



تطوير سلوك التطوع لدى الأطفال ”بين الجذب الإعلامي والتنشئة الوالدية“

إعداد

د/ رشا محمود سامي

مدرس الاعلام وثقافة الطفل

كلية البنات للآداب والعلوم والتربية

جامعة عين شمس

مجلة رعاية وتنمية الطفولة (دورية – علمية – متخصصة – محكمة)

يصدرها مركز رعاية وتنمية الطفولة – جامعة المنصورة

العدد الثالث عشر - ٢٠١٥م

تطوير سلوك التطوع لدى الأطفال ”بين الجذب الإعلامي والتنشئة الوالدية“

اعداد

د/ رشا محمود سامي
مدرس الاعلام وثقافة الطفل
كلية البنات للآداب والعلوم والتربية
جامعة عين شمس

المبحث الأول: التعريف بالدراسة

تقديم

للعمل التطوعي أثر كبير في تنمية وتطوير وتقدم المجتمع، إذ أنه يساهم في خلق الأجواء الإيجابية والمحفزة عند أفراد المجتمع للمساهمة في مختلف مجالات وميادين العمل التطوعي، وانخراط كل الشرائح الاجتماعية على اختلاف مؤهلاتها العلمية والعملية يؤدي إلى الدفع بحركة العمل التطوعي نحو الأمام، وتجاوز كل العقبات والتحديات التي تقف في وجه تفعيل المناشط التطوعية (اليوسف، ٢٠١١: ص٧)، وتؤكد الثقافات والفلسفات الإنسانية المختلفة على اختلاف أنواعها ومبادئها واتجاهاتها على أهمية التطوع؛ باعتباره جزء من منظومة القيم التي تعايشت معها هذه الثقافات في مجال الخير، فقد خصصت الديانات السماوية قيم الخير والعطاء ومن ضمنها العمل التطوعي جزءاً من مفاهيمها المطلقة وحثت على القيام به وممارسته (العبيد، ٢٠١٢: ص٩٥٢)، إذ يقول الله تعالى: {مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرَضُ الْمَلَّةَ قَرْضاً حَسَناً فَيُضَاعِفُهُ لَهُ أَضْعَافاً كَثِيراً} [البقرة/٢٤٥]، {فَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْراً فَهُوَ خَيْرٌ لَهُ} [البقرة/١٨٤]، {وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَى} [المائدة/٢]، {وَأَتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ} [البقرة/١٧٧]، {وَمَنْ تَطَوَّعَ خَيْراً فَإِنَّ اللَّهَ شَاكِرٌ عَلِيمٌ} [البقرة/١٥٨]، {وَالَّذِينَ فِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ مَعْلُومٌ لِلْسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ} [المعارج/٢٤: ٢٥]، {وَيُطْعَمُونَ الطَّعَامَ عَلَى حُبِّهِ مِسْكِيناً وَيَتِيماً وَأَسِيراً} [الإنسان/٨]، وفي السنة النبوية نجد أن الرسول صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ حث على أعمال التطوع والأعمال الخيرية في كثير من

المواضع، فقد وردت أحاديث كثيرة تدل على مشروعية العمل التطوعي، ومنها قوله صلى الله عليه وسلم "إِنَّ لِلَّهِ عِبَادًا خَلَفَهُمْ لِحَوَائِجِ النَّاسِ، يَفْرَعُ النَّاسُ إِلَيْهِمْ فِي حَوَائِجِهِمْ، وَأُولَئِكَ الْأَمْنُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ"، "المُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ، لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلِمُهُ، مَنْ كَانَ فِي حَاجَةِ أَخِيهِ كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ، وَمَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ بِهَا كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ، وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ"، "أَحَبُّ النَّاسِ إِلَى اللَّهِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ، وَأَحَبُّ الْأَعْمَالِ إِلَى اللَّهِ سُرُورٌ تُدْخِلُهُ عَلَى مُسْلِمٍ، أَوْ تَكْشِفُ عَنْهُ كُرْبَةً، أَوْ تَطْرُدُ عَنْهُ جُوعًا، أَوْ تَقْضِي عَنْهُ دَيْنًا، وَلَأنَّ أَمْشِيَّ مَعَ أَخٍ لِي فِي حَاجَةٍ، أَحَبُّ إِلَيَّ مِنْ أَنْ أَعْتَكِفَ فِي هَذَا الْمَسْجِدِ يَعْنِي مَسْجِدَ الْمَدِينَةِ شَهْرًا، وَمَنْ كَفَّ غَضَبَهُ سَتَرَ اللَّهُ عَوْرَتَهُ، وَمَنْ كَتَمَ غَيْظَهُ، وَلَوْ شَاءَ أَنْ يُمِضِيَهُ أَمْضَاهُ، مَلَأَ اللَّهُ قَلْبَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ رِضًا، وَمَنْ مَشَى مَعَ أَخِيهِ فِي حَاجَةٍ حَتَّى يُثَبِّتَهَا، أَثَبَّتَ اللَّهُ قَدَمَيْهِ يَوْمَ تَزُولُ الْأَقْدَامُ". (شاهين وشندي، ٢٠١٣: ص ٦ - ٩)، (الوصيفي والنباهين، ٢٠١٣: ص ١٨٠ - ١٨١)

ولقد أصبح العمل التطوعي في عالمنا المعاصر منهجا يتطلب قدرات ومهارات يتعين على المتطوعين اكتسابها والإمام بتطبيقاتها العملية، فلقد أصبحت ثقافة التطوع جزء لا يتجزأ من ثقافة المجتمعات المتطورة بما تمثله من منظومة القيم والمبادئ والأخلاقيات والمعايير والرموز والممارسات التي تحت على المبادرة والعمل الإيجابي الذي يعود بالنفع على الآخرين (بركات، ٢٠٠٥: ص ٢)، ومن أجل تفعيل العمل التطوعي في مجتمعنا لابد من نشر ثقافة العمل التطوعي، التي تدفع نحو المشاركة الجماعية في أي مجال من مجالات العمل التطوعي وميادينه؛ فالثقافة التطوعية هي الركيزة الرئيسية نحو إيجاد الأرضية الملائمة لنمو شجرة العمل التطوعي وتقوية روافده وتفعيل أنشطته (اليوسف، ٢٠٠٥: ص ٧ - ٨)، وعليه، فإن تعميم ثقافة العمل التطوعي ليست مسؤولية جهة بعينها، وإنما هي مسؤولية وطنية تلعب فيها المؤسسات دورا فاعلا ومؤثرا لاسيما مؤسسات التنشئة الاجتماعية على اختلافها، إلى جانب المؤسسات الأهلية والحكومية خاصة المؤسسات التي تعنى بالعمل التطوعي، وبإعادة الاعتبار له وتطويره. (رحال، ٢٠٠٦: ص ٧)

ومن الأهمية بمكان أن تصبح المسؤولية الاجتماعية الواقعة على وسائل الإعلام من الأدوات الهامة لنشر ثقافة التطوع في المجتمع، خاصة في انتشار وسائل التكنولوجيا الحديثة والفعالة بجانب التلفزيون والإذاعة والصحف والمجلات (عباس، ٢٠١٣: ص ١٩٥)، حيث يمكن لأجهزة الإعلام العامة أن تقوم بإذكاء الوعي الاجتماعي لدى أفراد المجتمع وتعبئتهم ودعوتهم للتطوع في المؤسسات الخيرية؛ بتوضيح ماهية العمل التطوعي ومدى حاجة المجتمع إليه وتبصيرهم بأهميته ودوره في عملية التنمية، وكذلك بإبراز دور العاملين في هذا المجال بطريقة تكسبهم الاحترام الذاتي واحترام الآخرين، وتذكيرهم بما وعد الله تعالى للقائم بالعمل الخيري من ثواب جليل وبما يمكن أن يلحق بالأمّة من ويلات ونكسات نتيجة تقاعسها عن الإقبال على العمل التطوعي في وقت يتسابق فيه غيرهم من الأمم الأخرى على الأعمال الخيرية (مظاهري، ٢٠٠٦: ص ٢٠٨)، أيضا يتجلى دور الإعلام بإيجاد ما يسمى بالإعلام التطوعي والذي يواكب أعمال الخير توعية وإخبارا وتعريفا، والمشاركة بالدراسات والبحوث، ورصد الإعلام المضاد، وكشف مظاهر الانحراف وتحذير الأمة منها. (المالكي، ٢٠١٠: ص ٥٣)

وفضلا عما تشكله وسائل الإعلام على مختلف أشكالها وأصنافها من أهمية بالغة في تشكيل الوعي، فهناك الأسرة بصفتها الخلية الأساسية في المجتمع، لذا يترتب عليها أدوار هامة في التأثير على الأطفال وتكوين سلوكياتهم، ولا يغيب عن أي متأمل في أمر الأسرة أنها أساس المجتمع، بل هي أيضا قوامه الذي يقوم عليه، بما تقدم له من أفراد يعملون على إصلاحه وتنميته (الحميدان، ٢٠١٢: ص ١١٠٧)، ومن حق المجتمع على الأسرة أن تقدم له أفرادا صالحين منتجين حريصين على بنائه وتقدمه وتطوره وازدهاره وصونه من الضعف والهزال، مجتمعا قويا مترابلا، متعاوننا ومتضامنا، متفانيا في أداء واجباته، محصنا بأبنائه الذين تشربوا محاسن الأخلاق وأجمل القيم، والتي بدورها تصون المجتمع وتحفظه وتمده بأسباب التماسك والتلاحم (الحسين، ٢٠١٤: ص ١٢)، وفي هذا السياق يتأكد دور الأسرة في تهيئة أبنائها للمشاركة في الأعمال التطوعية، من خلال تفاعلها مع الأنشطة التطوعية في المجتمع وما تمثله الأسرة من قدوة للأبناء من خلال مشاركتها في مجالات العمل التطوعي المتعددة، وما تقوم به من توجيه وحث للأبناء على المشاركة بفعالية في هذه المجالات

التطوعية (الحربي، ٢٠١٢: ص ١٢٦٥)، ولذلك بات من الضروري أن ترفع وسائل الإعلام العامة من عنايتها واهتمامها بالعمل التطوعي في المجتمع حتى يصبح هذا الاهتمام ملموسا لدى متابعي هذه الوسائل فيؤدي إلى التأثير الإيجابي فيهم، لهذا فإن مناقشة دور وسائل الإعلام في نشر ثقافة العمل التطوعي تنطلق من هذه الأهمية التي تستوجب استثمار هذه الوسائل استثمارا إيجابيا بما يحقق الهدف منه في التوعية بأهمية العمل التطوعي ونشر ثقافة هذا العمل بين مختلف أفراد المجتمع، ومخاطبة كل شريحة اجتماعية بما يتفق وطموحاتها وتحقيق أهدافها.

(National Volunteering Strategy, 2011, p12)

إنطلاقا من كل ما سبق، واستنادا إلى أن التطوع والعمل التطوعي يشكلان أهم محددات بناء المجتمع المدني، كما أن السمات والخصائص المتعلقة بالمتطوعين تسهم في تحديد ملامح هذا المجتمع واتجاهاته وآلياته، فقد أصبح من الضروري قياس مدى تطور التطوع من حيث: المفهوم والآليات والأدوات وإعداد المتطوعين ونوعياتهم وطبيعة إسهاماتهم وقيمتها، ذلك لأن الوعي بأهمية العمل التطوعي وممارسته بصورة فاعلة يعد مؤشرا لتفاعل الأفراد إيجابيا مع قضايا مجتمعهم، لذا فإن الدراسة الحالية تسعى إلى استطلاع آراء عينة من أرباب الأسر المصرية حول فعالية الدور الذي يقوم به الإعلام المصري في التوعية بأهمية العمل التطوعي ونشر ثقافة هذا العمل بين مختلف أفراد المجتمع - باعتباره شريكا فاعلا في مسيرة النماء والازدهار- واستقبال ملاحظاتهم واقتراحاتهم بشأن تعظيم الاستفادة من معطيات وسائل الإعلام المختلفة في غرس مفاهيم التطوع منذ الصغر في كيان المواطن المصري، وتعزيز هذا التوجه لديه ليكون لبنة بناء في مجتمعه، عملا بالاقتراح الصادر عن مؤتمر "العمل التطوعي في الوطن العربي" بخصوص دعوة الباحثين والمؤسسات العالمية ومراكز البحوث إلى القيام بدراسات متعمقة، لبحث مقومات العمل التطوعي وسبل دفعه والارتقاء بمستوى الأعمال التطوعية (عبداللطيف، ٢٠٠٠: ص ٣٥ - ٣٦)، وتأييدا للتوصية الصادرة عن "المؤتمر السنوي الثالث للقطاع الاجتماعي والمشاركة المدنية في العالم العربي" بشأن توظيف الأدوات الإعلامية لنشر ثقافة العمل الخيري، والتشجيع على الدراسة والبحث في هذا المجال (خفاجي،

٢٠١٣: ص ١٠٦)، والتوصية الصادرة من "المؤتمر السعودي الثاني للتطوع" والتي طالبت بضرورة تفعيل دور الأسرة في توجيه أفرادها للمشاركة في الأعمال التطوعية، والعمل على دعم هذا الدور وتطويره، كون الأسرة هي نواة المجتمع وبصلاحها يصلح المجتمع بأكمله. (القثمي، ٢٠٠٧: ص ١١)

مشكلة الدراسة

على الرغم من الاهتمام الإعلامي الكبير الذي حظي به العمل التطوعي في كل أشكاله، من حيث الاعتراف به والترويج له وتعظيم نواتجه ومخرجاته ونشر الثقافة التي تسانده بين مختلف أفراد المجتمع، إلا أن تفعيل دور الأسرة في ممارسة العمل التطوعي مازال دون المستوى المأمول؛ إذ تشير الإحصاءات التي صدرت عن (التقرير السنوي العاشر للمنظمات الأهلية العربية ٢٠١٢) إلى أنه تقدر أعداد الأسر المصرية التي شاركت بأموالها ومجهوداتها في أعمال الخير بنحو ١٥,٨ مليون أسرة، وبلغ تقدير إجمالي ما تنفقه هذه الأسر على العطاء الخيري ٤,٥ مليار جنيه مصري سنويا، كما أفادت الإحصاءات أيضا بأنه قد بلغ تقدير أعداد النشء والشباب المصري (١٠ - ٢٩ سنة) الذين يقومون بأعمال تطوعية ٦٥٧,٤ ألف ناشئ وشاب، بمعدل تطوع لم يتعد ٢,٢% (أبادير، ٢٠١٢: ص ٢٤٩)، وقد يرجع عزوف النشء والشباب في العالم العربي عن المشاركة في الأعمال التطوعية إلى أسباب عدة، منها: عدم تفعيل دور التنشئة الأسرية والمدرسية التي تهتم فقط بالتعليم دون زرع روح التطوع وبتث الانتماء ومساعدة الآخرين، وكذلك عدم وجود التخطيط السليم والمنهجي المدروس، وبكون مناهج وأنشطة المدارس والجامعات تكاد تكون خالية من كل ما يشجع على العمل التطوعي الاجتماعي. (القصاص، ٢٠١٢: ص ١٣٧١)

وتشير بعض الأدبيات المتاحة إلى أن دور الأسرة في تأسيس ثقافة العمل التطوعي وغرس ركانزه لدى الأجيال الناشئة تعترضه مجموعة من العقبات التي تحد من فعاليته بل وتقصيه في بعض الأحيان، ويأتي في مقدمتها: غياب مفهوم التطوع في ثقافة المجتمع المصري، وقلة الوعي لدى البعض بأهمية العمل التطوعي أو عدم القناعة بأهميته، وعدم إمكانية الوصول إلى مؤسسات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية أو عدم المعرفة بها من

الأساس، ونقص الحافز وغياب الرمز والقدوة التي تدفع بالأفراد إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، فضلاً عن قلة التوعية الإعلامية اللازمة لتوعية الأسرة وحثها على الالتحاق بالعمل التطوعي والترويج لأنشطة الجمعيات والمؤسسات التطوعية (القثمى، ٢٠٠٧ - الحريبي والحميدان، ٢٠١٢)، الأمر الذي يستوجب ضرورة تفعيل دور الأسرة في ممارسة العمل التطوعي مع توفير التأهيل المناسب لهذه الممارسة، عبر قيام وسائل الإعلام المختلفة بإكساب الأسرة الخبرات والمهارات اللازمة لرفع ثقافتها في عملية إكساب الأبناء حب الخير والقيام بالعمل التطوعي، ووضع خطة لتنفيذ برامج إعلامية مستمرة لتوعية الأسرة وحثها على الالتحاق بالعمل التطوعي، والتأكيد على أهمية الأسرة في تشجيع وتوجيه أفرادها للمشاركة في الخدمات التطوعية.

لذا بات من الضروري إيلاء ثقافة التطوع الاهتمام الكفيل بإخراجها من حالة الركود إلى حالة الفاعلية، بالشكل الذي يتوازى مع حاجات الإنسان التنموية الملحة في وقتنا الراهن، وعندما ننادي بالعمل التطوعي فإننا لا نقتصر على المعنى النفعي الضيق للتطوع الذي يتحدد في إطار التبرعات والصدقات، وإنما نتعدى ذلك المفهوم لنصل إلى نشر ثقافة العمل الاجتماعي التطوعي، لترجمة أهدافها إلى أعمال وسلوكيات تمارس في الواقع العملي؛ عن طريق الاستفادة من الوسائل الإعلامية في بث هذه الثقافة، والعمل على غرس القيم المثلى في نفس الناشئ وتعليمه قيمة التطوع منذ الصغر، وهي قادرة على ذلك بما تملكه من أدوات نجاح مثمرة، إن وظفت بشكل جيد، واستغلت بطريقة صحيحة، وهذا ما تحاول الدراسة الحالية تحديده وإلقاء الضوء عليه.

وبناء على أهمية ما تقدم تتبلور الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة من خلال التساؤل

الجوهري التالي:

كيف يمكن تفعيل الدور الذي يقوم به الإعلام بوسائطه المتنوعة بالتعاون مع الأسرة في تكريس مفاهيم التطوع لدى الناشئ منذ الصغر، من وجهة نظر عينة من أولياء الأمور في المجتمع المصري؟

وتتحقق الإجابة على هذا التساؤل الرئيس من خلال الإجابة على مجموعة التساؤلات

الفرعية الآتية:

١. ما ملامح الدور الإعلامي المأمول الذي ينبغي أن تقوم به الأجهزة الإعلامية بمختلف وسائلها لاستنهاض طاقات فئة الأطفال والنشء للعمل التطوعي، من وجهة نظر أفراد الدراسة؟
٢. ما أهم الفوائد والمكتسبات الإيجابية المترتبة على أداء وسائل الإعلام للدور المنوط بها تجاه ترسيخ مبدأ التطوع وتفعيله بين الأطفال والنشء، من وجهة نظر أفراد الدراسة؟
٣. ما أبرز السلبيات التي تعترى أداء الرسالة الاتصالية في الإعلام التطوعي لدورها في إرساء ثقافة تجسد العمل التطوعي قيما ومفاهيم وسلوكا وممارسات بين متلقيها من الأطفال، من وجهة نظر أفراد الدراسة؟
٤. ما الدور التربوي الذي تقوم به الأسرة ليتكامل مع ما يطرح عبر وسائل الإعلام من أفكار ومقترحات تسهم في إكساب الأطفال الخبرات والتوجيهات اللازمة للقيام بالمسئوليات الأساسية في مجالات التطوع، من وجهة نظر أفراد الدراسة؟
٥. إلى أي مدى تتمكن الحملات الاتصالية عبر وسائل الإعلام المختلفة من ممارسة الدور المنوط بها تجاه طرح وتفعيل البرامج والأنشطة التي تخدم مسيرة العمل التطوعي والخيري، بما يلبي الحاجات الجديدة للمجتمع، من وجهة نظر أفراد الدراسة؟
٦. ما أهم المناشط والفعاليات التطوعية التي تنهض بها الأسرة للمساهمة الفعالة في التنمية المجتمعية بمختلف مجالاتها، تلبية لما يطرح عبر وسائل الإعلام من دعوات تطالب بضرورة الإقبال على أعمال الخير والتطوع في المجالات التي تعود بالنفع العام على المجتمع أفراداً ومؤسسات؟
٧. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى احتمالي ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسط درجات أفراد العينة حول إدراك دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، تعزى لمتغيرات (النوع، نمط الثقافة، المستوى التعليمي، الفئة العمرية، الوضع المهني)؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية من الناحية النظرية والناحية التطبيقية فيما يلي:-

- تكمن أهمية هذه الدراسة في إلقاء الضوء على أهمية الدور الذي يجب أن تضطلع به الأسرة نحو أبنائها فيما يتعلق بتنشئتهم على العمل التطوعي، نظرا لأهمية النتائج المترتبة عن هذا الدور والتي تنعكس بشكل مباشر على المجتمع وأفراده، وذلك بما تمثله الأسرة من قدوة في هذا المجال، أو من خلال أساليب التوجيه المختلفة التي يمكن أن تأخذ بها الأسرة لتحبيب الأبناء في العمل التطوعي والمشاركة فيه، الأمر الذي يعد مقدمة ضرورية لفهم أبعاد هذا الدور؛ ولفت انتباه صانعي القرار والمعنيين لنقاط القوة في هذا الدور وتدعيمها وإزالة العقبات والمعوقات التي تحد فاعلية هذا الدور.
- كما تنبثق أهمية الدراسة أيضا من كونها تبحث في معالم الدور الذي باتت تلعبه الأجهزة الإعلامية بمختلف وسائلها في مجال دعم ومساندة العمل الاجتماعي التطوعي والرقمي بمستواه ومضمونه، وتقديم بعض المؤشرات المهمة لصناع القرار في هذا المجال، أملا في أن تسهم نتائج هذه الدراسة في النهوض بمستوى أداء المؤسسات الإعلامية، حتى تضطلع بالدور المنوط بها تجاه تصحيح الأنماط التطوعية التقليدية التي ولفها مجتمعنا دون محاولة تقييم الوضع التطوعي والأسباب التي تحول دون ارتقائه إلى المستوى المأمول.
- كذلك تبرز أهمية الدراسة في كونها توظف لشراكة مجتمعية فاعلة، تقوم على تعزيز دور الإعلام في دعم الحراك التطوعي في المجتمع وجعله شريكا رئيسيا للأسرة في القيام بدور منسق ومتكامل الجوانب في نشر وتطوير جهود العمل الخيري التطوعي وتقوية روافده وتفعيل أنشطته بين مختلف شرائح المجتمع؛ على اختلاف أعمارهم وخلفياتهم، ويؤمل أن تزود هذه الدراسة القائمين على أمور هذه الشراكة ببعض السبل والآليات التي تسهم في رفع مستوى الوعي بأهمية العمل التطوعي ودور مؤسسات المجتمع (تعليمية- ترويحية- إعلامية) في تحقيق ذلك، حتى يتم وضع خطة عامة تبلور عملية التعاون

والتنسيق بين كافة الأطراف المعنية التي تلعب الدور الأهم في تعميق ثقافة التطوع والمبادرة إلى تنشيطه في المجتمع.

هدف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس عام مؤداه " تقييم فعالية الدور الذي يضطلع به الإعلام - بطاقاته غير المحدودة- نحو الدفع بعجلة تطوير مسيرة العمل التطوعي داخل الأسرة ؛ بما يكفل بناء ثقافة التطوع في المجتمع وخلق جيل واعي ومدرك لأهمية وقيمة التطوع في الارتقاء والنهوض بمجتمعاتهم المنتمين إليها، وذلك كله من خلال الإجابة عن التساؤلات الفرعية السبعة التي تشكل قلب المشكلة البحثية للدراسة الحالية.

مصطلحات الدراسة

• التطوع في اللغة: ورد في لسان العرب قول ابن منظور تطوَّع: تَفَعَّلَ من الطَّاعَةِ وهو ما تبرَّعَ به الإنسان من ذات نفسه، مما لا يلزمه فرضه (بن منظور، ٢٠٠٠: ص ٦٢٦)، وجاء في المعجم الوجيز تطوَّع للشيء: أعطاهُ عن طواعيةٍ واختيارٍ، تطوَّع الرَّجُلُ: لأنَّ، تكَلَّفَ الطَّاعَةَ (المعجم الوجيز، ١٩٨٩: ص ٣٧٩)، أما التطوع في الاصطلاح يطلق على الجهد الذي يبذله أي إنسان بلا مقابل لمجتمعه، بدافع منه للإسهام في تحمل مسؤوليات المؤسسات الاجتماعية التي تعمل على تقديم الرفاهية الإنسانية (عنتر، ٢٠١٣: ص ٤٦)، كما أن التطوع يمثل نوع من الاختيار الحر والنابع من الاقتناع التام لدى الأفراد ليشاركوا طواعية، انطلاقاً من واقع الشعور بالمسئولية والانتماء الوطني لبذل الجهد والوقت، بما يتلائم مع ظروفهم وقدراتهم، لتحقيق مصلحة عامة دون مقابل مادي أو تحقيق منفعة خاصة (السيد، ٢٠٠٥: ص ٩٦-٩٧)، ويعرف بأنه جهود إرادية تعكس مبادرة شخصية، تنطلق من مسئولية أخلاقية ومسئولية اجتماعية لمساعدة ودعم الآخرين، سواء ببذل الوقت والجهد، دون توخي أهداف ربحية أو تجارية (نجم، ٢٠١٣: ص ٢١٣)، وفي سياق ما سبق يمكن صياغة مفهوم إجرائي لسلوك التطوع كما هو مستخدم في هذه الدراسة بأنه كل ما يصدر عن الطفل - طوعاً من ذات نفسه- من فعل ظاهر أو خفي، بغرض أداء واجب اجتماعي معين دون انتظار أي مردود مادي أو معنوي بالضرورة، وإنما يأتي تلبية لرغبات

إنسانية أو أخلاقية حركتها ظروف معينة أو موقف إنساني أو أخلاقي محدد، مثال ذلك أن يندفع المرء لإنقاذ غريق يشرف على الهلاك، أو إسعاف جريح بحالة خطر إثر حادث ألمّ به، أو المساعدة في أوقات الكوارث الطبيعية الناتجة عن الزلازل أو الفيضانات أو حريق، وغيرها من الأوضاع التي تستدعي التدخل الفوري.

• **الإعلام في اللغة:** مصدر الفعل الرباعي أعلم، يُقال أعلمه الأمر / أعلمه بالأمر : أخبره به وعرفه إياه، أطلعته عليه، أعلمه بما حدث (المعجم الوجيز، مرجع سابق: ص ٤٣٢)، أما **الإعلام في الاصطلاح** فيعرف بأنه الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن، بغرض التعريف عما يجري في العالم من أخبار وأنباء مختلفة سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو دينية أو ثقافية أو ترفيهية، إشباعاً لرغبات البشر في فهم ما يحيط بهم من ظواهر (الغامدي، ٢٠١٢: ص ٦)، ويعرف أيضاً بأنه نقل المعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة، عبر أدوات ووسائل الإعلام والنشر، بقصد التأثير (الشميمري، ٢٠١٠: ص ٥٢)، وهو أيضاً اطلاع الجمهور بإيصال المعلومات إليهم عن طريق وسائل متخصصة، تنقل كل ما يتصل بهم من أخبار ومعلومات تهمهم؛ وذلك بهدف توعية الناس وتعريفهم بأمور الحياة (حوامدة وأبو شريح، ٢٠٠٦: ص ١٣)، وفي سياق ما سبق يمكن صياغة مفهوم إجرائي **للجذب الإعلامي** بأنه توظيف كافة الآليات والإمكانات المتاحة، واستثمار التقنيات الحديثة والمتجددة في وسائل الاتصال والتواصل المجتمعي في تنمية الوعي بقضايا المجتمع، من أجل حث جهود أفراد المجتمع - كل بحسب قدراته - على الإسهام الإيجابي في مجال العمل الخيري، سواء بالتطوع وتحمل مسؤولية العمل التنفيذي، أو بالعطاء حسب الطاقة والقدرة.

• **التنشئة الوالدية:** عرفها (الجندي، ٢٠١٠) بأنها كل سلوك يصدر عن الوالدين ويؤثر في سلوك الأطفال ونموهم وتكوين شخصيتهم (الجندي، ٢٠١٠: ص ٧١)، وعرفها (عابدين، ٢٠١٠) بأنها العملية التي تتشكل من خلالها معايير الفرد ومهاراته ودوافعه واتجاهاته وسلوكه لتكون متناغمة مع ما يعتبره المجتمع مرغوباً لأدواره الراهنة

والمستقبلية في المجتمع (عابدين، ٢٠١٠: ص ١٣٢)، وأشار إليها (لبوز وحجاج، ٢٠١٣) بأنها أساليب يتبعها الآباء مع الأبناء في المواقف اليومية ويدركها الأبناء، حيث تتحدد من خلال علاقاتهم وكذا سلوكياتهم المتنوعة، وسبل تحقيق التوافق في الحياة وإقامة العلاقات الاجتماعية مع الآخرين (لبوز وحجاج، ٢٠١٣: ص ١٥)، ويعبر عنها إجرائيا في هذه الدراسة بأنها الممارسات التي تصدر عن الأبوين (الأب والأم) أو أحدهما وترتبط ارتباطا وثيقا بكل معاني الخير والعمل الصالح؛ والتي تحض وتدفع بعمل الخير حتى يصل نفعه وفائدته للغير إما بجلب مصلحة أو بدرء مفسدة تطوعا ومن غير إلزام أو إكراه، ويتوقع أن يكون لها أثر مباشر أو غير مباشر في تنشئة الأبناء على الأعمال التطوعية وإزكاء روح المشاركة الفعالة لديهم.

- الطفل: يعرف الطفل لغرض هذه الدراسة على النحو الوارد في المادة (١) من اتفاقية حقوق الطفل بأنه كل إنسان لم يتجاوز الثامنة عشرة، ما لم يبلغ سن الرشد قبل ذلك بموجب القانون المنطبق عليه. (اتفاقية حقوق الطفل، ٢٠٠٨: ص ١٩)

محددات الدراسة: للدراسة الحالية محدداتها الآتية:

- الحدود البشرية: تقتصر الدراسة على عينة عشوائية بسيطة بلغ قوامها (١٠١) مفردة من أولياء أمور بعض الأطفال الملتحقين برياض الأطفال في عدد من محافظات جمهورية مصر العربية.
- الحدود الموضوعية: تقتصر هذه الدراسة على الكشف عن حدود الدور الذي يضطلع الإعلام به في إثراء ثقافة التطوع لدى الطفل وتعزيز قيمه وميوله واتجاهاته التطوعية مستقبلا، وسبل معالجته وتطويره من وجهة نظر أولياء الأمور.
- الحدود الزمنية: تم تطبيق الدراسة وجمع بياناتها خلال الفترة الزمنية الواقعة خلال شهري أكتوبر ونوفمبر للعام ٢٠١٤م، أي في الفصل الأول من العام الدراسي ٢٠١٤ / ٢٠١٥ م .

المبحث الثاني: الإطار النظري (الأدبيات)

يستند الإطار النظري لهذه الدراسة على عدة محاور رئيسة ارتبطت بالمشكلة البحثية

ومتغيرات الدراسة، على النحو التالي:

أولاً: دور الأسرة في تحفيز العمل التطوعي

لأسرة دورها البارز في تعليم الطفل وبناء إطاره القيمي والوجداني والمعرفي، ولذا كان من المهم التأكيد على خطورة الدور الذي تقوم به، نظراً لما يترتب عليه من عواقب وخيمة في حياة الطفل المستقبلية، وفي ذلك يقول ابن القيم: "فمن أهمل تعليم ولده ما ينفعه، وتركة سدى، فقد أساء إليه غاية الإساءة، وأكثر الأولاد إنما جاء فسادهم من قبل الآباء وإهمالهم لهم، وترك تعليمهم فرائض الدين وسننه، فأضاعوها صغاراً، فلم ينتفعوا بأنفسهم ولم ينفعوا آباءهم كباراً" (عبد الوهاب، ٢٠٠٦: ص ٤٠)، فالأسرة وسط اجتماعي وثقافي منظم، ولذلك فهي بيئة تعليم وتدريب للطفل، يكون فيها الوالدان بمثابة معلمين باعتبارهما وسيطين للتعليم ونموذجين للتعلم، وهذان المعلمان ينقلان للأبناء قيم المجتمع ومعاييرها (السيد، ٢٠١١: ص ٦٩٩)، وهي كوسيط ثقافي تنقل للأطفال الثقافة القومية المحيطة بهم، وعليها يقع قسط كبير من واجب التربية الخلقية والدينية في جميع مراحل الطفولة، بل وفي المراحل التالية لها (مختار، ٢٠٠٥: ص ٤٣-٤٤)، وترجع أهمية الأسرة في حياة الطفل من حيث نموه وتشكيل ميوله وقيمه واتجاهاته إلى الأسباب الآتية: (أحمد ومحمد، ٢٠٠١: ص ٢٥١) – (فوارس، ٢٠١٣: ص ٢٩٥)

١. عملية النمو في السنوات الأولى سريعة جداً، متعددة النواحي تفوق في ذلك ما يليها من السنوات، وما يحدث في الطفل من تغيرات أثناءها يكون أبقى وأثبت أثراً.
٢. يعتمد الطفل على والديه وعلى من حوله في السنين الأولى، اعتماداً كبيراً وهذا يجعل لديه نزعة المحاكاة والتقليد قوية، فيتأثر بمن حوله ويتشرب مبادئهم وميولهم واتجاهاتهم.

٣. ينمو الضمير في الفترة التي يقضيها الطفل في المنزل قبل ذهابه إلى المدرسة، ولذا فإن هذه الفترة ذات أثر واضح في تثبيت القيم السليمة لديه.

٤. الأسرة المواطن الاجتماعي الأول الذي يجد الطفل نفسه فيه، فينتهي إليه لتتسع بعد ذلك دوائر انتمائه مروراً بوطنه وأمه وانتهاء بالانتماء إلى الإنسانية جمعاء.

والأسرة - شأنها شأن كل مؤسسات التنمية الاجتماعية- ينبغي أن يكون لها دورها الفاعل والمؤثر في نشر ثقافة العمل التطوعي، فضلاً عن إمكانية إسهامها - بصورة أكبر- من خلال دعمها لقيم: المبادرة إلى فعل الخير، وتنمية الشعور بالمسئولية الدينية والاجتماعية والوطنية، وتطوير المهارات وتنمية المواهب، وتعزيز الثقة بالنفس في هذا المجال (الحميدان، مرجع سابق: ص ١٣٣)، وقد أكد "دوركاريم" Durkheim في نظريته التي تناولت تأثير العمل التطوعي على التماسك الاجتماعي على التنشئة الاجتماعية والتضامن الاجتماعي، فيرى "دوركاريم" أن الانضمام إلى جماعة تطوعية يعد تعبيراً عن التضامن Solidarity الذي ينتج عن التمسك والالتزام بمجموعة من الالتزامات، ويتم اكتساب وتعلم هذه الالتزامات أو المعايير بنفس الطريقة التي يتم من خلالها اكتساب وتعلم المعايير الأخرى، وذلك بصورة ودية (غير رسمية) من خلال الأسرة والأصدقاء، وبصورة رسمية من خلال المدارس ودور العبادة وأماكن العمل (شومان، ٢٠١٢: ص ٥٠ - ٥١)، حيث يتعلم الأبناء في محيط الأسرة الكثير من أشكال التفاعل الاجتماعي، ويبرز دور الأسرة في تكيف هذا التفاعل على النحو الذي يتوافق مع قيم المجتمع ومعاييرها، ومن الأسرة تكون انطلاقة الأبناء في تفاعلهم مع مجتمعهم الكبير، كما يجب على الأسرة تهيئة جميع أفرادها ليكونوا أعضاء فاعلين في المجتمع، وتجنيد كل الطاقات والإمكانات واستثمار كل القدرات من أجل صالح المجتمع. (حمدان، ٢٠٠٨: ص ٢١٠)

وهذا الدور لا يتحقق إلا من خلال الاهتمام بالتوعية الوالدية في جميع ما تقدمه وسائل الإعلام بمختلف أشكالها من مرئية ومسموعة ومقروءة لزيادة الوعي العام وزيادة وعي الأسر بهذه القضايا وإرشادهم لأفضل السبل لرعاية وتعليم وتربية وتنشئة وتنمية أبنائهم (كرم الدين، ٢٠٠٤: ص ٤٨٦)، فيبدأ الأبناء في استخدام الوسائل أو الرسائل والمضامين في إطار

استخدام الوالدين وضمن توجيهاتهما لهم؛ ويتعلم الأبناء من الوالدين ماذا يستخدمون من وسائل الإعلام وكيف يستخدمونها، ويتعرضون لمضامين يقبل عليها الوالدين، وذلك من خلال ثلاثة أساليب: إما من خلال التوجيه المباشر بفاعل ولا تفعل، أو من خلال التوجيه غير المباشر، وهو ما يتعلق بما يقوم به الوالدان من سلوكيات على مرأى ومسمع للأبناء وتنمو معهم منذ الصغر، أو بالأسلوب الثالث والأكثر توازنا وهو أن يقوم الوالدان بتوجيه وتعليم أبنائهم بشكل مباشر (الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر)، ويضاف إلى ذلك عمل الخير "وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُسَارِعُونَ فِي الْخَيْرَاتِ وَأُولَئِكَ مِنَ الصَّالِحِينَ" (آل عمران/ ١١٤)، فهذا الأسلوب الثالث يجمع بين القول والعمل فيصبح قدوة عملية يمكن الاقتداء بها ويسهل تعلمها وملاحظتها ومحاسبتها. (أبو الحسن، ٢٠٠٤: ص ٣٠٤ - ٣٠٥)

ثانياً: أنواع مشاركة الأسرة في العمل التطوعي

يمكن إيجاز أهم أنواع المشاركة للأسرة في العمل التطوعي في الأنواع التالية:

- المشاركة العضوية: ويقصد بهذا النوع أن يكون أحد أفراد الأسرة عضواً فعالاً في الأعمال التطوعية، وذلك من خلال انتسابه لأحد هذه الأسر التطوعية، وهذا يتطلب بذل الجهد والتضحية بالوقت وممارسة التفكير الجاد من أجل خدمة المجتمع.
- المشاركة المعنوية: ويقصد بها دعم المشاريع التطوعية معنويًا، وذلك من خلال قيام الأسر بالوقوف المعنوي مع المشروعات التطوعية التي تخدم المجتمع، سواء بالتشجيع أو الدفاع عن المشروع التطوعي أو التعريف به في المحافل العامة.
- المشاركة المالية: ويقصد بها دور الأسرة في دعم المشروعات التطوعية والخيرية بالمال بحسب استطاعة كل أسرة، وهذا يعد من أنواع المشاركات الفعالة التي تؤتي ثمارها؛ حيث أن المال يمثل أحد مقومات نجاح الأعمال الخيرية والتطوعية. (اليوسف، ٢٠٠٥: ص ٢٦ - ٢٧) - (الحميدان، مرجع سابق: ص ١٤٠)

ثالثاً: مجالات العمل التطوعي المتاحة للأسرة

قد اتسع مجال العمل التطوعي للأسرة ليشمل الكثير من المجالات التي لم تكن محل اهتمام للعمل التطوعي في الماضي، نظراً لتطور مفهوم العمل التطوعي واتساع الأهداف والغاية منه وتزايد الحاجات الجديدة التي تولدت مع تطور الحياة في مختلف جوانبها، ورغم ذلك يمكننا إيجاز هذه المجالات فيما يلي:

- أنشطة الخدمة العامة في مجال التكافل الاجتماعي: ويبرز هذا المجال فيما تقدمه الأسر المتطوعة من إعانات إنسانية كالمساعدات المالية أو العناية المبنية على التكافل الاجتماعي، ومن الأمثلة في هذا المجال: رعاية الأيتام والمسنين والأرامل والضعفاء والمساكين والمعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة،.... .
- أنشطة الخدمة العامة في مجال الخدمات الصحية: ويبرز عمل الأسر المتطوعة في هذا المجال فيما يقوم به أفراد الأسرة من المشاركة في الإسعافات الأولية، والمشاركة في عمليات الإنقاذ في حالات الحوادث والكوارث الطبيعية والحرائق، وبجانب ذلك يبرز دور الأسرة في التبرع بالدم كأحد مظاهر التعاون في هذا المجال، هذا بالإضافة إلى إلقاء المحاضرات والندوات التثقيفية في المجال الصحي والطبي والغذائي، والاشتراك في مشروعات النظافة وردم البرك والمستنقعات، ومكافحة الحشرات الضارة، وبناء المستشفيات والمراكز الصحية الخيرية وتقديم الأدوية والرعاية الصحية مجاناً للمحتاجين، وزيارة المرضى والتخفيف عنهم، فإن ذلك كله يعد من مظاهر التطوع في هذا المجال.
- أنشطة الخدمة العامة في مجال التربية والتعليم: ويشمل ذلك كل أعمال الخير التي تصب في نشر العلم والمعرفة في المجتمع، سواء كان ذلك ببناء المدارس والجامعات والمراكز العلمية أو التعليم أو تقديم الخبرة والمشورة ومكافحة الأمية وتنظيم اللقاءات التربوية والمؤتمرات الهادفة لتوعية المجتمع.
- أنشطة الخدمة العامة في المجال الثقافي: وذلك بعقد دورات تلاوة وحفظ القرآن الكريم، المحاضرات الدينية والثقافية، إقامة المسابقات الثقافية والأمسيات الشعرية، ومعارض الكتاب، وتوعية أفراد المجتمع .

- رعاية المرافق والخدمات العامة ويشمل ذلك: إنشاء وبناء المشاريع الاقتصادية غير الربحية، واستثمار عوائدها في تنمية المجتمع وتطويره، كإنشاء المساجد وترميمها، وفتح الطرق وتمديد شبكات المياه، وشراء وتحسين المساكن لبعض الفئات المحتاجة.
- مجالات تقديم المساعدات المتنوعة: (مشروع كفالة يتيم، توزيع لحوم الأضاحي، إفطار صائم، مساعدة أسر السجناء، مساعدة الأفراد على الزواج، المعارض والأسواق الخيرية، المشاركة في أعمال الإغاثة والمشاركة في أوقات الكوارث المختلفة).
- (اليوسف، ٢٠٠٥: ص ٤٥) - (الحميدان، مرجع سابق: ص ١١٢٧) - (شاهين وشندي، مرجع سابق: ص ١٣) - (نيان، ٢٠١٢: ص ١٠٤٣ - ١٠٤٤) - (اليوسف، ٢٠١١: ص ٩) - (عفيف، ٢٠١٢: ص ١٢١٧)

رابعاً: دوافع الأسرة نحو العمل التطوعي:

- تتجلى أهمية العمل التطوعي في الآثار المترتبة عليه سواء على المتطوع نفسه، أو على المجتمع، ويمكن إيضاح ذلك في النقاط التالية:
- أهمية العمل التطوعي بالنسبة للفرد كثيرة، منها:
- فيه مجال للتعود على الاحتساب والأجر من عند الله تعالى.
- يسهم في صرف طاقة الفرد في الخير والعطاء والبناء والنماء؛ عبر مجالات التطوع المختلفة والمتنوعة.
- الشعور بالرضا النفسي والصفاء الروحي بعد مشاهدة نتائج العمل التطوعي، مما يرفع مستوى الدافعية للعمل ويزيد من حماس المتطوع.
- ينمي القدرات الذهنية لدى المتطوع، ويعمل على إرساء قاعدة متينة من السلوكيات الحميدة في المجتمع.
- معرفة الواقع الاجتماعي؛ وهذا يؤدي إلى الإحساس والشعور بحاجات المجتمع وقضائهم من جانب، ومن جانب آخر فإنه يتيح للفرد التعرف عن كثب على مجتمعه وقضاياها،

والتعرف على إناس يختلفون عنه في السن والقدرات والخبرات فيفيد من ذلك وينمي قدراته ويعزز ثقته بنفسه. (خطيب، ٢٠١٢: ص ١٢٢-١٢٣) - (الحارثي، ٢٠١٢: ص ٩١-٩٢) - (عبدالكريم، ٢٠١٢: ص ٣٤٣) - (المبارك، ٢٠١٢: ص ٥٤٤)

أما على المستوى الاجتماعي، فهذه بعض آثار العمل التطوعي:

- يحفظ أفراد المجتمع من أصحاب الرذيلة والعابثين بالأخلاق.
- يدعم العمل الحكومي ويرفع مستوى الخدمة الاجتماعية.
- للتطوع أهمية ملموسة على الصعيد الاقتصادي، فهو يخفف الأعباء المالية على الدولة ومؤسسات العمل الاجتماعي والخيري، ويوفر قدرات بشرية هائلة.
- يؤدي التطوع إلى التقارب بين فئات المجتمع وتماسكها وتنمية الروابط بينها.
- يسهم في تقليل حجم المشكلات الاجتماعية؛ من خلال دعوة أفراد المجتمع للمشاركة في تأدية الخدمات بأنفسهم لصالح مجتمعهم.
- بناء قاعدة متينة من المتطوعين يعتمد عليهم مستقبلاً في تحقيق احتياجات الدولة والمواطن.
- غرس مبادئ المواطنة في نفوس المواطنين، والتأكيد على أهميتها في كافة مناحي الحياة وأن الآخرين في حاجة إليهم. (باشا، ٢٠١٢: ص ٢١٩) - (عبدالكريم، مرجع سابق: ص ٣٤٣) - (المبارك، مرجع سابق: ص ٥٤٦) - (المقوشي، ٢٠٠٠: ص ٦)

خامساً: الدور الإعلامي المأمول في رفع مستوى التطوع بالعمل الخيري التطوعي

تعتمد ممارسة الأعمال التطوعية من قبل أفراد أي مجتمع على عدة عوامل أهمها مدى اقتناعهم بها وبأهميتها في بناء المجتمع وتقدمه وتماسكه وتعاضده، ويمثل الوعي القائم على الإدراك الصحيح لماهية مفهوم العمل التطوعي وأهميته ومجالات عمله الدافع القوي والحيوي لأي فرد من أفراد المجتمع لممارسة الأعمال التطوعية بشكل مسنول وفاعل، كما أن وجود مفهوم صحيح وواضح للعمل التطوعي وضرورته في البيئة الاجتماعية لدى أفراد المجتمع

يؤدي إلى زيادة الإقبال على ممارسته، وتتزايد خدماته المختلفة في ضوء حاجات المجتمع الإنساني وأفراده (شومان، مرجع سابق: ص ١٠)، ومع كل ما تمتلكه ثقافة التطوع من مخزون ثقافي وقيمي محفز ودافع للانخراط في مجالات العمل التطوعي، إلا أن الملاحظ في مجتمعنا هو تدني التفاعل مع مجالات العمل التطوعي ومؤسساته ولجانه، ويعود السبب في ذلك إلى أسباب عديدة منها: (اليوسف، ٢٠٠٥: ص ٢٠ - ٢١) – (الصغير، ٢٠٠٢: ص ١٦) – (بركات، ٢٠٠٥: ص ٢٥)

١. البعد الثقافي الاجتماعي: يعد البعد الثقافي القيمي عاملاً مؤثراً في العمل التطوعي، لما للمنظومة الثقافية والقيمية من تأثير على الدوافع والأسباب التي يحملها الأفراد.
٢. اهتمام الأفراد بالقضايا الخاصة، وعدم إعطاء أية أهمية لقضايا المجتمع والمصلحة العامة للأمة.
٣. وجود معوقات ومشاكل تعترض طريق العاملين في الأعمال التطوعية، مما يدفع بالكثير بالابتعاد عن المشاركة في الأعمال التطوعية ومنها عوامل تتعلق بالمتطوع نفسه: منها عدم وجود وقت فراغ لدى الفرد بسبب انشغاله بأمر حياته الشخصية وأمور المعيشة، أو الخبرة السلبية السابقة للمتطوع، وانتشار نسبة الأمية سواء العامة أو الثقافية أو الاجتماعية والسياسية، وعوامل تتعلق بالمؤسسات الاجتماعية منها: عدم إعلان المؤسسة عن حاجتها للمتطوعين، غياب قواعد بيانات حول هذه الجمعيات تتيح بيانات دقيقة ومحدثة حول أنشطتها، الضعف التنظيمي لبعض هذه الجمعيات وضعف الكوادر العاملة في الجمعيات والمنظمات الأهلية.
٤. اختلاف الأولويات، حيث يتجلى ذلك في التركيز على قضايا تقليدية للعمل التطوعي، وإهمال جوانب مهمة تحتاج إلى المزيد من الرعاية والاهتمام.
٥. تقليدية بعض قيادات العمل التطوعي وعدم قدرتها على إنتاج خطاب ثقافي تطوعي قادر على التجديد والفاعلية والتجاوب مع متغيرات العصر.

ويربط (القصاص ٢٠١٢) غياب الدور الإعلامي عن التوعية بأهمية التطوع وبمؤسساته وبالأدوار التي يمكن أن يقدمها للمجتمع بقلّة الإقبال على التطوع، وعدم تفاعل وسائل الإعلام مع برامج التطوع، نتيجة عوامل عدة أبرزها: عدم ترسخ ثقافة التطوع لدى الأفراد في المجتمع، وقلّة البرامج والفعاليات الخاصة بالتطوع مما يحد من تفاعل وسائل الإعلام مع العمل التطوعي داخل المجتمع، فضلا عن قلّة مصادر المعلومات عن برامج التطوع ومجالاته وغيرها من المعلومات التي يمكن صياغتها على شكل مواد إخبارية إعلامية (القصاص، ٢٠١٢: ص ٣٣٧٣)، فمؤسسات الإعلام هي جهات اجتماعية وثقافية قبل أن تكون منتجا وموزعا للإعلام، فهي تقيم الاتصال بأفراد المجتمع وتعيد إنتاج الثقافة، وتقوم بتوزيع سلع ثقافية عبر إقامة علاقات اجتماعية مع المتلقي، كما تسعى لغرس روح المبادرة والاعتماد على النفس والتأكيد على بعض القيم مثل روح الجماعة والتعاون والمشاركة، وإتاحة الفرص لكل التيارات الفكرية والثقافية السائدة في المجتمع للتعبير عن ذاتها بشكل متواصل بما يخدم مصلحة المجتمع (المطيري، ٢٠١٠: ص ١٥)، وقد أوضحت نظرية الغرس الثقافي للبريطاني جورج فرنير أن لوسائل الإعلام تأثيرا مباشرا على سلوك المتلقين بقدرتها على تكوين الأنماط الثقافية، وتعتبر هذه النظرية على أنه في مقدور وسائل الإعلام من خلال العرض الانتقائي والاختياري لمساند والتركيز عليها، وخلق انطباعات معينة لدى المتلقين، يمكن معها تكوين أنماط ثقافية مشتركة مرتبطة بهذه المسائل بطريقة محددة (طلعت، ١٩٩٥: ص ١٠٧)، ولأجل ذلك فقد وضع "ديفلير وركتيش" نموذجا لتوضيح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الاجتماعية الأخرى، وهو ما عرف بنظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام"، وتتخلص الفكرة الأساسية لهذه النظرية على النحو التالي: " أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز، بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيرا فريدا لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معنى العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع (Stanley & Dennis, 2006: p. 324-328)، لذا فالحاجة ماسة إلى قيام الإعلام في مجتمعنا بتخصيص حيز مناسب لتوعية العوام بضرورة المشاركة في العمل الخيري التنفيذي مشاركة تطوعية، ويجب

أن يكون هذا الحيز الذي تستغرقه الدعوة إلى التطوع حيزا يجلب اهتمام كل متابع لوسائل الإعلام المختلفة (مظاهري، مرجع سابق: ص ٢١٤)، وهنا يعتمد استخدام وسائل الإعلام على وسائل جاذبة ومحبية حتى نستطيع أن تجذب أكبر عدد ممكن من الأفراد من جميع الفئات العمرية، وتصل الرسالة واضحة ومعبرة عن مدى حاجة المجتمع لمثل هذه الأعمال التي تعود على المجتمع بأكمله بالنفع والصلاح (عباس، مرجع سابق: ص ١٩٥)، وفي إطار ما سبق ينبغي الانتباه إلى أن كل وسيلة إعلامية مستخدمة بحاجة إلى آليات وتقنيات لا بد من مراعاتها في محاولة إثارة اهتمام المواطن بموضوع التطوع، لما تقوم به من دور أكثر تأثيرا لزيادة وعي أفراد المجتمع بماهية العمل التطوعي ومدى حاجة المجتمع إليه وتبصيرهم بأهميته ودوره في عملية التنمية (محمد، ٢٠٠٨: ص ٣٠)، ويتطلب ذلك إتباع الخطوات التالية:

١. تحديد الأهداف وترتيب أولوياتها، على أن تتسم هذه الأهداف بالمرونة والقابلية للتنفيذ والوضوح والدقة.
٢. تحديد فئات الجمهور المستهدف، والذي يجب معرفة معالمه بدقة وتحديد أبعاده واتجاهاته وانتماءاته ومستواه الثقافي وموقعه الجغرافي، وهذا لصياغة الرسالة الاتصالية وفقا للأهداف الموضوعية، وتحديد مستويات التغيير المطلوبة من كل فئة من فئات الجمهور المستهدف (المعرفة- الاتجاهات- السلوكيات).
٣. الرسائل (أولويات المضامين- الأسلوب- الشكل الفني)، وتقوم الجمعية أو المؤسسة الخيرية بإعداد الرسائل الاتصالية التي تتناسب مع طبيعة كل فئة مستهدفة، وتتكون هذه الرسائل من (عبارات- صور- موسيقى- رسوم ...) توصل من خلالها الجمعية الأفكار التي تريد إيصالها.
٤. تحديد قنوات ووسائل الاتصال الملائمة المباشرة والجماعية، ووسائل الاتصال الخاصة بالجمعية الخيرية نفسها، في ضوء الإمكانيات والموارد المتاحة (مالية- فنية- بشرية).
٥. تحديد كل من المسؤولين عن كل نشاط اتصالي والموارد المطلوبة لتنفيذ الأنشطة، إضافة إلى الجدول الزمني والوقت اللازم لكل نشاط.

٦. متابعة الخطط وتقويمها، فمن المهم أن تتابع الجمعية أو المؤسسة الخيرية وتقيم تفاعل الفئات المستهدفة مع رسائلها الاتصالية ومدى تأثيرها عليهم، فقد تنفق أموالا وبيذل جهدا ولكنها لن تكون مجدية إن لم تتبع بتقييم للأهداف والآثار.
- (الحلبي، ٢٠٠٥: ص ٤٤) - (نبوي، ٢٠٠٦: ص ١٨) - (عزي، ٢٠٠٤: ص ٥٥) - (العوضي وآخرون، ٢٠٠٤: ص ٦٣)

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

إن العديد من الدراسات والبحوث الميدانية وأوراق العمل والتقارير الاستقصائية، قد أبرزت الدور الذي قد تلعبه وسائل الإعلام في نشر ثقافة التطوع في المجتمع وتنمية سلوك المواطن التطوعي، خاصة في عصر العولمة ومدى التوسع والتنوع في الأدوات الإعلامية، والتي أصبحت من أقوى الأدوات محليا وعالميا، وفي هذا الإطار نجد:

أولاً: دراسات اهتمت بتتبع مدى محاكاة الإعلام للعمل التطوعي وتوضيح أهدافه وأهميته وترسيخ ثقافته وتفعيله من خلال برامج مختلف الوسائل الإعلامية:

١. حيث نادت (الصادق، ٢٠٠٨) في دراستها بضرورة الاهتمام بإيجاد نوع من التعاون والتنسيق بين الجمعيات الأهلية ووسائل الإعلام الحكومية والخاصة منها، مما يحقق المزيد من تسليط الأضواء على أنشطة تلك الجمعيات؛ بما ينمي الاتجاه نحو الأنشطة التطوعية بين الجمهور.
٢. وأكد (عبد الشافي، ٢٠٠٩) في دراسته على أهمية دراسة الأزمات المحلية (المرتبطة بالمجتمع المحلي) كأحد أنواع الأزمات الملحة والتي يحتاج مجتمعنا إلى تضافر كافة الأجهزة والمؤسسات وبخاصة وسائل الإعلام لمواجهتها، انطلاقا من الدور الإعلامي المهم في خدمة قضايا المجتمع، الذي تزايد بعد نشأة الإعلام المحلي بأهدافه التنموية والتي يأتي على رأسها حل مشاكله؛ بل وتقديم الرسائل الإعلامية للوقاية من هذه المشكلات.

٣. وكشف (عبدالرحيم، ٢٠١٠) في دراسته عن أن زيادة التعرض لمصادر الاتصال تؤدي لزيادة الاتجاهات الإيجابية في اتخاذ قرارا مباشرا بالتطوع لحل مشاكل المنطقة التي يسكنها المبحوث، وقد أوصت الدراسة بضرورة العمل على تكامل المضامين الاتصالية واعتماد أسلوب الحملات بأكثر من وسيلة عند تصميم رسائل اتصالية موجهة بغرض تنمية سلوك التطوع.
٤. وقد كشفت (جلال، ٢٠١٢) في دراستها بأنه مع انتشار القنوات الفضائية المتخصصة والموجهة إلى فئات الأطفال يمكن طرح بعض القضايا عن مفاهيم تتضمنها قيم المواطنة من خلال الأنشطة الاتصالية التي تنظمها المؤسسات والجمعيات الأهلية لجذب انتباه المتابعين لهذه القنوات المتعددة إلى ما تقدمه، مع إمكانية التواصل عبر رسائل (SMS) واستخدام الشريط الإعلاني الموجود على الشاشة لعرض مواعيد المسابقات واللقاءات المختلفة ضمن برامجها التي تنظمها.
٥. وأبرز بارييس (Baris, 2012) في دراسته الدور الذي يمكن أن تلعبه وسائل الإعلام في استثارة المواطنين وتعريفهم بالتطوع وبالأنشطة القائمة حتى يقبلوا على المشاركة في تلك الأنشطة.
٦. وأشار لوبيز وبراون (Brown & Lopez, 2006)، ولوف (Lough, 2012) في دراستهما إلى دور الإعلام في التأثير وتغيير السلوك ومسؤوليته المجتمعية في تشجيع العمل التطوعي بمختلف أنشطته من خلال الوسائل الإعلامية بأشكالها المختلفة، وتوجيه الرسالة الإعلامية التطوعية بما يتناسب واهتمامات الأفراد وما يحقق للعمل التطوعي أهدافه.
٧. كما أشارت (عبدالمحسن، ٢٠١٣) في دراستها إلى ارتفاع معدل تأثير الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية التي تتعامل مع القضايا المجتمعية على المشاركة الإيجابية في المجتمع، والتي قدمت العديد من المعلومات والإرشادات الهامة للتعامل مع تلك القضايا، مما أثر بالإيجاب على المشاركة الإيجابية في حملات تنظيف الشوارع ودعم

البورصة المصرية من خلال التبرع والمشاركة في أعمال الخير المختلفة في كافة المجالات الاجتماعية.

٨. وأكد أندروز ولوكيت (Andrews & Lockett, 2013) على أن التغيرات التكنولوجية ونظام العولمة ووسائل الإعلام والجمعيات الأهلية كلها تعد متغيرات معاصرة تفرض ضرورة ربط برامج التعليم الجامعي وما قبل الجامعي بشبكات المعلومات المعاصرة؛ للاستفادة من الجوانب الإيجابية التي تساعد على دعم عمليات التطوع، مشددين على ضرورة استخدام التكنولوجيا الحديثة لتنسيق العمل التطوعي بين الجهات الحكومية والأهلية لتقديم الخدمات الاجتماعية وإعطاء بيانات دقيقة عن حجم واتجاهات وحاجات العمل التطوعي الأهم للمجتمع.

ثانياً: دراسات عنيت بالآثار السلبية المترتبة على عدم الموازنة بين المنظومة الإعلامية والعمل التطوعي منتقدة العلاقة بين الإعلام والعمل التطوعي بأنها غير متجانسة، وانعكاساتها الجانبية على توعية الفرد والأسرة التي ينبغي أن يكون لها دورها الفاعل والمؤثر في نشر ثقافة العمل التطوعي:

١. حيث كشفت نتائج دراسة جيربيج (Gerbig, 2008) عن أبرز نقاط الضعف التي تكثر في الجهات التطوعية في علاقتها بالإعلام، وضرب لذلك أمثلة واقعية منها: ضعف الوعي بالإعلام، وقلة التواصل معه، والرؤية القاصرة عن قدراته الهائلة في التأثير.

٢. بينما أشارت (المهدي، ٢٠١٠) في دراستها إلى أنه لا بد من زيادة الاهتمام بالجانب الإعلامي المفقود للفتوات الدينية وتفعيل دورها في الإعلان عن نشاطات الجمعيات الخيرية ومساندة الجهود الأهلية التطوعية لضمان تحقيق تأثيرها أفضل لتفعيل العمل التطوعي.

٣. وكشف (الحميدان، ٢٠١٢) في دراسته عن أن العمل التطوعي للأسرة يواجه عدة عقبات، من أبرزها قلة الوعي لدى البعض بأهمية العمل التطوعي أو عدم القناعة بأهميته، فضلا عن قلة التوعية الإعلامية اللازمة لتوعية الأسرة وحثها على الالتحاق بالعمل التطوعي والترويج لأنشطة الجمعيات والمؤسسات التطوعية.

٤. بينما نادى (الحربي، ٢٠١٢) في دراسته بضرورة تفعيل دور المؤسسات الأخرى فيما يتعلق بالأعمال التطوعية وذلك لتعزيز دور الأسرة في هذا المجال، ومن ذلك أن تقوم وسائل الإعلام بإبراز دور القدوات في مجال العمل التطوعي والذين لهم دور فعال في خدمة المجتمع وتسلية الضوء على جهودهم.

٥. أما بايرز وآخرون (Beyers, 2012) فقد كشفت دراستها عن النقص الكبير في الجانب الإعلامي لدى الجمعيات الخيرية والتطوعية، وفقدتها لأبسط أدوات التواصل مع الإعلام، مما يؤكد ويظهر تقليدية بعض قيادات العمل التطوعي والخيري وعدم قدرتها على الاندماج مع وسائل الإعلام والتجاوب مع متغيرات العصر، في حين إن للإعلام دوره الكبير في نشر ثقافة العمل التطوعي والخيري.

٦. وأضافت فوكس (Fox, 2012) في دراستها بأن هناك مجموعة من المعوقات الاجتماعية التي تعوق المشاركة في العمل التطوعي ومن أهمها ضعف التوعية الإعلامية والتربوية بأهمية العمل التطوعي، وهذا ربما راجع إلى ضعف نشاط اللجنة الإعلامية في الجمعية وتقصيرها في إمداد وسائل الإعلام بنشاط الجمعية وعدم استئثار سكان المجتمع باستمرار لأهمية التطوع.

ثالثاً: الدراسات التي سعت للربط بين توجيه الرسالة الإعلامية التطوعية بما يتناسب واهتمامات الفرد وما يحقق للعمل التطوعي أهدافه، وأهمية تكوين صورة ذهنية راسخة تتعلق بالعمل التطوعي من خلال التعاون الإعلامي غير المباشر الذي يدعم العمل التطوعي بطريقة مختلفة وجديدة تحفز وتحث على المشاركة في العمل التطوعي ليشمل كل أفراد الأسرة:

١. حيث نادى (الخريبي، ٢٠٠٣) في دراستها بضرورة توجيه الأهداف الاتصالية إلى زيادة الوعي بأهمية العمل التطوعي والمشاركة الشعبية في تنمية المجتمعات المحلية.

٢. وأشارت (حامد، ٢٠٠٣) في دراستها إلى أنه ينبغي على القائم بالاتصال لكي يحقق الأهداف المرجوة من رسالته في مجال التأثير على اتجاهات المتلقين تجاه العمل

التطوعي أن يراعي دراسة الخصائص والقدرات المعرفية والعقلية للمتلقين وتحديد الخصائص الديموغرافية للمستهدفين من الرسالة، ليقوم بتصميم الرسالة الإعلامية في ضوء هذه الخصائص.

٣. وأكدت (كرم الدين، ٢٠٠٥) في دراستها على ضرورة الاهتمام بشكل خاص بالرسائل الإعلامية الموجهة للوالدين لتوعيتهم حول أفضل أساليب التنشئة وأنسب الممارسات الوالدية لزيادة وعيهم بطرق تنمية الأطفال في جميع جوانبهم وخاصة الجانب الاجتماعي للانتماء ممثلاً في: واجبات المواطنة والتكافل ومساعدة الآخرين وحب الغير، والجانب الأخلاقي للانتماء ممثلاً في: العمل بروح الجماعة والتضحية من أجل الغير والتعاون والحفاظ على الممتلكات العامة.

٤. وأشارت (شميس، ٢٠٠٧) في دراستها إلى محاولة إتباع أساليب تقييم فعالة من قبل المراكز الإعلامية لمعرفة رد فعل الجمهور الحقيقي تجاه الرسائل الاتصالية التي يقدمونها، ومحاولة التنوع في القوالب الاتصالية التي تقدم من خلالها المعلومات التي تعالج القضايا المجتمعية والبيئية المختلفة حتى يشعر الجمهور بحيوية تلك الموضوعات.

٥. أما (إسماعيل، ٢٠٠٨) فقد ركزت في دراستها على ضرورة توصيل الرسالة الإعلامية بمختلف القوالب والتوجيه الصحيح عن طريق المضمون المناسب، مع ضرورة الإلتزام بالتوجيه والنصح واستمرارية الرسالة الموجهة وفق خطة إعلامية محددة.

٦. أما (عثمان، ٢٠٠٩) فقد نادت في دراستها بوجوب رصد آراء الجمهور وردود أفعاله تجاه الرسالة الإعلامية المقدمة، وتحقيق التوازن بين الجوانب المعرفية والوجدانية في مضمون الرسائل الإعلامية أثناء الأزمات التي تتعرض لها المجتمعات والقضايا المجتمعية المطروحة.

٧. بينما نادى (عبد الحميد، ٢٠١٠) في دراسته بضرورة تعبئة الأفراد سياسياً وثقافياً وتعميق وعيهم وغرس القيم الإيجابية في نفوسهم وخلق الأنماط المقبولة في سلوكهم؛

وذلك من خلال الرسالة الإعلامية الذكية في مضامينها والمتطورة في أساليبها الملبية لمتطلبات الجماهير وتفكيرهم ووعيهم.

٨. كما أشارت (عبدالمحسن، ٢٠١٣) في دراستها إلى ضرورة قيام مخططي حملات التوعية بالقضايا المجتمعية بالدراسة الواعية لخصائص الجمهور المستهدف، وذلك من خلال النزول إلى بيئة الجمهور والتعايش معه والتعرف على أنماطه وعاداته واتجاهاته، بما يضمن التخطيط العلمي الواعي لرسائل الحملة الموجهة إلى هذا الجمهور واستخدام استمالات الترغيب المناسبة.

من خلال استقراء الدراسات السابقة ومن خلال ما سبق عرضه من دراسات عربية وأجنبية، بشكل عام يمكن تسجيل الملاحظات الآتية:

١. الأهداف: اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة مثل: (الصدیق، ٢٠٠٨)، (عبدالشافی، ٢٠٠٩)، (عبدالرحیم، ٢٠١٠)، (جلال، ٢٠١٢)، (باريس، Barış, 2012)، (لوبيز وبراون، Brown & Lopez, 2006)، (لوف، Lough, 2012)، (عبدالمحسن، ٢٠١٣) في أهدافها وتوجهاتها، حيث تناولت قضايا ذات اهتمام مشترك بقضايا الإعلام والتطوع، من أبرزها كيفية مساهمة الإعلام في نشر الإعلام التطوعي واقتراح سبل تنمية التطوع، مع استعراض لواقعه والتحديات والفرص المتاحة للمبادرات التطوعية وكيفية التعاطي معها بهدف تقديم خدمات إنسانية وتنمية ونشر ثقافة التطوع بالمجتمع.

٢. نوع العينة: اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة مثل: (كرم الدين، ٢٠٠٥)، (الحميدان، ٢٠١٢)، (الحربي، ٢٠١٢) من حيث نوع العينة، إذ كانت العينة من أرباب الأسر للوقوف على دور الأسرة في تهيئة أبنائها للمشاركة في الأعمال التطوعية من خلال تفاعلها مع الأنشطة التطوعية في المجتمع وما تمثله الأسرة من قدوة للأبناء في هذا المجال.

٣. أداة البحث: اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة مثل: (جيربيج، Gerbig, 2008)، (المهدي، ٢٠١٠)، (عبدالحميد، ٢٠١٠)، (الحميدان، ٢٠١٢)،

- (الحربي، ٢٠١٢)، بايرز وآخرون (Beyers, 2012)، فوكس (Fox, 2012)، (عبدالمحسن، ٢٠١٣) في استخدام الاستبانة المغلقة كأداة للبحث، بوصفها أداة لتحقيق أهدافه.
٤. الطرق الإحصائية المستخدمة: اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة مثل: جيربيج (Gerbig, 2008)، (الصدقي، ٢٠٠٨)، (عبدالشافى، ٢٠٠٩)، (المهدي، ٢٠١٠)، (عبدالرحيم، ٢٠١٠)، (عبدالحميد، ٢٠١٠)، (الحميدان، ٢٠١٢)، (الحربي، ٢٠١٢)، (جلال، ٢٠١٢)، باريس (Barış, 2012)، بايرز وآخرون (Beyers, 2012)، فوكس (Fox, 2012)، (عبدالمحسن، ٢٠١٣) في استخدام أساليب إحصائية متنوعة لمعالجة البيانات مثل (الوسط المرجح، الوزن المنوي، معامل ارتباط بيرسون، اختبارات لعينتين مستقلتين، اختبار تحليل التباين).
٥. المنهجية المستخدمة: اتفقت الدراسة الحالية مع بعض الدراسات السابقة مثل: جيربيج (Gerbig, 2008)، (الصدقي، ٢٠٠٨)، (عبدالشافى، ٢٠٠٩)، (المهدي، ٢٠١٠)، (عبدالرحيم، ٢٠١٠)، (عبدالحميد، ٢٠١٠)، (الحميدان، ٢٠١٢)، (الحربي، ٢٠١٢)، (جلال، ٢٠١٢)، باريس (Barış, 2012)، (عبدالمحسن، ٢٠١٣) في استخدام المنهجية الوصفية المسحية، والتي تعد الأفضل عند القيام بدراسة ظاهرة كما هي في الواقع، والوصول إلى نتائج وتوصيات تساعد على فهم الواقع وتطويره.
٦. اختلاف مجتمع الدراسة: فجزء منها كان على المجتمع الغربي والآخر على المجتمع العربي، وأيضاً تنوع دراسات المجتمع العربي فدراسات (الحميدان، ٢٠١٢)، (الحربي، ٢٠١٢)، (الأندنوسي، ٢٠١٢)، (الحارثي، ٢٠١٢) غطت المجتمع السعودي، بينما دراسات (الأفندي، ٢٠١٣)، (أقظم، ٢٠١٤) فقد غطت المجتمع الفلسطيني، بينما أجريت دراسات (الحسين، ٢٠١٤) في الجزائر، (السنيدي، ٢٠١٠) في البحرين، (الجندي، ٢٠١٠) في عمان.
٧. وترى الباحثة أن نتائج الدراسة الحالية والدراسات السابقة جميعها تؤكد على حاجتنا الماسة إلى نشر ثقافة العمل التطوعي في المجتمع، وتفعيل دور الأسرة في نشرها،

وتدعيم دور الجهات والأفراد الفاعلين في هذا المجال الحيوي، وتنويع الروافد الداعمة للعمل التطوعي والخيري، بما يخدم في النهاية صالح المجتمع ويسهم في تطوره وارتقائه.

وقد مثل هذا التراث البحثي لهذه الدراسة معينا ساعد في صياغة وإعداد البنية المعرفية للإطار النظري ومحاوره، وبناء التصور المنهجي للدراسة والأدوات، كما شكل هذا التراث مرجعا مفيدا للباحثة في مناقشة النتائج التي توصل إليها، وأعانها في تأكيد تلك النتائج سواء توافقت معها أو اختلفت مما أثرى التناول البحثي لهذه الدراسة، لذلك جاءت هذه الدراسة متممة لما سبقها ومؤسسة لما سيأتي بعدها من دراسات.

وقد تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بتناولها واقع دعم البيئات الأسرية واستغلالهم الإيجابي لتقنيات وسائل الإعلام والاتصال في تنمية ثقافة التطوع كمسؤولية مجتمعية عند الأطفال وتأصيل سلوكياته تنظيرا وتطبيقا على أرض الواقع، انطلاقا من التأثير النوعي والكمي لرسائل الإعلام الموجهة نحو مفهوم التطوع التي تلقي بإسقاطاتها على الأسرة، وذلك في ظل وجود طرفي العلاقة وهما الإعلام من جهة والتطوع من جهة أخرى، باعتبار أن الإعلام ركيزة أساسية في زيادة الوعي بالقضايا المجتمعية، خصوصا بعد أن أصبح وسيلة ولغة وأداة تستخدمها كل الفئات والمؤسسات، كونه يقوم بدور فعال في التواصل وتسليط الضوء مع كل أفراد وقطاعات وشرائح المجتمع.

المبحث الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

منهجية الدراسة:

لأجل تحقيق هدف الدراسة الحالي وهو إبراز مدى أهمية دور الأسرة في تنشئة الأبناء على العمل التطوعي، في ظل ممارسات الجذب الإعلامي والتحفيزي للقيام بدورها كداعم أساسي في الدفع بعجلة العمل التطوعي وخلق المناخ المناسب لترجمة أهدافه إلى واقع عملي ملموس، اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي "Descriptive Survey"، وذلك للحصول على وصف دقيق للمشكلة وجمع البيانات الضرورية وتحليلها بأكثر درجة من الدقة بهدف تصنيفها وتبويبها تبويبا شاملا، ومحاولة تحليلها وتفسيرها واستخلاص النتائج وبناء التعميمات التي

يمكن أن تبني عليها افتراضات جديدة، أملا في التوصل إلى تعميمات ذات معنى يزيد بها رصيد المعرفة عن الموضوع. (حسين، ١٩٩٩: ٩٩)

عينة الدراسة: قسمت الباحثة عينة الدراسة إلى قسمين:

أ. العينة الاستطلاعية:

اشتملت عينة الدراسة الاستطلاعية على ثلاثين آبا وأم من خارج عينة الدراسة الأصلية تم اختيارهم بطريقة عشوائية، وقامت الباحثة باختيار العينة الاستطلاعية بهدف تقنين أداة الدراسة الحالية عليها؛ وذلك للتحقق من صدقها وثباتها باستخدامها على عينة التطبيق المذكورة، وفي ضوء ما أسفرت عنه نتائج التجربة الاستطلاعية من نتائج تم إدخال بعض التعديلات البسيطة ممثلة في دمج وحذف وإعادة صياغة لبعض العبارات، حتى أصبح عدد فقرات الاستبانة بعد التعديل (٤٨) فقرة موزعة على ستة أبعاد رئيسية.

ب. العينة الفعلية:

تكونت عينة الدراسة الفعلية من (١٠١) آبا وأم تم اختيارهم بشكل عشوائي، حيث تم توزيع (١١٠) استبانة؛ استردت منها (١٠١) استبانة صالحة للتحليل الإحصائي؛ و(٩) استبانات تم إلغاؤها نظراً لعدم ملء البيانات الخاصة بالبحث أو الإجابة عن بعض فقرات المقياس بوضع إشارتين، ويبين الجدول رقم (١) أفراد عينة الدراسة موزعين على متغيراته المستقلة؛ كما يلي:

جدول (١)

يبيّن أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة

المتغيرات	العدد	%	
الجنس	ذكر	٤٦	٤٥,٤%
	أنثى	٥٥	٥٤,٥%
نمط الثقافة	الحضر	٥٣	٥٢,٥%
	الريف	٤٨	٤٧,٥%
المستوى التعليمي	ثانوية عامة وما يعادلها فأقل	٢٢	٢١,٨%
	مؤهل متوسط وفوق المتوسط	٢٠	١٩,٨%
	مؤهل جامعي وما فوق	٥٩	٥٨,٤%
الوضع المهني	موظف (قطاع عام أو خاص)	٤٣	٤٢,٦%
	مهنة حرة	٦	٥,٩%

المتغيرات	العدد	%	
الوضع المهني	بدون عمل	٥٢	٥١,٥%
الفئة العمرية	٢٠ - ٣٠ سنة	٣٥	٣٤,٧%
	٣٠ - ٤٠ سنة	٥٣	٥٢,٥%
	٤٠ سنة فأكثر	١٣	١٢,٩%
المجموع	١٠١	١٠٠%	

أداة الدراسة:

في إطار الأدب التربوي الحديث، وفي ضوء الدراسات السابقة المتعلقة بمشكلة الدراسة التي تم الاطلاع عليها، وفي ضوء استطلاع رأي عينة من المتخصصين عن طريق المقابلات الشخصية ذات الطابع غير الرسمي، تم بناء استبانة تكونت من جزأين:

- الجزء الأول: يتضمن المعلومات الأساسية والبيانات المميزة لأفراد عينة الدراسة كالنوع، والمؤهل الدراسي، ومكان السكن، والوظيفة، وعدد الأطفال وأعمارهم.
- الجزء الثاني: ويتكون من (٤٨) فقرة موزعة على ستة أبعاد رئيسية، موزعة كالتالي:

١. المحور الأول: ويناقش ملامح الدور الإعلامي المأمول الذي ينبغي أن تقوم به الأجهزة الإعلامية بمختلف وسائلها لاستنهاض طاقات فئة الأطفال والنشء للعمل التطوعي، ويتكون من (٨) فقرات.
٢. المحور الثاني: ويناقش أهم الفوائد والمكتسبات الإيجابية المترتبة على أداء وسائل الإعلام للدور المنوط بها تجاه ترسيخ مبدأ التطوع وتفعيله بين الأطفال والنشء، ويتكون من (٨) فقرات.
٣. المحور الثالث: ويناقش أبرز السلبيات التي تعترض أداء الرسالة الاتصالية في الإعلام التطوعي لدورها في إرساء ثقافة تجسد العمل التطوعي قيما ومفاهيم وسلوكا وممارسات بين متلقيها من الأطفال، ويتكون من (٧) فقرات.
٤. المحور الرابع: ويناقش الدور التربوي الذي تقوم به الأسرة ليتكامل مع ما يطرح عبر وسائل الإعلام من أفكار ومقترحات تسهم في إكساب الأطفال الخبرات والتوجيهات اللازمة للقيام بالمسئوليات الأساسية في مجالات التطوع، ويتكون من (٧) فقرات.
٥. المحور الخامس: ويناقش إلى أي مدى تتمكن الحملات الاتصالية عبر وسائل الإعلام المختلفة من ممارسة الدور المنوط بها تجاه طرح وتفعيل البرامج والأنشطة التي تخدم مسيرة العمل التطوعي والخيري، بما يلبي الحاجات الجديدة للمجتمع، ويتكون من (٩) فقرات.

٦. المحور السادس: وناقش أبرز المبادرات الإيجابية التي تتطوع بها الأسرة بصورة فعالة للمساهمة في تعزيز منظومة العمل التطوعي والخدمة المجتمعية، ويتكون من (٩) فقرات.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت المتدرج ذي النقاط الخمس لقياس العبارات، وطلب من الباحثين تحديد مدى الموافقة على هذه العبارات، وقد كانت الإجابات على كل فقرة مكونة من (٥) إجابات؛ حيث الدرجة " ٥ " تعني الموافقة بشدة، والدرجة " ٤ " تعني الموافقة، والدرجة " ٣ " تعني تمثل رأيا متوسطا أو محايدا، والدرجة " ٢ " تعني عدم الموافقة، والدرجة " ١ " تعني عدم الموافقة بشدة، ولوضع معيار لتفسير الاستجابات تم استخدام المتوسط المرجح للإجابات " weighted Mean "، كما هو موضح بالجدول رقم (٢):

جدول رقم (٢)

مدى كل فئة من فئات الاستجابة حسب المتوسط المرجح

المتوسط المرجح		درجة الموافقة
من	إلى	
٤,٢٠	٥	مرتفعة بشدة
٣,٤٠	أقل من ٤,٢٠	مرتفعة
٢,٦٠	أقل من ٣,٤٠	متوسطة
١,٨٠	أقل من ٢,٦٠	منخفضة
١	أقل من ١,٨٠	منخفضة بشدة

صدق أداة الدراسة: لقد تم التأكد من ذلك باستخدام:

• صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة:

تم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان على عينة الدراسة الاستطلاعية البالغ حجمها (٣٠) مفردة من أفراد البحث لأولياء الأمور، وذلك بحساب معاملات الارتباط "بيرسون" بين كل فقرة والدرجة الكلية للمحور التابعة له كما هو موضح في الجدول (٣):

جدول رقم (٣) يوضح حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان

الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	الرقم	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المحور الأول								
١	٠,٦٠٢	٠,٠١	٢	٠,٥٧٨	٠,٠١	٣	٠,٦٧٤	٠,٠١
٤	٠,٨٣٢	٠,٠١	٥	٠,٥١١	٠,٠١	٦	٠,٧٠٤	٠,٠١
٧	٠,٧٩١	٠,٠١	٨	٠,٧٢٧	٠,٠١			
المحور الثاني								
١	٠,٦٠٣	٠,٠١	٢	٠,٦٦٤	٠,٠١	٣	٠,٦٧٢	٠,٠١
٤	٠,٧٢٩	٠,٠١	٥	٠,٧٣٨	٠,٠١	٦	٠,٦٤٤	٠,٠١
٧	٠,٦٣٨	٠,٠١	٨	٠,٧٢٢	٠,٠١			
المحور الثالث								
١	٠,٣٨٢	٠,٠١	٢	٠,٥٧٣	٠,٠١	٣	٠,٦١٦	٠,٠١
٤	٠,٥١٤	٠,٠١	٥	٠,٥٠٢	٠,٠١	٦	٠,٤٨٤	٠,٠١
٧	٠,٤٧٤	٠,٠١						
المحور الرابع								
١	٠,٥٩٦	٠,٠١	٢	٠,٧١٢	٠,٠١	٣	٠,٧٥٣	٠,٠١
٤	٠,٦٩١	٠,٠١	٥	٠,٦٤٠	٠,٠١	٦	٠,٧٤١	٠,٠١
٧	٠,٦٦٩	٠,٠١						
المحور الخامس								
١	٠,٥٦٣	٠,٠١	٢	٠,٦٩٢	٠,٠١	٣	٠,٦٢٥	٠,٠١
٤	٠,٦٢٧	٠,٠١	٥	٠,٧٣٩	٠,٠١	٦	٠,٥٥١	٠,٠١
٧	٠,٧٠٨	٠,٠١	٨	٠,٦٤٣	٠,٠١	٩	٠,٦٤٢	٠,٠١
المحور السادس								
١	٠,٤٣٨	٠,٠١	٢	٠,٤٧٧	٠,٠١	٣	٠,٦٨٥	٠,٠١
٤	٠,٦٥٩	٠,٠١	٥	٠,٧٩٩	٠,٠١	٦	٠,٤٩٥	٠,٠١
٧	٠,٥٤٩	٠,٠١	٨	٠,٦٩٤	٠,٠١	٩	٠,٦١١	٠,٠١

يتضح من الجدول رقم (٣) أن معاملات الارتباط بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه دالة إحصائياً على مستوى الدلالة (٠,٠١)، مما يدل على صدق الاتساق الداخلي ل فقرات الاستبانة، وبذلك تعتبر فقرات الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه.

• الاتساق البنائي لمحاو الاستبانة:

تم حساب درجة ارتباط كل محور بالدرجة الكلية للمقياس، حيث يوضح جدول رقم (٤) معاملات الارتباط "بيرسون" بين درجة كل محور من محاور الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة:

جدول (٤)

معامل الارتباط بين معدل كل محور من محاور الدراسة

مع المعدل الكلي لفقرات الاستبانة

م	مجالات الاستبيان	عدد الفقرات	معامل الارتباط	الدلالة
١	المحور الأول	٨	٠,٥٧٠	٠,٠١
٢	المحور الثاني	٨	٠,٦٣٣	٠,٠١
٣	المحور الثالث	٧	٠,٤٤٣	٠,٠١
٤	المحور الرابع	٧	٠,٦٤٤	٠,٠١
٥	المحور الخامس	٩	٠,٦٥٤	٠,٠١
٦	المحور السادس	٩	٠,٥٥٤	٠,٠١
مجموع الفقرات		٤٨		

يتضح من الجدول (٤) أن جميع مجالات الاستبانة مرتبطة ارتباطاً ذا دلالة إحصائية مع الدرجة الكلية للاستبانة.

ثبات أداة الدراسة: لقد تم التأكد من ذلك باستخدام:

• معامل ألفا كرونباخ: "Alpha Cronbach Coefficient"

تم التأكد من صدق الاستبانة عن طريق حساب معامل ألفا كرونباخ؛ حيث تم حساب معامل الثبات لجميع العبارات، حيث يشير إلي أن معاملات الثبات أعلى من (٠,٧٠)؛ وهذا يدل على أن الاستبانة تتمتع بمعامل ثبات مرتفع، والنتائج موضحة في جدول (٥):

جدول (٥)

معامل ألفا كرونباخ

م	مجالات الاستبيان	عدد الفقرات	الثبات
١	المحور الأول	٨	٠,٧٦٨
٢	المحور الثاني	٨	٠,٧٦٦
٣	المحور الثالث	٧	٠,٧١١
٤	المحور الرابع	٧	٠,٧٧٠
٥	المحور الخامس	٩	٠,٧٥٨
٦	المحور السادس	٩	٠,٧٤٧
	الاستبيان ككل	٤٨	٠,٧٣١

• اختبار التوزيع الطبيعي: اختبار كولجروف-سمرنوف (1- Sample K-S)

سنعرض اختبار كولمجروف-سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعملية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً، ويوضح الجدول رقم (٦) نتائج الاختبار حيث أن القيمة الاحتمالية لكل محور أكبر من ٠,٠٥ ($sig. > 0.05$) وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويجب استخدام الاختبارات المعملية.

جدول رقم (٦)

اختبار التوزيع الطبيعي (1-Sample Kolmogorov-Smirnov)

م	مجالات الاستبيان	قيمة Z	القيمة الاحتمالية	م	مجالات الاستبيان	قيمة Z	القيمة الاحتمالية	
١	المحور الأول	١,٤١	٠,٣٧	٤	المحور الرابع	٠,٦٨	٠,٧٤	
٢	المحور الثاني	١,١٠	٠,١٧	٥	المحور الخامس	١,١٤	٠,١٥	
٣	المحور الثالث	١,١٤	٠,١٥	٦	المحور السادس	٠,٨٩	٠,٤٠	
	الاستبيان ككل						٠,٦٥	٠,٧٩

المبحث الخامس: نتائج الدراسة وتفسيرهاأولاً: نتائج الإجابة عن محاور تساؤلات الدراسة

السؤال الأول: ما ملامح الدور الإعلامي المأمول الذي ينبغي أن تقوم به الأجهزة الإعلامية بمختلف وسائلها لاستنهاض طاقات فئة الأطفال والنشء للعمل التطوعي، من وجهة نظر أفراد الدراسة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول رقم (٧) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقاً للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

الجدول رقم (٧)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والدرجة والترتيب لاستجابات أفراد العينة على عبارات محور الدور الإعلامي المأمول لاستنهاض طاقات المجتمع للعمل التطوعي

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
٣,٥	١	وضع خطة لتنفيذ برامج إعلامية مستمرة لتوعية الأسرة وحثها على الالتحاق بالعمل التطوعي، والترويج لأنشطة الجمعيات والمؤسسات التطوعية.	٤,٤٩	٠,٧٦	٨٩,٨
٦	٢	تقديم التوعية الإعلامية للمتطوعين أو الراغبين في التطوع بما يتوافق مع إمكاناتهم وقدراتهم، للاستفادة من طاقاتهم وتقويم جهودهم وفق سياق موحد يخدم مضامين التطوع ويساعد على تحقيق مستهدفاته.	٤,٢٤	٠,٨٣	٨٤,٨
٣,٥	٣	إبراز دور القدوات في مجال العمل التطوعي الذين لهم دور فعال في خدمة المجتمع في وسائل الإعلام المختلفة، وتسليط الضوء على جهودهم وذلك لتحفيز الأطفال والشباب على الاقتداء بهم.	٤,٤٩	٠,٦٩	٨٩,٨
٥	٤	تبني المؤسسات التعليمية لاستراتيجيات تشجع التواصل مع وسائل الإعلام لإعداد برامج تربوية هادفة تهدف إلى نشر ثقافة العمل التطوعي، وممارسته داخل المدرسة وخارجها (خاصة في العطل الصيفية).	٤,٢٧	٠,٨٦	٨٥,٤

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
٨	٥	تصميم رسالة إعلامية واضحة تعكس فلسفة وأنشطة المؤسسات الخيرية في المجتمع، لبلورة سياسة موحدة هدفها وغايتها إعلاء شأن العمل الخيري وتنقيته من الشبهات المحيطة به أو المؤثرة في مساراته الإيجابية والبناءة.	٤,٠٢	٠,٧٦	٨٠,٤
٧	٦	إتاحة الفرص أمام مساهمات الطفل المتطوع، وعدم احتكار التطوع على فئة معينة، وتكريم صغار المتطوعين والإشادة بأي عمل تطوعي يقومون به عن طريق ذكر هذا النشاط عبر وسائل الإعلام على اختلافها.	٤,١٤	٠,٨٧	٨٢,٨
٢	٧	الإعلان عن تنظيم مسابقات للأطفال تشملهم من خلال المجالات المحببة لديهم لأفضل قصيدة أو ملصق إعلاني أو قصة تتحدث عن التطوع ووضع برنامج امتيازات وحوافز لهم.	٤,٥١	٠,٧٨	٩٠,٢
١	٨	استخدام كل الأشكال والصيغ، والقوالب الفنية بين مسلسل وقصة ونشيد مصور، لزيادة وعي الأطفال بالعمل التطوعي وأهدافه ومنطلقاته لخدمة المجتمع، وحفزهم على التطوع بمختلف وسائل الإعلام المسموعة والمقروءة والمرئية.	٤,٧٠	٠,٦٨	٩٤
المتوسط العام للمحور			٤,٣٦		

يكشف الجدول رقم (٧) عن أن متوسط الوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو محور الدور الإعلامي المأمول الذي ينبغي أن تقوم به الأجهزة الإعلامية بمختلف وسائلها لاستنهاض طاقات الأطفال للعمل التطوعي قد بلغ (٤,٣٦) من خمس نقاط، ويعبر هذا المتوسط عن درجة موافقة مرتفعة جدا بين أفراد الدراسة في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق (أكبر من ٤,٢٠)، وقد حلت ست فقرات في مرتبة عالية جدا قياسا بالمتوسط الكلي، وهي العبارات التي تحمل أرقام (١، ٢، ٣، ٤، ٧، ٨) في هذا المحور إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (٤,٢٤ - ٤,٧٠)، فيما حلت فقرتان في مرتبة عالية نسبياً قياساً بالمتوسط الكلي، وهما العبارات التي تحمل الأرقام (٥، ٦) في هذا المحور إذ بلغ المتوسط لكل منهما على التوالي (٤,٠٢، ٤,١٤)، مما يشير إلى أن أفراد مجتمع الدراسة من أولياء الأمور قد وافقوا بالإجماع على جميع عبارات هذا المحور.

ويمكن تفسير ذلك من وجهة نظر الباحثة بأن أولياء الأمور لديهم شعورا بمحدودية مساهمة وسائل الإعلام في التأكيد على أهمية القيم الأخلاقية والاجتماعية المرتبطة بالعمل الأهلي التطوعي والتي تعطي الطفل شعورا بأهمية وجوده ضمن منظومة المجتمع، لذا فمن الطبيعي أن ينعكس ذلك على توجهاتهم نحو ضرورة إجراء تغييرات في أبعاد الدور المرتقب للعمل الإعلامي في تأسيس ثقافة ووعي العمل الخيري لدى الأطفال بالشكل الذي يتخطى النمط التقليدي، بما يتناسب مع الاحتياجات الفعلية المتجددة للمجتمع التي تولدت مع تطور الحياة في مختلف جوانبها، وبالتالي فالعمل على إغناء مصادر ثقافة الطفل بالقيم الضرورية التي من شأنها أن تزيد من ترابط المجتمع الذي يعيش أبناؤه هما واحدا ومشكلات مشتركة يعمل الجميع على حلها أمر مهم يجب تفعيله إعلاميا من وجهة نظر أفراد الدراسة.

وهذا يتفق مع ما ذهبت إليه نتائج دراسات عديدة حاولت تشخيص صورة الواقع واستشراف مستقبل العلاقة بين الإعلام والعمل الخيري، مثل دراسة (السنيدي، ٢٠١٠) التي

أكدت نتائجها على ضرورة التفاعل بين الإعلام والعمل الخيري، محملة الطرفين التقصير في الوصول للآخر، ومؤكدة على أن واقع الإعلام العربي في حمل هم العمل الخيري واقع ضعيف، وأن سياسة العمل الخيري في العمل الإعلامي سياسة ضعيفة أيضا، ودراسة (اليحيى، ٢٠١٢) التي كشفت عن غياب الدور الإعلامي المسنول عن التوعية بأهمية التطوع وبمؤسساته وبالادوار التي يمكن أن يقدمها للمجتمع، ودراسة (مظاهري، ٢٠٠٦) والتي أفادت نتائجها بأن الإعلام مطالب بإعطاء مزيدا من العناية والاهتمام حتى يستشعر العامة بهذه العناية فيتأثروا إيجابيا بهذه المساعي الإعلامية، ودراسة (الأندونسي، ٢٠١٢) التي طالبت وسائل الإعلام المختلفة بدور أكثر تأثيرا في تعريف أفراد المجتمع بماهية العمل التطوعي ومدى حاجة المجتمع إليه، وتبصيرهم بأهميته ودوره في عملية التنمية من أجل تحفيزهم للمشاركة فيه، وكذلك إبراز دور العاملين في هذا المجال بطريقة تكسبهم الاحترام الذاتي واحترام الآخرين، كي يزداد نشاطهم وفاعليتهم.

السؤال الثاني: ما أهم الفوائد والمكتسبات الإيجابية المترتبة على أداء وسائل الإعلام للدور المنوط بها تجاه ترسيخ مبدأ التطوع وتفعيله بين الأطفال والنشء، من وجهة نظر أفراد الدراسة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول رقم (٨) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقا للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

الجدول رقم (٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والدرجة والترتيب لاستجابات أفراد العينة على عبارات محور المكتسبات الإيجابية المترتبة على استثمار وسائل الإعلام في دعم العمل التطوعي للأطفال

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
٢	١	حث الأطفال على استثمار أوقات الفراغ بعمل مثمر.	٤,٤٣	٠,٧٦	٨٨,٦
٨	٢	تعميق الشعور بمسئولية الأطفال الدينية والاجتماعية والوطنية ودورهم في تقدم المجتمع الذي يعيشون فيه.	٤,١٤	٠,٨٧	٨٢,٨
٤	٣	تزويد الأطفال بالمفاهيم والخبرات والاتجاهات الضرورية للحياة الفاعلة في المجتمع.	٤,٢٩	٠,٨٨	٨٥,٨
٥	٤	نزع الخوف من نفوس الأطفال تجاه المشاركة في الأعمال التطوعية الإيجابية.	٤,٢٢	٠,٩٣	٨٤,٤
٦	٥	تعزيز شعور الطفل بمعاملة الأطفال الآخرين مما ينمي روح المشاركة والاهتمام بالآخرين من أفراد المجتمع.	٤,٢١	٠,٨٧	٨٤,٢
٧	٦	خلق نوع من التفاعل الإيجابي بين الطفل والأحداث التي يعيشها وطنه أو إقليمه أو العالم.	٤,١٦	٠,٨٨	٨٣,٢

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
١	٧	إرساء بعض صفات الشخصية الإيجابية، والتخلص من السلبية وحب الذات، وتعلم الصبر وضبط النفس والقدرة على تحمل المسؤولية، والقدرة على اتخاذ القرارات.	٤,٥٢	٠,٧٠	٩٠,٤
٣	٨	اكتساب ملكات وقدرات نفسية تدفع المتطوع دوماً لسلوكيات قوية.	٤,٣٣	٠,٧٦	٨٦,٦
المتوسط العام للمحور			٤,٢٩		

يكشف الجدول رقم (٨) عن أن متوسط الوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو محور تقدير الفوائد والمكتسبات الإيجابية المترتبة على أداء وسائل الإعلام للدور المنوط بها في دعم العمل التطوعي ونشر ثقافته بين الأطفال قد بلغ (٤,٢٩) من خمس نقاط، ويعبر هذا المتوسط عن درجة موافقة مرتفعة جدا بين أفراد الدراسة في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق (٤,٢٠)، وقد حلت ست فقرات في مرتبة عالية جدا قياسا بالمتوسط الكلي، وهي العبارات التي تحمل أرقام (١، ٣، ٤، ٥، ٧، ٨) في هذا المحور إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (٤,٢١ - ٤,٥٢)، فيما حلت فقرتان في مرتبة عالية نسبيا قياسا بالمتوسط الكلي، وهما العبارات التي تحمل الأرقام (٢، ٦) في هذا المحور إذ بلغ المتوسط لكل منهما على التوالي (٤,١٤، ٤,١٦)، مما يشير إلى أن أفراد مجتمع الدراسة من أولياء الأمور قد وافقوا بالإجماع على جميع عبارات هذا المحور.

وترى الباحثة أنه ومن خلال نتائج الجدول (٨) المبينة أعلاه؛ يتضح أن لدى أولياء الأمور شعورا بأهمية الإعلام والتسليم بدوره في دعم القيم المجتمعية وترسيخ ثقافة التطوع، فضلا عن دوره في إكساب المتلقين بعض الكفايات الأساسية التي تفيدهم في الوعي بالعمل

التطوعي، انطلاقاً من أن الإعلام يمكنه القيام بدور رئيس وجوهري في غرس القيم، والتأثير على السلوك الإنساني من خلال استقبال ما تعرضه هذه الوسائل؛ خاصة إذا تركزت الرسائل الإعلامية على المضامين الدينية والسلوكيات الإيجابية المتصلة أساساً بفطرة الإنسان التي فطر الله الناس عليها في الحث على عمل الخير والبر لكافة البشر، ولكن نظراً لأهمية النتائج المترتبة عن هذا الدور والتي تنعكس بشكل مباشر على المجتمع وأفراده، فإنه يجب أن يكون هذا العمل منظماً ليحقق النتائج المرجوة منه وإلا سينجم عنه آثار عكسية.

ولعل ذلك يُفسر في ضوء ما أشارت إليه نتائج الدراسات السابقة مثل دراسة (المالكي، ٢٠١٠) التي أكدت على أنه يتجلى دور الإعلام بإيجاد ما يسمى بالإعلام التطوعي والذي يواكب أعمال الخير توعوية وإخباراً وتعريفًا، باعتبار أهمية وسائل الإعلام في تنمية الوعي الاجتماعي، فهي تخاطب الجمهور وتؤثر في مواقفه، وبالتالي توجه سلوكه تجاه ما يجري حوله، ودراسة (المطيري، ٢٠١٠) التي أشارت إلى أن مؤسسات الإعلام هي جهات اجتماعية وثقافية، قبل أن تكون موزعا ومنتجا للإعلام، فهي تقيم الاتصال بأفراد المجتمع وتعيد (إنتاج الثقافة)، وتقوم بتوزيع سلع ثقافية عبر إقامة علاقات اجتماعية مع المتلقي، وذلك من خلال تعزيز الذاتية الثقافية وتدعيم الثقافات الوطنية، كما تسعى لغرس روح المبادرة والاعتماد على النفس وروح الابتكار والإبداع، والتأكيد على بعض القيم مثل روح الجماعة والتعاون والمشاركة، وإتاحة الفرصة لكل التيارات الفكرية والثقافية السائدة في المجتمع للتعبير عن ذاتها بشكل متواصل بما يخدم مصلحة المجتمع، وتنظيم حوار داخلي حول موضوعات تتعلق بقضايا الأسرة والتنشئة الاجتماعية وذلك من خلال ربط الإعلام العربي بجوانب التنشئة الاجتماعية الصحيحة، مما يمكن للطفل بأن يلعب دوراً إيجابياً في المجتمع، وتدعيم الإحساس لدى الطفل العربي بهويته العربية وثقافته والرغبة في المشاركة في بناء الوطن، ودراسة (الرفاعي، ٢٠١١) التي أشارت نتائجها إلى أن المدخل السليم في التعاطي الإعلامي لقيم الأسرة التي تشكل قيم المجتمع ومعاييرها الاجتماعية، واستغلال الطاقات الإعلامية لتعزيز القيم الإيجابية من شأنها إعلاء قيم مجتمع المستقبل، ودراسة (حلس ومهدي، ٢٠١٠) التي أوصت نتائجها بضرورة إبراز القيم التنموية في وسائل الإعلام من خلال التنسيق بين الأجهزة

المجتمعية المختلفة، ووضع آليات واستراتيجيات عملية لمواجهة طوفان المواد الإعلامية غير الهادفة والتي تستهدف قيم ومفاهيم المجتمع.

السؤال الثالث: ما أبرز السلبيات التي تعتري أداء الرسالة الاتصالية في الإعلام التطوعي لدورها في إرساء ثقافة تجسد العمل التطوعي قيما ومفاهيم وسلوكا وممارسات بين متلقيها من الأطفال، من وجهة نظر أفراد الدراسة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول رقم (٩) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقا للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

الجدول رقم (٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والدرجة والترتيب لاستجابات أفراد العينة على عبارات محور السلبيات التي تعتري أداء الرسالة الاتصالية في الإعلام التطوعي لدورها في إرساء ثقافة التطوع

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
٤	١	تقديم الرسالة الإعلامية من قِبل شخصيات بدون خبرة إعلامية.	٣,٩٠	١,١٣	٧٨
٢	٢	عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها.	٤,٠٣	٠,٨٩	٨٠,٦
٧	٣	غياب التوجيه الأسري الذي يعزز مهارات إدراك الطفل لفحوى هذه الرسائل والانفعال بها.	٣,٢٥	١,٢٠	٦٥

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
٣	٤	اقتصار الاهتمام الإعلامي بالعمل الخيري على الجانب الإخباري والخطاب الديني، وضعف تنوع القوالب والأشكال الفنية التي تسهم في تعزيز الدوافع لدى الأطفال ليكونوا مهينين للعمل التطوعي.	٣,٩٤	٠,٨٩	٧٨,٨
٦	٥	ضعف الاهتمام إعلاميا بالدور الفعال الذي يمكن أن يقوم به الأطفال في دعم الحراك التطوعي في المجتمع بشتى مجالاته.	٣,٦٤	١,٣٢	٧٢,٨
١	٦	انعدام التخطيط المناسب أو ضعفه مما يؤدي إلى عدم وضوح رؤية الطفل للعمل التطوعي والدور الذي سيقوم به، وبالتالي الانصراف عنه وعدم الإقبال عليه.	٤,١٨	٠,٩٣	٨٣,٦
٥	٧	افتقاد الرسائل الإعلامية المتاحة التي تعكس سياسة العمل الخيري في العمل الإعلامي للجاذبية وضعف أسلوب التناول والاستمالات الإقناعية المستخدمة.	٣,٨١	٠,٩٨	٧٦,٢
المتوسط العام للمحور			٣,٨٣		

يكشف الجدول رقم (٩) عن أن متوسط الوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو محور تقدير السلبيات التي تعتري أداء الرسالة الاتصالية في الإعلام التطوعي لدورها في إرساء ثقافة تجسد العمل التطوعي قد بلغ (٣,٨٣) من خمس نقاط، ويعبر هذا المتوسط عن درجة موافقة مرتفعة بين أفراد الدراسة في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق (٣,٤٠) إلى (٤,٢٠)، وقد حلت ست فقرات في مرتبة متقدمة قياسا بالمتوسط الكلي، وهي العبارات التي

تحمل أرقام (١، ٢، ٤، ٥، ٦، ٧) في هذا المحور إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (٣,٦٤ - ٤,١٨)، فيما حلت فقرة واحدة في مرتبة متوسطة نسبيا قياسا بالمتوسط الكلي، وهي العبارة التي تحمل رقم (٣) في هذا المحور إذ بلغ المتوسط الحسابي لها (٣,٢٥)، مما يشير إلى أن "غياب التوجيه الأسري الذي يعزز مهارات إدراك الطفل لفحوى هذه الرسائل والانفعال بها" يمثل أثرا متوسطا أو محايدا في تقدير أولياء الأمور للسلبيات التي تعترى أداء الرسالة الاتصالية في الإعلام التطوعي، ويمكن أن يُعزى ذلك إلى أن ممارسات أولياء الأمور لأدوارهم لحفز أبنائهم على المشاركة في الأعمال التطوعية تتوقف - كثيرا - على ما يقدمه الإعلام من برامج وفعاليات مستمرة تستهدف إكساب الأسرة الخبرات والمهارات اللازمة لرفع ثقافتها في عملية إكساب الأبناء حب الخير والقيام بالعمل التطوعي، ويعزز هذا التفسير ما نادى به (جلال، ٢٠١٢) في دراستها من ضرورة قيام المؤسسات والجمعيات الأهلية بعقد دورات تدريبية للإعلاميين من كافة الوسائل (صحافة مطبوعة وإلكترونية، إذاعة، تلفزيونية ...) لتدريبهم على كيفية التعامل مع القضايا التي تتبناها المؤسسة أو الجمعية؛ وخاصة ما يتعلق بتربية النشئ على ثقافة المواطنة ودعم قيم المجتمع المدني .

وترى الباحثة أنه ومن خلال نتائج الجدول (٩) المبينة أعلاه يتضح أن وسائل الإعلام العامة تولى بعض العناية بالعمل التطوعي، ولكن هذه العناية لا تزال قليلة وغير كافية من أجل توعية العوام وبخاصة الأطفال بمحاسن وضرورة العمل الخيري التطوعي، كما يُستدل أيضا على أن التغييرات التي تحققت في ممارسات الإعلام نحو خدمة العمل الخيري قد ظلت رهينة للمجال التقليدي، دون أن يكون هناك توجه نحو الانخراط في التخطيط لعمل الأطفال التطوعي المستند إلى رؤية واضحة وبرنامج عمل مدروس، وتطوير نماذج ونشاطات تشعر صغار المتطوعين بأهمية مساهمتهم الإنسانية، وتعاملهم كأفراد مسؤولين وتشجعهم على تحمل مسئوليات بعض الأمور بما يتناسب مع أدوارهم الجديدة.

ومن الملاحظ أن الفقرات الستة التي حلت في منازل متقدمة في تقديرات أولياء الأمور للسلبيات التي تعترى أداء الرسالة الاتصالية في الإعلام التطوعي تتعلق بإعداد البرامج الإعلامية المدروسة والمكثفة والقادرة على إيصال الرسالة للجمهور المستهدف بشكل واضح،

وقد يرجع ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى ضبابية في الرؤية العامة للسياسة الإعلامية، وما يتصل بها من إجراءات تنظيمية وتشريعية تحدد للأطفال واجباتهم ومسؤولياتهم التي ينتظر منهم القيام بها خير قيام وعلى أكمل وجه، واستغلال طاقاتهم وإمكاناتهم وقدراتهم التي تطوعوا بها فيما يخدم دينهم ومجتمعاتهم، وهذا يتطلب النظر إلى الأطفال كشريك أساسي في عمليات التنمية الاجتماعية، ولذلك بات من الضروري أن ترفع وسائل الإعلام من عنايتها واهتمامها بالعمل التطوعي في المجتمع، حتى يصبح هذا الاهتمام ملموسا لدى متابعي هذه الوسائل فيؤدي إلى التأثير الإيجابي فيهم.

لذلك يجب أن تقام البرامج الإعلامية على أساس تخطيط علمي مدروس، وبحوث دقيقة تتناول الموقف الإعلامي بكافة مكوناته وجوانبه المختلفة من مرسل ومستقبل ورسالة ومضمون، حتى يعبر الإعلام تعبيراً صادقا عن الجمهور الذي يتوجه إليه، ولكي يؤثر تأثيرا واضحا في سلوك الفرد والجماعة وفي التنشئة الاجتماعية بشكل كامل، وهو يتفق مع ما دعي إليه (القصاص، ٢٠١٢) في دراسته من ضرورة الاعتماد على التخطيط الاستراتيجي كأساس للعمل ومهمة تخطيطية للقيام بالأنشطة التطوعية، بحيث يتم تحديد الأهداف بشكل واضح والبرامج اللازمة لتنفيذها على ضوء الموارد الحالية والمتوقعة، ودراسة (السندي، ٢٠١٠) التي ناشدت نتائجها الإعلاميين بضرورة نشر ثقافة العمل التطوعي لدى أكبر شريحة من النشء بالتشجيع والبناء ورسم أصول العمل وتحبيبه إليهم، وابتكار أعمال وأنشطة تطوعية يسهم فيها الإعلام وينقل من خلالها هذه الثقافة، ودراسة (عفيف، ٢٠١٢) التي أكدت نتائجها على أهمية التخطيط لاختيار المتطوع المناسب باعتباره ضروري لإنجاح أي برنامج تطوعي، فضلا عن كيفية إعداد رسائل انضمام تشجع المتطوعين المحتملين، أو الذين يمكن أن ينضموا للتطوع في المنظمات، ودراسة (الأفندي، ٢٠١٣) التي أكدت على أهمية تنشئة الأبناء تنشئة اجتماعية سليمة وذلك من خلال قيام وسائط التنشئة المختلفة كالأ أسرة والمدرسة والإعلام بدور منسق ومتكامل الجوانب في غرس قيم التضحية والإيثار وروح العمل الجماعي في نفوس الناشئة منذ مراحل الطفولة المبكرة.

السؤال الرابع: ما الدور التربوي الذي تقوم به الأسرة ليتكامل مع ما يطرح عبر وسائل الإعلام من أفكار ومقترحات تسهم في إكساب الأطفال الخبرات والتوجيهات اللازمة للقيام بالمسئوليات الأساسية في مجالات التطوع، من وجهة نظر أفراد الدراسة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول رقم (١٠) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقا للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

الجدول رقم (١٠)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والدرجة والترتيب لاستجابات أفراد العينة على عبارات محور الدور التربوي الذي تقوم به الأسرة في تنشئة أبنائها على العمل التطوعي

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
١	١	تعويد الطفل على اقتطاع جزء من مصروفه الخاص ودخاره، والتبرع به لصالح بعض الأعمال الخيرية التي تخدم المجتمع.	٣,٩٦	١,٠٥	٧٩,٢
٦	٢	زيارة بعض المؤسسات والجهات الخيرية وعقد اتفاق معها على إمكانية التحاق الطفل بها والمشاركة في بعض أنشطتها خاصة في العطل الصيفية.	٣,٠٣	١,١٠	٦٠,٦
٣	٣	الحديث مع الطفل عن أهمية العمل التطوعي في تنمية المجتمع، وما يتحقق من ورائه من الثواب الجزيل والأجر العظيم في الآخرة، وضرب الأمثلة للطفل ببعض الأشخاص الذين تميزوا في العمل الخيري.	٣,٦٧	١,١٦	٧٣,٤

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
٤	٤	حث الطفل على قضاء وقت الفراغ في الأعمال التطوعية، وإثارة وعيه ببعض المجالات التطوعية التي يمكن أن يساهم فيها.	٣,٥٦	١,١٤	٧١,٢
٥	٥	تعويد الطفل على القيام بالأعمال التطوعية البسيطة والمشاركة المجتمعية مثل التطوع في إزالة الأذى من الطريق، رعاية المعاقين وكبار السن، تقديم المعونات والمساعدات العينية للفقراء.	٣,١٩	١,٢٠	٦٣,٨
٧	٦	اصطحاب الأطفال في زيارات دورية لدور المسنين وأصحاب الأمراض المزمنة في المستشفيات، ودور الأيتام، ومراكز ذوي الاحتياجات الخاصة وتقديم بعض الهدايا الرمزية لهم.	٢,٦٥	١,١٩	٥٣
٢	٧	حث الطفل على جمع الملابس القديمة والأدوية والكتب الدراسية والألعاب والمجلات والكتب القديمة لتوزيعها على المحتاجين أو بيعها لصالح مشروع خيري.	٣,٨١	١,١٩	٧٦,٢
المتوسط العام للمحور			٣,٤١		

يكشف الجدول رقم (١٠) عن أن متوسط الوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو محور الدور التربوي الذي تقوم به الأسرة ليتكامل مع ما يطرح عبر وسائل الإعلام من أفكار ومقترحات تساهم في تعزيز إدراك الطفل لمكانة العمل التطوعي في المجتمع قد بلغ (٣,٤١) من خمس نقاط، ويعبر هذا المتوسط عن درجة موافقة مرتفعة بين أفراد الدراسة في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق (٣,٤٠ إلى ٤,٢٠)، ويتضح من الجدول أن أربع عبارات قد ارتفعت متوسطاتها قياساً بالمتوسط النسبي للمحور البالغ (٣,٤١)، إذ تراوحت متوسطاتها

الحسابية ما بين (٣,٥٦ - ٣,٩٦)، وحققت من الترتيب الأول إلى الترتيب الرابع، ممثلة في أربع ممارسات حددتها العبارات أرقام (١، ٣، ٤، ٧) والتي حققت مستوى ممارسة متقدمة نسبيا قياسا بالمتوسط الكلي.

وعلى الرغم من أن هذه النتيجة تحمل في طياتها شيئا من الإيجابية، إلا أنه كما يتضح من الجدول رقم (١٠) هناك ثلاث عبارات قد انخفضت متوسطاتها عن المتوسط النسبي للمحور، وحققت من الترتيب الخامس إلى الترتيب السابع، بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (٢,٦٥ - ٣,١٩)، وهي العبارات (٢، ٥، ٦) التي تشير إلى مستوى ممارسة متوسط نسبيا قياسا بالمتوسط الكلي، وهذا يدل على عدم تفعيل دور التنشئة الأسرية التي تهتم فقط بالتعليم دون زرع روح التطوع وبث الانتماء ومساعدة الآخرين، كما يدل أيضا على أن قيام الأسرة بدورها عمليا في الحث على العمل التطوعي وأنشطته مازالت دون المستوى المطلوب في التفعيل العملي، ولا تزال الفجوة قائمة بين النظرية والتطبيق، فعلى الرغم من المبادرات الإيجابية الرائدة للأعمال التطوعية لدى بعض الأسر، إلا أن مجالاتها انحصرت في الغالب في بعض النشاطات والمصارف التقليدية، ولم تنل الجوانب الأخرى ما تستحقه من الاهتمام، وتعزو الباحثة ذلك إلى أن الكثير من الأسر تفقد إلى الرويا الواضحة لأهدافها وخططها المستقبلية بما يعزز من أدائها في خلق وإذكاء ثقافة العمل التطوعي وتكامله عبر مشاركة الأطفال الفعلية فيه، وتطوير مهاراتهم التطبيقية وإكسابهم الخبرات الأساسية المتحققة من هذه المشاركة، فضلا عن أنه تساهم بعض الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع في تقليص مشاركة الأطفال في العمل التطوعي، كالتقليل من أهميتهم الاجتماعية ومن دورهم في بناء المجتمع، وعدم إتاحة الفرصة أمام مساهمات الطفل المتطوع وذلك بإيجاد مشاريع خاصة بهم تهدف إلى تفعيل دور الطفل المتطوع ومشاركته في وضع بعض القرارات وتنفيذ بعض البرامج، الأمر الذي يولد في نفسه الشعور بالانتماء وبقيمة ما يقدم فتزداد فاعليته.

ويعزز هذا التفسير ما كشفت عنه دراسة (الضويحي، ٢٠٠٤) من نتائج أظهرت أن تفعيل العمل التطوعي للنشء يواجه عدة عقبات، منها ما يتعلق بالأسرة ذاتها، ومنها ما يتعلق بالمؤسسات التطوعية، ومنها ما يتعلق بالإعلام، إلا أنه كان من أبرز هذه العقبات هو عدم تفعيل دور النشء في ممارسة العمل التطوعي؛ فلكي يكون العمل التطوعي فاعلا ومؤثرا يستلزم أن يشارك الجميع في دعمه وتنميته، وألا يقتصر على شريحة دون أخرى، أو جنس دون آخر، بل يجب على كل فرد أن يشارك في هذا العمل قدر استطاعته وفي حدود ما هو متاح له، فضلا عن أهمية توفير التأهيل المناسب لهذه الممارسة، ودراسة (السلطان، ٢٠٠٩) التي كشفت مبعوثيها عن أن عدم تشجيع الأسر لأبنائها على المشاركة في العمل التطوعي تعد معوقات ذات أهمية مرتفعة في إعاقة مشاركة الشباب الجامعي في العمل التطوعي، ودراسة (أقظم، ٢٠١٤) التي أظهرت نتائجها عن أنه من أهم المعوقات الاجتماعية والثقافية التي تحول دون المشاركة في الأعمال التطوعية هو انخفاض الوعي الأسري لمفهوم التطوع نتيجة غياب التنشئة الاجتماعية من قبل الأهل وعدم غرس قيم الانتماء من قبل الأسرة للمشاركة في العمل التطوعي، ودراسة (الحربي، ٢٠١٢) التي كشفت عن ممارسة متوسطة الفعالية فيما يتعلق بدور الأسرة في توجيه أبنائها نحو المشاركة في الأعمال التطوعية، وأوصت نتائجها بأن تأخذ الأسرة بكل أساليب التوجيه الممكنة لحفز أبنائها على المشاركة في العمل التطوعي، ودراسة (الحميدان، ٢٠١٢) التي أوصت نتائجها بضرورة الدعم التربوي للأسرة من خلال إقامة دورات اجتماعية تحت إشراف نخبة من الأخصائيين الاجتماعيين والتربويين بهدف إكساب الأسرة الخبرات والمهارات اللازمة لرفع ثقافتها في عملية إكساب الأبناء حب الخير والقيام بالعمل التطوعي.

السؤال الخامس : إلى أي مدى تتمكن الحملات الاتصالية عبر وسائل الإعلام المختلفة من ممارسة الدور المنوط بها تجاه طرح وتفعيل البرامج والأنشطة التي تخدم مسيرة

العمل التطوعي والخيري، بما يلبي الحاجات الجديدة للمجتمع، من وجهة نظر أفراد الدراسة؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول رقم (١١) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقاً للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

الجدول رقم (١١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والدرجة والترتيب لاستجابات أفراد العينة على عبارات محور دور وسائل الإعلام في التعزيز والترويج لمجالات العمل التطوعي وتفعيل أنشطته المختلفة

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
٣	١	حملات الترويج للخدمات التطوعية في المجالات العلاجية والوقائية للمرضى وذويهم: (زيارة المرضى ومساعدتهم عينياً ومادياً، تأمين المستلزمات الطبية والدوائية لمن يحتاجها من المرضى، التبرع بالدم).	٤,١٤	٠,٩٣	٨٢,٨
٧	٢	حملات الترويج للخدمات التطوعية لمساعدة ذوي الحاجة إلى الدعم التعليمي الإضافي: (محو الأمية وتعليم الكبار، إنشاء المدارس وكافة الأبنية التعليمية في المناطق التي تحتاج إلى ذلك، المساهمة في توفير التعليم المجاني للطلبة الفقراء والأيتام).	٣,٥٨	١,١٥	٧١,٦

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
٢	٣	حملات الترويج للخدمات التطوعية في مجال المحافظة على البيئة والعناية بمواردها: (جمع المخلفات وتنظيف البيئة من النفايات الضارة، الاستخدام الرشيد للموارد البيئية، الحفاظ على الممتلكات العامة والخاصة وعدم إتلافها).	٤,٢٧	٠,٩٩	٨٥,٤
٩	٤	حملات الترويج للخدمات التطوعية في مجال تقديم المساعدات الإغاثية للدول المتضررة والمنكوبة جراء الكوارث الطبيعية والحروب.	٣,٠٧	١,٠٩	٦١,٤
حملات الترويج للخدمات التطوعية في مجالات الخدمة الاجتماعية والتكافل الاجتماعي للفئات التالية:					
١	٥	كفالة الأسر الفقيرة وتقديم المساعدات المادية والعينية لها.	٤,٢٩	٠,٩١	٨٥,٨
٥	٦	تقديم العون للمعاقين وذوي الاحتياجات الخاصة والتخفيف من معاناتهم.	٣,٩٦	٠,٩٦	٧٩,٢
٦	٧	رعاية أطفال الشوارع وحمائتهم من المخاطر التي يتعرضون لها.	٣,٨٧	١,٠٤	٧٧,٤
٤	٨	كفالة الأيتام ورعايتهم.	٤,٠٨	١,٠٢	٨١,٦
٨	٩	توفير الخدمات والمرافق إلى المناطق الفقيرة والعشوائية.	٣,٥٦	١,١٧	٧١,٢
المتوسط العام للمحور			٤,٢٠		

يكشف الجدول رقم (١١) عن أن متوسط الوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو محور مدى أداء وسائل الإعلام للدور المنوط بها تجاه التعزيز والترويج الإعلامي لمجالات العمل التطوعي وتفعيل أنشطته المختلفة قد بلغ (٤,٢٠) من خمس نقاط، ويعبر هذا

المتوسط عن درجة موافقة مرتفعة جدا بين أفراد الدراسة في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق (٤,٢٠)، وقد حلت فقرتان في مرتبة عالية جدا قياسا بالمتوسط الكلي، وهي العبارات التي تحمل أرقام (٣، ٥) في هذا المحور إذ تراوحت متوسطاتها الحسابية ما بين (٤,٢٧) - (٤,٢٩)، فيما حلت ست فقرات في مرتبة عالية نسبيا قياسا بالمتوسط الكلي، وهما العبارات التي تحمل الأرقام (١، ٢، ٦، ٧، ٨، ٩) في هذا المحور إذ بلغ المتوسط لكل منهما على التوالي (٣,٥٦، ٤,١٤)، فيما حلت فقرة واحدة في مرتبة متوسطة نسبيا قياسا بالمتوسط الكلي، وهي العبارة التي تحمل رقم (٤) في المحور إذ بلغ المتوسط الحسابي لها (٣,٠٧)، مما يدل على احتياج هذا المجال لتكثيف الدعاية والإعلان عن وجوده.

وترى الباحثة أنه ومن خلال نتائج الجدول (١١) المبينة أعلاه يتضح أنه في ظل ازدياد أبعاد الدور الإعلامي والاتصالي من خلال الأرقام الصناعية والبت المباشر وزيادة أعداد المحطات الفضائية على نحو لم يكن مسبوقا من قبل، وشيوع شبكة الإنترنت وربطها العالم في شرايين معلوماتية لم تكن متاحة سابقا؛ استطاعت وسائل الإعلام أن تبرز تقدما كبيرا على مستوى التفاعل مع مجالات العمل التطوعي ومؤسساته ولجانه، وسعت إلى ابتكار مختلف الأساليب لاستقطاب المتطوعين، ويعود السبب في ذلك لأسباب عديدة من أبرزها المسؤولية الاجتماعية الواجبة على المؤسسات الإعلامية في دعم العمل التطوعي والترويج له، لاسيما بعد أن أصبحت الضرورة ملحة لمزيد من أعمال التطوع والمتطوعين؛ نتيجة للمشكلات التي يواجهها أفراد المجتمع ومؤسساته الرسمية والأهلية في الوقت الراهن؛ مما جعل الدولة تعول بل تعقد الأمل على الأجهزة الإعلامية بمختلف وسائلها في وضع برامج فعالة للتعريف بكل برنامج من برامج التطوع من حيث أهدافه وآليات تنفيذه وكيفية وشروط الاشتراك به، ومميزات كل برنامج والعوائد المتوقعة منه؛ بما ينمي الحركة التطوعية في مجتمعنا، ويرفع من مستوى المؤسسات الخيرية وقدرتها على العطاء والإنتاج والفاعلية، ويرتقي بالأعمال التطوعية إلى مستوى متقدم من العمل والإنتاج المتميز.

وقد أشارت العديد من الأوراق البحثية مثل دراسة (سلطان، ٢٠١٤) إلى أن تحديات القرن الحادي والعشرين تفرض على الحكومات أن تعزز دور القطاعات الخيرية في التنمية المجتمعية، ودراسة (الشهراني، ٢٠٠٦) التي كشفت نتائجها عن أنه في ظل الظروف الاجتماعية والبيئية والإنسانية والاقتصادية المعاصرة، تبرز الحاجة الآن إلى دور العمل التطوعي الفاعل في تحقيق الأمن الاجتماعي والاقتصادي، لاسيما مع كثرة الكوارث الطبيعية وغير الطبيعية، التي تصيب قطاعا كبيرا من أفراد المجتمع بأضرار بالغة، وهذا ما جعل الجهات الرسمية في مختلف الدول تسعى لتفعيل دور العمل التطوعي في رفع المعاناة عن ضحايا الكوارث، وذلك من خلال حث الناس عليه وتنظيمه في قنوات شرعية حتى يحقق الغاية منه، ولاشك أن التوعية الإعلامية بأهمية العمل التطوعي جاءت في مقدمة الأعمال اللازمة والضرورية التي تؤدي دورا فاعلا في تحقيق الغاية من العمل التطوعي، وهذا ما أكدته نتائج (تقرير حالة التطوع في العالم للعام ٢٠١٢) عن أنه قد شهد الاهتمام بجوانب عديدة من التطوع طفرة خلال السنوات الأخيرة، ويتضح هذا الأمر من ازدهار الأعمال الأكاديمية حول هذا الموضوع والمنابر المتنوعة لمناقشته، والتغطية الإعلامية الكبيرة خصوصا فيما يتعلق بالكوارث الطبيعية، كما أن ثمة علامات متزايدة أيضا على دعم الحكومات للتطوع باعتباره شكلا من أشكال المشاركة الشعبية، ليس فقط لتحسين مستوى تقديم الخدمات، ولكن أيضا لتعزيز القيم التي تركز التماسك والانسجام الاجتماعيين.

السؤال السادس : ما أهم المناشط والفعاليات التطوعية التي تنهض بها الأسرة للمساهمة الفعالة في التنمية المجتمعية بمختلف مجالاتها، تلبية لما يطرح عبر وسائل الإعلام من دعوات تطالب بضرورة الإقبال على أعمال الخير والتطوع في المجالات التي تعود بالنفع العام على المجتمع أفرادا ومؤسسات؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري إضافة إلى الوزن النسبي لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ويتضح من الجدول رقم (١٢) فقرات الاستبانة مرتبة حسب أهميتها وفقا للمتوسط الحسابي لكل فقرة، كما يلي:

الجدول رقم (١٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والدرجة والترتيب لاستجابات أفراد العينة على عبارات محور المبادرات الإيجابية التي تنهض بها الأسرة في إطار تعزيز منظومة العمل التطوعي

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
١	١	تخفيف الأعباء المادية عن الأسر الفقيرة وتقديم الدعم لها مادياً ومعنوياً.	٣,٦٨	٠,٨١	٧٣,٦
٢	٢	جمع الملابس القديمة والأدوية والكتب الدراسية والألعاب والمجلات لتوزيعها على المحتاجين.	٣,٢٢	١,٢٤	٦٤,٤
٦	٣	التبرع بالدم لخدمة فئة المرضى وتقديم المساعدة للمحتاجين الذين يعانون من نقص الدم.	٢,٧٧	١,١٢	٥٥,٤
٣	٤	كفالة الأيتام وتقديم الدعم والرعاية لهم ولأسرهم.	٣,١٤	١,٢٤	٦٢,٨
٧	٥	تنظيم زيارات لدور المسنين والمستشفيات ودور المعاقين ذهنياً، وتلبية احتياجاتهم من أدوية أو ملابس أو مواد غذائية.	٢,٥٠	١,٢٨	٥٠
٨	٦	القضاء على أمية القراءة والكتابة، ومساعدة غير القادرين على تنمية مهاراتهم العلمية والدراسية وكذلك مهارات الالتحاق بسوق العمل.	٢,٤٩	١,١٩	٤٩,٨
٥	٧	الحفاظ على البيئة المحيطة والسعي وراء تنظيفها وحماية مواردها.	٢,٧٨	١,٢٢	٥٥,٦

الترتيب	الرقم في الاستبانة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
٤	٨	المجال التطوعي في حماية الطفولة (أطفال الشوارع والأطفال المعاقين والأطفال الأيتام والأطفال اللقطاء والمشردين والأطفال المرضى).	٢,٨٩	١,١٢	٥٧,٨
٩	٩	المساعدات الإغاثية للمناطق المتضررة والمنكوبة جراء الكوارث الطبيعية والحروب.	٢,٣١	١,١٩	٤٦,٢
المتوسط العام للمحور			٢,٨٦		

يكشف الجدول رقم (١٢) عن أن متوسط الوزن النسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة نحو محور المبادرات الإيجابية التي تتطوع بها الأسرة في إطار تعزيز منظومة العمل التطوعي والخدمة المجتمعية قد بلغ (٢,٨٦) من خمس نقاط، أي يقع في فئة "أحياناً"، مما يوحي بأن ممارسة أفراد الدراسة للعمل التطوعي كان متوسطاً في ضوء متوسط الوزن النسبي الفارق (٤,٢٠)، وقد حلت فقرة واحدة في مرتبة عالية قياساً بالمتوسط الكلي، وهي العبارات التي تحمل رقم (١) في هذا المحور وذلك بمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٨)، فيما حلت خمس فقرات في مرتبة متوسطة قياساً بالمتوسط الكلي، وهما العبارات التي تحمل الأرقام (٢، ٣، ٤، ٧، ٨) في هذا المحور، بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (٢,٧٧ - ٣,٢٢)، وحققت هذه العبارات مستوى ممارسة متوسط، فيما حلت ثلاث فقرات في مرتبة منخفضة نسبياً قياساً بالمتوسط الكلي، وهي العبارات التي تحمل أرقام (٥، ٦، ٩) في المحور، بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (٢,٣١ - ٢,٥٠) وهذه العبارات تشير إلى مستوى ممارسة ضعيف.

ومن خلال النتائج المبينة بالجدول رقم (١٢) يلاحظ أنه لاتزال الجهود التطوعية للأسرة بشكل عام دون المستوى المطلوب، بدليل حصول المحور ككل على متوسط حسابي بلغ (٢,٨٦)، وقد يرجع سبب ذلك من وجهة نظر الباحثة إلى افتقاد العمل التطوعي في المجتمع إلى الآلية والأنظمة في كل جوانبه واعتماده بشكل كبير على الجهود الشخصية والاجتهادات

الفردية (صدقات، هبات، مساعدات، تبرعات) وسائر أشكال المشاركة المدنية المضطلع بها من تلقاء النفس، فضلا عن أن العمل التطوعي إجمالاً يشهد عزوفا واضحا من خلال ضعف إقبال الأسر على عضوية الجمعيات التطوعية والخيرية ذات النفع العام رغم كل الفعاليات القائمة، وهذا ما أكدته (التقرير الأول لمرصد العمل الخيري، ٢٠١٠) حين كشف عن نتائج المسح للعطاء الخيري للأسر المصرية، والذي أشار فيه إلى أهم النتائج التالية:

- سيادة الدافع والوازع الديني على العطاء الخيري.
- يتجه القسط الأوفر من هذه الأموال نحو أعمال البر والإحسان والرعاية، وقليل منها يتجه إلى الأعمال التنموية، والنادر جدا منها إلى الحقوقية والدفاعية.
- مجالات تفضيل المتبرعين لأوجه التبرع المباشرة، وأن التبرع للجمعيات يأتي في المرتبة الثالثة.
- تعاني الكثير من مؤسسات العمل الأهلي التطوعي في مجتمعاتنا من العديد من السلبيات، أبرزها عدم المشاركة في العمل التطوعي، وهذا راجع إلى أسباب مختلفة في مقدمتها:

أولاً: تزايد الانشغال في الأمور الحياتية الخاصة وانخفاض مستوى المعيشة لدى الكثير من الأسر في المجتمع نظرا للنقلة المادية التي يعيشها المجتمع والمتطلبات الاجتماعية الزائدة على إمكانيات الأسر، وبالتالي فإن أفراد المجتمع يسعون إلى كسب الرزق ولا وقت لديهم للأعمال التطوعية، إضافة إلى اقتطاع العمل التطوعي كثيرا من الوقت الذي يفضل البعض قضاءه في الراحة بدلا من الالتزام بأية أمور أخرى، ويعزز هذا التفسير ما أكدته (نياز، ٢٠١٢) في دراستها حين أشارت إلى أن تضخم المسؤوليات الأسرية والاجتماعية، وظروف العمل الرسمي يزيد الأعباء ويقلل من فرص التحاق الأسرة بالعمل التطوعي، ودراسة (عبدالعزیز وإلياس، ٢٠١١) التي كشفت عن أبرز المعوقات الاجتماعية والاقتصادية المؤثرة على المشاركة في العمل التطوعي والتي من أهمها انخفاض المستوى الاقتصادي للأسرة وارتفاع تكاليف المعيشة وكثرة الأعباء المنزلية وانخفاض وعي الأسرة بأهمية العمل التطوعي، ودراسة (نجم، ٢٠١٣) التي أشارت إلى أن كثرة الالتزامات العائلية وكثرة المسؤوليات تشغل أفراد الأسرة عن العمل التطوعي،

ولذلك دعا كلا من (الحربي، ٢٠١٢)، و(الحميدان، ٢٠١٢) إلى أنه يجب على المجتمع تهيئة الإمكانيات المادية والبشرية والأدوات والوسائل في الوقت المحدد لمساعدة الأسر المتطوعة لأداء عملها بشكل مثمر ومفيد، كما ينبغي إعلام الأسر المتطوعة بالتطورات التي تحدث في المجتمع لتشعر هذه الأسر بأهميتها ضمن منظومة العمل التطوعي، ويجب أيضا تشجيع الأسر المتطوعة على اتخاذ القرارات والبت في الأمور قدر المستطاع.

ثانياً: ضعف تدريب الأسر على العمل المؤسسي والعمل القيادي وآليات التشبيك المؤسسي، وعدم إتاحة الفرصة للهيئات والجمعيات الخيرية للتعريف بأنشطتها وأهدافها واحتياجاتها، أدى إلى ضعف الوعي بقيمة العمل التطوعي وجدواه وحصره في إطار بعض المبادرات الفردية، وهو ما أشارت إليه نتائج دراسات (بركات، ٢٠٠٥)، و(مركز البحوث والدراسات، ٢٠٠١) حين أكدت على ضرورة تنظيم عمل الجمعيات الخيرية في ظل الظروف والأوضاع المجتمعية المعاصرة بما يضمن تحديد الحقوق والواجبات للمتطوعين وتوفير الحماية القانونية والمجتمعية وتنمية مهارات المتطوعين من خلال البرامج التدريبية والتثقيفية والإعلامية عن طريق مجموعة من المهنيين والمتخصصين والمحترفين، فضلا عن أهمية وضرورة التركيز على العمل الخيري المؤسسي في إطار وجود رؤية إستراتيجية واضحة لتوصيف الأنشطة والبرامج المقدمة من الجمعيات الخيرية والاتفاق على أولويات العمل الخيري والأنشطة المقدمة ووضع معايير لقياس الأداء من خلال رؤية مهنية متخصصة.

ثانياً: النتائج المتعلقة بالتحقق من صحة فروض الدراسة:

الفرض الأول ونصه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى احتمالي ($\alpha \geq 0.05$) بين متوسط درجات أفراد العينة حول إدراك دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، تعزى لمتغير النوع. للتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء الاختبار التائي (T-test) لعينتين مستقلتين لمعرفة دلالة الفروق وفقا لمتغير (النوع)، وهذا ما يتضح فيما يلي:

جدول (١٣)

نتائج اختبار (T-Test) وفقا لمتغير النوع

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدلالة
الآباء	٤٦	٢٣,٧٦	٥,٥١	٠,١٦٨	غير دال
الأمهات	٥٥	٢٣,٩٤	٥,٤٨		

يظهر من الجدول (١٣) أن قيمة (ت) المحسوبة بين متوسطي درجات آراء الآباء والأمهات حول دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، كانت غير معنوية وبقية بلغت (٠,١٦٨) عند درجات حرية (٩٩)، وعند مستوى احتمالي ($\alpha \geq ٠,٠٥$) بالمقارنة مع قيمة (ت) الجدولية البالغة (١,٩٦)، ويستدل من هذه النتائج على أن درجة إدراك الأمهات لمسئولياتهن الأسرية في نشر ثقافات الرسائل التي تحث على العمل التطوعي بين أبنائهن ليكونوا أعضاء فاعلين في مجتمعاتهم لا تختلف كثيرا عن درجة إدراك الآباء لهذه المسئوليات، وهذا يشير إلى أن بعض الأسر تلجأ إلى طريقة تعتمد على مشاركة الأبوين في اتخاذ التدابير المتعلقة باستثارة الوعي التطوعي لدى الأطفال، واعتبار تنشئة الأبناء على ثقافة مفهوم العمل الاجتماعي التطوعي شأن مشترك، يشكل التعاون المشترك بين الزوجين العماد الرئيسي له، سواء في جانب القدوة في المشاركة في الأعمال التطوعية، أو بما يتعلق بما يتلقاه الأبناء من توجيهات تخص العمل التطوعي، وهذا يؤكد على أن مفهوم العمل التطوعي غير مرفوض ولكن يحتاج إلى تعزيز أكثر من قبل الأسرة، وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (McGinley, 2010) التي كشفت نتائجها عن عدم وجود تأثير لعامل النوع كعامل مؤثر على الوعي بأهمية العمل التطوعي بين الآباء والأمهات.

الفرض الثاني ونصه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى احتمالي ($\alpha \geq 0,05$) بين متوسط درجات أفراد العينة حول إدراك دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، تعزى لمتغير نمط الثقافة.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء الاختبار التائي (T-test) لعينتين مستقلتين لمعرفة دلالة الفروق وفقا لمتغير (نمط الثقافة)، وهذا ما يتضح فيما يلي:

جدول (١٤)

نتائج اختبار (T-Test) وفقا لمتغير نمط الثقافة

نمط الثقافة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدلالة
الحضر	٥٣	٢٣,٨٤	٥,٦٥	٠,٢٤	غير دال
الريف	٤٨	٢٣,٨٧	٥,٣١		

لم تكشف النتائج الموضحة بالجدول (١٤) عن وجود تأثير لمتغير نمط الثقافة (الريف – الحضر) على متوسطات آراء أفراد العينة حول دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، ويستدل من هذه النتائج على أن درجة إدراك الأسرة الريفية لمسئولياتهم الأسرية في نشر ثقافات الرسائل التي تحث على العمل التطوعي بين أبنائهم ليكونوا أعضاء فاعلين في مجتمعاتهم لا تختلف كثيرا عن درجة إدراك الأسرة في الحضر لهذه المسئوليات، وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى تقارب الثقافة بين الريف والحضر نتيجة العولمة والتغير الثقافي السريع وثورة المعلومات وتأثير وسائل الإعلام المختلفة والقنوات المفتوحة علي جميع أفراد الأسرة؛ وهو ما انعكس بدوره على مدى الوعي بالظروف الحياتية الصعبة السائدة في المجتمع، ومن ثم تقارب الأفكار والاهتمامات من قبل الأسر في الريف والمدينة، مما أدى إلى تشابه الاتجاهات وذويان الطبقات

الثقافية فيما بينها، وهذا يعني أنهم يشتركون ويتأثرون بنفس العوامل المؤثرة التي تسهم في استشعار ما يعرف بالمسئولية الاجتماعية للأسرة لتشجيع العمل التطوعي ودعمه، وهذا ما كشفت عنه المؤشرات الإيجابية التي صرح بها (التقرير السنوي العاشر للمنظمات الأهلية العربية، ٢٠١٢) حين أفاد بأنه حين تقترب من السياق الثقافي والقيمي، سوف نلاحظ الممارسات التطوعية السائدة؛ غير الرسمية القائمة على المبادئ الدينية وتقاليد التكافل الاجتماعي والتضامن وخصوصاً في القرى والبادي، بغض النظر عن أوجه الفروق المترسقة بين الريف والحضر.

الفرض الثالث ونصه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى احتمالي ($\alpha \geq 0,05$) بين متوسط درجات أفراد العينة حول إدراك دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way – Anova) لفحص دلالة الفروق بين متوسطات درجات آراء أفراد العينة حول دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، وفقاً لمتغير (المستوى التعليمي)، وهذا ما يتضح فيما يلي:

جدول (١٥)

نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) وفقاً للمستوى التعليمي

• أثر المستوى التعليمي:					
مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٢	١٤٠,٤٨	٧٠,٢٤	٢,٤١٩	غير دال إحصائياً
داخل المجموعات	٩٨	٢٨٤٥,٥٧	٢٩,٠٣		
المجموع	١٠٠	٢٩٨٦,٠٥			

الفرض الرابع ونصه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى احتمالي ($\alpha \geq 0,05$) بين متوسط درجات أفراد العينة حول إدراك دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، تعزى لمتغير الفئة العمرية.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova –) لفحص دلالة الفروق بين متوسطات درجات آراء أفراد العينة حول دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، وفقا لمتغير (الفئة العمرية)، وهذا ما يتضح فيما يلي:

جدول (١٦)

نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) وفقا للفئة العمرية

• أثر الفئة العمرية:					
مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٢	٦٢,٦٩	٣١,٣٤	١,٠٥	غير دال إحصائياً
داخل المجموعات	٩٨	٢٩٢٣,٤	٢٩,٨٣		
المجموع	١٠٠	٢٩٨٦,٠٥			

الفرض الخامس ونصه: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى احتمالي ($\alpha \geq 0,05$) بين متوسط درجات أفراد العينة حول إدراك دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، تعزى لمتغير الوضع المهني.

للتحقق من صحة هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way – Anova) لفحص دلالة الفروق بين متوسطات درجات آراء أفراد العينة حول دور الأسرة في

تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، وفقاً لمتغير (الوضع المهني)، وهذا ما يتضح فيما يلي:

جدول (١٧)

نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) وفقاً للوضع المهني

• أثر الوضع المهني:					
مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف) المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٢	١٣٣,٧٩	٦٦,٨٩	٢,٢٩	غير دال إحصائياً
داخل المجموعات	٩٨	٢٨٥٢,٢	٢٩,١٠		
المجموع	١٠٠	٢٩٨٦,٠٥			

بالنظر إلى الجداول (١٥، ١٦، ١٧) أعلاه يتضح عدم وجود فروق جوهرية بين متوسطات درجات آراء أفراد العينة حول دور الأسرة في تشكيل التفاعل الواعي مع معطيات الرسائل الإعلامية التي تدفع بالأطفال إلى الشعور بأهمية العمل التطوعي، تعزى لمتغيرات (المستوى التعليمي، الفئة العمرية، الوضع المهني)، حيث بلغت قيم "ف" المحسوبة (٢,٤١٩)، (١,٠٥)، (٢,٢٩) مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \geq 0,05$)، ويمكن تفسير ذلك في ضوء مؤشرين رئيسيين:

• **أولهما:** أنه يمكن أن تلعب ظروف أخرى أدواراً مقدرة تتشابه بين الأسر في رفع مستوى المناخ الاجتماعي والنفسي الداعم لغرس السلوكيات التطوعية الإيجابية وتدريب الأطفال على تحمل المسؤولية ليستشعروا دورهم في خدمة مجتمعهم، فهناك من الخصائص التي يمكن أن يتمتع بها الكثير من الآباء والأمهات بغض النظر عن مستواهما التعليمي أو

فئاتهم العمرية أو أوضاعهم المهنية وذلك وفق مرجعياتهم الدينية أو الاجتماعية المتوارثة، مما يؤكد تأثير الخلفية الثقافية التي تمثل مجموعة الاعتقادات والقيم والقوانين الاجتماعية وطريقة الحياة التي تشارك فيها مجموعات من البشر؛ على الإدراك للمؤثرات والمعلومات المحيطة التي تشكل الوعي الكافي بين أفراد المجتمع لفهم التطوع باعتباره فعلا إنسانيا إراديا يكون حرا ومستقلا، أو الذي قد يكون في جوانب منه ممارسة تحكمها الثقافة والتقاليد والأعراف، ويعزز ذلك التفسير ما كشف عنه تقرير حالة التطوع في العالم للعام ٢٠١١؛ حين أفاد بأنه يحدث العمل التطوعي في جميع المجتمعات، وقد يختلف المصطلح الذي يعرفه والأشكال التي يتجلى بها في اللغات والثقافات المختلفة، ولكن القيم التي تقوده هي قيم مشتركة وعالمية، وهي الرغبة في المساهمة من أجل الصالح العام بدافع من رغبة ذاتية وبروح من التضامن ودون توقع مكافأة مادية. (تقرير حالة التطوع في العالم، ٢٠١١: ص ٤)

• **وثانيهما:** الدور الفاعل الذي تلعبه وسائل الإعلام -على اختلاف مجالاتها- في عملية التوعية والمساعدة والتحرر من الأمية، وتوفير أساسا أولي للنهوض بالأفراد والأسرة والمجتمعات، وهي قادرة على ذلك بما تملكه من أدوات نجاح مثمرة، وتذهب (مسعد، ٢٠٠٦) في دراستها إلى أنه لا تختلف تأثيرات وسائل الإعلام على أفراد المجتمع باختلاف خصائصهم الديموجرافية على تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا المحلية سواء كانت اجتماعية، صحية، سياسية....؛ إنما الذي يختلف هو الآثار الناتجة عن استخدام وسائل الاتصال والإعلام باختلاف نوع الوسيلة، أما (حلاوة، ٢٠١١) فقد أشارت نتائج دراستها إلى أن زيادة احتكاك الآباء بمصادر الثقافة المختلفة ووسائلها التي من شأنها تزويدهم بطرائق التربية المناسبة وأساليب التوجيه والتنشئة للأبناء داخل الأسرة؛ وكذلك تعزيز اتجاهاتهم الإيجابية نحو معاملة الأطفال وتنشئتهم وإعدادهم للحياة الاجتماعية السليمة داخل الأسرة وخارجها.

التوصيات

من خلال نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها، تقترح الباحثة وضع مجموعة من التوصيات تساهم في الارتقاء بثقافة العمل التطوعي في مصر وتغيير النظرة السائدة لدى الشعب المصري بأن التطوع هو رفاهة ومجرد قضاء وقت فراغ، إلى النظر إليه على أنه واجب على كل فرد تجاه مجتمعه ووطنه، وذلك كما يلي:

١. تنشئة الطفل منذ الصغر تنشئة اجتماعية على المشاركة في الأعمال التعاونية في الأسرة، لتكوين مفاهيم إيجابية لديه مثل المبادرة والعطاء والمشاركة والبناء والتضحية واتخاذ القرارات السليمة والحقوق والواجبات والمسؤولية المجتمعية، من أجل غرس قيم العمل التطوعي في نفوسهم منذ الطفولة، حتى يساهم النشء ويكون له دور في تقدم ورقي المجتمع.

٢. مضاعفة الاهتمام بفكرة الترويج لبرامج التطوع والخدمة العامة في مصر في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، ويقترح أن يكون ذلك عن طريق الإعلانات والمقالات الصحفية واللقاءات والبرامج التليفزيونية والإذاعية التي تشرح فكرة البرنامج وأهدافه وأهميته وأفكاره وكيفية الاشتراك به ومتابعة أخباره وأنشطته، كذلك فإنه يمكن الترويج للبرنامج من خلال شبكة الإنترنت عن طريق إنشاء صفحات رسمية للبرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر)، والحث على الاشتراك به خاصة بين النشء والشباب الذين يقومون باستخدام شبكة الإنترنت بشكل أساسي في تتبع الأخبار والحصول على المعلومات.

٣. قيام المؤسسات والجمعيات الأهلية المهمة بنشر ثقافة المواطنة بعقد ندوات وإرسال دعوات لأجهزة الإعلام المختلفة للتعريف بأنشطتها، وتقديم معلومات وأخبار عن برامجها وأهدافها، يتوافر فيها الشفافية والوعي بأهميتها.

٤. إمكانية قيام المؤسسات والجمعيات الأهلية بعقد دورات تدريبية للإعلاميين من كافة الوسائل، لتدريبهم على كيفية التعامل مع القضايا التي تتبناها المؤسسة أو الجمعية وخاصة ما يتعلق بتربية النشء على ثقافة المواطنة ودعم قيم المجتمع المدني.

٥. ضرورة فتح قنوات للتواصل مع أولياء الأمور لتوضيح الأفكار الخاصة بالجمعيات والمؤسسات الخيرية وإمكانية السماح لهم بحضور فعاليات بعضها، والمشاركة في التقييم واقتراح أفكار تدعم الثقة في أهميتها؛ لتنشئة الأطفال والمراهقين وفق قيم ومبادئ المواطنة، بما يؤكد فائدة ممارسة الأنشطة والعائد منها، وينعكس ذلك كله على أسلوب التنشئة داخل الأسرة.
٦. تعزيز ودعم مشاركة الأطفال داخل المؤسسات والجمعيات الأهلية وإزالة كافة المعوقات أمام المشاركة الفاعلة للطفل في هذه المؤسسات؛ وذلك عن طريق إيجاد قسم خاص ومستقل بصغار المتطوعين والإشراف عليهم، بحيث يحتوي على قوانين ولوائح وأنظمة خاصة بالعمل التطوعي، والتوصيف الوظيفي للمتطوعين الصغار، والحوافز والتقدير وحقوق وواجبات المتطوعين.
٧. إثراء بعض المناهج بأخبار بعض المتطوعين وبعض المنظمات التطوعية في الداخل والخارج وذكر بعض الإنجازات المهمة، على أن يستمر هذا في كل مراحل التعليم الأساسي، بما يضمن توفير الثقافة التحتية للعمل التطوعي، وهي تلك الثقافة التي تحث على فعل الخير وبذل المعروف والتعاون والتسامح وتلك الثقافة التي تبغض للطفل التميز العنصري والعصبية والأنانية والانطواء والعزلة.
٨. أن تقوم المؤسسات التعليمية (المدارس والجامعات) بتنفيذ برامج وفعاليات تطوعية؛ تعمل على حفز فئة الأطفال والنشء ممن لا يزالون بمراحل التعليم المختلفة أو خارجه على المشاركة فيها من خلال المكافآت المادية والمعنوية، وذلك لتعريفهم بمفهوم ومفردات وأهداف وأهمية التطوع والعمل الأهلي.
٩. إنشاء مركز متخصص في الأبحاث العلمية عن العمل التطوعي، يوفر دراسات وبيانات وإحصاءات وتقارير بشكل دوري عن العمل التطوعي داخل المجتمع المصري، ويعمل المركز على متابعة العمل التطوعي في كافة المجالات، لإعادة الاعتبار للعمل التطوعي والمساهمة في تحسين واقع العمل التطوعي داخل المجتمع.

قائمة المراجع

المراجع العربية:

١. أبادير، نبيل صمونيل. (٢٠١٢). التطوع في المنطقة العربية. التقرير السنوي العاشر للمنظمات الأهلية العربية: الشبكة العربية للمنظمات الأهلية.
٢. أبو الحسن، منال محمد. (٢٠٠٤). التربية الإعلامية للوالدين. الندوة العلمية " نحو والدية راشدة من أجل مجتمع أرشد"، الجزء الثاني، سوهاج: مركز الدراسات المعرفية بالقاهرة وكلية التربية بسوهاج، ص ص ٢٦٧ - ٣١٠.
٣. أحمد، سهير كامل وشحاتة سليمان محمد. (٢٠٠١). علم النفس الاجتماعي بين التنظير والتطبيق. الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب.
٤. إسماعيل، زينب مرسى. (٢٠٠٨). السلوكيات البيئية التي يكتسبها الأطفال من خلال الدراما التليفزيونية. رسالة دكتوراه. القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية.
٥. أقظم، حسن فخري. (٢٠١٤). معوقات مشاركة المرأة في العمل التطوعي من وجهة نظر المتطوعين والعاملين في مؤسسات المجتمع المدني في محافظة نابلس. رسالة ماجستير. فلسطين: جامعة النجاح الوطنية، كلية الدراسات العليا.
٦. الأفندي، إسماعيل محمد. (٢٠١٣). دور المدرسة في تعزيز ثقافة العمل التطوعي لدى طلاب المرحلة الثانوية في المدارس الحكومية. مؤتمر "العمل التطوعي في فلسطين: واقع واحتياجات"، جامعة القدس المفتوحة، استرجع في ٢٢/١/٢٠١٥، من: www.qou.edu/arabic/.../r3_IsmailAlafandi.pdf
٧. الأندنوسي، فتوحة صالح. (٢٠١٢). هدى النبي في تحفيز من تطوع لخدمته عليه الصلاة والسلام. الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ص ٢٤٩ - ٣١٩.

٨. التقرير الأول لمرصد العمل الخيري في مصر. (٢٠١٠). القاهرة: مركز اتخاذ ودعم القرار بمجلس الوزراء المصري.
٩. الجندي، نزيه أحمد. (٢٠١٠). التنشئة السوية للأبناء كما يدركها الوالدان في الأسرة العمانية: دراسة ميدانية. مجلة جامعة دمشق، العدد (٣)، المجلد (٢٦)، ص ٥٧-٨٩.
١٠. الحارثي، حمود بن جابر. (٢٠١٢). الآثار التربوية للعمل التطوعي على الفرد والمجتمع. الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ٨٩-١٠٥.
١١. الحربي، عبدالغني عبدالله محمد. (٢٠١٢). دور الأسرة في تنشئة الأبناء على العمل التطوعي (دراسة استطلاعية على طلاب المرحلة الثانوية بجدة). الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ١٢٦٣-١٣٠٨.
١٢. الحسين، عزي. (٢٠١٤). الأسرة ودورها في تنمية القيم الاجتماعية لدى الطفل في مرحلة الطفولة المتأخرة. رسالة ماجستير. الجزائر: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
١٣. الحلبي، حسن. (٢٠٠٥). مبادئ في العلاقات العامة. بيروت: دار الطليعة.
١٤. الحميدان، خالد بن حميدان. (٢٠١٢). دور الأسرة في نشر ثقافة العمل التطوعي. الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ١١٠٥-١١٥٨.
١٥. الخريبي، إيناس عبدالحميد. (٢٠٠٣). الوظيفة الاتصالية لجمعيات تنمية المجتمع المحلي: دراسة ميدانية على عينة من جمعيات تنمية المجتمع في الفترة من ١٩٩٨-٢٠٠٠. رسالة ماجستير. القاهرة: جامعة حلوان، كلية الآداب.
١٦. الرفاعي، محمد خليل. (٢٠١١). دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية دراسة تحليلية. مجلة جامعة دمشق، العدد (٢+١)، المجلد (١٢)، جامعة الأزهر بغزه، ص ٦٨٧-٧٤٣.

١٧. السلطان، فهد سلطان. (٢٠٠٩). اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي، دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعود. رسالة الخليج العربي، استرجع في Faculty.ksu.edu.sa/Alhassan/DocLib9/01-112.doc. من: ٢٠١٤/٦/٢٠

١٨. السندي، فهد عبدالعزيز. (٢٠١٠). الإعلام والعمل الخيري الواقع والمستقبل. مؤتمر "العمل الخيري الخليجي الرابع"، البحرين: جمعية التربية الإسلامية، استرجع في moltqa3.com/wp- content/uploads/2013/08/Snaidy.pdf، ٢٠١٤/٦/٢٠

content/uploads/2013/08/Snaidy.pdf

١٩. السيد، عبدالباسط محمد. (٢٠١١). موسوعة تربية الطفل. الجزء الثاني، الجيزة: ألفا للنشر والتوزيع.

٢٠. السيد، هالة مصطفى. (٢٠٠٥). إدارة المؤسسات الاجتماعية: إعداد كوادر للعمل في المنظمات غير الحكومية. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

٢١. الشميمري، فهد عبدالرحمن. (٢٠١٠). التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

٢٢. الشهراني، معلوي بن عبدالله. (٢٠٠٦). العمل التطوعي وعلاقته بأمن المجتمع دراسة مطبقة على العاملين في مجال العمل التطوعي في المؤسسات الخيرية بمدينة الرياض. رسالة ماجستير. المملكة العربية السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا.

٢٣. الصديق، أسماء أبو بكر. (٢٠٠٨). دور الاتصال المباشر في تنميو الوعي بقضايا المرأة. رسالة ماجستير. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

٢٤. الصغير، صالح. (٢٠٠٢). الجهود التطوعية وسبل تنظيمها وتفعيلها. "الملتقى الأول للجمعيات الخيرية في المملكة العربية السعودية"، الرياض: جامعة الملك سعود، ص ٢٧ - ١.

٢٥. الضويحي، عبدالعزيز سلطان. (٢٠٠٤). التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات. رسالة ماجستير. المملكة العربية السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا.

٢٦. العبيد، إبراهيم عبدالله. (٢٠١٢). أساليب تنمية العمل التطوعي لدى طلاب المرحلة الجامعية بالمملكة العربية السعودية: صيغة مقترحة. الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ص ٩٤٩ - ١٠٢٠.

٢٧. العوضي، عادل بن عبدالله وآخرون. (٢٠٠٤). العلاقات العامة النظرية والتطبيق. الكويت: الشركة العربية الكويتية.

٢٨. الغامدي، قينان عبدالله. (٢٠١٢). التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني. الندوة العلمية "الإعلام والأمن الإلكتروني"، الرياض: جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية، استرجع في ١٦/٥/٢٠١٥، من:

<http://arabsi.org/attachments/article/4372/%D8%A7%D9%84%D8%A>

٢٩. القثمي، حسن عمر. (٢٠٠٧). العمل التطوعي وسبل تحفيز أبنائنا نحوه. "المؤتمر السعودي الثاني للتطوع"، الرياض: جمعية الهلال الأحمر السعودي، استرجع في ٢٢/٦/٢٠١٥، من:

http://www.gulfkids.com/ar/index.php?action=show_res&r_id=68&topic_id=1875

٣٠. القصاص، ياسر عبدالفتاح. (٢٠١٢). تصور تخطيطي لمواجهة معوقات مشاركة الشباب الجامعي السعودي في العمل التطوعي: دراسة مطبقة على طلاب جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية بمدينة الرياض. الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ص ١٣٦٥ - ١٤٧٠.

٣١. المالكي، سمر محمد. (٢٠١٠). مدى إدراك طالبات الدراسات العليا بجامعة أم القرى لمجالات العمل التطوعي للمرأة في المجتمع السعودي: دراسة تحليلية. رسالة ماجستير. المملكة العربية السعودية: جامعة أم القرى، كلية التربية.
٣٢. المبارك، نجلاء بنت حمد بن علي. (٢٠١٢). دوافع المرأة في العمل التطوعي. الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ص ٥١٥ - ٥٧٠.
٣٣. المطيري، معصومة. (٢٠١٠). أثر الإعلام العربي على نشأة الطفل وعلاقته بالأسرة. مؤتمر "الأسرة والإعلام العربي: نحو أدوار جديدة للإعلام الأسري"، الدوحة: معهد الدوحة الدولي لدراسات الأسرة والتنمية والمجلس العربي للطفولة والتنمية، ص ص ٢ - ٢١.
٣٤. المقوشي، عبدالعزيز بن علي. (٢٠٠٠). الإعلام وتنمية الوعي بالعمل التطوعي. مؤتمر "العمل التطوعي والأمن في الوطن العربي"، الجزء الأول (ب)، الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ص ص ١ - ٢٩.
٣٥. المهدي، سهى عبدالرحمن. (٢٠١٠). دور قنوات الاتصال الدينية المتخصصة في تفعيل أنشطة العمل التطوعي وأنشطة التنمية البشرية في المجتمع المصري: دراسة مسحية. رسالة دكتوراه. القاهرة: جامعة عين شمس، كلية الآداب.
٣٦. الوصيفي، ختام يوسف وميسون محمد النباهين. (٢٠١٣). واقع العمل التطوعي الشبابي الخاص في ظل التداخيات المجتمعية المعاصرة. مؤتمر "طلبة الجامعات: الواقع والآمال"، غزة: الجامعة الإسلامية، ص ص ١٧٣ - ٢٠٦.
٣٧. يحيى، يحيى بن إبراهيم. (٢٠١٢). العوامل المؤدية إلى ترك العمل التطوعي وسبل الحفاظ على المتطوع من التسرب. الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ص ١٤٧١ - ١٤٨٦.

٣٨. اليوسف، عبدالله أحمد. (٢٠٠٥). ثقافة العمل التطوعي. جدة: مركز الرؤية للتنمية الفكرية.

٣٩. اليوسف، عبدالله أحمد. (٢٠١١). أفكار في العمل التطوعي. القطيف: أطيايف للنشر والتوزيع.

٤٠. باشا، عدنان بن خليل. (٢٠١٢). العمل التطوعي وأثره على الفرد والمجتمع. الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ص ١٩٣ - ٢٤٧.

٤١. بركات، وجدي محمد. (٢٠٠٥). تفعيل الجمعيات الخيرية التطوعية في ضوء سياسات الإصلاح الاجتماعي بالمجتمع العربي المعاصر. المؤتمر العلمي الثامن عشر بعنوان "الخدمة الاجتماعية وقضايا الإصلاح في المجتمع العربي المعاصر"، القاهرة: جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، ص ٢ - ٦٠، استرجع في ١٤/٣/٢٠١٥، من: https://uqu.edu.sa/files2/tiny_mce/plugins/.../files/.../stu6.pdf

٤٢. بن منظور، محمد بن مكرم. (٢٠٠٠). لسان العرب. المجلد الرابع، القاهرة: دار المعارف.

٤٣. تقرير مفوضية الأمم المتحدة للجنة حقوق الطفل. (٢٠٠٨). اتفاقية حقوق الطفل، استرجع في ٢٤/٦/٢٠١٥، من:

<https://www1.umn.edu/humanrts/arabic/CRC138.pdf>

٤٤. تقرير حالة التطوع في العالم. (٢٠١١). قيم عالمية من أجل الرفاه العالمي، استرجع في ٣/٧/٢٠١٥، من:

www.unv.org/fileadmin/.../SWVR%20Overview%20%5BArabic%5D.pd...

٤٥. جلال، رانيا مندوه. (٢٠١٢). وسائل الاتصال في المؤسسات والجمعيات الأهلية وعلاقتها باتجاهات المراهقين نحو قيم المجتمع المدني. رسالة دكتوراه. القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة.
٤٦. حامد، شيماء ذو الفقار. (٢٠٠٣). التغطية التلفزيونية والصحفية للقضايا العامة في مصر وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو هذه القضايا. رسالة دكتوراه. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام.
٤٧. حسين، سمير محمد. (١٩٩٩). بحوث الإعلام: الأسس والمبادئ. ط٣، القاهرة: عالم الكتب.
٤٨. حلاوة، باسمة. (٢٠١١). دور الوالدين في تكوين الشخصية الاجتماعية عند الأبناء: دراسة ميدانية في مدينة دمشق. مجلة جامعة دمشق، العدد (٤+٣)، المجلد (٢٧)، ص ٧١-١٠٩.
٤٩. حلس، موسى عبدالرحيم وناصر علي مهدي. (٢٠١٠). دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني. سلسلة العلوم الإنسانية، العدد (٢)، المجلد (١٢)، جامعة الأزهر بغزه، ص ١٣٥ - ١٨٠.
٥٠. حمدان، سعيد بن ناصر. (٢٠٠٨). دور الأسرة في تنمية قيم المواطنة لدى الشباب في ظل تحديات العولمة. السجل العلمي للملتقى العلمي "الأسرة السعودية والتغيرات المعاصرة"، المملكة العربية السعودية: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الجمعية السعودية لعلم الاجتماع.
٥١. حوامة، باسم علي وشاهر ذيب أبو شريح. (٢٠٠٦). وسائل الإعلام والطفولة. الأردن: دار جرير.
٥٢. خطيب، عبدالقادر بن ياسين. (٢٠١٢). الارتقاء بالعمل التطوعي: دراسة تأصيلية تطبيقية. الندوة العلمية "العمل التطوعي وأفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ١٠٩ - ١٥٩.

٥٣. خفاجي، ريهام أحمد. (٢٠١٣). الجامعات الغربية والعمل الخيري: شراكة مجتمعية ودروس مستفادة. مؤتمر "العطاء الاجتماعي والمشاركة المدنية في العالم العربي"، تونس، ص ص ٩٧ - ١١٠.

٥٤. رحال، عمر. (٢٠٠٦). الشباب والعمل التطوعي في فلسطين. بحث مقدم إلى مؤسسة الحياة للإغاثة والتنمية، استرجع في ١٩/١/٢٠١٥، من:

www.shams-pal.org/pages/arabic/researches/yathandwork.pdf

٥٥. سلطان، غادة سيد أحمد. (٢٠١٤). دور الشراكة المجتمعية بين الجمعيات الأهلية والمدارس في تدعيم ثقافة العمل التطوعي لدى طلاب المرحلة الثانوية. رسالة ماجستير. أسيوط: جامعة أسيوط، كلية الخدمة الاجتماعية.

٥٦. شاهين، محمد عبد الفتاح وإسماعيل محمد شندي. (٢٠١٣). العمل التطوعي من منظور إسلامي. مؤتمر "العمل التطوعي في فلسطين: واقع واحتياجات"، رام الله: جامعة القدس المفتوحة، ص ص ١ - ٢٤، استرجع في ١٩/١/٢٠١٥، من:

www.qou.edu/arabic/.../researchersPages/ismailShindi/ismailShindi29.pdf

٥٧. شمس، مروة مصطفى. (٢٠٠٧). دور مراكز الإعلام في تنمية الوعي بقضايا البيئة في مصر: دراسة وصفية في محافظة الإسكندرية. رسالة ماجستير. الإسكندرية: جامعة الإسكندرية، كلية الآداب.

٥٨. شومان، إيمان حسن جابر. (٢٠١٢). الأبعاد الاجتماعية للعمل التطوعي ودورها في عملية التماسك الاجتماعي في المجتمع السعودي من وجهة نظر سوسيولوجية. الندوة العلمية "العمل التطوعي وأفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ص ٥ - ٨٦.

٥٩. طلعت، شاهيناز. (١٩٩٥). وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية. ط٣، القاهرة: مكتبة الانجلو مصرية.

٦٠. عابدين، محمد. (٢٠١٠). الاتجاهات الوالدية في التنشئة الاجتماعية للناشئين كما يدركها طلبة الصف الثاني الثانوي في جنوب الضفة الغربية/ فلسطين. المجلة الأردنية في العلوم التربوية، العدد (٢)، المجلد (٦)، ص ص ١٢٩ - ١٤٦.
٦١. عباس، منال. (٢٠١٣). العمل التطوعي بين الواقع والمأمول. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.
٦٢. عبدالحميد، خالد عوض. (٢٠١٠). القنوات الفضائية وتأثيرها على تغير أنساق القيم الاجتماعية وأنماط السلوك الاستهلاكي في المجتمع المصري. رسالة ماجستير. القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية.
٦٣. عبدالرحيم، خالد فتح الله. (٢٠١٠). التعرض لمصادر الاتصال وعلاقته بتنمية سلوك التطوع في البيئات العشوائية: دراسة تطبيقية. رسالة ماجستير. القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية.
٦٤. عبدالشافي، مؤمن جبر. (٢٠٠٩). تأثير الإطار الإعلامي في معالجة الصحف المحلية المصرية لأزمات المجتمع المحلي. رسالة دكتوراه. القاهرة: جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية.
٦٥. عبدالعزيز محمد، نادية وإيمان محمد إلياس. (٢٠١١). اتجاهات الفتاة الجامعية نحو العمل التطوعي في المجتمع السعودي ودور الخدمة الاجتماعية في تنميتها. مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، العدد (٣٠)، الجزء (٩)، جامعة حلوان، ص ص ٤١٠٩ - ٤١٩٢.
٦٦. عبدالكريم، لؤلؤه. (٢٠١٢). العمل التطوعي تأصيله وأبعاده. الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ص ٣٢٣ - ٤١٠.
٦٧. عبداللطيف، رشاد أحمد. (٢٠٠٠). إسهامات الجمعيات التطوعية في تحقيق الأمن الاجتماعي بالمجتمع. مؤتمر "العمل التطوعي والأمن في الوطن العربي"، الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الجزء الثاني (أ/١)، ص ص ١ - ٣٧.

٦٨. عبدالمحسن، إيمان فتحي. (٢٠١٣). دور الحملات الإعلامية المقدمة بالقنوات الفضائية في توعية الشباب الجامعي بالقضايا المجتمعية. رسالة دكتوراه. القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة.
٦٩. عبدالوهاب، سمير. (٢٠٠٦). التربية الوجدانية للأطفال: تساؤلات ومنطلقات. المؤتمر السنوي لكلية رياض الأطفال "التربية الوجدانية للطفل"، القاهرة: كلية رياض الأطفال بالتعاون مع مركز الدراسات المعرفية، ص ٣٥ - ٥٠.
٧٠. عثمان، سمر إبراهيم. (٢٠٠٩). المعالجة الإعلامية للأزمات وتأثيراتها المعرفية والوجدانية على الشباب الجامعي. رسالة دكتوراه. القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة.
٧١. عزي، عبدالرحمن. (٢٠٠٤). دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
٧٢. عفيف، سعاد عبود. (٢٠١٢). الاتجاهات الحديثة لتنظيم وإدارة العمل التطوعي: مقترحات للتطبيق في القطاع النسائي التطوعي بالمملكة العربية السعودية. الندوة العلمية "العمل التطوعي وأفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ١٢٠٥ - ١٢٣٦.
٧٣. عنتر، محمد عبدالله. (٢٠١٣). العمل التطوعي في المؤسسات الرياضية. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر.
٧٤. فوارس، هيفاء فياض. (٢٠١٣). الوظيفة التربوية للأسرة المسلمة في العالم المعاصر "رؤية تحليلية نقدية". مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية، العدد (٣)، المجلد (٢١)، ص ٢٧٧ - ٣٠٥.
٧٥. قنديل، أماني. (٢٠١٢). حالة التطوع في المنطقة العربية "ملاحم الواقع وتوجه نحو المستقبل" ملخص تنفيذي. القاهرة: الشبكة العربية للمنظمات الأهلية.

٧٦. كرم الدين، أميرة عثمان. (٢٠٠٥). بعض جوانب الانتماء التي تعكسها بعض وسائل الإعلام المقدمة للطفل المصري. رسالة ماجستير. القاهرة: جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة.

٧٧. كرم الدين، ليلى أحمد السيد. (٢٠٠٤). أهم الأدلة الإرشادية المتوفرة اللازمة للإعداد للوالدية. الندوة العلمية " نحو والدية راشدة من أجل مجتمع أرشد"، الجزء الثاني، سوهاج: مركز الدراسات المعرفية بالقاهرة وكلية التربية بسوهاج، ص ص ٤٦١ - ٥٢٠.

٧٨. ليوز، عبدالله وعمر حجاج. (٢٠١٣). علاقة أساليب التنشئة داخل الأسرة بتوافق التلميذ داخل المدرسة. الملتقى الوطني الثالث حول "الاتصال وجودة الحياة في الأسرة"، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص ص ١ - ٥٣.

٧٩. مجمع اللغة العربية. (١٩٨٩). المعجم الوجيز. القاهرة: دار التحرير للطبع والنشر.

٨٠. محمد، محمد عبدالفتاح. (٢٠٠٨). الجمعيات الأهلية النسائية. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.

٨١. مختار، وفيق صفوت. (٢٠٠٥). سيكولوجية الطفولة: (دراسة تربوية نفسية في الفترة من عامين إلى إثني عشر عاماً). القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر.

٨٢. مركز البحوث والدراسات. (٢٠٠١). تفعيل دور المنظمات التطوعية في المجتمع. المؤتمر السعودي الثاني للتطوع، الرياض، استرجع في ٢٩/٦/٢٠١٥، من:

jeg.org.sa/data/modules/contents/uploads/infopdf/613.pdf

٨٣. مسعد، إيناس محمد. (٢٠٠٦). أثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة في تكوين الرأي العام المصري تجاه القضايا الدولية. رسالة ماجستير. القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام.

٨٤. مظاهري، محمد بن عامر عبدالحميد. (٢٠٠٦). واقع العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية والدور الإعلامي المأمول لتنميته: دراسة وصفية نقدية. مجلة العلوم التربوية، العدد (٤)، جامعة طيبة، ص ص ١٨٩ - ٢١٩.
٨٥. نبوي، جيهان. (٢٠٠٦). أهمية العلاقات العامة لنجاح الجمعيات الأهلية. القاهرة: جمعية مصر المحروسة.
٨٦. نجم، منور عدنان وإيمان عدنان. (٢٠١٣). أسباب عزوف الشباب الجامعي عن العمل التطوعي. المؤتمر الدولي الأول لععادة شئون الطلبة "طلبة الجامعات الواقع والآمال"، فلسطين: الجامعة الإسلامية، ص ص ٢٠٧ - ٢٣٩.
٨٧. نياز، حياة بنت عبدالعزيز. (٢٠١٢). مدى ممارسة المرأة السعودية للعمل التطوعي وعلاقتها ببعض المتغيرات الديمغرافية: دراسة في ضوء التربية الإسلامية. الندوة العلمية "العمل التطوعي وآفاق المستقبل"، مكة المكرمة: جامعة أم القرى، ص ص ١١٠٤ - ١٠٢٣.

المراجع الأجنبية:

1. Andrews, Kevin B.; Lockett, Landry L. (2013). Improving Generation Y Volunteerism in Extension Programs. Journal of Extension, v51, n2, Article 2IAW5.
2. Barış K. Yörük. (2012). the Effect of Media on Charitable Giving and Volunteering: Evidence from the "Give Five" Campaign. Journal of Policy Analysis and Management, Volume 31, Issue 4, p813-836.
3. Beyers, Wim; Erentaite, Rasa; Zukauskienė, Rita; Pilkauskaitė-Valickienė, Rasa. (2012). News Media Related to Civic Engagement? The Effects of Interest in and Discussions about the

- News Media on Current and Future Civic Engagement of Adolescents. *Journal of Adolescence*, v35, n3, p587-597.
4. Fox, Helen. (2012). Their Highest Vocation: Social Justice and the Millennial Generation. Retrieved 25/6/2015, from [http://eric.ed.gov/?q=media+and+volunteering&ff1=dtvSince 2006&id=ED528768](http://eric.ed.gov/?q=media+and+volunteering&ff1=dtvSince+2006&id=ED528768).
 5. Gerbig, Kori M. (2008). Strategies for Community Outreach. Motivational Strategies That Work. *Educators' Spotlight Digest*, v3 n1.
 6. Lopez, Mark Hugo; Brown, Benjamin. (2006). Civic Engagement among 2-Year and 4-Year College Students. Center for Information and Research on Civic Learning and Engagement (CIRCLE), University of Maryland.
 7. Lough, Benjamin J.; McBride, Amanda Moore; Sherraden, Margaret S. (2012). Measuring International Service Outcomes: Implications for International Social Work Field Placements. *Journal of Social Work Education*, v48 n3 p479-499.
 8. McGinley, Meredith; Lipperman-Kreda, Sharon; Byrnes, Hilary F.; Carlo, Gustavo (2010). Parental, social and dispositional pathways to Israeli adolescents' volunteering , *Journal of Applied Developmental Psychology*. Vol. 31, Issue 5, p386-394.
 9. National volunteering strategy [electronic resource] (2011): Australia volunteers, inspiring the volunteer in you / Australian

Government. Commonwealth of Australia, Department of the Prime Minister and Cabinet, Retrieved 12/5/2015, from www.savolunteeringstrategy.org.au/.../National-Volunte.

10. Stanley j. Baran and Dennis k.Davis. (2006). Mass Communication Theory, foundations, ferment, and future, USA, THOMSON, WADSWARTH, 4th ed, Pp. 324-328.