



الاتصال الجمعي كوسيلة لتعزيز مشاركة الشباب الجزائري في العمل التطوعي:

دراسة ميدانية لعينة من الجمعيات الخيرية الجزائرية"

"Community Engagement as a Means to Enhance Algerian Youth Participation in Volunteer Work: A Field Study of a Sample of Algerian Charitable Associations."

فاطمة الفكير *

جامعة البليدة 2 (الجزائر)، fasou28@hotmail.fr

تاريخ النشر: 2023/12/31

تاريخ القبول: 2023/10/10

تاريخ الاستلام: 2023/07/20

DOI: 10.53284/2120-010-004-036

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأساليب والطرق الإتصالية المعتمدة من قبل الجمعيات الخيرية وأثرها على نشر الثقافة التطوعية لدى الشباب، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، موظفة أداة المقابلة والاستمارة والتي تم توزيعها على عينة من المتطوعين بالجمعيات المدروسة بلغ عدد مفرداتها 100 مفردة.

وقد اتضح من نتائج البحث أن: -وسائل الاتصال التي تستخدمها الجمعيات لتنفيذ برامجها التوعوية. وسائل تقليدية، مع استخدام محدود للوسائل الحديثة نظرًا لارتفاع تكاليفها، باستثناء الإذاعة المحلية وهذا ما انعكس على عملية استقطاب الشباب. - يؤثر نوع الوسيلة الاتصالية على عملية الاستقطاب، وتدعو الجمعيات وسائل الإعلام لحضور نشاطاتها لتعريف المجتمع المدني بالجمعية ونشاطاتها.

-يسود الجمعيات الاتصال النازل، وتؤثر المعوقات الاتصالية في عمل الجمعيات، لكن هذا لا يعني تسببها في عزوف الشباب عن العمل التطوعي بل يرجع الأمر إلى عدم وجود وعي بأهمية العمل التطوعي
كلمات مفتاحية: الإتصال الجمعي، الشباب، العمل التطوعي، الجمعيات الخيرية.

Abstract:

The study aimed to identify the communication methods employed by charitable associations and their impact on the dissemination of volunteerism among youth. The study employed a descriptive-analytical methodology, utilizing interviews and questionnaires distributed to a sample of volunteers in the studied associations, with a total vocabulary size of 100 words. The research findings revealed the following:

The findings revealed that traditional communication methods such as personal communication and advertisements were predominantly used, with limited use of modern methods due to cost. The type of communication medium influenced the recruitment process, and associations called for media presence to raise awareness. Internal communication within associations was dominant, and communication barriers affected public awareness of the activities performed. Lack of awareness of the importance of volunteer work, limited leisure time, and varying levels of interest were factors influencing youth engagement



Keywords: Associative communication; youth; volunteer work; charitable organizations .

1. مقدمة:

عرفت الجزائر في السنوات الأخيرة انتشارا ملحوظا للجمعيات حيث برزت هذه الظاهرة في مطلع التسعينات مع التغير الذي حدث في الجهاز السياسي، إذ عرفت الجزائر منذ أحداث أكتوبر 1988 التعددية السياسية، وظهر تبعاً لهذه الأحداث قانون الجمعيات 1990 ، الذي شجع على ظهور الجمعيات في شتى المجالات، لتشهد البلاد بعد ذلك انفجاراً في الحركة الجمعوية الناشطة في المجال التطوعي، ونتيجة لتزايد عدد المستفيدين من خدماتها واتساع رقعة نشاطها أصبحت هذه الجمعيات بحاجة إلى مزيد من الطاقات البشرية للقيام بواجبها على أكمل وجه والوصول إلى الأهداف الغايات المطلوب تحقيقها، وخاصة الشبابية لما تتميز به من خصائص نفسية واجتماعية وعقلية تختلف عن الفئات الأخرى تأهلها لتلعب دوراً كبيراً على كل الجهات الاجتماعية إضافة إلى تواجدها ضمن جماعات مختلفة كالأُسرة والمدرسة وأماكن العمل، وبالتالي تأثيرها سيكون أكبر، وفي سبيل تحقيق ذلك انتهجت الجمعيات الاجتماعية الخيرية عدة طرق اتصالية لتنظيم علاقاتها الاجتماعية وتقوية تفاعلها مع البيئة المحيطة بها في سبيل نشر الثقافة التطوعية في المجتمع. ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا للبحث في أساليب الإتصال المعتمدة من قبل جمعيات المجتمع المدني وأثرها على نشر الثقافة التطوعية لدى الشباب. وبناء عليه يمكن طرح التساؤل التالي: مامدى تأثير الأساليب الاتصالية المعتمدة من طرف الجمعيات على نشر ثقافة العمل التطوعي لدى الشباب؟ تفرعت عنه الأسئلة التالية:

1- هل نوع الوسائل الاتصالية المستخدمة من قبل الجمعيات له دور في استقطاب الشباب المتطوع؟

2- هل للمعوقات الاتصالية تأثير في عزوف الشباب عن العمل التطوعي؟

2. مدخل مفاهيمي للإتصال الجمعوي

1.2 البناء المفاهيمي للدراسة:

■ الإتصال الجمعوي:

يعرفه مايكل لويس روكات: بأنه انتاج ونقل وتحويل الأفكار الاجتماعية للجمعية حول نفسها وحول المحيط مع الأخذ بعين الإعتبار كيفية كسب تعدد الآراء لصالحها، وخلق جانب من المنطق الذي يدافع عن هذه الأفكار (ROUQUETTE, 1998) يعرفه ايريك داشو: تلك الروابط الاتصالية الجديدة بين مختلف الناشطين في العمل الجمعوي (مناضلين، متعاطفين، مستفيدين، متبرعين...) ويمكن تمييز هذا النوع من الإتصال عن باقي الأنواع الاتصالية الأخرى، كونه اتصال علاقتي يهدف من خلاله المشاركون في البرامج الجمعوية إلى تحقيق المصلحة العامة والإرتقاء بالمجتمع. (Thierry, 2008) يعرفه رشاد عبد اللطيف: تلك العملية التي يتم من خلالها نقل الأفكار والمعاني والخبرات من الجمعية أو أعضاء الجمعية المكلفون بنقل هذه الآراء والأفكار والمعاني والخبرات عن طريق أساليب ووسائل اتصالية وفق ميزانيتهم إلى جمهورها من المجتمع الواسع والعريض ومختلف الفئات أو إلى جمهور مستهدف من قبل الجمعية. (رشاد، 2008)

■ مفهوم العمل التطوعي:

التطوع لغة: ما تبرع به الشخص من ذات نفسه مما لا يلزمه فرضه .



يعرف التطوع بأنه المجهود الذي يقوم به الفرد بصفة اختيارية عن طريق المساهمة بتقديم خدمة دون مقابل من أي نوع. (ابراهيم حمزة، 2015).

تعرفه هنا بدوي: "الجهود التي يبذلها الإنسان لخدمة المجتمع دون الحصول على فوائد مادية، بدافع إنساني يتحمل مسؤولياته، ويشترك في أعمال تستغرق جهدا، وتضحيات شخصية، وببذل المتطوع كل ذلك باختياره، معتقدا أنه يجب تأديته" (بدوي حافظ، 2004).

أما الخطيب فيرى أنه: "العمل الذي يقوم به الفرد لتحقيق أهداف اجتماعية محددة، دون أن يستهدف من عمله الأجر، أو جني الربح المادي أو اقتسامه، أو تحقيق المنفعة الشخصية. (مهالي نبي، 2009)

■ مفهوم الشباب:

يعرف الشباب بأنه: يمثل الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 15 عاما وسن الثلاثين عام. (ليلة علي، 1995) ويعرف أيضا: أنه يمثل مرحلة القوة والعطاء في حياة الإنسان وتتنحصر بين العام الخامس عشر والعام الثلاثين من عمر الإنسان (الجعب، 2011).

كما يعرف: مرحلة قوة بين ضعفين، قوة بين ضعف الطفولة وضعف الشيخوخة، وهي مرحلة عمرية بين 15 و25 سنة. (الصوفي، 2004). تشترك هذه التعاريف في حصرها لمرحلة الشباب في الفترة الزمنية بين 15-30 سنة وهي مرحلة الحيوية والنشاط والقوة والعطاء.

ويرى علماء الاجتماع شريحة الشباب بالنظر المجتمع كإطار مرجعي، حيث يؤكدون أن "فترة الشباب تبدأ حينما يحاول المجتمع تأهيل شخص لكي يشغل مكانة اجتماعية ويؤدي دورا يساهم في بناء مجتمعه، وتنتهي هذه المرحلة حينما يصبح الشخص عنصرا مهما في السياق الاجتماعي وفق المعايير الاجتماعية السائدة". (الزيود، 2006)

وعليه فمرحلة الشباب ظاهرة اجتماعية تشير إلى مرحلة من العمر تعقب مرحلة المراهقة وتبدأ من خلالها علامات النضج الاجتماعي، النفسي، والبيولوجي واضحة، ويعد الشباب أكثر الشرائح الاجتماعية تفاعلا مع التغير الحالي في المجتمع".

■ الحركة الجمعوية:

إن مصطلح الحركة الجمعوية مستمد من مفهوم الجمعوية نفسه، وهذا المفهوم تعددت التعاريف بشأنه وذلك حسب الزاوية التي ينظر إليها كل باحث حسب مجال تخصصه، فقد عرفت الجمعوية على أنها كل جماعة ذات تنظيم مستمر لمدة زمنية معينة أو غير معينة تتألف من أشخاص طبيعية أو بغرض عدم الحصول على ربح مادي .

وعرفت أيضا أنها تشكيلات اجتماعية فاعلة ومنظمة تسعى على أسس تطوعية غير ربحية لتحقيق أهداف عامة لمجموعة تعتمد أساليب الحكم الرشيد ضمن أطر قانونية تضمن الشفافية وحرية التشكيل (بن ناصر، 2014).

أما في التشريع الجزائري فقد عرفت المادة الثانية من قانون الجمعيات رقم 90-31 المؤرخ في 04 ديسمبر 1990 على "تمثل الجمعوية اتفاقية تخضع للقوانين المعمول بها، ويجتمع في إطارها أشخاص طبيعيين ومعنويين على أساس تعاقدية ولغرض غير مريح، كما



يشتركون في تسخير معارفهم ووسائلهم لمدة محددة، من اجل ترقية الأنشطة ذات الطابع المهني والاجتماعيوالعلمي والديني والتربوي والثقافي على الخصوص.(الجريدة الرسمة، 1990)

2.2 وظائف وأهداف الإتصال الجمعي:

يعد الإتصال لبنة أساسية في النسيج الاجتماعية لأي مؤسسة سواء كانت اقتصادية أو ثقافية أو خيرية وذلك لأهميته في التعريف بالمؤسسة لدى جمهورها، إذ يعتمد على استراتيجيات وتقنيات لتحقيق أهدافه نذكر منها:

■ توصيل الخدمات للفئات المستحقة فعلا للخدمات:

من خلال اعتماد أساليب للإتصال التي يتم استخدامها لتحديد الجماعات التي يمكن أن تستفيد من الخدمات وكيف يتم الإتصال ومن شارك في العملية الإتصالية بالإضافة إلى المعايير، الموارد المتاحة، الأهداف المرجو تحقيقها.

■ زيادة معدلات المشاركة بين الأفراد:

المشاركة هي العمود الفقري لأي جهد تنموي يستهدف النهوض بالمجتمع والعمل على تحسين مستوى حياة المواطنين اجتماعيا واقتصاديا لذلك تعتبر المشاركة بالرأي من أهم صور المشاركة. (مهدي، 2005) ، وعند امتلاك الأطراف الفاعلين في العمل الجمعي خبرة ومعرفة في الحياة الاجتماعية فإنهم ينقلون تجاربهم وخبراتهم عبر الإتصال بمختلف وسائله إلى الأفراد المتلقين وبالتالي فهم يقدمون إضافة إلى العقل الآخر وهذا النقل للأفكار والمعاني يكون إيجابي يهدف إلى تعديل السلوك الإنساني سواء بصفة جزئية أو كلية.

-ويمكن للجمعيات أن يكون لديها وظيفة إعلامية وإخبارية عبر توظيف منابر الوسائل الجماهيرية في نشر الحس الجمعي وغرس قيم العمل التطوعي واشعار المواطن بالمسؤولية الاجتماعية وعبر هذه القنوات يمكن شرح مختلف البرامج للجماهير المتابعة والإستفادة من مختلف النقاشات والتحليلات وهذا ما يسهم في إدخال تعديلات نزولا عند رغبة الجماهير وتطلعاتهم.

- ويلعب الإتصال الجمعي دورا في تكوين الإتجاهات والآراء وإثارة الوعي بالقضايا الحياتية من خلال ما تقوم بإذاعته مختلف الجمعيات عبر عديد المنابر الإتصالية.

- يعزز الإتصال الجمعي قدرات الأفراد والإسهام في تكوين رصيد معرفي عبر إشراك الشباب في مختلف التظاهرات، فالإنتماء إلى العمل الجمعي من شأنه أن يخلق لدى الأفراد بيئة جديدة تتشارك فيها مختلف الشخصيات والنماذج الفاعلة في المجتمع بحيث يمكن للأفراد وعن طريق الإحتكاك بهم من اكتساب مجموعة من المعارف تحقق لهم الإندماج في المجتمع وتطور قدراتهم. (أبو عرجة، 2013)

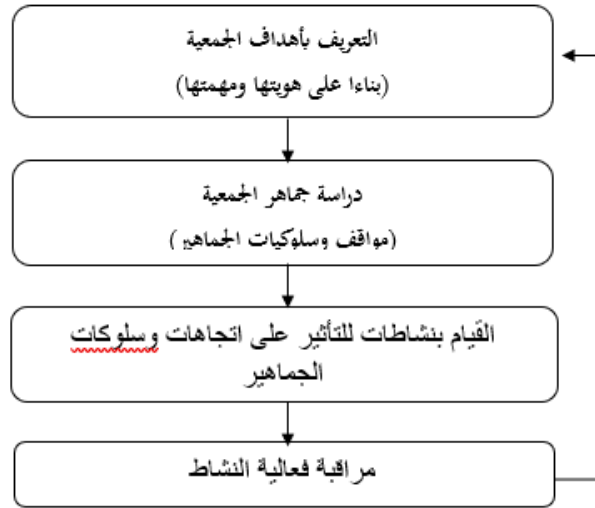
-حماية الموروث الثقافي ونقله من جيل إلى جيل فهنالك من الجمعيات من تحمل تصنيفا ثقافي ويهدف إنشائها إلى إحياء النشاطات الثقافية الوطنية والمحلية، لكن لابد من الإعتماد على مختلف الأساليب الإتصالية والتي من خلالها يتم التواصل مع العالم الخارجي فهذه الأساليب تعرف بالثقافة الجزائرية كما يمكن أن تكون إحدى الإستراتيجيات للنهوض بالقطاع السياحي كبديل اقتصادي من خلال استقطاب السياح والنهوض بالسياحة.



3.2 أهداف الجمعيات وآليات تحقيقها عن طريق الإتصال المؤسسي:

لتنمك الجمعيات من تحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها يلزمها القيام بخطوات مهمة قبل البدء في تنفيذ الإستراتيجيات المعتمدة لتحقيق تلك الأهداف كما هو موضح في الشكل الآتي:

الشكل رقم 01: أهداف الجمعيات وآليات تحقيقها عن طريق الإتصال المؤسسي



Source : Karine Gallopel et Autres : "Marketing et communication des Associations", France, 2013

فالجمعيات تسعى أساسا من أجل خدمة مختلف شرائح المجتمع والإهتمام بانشغالاتهم، محاولة تلبية حاجياتهم وحل مشاكلهم بأفضل الطرق الممكنة كونها الوسيط بينهم وبين السلطات المسؤولة والمعنية بالحفاظ على حقوقهم، ومن أجل كل هذا كان لا بد من وجود طرق للإتصال تنتهجها الجمعيات لتحقيق أهدافها والوصول إلى غاياتها ونظرا لأهمية الإتصال في مثل هذه المؤسسات تطرح الأخيرة إشكاليات عدة تخص لمن، لماذا، متى، كيف يتم الإتصال.

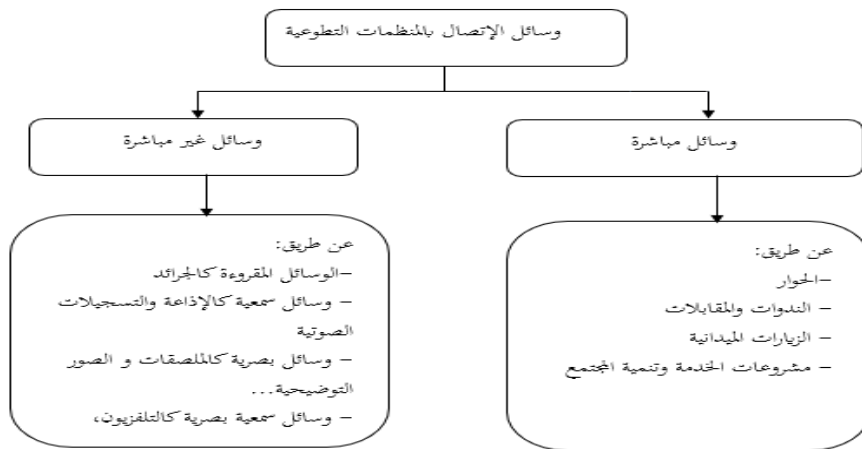
لمن الإتصال: لمختلف الشرائح الاجتماعية

لماذا الإتصال: لتوصيل معلومات تربية، تكوينية، علمية، مهنية، وتوجيهية موجبة لمختلف الفئات بمختلف مستوياتها الفكرية والثقافية المختلفة.



متى الإتصال: يكون الإتصال دائما ومتواصلًا في ك المجالات ما دام هناك مرسل ومستقبل وغيرها ويتم الإتصال عن طريق وسائل مباشرة وأخرى غير مباشرة كما هو موضح في الشكل الآتي:

الشكل رقم 02: وسائل الإتصال بالمنظمات التطوعية



Source : Karine Gallopel et Autres : "Marketing et communication des Associations, France, 2013

وبما أن الجمعية نوع من المؤسسات غير الربحية، فإن الإتصال الجماعي هو أيضا اتصال مؤسساتي وبالتالي فهو يحمل نفس أبعاده وخصائصه.

بناء على ما تقدم فإن الإتصال الجماعي هو اتصال مؤسساتي عندما تكون المؤسسة الجمعية هي موضوع الاتصال ويكون الإتصال ذو علاقة بهوية الجمعية وصورتها سواء كانت موجّهة لجمهور داخلي أو خارجي.

وعموما فإن الإتصال المؤسساتي في القطاع والذي يؤطر علاقات مؤسسات المجتمع المدني*الجمعيات*هو الأساس عمل جماعي مشترك، يقوم على توظيف مجموعة من الأنشطة الإتصالية التي تساعد الجمعية مهما كانت أهدافها وطبيعتها نشاطها من التعريف بشخصيتها وهويتها لدى جماهيرها * الداخلي والخارجي* وتنسيق أنشطتها، والدفاع عن قيمها من خلال التحضير والإستخدام المدروس والمخطط لوسائل ودعائم اتصالية تتوافق مع طبيعة الجمهور المستهدف وفي الوقت المناسب لتحقيق أقصى قدر من الفعالية لأنشطتها لبلوغ الأهداف والغايات. وفيما يلي يمكن إبراز أهم أهداف الإتصال المؤسساتي في القطاع الجماعي:

-التعريف بالجمعية: ويتحقق ذلك من خلال: التعريف بهويتها: من خلال تعريف الجمهور بالجمعية لإحاطته علما بأهدافها وسياساتها بغية إدراك الجمهور لها وخلق فرص التعاون بينهم وبين المؤسسة.



- السعي للمواطنة: ويتحقق ذلك من خلال تجسيد دورها الاجتماعي بواسطة:
انشاء علاقة وطيدة مع محيطها الاجتماعي: من خلال اندماجها في الفضاءات المجتمعية التي تنشط فيها انطلاقا من فكرة المسؤولية الاجتماعية تجاه جمهورها الداخلي وجمهورها الخارجي، والمسؤولية الثقافية...
- بناء صورة الجمعية: تتكون صورة الجمعية من كل التصورات والتمثلات والأراء التي يكونها الأفراد انطلاقا مما يرونه لذا يتوجب على الجمعية العمل المتواصل على بناء ودعم وتعزيز صورتها الذهنية لدى فئات جماهيرها المختلفة من خلال مجموع الأنشطة الإتصالية التي تقوم بها.

4.2 أنواع الإتصال الجماعي:

باعتبار الاتصال الجماعي هو اتصال مؤسساتي يحمل نفس أبعاده وخصائصه كما سبق الإشارة إليه وينقسم إلى قسمين اتصال رسمي وغير رسمي.

1- الإتصال الرسمي:

يقصد به تلك الاتصالات المخطط لها مسبقا والمنطقية التي تمر عن طريقها الحقائق والمعلومات في المنظمة، أي تلك الاتصالات التي تستخدم خطوط السلطة الرسمية. ويشمل ثلاثة أنواع من الاتصالات وهي كالآتي:
الإتصال النازل: ويقصد به عملية ارسال المعلومات من الجهات العليا في الجمعية ممثلة في رئيسها إلى الجهات الدنيا ممثلة في المتطوعين المنتمين للجمعية، متضمنة تعليمات محددة وأساليب تطوير الأداء، ومختلف الأوامر والتعليمات الخاصة بتنفيذ القرارات اليومية، وهذا النوع من الإتصال يحقق تعريف المتطوعين بطبيعة العمل وكيفية أدائه. (بن زروق، 2000)
الإتصال الصاعد: هو عملية ارسال المعلومات من الجهات الدنيا أي المتطوعين نحو الجهات العليا *رؤساء الجمعيات* متعلقة بأداء المهام ومشكلات التنفيذ وصعوبات تطبيق الإجراءات بغرض تحسين الأداء.
الإتصال المحوري * الأفقي*: تلك العملية التي تتم بين المنخرطين في نفس المستوى بغرض التشاور وتبادل المعلومات والخبرات دون الرجوع إلى المستويات العليا. أي هو الاتصالات الجانبية التي تتم بين الجماعات في المستويات المتقابلة، وهي اتصالات تزيد من انسجام وتماسك الجماعات المهنية المختلفة التي تبني قواعد وأساليب للتعاون خاصة بها ومناسبة لمستويات ادراكها. (قاسيمي، 2011) . وكثيرا ما يلجأ إلى الاتصالات الأفقية نظرا للإرتياح النفسي الذي يتحقق من خلال تبادل أطراف الحديث، عكس ما قد يحدث في الاتصالات الصاعدة خاصة في حالة تعقد الإجراءات التي يفرضها التنظيم الرسمي.

2- الإتصال غير الرسمي:

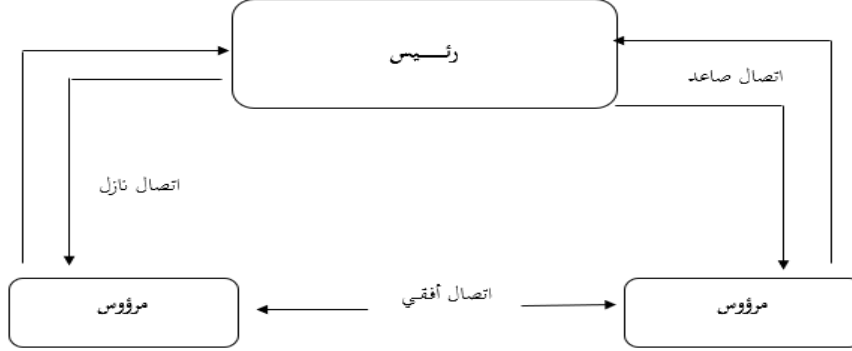
هو وليد الإتصال الرسمي حيث يتم بوسائل غير رسمية لا يقرها التنظيم الرسمي، بل ينشأ نتيجة العلاقات الاجتماعية والشخصية بين أعضاء الجمعية، كما ينشأ بسبب المصالح المشتركة بين مختلف الجمعيات. (قاسيمي، 2011) ويعتبر الإتصال غير الرسمي أحد الدعائم الأساسية للإتصال الرسمي حيث يزوده بمعلومات أوفر وأكثر نوعية من تلك التي يوفرها الإتصال الرسمي،



نظرا للمرونة التي يتمتع بها والسرعة في نقل الخبر وعدم الخوف من قول كل شيء، وهذه أحد أهم ايجابياته التي يمكن أن تكون في صالح المنظمة.



الشكل رقم 03: أنواع الإتصال الجماعي



بن زروق جمال، دور الإتصال التنظيمي في إنجاح التغيير داخل المنشأة، 2000

5.2 عوامل نجاح الإتصال الجماعي:

إن الإتصال يحتل مكانة مهمة داخل وخارج الجمعية إذ يعد مهمة تشاركية تعكس فعالية وأدوار جميع الإطار الجماعي، ونجاح أو فشل النشاط الجماعي يرتبط ارتباطا وثيقا بمدى انسجام المجموعة وعملها على تحقيق الأهداف المطلوبة منها، ويمكن إيجاز أهم العوامل الداعمة لفعالية الإتصال الجماعي في النقاط التالية:

■ الإعداد الجيد لعملية الإتصال:

ويقصد به التخطيط الجيد لعملية الإتصال من حيث النطاق الذي سيتم فيه الإتصال وتحديد نوعية الجمهور، ورغباته واتجاهاته وسلوكياته، دراسة أفضل السبل للإتصال بأفراد المجتمع.

■ الصراحة والوضوح:

- يجب الإبتعاد عن المعلومات المغلوطة أو إخفاق الحقائق.

- عدم التحريف في الألفاظ بحيث تكون هناك مصارحة تامة.

- الوضوح التام في إرسال الرسالة بحيث يتحقق الإقناع المطلوب

■ اختيار الوسيلة المناسبة:

حيث يجب استعراض الوسائل المختلفة للإتصال ويختار منها أنسب الوسائل لتحقيق الأهداف، وأن تكون الوسيلة مناسبة لأفراد المجتمع والنطاق المراد تغطيته والجمهور الذي تستهدفه المنظمة من حيث (المستوى الثقافي الإجتماعي، الإقتصادي، القيمي).

■ الدراسة الجيدة لأفراد المجتمع:

حتى تكون الأداة المستخدمة مناسبة لهم حيث أن الإتصال مع الشباب يتطلب أداة قد تختلف عن الإتصال بعدد محدود من الأفراد.



■ اختيار الوقت المناسب:

حيث يلعب التوقيت دور مهم في نجاح عملية الاتصال وتحقيق الأهداف المطلوبة من جانبي الجمعية، والعكس صحيح... والمقصود هنا بالوقت المناسب لكل الأطراف المشاركة في عملية الإتصال وعدم إهمال طرف على حساب الآخر.

■ اشراك بعض القيادات وأفراد المجتمع عند التخطيط لعملية الإتصال:

حيث تعد مشاركة المواطنين عنصر حيوي ومهم لنجاح عملية الإتصال فهم أقدر على التعبير عن احتياجاتهم والوسائل المناسبة لإشباعها والأساليب المناسبة للإتصال بأفراد المجتمع، والأدوات الأكثر تأثيراً وصولاً للأهداف المراد تحقيقها.

■ متابعة الإتصال:

يعتبر من أهم العوامل التي تساعد على نجاح عملية الإتصال، فالمتابعة تمكن العاملين بالمنظمة والقائمين بعملية الإتصال على تحديد الجوانب الجيدة التي تم الوصول إليها والتعرف على مناطق الإخفاق ودراسة أسباب حدوثها، أو بمعنى آخر تحديد الإيجابيات والسلبيات، والإستفادة من النتائج في العمليات الإتصالية المستقبلية.

3. العمل التطوعي والشباب :

1.3 العمل التطوعي كسلوك اتصالي:

الإتصال في المجتمع عملية تهدف إلى نقل الأفكار والقيم والآراء في شكل رسالة إلى المتلقي بحيث تؤثر فيه مما يجعله يرد على الرسالة سلبا أو إيجابا وهو ما يعرف برجع الصدى لكن إلى أي مدى يمكن أن نعتبر العمل الطوعي رسالة اتصالية.

تختلف الرسائل الإتصالية باختلاف المتلقي وبتعدد أهدافها والوقت الذي تبث فيه هذه الرسالة إضافة لما تحمله من استعمالات اقناعية فالمعلم مثلا يتعامل مع تلاميذه بحيث يلقيهم الدرس ولمعرفة مدى وصول رسالته فإنه يختار تلميذا أو اثنين لحل بعض التطبيقات ، كذلك المصصقات الحائطية التي تحتوي صورا تعبر عن قضية معينة أو التلفزيون والمسرح، كل هذه الوسائل تنقل رسالتها شفويا أو كتابيا عن طريق الصورة ،وقد يكون السلوك موضوع الرسالة الإتصالية بحيث يوحى إلى المتلقي بفكرة ما صدرت عن المصدر ، وباعتبار السلوك هو كل نشاط يمكن ملاحظته وله معنى معين ، فالعمل التطوعي مثلا سلوك اتصالي أي رسالة المتطوع فرد كان أو جماعة إلى فرد آخر أو جماعة أخرى ، فمشاهدتك إنسان يميظ الأذى من الطريق يوحى ذلك مباشرة بفكرة معينة وهي أن الأذى لا يمكن بقاءه في الطريق لما يسببه من عرقلة لكنه لم يقفولم يلقي محاضرة على المارة مثلا، وإنما ترجم رسالته في سلوكه، كذلك الجمعيات الخيرية التي تقوم بالعمل التطوعي في المجتمع لا يمثل نشاطها هذا إلا رسالة موجهة إلى المجتمع تحمل في طياتها ضرورة التعاون والتكافل ونبذ الصراع والتحلي بالخلق الإسلامي ، وهناك من يرى أن مثل هذه السلوكيات الصادرة من المنظمات الاجتماعية رسائل لها أهدافها حسب توجه كل منها وأيديولوجيتها ، فالعمل التطوعي في الجمعيات الخيرية رسالة اتصالية يقوم بها المتطوع ويكرس جهوده لبثها وإيصالها للمجتمع عامة ولذوي القلوب الرحيمة خاصة.



إذن فالعمل التطوعي أسلوب من أساليب توسيع الوعاء الجماعي وتوجيهه وفق الأهداف المسطرة من قبل الجمعية.

2.3. فعالية الجهة المكلفة بالإتصال في الجمعية وأثرها على استقطاب الشباب نحو العمل الجماعي التطوعي

الجدول 1: (فعالية الجهة المكلفة بالإتصال وأثرها على عملية استقطاب الشباب)

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس	الأثر
		ك	%	ك	%		
68	68	78.95	45	53.49	23	نعم	
19	19	14.04	08	25.58	11	لا	
13	13	07.02	04	20.93	09	أحيانا	
100	100	100	57	100	43	المجموع	

المصدر: ف. الفكائر 2021، ص 316

نلاحظ من خلال الجدول أن 68% (من المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة) 50.07% للإناث و 53.49% ذكور، مقابل 19% أجابوا بلا بنسبة 25.58% ذكور و 14.04% إناث، و 13% أجابوا بأحيانا بنسبة 20.93% ذكور و 07.02% إناث.

نستخلص من الجدول أن أغلبية أفراد العينة يرون أن عدم فعالية الجهة المكلفة بالإتصال في الجمعيات يؤثر في استقطاب الشباب نحو الجمعيات لأن الإتصال والإعلام مهم لتعريف أفراد المجتمع بالجمعية ونشاطاتها خاصة الخيرية منها، وفعالية هذه الجهة تظهر من خلال قدرتها على تغيير النظرة السلبية لدى أفراد المجتمع حول الجمعيات، عن طريق تعريف المجتمع المدني بنشاطات الجمعية وأعمالها وأهدافها لاستقطابهم نحوها، كما أن فشل الجهة المكلفة بالإتصال في أداء مهامها يؤدي إلى زوال الجمعية بسبب عدم معرفة المجتمع بها، وعدم اطلاعه على نشاطاتها يؤثر في استقطاب الشباب نحو الجمعية فكما كانت معرفة المجتمع بالجمعية أكبر كلما زادت فرص الإستقطاب أكثر، ويمكن تفسير ذلك بالأهمية التي أصبح يكتسبها الإتصال و الإعلام اليوم بحيث بات من الصعب تصور وجود فعالية اجتماعية بدون علاقات ووسائل اتصالية. أما الفئة التي ترى عكس ذلك فبررت موقفها بكون العمل الخيري ليس بحاجة إلى إعلام واتصال بل بحاجة إلى الميدان، فهو الكفيل باستقطاب الشباب نحو الجمعيات وليس الإعلام حسب رأيهم.

كما أكد أغلبية المبحوثين بأن نوع الوسيلة المستخدمة يؤثر في نجاح عملية الإستقطاب ويرجع ذلك لأهمية الوسيلة الاتصالية في إيصال المعلومة فكل وسيلة لديها جمهورها وشريحةها الاجتماعية، بمعنى كل وسيلة



تختلف عن الأخرى من حيث التأثير ودرجة الإنتشار بشرط استعمالها بالطريقة الصحيحة وفي الوقت المناسب، وهذا يدل على أهمية الوسائل الإتصالية على اختلاف أنواعها في نجاح عملية إيصال المعلومة وتحقيق انتشارها، مما يضمن عملية استقطاب الشباب نحو العمل التطوعي.

3.3 إيجابيات العمل التطوعي والجماعي للشباب:

إن انخراط الشباب في المؤسسات الأهلية والجمعيات التي يقوم عليها المجتمع المدني من أجل ممارسة العمل التطوعي والجماعي، في مساعدة الناس وخدمة المجتمع يعود بالفائدة على ذلك الشباب. ويحقق له مجموعة من الإيجابيات التي يمكن اجمالها في النقاط التالية: (بوضنوبرة، 2010-2011)

- تقوية روح الإلتزام والولاء الوطني للشباب اتجاه وطنه ومجتمعه من خلال الإهتمام بالقضايا العامة والعمل على حل المشاكل التي تعيق تطور المجتمع.

- تدعيم المدارك والمهارات الذاتية للشباب من خلال الإحتكاك والنشاط.

- صقل وتفجير الطاقات الكامنة لدى الشباب واكتساب المواهب الاجتماعية والسماح له بالخلق والإبداع.

- تعزيز درجة الاندماج والمشاركة الاجتماعية باعتبار الجمعية مدرسة لتكوين وتعليم الوعي الاجتماعي.

- يتيح العمل الجماعي المجال للشباب ليعبر عن أفكاره ووجهات النظر حول مختلف المسائل التي تهمه.

- يسمح للشباب بالمشاركة في تحديد الأولويات مما يجعله يتحمل المسؤولية ويشعر بالأهمية والرضا فتتخفف روح العدائية والتوتر اتجاه المجتمع.

- يحصن العمل التطوعي الجماعي الشباب من الوقوع في الإنحراف والضياع، من خلال ملأ أوقاته الحرة بأنشطة تربية وعملية وثقافية هادفة وبالتالي فهو يحمل وظيفة وقائية.

إذن فالعمل الشبابي في الحركة الجمعوية وفي إطار المنظومة الشاملة لتنشيط الشباب في المؤسسات المختصة هو الأداة الأفضل لبلوغ أهم أهداف السياسة الاجتماعية الوطنية في مجال رعاية الشباب ومنها ترقية جسميا وعقليا وتأطيره وتوجيهه واستغلال طاقاته وحماسه في التنمية الشاملة مع الأخذ بأرائه وإشراكه في اتخاذ القرارات.

4.3 آليات تشجيع وتفعيل العمل الجماعي لدى الشباب :

لضمان نجاح العمل الجماعي التطوعي وتحقيق الأهداف المراد منه تحقيقها، يتوجب على جمعيات المجتمع المدني العمل على تشجيعه لدى أفراد المجتمع عامة والشباب خاصة كونهم يمثلون الشريحة الأكثر اعتمادا عليها في تحقيق التقدم الاجتماعي، وتحفيز المتطوعين لتعميق مفهوم العمل التطوعي، ترسيخه وتطويره في نفوسهم (برقاوي، 2007) وفيما يلي بعض الآليات المساعدة على تحقيق ذلك :

- زرع حب العمل التطوعي في المراحل العمرية المبكرة لأفراد المجتمع من قبل مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية.



- التركيز على الجانب التربوي لمفهوم العمل التطوعي باعتباره قيمة إيجابية يجب المحافظة عليها، وتأصيلها في المجتمع وذلك من خلال تعميق مفهوم الانتماء للجماعة.
 - إتاحة الفرصة أمام مساهمات الشباب وخلق خيارات جديدة وعدم احتكار العمل التطوعي على فئة أو مجموعة معينة. (الناقلي، 2009)
 - تطوير القوانين والتشريعات للعمل التطوعي بما يكفل إيجاد فرص حقيقية لمشاركة الشباب في اتخاذ القرارات المتصلة بالعمل التطوعي. وأن يمارس الإعلام دورا كبيرا في دعوة المواطنين للعمل التطوعي.
 - أن يكون هناك يوم إجازة مدفوع الأجر شهريا كي يمارس الشباب العمل التطوعي وخدمة مجتمعاتهم المحلي، وأن يكون للمشاركة بالأعمال التطوعية دافعا للترقية في السلم الوظيفي. (حمدي حسن، 2000)
 - تكاثف جهود مختلف مؤسسات المجتمع في التوعية بأهمية التطوع للفرد والمجتمع.
 - إدخال المشاركة التطوعية في العملية التعليمية بوضعها مادة قائمة بذاتها مثل التربية المدنية، والأنشطة الاجتماعية... الخ
- أما سبير علي عاطف: فيرى أنه لتفعيل استقطاب الشباب نحو العمل التطوعي يستلزم العمل على زيادة معرفة المواطنين بأهمية العمل التطوعي ودوره في خدمة المجتمع، ودعم وترسيخ مفهوم التطوع لدى الأجيال الناشئة عن طريق برامج، لكي تساهم من خلال المدارس والمؤسسات التربوية على نشر هذه القيمة الإيجابية لعملية التطوع، وأن تضم البرامج الدراسية للمؤسسات التعليمية المختلفة وخصوصا لدى تخصصات العلوم الاجتماعية بعض المقررات الدراسية التي تركز على مفاهيم العمل الاجتماعي التطوعي وأهميته ودوره التنموي ويقترن ذلك ببعض البرامج التطبيقية، مما يثبت هذه القيمة في نفوس الشباب مثل حملات تنظيف محيط المدرسة أو العناية بالأشجار أو خدمة البيئة. وأيضا في تعريف أفراد المجتمع بماهية العمل التطوعي مطالبية وسائل الإعلام المختلفة بدور أكثر تأثيرا ومدى حاجة المجتمع إليه وتبصيرهم بأهميته ودوره في عملية التنمية، وكذلك إبراز دور العاملين في هذا المجال بطريقة تكسبهم الاحترام الذاتي واحترام الآخرين. وهو ما يتوافق مع نتائج دراستنا الميدانية كما هو موضح في الجدول:

الجدول 1: (اقتراحات المبحوثين لتفعيل عملية استقطاب الشباب)

الإجابة	التكرار	النسبة
تقديم حوافز أثناء التطوع	46	28.75
التوعية بأهمية العمل الجمعي	53	33.13
إدخاله ضمن مناهج التربية والتعليم	56	35.00
أخرى	05	03.12
المجموع	160	100.00

ملاحظة: المجموع يتجاوز العدد الإجمالي للعينة لتكرار الإجابات.

المصدر: ف. الفكاي، 2021، ص348.



من خلال الجدول يتبين لنا أن أعلى نسبة قدرت ب (35%) بالنسبة للفئة التي ترى ضرورة إدخاله ضمن مناهج التربية والتعليم، تليها التوعية بأهمية العمل التطوعي بنسبة (33.13%)، ثم تقديم حوافز أثناء التطوع بنسبة (28.75%) واحتلت طريقة أخرى المرتبة الأخيرة بنسبة (03.12%)

اذن تفعيل استقطاب الشباب نحو العمل يستلزم ضرورة إدخال العمل التطوعي الجماعي ضمن مناهج التربية والتعليم، ويرجع ذلك لأهمية مؤسسات التنشئة الإجتماعية والدور الذي تقوم به في المجتمع ، فالأسرة من خلا لتنشئتها أبنائها على حب التطوع والترغيب فيه، وزرع حب التعاون والتكافل ومساعدة الغير فهم ودعم المدرسة لما تقوم به الأسرة من خلال إبرازها فوائده وأهميته للمجتمع مما يؤدي إلى ترسيخه في أذهان ونفوس النشء، إضافة إلى توعية أفراد المجتمع بأهمية العمل التطوعي وفوائده للفرد والمجتمع عن طريق استخدام كافة وسائل إحداث التغيير من خلال وسائل الإعلام المختلفة واستطلاعات الرأي، الأيام التحسيسية، المحاضرات..... إضافة إلى تقديم حوافز للمتطوعين مادية كانت أو معنوية من خلال تكريمهم وتشجيعهم على بذل جهد أكثر، هذا ما يتيح فرص النمو والنجاح للعمل التطوعي وتحقيق مختلف الأهداف التي وجد من أجلها.

4. خاتمة:

من خلال ما سبق ذكره نستنتج أن الإتصال الجماعي على اختلاف أنواعه ووسائله يعمل على تفعيل الحياة الجماعية وترقيتها على المستوى الداخلي من حيث رفع حجم الأداء لدى المتطوعين، وعلى مستوى البيئة الخارجية من خلال استهداف طاقات جديدة خاصة الشبانية منها تعمل على تقديم الإضافة للعمل الجماعي، وهذا من أجل تحقيق الأهداف المسطرة وفي مقدمتها رعاية الفئات الهشة في المجتمع، لذا إذا أرادت الجمعيات الخيرية الوصول إلى أهدافها وتحقيق رسالتها والتعريف بأنشطتها وبرامجها وأعمالها الخيرية، فلا بد لها من تخطيط اتصالي- إعلامي موسمي على الأقل تجند له الطاقات البشرية والخبرات العلمية والميزانية المالية، على أن يكون هذا التخطيط وفق برنامج محدد لا يمكن تجاوزه إلا للضرورة القصوى.



5. قائمة المراجع:

المؤلفات:

- أبو عرجة تيسير أحمد، الإتصال وقضايا المجتمع، بدون بلد نشر، دار المسيرة، 2013
- بدوي هناء حافظ، أجهزة تنظيم المجتمع في الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2004.
- حمزة احمد ابراهيم، العمل الإجتماعي التطوعي، الواقع والمأمول، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2015.
- رشاد أحمد عبد اللطيف، مهارات الممارسة العامة للخدمة الاجتماعية، مصر، دار الوفاء لندنيا النشر والطباعة، 2008.
- الزيود ماجد ، الشباب والقيم في عالم متغير، الأردن، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006.
- عدي عاطف ، الإتصال والرأي العام، الأسس النظرية والإسهامات العربية، القاهرة، دار الفكر العربي، 1993.
- قاسيمي ناصر، الإتصال في المؤسسة، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 2011.
- قنديل أماني، المجتمع المدني في العالم العربي، دراسة للجمعيات الأهلية، القاهرة، دار المستقبل العربي، 1994.
- ليلة علي ، الشباب في مجتمع متغير- تأملات في ظواهر الإحياء الديني والعنف، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1995
- مهدي أحمد محمود ، الاتصال الإجتماعي في الخدمة الاجتماعية، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، 2005.
- ميهاى نبتى باتريسيا (2009) ، تعلم الإهتمام "التربية" ، التطوع وخدمة المجتمع، بيروت، جمعية خدمات التطوع، 2009.
- النايلسي محمد حسني هناء، دور الشباب الجامعي في العمل التطوعي والمشاركة السياسية، عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، 2009.

ROUQUETTE, M.. la cmmunication social., paris.1998.

Thierry, l. le plan de communication local, les objectifs et les moyens , libraire général de droit et de jurisprudence2008

الأطروحات:

- برقاوي محمد هناء ، الشباب الجامعي والمشاركة في الأعمال التطوعية، دراسة ميدانية لعينة من الشباب الجامعي، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة دمشق. سوريا، 2007.
- بوصنوبرة عبد السلام، الحركة الجمعوية في الجزائر ودورها في ترقية طرق الخدمة الإجتماعية في مجال رعاية الشباب، أطروحة دكتوراه قسم علم الاجتماع والديمقراطية، جامعة قسنطينة. الجزائر، 2010-2011.



المقالات:

بن زروق جمال (2000). دور الإتصال التنظيمي في إنجاح التغيير داخل المنشأة، مجلة العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة عنابة. 2000.

بن ناصر بوطيب، النظام القانوني للجمعيات في الجزائر-قراءة نقدية في ضوء القانون 06/ - 12، دفاتر السياسة و القانون، عدد، 10. 2014.

قانون رقم 90-31 المتعلق بالجمعيات، الجريدة الرسمية، عدد 53. 1990.

المداخلات:

الجعب نافذ، دور الشباب في عصر العولمة. مؤتمر الشباب ثقافة الأمس وفكر المستقبل، 2011، وزارة التربية والتعليم الفلسطيني، فلسطين.

الصوفي حمدان، تصور مقترح تربوي لمواجهة اخطار الأنترنت لدى فئة الشباب. المؤتمر التربوي الأول للتربية في فلسطين ومتغيرات العصر، 2004، الجامعة الإسلامية، فلسطين.

"References List"

Titles:

- Abu Arja Taysir Ahmed, *Communication and Societal Issues*, No Publisher, Dar Al-Maseera, 2013.
- Adly Atif, *Communication and Public Opinion: Theoretical Foundations and Arab Contributions*, Cairo, Dar Al-Fikr Al-Arabi, 1993.
- Ali Layla. (1995). *Youth in a Changing Society - Reflections on the Phenomena of Religious Revival and Violence*. Alexandria: Dar Al-Maarefa Al-Jameia.
- Ghannam Amani, *Civil Society in the Arab World: A Study of Civil Associations*, Cairo, Dar Al-Mostaqbal Al-Arabi, 1994.



- Hamza, Ahmad Ibrahim (2015). *Volunteer Social Work: Reality and Expectations*. Amman: Dar Al-Maseera for Publishing and Distribution
- Hanaa Badawi Hafez.(2004). *Community Organization Devices in Social Services*. Alexandria: Dar Al-Maarefa Al-Jameia
- Hossni, Mohammed- Al-Nabulsi hanaa (2010). *The Role of University Youth in Volunteer Work and Political Participation*. Amman: Dar Majdalawi for Publishing and Distribution.
- Mahdali, Ahmed Mahmoud. *Social Communication in Social Work*. Alexandria, Al-Maktab Al-Jame'i Al-Hadith, 2005.
- Majed Al-Zyoud. (2006). *Youth and Values in a Changing World*. Jordan: Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution..
- Patricia Mihali Nabti (2009). *Learning to care: Education, Volunteerism, and Community Service*. Beirut: Volunteer Services Association
- Qasimi Nasser, *Communication in Institutions, Algeria, Diwan Al-Matabi'at Al-Jamee'a, 2011.*
- Rashad, Abd al-Latif (2007). *Development of Social Organizations: A Professional Introduction to the Method of Organizing Society*. Alexandria: Dar Al-Wafa for Printing and Publishing.
- Rouquette, M. *Social Communication*. Paris, 1998.
- Thierry, L. *Local Communication Plan: Objectives and Means*. Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, 2008.

Theses:

- Bou-Sennoura, Abdulsalam (2010-2011). *The Associative Movement in Algeria and Its Role in Promoting Social Service Methods in the Field of Youth Care*. University of Constantine: Doctoral Thesis, Department of Sociology and Demography
- Hanaa Mohammad Barqawi. (2007). *University Youth and Participation in Volunteer Work: A Field Study at Damascus University*. Faculty of Arts, Department of Sociology.



Articles:

- *Ben Nasser Boutaib. The Legal System of Associations in Algeria: A Critical Reading in Light of Law 06/-12. Dafater Al-Siyasa wa Al-Qamun, Issue 10, 2014.*
- *Ben Zroug Jamel ,The Role of Organizational Communication in the Success of Change within the Institution. Journal of Social and Human Sciences, University of Annaba, 2000.*
- *Law No. 90-31 Concerning Associations. Official Gazette, Issue 53, 1990.*

conference submissions :

- *Al-Jaab, N. (2011). The Role of Youth in the Globalization Era. Youth Conference: Yesterday's Culture and Future Thought. Palestine: Ministry of Education and Higher Education.*
- *Al-Soufi, H. (2004). Proposed Educational Concept to Confront the Dangers of the Internet Among Youth. The First Educational Conference for Education in Palestine and the Variables of the Era. Palestine: Islamic University.*