 4-7 سنوات
23,89%	43	7 سنوات فمافوق
100%	180	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول المبين اعلاه مدة انخراط افراد عينة الدراسة في الجمعية ، نلاحظ أن أعلى نسبة مقدرة بـ 53,89% الذين أجابوا ان مدة انخراطهم بها من 4-7سنوات، في حين نجد نسبة 23,89% ونسبة 22,22% الذين اقرروا أن مدة انخراطهم بالجمعية ما بين اقل من 3سنوات وأكثر من 7سنوات على التوالي.

2. بيانات متعلقة بدوافع مساهمة الشباب في العمل التطوعي عبر صفحة ناس الخير.

الجدول (07): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالجنس

الجنس	استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	دائما	أحيانا	نادرا	المجموع
ذكر	62	40	/	102	60,79%
		39,21%			100%
أنثى	48	30	/	78	61,53%
		38,47%			100%
المجموع	110	70	/	180	61,11%
		38,89%			100%

من خلال استقراء معطيات الجدول نحاول التعرف فيما اذا كان هناك علاقة بين استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بالأنشطة التطوعية لصفحة الجمعية وعلاقتها بالجنس و وهذا انطلاقا من مؤشرات الفرضية. يتبين من خلال الجدول ان من مجموع 180 مبحوث ومبحوثة نلاحظ نسبة 61,11% يوظفون مواقع التواصل الاجتماعي ويستخدمونها من اجل الترويج لأعمالهم التطوعية ، اما الذين

أقروا "أحيانا" يتم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للترويج لأعمالهم التطوعية عبر صفحة الجمعية بنسبة 38,89% في حين الذين أجابوا أن استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي من أجل التشهير لأعمالهم "نادرا" جاءت بنسبة منعدمة. وعند ربط العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للتشهير بالأعمال التطوعية لصفحة الجمعية ودلالاتها بالجنس، نلاحظ أن مجموع الذين أقروا أنهم يستخدمون دائما مواقع التواصل الاجتماعي للتشهير بالأنشطة التطوعية بنسبة 61,53% بالنسبة للاناث مقابل 60,79% بالنسبة للذكور، والذين أقروا "أحيانا" ما تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي للتشهير بالأنشطة التطوعية نلاحظ نسبة 39,21% بالنسبة للذكور مقابل 38,47%. وهذا مايفسر ان لشبكات التواصل الاجتماعي أصبحت مهمة أو أنها باتت من الضروريات في نشر الاحداث والواقع وحتى الانشطة التطوعية من اجل التحسيس بأهمية التطوع.

الجدول (08): يبين سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	سنوات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
15,55%	28	أقل من سنة
46,67%	84	من 2 - 4 سنوات
37,78%	68	أكثر من 4 سنوات
100%	180	المجموع

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول المبين أعلاه ان اغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (من 02 إلى 04 سنوات) أي بنسبة 46,67%، بينما قدرت نسبة 37,78% من المبحوثين الذين يستعملونه (أكثر من 4 سنوات)، في حين جاءت النسبة الاخيرة مقدرة بـ 15,55% من الذين يستخدمونه أقل من سنة.

يكشف لنا ان الفايبيوك زاد انتشاره واستخدامه في السنوات الأربع ومايفسر هذا الانتشار الرهيب هي التطورات التي طرأت عليه، وسهولة الاستخدام والخصائص الكثيرة والمجانية التي تميزه عن غيره من مواقع التواصل الاجتماعي، كما هناك عناصر خارجية ساهمت في انتشاره عند المستخدمين منها انتشار الهواتف الذكية.

الجدول (09): يبين الساعات التي يقضيها المبحوث في استعمال مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	ساعات استعمال مواقع التواصل الاجتماعي
16,11%	29	من 1- 2سا
36,67%	66	من 2- 3سا
47,22%	85	أكثر من 3 ساعات
100%	180	المجموع

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أن أغلب أفراد عينة الدراسة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح أكثر من 3 ساعات وذلك بنسبة 47,22% في حين نجد ان الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي من 2-3 ساعات بنسبة 36,67% وهذا يرجع الى زيادة ساعات الدراسة وانشغالهم بالمحاضرات والدروس لان اغلبية افراد عينة الدراسة مستواهم بين الثانوي والجامعي، وأنت النسبة الاخيرة 16,11% من (01-02 سا).

وهذا مايفسر أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت من الضروريات في الحياة اليومية.

الجدول(10): يبين طبيعة الدور الذي تؤديه صفحة ناس الخير في نشر العمل التطوعي

النسبة	التكرار	طلبة الدور الذي تؤديه جمعية الخير
35,55%	64	اعلامي
11,67%	21	توعوي
52,78%	95	توجيهي
100%	180	المجموع

يوضح الجدول اعلاه ان اعلى نسبة حسب افراد عينة الدراسة ترى ان الدور الذي تؤديه صفحة ناس الخير في نشر العمل التطوعي هو الدور التوجيهي بنسبة 52,78% وهذا يدل على مدى اهتمام الصفحة في معالجة مشاكل المجتمع وقضاياها، وبلغت نسبة 35,55% من افراد عينة الدراسة الذين اجابوا ان الدور الذي تؤديه "صفحة ناس الخير" في نشر العمل التطوعي هو دور اعلامي وهذا مايفسر بان الوسيلة تؤدي وظيفتها أي ينطبق دورها على نوعها، ثم تليها نسبة 11,67% التي تمثلت في الدور التوعوي.

هذا مايبين الدور الكبير الذي تؤديه صفحة ناس الخير في توفير ما يحتاجونه من الوقت والجهد، وتوجيههم توجيهها مثاليا، وسعيا لتحقيق الرضا والتفاهم مع الأفراد، وتقريب المسافة بينهم في نشر المحبة والتآلف والتضامن.

الجدول (11): يبين مدى تفاعل المبحوث مع النشاطات التطوعية التي تعرضها صفحة "جمعية ناس الخير"

النسبة	التكرار	تفاعل المبحوث مع النشاطات التطوعية لصفحة الجمعية
46,67%	84	دائما
48,33%	87	أحيانا
5,00%	09	نادرا
100	180	المجموع

من خلال الجدول المبين اعلاه والذي يوضح مدى تفاعل المبحوث مع النشاطات التطوعية الموجودة في صفحة ناس الخير حيث اختار 87 مبحوث انهم "أحيانا" ما يتفاعلون مع منشورات الجمعية بنسبة 48,33%، بسبب انشغالهم واهتمامهم بالدراسة وأيضا لا يفغنون في نفس الوقت عن متابعة الصفحة في حين اختار 84 مبحوث أنهم على دوام يتابعون ويتفاعلون مع منشورات الصفحة بنسبة 46,67%، بينما كانت اجابة المبحوثين على خيار "نادرا" متمثلة في 5%.

وهذا يرجع الى الانشطة التطوعية التي تقوم بها الجمعية لتزويد الفرد بالمعلومات ومدته بمجموعة من التوجيهات الإيجابية مما يؤدي الى المتابعة التلقائية لأنشطة الجمعية لأنها تتناسب واحتياجات وتطلعات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

3. بيانات متعلقة دور "صفحة ناس الخير" في زرع قيم التضامن والمساهمة في العمل التطوعي.

الجدول (12): يبين المواقع الاجتماعية الأكثر اهتماما بالعمل التطوعي وعلاقته بالمستوى التعليمي.

المجموع	الانستغرام	التويتر	الفايسبوك	المواقع الاجتماعية المستوى التعليمي
10	/	2	08	ابتدائي
100%	/	20,0%	80,0%	
24	02	8	14	متوسط
100%	8,33%	33,33%	58,34%	
61	02	24	35	ثانوي
100%	3,28%	39,34%	57,38%	
85	5	27	53	جامعي
100%	5,89%	31,76%	62,35%	
180	09	61	110	المجموع
100%	5,0%	33,89%	61,11%	

من خلال استقراء معطيات الجدول نحاول التعرف فيما اذا كان هناك علاقة بين أهم مواقع التواصل الاجتماعي اهتماما بالعمل التطوعي وعلاقته بالمستوى التعليمي للمبحوث وهذا انطلاقا من مؤشرات الفرضية يتبين من خلال الجدول ان من مجموع 180 مبحوث ومبحوثة نلاحظ نسبة 61,11% أقرروا أن الفاييسبوك من أكثر المواقع اهتماما بالعمل التطوعي، اما الذين أقرروا انهم التويتر اكثر اهتماما بالعمل التطوعي بنسبة 33,89%، في حين الذين أجابوا أن الانستغرام اكثر اهتماما لاستخدامه للترويج بالانشطة التطوعية بنسبة 5,00%. وعند ربط العلاقة بين أهم مواقع التواصل الاجتماعي اهتماما للتشهير بالأعمال التطوعية لصفحة الجمعية ودلالاتها بالمستوى التعليمي ، نلاحظ أن مجموع الذين اقرروا أن الفاييسبوك اكثر اهتماما للتشهير بالأنشطة التطوعية وذلك بنسبة 80% بالنسبة للمستوى الابتدائي مقابل 62,35% بالنسبة للمستوى الجامعي ، في حين نجد نسبة 57,38% بالنسبة للمستوى للثانوي مقابل 58,34% بالنسبة للمتوسط، والذين اقرروا ان التويتر اكثر اهتماما للتشهير بالأنشطة التطوعية نجد نسبة 39,34% بالنسبة للمستوى الثانوي مقابل 33,33% بالنسبة للمستوى المتوسط. في حين نجد نسبة 31,76% بالنسبة للمستوى الجامعي مقابل نسبة 20% بالنسبة للمستوى الابتدائي. والذين اقرروا ان الانستغرام اكثر اهتماما ورواجا للأعمال التطوعية بنسبة 8,33% بالنسبة للتعليم المتوسط مقابل نسبة 5,89% بالنسبة للمستوى الجامعي، في حين نجد نسبة 3,28% بالنسبة للمستوى الثانوي مقابل نسبة منعدمة للمستوى الابتدائي.

وهذا ما يوضح لنا ان الفاييسبوك من اكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما مما ادى بالمؤسسات والجمعيات الخيرية الى استهداف جمهورهم عن طريق هذا الموقع الذي يفسر نجاحه في تجسيد ثقافة الكترونية أكثر من غيره من المواقع الأخرى .

الجدول(13): يبين توظيف صفحة ناس الخير لنشر العمل التطوعي

المجموع	التكرار	توظيف صفحة ناس الخير لنشر العمل التطوعي
52,78%	95	دائما
42,78%	77	احيانا
4,44%	08	نادرا
100%	180	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه الذي يوضح توظيف " صفحة ناس الخير" عبر موقع الفايسبوك لنشر العمل التطوعي نسبة 52,78% من اجابات افراد عينة الدراسة انه يتم توظيف صفحة "جمعية ناس الخير" لنشر العمل التطوعي بصفة دائمة، بينما نجد نسبة 42,78% من اجابات افراد عينة الدراسة في اقروا "أحيانا" يستخدمون "صفحة ناس الخير" لنشر العمل التطوعي، بينما نجد نسبة 4,44% من اجابات افراد عينة الدراسة نادرا ما يوظفون صفحة " ناس الخير" لنشر العمل التطوعي وهي اضعف نسبة بالمقارنة مع النسب الاخرى.

ان مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك التي تدرج فيها صفحة " ناس الخير" منصة هامة لنشر العمل التطوعي والتعريف به والمساهمة فيه، نظرا لانتشارها وشيوعها في المجتمعات وميزاتها الإعلامية الإقناعية التي تجذب المستخدم الى التفاعل ومشاركة المنشورات وإعطاء ارائهم.

الجدول(14): يبين مدى استخدام صفحة " ناس الخير" الانخراط في العمل التطوعي

النسبة	التكرار	مدى شبكات التواصل الاجتماعي للانخراط فالعمل التطوعي
43,33%	78	تعلم بعض المبادئ والقيم
42,78%	77	مساعدة الافراد المحتاجين
13,89%	25	اكتساب اصدقاء جدد
100%	180	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول الموضح اعلاه اغلب افراد عينة الدراسة اجابوا ان اهمية استخدام " صفحة ناس الخير" في العمل التطوعي تعلم بعض المبادئ والقيم ومساعدة الافراد المحتاجين بنسب متتالية 34,33% و 42,78% ، بينما اجاب افراد عينة الدراسة أن "صفحة ناس الخير" ينخرط المتطوعون فيها لاكتساب اصدقاء جدد بنسبة 13,89%. ان مواقع التواصل الاجتماعي لها هدف اسمى وجليل في التعريف باهمية

واهداف الجمعية اضافة الى اكتساب قيم التضامن والتكافل والقيم المواطنة ومساعدة المحتاجين من خلال عرض اهم النشاطات التطوعية خاصة المناسباتية

الجدول(15): يبين دافع انخراط الشباب للجمعية وعلاقته بالجنس

المجموع	عمل انساني	مبدأ شخصي	حب الخير	مواقع استخدام التواصل الاجتماعي الجنس
102	33	49	20	ذكر
100%	32,53%	48,04%	19,61%	
78	29	31	18	أنثى
100%	37,18%	39,74%	23,08%	
180	62	80	38	المجموع
100%	34,44%	44,45%	21,11%	

من خلال استقراء معطيات الجدول نحاول التعرف فيما دوافع انخراط الشباب للجمعية وعلاقته بالجنس، تبين لنا ان من مجموع 180 مبحوث ومبحوثة أجابوا دافع المبدأ الشخصي هو الذي جعل الشباب ينخرط في الجمعية بنسبة 44,45%، في حين نجد نسبة 34,44% من المبحوثين اقروا ان دافع انخراطهم في الجمعية هو العمل الانساني، أما الذين اجابوا ان دافع انخراطهم في الجمعية حب الخير بنسبة 21,11%، وعند ربط العلاقة بين دوافع انخراط الشباب في الجمعية والجنس، نلاحظ ان من مجموع الذين اجابوا ان دافع انخراطهم بالجمعية المبدأ الشخصي بنسبة 48,04% بالنسبة للذكور مقابل نسبة 39,74% بالنسبة للإناث، اما بالنسبة للذين اجابوا ان دافع انخراطهم في الجمعية العمل الانساني بنسبة 37,18% بالنسبة للإناث مقابل نسبة 32,53% بالنسبة للذكور. اما بالنسبة للذين اجابوا ان دافع انخراطهم في الجمعية حب الخير بنسبة 23,08% بالنسبة للإناث مقابل نسبة 19,61%

وهذا مايفسر الدافع الاخلاقي والانساني لدى اعضاء الجمعية في نشر روح الاخوة والتعاون في تحقيق التواصل الاجتماعي، مما يدل أن افراد الجمعية يسعون الى مساعدة الافراد المحتاجين والايتم وتحقيق المبادئ والقيم داخل المجتمع، وهذا مايدل على ان هدف الجمعية هو تحقيق التضامن والتكافل الاجتماعي.

الجدول (16): يبين انخراط الشباب في الجمعية تحقيق التواصل والتفاعل الاجتماعي وعلاقته بمدى الانخراط بها.

المجموع	لا	أحيانا	نعم	تحقيق التواصل الاجتماعي مدة الانخراط
40	08 20.0%	12	20	أقل من 3 سنوات
100%		30,0%	50,0%	
97	11 11.34%	30	56	من 4-7 سنوات
100%		30,91%	57,73%	
43	08 18.61%	14	21	7 سنوات فما فوق
100%		32,56%	48,84%	
180	27 15.0%	56	97	المجموع
100%		31,11%	53,89%	

يتبين لنا من خلال الجدول المبين اعلاه التعرف فيما اذا كان هناك علاقة بين انخراط الشباب في الجمعية يحقق التواصل والتفاعل الاجتماعي وعلاقته بمدى الانخراط بالجمعية، ومن مجموع 180 مبحوث ومبحوثة نلاحظ نسبة 35,89% أقروا أن انخراط الشباب في الجمعية يحقق التواصل الاجتماعي، أما الذين أقروا أنه أحيانا الانخراط في الجمعية يحقق التواصل الاجتماعي بنسبة 31,11%، أما الذين أقروا أن انخراط الشباب في الجمعية لا يحقق التواصل والتفاعل في الجمعية بنسبة 15,00%، وعند ربط العلاقة بين انخراط الشباب في الجمعية يحقق التواصل والتفاعل الاجتماعي بين المنخرطين وعلاقته بمدى انخراطهم فيها ، نلاحظ أن من مجموع الذين أجابوا ان الانخراط في الجمعية يحقق التواصل والتفاعل الاجتماعي بنسبة 57,73% بالنسبة للذين تتراوح مدة انخراطهم بالجمعية من 4-7 سنوات مقابل نسبة 50,00% بالنسبة لمدة انخراطهم اقل من 3 سنوات ، في حين نجد نسبة 48,84% بالنسبة للذين تتراوح مدة انخراطهم أكثر من 7 سنوات. اما بالنسبة للذين اجابوا ان احيانا يتم تفاعل وتواصل اجتماعي بين اعضاء المنخرطين بالجمعية وذلك بنسبة 32,56% بالنسبة لمدة انخراطهم أكثر من 7 سنوات مقابل نسبة 30,91% بالنسبة لمدة انخراطهم من 4-7 سنوات، في حين نجد نسبة 30,00% بالنسبة لمدة انخراطهم اقل من 3 سنوات. أما الذين اجابوا ان انخراط الشباب في الجمعية لا يحقق اي تواصل وتفاعل اجتماعي بها بنسبة 20,00% بالنسبة لمدة انخراطهم اقل من 3 سنوات مقابل نسبة 18,61% بالنسبة لمدة انخراطهم اكثر من 7 سنوات، في حين نجد نسبة 11,34% بالنسبة لمدة انخراطهم من 4-7 سنوات.

هذا ما يؤكد ان الانخراط في الجمعية من الاسباب الرئيسية التي تساهم في بناء جسر التواصل والتعارف والتعاون بين الشباب وبين الاعضاء وبين المحسنين وبين الشركاء والمدعين للجمعية وتقديم يد العون لافراد

المجتمع من خلال الاعمال التطوعية التي يقدمونها التي تكون نتيجتها هذا التفاعل والتواصل الفعال من اجل اهداف الجمعية.

الجدول(17): يبين مدى تشجيعك لأصدقائك الانخراط في الجمعية وعلاقتها بالجنس

الجنس	على العمل تشجيع الاصدقاء للانخراط في العمل التطوعي	دائماً	أحياناً	نادراً	المجموع
ذكر		53	39	10	102
		51,96%	38,24%	9,80%	100%
أنثى		50	20	08	78
		64,10%	25,64%	10,26%	100%
المجموع		103	59	18	180
		57,22%	32,78%	10,0%	100%

من خلال استقراء معطيات الجدول الموضح اعلاه نحاول التعرف مدى تشجيع المنخرطين بالجمعية لاصدقائهم غير المتطوعين بها وعلاقة ذلك بالجنس المبحوث. تبين لنا ان اعلى نسبة 57,22% يشجع المنخرطون اصدقائهم غير المنخرطون بصفة دائمة، اما النسبة المئوية 32,78% احيانا يشجع المنخرطون اصدقائهم غير المنخرطون، في حين نجد نسبة 10,00% ان المنخرطون نادرا ما يشجعون اصدقائهم غير المنخرطون بالتطوع في الجمعية وهي اضعف نسبة بالمقارنة مع بقية النسب الاخرى، وعند ربط العلاقة بين تشجيع المنخرطون بالجمعية لاصدقائهم بالجنس تبين لنا من خلال الجدول الذين اقروا انهم دائما يسعون الى تشجيع اصدقائهم للانخراط بالجمعية بنسبة 64,10% بالنسبة للاناث مقابل 51,96% بالنسبة للذكور، في حين نجد نسبة 38,24% بالنسبة للذكور مقابل 25,64% بالنسبة للاناث ممن اقروا انهم احيانا يشجعون اصدقائهم للانخراط في العمل التطوعي، اما بالنسبة للذين اقروا انه نادرا ما يشجعون اصدقائهم للانخراط في العمل التطوعي بنسبة 10,26% بالنسبة للاناث مقابل 9,80% بالنسبة للذكور. من خلال هذه الاجابات اتضح لنا ان التشجيع على الانخراط في العمل التطوعي يساهم فيه كل من الجنسين (ذكور واناث) على فعل الخير والتضامن من شيم الشباب الجزائري، اذ يعتبر متمسك بدينه وأصوله الطيبة والمحبة لفعل الخيرات حيث انه لا يبخل بأي جهد في سبيل الخير.

ان شبكات التواصل الاجتماعي منصة هامة لنشر العمل التطوعي والتعريف به والمساهمة فيه، نظرا لانتشارها وشيوعها في المجتمعات وميزاتها الاعلامية الاقناعية التي تجذب المستخدم الى التفاعل ومشاركة المنشورات وإعطاء آرائهم.

3. الاستنتاج العام:

الفرضية الاولى:

- بينت نتائج الدراسة ان افراد عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 61,11%
- كما اوضحت نتائج الدراسة أن اغلبية المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي (من 02 إلى 04 سنوات) أي بنسبة 46,67%.
- بينت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تتراوح أكثر من 3 ساعات وذلك بنسبة 47,22%.
- ان الدور الذي تؤديه صفحة ناس الخير في نشر العمل التطوعي هو الدور التوجيهي بنسبة 52,78% هذا سعيا لتحقيق الرضا والتفاهم مع الافراد، وتقريب المسافة بينهم في نشر المحبة والتالف والتضامن.
- كما اكدت نتائج الدراسة مدى تفاعل المبحوث لمنشورات الجمعية الموجودة في صفحة ناس الخير بنسبة 48,33%. يرجع الى الانشطة التطوعية التي تقوم بها الجمعية لتزويد الفرد بالمعلومات ومده بمجموعة من التوجيهات الإيجابية مما يؤدي الى المتابعة التلقائية لأنشطة الجمعية لأنها تتناسب واحتياجات وتطلعات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

الفرضية الثانية:

- اوضحت نتائج الدراسة المواقع الاجتماعية الأكثر اهتماما بالعمل التطوعي وعلاقته بالمستوى التعليمي بنسبة 61,11%، ان الفايسبوك من اكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداما مما ادى بالمؤسسات والجمعيات الخيرية الى استهداف جمهورهم عن طريق هذا الموقع الذي يفسر نجاحه في تجسيد ثقافة الكترونية أكثر من غيره من المواقع الاخرى.
- بينت نتائج الدراسة توظيف " صفحة ناس الخير" عبر موقع الفايسبوك لنشر العمل التطوعي بنسبة 52,78%.
- اوضحت نتائج الدراسة ان اغلب افراد عينة الدراسة اجابوا أن أهمية استخدام " صفحة ناس الخير" في العمل التطوعي تعلم بعض المبادئ والقيم ومساعدة الافراد المحتاجين بنسب متتالية 34,33% و 42,78%.
- كما أكدت نتائج الدراسة ان دوافع انخراط الشباب للجمعية وعلاقته بالجنس، تبين دافع المبدأ الشخصي هو الذي جعل الشباب ينخرط في الجمعية بنسبة 44,45% .
- بينت نتائج الدراسة أن العلاقة بين انخراط الشباب في الجمعية يحقق التواصل والتفاعل الاجتماعي بنسبة 35,89%.
- كما اوضحت نتائج الدراسة مدى تشجيع المنخرطين بالجمعية لأصدقائهم غير المتطوعين بنسبة 57,22%.



الخاتمة:

لقد أصبحت لدور مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك" دورا فاعلا في مختلف المجالات، حيث سهلت عملية التواصل بين أفراد المجتمع وتقديم مجموعة من الخدمات والأعمال لهم، وتعزيز روح التعاون والتضامن فيما بينهم، وفتح المنافذ لفعل الخير والتوجه نحو العمل التطوعي والتوعوي في المجتمع.

لقد حاولنا في هذه الدراسة معرفة مدى اسهام مواقع التواصل الاجتماعي " الفايسبوك" في نشر الوعي وترقية العمل التطوعي بين اوساط الشباب الجزائري بمختلف اعمارهم ومستوياتهم العلمية ومهتهم وجنسهم، حيث توصلنا الى ان " الفايسبوك" قد نجح في تجسيد ثقافة الكترونية أكثر من الواقع الأخرى لانتشاره المبهر وسهولة التسجيل به.

وأشارت الدراسة كذلك ان اغلب المنشورات المعروضة بمختلف توجهاتها التي تداولتها الجمعية في الصفحة الخاصة بها تتناسب مع احتياجات وتطلعات مستخدمي موقع الفايسبوك، إذ ظهر ان اغلب المنشورات تحمل نص وصورة وذلك لوصول الفكرة وتبسيطها في ذهن المتصفح.

المراجع:

1. أحمد أبي الحسين بن زكريا بن فارس، معجم مقاييس اللغة، ج2، دار الفكر للطباعة والنشر، العراق، 1979، ص310.
2. المنجد الابجدي، دار المشرق للنشر والتوزيع، ط2، بيروت، 1985، ص.451
3. العمري علي أحمد، مفهوم الخدمة التطوعية ومجالاتها، بحث منشور مقدم للمؤتمر الاول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2001، ص.196
4. راضي، زاهر، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، عدد 15 ، جامعة عمان، 2003.
5. مواقع الانترنت:
 - 1- موقع ويكيبيديا الموسوعة الحرة، خدمة الشبكة الاجتماعية، آخر تعديل لهذه الصفحة في 20 أغسطس 2011 . متاح على الرابط
<http://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%AE%D8%AF%D9%85%D8%A9%D8%A9>
6. Marcel Daines ,Dictionary Of Media Communication, M.E Sharpe, New yourk,2009,p117
7. أحمد خورشيد النورة جي، مفاهيم في الفلسفة الاجتماعية ، دار الشؤون الثقافية ،بغداد ، ط1، 1990، ص253.
8. بكار عبد الكريم، ثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمعات المحلية، دار المتنبى للنشر والتوزيع ، قطر، 2000، ص09.
9. ابن منظور، لسان العرب، ج1، ط1، دار صادر، بيروت، 1993، ص.240
- 10- سورة البقرة الآية 184
- 11- صلاح الدين جوهر، إدارة المؤسسات الاجتماعية، مكتبة عين شمس المحرر، القاهرة، 1976، ص10.
- 12- نعيم هدهود، دور العمل التطوعي، في خدمة المجتمع وتنمية شخصية الطلبة المؤتمر الدولي الأول لعماة شؤون الطلبة، طلبة الجامعات الواقع والأفاق، الجامعة الإسلامية غزة، 2013، ص ص376،370
13. - ابن منظور، مرجع سابق، ص388.
- 14- مجموعة مؤلفين، المعجم الوسيط، مكتبة الشرق الدولية، ط4، ص470.
- 15le rebert, dictionnaire de langue française, paris, 2005,p664.
- 16- مصطفى حجازي، الإنسان المهدور، المركز الثقافي العربي، المغرب، 2005، ص.210
17. - عاطف غيث، معجم علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1995، ص29.
- 18دينكل ميشيل احسان أحمد أحسن معجم على الاجتماع، دار الطليعة، بيروت، ط2، 1986، ص25.
- 19ALBERT Meister, la participation dans les association, paris : les éditions ouvrières, 1974, pp13,14.