

الفصل الأول

الإطار العام

المقدمة

مشكله البحث

أهميه البحث

أهداف البحث

فروض البحث

منهجية البحث

حدود البحث

مصطلحات البحث

مقدمة البحث :-

انطلاقاً من قيم الدين الإسلامي الحنيف في الحث علي التكافل يحظي العمل التطوعي باحترام الناس في المجتمعات الإسلامية ويتمثل الدور المهم لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي وأجهزته في دعم ونشر ثقافة العمل الخيري من قبل مساعدة المحتاجين والفقراء وكفالة اليتيم وغيرها ولا يمكن كسب ثقة الرأي العام إلا من خلال أعلام واتصال غني الجوهر والأبعاد وان أنشطه العمل الطوعي في فترة محدودة من العام وهي في شهر رمضان المبارك ثم يضعف الاهتمام الإعلامي بأنشطة العمل الخيري وهنا لأبد من تعزيز الروابط وتفعيل دور التواصل الاجتماعي والخطط الإعلامية للعمل التطوعي وفي ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) بين قطاع عريض من أفراد المجتمع وعلي مساحه كبيرة تشغلها تقريبا كل الفئات من مختلف الأعمار والشرائح الاجتماعية بادرت الكثير من المؤسسات الخيرية والإنسانية إلي الاستفادة من هذه المنصات الافتراضية للتواصل مع الفئات المستهدفة وإيصال وسائلها وأهدافها ولكن بعض الجمعيات تحاول استغلال هذه الشبكة العنكبوتية كمصدر لتلقي التبرعات والهيئات وليس كوسيلة للتوعية وزيادة الوعي أو الحث علي العمل التطوعي والتعاون والتكافل الاجتماعي فمع تسارع التطورات العالمية ودخول البشرية عصر العولمة تحدث تحولات كبيرة في المجالات وعلي المستويات كافة (المحلي والإقليمي والدولي) والعملية الإنمائية أو تقوم بالمدافعة عن البيئة أو مستوى المعيشة ومعايير العمل أو تكون المحفز الذي يؤدي إلي التغيير ويمكن وصف عمل المنظمات بأنة الوسيط بين الفرد والدولة وبالتالي هي خدمه بين الإدارة والفرد فكما هو معروف اليوم فالأعلام يمثل ركنا أساسيا في مسير ه كل القطاعات بلاء استثناء ولا يمكن الاستغناء عنه إطلاقاً .

مشكله البحث :-

تعاني المنظمات التطوعية من سوء توظيف وسائل الإعلام والفاعلية في الوصول للجمهور وهنالك قصور تجاه تلك المنظمات من قبل الإعلام كما لا توجد علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي وبين المنظمات الطوعية وان هذه الوسائل سوء كانت إعلام مسموع أو مرئي أو مواقع التواصل الاجتماعي تنشط فقط في فترة محددة من العام ثم يضعف ذلك النشاط

أهميه البحث:-

تكمن أهميه البحث في تفعيل دور وسائل التواصل الاجتماعي والخطط الإعلامية للجهات الخيرية وكما يجب علينا السعي في نشر ثقافة العمل التطوعي داخل الأسر ومن خلال المؤسسات التعليمية والمناهج الدراسية وجميع وسائل الإعلام بل المجتمع ككل وتعريفهم بأهمية العمل التطوعي وحثهم علي الانخراط - لكي يزيد في تماسكه ووحدة صفه ولكون هذه الثقافة عامل من عوامل بناء المجتمعات المتقدمة والرقى به نحو مستقبل مشرق يخلو من مشاكل الفقر

أهداف البحث:-

- 1/ معرفه مدي استفادة المنظمات الطوعية من التلفزيون او الراديو
- 2/ التعريف بمسؤولية الإعلام في مسانده العمل الطوعي وايجاد علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والعمل التطوعي
- 3/ معرفه أسباب الظهور الموسمي والركود باقي العام
- 4/ التعرف علي ضعف الإعلام الداعم لأعمال المنظمات الطوعية والترويج لأنشطتها.

5/الربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال والعمل الطوعي كمستفيد من هذه الوسائل .

فروض البحث:-

- 1/ توجد علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والمؤسسات الخيرية
- 2/ لوسائل التواصل الاجتماعي دور فعال تجاه العمل الخيري
- 3/ توجد مسؤولية دينية وتوعوية للإعلام تراعي خدمه المجتمع والأعمال الخيرية
- 4/ يلعب الإعلام دوراً فاعلاً في نشر أنشطة العمل الطوعي

حدود البحث :-

حدود مكانية - ولاية الخرطوم

حدود زمانية - 2010_2015

أدوات البحث :-

الاستبيان_المقابلة -الملاحظة

مناهج البحث :-

المنهج الوصفي :

يقوم هذا المنهج علي وصف بيانات حول الظواهر أو غيرها من الخصائص التي تقوم عليها الدراسة ويعتبر المنهج الوصفي من أكثر مناهج البحث استخداماً وذلك بسبب النتائج الدقيقة التي يقدمها.

مصطلحات البحث:

(1) العمل الطوعي :

ذلك الجهد الذي يبذله الإنسان من اجل مجتمعة ,أو من جماعات معينة ,وفية يتحمل مسؤوليات إنسانية داخلية خاصة ,تلقى الرضا والقبول من جانب المجتمع

(2) العمل الاجتماعي التطوعي:

هو مساهمة الأفراد في أعمال الرعاية والتنمية الاجتماعية سواء بالرأي أو بالعمل أو بالتمويل أو بغير ذلك من الأشكال ,ومن خصائص العمل الاجتماعي التطوعي أن يقوم علي تعاون الأفراد مع بعضهم البعض في سبيل احتياجات مجتمعاتهم

(3) ومواقع التواصل الاجتماعي :

هي مجموعة التقنيات المتاحة علي الشبكة العنكبوتية والتي يستعملها الناس لغايات التواصل والتفاعل وقد تقدم هذا المفهوم ويعني جميع وسائل التواصل الإلكتروني المتاحة في الحادي والعشرين ويستعمل بعض الأفراد مفهوم وسائل الإعلام الاجتماعي علي نحو واسع.

(4) وسائل الإعلام

يعرف الإعلام بأنه النقل الحر والموضوعي للأخبار, والمعلومات, والوقائع بصورة صحيحة وبإحدى وسائل الإعلام مستهدفاً العقل ,لايهدف لغرض سوى الإعلام ذاته لغرض التميز بينه وبين الدعاية. (تركي ,1984م)

الفصل الثاني

الإطار العام والدراسات السابقة

المبحث الأول: المفاهيم العامة

المبحث الثاني : العمل الطوعي

المبحث الثالث : الدراسات السابقة

المبحث الأول

المفاهيم العامة

مفهوم المنظمة :-

المنظمة مجموعة من الأفراد لهم هدف معين يستخدمون طريقا أو أكثر للوصول إليه فمثلا هناك منظمات إنسانية منظمات بيئية منظمات عمالية الخ و هي شخصيه اعتبارية لها كيانها المستقل عن الأفراد المكونين لها.

مفهوم المنظمات التطوعية :-

كل منظمة تقوم أساسا علي عامل التطوع سواء كان ذلك التطوع بالجهد البدني أو العقلي أو التبرع بالمال تعد منظمه تطوعية وقد استعمل الباحثون في الاعمال التطوعية مصطلح المنظمات التطوعية للدلالة علي عدد كبير من المنظمات الشعبية التي ينشئها المواطنون ويديرونها ويقدمون من خلالها خدمات اجتماعية تطوعية مساعدة منهم للإدارة العامة ودعمها للقيام بمهامها الكثيرة في إشباع الحاجات العامة

مفهوم التطوع:-

يقصد بالتطوع هو أي جهد جسدي أو مالي أو عيني أو فكري يبذله الإنسان لمجموعة من الناس بدون أي مقابل وبلا أية ضغوط ودون إكراه من احد ، وتوجد في مجتمعاتنا العديد من المؤسسات التي تعني بالعمل التطوعي وتشجيع الشباب علي القيام بدورهم في هذه المجال حتى يستطيعوا فهم أهمية مثل هذا العمل لهم ولغيرهم من الناس ، ومن الامثلة علي العمل التطوعي تقديم العون للسر المحتاجة وغيرها الكثير من الامثلة أو هو كافة الجهود والخدمات التي يقوم شخص ما بتقديمها دون اجر أو مقابل لأبناء المجتمع الذي يعيش فيه.

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

ويعرف التطوع اصطلاحاً هو الجهد الذي يبذله أي إنسان بلا مقابل لمجتمعه بدافع منه للإسهام في تحمل مسؤولية المؤسسة التي تعمل علي تقديم الرعاية الاجتماعية (سليمان,1416هـ)

مفهوم وسائل الإعلام :-

هي الوسائل والطرق والأدوات التي تنتقل عبرها المعلومات والأخبار, و تطورت وسائل الإعلام عبر التاريخ حتى شهدت .أوج تطورها في عالمنا اليوم, حيث أصبح العالم بفضلها قرية صغيرة حيث ساهمت التكنولوجيا الحديثة في نقل المعلومات عبر العالم في أجزاء من الثانية, وتختلف هذه المعلومات حسب نوعها فهناك معلومات سرية تكون بين جهات محدودة وهناك معلومات عامه لجميع الناس كما تعدي الأمر ليصل إلي الترفيه والتسلية .

وهناك تعريف آخر لوسائل الإعلام :-

هي مجموعة المواد الأدبية والعلمية والفنية المؤدية للاتصال الجماعي بالناس بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال الأدوات التي تنقلها أو تعبر عنها مثل الصحافة و الإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء والمعارض والمؤتمرات والزيارات الرسمية وغير الرسمية. (صالح,1422هـ)

مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي :-

هي عبارة عن مواقع إلكترونية أو تطبيقات برمجية صممت خصيصا لتوفير خدمة التوصيل بين المستخدمين المسجلين عبر تلك المواقع أو التطبيقات من خلال اسم مستخدم خاص بهم أو رقم هاتف أو بريد إلكتروني, ولا يتم هذا التوصيل إلا بوجود خطوط اتصال عبر شبكة الانترنت .

أيضا تعريف آخر :

يقصد بوسائل التواصل الاجتماعي أنها تطبيقات تكنولوجية حديثة تعتمد على الانترنت من اجل التواصل والتفاعل بين البشر عن طريق الرسائل المكتوبة والرسائل الصوتية والمسموعة والمرئية وتعمل هذه الرسائل علي بناء وتفعيل المجتمعات الحية في إيقاع العالم.

المبحث الثاني

العمل الطوعي أهدافه

أولاً :- التطور التاريخي لنشأة العمل التطوعي

أن العمل التطوعي في المجال الاجتماعي نشأ بنشأة الإنسان, فقد نشأ في كل مجتمع إنساني وفي كل مكان نشأت فيه حضارة من الحضارات أو ديانة من الديانات وقد تطور العمل الاجتماعي بتطور المجتمعات الإنسانية

1) العمل التطوعي في الحضارات القديمة

أ - دلت الصور والرسوم الموجودة علي جدران معابد قدماء المصريين وقبورهم علي أن العمل الاجتماعي التطوعي المتمثل في مساعدة الفقراء كان موجوداً لديهم خاصة في حفلات الأسر الملكية أو كان المواطنون العاديون يقدمون تبرعاتهم للمحتاجين فقد كانت المعابد هي التي تتلقي تلك المساعدات والتبرعات من محاصيل الأرض, ومنتجات الماشية لتوزيعها علي الفقراء بمعرفة الكهنة فقد عرف قدماء المصريين الكثير من أعمال التطوع الاجتماعي في مجال البر والإحسان (أحمد ، 2015م)

ب- الرومان والإغريق

كانت الحضارة اليونانية معاصرة لحضارة قدماء المصريين وقد كان اهتمام أغنياء اليونانيين القدماء موجهاً لرعاية أبناء السبيل وتوفير الطعام والمأوى للغرباء وتقديم المساعدات للمحتاجين والغالب علي هذه الحضارة قيام خزانة الدولة نفسها بالرعاية الاجتماعية لشعبها. أما الرومان فقد انقسم مجتمعهم إلي أشراف و عامة, أما الأشراف فقد كانوا يملكون كل شيء, والعامة أتباع للأشراف وليس لهم حقوق أو كيان وقد تطورت الأمور في هذه الحضارة بعد كفاح العامة الذي أدبي إلي تحقيق المساواة بين الجماعتين وفي هذه الحضارة أي الرومانية كان العمل الاجتماعي التطوعي يتمثل في طبقة النبلاء فهم الذين يوزعون القمح علي الفقراء عندما يشتد القحط .

2) العمل التطوعي في الأديان السماوية

أن الرعاية الاجتماعية والعمل التطوعي الاجتماعي وجدا منذ القدم ,وقبل ظهور الأديان السماوية ,فقد دعت الأديان السماوية الثلاثة اليهودية والنصرانية والإسلام إلي العمل التطوعي في المجال الاجتماعي .ونستطيع أن ندلل علي هذا من خلال استعراض لبعض ملامح الرعاية الاجتماعية .كما وجدت في

الأديان السماوية :-

أ- اليهودية

كثير من نصوص العهد القديم تحدد نماذج لما نعرفه اليوم باسم الرعاية الاجتماعية والعمل التطوعي من خلاله ,وأصدق دليل علي ذلك الوصايا العشر التي نزلت علي موسى "عليه السلام" والتي منها :-

-افتح يدك لأخيك المسكين والفقير في أرضك

-من يرحم الفقير يقرض الرب وعن معروف يجاذية

-ولا ينهر الفقير ولا يحقر

ب- النصرانية

جاءت النصرانية في أصولها غير المحرفة مكملة للديانة اليهودية واستمراراً لها في اتجاهاتها نحو الإحسان ورعاية المحتاجين ,وفي كثير من نصوص العهد الجديد {الإنجيل} نجد الأصول الأولى للرعاية الاجتماعية عنها في مواضيع كثيرة :-

- بالصدقة يقبل الصوم , ومعها تقبل الصلاة .⁽¹⁾

-من سألك أعطه ,ومن أراد أن يقترض منك فلا ترده

-الله سبحانه وتعالى يكافئ من يشبع الفقير

⁽¹⁾ احمد ابراهيم ,مرجع سابق ص26-29

وقد اهتمت النصرانية برعاية الأيتام والأرامل , وانشأة بيوت المحبة {الملاجئ} وفي كل الأحوال هناك دور كبير للعمل الاجتماعي .

جـ_ الدين الإسلامي :-

لما كان الإسلام آخر الديانات السماوية فقد جاء بنظام متكامل للرعاية الاجتماعية , يقوم علي أساس التكافل الاجتماعي والتعاون بين الناس في سبيل الخير , وخص الإسلام علي البر والرحمة والعدل و|الإحسان , وفي هذا يقول الله تعالى

-{ولا تستوي الحسنه ولا السيئة ادفع بالتي هي أحسن }فصلت الاية

-ويقول عز وجل {وآتي المال علي حبه ذوى القربى واليتامي والمساكين وابن السبيل

والسائلين في الرقاب البقرة -166

-وقال الرسول (ص) الساعي علي الأرملة والمساكين كالمجاهد في سبيل الله أو

القائم الليل والنهار .

- وقولة أفضل العمل إدخال السرور علي المؤمن تقضى عنة ديناً , تقضى له حابه

,تنفس له كربة . (1)

(1) احمد ابراهيم حمزة , مرجع سابق ص34

نشأة وتطور العمل الطوعي في السودان

عرف السودان العمل الطوعي والإنساني بإشكاله التقليدية منذ الإلف السنين حيث ظل أرضاً تهاجر إليها القبائل من الشمال والشرق والغرب والجنوب والسودان ببعد الإفرقي ومن قبل الإسلام كان يعرف النجدة والتكافل والمروءة كرام الضيف وهي قيم الأخلاق التي وجدها الإسلام الذي جاء ليتمها ,وهي موجودة في التقاليد والأعراف الإفريقية وخلال القرون الخمسة الماضية كان حجاج بيت الله الحرام وطلاب العلم يعبرون السودان في هجرتهم ,وفي أحيان كثيرة يستقرون فيه .وكانت خلاوى القرآن و مسانده منتشرة, حيث يتلقى طلاب العلم دروسهم وهم يحفظون القرآن في (المسيد),حيث السكن و الإعاشة ,وقد كان المسيد وما يزال نموذجاً للعمل الطوعي الذي يراعاه المجتمع (محمود, 2001)

كان العمل الطوعي في السودان يسير بعفوية تامة إلي حين صدور قانون تسجيل الجمعيات وعليه فإن أهم المراحل التي مره بها العمل الطوعي يمكن تلخيصها في مرحلتين

1/ مرحلة ما قبل الاستقلال

حيث كان الاستعمار يراقب العمل الشعبي بحذر شديد , و في عام 1936م قام مجلس أمناء معهد القرش الصناعي الذي يعتبر من المؤسسات الوطنية العامة التي قامت في ذلك التاريخ لمساعدة ورعاية وتأهيل الأيتام ومثالاً آخر جمعية مكافحة الأمراض الصدرية التي جمعت عدداً من أخصائي الأمراض الصدرية ,آخرين من كرام المواطنين .

2/مرحلة ما بعد الاستقلال

بدأت الدولة تتدخل في تنظيم وتشجيع العمل الطوعي وذلك من خلال مصلحة الرعاية الاجتماعية ووزارة الشؤون الاجتماعية في ما بعد زاد اهتمام الدول بالجمعيات الطوعية فأصدرت قانوناً جديداً للعمل الطوعي فاستوعب المستجدات التي حدثت في مجالات العمل الاجتماعي المختلفة .

وفي نهاية فترة ثورة الخامس والعشرين من مايو 1969م بدأت بعض التنظيمات السياسية تتبنى بعض الجمعيات التطوعية خاصة بعد ظهور الجفاف والتصحر في العام 1984م ,مما خلق صراع خفي بين العاملين في الجمعيات القومية وتنظيمات الاتحاد الاشتراكي ,الأمر الذي أدى إلي إضعاف أداء الجمعيات عموماً قصر دورها في صيانة المدارس والمستشفيات وتقديم الغذاء الكساء للنازحين وغابت البرامج الشمولية الموجهة والمخططة .

وأخيراً صدر قانون تنظيم العمل الطوعي (1984م) , فزاد عدد الجمعيات الأهلية العاملة في المجال الاجتماعي خاصة تلك التي عملت في مجال الإغاثة عادة التعمير . أما في فترة حكومة الإنقاذ الوطني كما هو معلوم فقد توقفت ازرعها الطوعية عن العمل تلقائياً ونشطت الحكومة في إعادة تنظيم العمل الطوعي وفق موجهات جديدة من بينها النأي بالعمل الطوعي ,وفي عام 1994م تم إنشاء مفوضية العمل الإنساني للإشراف علي الجمعيات والمنظمات الطوعية الوطنية والأجنبية .وبعد اتفاق السلام الشامل مع الحركة الشعبية لتحرير السودان شهدة إقليم دارفور حرباً أدت إلي تدخل المنظمات الأجنبية ومنظمات الأمم المتحدة التي تودي خدمات إنمائية في غالب أعمالها وكان منذ اندلاع الحرب في دارفور 2003م مما أدى ذلك إلي الأهتمام العالمي بالنواحي الإنسانية وسارعت المنظمات الأممية ووكالاتها بتقديم شتى أنواع

المسعدات من إيواء وصحة نسبة لتزايد عدد النازحين من ولايات الحرب وأكثر الشرائح تضرراً هي المرأة كان جل اهتمام المنظمات الطوعية وتركيزها في تمكين المرأة بالتدريب متمثلة في الورش وفصول محو الأمية وإنشاء المشاريع المدرة للدخل وتدريبهن علي الإنتاج لذا استفادت المرأة فائدة عظيمة من المنظمات الطوعية التي عرفت المرأة علي حقوقها مما مكنها ذلك في عملية التحول الاقتصادي .(مريم ، 2012م)

ما هية العمل الطوعي:-

التطوع لغة :-

هو ضد أو نقيض الإكراه كما أثبتته معظم المعاجم العربية المشهورة فقد جاء في لسان العرب لأبن المنصور التطوع ما تبرع به من ذات نفسه مما لا يلزمه فرضه .المطوعة الذين يتطوعون بالجهاد إذ أدغمت التاء في الطاء تطوع تكلف الاستطاعة {ومن تطوع خيراً فهو خير له } (سورة البقرة الآية رقم 184). أما ابوبكر الرازي فقد أورد في مختار الصحاح أن التطوع بالشئ التبرع به {قطعت له نفسه } سورة المائدة الآية رقم 30 .وأفاد ابن الأثير في ذكر المطوعين من المؤمنين أن أصل المطوع المتطوع إذ أدغمت التاء في الطاء وهو الذي يفعل الشئ تبرعاً من نفسه وهو تفعل من الطاعة وعليه فإنه يمكننا أن نشير إلي الطوع أو التطوع هو الفعل الذي يأتيه الفرد بمبادرة ذاتية دون إكراه طاعة وانقياداً سهلاً لنفسه.

تعريف التطوع الاصطلاحي:-

التطوع غريزة وفطرة إنسانية مارسها الإنسان الأول بما فرضته عليه ظروفه لمواجهة الطبيعة التي كان يعيشها والتي لم يكن يملك أن يؤدي وظائفه فيها إلا مجتمعاً مع الآخرين من حوله , فعرف الإنسان التعاون والتكافل ... الخ (عبد الرحمن , 2003م)

العمل الطوعي:-

ذلك الجهد الذي يبذله الإنسان من اجل مجتمعه , أو من جماعات معينه , وفيه يتحمل مسؤوليات إنسانية داخلية خاصة , تلقي الرضا والقبول من جانب المجتمع (عبد الله , 2010م)

أهمية العمل التطوعي (للفرد_للمؤسسة _للمجتمع)

تكمن الأهمية الكبرى للعمل التطوعي في أنه يعمل علي مشاركة المواطنين في قضايا مجتمعهم كما أنه من خلال هذا العمل يمكن التأثير الايجابي في الشباب , وتعليمهم طريقة للحياة قائمة علي تحمل المسؤولية الاجتماعية للعمل التطوعي دور بارز ينعكس علي حركة المجتمع وتقدمه وراء التكامل والعطاء الاجتماعي والإنسان ويمكن تلخيص بعضها مثل :-

- 1- مشاركة الجهات الأهلية والرسمية لتلبية حاجات المجتمع
- 2- مرونة المؤسسات التطوعية في سد حاجات المجتمع
- 3- العمل التطوعي هو أعرف بمتطلبات وتلمس حاجات المجتمع
- 4- تنمية قدرات الشباب ومهاراتهم الشخصية والعلمية والعملية
- 5- يتيح للشباب الفرصة للتعبير عن آرائهم وأفكارهم في القضايا العامة التي تهتم المجتمع.

6- إن العمل الطوعي هو مؤشر علي الجانب الإنساني بالمجتمع ويعمق روح التكامل بين الناس ويشجع علي التعاون وتنمية روح الجماعة . (احمد , 2015)

1. أهمية التطوع بالنسبة للأفراد المتطوعين

أ/التوجيه الإيجابي لطاقت المتطوع وإكسابه مجموعة من الخبرات الاجتماعية التي تسهم في تكامل شخصية وتنمية تقديره لذاته وثقته بنفسه والحس النقدي البناء لديه.

ب/إشباع حاجات إلي تقدير الآخرين له والانتماء إلي جماعة أو مؤسسة تلقي التقدير من المجتمع

ج/اكتساب مهارات وقدرات مهنية تزيد من فرصته في الحصول علي عمل ,أو ترقى من مستواه المهني من خلال التدريبات التي تتيحها المنظمة مثل اللغات والكمبيوتر والمعلومات وأعمال الإدارة...الخ

2. أهمية التطوع للجمعيات الأهلية

أ - المتطوعون مصدر معلومات هام لعمليات التخطيط والتقييم لأنهم غير مندمجين كلياً في الأنشطة اليومية بما يسمح لهم .

ب- مصدر هام لتنمية الموارد البشرية للجمعية وأحد الخيارات الهامة لمواجهة عجز التمويل .

ج- المتطوعون هم قوة عمل المنظمة بدون اجر .

3. أهمية التطوع بالنسبة للمجتمع والدولة

يشكل العمل التطوع أهمية للمجتمع اقتصاديا أو اجتماعيا أو ثقافياً أو سياسياً تتمثل في :-

1_ العمل التطوعي قوة اقتصادية غير محدودة (متجددة).وجري قياسها في الدول

المتقدمة من عدد من المؤشرات

- أ- قدرته علي توفير وتنمية فرص العمل .
- ب- المساهمة في النفقات السنوية الجارية .
- 2_ مواجهة ما يتعرض له المجتمع من أزمات وكوارث لقدرة هذا القطاع علي تعبئة الجهود الذاتية والطاقات الشعبية
- 3_ إنشاء شبكات التنمية وشبكات الأمان تجسيدا للشراكة بين أطراف المجتمع
- 4_ المساهمة في تحقيق الوحدة العضوية لنسيج المجتمع بما يمثله من قيم المشاركة والتعاون وتأكيد القيم الإنسانية النبيلة والمدنية الحديثة التي تسمو علي الروابط الأخرى القائمة علي أساس (الجنس,العرق,الطائفة ,العشيرة).
- أهداف العمل التطوعي
- تنقسم أهداف التطوع إلي قسمين خاصة وعامة
- الإلهادف العامة للتطوع:-**
- 1- تقليل وتخفيف المشكلات التي تواجه المجتمع .
 - 2- التطوع يكتمل به العجز عند المهنيين .
 - 3- تنمية روح المشاركة في المجتمع ومواجهة السلبية واللامبالاة .
 - 4- الإسراع في التنمية وتعويض التخلف .
 - 5- أن انغماس مواطني المجتمع من المتطوعين في الأعمال التطوعية يقودهم إلي التفاهم ,والاتفاق حول أهداف مجتمعية مرغوبة ,وهذا يقلل من فرص اشتراكهم في أنشطة أخرى قد تكون مهددة لتقدم المجتمع وتماسكه .
 - 6- تنشيط الحركة الاجتماعية بزيادة عدد المنظمات الطوعية الفاعلة وذلك بإثراء التنمية وتنمية المجتمعات المحلية .
 - 7- تجاوز مفهوم الإغاثة بغرس مفاهيم التنمية وإعادة التوطين .

8- تحويل الطاقات الخاملة إلى طاقات قادرة عاملة ومنتجة وأنه يسع دعم العمل الحكومي وسد الثغرات في مجال الخدمات الاجتماعية وتعمل علي بناء القدرات المحلية لتمكين المنظمات الوطنية من الاعتماد علي قدراتها.(إبراهيم, 2003م).

الأهداف الخاصة للتطوع:

- (1) إشباع المتطوع لا حساسة بالنجاح في القيام بعمل يقدره الآخرون.
- (2) الحصول علي مكانه أفضل في المجتمع .
- (3) تكوين صداقات وعلاقات .
- (4) تحقيق الذات .
- (5) الحاجة إلي الإنتماءوا إنهم جزء من كل يعطيهم الأمان والوجدان الجماعي .
- (6) إن المتطوعين سيعوضون النقص في القوي العاملة التي تعاني منها الكثير من هذه الهيئات.

المبحث الثالث

الدراسات السابقة

تمهيد

شكلت الدراسات السابقة رافداً أساسياً لهذا البحث حيث أنها ساعدت الباحث مساعدة كبيرة في تعرفه على الطرق التي تنظم عمله في البحث كما أنها ساهمت كثيراً في تزويده بالمعرفة فيما يتعلق بطرق التحليل والاستنتاج والتوصل للنتائج .. واعتماد علي عدد من الدراسات السابقة التي قسمت علي ثلاثة محاور المحور الأول الدراسات العربية والمحلية والأجنبية

المحور الأول:- الدراسات العربية :

(1) ((دراسة إيمان عبد الرزاق بعنوان :- (دور الإنستقرام في تحفيز الشباب البحريني علي العمل التطوعي) رسالة ماجستير 2015م

هدفت الدراسة إلي التعرف علي دور الانستقرام في تحفيز الشباب علي العمل التطوعي ومدى فاعلية الانستقرام في التأثير علي مواقف الشباب تجاه العمل التطوعي وهدفت أيضاً إلي إلقاء الضوء علي المبادرات التطوعية والأعمال الخيرية التي يتم التفاعل معها عبر الانستقرام وأيضاً رصد تفاعل الشباب مع نداءات الانستقرام لمساعدة المحتاجين والمساهمة في العمل الخيري

وتوصلت الدراسة إلي النتائج التالية :-

(1) أن أكثر أنواع العمل التطوعي انتشار علي مواقع الانستقرام هي مساعده الفقراء المحتاجين و تدرجت بعده المشاركة في تنظيم الفعاليات والاهتمام بالأرامل و قضايا المعاقين ثم قضايا العمالة الوافدة.

- (2) وأشارت الدراسة إلي إن أسباب الاعتماد علي مواقع الإنستقرام في نشر العمل التطوعي هي سرعة وسهولة الوصول إليها وسعة أنتشاره
- (3) إن مستوي متابعة الشباب البحريني لمواقع التواصل الاجتماعي كان مرتفعا فقط (0.6%) من العينة لا يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي و(99.4%) من الشباب البحريني يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي
- (4) (89.7%) من عينه الشباب البحريني تعجبه الأفكار التطوعية المطروحة عبر الانستقرام(96.5%) من العينة يرون أن الانستقرام وسيلة مناسبة لنشر الأعمال الخيرية والبعض يتأثرون بما ينشر خلال الانستقرام عن الأعمال التطوعية
- (5) إن علاقة الانستقرام بالعمل التطوعي تمثلت في المرتبة الأولى بعرض المشاريع المنجزة والأعمال التي تحققت ثم اطلاع المتابعين علي آخر المستجدات و للإنستقرام تأثير علي وعي المجتمع حول التطوع كما ساعد علي زيادة الراغبين في العمل التطوعي وتعرض صفحاته أعمال تطوعية حقيقية
- أهم التوصيات :-

- (1) ضرورة عمل نادي للمتطوعين لتطوير مهارتهم التطوعية
- (2) عمل حساب يجمع كافة الأعمال التطوعية المحلية والخليجية لسهولة وصول المتطوعين له الي جانب عمل تجمع الكتروني للمتطوعين لتبادل الخبرات
- (3) ضرورة الاهتمام بوسائل التواصل الاجتماعي في توثيق كل الأمور المتعلقة بالعمل التطوعي.

(2) دراسة حميدية قاسم بعنوان: (دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية العمل

التطوعي دراسة وصفية تحليلية لصفحة الفيسبوك لجمعية ناس الخير)

هدفت الدراسة إلى تبيان أهمية الفيسبوك كوسيلة العصر وتبيان أهمية العمل

التطوعي والربط بين مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصال والعمل التطوعي

كمستفيد من هاتة الوسيلة

وقد توصلت الباحثة لعدد من النتائج منها:-

1)التوجه نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إعلام وأعلان وتواصل

لتحقيق أهداف التطوعية الخيرية للجمعية

2)تمنح مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها خاصية متابعة نشاطات الجمعية قبل

انتهاء وبعد الانتهاء من الانشطة مما يدعم كسب ثقة المتابعين في أعضاء الجمعية

3)تعدد وتنوع المنشورات والتطبيقات عبر صفحة الفيسبوك وذلك يبرر أن أهداف

الجمعية متنوعة وان عنصر الحياد لا يطغي علي المنشورات

4) يساهم التوجه المباشر لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي باستعمال اللغة

العربية الي زيادة التفاعل والتواصل علي اعتبارها اللغة الأكثر انتشاراً أو استعمالاً

لجميع مقارنة باللغات الأخرى

وأهم التوصيات لهذه الدراسة

1)الاستخدام الأمثل للوسائل المتاحة التي توفرها مواقع التواصل الاجتماعي بالأخص

خاصية الفيديو

2)استقطاب اكبر عدد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال

خاصية نشر المناشير انطلاقاً من صفحة الجمعية

3) ضرورة الاستمرارية لزيادة الوعي للمجتمع بأفكار الأعمال التطوعية وذلك من

خلال تكثيف الجهود والنشر الدائم عبر مواقع التواصل الاجتماعي

3)) دراسة سلطان مسفر مبارك الصاعدي الحربي بعنوان: (دور شبكات التواصل

الاجتماعي في خدمه العمل الإنساني) رسالة دكتوراه

وأهداف هذه الدراسة:-

يهدف البحث للإجابة عن السؤال ما دور شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة

العمل الإنساني ويتفرع عنه الأسئلة التالية:-

-ما العمل الإنساني وأهميته ؟

-ما شبكات التواصل الاجتماعي وأهميتها؟

-ما الدور الايجابي لشبكات التواصل الاجتماعي في حالة السلم والاستقرار وفي حال

الاضطرابات والنكبات

وقد أظهرت الدراسة النتائج التالية :-

1- أن العمل الإنساني مطلب اجتماعي وفردى في القديم والحديث

2- شبكات التواصل الاجتماعي شبكات تفاعلية تنتج التواصل بين المستخدمين في

اي وقت ومن أي مكان

3- العمل الإنساني شكل من أشكال التكافل الإنساني المتمثل في تقديم الخير

4- من ادوار شبكات التواصل الاجتماعي في حال الاضطرابات والنكبات قسمت

لقسمين ادوار داخلية وأخري خارجية في حال الأدوار الداخلية عليها بيان الحقيقة

وتسليط الضوء علي الأضرار والخسائر وتوضيح طرق وأساليب الدعم والمساعدة وأما

في حالة الأدوار الخارجية عليها التوعية الدينية والصحية والأمنية بالإضافة للتنسيق

الخيري.

5_ تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بالعالمية والتفاعلية بالإضافة لسهولة الاستخدام وتوفير الوقت والجهد والمال.

والتوصيات لهذه الدراسة :-

- 1) نشر ثقافة الاستخدامات الايجابية لشبكات التواصل الاجتماعي
- 2) دعم الأبحاث والمشروعات العلمية التي تسهم في بناء منظومة اجتماعية تواصلية افتراضية تتسع حدودها لجميع العالم
- 3) السعي في توحيد الجهود الإعلامية في جانب العمل الإنساني وتوفير قاعدة بيانات لأهم مواقع التواصل الاجتماعي وطرق استخدامها
- 4) إنشاء أو تطوير المواقع المهمة بالعمل الإنساني
- 5) العمل المشترك والتعاون البناء من اجل الخروج بمنظومة عالمية وتواصلية بين تلك الشبكات الاجتماعية

44) دراسة المركز الدولي للأبحاث والدراسات بعنوان: (مستقبل الإعلام والعمل الخيري في الثورة الرقمية 2011م)

تهدف الدراسة إلي بيان المدى الذي أثرت به الثورة الرقمية علي العمل الخيري واستشراف المستقبل ومعرفة ما يمكن أن تسفر عنه الثورة الرقمية فيما يخص الإعلام والعمل الخيري إلي جانب كشف النقاب أمام الإعلاميون والعاملين بالعمل الخيري لجوانب تأثير الثورة الرقمية وتقديم الوصيات التي يمكن أن تسهم في تفهم حدود ومدى هذا التأثير واعتمد الدراسة علي المنهج الوصفي من خلال استقراء ما كتب حول مضامين البحث من الكتابات النظرية التي ترتبط بموضوع البحث فيما يخص الثورة الرقمية وتأثيرها علي جوانب الحياة المختلفة وبالتالي علي العمل الخيري بشكل عام.

وتوصلت الدراسة إلي عدة نتائج منها :-

أن التقنيات الحديثة ساهمت في تطوير الأعمال الخيرية والارتقاء بها من مختلف جوانبها, كما توصلت الدراسة إلي أن التقنيات الحديثة مكنت الجمعيات الخيرية من سهولة جمع البيانات وأرشفة المعلومات وسهولة استرجاعها, وأيضاً صعود واضح في التطور التكنولوجي الرقمي, خصوصاً في تكنولوجيات الوسائط المتعددة وشبكات الحاسوب لا يمكن الارتقاء بالعمل الخيري دون الاهتمام بالجانب التدريبي والتأهيلي المبرمج للعاملين في هذا القطاع الهام

التوصيات :-

1) ضرورة بذل عناية فائقة لرفع كفاءة العاملين في القطاع الخيري في جانب الإعلام المتخصص

2) أهمية وجود تخطيط إعلامي معتمد علي التكنولوجيا الحديثة للجمعيات والهيئات الخيرية

3) حاجة العمل الخيري إلي غطاء إعلامي يبرز نتائجه من جانب ويدفع الشبهات عنه من جانب آخر

المحور الثاني :- الدراسات المحلية :-

1) ((دراسة كامل مصطفى الأمين بعنوان: (دور المنظمات الطوعية في أعداد الدراسات ومدى استفادة من مخرجاتها لأغراض تنمية المجتمع) رسالة ماجستير 2012م

تهدف الدراسة إلي مدى الاستفادة من الدراسات التي تجريها المنظمات وابرار دور الدراسات في تطوير قدرات منظمات العمل الطوعي ومدى استفادة منها من قبل الجهات ذات الصلة لأغراض تنمية المجتمع

وقد أظهرت الدراسة النتائج التالية :-

1) المنظمات الطوعية مؤسسات مؤهلة و بها كفاءات مهنية عالية وتواصلها العالمي كبير ومساهمتها في العمل الإغاثي كبير غير إن مساهمتها في المشاريع التنموية محدودة كما أن دور الدولة ممثلا في مفوضية العون الإنساني ضعيف في توجيه حركه المنظمات تجاه المشروعات التنموية و إلزامها بسياسات واضحة للمساهمة في تطوير قدرات المجتمع وتنميته

2) عدم وجود سياسة عامه ودقيقه لاختيار موضوعات الدراسات وفي الغالب هي استجابة لقضايا حاضرة

3) مرجعيات الدراسات تعتمد في أحيان كثيرة علي المعلومات الأولية في صورة كمية أو نوعية مع عدم دقه البيانات المستخدمة هذا الواقع يحرم المنظمات الطوعية من مرجعيات الدراسة العلمية الدقيقة

أهم التوصيات :-

1) يجب أن يكون لمفوضية العون الإنساني دورا في تحديد الموضوعات التي يجب أن تجري فيها الدراسات لتوظيف جهود المنظمات الطوعية في أولويات التنمية

2) التوسع في البحث العلمي المرتبط بالعمل الطوعي الإنساني الموجه نحو التنمية

3) لابد من الاعتماد علي برنامج دوري واضح لتقييم والتقديم من اجل التطوير والاستفادة

2) دراسة عيسي عبد الرحمن الغالي عبد الرحمن بعنوان: (ور مراكز البحوث والدراسات في نشر ثقافة العمل الطوعي) رسالة ماجستير 2014م.

أهم النتائج :-

أوضحت الدراسة أن المنظمات التطوعية استفادت من مراكز البحوث والدراسات في نشر ثقافة العمل الطوعي.

ثقافة العمل الطوعي مهمة في عمل المنظمات التطوعية لأنها تساعد في فهم الجوانب الايجابية والسلبية التي تؤثر علي العمل الطوعي مما يزيد احتمالات النجاح لعمل المنظمات.

ثقافة العمل الطوعي تعتبر الوسيلة الفعالة لتحقيق أهداف العمل الطوعي هناك توافق وتكيف نفسي قيمي أخلاقي مع من يقومون بالعمل الطوعي غياب المساءلة والمحاسبة والشفافية اكبر مهدد للعمل التطوعي الإنساني أهم التوصيات لهذه الدراسة

1) العمل علي تحقيق العدالة الاجتماعية والتركيز علي مستقبل الأجيال السودانية القادمة

2) أن تلتزم المنظمات التطوعية بكل ما تضمنته موائيق حقوق الإنسان الدولية المعاصرة ورفع الوعي الاجتماعي والثقافي للمواطنين

3) علي المنظمات التطوعية أن تعكس اهتمامات النساء منظوراتهن وخبراتهم

4) تؤكد المنظمات التطوعية إن التطوع هو بعد رئيسي فيها وذات فعالية وتطالب كل مؤسسات التنشئة الاجتماعية في مجتمعنا السوداني بغرس وتعزيز وتقوية قيمه التطوع والسلوك التطوعي

5) تدعيم دور المنظمات التطوعية في المساءلة والشفافية لمنع استغلال العمل الطوعي لا هداف غير مشروع.

المحور الثالث :-الدراسات الأجنبية

(1) دراسة إيميلي لا كاس و آخرون بعنوان: (جذب أصحاب الشأن عبر مواقع التواصل الاجتماعي: وكيف يمكن للمنظمات الغير ربحية استخدام الفيسبوك) 2009م منذ إن سمحت مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك وماي سبيس للمنظمات بالحصول علي صفحات او المشاركة كأعضاء بدأت المنظمات بضم هذه الاستراتيجيات إلي برامج العلاقات العامة الخاصة بها وبدأت المنظمات الربحية باستخدام هذه المواقع للمساعدة في تعزيزوا إطلاق العلامات التجارية القائمة عليها في المقابل لا يعلم ألا القليل بكيفية استفادة المنظمات الغير ربحية والحصول علي ايجابيات شبكات التواصل الاجتماعي ,ومن خلال تحليل مضمون 275 صفحة للمنظمات الغير ربحية عبر الفيسبوك بعينه عشوائية للصفحات القانونية في الفيسبوك بحثت هذه الدراسة كيفية استخدام المنظمات للشبكات الاجتماعية لتعزيز المهام والبرامج الخاصة بها وتبين أن وجود الصفحات بحد ذاتها لا تؤدي إلي زيادة الوعي أو المشاركة في المقابل فان التخطيط الجيد والبحث يؤديان إلي إفادة المنظمات الغير ربحية في محاولاتهم لتطوير علاقات التواصل الاجتماعي مع عملائهم وأصحاب المصلحة.

وتوصلت الدراسة للنتائج التالية :-

(1) 74% يقومون بمناقشة ونشر المعلومات إستراتيجية عبر صفحاتها في حين 36% لم يقمن بذلك

(2) قلة من المنظمات الغير ربحية استخدمت الفيسبوك كمتنفس لتقديم التبرعات الخيرية بنسبة 13% أو الإعلان عن فرص التطوع الحالية.

3)الرعاية الصحية والتعليمية الغير ربحية لها النصيب الأوفر من الحصول علي التبرعات عبر الفيسبوك عوضا عن القطاعات الأخرى

التعليق علي الدراسات السابقة :

أن الدراسات السابقة تتفق مع الدراسة الحالية إن وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي ذات اثر فعال تجاه المنظمات التطوعية ,ولابد من توظيف تلك الوسائل لإيصال رسالة تلك المنظمات وضرورة الاهتمام بوسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي داخل المنظمات كي تقوم بتوثيق كل الأمور المتعلقة بالعمل الطوعي, وتناولت الدراسات السابقة أوجه إستخدامات أفراد المجتمع لوسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التنمية المجتمعية والبشرية والمسؤولية الاجتماعية, وأيضا اتفقت عدد من الدراسات علي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير للحصول علي صداقات والتواصل مع الأخيرين إلي جانب التعرف علي الأخبار المتنوعة المحلية والعالمية, وبينت دراسات آخري استخدام المنظمات الربحية والغير ربحية لشبكات التواصل ومدى الاستفادة منها وكيفية تعاملها مع المتطوعين, وكما أشارت الدراسات إلي مساهمة التقنيات الحديثة في الارتقاء بالأعمال الخيرية إلي جانب تأثير برامج العلاقات العامة والنشرات الإعلامية للجهات والمؤسسات في تنمية الوعي بالعمل الخيري.

الفصل الثالث

المنظمات التطوعية النشأة والتطور

المبحث الأول: نشأة المنظمات التطوعية وأنواعها

المبحث الثاني: المنظمات التطوعية في السودان

المبحث الثالث: المشكلات والتحديات المعاصرة التي تواجه المنظمات الخيرية

المبحث الأول

مفهوم المنظمات وأنواعها ونشأتها

النشأة والتطور

يعتبر النصف الثاني من القرن العشرين عهد انطلاق العمل الطوعي علي مستوي العالم الي الدرجة التي تؤهله بحق أن يكون القطاع الثالث بعد القطاعين العام والخاص ,وذلك علي ضوء مشاركته الفاعلة في التنمية الاجتماعية وقدرته علي الوصول إلى الشرائح الضعيفة التي لا تطالها يد السلطات الضعيفة وان تعقد الحياة الاجتماعية وتطور الظروف المعاشية والتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والتقنية المتسارعة تملني علينا أوضاعا وظروفا جديدة تقف الحكومات أحيانا عاجزة عن مجاراتها, مما يستدعي تضافر كافة جهود المجتمع الرسمية والشعبية لمواجهة هذا الواقع وهذه الأوضاع .ومن هنا يأتي دور العمل الطوعي الفاعل والمؤازر للجهود الرسمية وازداد عدد المنظمات الطوعية نتيجة لا تجاه كثير من الدول النامية نحو التخصصوا عادة النظر في الهيكلة الإدارية لكثير من المؤسسات الامر الذي انعكس سلبا علي حياة المواطنين ومستواهم المعيشي , مما جعل المنظمات الطوعية تتحمل العبء الأكبر في التعامل مع الجماهير وحل مشكلاتها , ونشأت فكرة المنظمة للقيام ببعض الأعمال الاجتماعية الهادفة ولتقديم خدمات اجتماعية مختلفة باختلاف الغرض الذي أنشئت من اجله تلك المنظمات ,ويمكن وصف طبيعة عمل هذه المنظمات بأنها جسر بين الإرادة الفردية والاجتماعية ويرى قادة العالم أن عمل المنظمات يتمثل في تقديم الخدمات . (احمد , 2007م)

مفهوم وتعريف المنظمات :-

تتعدد المسميات حول مفهوم المنظمات حيث نجد تداخل وتشابك بين المسميات , فقد يطلق عليها منظمات أو جمعيات غير حكومية أو تطوعية أو أهلية فاحيانا تذكر علي أنها جمعيات أهلية ثم لا يلبسوا وينعتوها بالمنظمات غير الحكومية أو الطوعية أو بالمجتمع المدني .

وهناك تعريفات عديدة لمصطلح المنظمة ولا يوجد اتفاق علي تعريف محدد له إلا إنه من خلال الدراسات العديدة فإنه يمكن تحديد أربعة تعريفات رئيسيه للمنظمة كالتالي :-

التعريف الأول من منظور سلوكي :

المنظمة هي عبارة عن مجموع سلوكيات الأفراد والجماعات داخل المنظمة وعمليات التفاعل المتبادل بينها

التعريف الثاني من منظور اجتماعي :

المنظمة هي وحدة اجتماعية هادفة تسعى إلي تحقيق أغراض المجتمع بكفاءة وفاعلية وتحقيق السعادة للأعضاء العاملين فيها والاهتمام والعناية بالمجتمع

التعريف الثالث من منظور هيكلي :

المنظمة هي عبارة عن هيكل تنظيمي رسمي ومكون من مجموعة من الادوار بينها علاقات تكاملية

العرف الرابع من منظور وظيفي :

المنظمة عبارة عن جهاز يؤدي إلي مجموعة من الوظائف المتنوعة والمنتظمة مثل التخطيط والتنظيم، إنتاج السلع وتقديم الخدمات . (مدحت , 2007م)

المنظمة:

ما هي إلا تجمع بشري يعمل متضامنا تجاه تحقيق هدف معين ومحدد، وذلك وفقاً لدور كل واحد من هذا التجمع ووفقاً للمهام المناطة بهم والمسؤوليات الملقاة علي عاتقهم. (Mechael - 1988)

أنواع المنظمات

تتباين المنظمات وفقاً للعديد من المؤثرات والمتغيرات البيئية المختلفة، وبشكل الأنشطة التي تؤديها، ونوع الخدمات التي تقدمها وعلية فان أنواع المنظمات تتمايز وفقاً للأشكال القانونية الآتية :-

1. المنظمات الفردية الخاصة

يقوم بتأسيسها شخص واحد هو المالك، وعليه فهو المسؤول عن توفير رأس المال اللازم، ويتصف هذا النوع من المنظمات بسهولة إجراءات تأسيسه ومرونة العمل فيه، حيث لا توجد حكومة معقدة تعيق تنفيذ العمل فيه. (ماجد، 2015م)

2. المنظمات العامة

تعود ملكية هذه المنظمات إلي الدولة فقط، التي تقوم بتوفير رأس المال اللازم لها، وتحديد نوع إنتاجها أو الخدمة التي سوف تقدم للمجتمع بما ينسجم مع سياستها العامة.

3. المنظمات التعاونية

وهي شكل من أشكال التعاون الذي ينشأ بين عدد من الأفراد المساهمين في رأس المال الذي يكون مقسماً إلي حصص متساوية، ويطلق علي المشروع تسمية (الجمعية التعاونية)، والتي لا تهدف إلي تحقيق الربح بالضرورة، إنما الهدف الرئيسي هو خدمة أعضائها وتوفير احتياجاتهم ورغباتهم بأقل الأسعار .

4. الشركات المساهمة: وتنقسم إلى شكلين قانونيين هما :

أولاً : شركات الأشخاص

تعود الملكية في هذه الشركات إلى شخصين فأكثر, وتتميز بسهولة تأسيسها وتتخذ

الأشكال التالية:-

أ/ شركات التضامن .

ب/ شركات التوصية البسيطة .

ج/ الشركات ذات المسؤولية المحددة . (ماجد , 2015م)

ثانياً :- شركات الأموال

أ/ الشركة المساهمة العامة

وينقسم رأس المال إلى حصص متساوية في القيمة والحقوق والواجبات وتدعى

بالأسهم، وسهم الشركة قابل للتداول ويكون للشركة اسم تجاري لا يظهر معه اسماء

الشركاء أو المساهمين, وتتمتع الشركة بشخصية مستقلة عن شخصية المساهمين

وبالتالي ذمتها المالية مستقلة عن ذمه المساهمين المالية .

ب/ شركة التوصية بالاسهم

يتكون رأس المال الشركة من حصة أو أكثر, يقدمها شريك متضامن أو أكثر, وأسهم

متساوية القيمة يكتتب فيها مساهم أو أكثر, وتكون مسؤولية الشريك أو الشركاء

المتضامنين في شركة التوصية بالأسهم عن التزاماتها مسؤولية غير محددة, أما

الشريك المساهم فلا يكون مسؤولاً إلا في حدود قيمة الأسهم التي اكتتب بها, وهذا

يعني أن هناك نوعين من الشركاء :-

1/ شركاء متضامنون لا يقل عددهم عن اثنين ومسؤوليتهم عامة عن ديون الشركة

والتزاماتها.

2/ شركاء مساهمون لا يقل عددهم عن اثنين ومسؤولياتهم محدودة بمقدار مساهمة كل منهم في رأس المال.

5. المنظمات الدولية

وهي التي تعمل علي نطاق عالمي لها فروع وأنشطة في دول عديدة وتنقسم إلي:

أ/ المنظمات الأعمال التجارية والصناعية والمالية

يكون لها فروع في دول متعددة, وتهدف إلي تحقيق الربح, وعادة ما يكون لها مركز رئيس في البلد الأم, ومن هذه المنظمات: شركات متعددة الجنسية, البنوك التي لها فروع في دول مختلفة.

ب/ منظمات لا تهدف إلي الربح

وهي منظمات تقدم الخدمات إلي دول في المجالات السياسية والتنمية الاقتصادية والتعليمية... الخ مثل المنظمات التابعة لهيئة الأمم المتحدة (البنك الدولي منظمه اليونسكو .. الخ) وكذلك جامعة الدول العربية, ومنظمة العمل العربي وتسمي الإدارة في هذا المجال (الإدارة الدولية) (1)

6. المنظمات الخيرية التطوعية

هذه المنظمات لا تهدف إلي تحقيق الربح وإنما هدفها الوحيد هو عمل الخير ومساعدة من يحتاجها, مثل: منظمات العمل الاجتماعي الخيري, النوادي الاجتماعية, الاتحادات النسائية, وجمعية الصم والبكم. وتكون مصادر تمويل هذه المنظمات من خلال التبرعات والهبات والزكاة..... الخ.

(1) ماجد عبدالمهدي, مرجع سابق, ص 28_31

المبحث الثاني

نشأة المنظمات التطوعية في السودان

النشأة:

كانت الأسرة والقبيلة هي أقدم صورة من صور الجماعات الأولية التي كان ينتمي إليها الإنسان قديماً, وكانت الأسرة والقبيلة تتولي إشباع كافة حاجات الإنسان خاصة النفسية والاجتماعية, كما كانت تقوم بدور تعليمي وتأهيلي وأيضاً تلعب دوراً في العلاج, ووظيفة الضبط الاجتماعي والتنشئة الاجتماعية ولكن مع مرور الوقت بدأت هذه الجماعات الأولية لا تستطيع أن تقوم بكافة هذه الوظائف ونتيجة لذلك بدأت المنظمات تظهر في حياة المجتمع الإنساني والمجتمع أصبحت ظاهرة اجتماعية لها صفت السيادة . (احمد, 2007م)

وتعتبر فترة الثمانينات من القرن الماضي بمثابة الميلاد الحقيقي لمنظمات العمل الطوعي التي قدر عددها عام 1980م بحوالي 20 منظمة ووصلت إلى 262 عام 1991 وفي العام 2000م بلغ عددها 1200 منظمة وحسب تقرير مفوضية العون الإنساني لعام 2012م فإن عدد المنظمات للعام 2012م بلغ 4222 منظمة ذلك بأستثناء المنظمات القاعدية أو تلك التي لم يتم تسجيلها علي مستوى الولايات. إذا لاحظنا الأوضاع في السودان نجد ان هنالك ثلاثة فترات تاريخية أزداد فيها وجود المنظمات الأجنبية :

فترة الجفاف ونقص الغذاء:

شهد السودان في الفترة من 1984-1985م مرحلة حرجة تمثلت في الجفاف ونقص الغذاء ترتب عليها نزوح أكثر من نصف مليون ما بين كردفان ودارفور إلى العاصمة القومية و ما جاورها من المناطق وقد شهدت الفترة دخولاً مكثفاً للمنظمات الغربية إذ

تضاعف عددها أكثر من ثلاث أضعاف وقد أدت السرعة التي دخلت بها المنظمات الدولية للسودان واتساع الرقعة الجغرافية التي تغطيها وكثافة نشاطها تحدياً لتلك المنظمات التطوعية الوطنية التي أزداد عملها وبذلت جهود كبيرة لتنظيم وترتيب أوضاعها كمؤسسات وطنية لها القدرة علي أداء دورها المطلوب لذلك نشأت منظمات وطنية شبابية ونسوية مثل شباب البناء ورائدات النهضة وغيرها (isragn:org)) (1985).

فترة شريان الحياة :

أن معظم المنظمات الأجنبية لم تغادر السودان رغم انقضاء فترة الجفاف بإعتبار أنها تقوم بنشاط إعادة التعمير والتنمية. في عام 1988م أصابت الخرطوم وشمال ووسط السودان فيضانات كبيرة أدت لزيادة نشاط عمل المنظمات الأجنبية وشهدت الفترة التي تلت الجفاف أتساع رقعة النزاع المسلح من جنوب السودان إلي جنوب كردفان والنيل الأزرق وفي ابريل 1989م تم الاتفاق مع الأمم المتحدة علي أن تقوم كطرف ثالث بتوزيع الغذاء والأحتياجات الأساسية للمواطنين في الجنوب إنطلاقاً من الخرطوم وكينيا و يوغندا.

فترة التمرد والصراع في دارفور :

شهدت دارفور تمرداً من بعض القبائل المسلحة تساندها بعض القيادات القبلية الأحزاب الدولية السياسية ,وكانت قمة ذلك التمرد في 2003م-2007م ومن الملاحظ أن الدولة ممثلة في مفوضية العون الإنساني قد اضطرت لإعطاء المنظمات وضعاً خاصاً وسرعان ما تم اتخاذ قرار أفضي إلى أبتعاث قوات أممية جديدة للعمل في هذا الإقليم قدرة قوامها بأكثر من 21جندي وهي اكبر بعثة أممية في تاريخ الأمة السودانية (الوكالة الإسلامية للإغاثة (org: isragn)).

تاريخ الأمم المتحدة في السودان:

يعتبر السودان من أوائل الدول الأفريقية التي انضمت إلى الأمم المتحدة بعد استقلاله في العام 1956م مباشرة ومن ذلك التاريخ بدأ توافد وكالات الأمم المتحدة المتخصصة للعمل في السودان في بداية الأمر دخلت الوكالات المهمة بالقضايا التنموية فيما يتعلق بمشروعات البنية التحتية وبناء القدرات البشرية مثل الصندوق الإنمائي للأمم المتحدة , ومنظمة العمل الدولية , ومنظمة الأمم المتحدة للزراعة والأغذية , إلا إن تدهور الوضع الإنساني بسبب الحروب الأهلية في جنوب السودان أدى إلى دخول الوكالات التي تعمل في مجالات الإغاثة مثل منظمة الصحة العالمية وبرنامج الغذاء العالمي , وقد برز الدور الأساسي لهذه المنظمات في جنوب السودان بعد اتفاقية نيفاشا قامت الأمم المتحدة بإصدار قرارات من مجلس الأمن أفضت إلى إدخال البعثة العسكرية الأولى في السودان لمراقبة تنفيذ وقف إطلاق النار بين شمال وجنوب السودان والتي انتهت مهمتها في العام 2011م. ومنذ استلام نظام الإنقاذ الوطني للسلطة في السودان عام 1989م شهدت علاقة السودان بهذه المنظمة تدهورا وتذبذب بلغ قمته عندما طردت الحكومة ممثل الأمين العام للأمم المتحدة في السودان برغم أن الواجب الأساسي في الأمم المتحدة رفع قدرات الدول الأعضاء في المجالات التنموية والبشرية , إلا إن عملها في السودان انحرف عن هذا الاتجاه مما يجعل الأمم المتحدة تمثل احدي أهم عوامل استمرارية الازمة السودانية في دارفور وشرق السودان وكردفان والنيل الأزرق

(<http://www.un.org/en/about-un/index.html>)

تاريخ المنظمات الدولية في السودان

المنظمات الدولية مصطلح يطلق علي تلك المنظمات التي ليس لها صفة المنظمات الاجنبية الغير حكومية وليست ضمن منظومة وكالات الأمم المتحدة وهي منظمات تم تسييسها وفق معاهدات وبرتكولات دولية توافقت عليها بعض دول العالم ومن ثم انضمت لها دول اخري واهم المنظمات الدولية في السودان: اللجنة الدولية للصليب الأحمر و منظمة الهجرة الدولية .

المبحث الثالث

المشكلات التي تواجه المنظمات الخيرية

تعاني المنظمات الخيرية من جملة من المشكلات ,وتواجه العديد من التحديات التي لها ارتباط بالبناء المؤسسي,وسنحاول تسليط الضوء علي هذه المشكلات والتحديات.

(1) مشكلات تتعلق بالبنية التنظيمية :-

- 1- ضعف التوافق بين الهياكل الإدارية وأهداف المنظم.
- 2- عدم وجود فروع للمنظمة في المناطق الريفية والنائية.
- 3- عدم وضوح المهام والصلاحيات الإدارية لأفراد المنظمة .
- 4- ضعف البناء المؤسسي بشكل عام وسيطرة بعض الأفراد علي الأنشطة والتمويل.
- 5- المقرات غير الملائمة لأنشطة المنظمة .

(2) مشكلات في القيادة والإدارة :-

- 1- ضعف أهلية أكثر مجالس إدارة المنظمات .
- 2- التدخلات الخارجية في قرارات وأعمال المنظمة.
- 3- ضعف الرقابة والتقويم المستمر لأعمال المنظمة.
- 4- ضعف البرامج المتخصصة والمتنوعة .
- 5- وجود المحاباة في صرف المساعدات للمحتاجين .
- 6- ضعف التقنية وضعف استخدام الحاسب الآلي وبرامجه في أعمال المنظمة.
- 7- انعدام التنسيق مع المنظمات الأخرى .
- 8- ضعف التنسيق وكثرة الشكاوى ضد المنظمة (محمد ، 2007م).

(3) مشكلات في الموارد البشرية :-

- 1- عدم توفر الكادر المؤهل والمتخصص.
- 2- نقص الخبراء والفنيين وقلة الدورات والبرامج التدريبية .
- 3- قلة المتطوعين في العمل الخيري وضعف الاهتمام بهذا القطاع.
- 4- ضعف نظام الأجور والمكافآت وعدم اعتماد المكافآت والترقيات علي كفاءة الأداء.

4) مشكلات الموارد المالية :-

- 1- محدودية الموارد المالية.
- 2- اعتماد الموارد المالية أساساً علي التبرعات والهيئات ,وعدم السعي لتكوين أوقاف تعتمد عليها المنظمة ,في الإنفاق الدائم وغير المشروط علي أنشطتها من قبل المانحين.

3- عدم توفر الخبرات الكافية في المجال المالي .

4- ضعف أتباع مبدأ الشفافية في التعاملات المالية .

5) مشكلات في برامج التسويق والترويج لأنشطة المنظمة :-

1) ضعف أساليب الاتصال بالمجتمع .

2) ضعف الترويج الإعلامي لأنشطة المنظمة

3) عدم وضوح أهداف المنظمة لكثير من الجمهور الذي تتعامل معه

المشكلات الموضوعية التي تعيق المنظمات الخيرية عن ممارسة أنشطتها

الخيرية:-

1) ضعف الإعلام الداعم لأعلام المنظمات الخيرية والترويج لها

2) ضعف دعم القطاع الخاص للعمل الخيري

3) الشائعات المتعلقة بجمع التبرعات

4) ضعف تأييد المجتمع للبرامج والخدمات التي تقدمها المنظمات الخيرية

5) ضعف ثقافة المجتمع بأهمية عمل المنظمات الخيرية

6) تغير الظروف المحيطة بمعدل أسرع من تعديل أهداف المنظمة

مشكلات أخرى :-

1) مشكلات التدريب والتأهيل وتوفير الكفاءات :-

1- عدم تدريب وتأهيل الطاقات المتوفرة وأهمالها بما يؤدي إلى إصابتها بالإحباط و

فقدان الأمل في تطور المنظمات الخيرية

2- عدم توفر الكادر الوظيفي الكفء المؤهل لإدارة أنشطة العمل الخيري

وذلك يرجع لعدة أمور و منها :-

أ- ضعف قدرات الهيئات الإدارية في التخطيط للحفاظ علي كوادرها

ب- قلة أجور العاملين في العمل الخيري

ت- عدم وجود التحفيز اللازم للموظفين في المنظمات الخيرية

2) مشكلات ضعف التنسيق بين المنظمات الخيرية :-

التعاون والتكامل والتنسيق أمور لازمة وضرورية للمنظمات الخيرية خصوصاً ذات

الأهداف المشتركة , والمنطلقات الواحدة , لما لها من فوائد كثيرة ومتعددة , منها :-

1- الاستفادة من الخبرات المتراكمة , والعمل بمبدأ , (البدء من حيث انتهى الآخرون

).

2- التكامل في مجالات الأنشطة

3- ضرورة التخصص في العمل الخيري؛ لإشباع أكثر حاجات المجتمع.

4- عدم التداخل والتضارب في الأنشطة المشتركة بين المنظمات الخيرية.

5- المساهمة في الوصول إلي النضوج الفكري بين القائمين علي المنظمات الخيرية.

(3) مشكلات الخلاف:-

وجود الخلاف بين بعض المنظمات الخيرية أو وجود خلاف في المنظمات الخيرية نفسها وهذا الأمر يجب الترفع عنه لمن نذر نفسه لخدمة الآخرين ,ورضي أن يكون من أصحاب العمل الخيري لأن المقصود الأسمى من العمل الخيري ,أصلاح المجتمعات ولا يمكن أن يتم إصلاح المجتمعات من خلال منظمات وأفراد يفتقدون هذه المعاني وأن هذا الخلاف يؤدي إلى ضعف الأنشطة والأعمال الخيرية .

(4) ضعف التطوع :-

1- ضعف الاهتمام بالمتطوعين والعمل التطوعي من قبل المنظمات الخيرية والضعف الاقتصادي في المجتمع يجعل أكثر الناس تسعي وراء الرزق وعدم توفر الوقت الكافي لدي الناس للعمل كمتطوعين .

2- عزوف بعض المتطوعين عن التطوع في منظمات ليست قريبة من مناطق سكنهم.

3- تعارض وقت المتطوع مع وقت العمل أو الدراسة .

4- عدم وجود الإعلام الكافي عن أهداف المنظمات الخيرية , وأنشطتها التي تساهم في استقطاب المتطوعين

5- عدم تحديد أدوار واضحة للمتطوعين في الهياكل التنظيمية بين المتطوعين , والموظفين , وعدم وجود إدارات مستقلة تتابع استقطابهم وترتب أوضاعهم

(www.islamtoday.net)

الفصل الرابع

الإعلام وعلاقته بالمنظمات التطوعية

المبحث الأول: التعامل مع وسائل الإعلام

المبحث الثاني: الجمعيات الخيرية ووسائل الإعلام

المبحث الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي ومدى الاستفادة

المبحث الأول

التعامل مع وسائل الإعلام

أن الإعلام ووسائله تعتبر مؤسسة اجتماعية , لها دور في غرس القيم الاجتماعية وصقل الشخصية وتحديد المعايير الثقافية. (موسي , 1988) إن العالم أصبح قرية صغيرة بعد أن جعلت وسائل الإعلام المتنوعة إمكانية نقل الأخبار ومتابعة الأحداث وتداول المعلومات أكثر يسرا نتيجة الثورة العلمية والتكنولوجية , ومن هنا يجب أن تظل الجمعيات الأهلية آليات التعامل مع وسائل الإعلام , إن الإعلام بوسائله الحديثة وبرامجه المتنوعة إنما يصدر عن تصورات وأفكار ومبادئ تعمل علي أحداث تغيير مقصود في المجتمع المستهدف ليس في دائرة محددة أو مجتمع بعينه , وأصبح الإعلام قادرا علي البناء أكثر من قدرته علي الهدم قادراً علي ترسيخ القيم أو زعزعتها , وذلك وفق مصدر الرسالة والمضمون الذي يحمله سلباً أو إيجاباً . وأما التعريف التقليدي لوسائل الإعلام يشمل كل من الأدوات الإعلامية المقروءة (الصحف) والمسموعة (المذياع) والمرئية (التلفزيون) التي تنقل للأفراد الخبر أو الحدث . وتعامل المنظمة مع وسائل الإعلام ضرورة أساسية ليس فقط لأن إمكانية الإعلام لأي نشاط يجري في المجال العام يصعب تجنبها , وأيضا الإعلام يعين المنظمة علي تحقيق أهدافها وتستطيع المنظمة غير حكومية من خلال وسائل الخروج من اسر المقر الذي تمارس فيه عملها ويصبح من مكانها مخاطبة المجتمع المحلي وشرح أهدافها وأن الاتصال الدائم بوسائل الإعلام يساعد المنظمة غير الحكومية علي تعميق روح التطوع في المجتمع . (علي , 2001م)

رغم اختلاف أهداف ومنطقات كل من المنظمة غير الحكومية ووسائل الإعلام إلا أن كليهما يلتقيان في منظمة أهتمام مشترك وهو الحدث أو الخبر الذي يخلق حالة

من التعاون بين الطرفين .الطرف الأول هي المنظمة تمتلك الخبر والطرف الثاني الإعلام ويريد تسويق هنا تنشأ العلاقة بين الطرفين ولكن ما هي الأسس التي تضمن نجاح هذه العلاقة

الثقة :-

يجب أن تبني العلاقة بين المنظمة ووسائل الإعلام علي أساس الثقة وتقديم الأنشطة دون تهويل أو مبالغة أو إفتعال ويودي إعطاء المنظمة الإعلامي بيانات غير صحيحة إلي فقدان الثقة وهدم جسور التعاون

الصالح العام :-

يجب إن تكون الفلسفة التي تحكم العلاقة بين المنظمة الغير حكومية والإعلامي هي رغبة الجانبين في خدمة الصالح العام من خلال إطلاع المجتمع المحلي علي جهود شعبية يقوم بها أفراد يعيشون وسط هذا المجتمع , ويجب إن يدرك الإعلامي أن الغاية وراء تعريف المجتمع بأنشطة المنظمة هي تطوير العمل الأهلي وليس الدعاية أو خدمة مصالح خاصة لأعضاء مجلس إدارة المنظمة أو العاملين بها

التكامل في العمل :

يجب أن تستند العلاقة بين المنظمة ووسائل الإعلام إلي معلومات متكاملة عن المنظمة حيث يعمل الإعلاميون في ظروف تتسم بضيق الوقت والسرعة مما يتطلب دائما من المنظمة متابعة هؤلاء الإعلاميون وتقديم المعلومات التي يحتاجون إليها , وقد يحتاج ذلك إلي إنشاء قسم خاص داخل المنظمة للإتصال بوسائل الإعلام المتنوعة وضمان إطلاعهم المستمر علي أنشطة وفعاليات المنظمة .(حسين :2014م)

الإعلام والعمل الخيري ويضم النقاط التالية :-

أهمية العمل الإعلامي للجهات الخيرية

إن للعمل الإعلامي المخطط أهمية كبرى لا تقاس فقط بجلب التبرعات للجهة الخيرية، فالعمل الإعلامي المنظم يعرف الجمهور بالجهة و أعمالها ويرسم صورة جيدة عنها لديهم ، وربما صحح العمل الإعلامي بعض المفاهيم الخاطئة عنها وأعطى صورة ذهنية حسنة تجاهها وكل هذه الآثار وغيرها تقاس بالدراسات العلمية المصاحبة للجهد الإعلامي المخطط كما أن التعاون الإعلامي بين الجهات الخيرية والمؤسسات الإعلامية يسهم في تحقيق التكامل بين العمل الخيري ومؤسسات المجتمع الأخرى وهو المطلب الذي ناشد به قادة العمل الخيري .

علاقة العمل الخيري بالإعلام :

أن العلاقة بين العمل الخيري والإعلام حقيقية، لانه عمل صادر عن دين وهو للناس كافة وان الإعلامي الإسلامي ليس وليد اليوم ولم يكون نتاج حضارة حديثة أو مدنية متطورة والعمل الخيري بالدرجة الأولى عمل إسلامي إن الإعلام للعمل الخيري إعلام متميز عن سواه لانه منبثق من الإعلام الإسلامي الذي حمل مبادئ أخلاقية فهو إعلام واضح وصريح.

مهمة الإعلام بالنسبة للعمل التطوعي

وذلك من خلال تبني خطط إعلامية قوية وواضحة ومدعومة ، وحتى تترسخ الثقافة اللازمة لدي المجتمع بأهمية دعم العمل الخيري ، والمشاركة فيه أن تقصير قيادات المنظمات تجاه سياسة دعم الإعلام في المنظمات ، والمنظمات الخيرية كلها تعتمد علي التسويق من خلال الإعلام، ونجاح المنظمة دالة تتأثر بحجم النشاط الإعلامي لها وفي تقديرنا إن التخفيف من دعم بعض المشاريع ، وتخصيص هذا الدعم لتطوير

الإعلام والمجال الإعلامي للمنظمة, وعمل الخطط اللازمة لذلك واختيار الأكفاء, من الكوادر المتخصصة فإن هذا سيؤدي إلى ظهور وازدهار و نمو هذه المنظمات وسيغير المجتمع نظرتة حولها . (www.startimes.com)

يمكن أن تحدد مهمة الإعلام بالنسبة للعمل الخيري بالخطوات التالية :-

التعريف بالعمل الخيري ومجالاته وكذلك التصدي للحملات المعادية التي يتعرض لها إبراز الدور الرائد الذي قام به العمل الخيري في دعم المسيرة الإنسانية والرقى بها وتنمية جوانبها و تجميع الطاقات العاملة فكرياً وثقافة وعلماً وقوة بشرية وحشدها في سبيل دعم خدمته ويتأمل الواقع نجد إن وسائل الأعلام لم تستطيع أن تقدم التغطية الشاملة لتلك المهمة مع أن العمل الخيري فيه الكثير من التفاصيل التي تجذب انتباه الجماهير وتحرك العواطف والاهتمامات الإنسانية (startimes.com)

وتري الباحثة:-

نحن علي السعي لإقناع الجهات الإعلامية الرسمية لتبني الدعاية والترويج لأنشطة المنظمات الخيرية ,فلو تعلم هذه المؤسسات اثر المنظمات الخيرية في تنمية المجتمع ومدى مشاركتها في إستراتيجية مكافحة الفقر ,لأفسحت المجال ,ولكن ذلك يتطلب جهودا كبيرة في ألقاعها بحقيقة الرسالة الخيرية لهذه المنظمات .

المبحث الثاني

الجمعيات الخيرية ووسائل الإعلام

عند الربط بين مفهوم الإعلام والخير نجد أن العمل الخيري من غير إعلام ، يصبح في دائره مغلقة لا تؤثر ولا تتأثر بغيرها من أنشطة, بل يصعب سريانها في نفوس الناس وتحريك دوافع العمل الخيري فيها, وكذلك الإعلام فإنه من غير مضمون خيري يصير بوقاً فارغاً لا قيمة له , فلم يعد لأي مؤسسة أو جمعية خيرية غني عن جهاز إعلامي متطور يقدم الوظيفة الإعلامية والدعائية التي يمكن من خلالها إحاطة المجتمع علماً بأوجه العمل الخيري ودفته للمشاركة الايجابية فيه (عادل, 2000م)

الجمعيات الخيرية وعناصر الإعلام :

للإعلام - كما هو معروف - أربعة عناصر : المرسل والمستقبل والرسالة والوسيلة وهذه تعريفات مختصرة لهذه العناصر :

المرسل : الجهة التي تصدر عنها الرسالة الإعلامية .

المستقبل : من توجه إليه الرسالة الإعلامية فرداً أو جماعة .

الرسالة : ما تحمله وسيلة الإعلام لتوصيله إلى المستقبل

الوسيلة : ما تؤدي به الرسالة الإعلامية سواء كانت صحيفة أو إذاعة أو تلفزيون أو غيرها من الوسائل الاتصالية المتنوعة

ويمكن للجمعيات الخيرية أن تستفيد من هذه العناصر الإعلامية الأربعة من خلال وسائل الإعلام لتحقيق النتائج التالية:-

1) وسائل الإعلام ستكون طريقاً للجمعيات الخيرية للوصول إلى الناس والتعريف بمناشطها وأعمالها وبالتالي التبرع لبرامجها المتنوعة .

2) حسن اختيار الوسيلة والرسالة المضمونة المبلغة إلى الناس فتحقق النتائج المثمرة لما تريد توصيله.

3) الوصول لمساحات واسعة ومخاطبة شريحة كبيرة من الناس .

4) فهم الناس ما تريده الجمعية الخيرية فيتم التفاعل معها وتفعيل دورها الخيري في المجتمع.

الجمعيات الخيرية والتخطيط الإعلامي

لم يعد التخطيط الإعلامي مسألة هامشيوا إنما صار ضرورة علمية ومنهجية للبحث في تفاصيل الخطط و موضوعاتها، تلك التي تتناول الرسالة الإعلامية (الأهداف والمضامين) ووسائل الإعلام (المقروء والمسموع والمرئي) ووظائف الإعلام والتطور الاجتماعي والاقتصادي والتكنولوجي ، والتخطيط الإعلامي يعرف بأنه "توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة، أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة من أجل تحقيق أهداف معينة مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات. (احمد , 1980م) وا إذا أرادت الجمعيات الخيرية الوصول إلى أهدافها وتحقيق رسالتها والتعريف بأنشطتها وبرامجها وأعمالها الخيرية، فلا بد لها من تخطيط إعلامي تجند له الطاقات البشرية والخبرات العلمية والميزانية المالية ،علي أن يكون هذه التخطيط وفق برامج محددة لا يمكن تجاوزها إلا للضرورة القصوي، ويشترط في المخطط الإعلامي أن يمتلك خبرة في الصحافة والإذاعة وإدارة المؤسسات الإعلامية ،مع امتلاكه معلومات فنية عن الهندسة الإذاعية والطباعة الالكترونية والاتصال الالكتروني إلى جانب المعلومات ومعالجتها عادة توزيعها إضافة إلى معلومات عن التكاليف والمصروفات والواردات والأمور الحسابية الأخرى. (حميد , 1998م)

أهم النتائج التي تحقها الجمعيات الخيرية من وسائل الإعلام

- 1) التعريف بمناشط وأعمال الجمعيات الخيرية
- 2) وصول الرسالة الإعلامية التي تريد الجمعية الخيرية توصيلها لأكبر عدد من الناس في وقت قياسي.
- 3) التفاعل الايجابي مع الجمعية الخيرية من قبل الشرائح الموجه لها الخطاب .
- 4) فهم المجتمع للرسائل الإعلامية التي تريد الجمعية الخيرية إيصالها

الإعلام الخيري

طرح نفر من المختصين في الإعلام مفهوماً جديداً تحت مسمى الإعلام الخيري مع ضرورة تحديد منهجية علمية ومنهية في الواقع العلمي ,وهناك بعض الوظائف الاجتماعية لهذا الإعلام الخيري ألامول أبرزها مثل تشكيل وعي اجتماعي داعم للعمل الخيري وبناء صورة ذهنية ايجابية عن الجمعيات الخيرية في المجتمع وأن الأثر الخيري للإعلام قد يكون بإضافة معلومات عن العمل الخيري أو خلق اتجاه جديد أو قديم ,أو المعاونة علي خلق وجهة نظر محددة جديدة أو متحولة من وجهة نظر أخرى. فتخدم وسائل الإعلام بعض الأهداف الثقافية وتوثق علاقاتهم وتساعد علي تنشئتهم اجتماعياً ,ومن هنا فان الإعلام يمكنه القيام بدور أساسي في عملية التوحد علي عمل الخير إذا تركزت الرسائل الإعلامية علي المضامين الدينية المتصلة أساساً بفطرة المسلم التي فطره الله الناس عليها في عمل الخير . (طالب, 2012م).

المبحث الثالث

مواقع التواصل الاجتماعي

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

عبارة عن أنظمة مرتبطة بنوع أو أكثر من أنواع الترابط التي تشمل القيم والرؤى والأفكار المشتركة، والاتصال الاجتماعي، القرابة، الصراع، التبادلات المالية، التجارية والعضوية المشتركة في المنظمات، والمجموعات المشاركة في حدث معين وجوانب أخرى عديدة في علاقات الإنسان . (عبدالله، 2012م)

خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

ومن أهم هذه الخصائص والمميزات

(1) سهولة الاستخدام : بحيث أن مواقع التواصل الاجتماعي طورت لتكون سهلة الاستخدام فهي تحتاج إلى القليل من المعرفة في أسس التكنولوجيا من أجل النشر وتحقق التواصل عبر الإنترنت.

(2) التواصل والتعبير عن الذات: أتاحت تلك المواقع قواعد اتصال جاذبة لا تعتمد علي نشر محتوى معين وأصبحت حاجة للمهتمين في الاتصال مع الآخرين والتعبير عن الذات.

(3) تشكيل المجتمع بطرق جديدة

(4) نشاطات من القاعدة إلى القمة: بحيث توفر مواقع التواصل الاجتماعي منصات مثالية، يستطيع من خلالها المستخدمون أن يتعاونوا بشكل فعال وبتكاليف أقل

(5) إعادة تنظيم جغرافيا الإنترنت: أتاحت تلك المواقع نقاط دخول جديدة علي الإنترنت.

أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

النوع الأول: يختص بالاتصالات وإيجاد وتبادل المعلومات, ومن الأمثلة علي ذلك هذا النوع من التواصل الاجتماعي, المدونات ومواقع الترابط الشبكي الاجتماعي ومواقع الفعاليات.

النوع الثاني: تعرف بمواقع التعاون وبناء فرق هي تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة العمل من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية.

النوع الثالث : مواقع الوسائط المتعددة مواقع التصوير يمكنك الاشتراك في العديد من مواقع تخزين و بث الفيديو .

النوع الرابع : المواقع الترفيهية الاجتماعية, مواقع العوالم الافتراضي . (علي , 2013م)

وسائل التواصل الاجتماعي مكانية الإفادة من تطبيقاتها في العمل الخيري
أولاً: الحاسوب

دخل جهاز الحاسوب في كافة مجالات الحياة, وأصبح جزءاً أصيلاً في المجالات الإعلامية بكافة جوانبها وأشكالها حيث تنوعت أجهزة الحاسوب وتنوعت استخداماتها, فهو أداة للإنتاج والمعالجة, وأداة للاتصال, وأداة تخزين, أداة للعرض

تطبيقات استخدام الحاسوب في العمل

- 1- المساعدة علي أتمام كافة النشاطات داخل الهيئات والمؤسسات الخيرية
- 2- مساعدة الموارد البشرية بمختلف مستوياتها علي تنمية المهارات وكفاءة الأداة وبالتالي تحسين الجودة في عمل المؤسسات الخيرية.
- 3- المساعدة علي اعتماد أليه العمل الإلكتروني وتحقيق مبادئ الإدارة بدون أوراق واعتماد التوثيق الإلكتروني والمراسلات الإلكترونية. (صادق , 2008م)

ثانياً : الإنترنت المستحدث الإعلامي والاتصالي

يمثل ظهور الانترنت النقلة النوعية الكبرى في المستحدثات الإعلامية التي نقلت الحياة الإنسانية بما فيها الإعلام إلي حدود غير مسبوقه ,وأنتج أنواعاً هائلة من التطبيقات الإعلامية التي سنتعرف عليها لاحقاً ومنها:-

1/ يوتيوب والمشاركة في الفيديو :

يقوم موقع يوتيوب علي مبدئية هي بث لنفسك إذ تحمل علي يوميا أفلام من صنع الهواة من حول العالم بعضها يتم تصويره بكاميرا جهاز الهاتف المتحرك لنقل حدث ما غريب وكثير منها تم أنتاجه لدواعي فنية أو سياسية أو اجتماعية أو جمالية ويعمل وفق المنظومة التالية :

يستطيع المستخدمون تحميل, وتبادل مقاطع الفيديو في جميع أنحاء العالم و دمج مقاطع الفيديو الخاصة بيوتيوب مع مواقع الشبكة التي تستخدم تقنيات حديثة مثل أي بي أي, أيضا شعبية يوتيوب أدت إلي تكريسه كمنصة لمؤسسات إعلامية كبرى ومنبرا للإعلانات الترويجية التي تعرف باسم الترويج المتقاطع .

تطبيقات استخدام يوتيوب في العمل الخيري .

1/ إمكانية ترويج الأعمال الخيرية بتكلفة اقل وبجهد بسيط

2/ توثيق أعمال الجهات الخيرية وتسويق أعمال وأفكار ومشايخ الجهات الخيرية.

2/ ماي سبيس وتعميق التشبيك الاجتماعي

تأسست خدمة ماي سبيس في يوليو 2003 وماي سبيس هو اكبر ممول في شبكة الانترنت لتشبيك الاجتماعي للأصدقاء ,وهو يقدم لهم أركانا خاصة لتقديم لمحات من حياتهم الشخصية كما يتيح الموقع للأشخاص ومن مختلف دول العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم والترويج لأعمالهم كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة

للخصوصية والاندماج الثقافي ويتحاور ملايين الشباب مع الإعلام من خلاله ويعبرون عن قيمهم الشخصية والثقافية.

التطبيق في العمل الخيري

(1) إمكانية تكوين الجماعات ذات الاهتمام المشترك والتي تسمح بالتالي إلي الترويج للأعمال الخيرية

(2) بث الأفكار الموجهة إلي الشباب لاستقطابهم للعمل الخيري وحث المجموعات للتبرع للأعمال الخيرية.

3/ موقع فيسبوك

يعتبر موقع فيس بوك الذي أسسه مارك زوكربيرغ واحدا من أهم مواقع التشبيك الاجتماعي ومن استخدام تطبيقات موقع فيسبوك في العمل الخيري (1) أن سهولة استخدام موقع فيسبوك سمح لعدد كبير من الشباب العربي بالانخراط فيه

(2) تمكن عدد من مشرقي الفيسبوك وأثناء الحرب علي غزة الترويج لكثير من الأفكار الخيرية والتطوعية مثل دعوة المشركين للتبرع بالدم والمواد العينية والتعريف بأهمية القضية الفلسطينية والظلم الواقع عليهم و أبرز معاناة أهل غزة من الحصار

(3) يسعي مارك زوكربيرغ إلي إطلاق فيسبوك من اجل الخير وهو جهد كبير لتجميع كافة قصص مستخدمي فيسبوك في كيفية مساعدة مجتمعاتهم للتقدم نحو الأفضل.

(4) يسمح موقع فيسبوك للجمعيات والمنظمات الخيرية بالتعريف بنفسها وجهدها وألية التبرع (لهاومثال ذلك مؤسسه المياه الخيرية التي توفر المياه النضيفة.

(www.charitywater.org)

4/ الإعلان والترويج في الانترنت

أصبح إعلان الانترنت ظاهر بشكل كبير وجزءا من نسيج شبكة الانترنت نفسها ,ومصدر لدخل لعدد متزايد من مواقع والشركات للدرجة التي أصبحت فيها الانترنت سوقا رئيسية للتجارة الإلكترونية والإعلان معا في أماكن مختلفة من العالم وتطورات معه شبكات متخصصة في الإعلان الشبكي ومن الأشكال التي ظهرت في إعلانات الإنترنت ما عرف بإعلان البريد الإلكتروني والذي يحقق حالة الاتصال المباشر مع المستهلك بطريقة بسيطة ومرنة ورخيصة. وهذه الميزة تتيح المجال للترويج للأعمال الخيرية بطريقة رخيصة وبسيطة وإرسال رسائل محددة للمتعاونين والمتبرعين علي شكل ما يسمى لإطلاعهم علي آخر أخبار مؤسستهم واهم البرامج التي ينفذونها وما هي مشاريعهم المستقبلية وأيضاً توجيه المتبرعين والمتطوعين لتحقيق أهداف المؤسسة أو الهيئة الخيرية معرفة عدد الرسائل التي تم إرسالها وعدد المتجاوبين معهم إمكانية تخصيص هذه الرسائل الإلكترونية لأشخاص محددين .

ثالثاً : السينما الرقمية

هي تكنولوجيا التصوير والمونتاج والتوزيع والعرض حيث تلعب السينما دوراً محورياً في توجيه سلوك الأفراد ,وهي وسيلة فعالة لتوجيه أهدافهم واتجاهاتهم داخل المجتمع تساعد الجمعيات الخيرية من إنتاج فلم سينمائي بتكلفة بسيطة وتوزيعه علي مختلف دول العالم بسهولة ويسر أو تحميله علي موقع اليوتيوب وتبني الجمعيات الخيرية إنتاج أفلام قصيرة وتعمل أيضا علي توثيق أعمال المؤسسات الخيرية وتسويق أعمال المؤسسات والهيئات الخيرية من خلال تخصيص احد الأفلام للحديث حول مشاريع تلك المنظمات داخل البلاد وخارجها وتغيير الصورة الذهنية عن المؤسسات الخيرية وأيضا تسليط الضوء من خلال الأفلام السينمائية مثل نظرة المجتمع لذوي الاحتياجات الخاصة.(السوداني , 2009م)

رابعاً: الهواتف المتحرك (الخلوي, المحمول, الجوال, المتنقل)

من استخدامات الهواتف المتحرك في مجالات العمل الخيري

- 1) تتيح الهواتف المتحركة خدمة التبرع من خلال الرسائل القصيرة
- 2) إمكانية تسجيل الأحداث لحظة وقوعها بدقة متناهية ومن ثم تحويلها إلي أجهزة

الحاسوب ومنها إلي وسائل الإعلام المختلفة

- 3) تسمح الهواتف المتحركة الترويج لأنشطة المؤسسات الخيرية والتعريف ببرامجها

الصعوبات والتحديات التي تواجه مواقع التواصل الاجتماعي

رغم الخدمات الكبيرة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي إلا أنها تواجه العديد من الصعوبات والتحديات التي تنعكس سلباً علي المستخدم منها:-

- 1) ضعف الإنتاجية: اعتاد الناس علي استخدام المواقع الالكترونية لتنظيم وتوسيع حياتهم الاجتماعية .

- 2) صعوبة المغادرة : بالرغم من وجود خيارات الحذف في مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن كثير من المستخدمين اكتشفوا أنه من المستحيل إزالة أنفسهم بشكل كامل .

- 3) تزييف المحتوى :تقييم المصادقية في تلك المواقع يكون أكثر تعقيدا من محتويات وسائل الإعلام العادية بسبب تعدد مصادر المحتويات عبر الشبكة .

- 4) انعدام الخصوصية وضعف الأمان .

- 5) انعدام الهوية الحقيقية.⁽¹⁾

وتري الباحثة:-

أن النماذج الجديدة من التكنولوجيا وغيرها الكثير التي لم نتطرق لي شرحها بشكل واف نجد تطبيقات مثل صحافة الإنترنت ومنتديات الانترنت والنشر الإلكتروني

⁽¹⁾عبدالله ممدوح ,مرجع سابق ص 50-51

والكتاب الإلكتروني وغيرها من التطبيقات التي يمكن توظيفها في خدمة القطاع
الخيرى .

الفصل الخامس

الإطار التطبيقي

إجراءات البحث وتحليل العينة

اختبار الفرضيات

عرض المقابلات

الفصل الخامس

الإطار التطبيقي

إجراءات البحث وتحليل العينة

أولاً:-

لمحة عن مؤسسة الزبير الخيرية

نشأة المنظمة المؤسسة

مضت مسيرة المؤسسة منذ مارس 1998 بعد استشهد المشير الزبير محمد صالح انطلقت المؤسسة حاملة مسؤولية كبيرة في ساحات العمل الطوعي الإنساني , إغاثة الملهوف ودرء الكوارث وكفالة الأيتام ورعاية الأسر رقيقة الحال وتحمل رمزية قيم ومعاني ومشاريع الشهيد الراحل في المجالات الخدمية والإنسانية والتنمية لمواصلة ما بدأه, وشقت المؤسسة الناشئة طريقها نحو الريادة في المجالات الإنسانية .

رسالة المنظمة :

مشروعات إنسانية وجهت داخل البلاد للشرائح المعنية وحملت رؤاها وبرامج خططها نحو الأشقاء في المنطقة العربية وكل أسيا والعالم وتمكنت من بناء جسور عمل طوعي رشيد مع منظمات نظيرة إلي تلك البقاع .

الأهداف الرئيسية للمؤسسة

حتى تتمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها السامية وضعت منهجية لتنفيذ الأنشطة المرادة وفق المحاور التالية :-

المحور الاجتماعي

1- توزيع أضاحي عيد الأضحى المبارك

2- دعم شريحة المعاقين تمثلت في تقديم معينات للحركة إلي جانب رعاية كبار السن وذوي الحاجات الخاصة والأسر المتعففة وهكذا حملت سفينة المؤسسة كل الشرائح التي كانت في حاجة إلي دعم ومؤازرة

3- كفالة اليتامى

نشأت المؤسسة قسماً لليتامى لمراعاة ظروف اليتامى والأسر التي ينتمي إليها اليتيم وحرصت المؤسسة أن تكون تلبية حاجات اليتيم في مقدمة الاهتمامات ولهذا طرقت أبواباً كثيراً لتوفير حاجات اليتيم وكانت في مقدمة الجهات التي تجاوبت معها جمعية الشارقة الخيرية بدولة الإمارات العربية المتحدة والشركة السودانية للاتصالات الي جانب الخيرين وبلغ عدد اليتامى 1870 وقد بدأ أداء دوره الإنساني منذ 2004م

4- تملك وسائل التمويل الأصغر

أولت المؤسسة اهتماماً كبيراً للتمويل الأصغر بهدف تمكين الأراذل والأسر الفقيرة من مواجهة ظروف الحياة

5- منظمة الأمومة والطفولة

محور الطوارئ والإسعاف

في محور الطوارئ والإسعاف رتب المركز المعنى مجموعة من البرامج تناولت درء الكوارث والإغاثة وتوفير الخدمات الطبية. بالاستفادة من طاقات الشباب المتطوعين المنضوين تحت المركز العالمي للطوارئ والإسعاف وقد تم إنشاء منظمة لهم تحت مسمى منظمة شباب النجدة

محور المشروعات الإنشائية

جاء هذا المحور لإنشاء مشروعات لتقديم خدمات في مجال توفير مياه الشرب والمراكز الصحية والمساجد والخلوي والمؤسسات التعليمية.

المؤسسة في المحافل الدولية :-

- 1- عضو الشبكة الوطنية للمنظمات الأهلية.
 - 2- عضو مؤسس إتحاد المنظمات الطوعية لدول الإيقاد .
 - 3- عضو المجلس الاتحادي الثقافي الاجتماعي الأفريقي.
 - 4- عضو مجموعة البحيرات العظمي .
 - 5- عضو المجلس الاقتصادي الاجتماعي للأمم المتحدة.
 - 6- عضو مكتب الأمم المتحدة للشئون الإنسانية .
 - 7- عضو مجلس المنظمات بمنظمة التعاون الإسلامي .
 - 8- رئيس المجموعة الوطنية لحقوق الإنسان .
- عقدت المؤسسة إتفاقيات إقليمية مع المنظمات النظرية هي :-

- 1- الهلال الأحمر الإماراتي.
- 2-الشارقة الخيرية.
- 3- مؤسسة محمد بن راشد للأعمال الخيرية والانسانية.
- 4- أسرة وادي النيل بمصر
- 5- منظمة وادينا
- 6- المنظمة العالمية للرعاية والسلم والإغاثة
- 7- المستشفى التخصصي بالأردن

- 8- الأسرة الطبية السودانية بالأمارات
- 9- مستشفى الأندلسية (المملكة العربية السعودية - جمهورية مصر العربية)
- 10- مدينة شوبك الأوكرانية الطبية
- 11- كذلك وقعت المؤسسة اتفاقيات مع أكثر من عشرين منظمة طوعية وطنية تعمل في مختلف مجالات العمل الإنساني .

إجراءات الدراسة وتحليل العينة

تمهيد :-

تتاول هذا الفصل المنهج الذي أتبع في الدراسة وخصائص العينة وأدوات جمع البيانات المستخدمة والإجراءات التي اتبعت في تصميم استبيان لمعرفة صحة الفروض في هذه الدراسة، المنظمات التطوعية ومدى استفادتها من وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي وطرق القياس الإحصائي المتبع في تحليل البيانات .

نوع الدراسة :-

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية في وضعها الراهن ،ولا تقف عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوزه إلي وصف العلاقة السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها وذلك من خلال دراسة واقع المنظمات الطوعية ومحاولة الاستفادة من وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي ومحاولة تفسير دور الإعلام داخل المنظمات بغرض الوصول إلي استنتاجات تفيد الواقع .

مجتمع عينة الدراسة :-

يتألف المجتمع الكلي من العاملين داخل المنظمات التطوعية لأن لهم معرفة كاملة بما يخص عمل المنظمة ويتمثل مجتمع الدراسة في ذكور وإناث وطبقت عليهم الدراسة الميدانية .

عينة الدراسة :-

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية من مجتمع العينة وتكونت عينة الدراسة من (75) استمارة من ذكر وأنثى وذلك حسب المؤهل الأكاديمي وطبيعة العمل والحالة الاجتماعية .

أداة الدراسة:-

قامت الباحثة بتصميم استبيان وتم توزيعه علي مجموعة من العاملين داخل منظمة الزبير الخيرية وبعض وسائل الإعلام لمعرفة آرائهم حول المنظمات الطوعية ومدى استفادتها من وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي من اجل معرفة ضرورة الإعلام داخل المنظمات الطوعية , وصحيفة الأستبيان هي نموذج يضم مجموعة من الاسئلة وتحتوي عددا من المحاور وفقا لأهداف الدراسة وفروضها

عرض وتحليل ومناقشة النتائج

أولاً: الترميز :

تم ترميز إجابات المبحوثين حتى يسهل إدخالها في جهاز الحاسب الآلي للتحليل الإحصائي حسب الأوزان الآتية:

5	وزنها	وافق بشدة
4	وزنها	وافق
3	وزنها	لا رأي
2	وزنها	لا اوافق
1	وزنها	لا اوافق بشدة

الوسط الحسابي الفرضي = مجموع الأوزان = $\frac{5+4+3+2+1}{5} = 3$ عددها

الغرض من حساب الوسط الفرضي هو مقارنته بالوسط الحسابي الفعلي للعبارة حيث إذا قل الوسط الفعلي للعبارة عن الوسط الفرضي دل ذلك على عدم موافقة المبحوثين على العبارة أما إذا زاد الوسط الحسابي الفعلي عن الوسط الفرضي دل ذلك على موافقة المبحوثين على العبارة .

ثانياً : الأسلوب الإحصائي :

استخدم برنامج آل (SPSS) لمعالجة البيانات إحصائياً SPSS مختصر لـ statistical package for social sciences والتي تعنى بالعربية الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الأسلوب الإحصائي المستخدم في تحليل هذه البيانات هو التكرارات والنسب المئوية لإجابات المبحوثين والأشكال البيانية بالإضافة إلى الوسط الحسابي والانحراف المعياري لأوزان إجابات المبحوثين الوسط الحسابي يستخدم لوصف البيانات أي لوصف اتجاه المبحوثين نحو العبارة هل هو سلبي أم إيجابي للعبارة فإذا زاد الوسط الحسابي الفعلي عن الوسط الحسابي الفرضي (3) فهذا يعنى أن اتجاه إجابات المبحوثين إيجابي للعبارة أي يعنى الموافقة على العبارة.

ولإختبار تكرارات إجابات المبحوثين هي في الاتجاه السلبي أم في الاتجاه الإيجابي أستخدم اختبار مربع كأي لجودة التطابق .

أي لإختبار الفرض الآتي إلى أي مدى التكرارات المتحصل عليها من إجابات المبحوثين تتوزع بنسب متساوية (منتظمة) للعبارات (وافق بشدة ، اوافق ، لا رأي ، لا أوافق ، لا اوافق بشدة) ، فإذا كان حجم العينة 75 يتوزعون بنسب متساوية للإجابات خمسة (15 لكل إجابة) فإذا كان هنالك فرق ذو دلالة إحصائية بين المتوقع (15 لكل أجاهه) وبين التكرارات المتحصل عليها هذا يعنى أن إجابات المبحوثين تميل نحو الإيجابية أو السلبية حيث يمكن تحديد ذلك من

خلال الوسط الحسابي الفعلي هل هو اكبر من الوسط الحسابي
الفرضي أم اقل من الوسط الفرضي .
اختبار مربع كاي نحصل فيه على قيمة مربع كاي

$$X^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(O_i - E)^2}{E_i}$$

حيث أن: O_i : هي المتحصل عليها من العينة (التكرارات المشاهدة)
 E_i : هي التكرارات المتوقعة (15 في هذه الدراسة)

$\sum_{i=1}^n$: المجموع

n : عدد أفراد العينة

3.2.1 : i

كما أن القيمة الإحتمالية فهي التي تحدد ما إذا كان هنالك فروق ذات
دلالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة وذلك
بمقارنة القيمة الإحتمالية بمستوى معنوية (0.05) فإذا كانت اقل من
0.05 فهذا يدل على أنه توجد فروق بين التكرارات والمشاهدة
والتكرارات المتوقعة . وفي هذه الحالة نقارن الوسط الحسابي
الفعلي للعبارة بالوسط الفرضي فإن كان أقل من الوسط الفرضي
دليل كافي على عدم موافقة المبحوثين على العبارة أما إذا كان أكبر
من الوسط الفرضي فهذا دليل على موافقة المبحوثين على العبارة

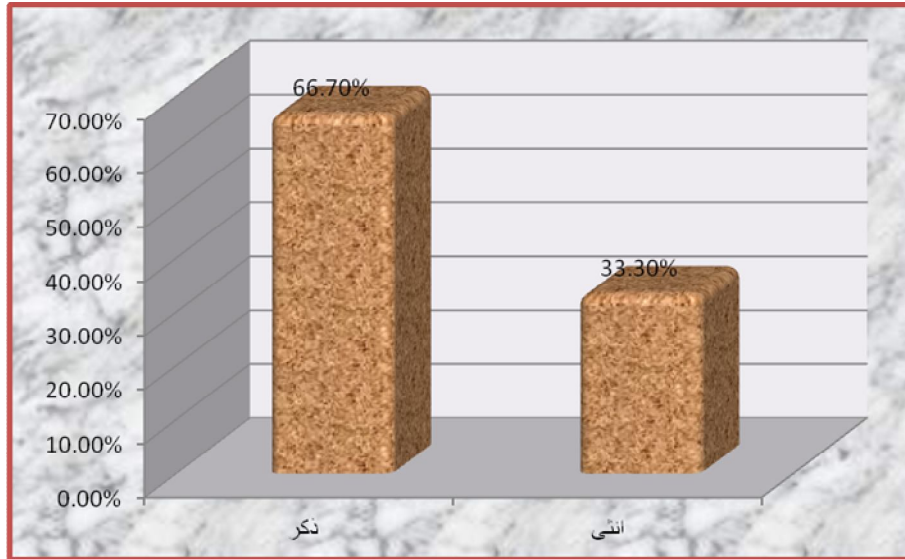
أولاً : البيانات والشخصية :

جدول (1)

يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير النوع لأفراد عينة الدراسة

النوع	التكرارات	النسبة (%)
ذكر	50	66.7
انثى	25	33.3
المجموع	75	100.0

شكل (1) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير النوع لأفراد عينة الدراسة



إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS -2018

من الجدول والشكل اعلاه نجد 66.7% من افراد عينة الدراسة من الذكور وبينما نجد 33.3% منهم من الإناث ومما سبق نخلص الى أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الذكور.

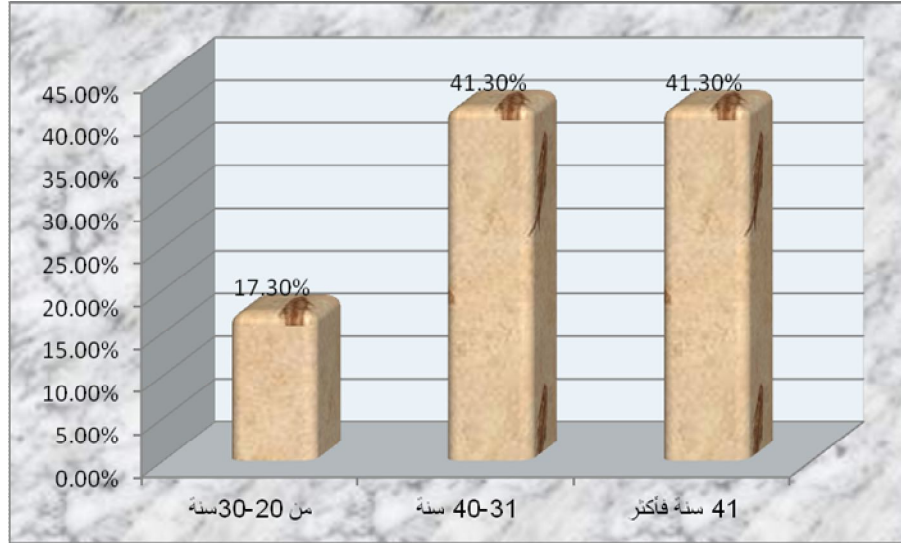
جدول (2)

يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير العمر لأفراد عينة الدراسة

العمر	التكرارات	النسبة (%)
من 20-30 سنة	13	17.3
31-40 سنة	31	41.3
41 سنة فأكثر	31	41.3
المجموع	75	100.0

شكل (2)

يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير العمر لأفراد عينة الدراسة



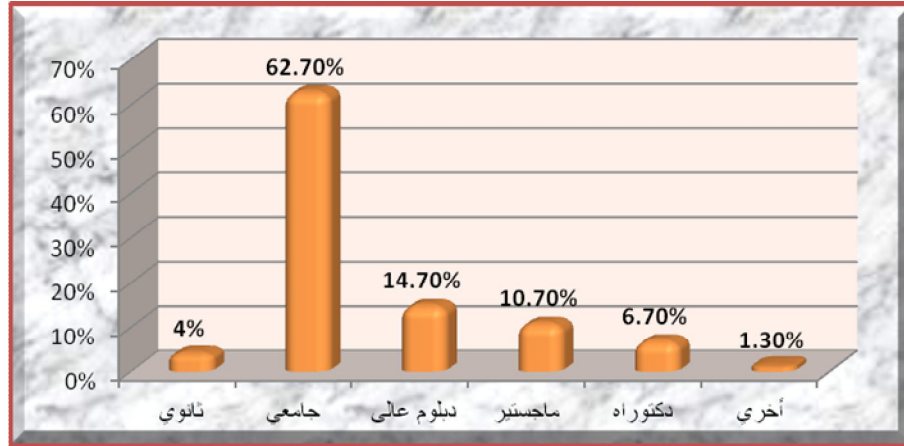
إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS- 2018 من الجدول والشكل اعلاه نجد 17.3% من افراد العينة المبحوثة اعمارهم من 20-30 سنة و 41.3% منهم اعمارهم تراوحت ما بين 40-31 سنة و 41.3% من افراد عينة الدراسة اعمارهم من 41 سنة فأكثر ومما سبق نخلص الى أن غالبية افراد عينة الدراسة اعمارهم من 31 سنة فأكثر.

جدول (3) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير المؤهل العلمي لافراد عينة الدراسة

النسبة (%)	التكرارات	المؤهل العلمي
4.0	3	ثانوي
62.7	47	جامعي
14.7	11	دبلوم عالي
10.7	8	ماجستير
6.7	5	دكتوراه
1.3	1	أخري
100.0	75	المجموع

شكل (3)

التوزيع التكراري والنسبي لمتغير المؤهل العلمي لافراد عينة الدراسة



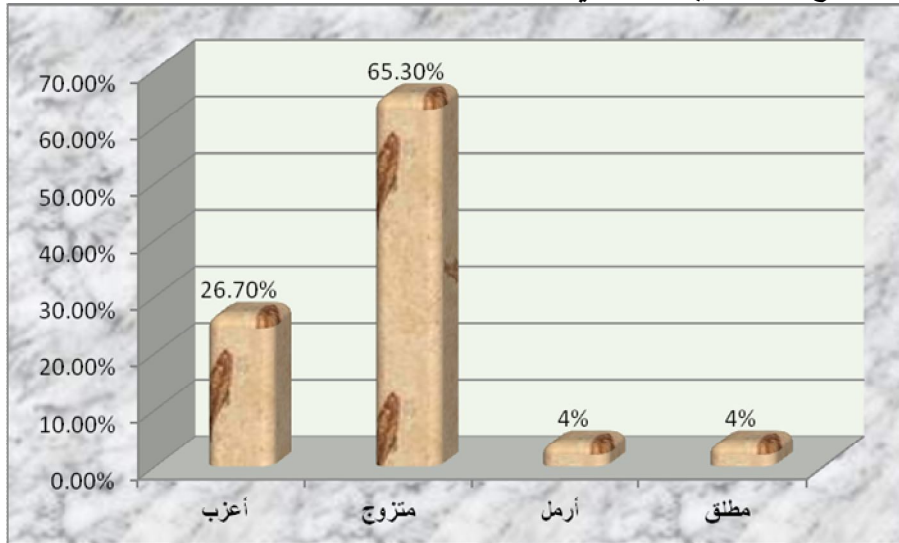
إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS- 2018 من الجدول والشكل البياني اعلاه نجد 4.0% من افراد عينة الدراسة مؤهلهم العلمي ثانوي و62.7% منهم مؤهلهم العلمي جامعي و14.7% منهم مؤهلهم العلمي دبلوم عالي و10.7% منهم مؤهلهم العلمي ماجستير و6.7% منهم مؤهلهم العلمي دكتوراه و 1.3% منهم لديهم مؤهلات أخرى غير محددة ومما سبق نستنتج ان غالبية افراد عينة الدراسة مؤهلهم العلمي جامعي .

جدول (4) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير الحالة الإجتماعية لافراد عينة الدراسة

النسبة (%)	التكرارات	الحالة الإجتماعية
26.7	20	أعزب
65.3	49	متزوج
4.0	3	أرمل
4.0	3	مطلق
100.0	75	المجمع

شكل (4)

التوزيع التكراري والنسبي لمتغير الحالة الإجتماعية لافراد عينة الدراسة



إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS- 2018 من الجدول والشكل اعلاه نجد 26.7% من افراد عينة الدراسة حالتهم الإجتماعية غير متزوجين (أعزب) وبينما نجد 65.3% منهم متزوجين و 4% ارامل و 4% منهم ايضاً مطلق ومما سبق يتضح ان غالبية افراد عينة الدراسة حالتهم الإجتماعية متزوجين.

جدول (5)

يوضح التوزيع التكراري والنسبي لمتغير الوظيفة لافراد عينة الدراسة

النسبة (%)	التكرارات	الوظيفية
30.7	23	موظف حكومي
61.3	46	موظف قطاع خاص
2.7	2	اعمال حرة
2.7	2	طالب
2.7	2	عاطل من العمل
100.0	75	100المجموع

شكل (5)

التوزيع التكراري والنسبي لمتغير الدرجة الوظيفية لأفراد عينة الدراسة



إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2018 من الجدول والشكل البياني اعلاه نجد 30.7% من افراد عينة الدراسة وظيفتهم موظف حكومي و 61.7% منهم موظف قطاع خاص و 2.6% منهم مناهم اعمال حره و 2.7% منهم ايضاً طالب و 2.7% منهم عاطل عن العمل سبق يتضح ان غالبية افراد عينة الدراسة موظفي بالقطاع الخاص

ثانياً :- أسئلة الأستبانة

الفرضية الأولى :

توجد علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والمنظمات الخيرية.

الجدول رقم (6) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لاستجابات افراد عينة

الدراسة عن عبارات الفرضية الأولى :

معيار النتيجة					فقرات المقياس
لا أوافق بشدة	لا اوافق	لا رأي	اوافق	اوافق بشدة	
-	6 %6.7	1 %1.3	29 %38.7	40 %53.3	1. توجد علاقة بين وسائل الإعلام والعمل الطوعي.
1	13 %17.3	13 %17.3	35 %46.7	13 %17.3	2. هنالك تنسيق في البرامج المطروحة بين وسائل الإعلام والمنظمات الخيرية.
5	5 %6.7	5 %6.7	31 %41.3	29 %38.7	3. ساعدت الصحافة الإلكترونية المنظمات التطوعية في تقديم الخدمات للجمهور.
2	1 %1.3	10 %13.3	37 %49.3	25 %33.3	4. وجود خطة سنوية لبرامج المنظمة.
2	15	31	17	10	5. هل للمنظمة برامج تلفزيونية تقدم بشكل

دوي.	%13.3	%22.7	%41.3	%20	%2.7
6. داخل كل منظمة توجد جهات متخصصة بالعمل الإعلامي للمنظمة.	31	33	5	6	-
7. تساهم وسائل الإعلام في بناء علاقات بين المنظمة والمتسفيدين.	37	30	5	2	1
8. تقدم المنظمة دورات تدريبية متعلقة بدور الإعلام في الأعمال التطوعية.	21	38	18	7	1
	%41.3	%44	%6.7	8%	%1.3
	%49.3	%40	%6.7	%2.7	%1.3
	%28	%37.3	%24	%9.3	%1.3

إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2018 من الجدول (6) نجد غالبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على عبارات الفرضية حيث نجد اجاباتهم نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الإيجابي اي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون هذا العبارات ، ومما سبقستنتج ان معظم افراد عينة الدراسة يوافقون على وجود علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والمنظمات الخيرية

الجدول رقم (7) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة مربع كاي ودرجات الحرية والقيمة الاحتمالية لعبارات الفرضية الاولى

العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية
1. توجد علاقة بين وسائل الإعلام والعمل الطوعي.	4.39	0.82	3	56.57	0.00
2. هنالك تنسيق في البرامج المطروحة بين وسائل الإعلام والمنظمات الخيرية.	3.61	1.01	4	40.53	0.00
3. ساعدت الصحافة الإلكترونية المنظمات التطوعية في تقديم الخدمات للجمهور.	3.99	1.16	4	50.13	0.00
4. وجود خطة سنوية لبرامج المنظمة.	4.09	0.87	4	64.93	0.00
5. هل للمنظمة برامج تلفزيونية تقدم بشكل دوي.	3.24	1.01	4	30.26	0.00
6. داخل كل منظمة توجد جهات متخصصة بالعمل الإعلامي للمنظمة.	4.19	0.88	3	37.15	0.00

0.00	78.26	4	0.83	4.33	7. تساهم وسائل الإعلام في بناء علاقات بين المنظمة والمتسفيدين.
0.00	31.60	4	1.00	3.81	8. تقدم المنظمة دورات تدريبية متعلقة بدور الإعلام في الأعمال التطوعية.

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS-2018م

من الجدول (7) نجد الأوساط الحسابية للعبارات بالجدول أكبر من الوسط الحسابي الفرضي (3) وهذا يشير إلى أن إجابات أفراد العينة المبحوثة نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون عبارات الفرضية , ونجد أيضاً الانحراف المعياري للعبارات يتراوح ما بين (0.82-1.16) والفرق بينهما اقل من الواحد الصحيح وهذا دليل على تجانس وتشابه في إجابات افراد العينة نحو العبارات الفرضية .ونجد في ذات الجدول القيمة الإحتمالية لإختبار مربع كأي لكل عبارة من تلك العبارات المشار إليها بالجدول اقل من مستوي معنوية 0.05 وهذا دليل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إستجابات أفراد العينة المبحوثة نحو العبارات تعزي لصالح موافقة افراد على وجود علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والمنظمات الخيرية.

الفرضية الثانية :
لوسائل التواصل الإجتماعي دور فعال تجاه العمل الخيري
الجدول رقم (8) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لإستجابات
أفراد عينة الدراسة عن عبارات الفرضية الثانية :

معيار النتيجة					العبارات
لا أوافق بشدة	لا اوافق	لا رأي	اوافق	اوافق بشدة	
1	5	2	37	30	1.تمثل مواقع التواصل الإجتماعي الوجه المشرق للعمل الطوعي .
%1.3	%6.7	%2.7	%49.3	%40	
-	-	3	43	29	2.تساهم وسائل التواصل الإجتماعي في نشر أنشطة العمل الطوعي.
		%4	%57.3	%28.7	
1	6	10	31	27	3.تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي للقطاع الخيري ركيزة اساسية في نجاح عمل المنظمات .
%1.3	%8	%13.3	%41.3	%36	
4	5	16	28	22	4.تتوفر داخل المنظمات معينات عمل إلكترونية .
%5.3	%6.7	%21.3	%37.3	%29.3	
1	2	10	31	31	5. للمنظمة موقع او صفحة إلكترونية تساعد على نشر الحملات التسويقية.
%1.3	%2.7	%13.3	%41.3	%41.3	
3	8	22	33	9	6.تعتمد المنظمة على مواقع التواصل الإجتماعي في الإتصالات الداخلية.
%4	%16.7	%29.3	%44	%12	
2	4	11	38	20	7.تستفيد المنظمة من مواقع التواصل الإجتماعي في الإتصالات الخارجية.
%2.7	%5.3	%14.7	%50.7	%26.7	
1	5	18	25	26	8.توجد جهة متخصصة لجمع البيانات والمعلومات وارشفتها وتخزينها إلكترونياً في المنظمة.
%1.3	%6.7	%24	%33.3	%34.7	

المصدر : إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2018م
من الجدول (8) نجد غالبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على عبارات الفرضية الثانية حيث نجد اجاباتهم نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الإيجابي اي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون هذا العبارات ، ومما سبق نخلص إلى ان معظم افراد عينة الدراسة يوافقون على أن وسائل التواصل الإجتماعي لها دور فعال تجاه لعمل الخيري.

الجدول رقم (9) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة مربع كاي ودرجات الحرية والقيمة الاحتمالية لعبارات الفرضية الثانية

العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية
1.تمثل مواقع التواصل الإجتماعي الوجه المشرق للعمل الطوعي .	4.20	0.89	4	78.26	0.00
2.تساهم وسائل التواصل الإجتماعي في نشر أنشطة العمل الطوعي.	4.35	0.56	2	32.96	0.00
3.تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي للقطاع الخيري ركيزة اساسية في نجاح عمل المنظمات .	4.03	0.97	4	46.80	0.00
4.تتوفر داخل المنظمات معينات عمل إلكترونية .	3.79	1.11	4	29.33	0.00
5. للمنظمة موقع او صفحة إلكترونية تساعد على نشر الحملات التسويقية.	4.19	0.87	4	60.13	0.00
6.تعتمد المنظمة على مواقع التواصل الإجتماعي في الإتصالات الداخلية.	3.49	0.98	4	40.13	0.00
7.تستفيد المنظمة من مواقع التواصل الإجتماعي في الإتصالات الخارجية.	3.93	0.93	4	57.33	0.00
8.توجد جهة متخصصة لجمع البيانات والمعلومات وارشفتها وتخزينها إلكترونياً في المنظمة.	3.93	0.99	4	35.06	0.00

المصدر : إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2018م

من الجدول (9) نجد أن الاوساط الحسابية للعبارات بالجدول اكبر من الوسط الحسابي الفرضي (3) وهذا يشير الى أن اجابات أفراد عينة الدراسة نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي يعنى موافقتهم على محتوي ومضمون عبارات الفرضية , ونجد ايضاً الانحراف المعياري للعبارات يتراوح ما بين (0.87-1.11) والفرق بينهما اقل من الواحد الصحيح وهذا دليل على تجانس وتشابه في إجابات افراد العينة نحو العبارات الفرضية .ونجد في ذات الجدول القيمة الإحتمالية لإختبار مربع كأي لكل عبارة من تلك العبارات المشار اليها بالجدول اقل من مستوي معنوية 0.05 وهذا دليل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إستجابات أفراد عينة الدراسة نحو العبارات تعزي لصالح موافقة افراد على أن وسائل التواصل الأجتماعى دور فعال تجاه العمل الخيرى.

الفرضية الثالثة: توجد مسؤولية دينية وتوعوية للإعلام تراعي خدمة المجتمع والأعمال الخيرية.

الجدول رقم (10) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لاستجابات افراد عينة الدراسة عن عبارات الفرضية الثالثة :

معيار النتيجة					العبارات
لا أوافق بشدة	لا اوافق	لا رأي	اوافق	اوافق بشدة	
-	1 %1.3	5 %6.7	27 %36	42 %56	1.لوسائل الإعلام تأثير إيجابي على الاخلاق ويدورها تساهم في ترسيخ مفاهيم المنظمات التطوعية
-	2 %2.7	5 %6.7	32 %42.7	36 %48	2.ساهم المنظمات في بناء التكافل الإجتماعي وتنمية المجتمع.
2 %2.7	4 %5.3	6 %8	37 %49.3	20 %34.7	3.ساهمت وسائل الإعلام في معرفتك بالعمل التطوعي.
1 %1.3	2 %2.7	2 %2.7	34 %45.3	36 %48	لوسائل الإعلام ضرورة أساسية داخل المنظمات التطوعية التي تخاطب المجتمع.
1 %1.3	6 %8	12 %16	31 %41.3	25 %33.3	5.وسائل الإعلام تقدم افلام وثائقية في العمل الطوعي يستفيد منها المجتمع.
-	5 %6.7	5 %6.7	40 %53.3	25 %33.3	6.تعتبر وسائل الإعلام طريقاً للوصول للجمعيات الخيرية.
21 %28	31 %41.3	8 %10.7	8 %10.7	7 %9.3	7.المنظمات التطوعية في غني عن جهاز إعلامي متطور ويقدم الوظيفة الإعلامية والدعائية.
1 %1.3	5 %6.7	8 %10.7	31 %41.3	30 %40	8.مساهمة الإعلام في رفع الوعى الديني.

المصدر : إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2018م من الجدول (10) نجد غالبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على عبارات الفرضية الثالثة حيث نجد اجاباتهم نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الإيجابي اي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون هذا العبارات ، ومما سبق يتضح ان غالبية افراد عينة الدراسة يوافقون على وجود مسؤولية دينية وتوعوية للإعلام تراعي خدمة المجتمع والأعمال الخيرية.

الجدول رقم (11) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة مربع كاي ودرجات الحرية والقيمة الاحتمالية لعبارات الفرضية الثالثة

العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية
1.لوسائل الإعلام تأثير إيجابي على الاخلاق ويدورها تساهم في ترسيخ مفاهيم المنظمات التطوعية	4.47	0.68	3	59.34	0.00
2.ساهم المنظمات في بناء التكافل الإجتماعي وتنمية المجتمع.	4.33	0.83	3	50.28	0.00
3.ساهمت وسائل الإعلام في معرفتك بالعمل التطوعي.	4.08	0.94	4	65.07	0.00
لوسائل الإعلام ضرورة أساسية داخل المنظمات التطوعية التي تخاطب المجتمع.	4.36	0.78	4	89.06	0.00
5.وسائل الإعلام تقدم افلام وثائقية في العمل الطوعي يستفيد منها المجتمع.	3.97	0.97	4	42.33	0.00
6تعتبر وسائل الإعلام طريقاً للوصول للجمعيات الخيرية.	4.13	0.81	3	46.33	0.00
7.المنظمات التطوعية في غني عن جهاز إعلامي متطور ويقدم الوظيفة الإعلامية والدعائية.	2.32	1.25	4	30.26	0.00
8.مساهمة الإعلام في رفع الوعي الديني.	4.12	0.94	4	55.06	0.00

المصدر : إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS -

2018م

من الجدول (11) نجد أن الاوساط الحسابية للعبارات بالجدول اكبر من الوسط الحسابي الفرضي (3) وهذا يشير الى أن اجابات أفراد عينة الدراسة نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون عبارات الفرضية ,ونجد ايضاً الانحراف المعياري للعبارات يتراوح ما بين (0.68-1.25) والفرق

بينهما اقل من الواحد الصحيح وهذا دليل على تجانس وتشابه في إجابات افراد العينة نحو العبارات الفرضية .ونجد في ذات الجدول القيمة الإحتمالية لإختبار مربع كأي لكل عبارة من تلك العبارات المشار اليها بالجدول اقل من مستوي معنوية 0.05 وهذا دليل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إستجابات أفراد عينة الدراسة نحو العبارات تعزي لصالح موافقة افراد على وجود مسئولية دينية وتوعوية للإعلام تراعي خدمة المجتمع والأعمال الخيرية.

الفرضية الرابعة:
يلعب الإعلام دوراً فعالاً في نشر أنشطة العمل الطوعي.
الجدول رقم (12) يوضح التوزيع التكراري والنسبي لاستجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الفرضية الرابعة :

معيار النتيجة					العبارات
لا أوافق بشدة	لا اوافق	لا رأي	اوافق	اوافق بشدة	
-	8 %10.7	7 %9.3	45 %60	15 %20	1.الإذاعة وسيلة لإيصال رسالة المنظمة للمجتمع.
-	5 %16.7	10 %13.3	42 %56	18 %24	2.الصحافة تعمل على تغطية فعاليات المنظمة وتعظيم أثرها.
-	9 %12	14 %18.7	34 %45.3	18 %24	3.يوفر الإعلام تغطية شاملة لقضايا الأعمال التطوعية .
9 %12	40 %53.3	7 %9.3	13 %17.3	6 %33	4.ترتكز الأعمال التطوعية في شهر رمضان فقط.
8 %10.3	2 %2.7	8 %10.7	31 %41.3	33 %44	5. أن وسائل الإعلام تنشر أنشطة العمل التطوعي بشكل فعال.
-	7 %9.3	5 %6.7	44 %58.7	18 %24	6.وسائل الإعلام تشكل وعي إجتماعي داعم للعمل الخيري وبناء صورة إيجابية للمظمات
-	2 %2.7	3 %4	32 %42.7	38 %50.1	7.تخدم وسائل الإعلام بعض الأهداف الثقافية وتساعد عبي توحيد العمل الطوعي.
-	2 %2.7	3 %4	32 %42.7	38 %50.7	8. يساهم الإعلام في تطوير العمل الطوعي.

المصدر : إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2017 من الجدول (12) نجد غالبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على عبارات الفرضية حيث نجد اجاباتهم نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الإيجابي اي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون هذا عبارات الفرضية الرابعة ، ومما سبق نستنتج ان غالبية افراد عينة الدراسة يوافقون على أن للإعلام دوراً فعالاً في نشر أنشطة العمل الطوعي.

الجدول رقم (13) يوضح الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة مربع كاي ودرجات الحرية والقيمة الاحتمالية لعبارات الفرضية الرابعة

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجات الحرية	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية
1.الإذاعة وسيلة لإيصال رسالة المنظمة للمجتمع.	3.89	0.85	3	51.02	0.00
2.الصحافة تعمل على تغطية فعاليات المنظمة وتعظيم أثرها.	3.97	0.80	3	43.02	0.00
3.يوفر الإعلام تغطية شاملة لقضايا الأعمال التطوعية .	3.81	0.94	3	18.70	0.00
4.ترتكز الأعمال التطوعية في شهر رمضان فقط.	2.56	1.15	4	54.00	0.00
5. أن وسائل الإعلام تنشر أنشطة العمل التطوعي بشكل فعال.	3.95	0.90	4	50.26	0.00
6.وسائل الإعلام تشكل وعي إجتماعي داعم للعمل الخيري وبناء صورة إيجابية للمظمات	4.24	0.85	4	66.26	0.00
7.تخدم وسائل الإعلام بعض الأهداف الثقافية وتساعد على توحيد العمل الطوعي.	3.95	0.90	4	80.66	0.00
8. يساهم الإعلام في تطوير العمل الطوعي.	4.12	0.94	3	57.32	0.00

المصدر : إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS - 2017م

من الجدول (13) نجد أن الاوساط الحسابية للعبارة بالجدول اكبر من الوسط الحسابي الفرضي (3) وهذا يشير الى أن اجابات أفراد عينة الدراسة نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون عبارات الفرضية , ونجد

ايضاً الانحراف المعياري للعبارات يتراوح ما بين (0.80-1.15) والفرق بينهما اقل من الواحد الصحيح وهذا دليل على تجانس وتشابه في إستجابات افراد العينة نحو عبارات الفرضية .ونجد في ذات الجدول القيمة الإحتمالية لإختبار مربع كأي لكل عبارة من تلك العبارات المشار اليها بالجدول اقل من مستوي معنوية 0.05 وهذا دليل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إستجابات أفراد عينة الدراسة نحو العبارات تعزي لصالح موافقة افراد العينة على أن للإعلام دوراً فاعلاً في نشر أنشطة العمل الطوعي.

اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى :

توجد علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والمنظمات الخيرية.

من الجدول (6) نجد غالبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارات الفرضية حيث نجد اجاباتهم نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الإيجابي اي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون هذا العبارات ، ومما سبق نستنتج ان معظم افراد عينة الدراسة يوافقون على وجود علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والمنظمات الخيرية

من الجدول (7) نجد الاوساط الحسابية للعبارات بالجدول اكبر من الوسط الحسابي الفرضي (3) وهذا يشير الى أن اجابات أفراد العينة المبحوثة نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون عبارات الفرضية , ونجد أيضاً الانحراف المعياري للعبارات يتراوح ما بين (1.16-0.82) والفرق بينهما اقل من الواحد الصحيح وهذا دليل على تجانس وتشابه في إجابات افراد العينة نحو العبارات الفرضية .ونجد في ذات الجدول القيمة الإحتمالية لإختبار مربع كأي لكل عبارة من تلك العبارات المشار اليها بالجدول اقل من مستوي معنوية 0.05 وهذا دليل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إستجابات أفراد العينة المبحوثة نحو العبارات تعزي لصالح موافقة افراد على وجود علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والمنظمات الخيرية وعليه نؤكد إثبات صحة الفرضية القائلة توجد علاقة تكاملية بين وسائل الإعلام والمنظمات الخيرية.

الفرضية الثانية :

توجد علاقة بين فعالية دور وسائل التواصل الإجتماعي والعمل الطوعي

من الجدول (8) نجد غالبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارات الفرضية الثانية حيث نجد اجاباتهم نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الإيجابي اي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون هذا العبارات ، ومما سبق نخلص إلى ان معظم افراد عينة الدراسة

يوافقون على أن وسائل التواصل الإجتماعي لها دور فعال تجاه العمل الخيري.

من الجدول (9) نجد أن الاوساط الحسابية للعبارات بالجدول اكبر من الوسط الحسابي الفرضي (3) وهذا يشير الى أن اجابات أفراد عينة الدراسة نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون عبارات الفرضية ,ونجد ايضاً الانحراف المعياري للعبارات يتراوح ما بين (0.87-1.11) والفرق بينهما اقل من الواحد الصحيح وهذا دليل على تجانس وتشابه في إجابات افراد العينة نحو العبارات الفرضية .ونجد في ذات الجدول القيمة الإحتمالية لإختبار مربع كأي لكل عبارة من تلك العبارات المشار اليها بالجدول اقل من مستوي معنوية 0.05 وهذا دليل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إستجابات أفراد عينة الدراسة نحو العبارات تعزي لصالح موافقة افراد على أن وسائل التواصل الأتماعي دور فعال تجاه العمل الخيري.

وعليه نؤكد اثبات صحة الفرض القائل لوسائل التواصل الإجتماعي دور فعال تجاه العمل الخيري

الفرضية الثالثة :

توجد علاقة بين المسؤولية الدينية والتوعية للإعلام ومراعاة خدمة المجتمع للأعمال الخيرية.

من الجدول (10) نجد غالبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارات الفرضية الثالثة حيث نجد اجاباتهم نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي اي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون هذا العبارات ، ومما سبق يتضح ان غالبية افراد عينة الدراسة يوافقون على وجود مسؤولية دينية وتوعوية للإعلام تراعي خدمة المجتمع والأعمال الخيرية.

من الجدول (11) نجد أن الاوساط الحسابية للعبارات بالجدول اكبر من الوسط الحسابي الفرضي (3) وهذا يشير الى أن اجابات أفراد عينة الدراسة نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون عبارات الفرضية ,ونجد ايضاً الانحراف المعياري للعبارات يتراوح ما بين (0.68-1.25) والفرق بينهما اقل من الواحد الصحيح وهذا دليل على تجانس

وتشابهه في إجابات أفراد العينة نحو العبارات الفرضية. ونجد في ذات الجدول القيمة الإحصائية لإختبار مربع كأي لكل عبارة من تلك العبارات المشار إليها بالجدول اقل من مستوي معنوية 0.05 وهذا دليل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة نحو العبارات تعزي لصالح موافقة افراد على وجود مسئولية دينية وتوعوية للإعلام تراعي خدمة المجتمع والأعمال الخيرية. ومما سبق نؤكد إثبات صحة الفرض القائل توجد مسئولية دينية وتوعوية للإعلام تراعي خدمة المجتمع والأعمال الخيرية.

الفرضية الرابعة:

توجد علاقة بين فعالية دور الإعلام في نشر أنشطة العمل الخيري.

من الجدول (12) نجد غالبية أفراد عينة الدراسة يوافقون على العبارات الفرضية حيث نجد اجاباتهم نحو هذه العبارات تسير في الاتجاه الإيجابي اي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون هذا عبارات الفرضية الرابعة ، ومما سبق نستنتج ان غالبية افراد عينة الدراسة يوافقون على أن للإعلام دوراً فاعلاً في نشر أنشطة العمل الطوعي.

من الجدول (13) نجد أن الاوساط الحسابية للعبارات بالجدول اكبر من الوسط الحسابي الفرضي (3) وهذا يشير الى أن اجابات أفراد عينة الدراسة نحو هذه العبارات تسير في الإتجاه الإيجابي أي يعنى موافقتهم على محتوى ومضمون عبارات الفرضية , ونجد ايضاً الانحراف المعياري للعبارات يتراوح ما بين (0.80-1.15) والفرق بينهما اقل من الواحد الصحيح وهذا دليل على تجانس وتشابهه في إجابات افراد العينة نحو عبارات الفرضية. ونجد في ذات الجدول القيمة الإحصائية لإختبار مربع كأي لكل عبارة من تلك العبارات المشار إليها بالجدول اقل من مستوي معنوية 0.05 وهذا دليل على وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين

إستجابات أفراد عينة الدراسة نحو العبارات تعزي لصالح موافقة
افراد على أن للإعلام دوراً فاعلاً في نشر أنشطة العمل
الطوعي.ومما شبق نؤكد إثبات صحة الفرض القائل يلعب الإعلام
دوراً فعالاً في نشر أنشطة العمل الطوعي.

عرض المقابلات

المقابلة رقم (1)

اسم المنظمة: مؤسسة معارج للسلام والتنمية

العنوان: الخرطوم - بحري - كافوري مربع (9)

الاسم : اشواق ضو البيت

الوظيفة: مديرة الإعلام بالمنظمة

السؤال الاول:

وفي اجابتها قالت الاتي : نعم - تقدم النظمة العديد من المشروعات الاجتماعية وأعمالها المتنوعة ومشروعاتها موسمية من ضمنها مشروعات القبية المدرسية الاقائة في فصل الخريف والمساعدة الانسانية الطارئة داخل السودان وخارجه في أوقات الكوارث مشروع وكفالة الايتام والارامل بتقديم مساعدات مالية شهرية وايضاً (كسوة الشتاء - افطار الصائم - مشروع الاضحية) مشروع الرحمة في علاج الفقراء والمحتاجين مشروع الدعم الشهري للخلاوي وغيرها الكثير من المشروعات التي لم يتم ذكرها .

السؤال الثاني:

اما الاجابة كانت توجد العديد من المشكلات داخل المنظمة منها كثرة الوافدين للعلاج لذلك لان الدعم الذي ياتي من الخارج لا يسد حاجة المحتاجين للعلاج ومشاكل في التمويل.

السؤال الثالث:

اما إجابتها علي ذلك.

لايوجد دور اساسي لسياسات الدولة اتجاه المنظمة والا في المحافل الدولية لتدعيم الزواج الجماعي.

السؤال الرابع:

نعم لقد استفادة جداً من هذا الوسيلة بالأخص التلفزيون القومي وكان هنالك نظام شركات بينها وبين المنظمة في بث مشاريعها الائتمائية وكانت المنظمة تقوم باستدعاه كل من قناة الشروق وقناة النيل الازرق لمشاركتها في بث مباشر لبرنامج الزواج الجماعي وكثير من البر امج التي تقوم المنظمة بنشرها عبر تلك القنوات.

السؤال الخامس:

وكانت الاجابة علي هذا السؤال:

توجد إدارة تهتم بالترويج لانشطتها الائتمائية وتوجد دخل المنظمة إدارة العلاقات العامة والمراسم كل من هذا الادارة تقوم بوظيفتها وترتيب كل مايلزم المنظمة من اجتماعات ومتمرات وسفريات خاصة بعمل المنظمة.

السؤال السادس:

هل ساهمت المنظمة في مشاريع التنمية العمرانية داخل السودان وخارجه كانت الأجابة علي ذلك لم تساهم المنظمة في مشاريع التنمية العمرانية لا داخل السودان لا خارج.

السؤال السابع:

ترتبط مؤسسة معارج للسلام والتنمية في تطوير وترقية مجالات العمل الإنساني مع عدد من المؤسسات العاملة في نفس المجال داخلياً وخارجياً ومن أهم هذه الشراكات خارجياً مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للأعمال الخيرية والانسانية جمعة الشارقة الخيرية الهلال الاحمر الاماراتي منظمة الرحمة (ماليزيا) الشبكة الدولية لحقوق والتنمية داخلياً مؤسسة الزبير الخيرية منظمة بكره أم معبد الوقفية وبادرون.

السؤال الثامن: الأجابة.

يفترض أن تكون في اي منظمة أو اي مؤسسة من مؤسسات المجتمع دائره خاصة بالاعلام بحيث يتم استخدامها بشكل أفضل القيام بأعمال المنظمة لان وسائل الاعلام تعمل علي حفظ حقوق المؤسسة ويعتبر الاعلام ركيزه اساسية لنجاح عمل المنظمة.

السؤال التاسع : الأجابة.

كانت الاجابة نعم هنالك دور فعال إتجاه تلك المنظمات التي تستخدم لخدمة المنظمة وعلي الربط بينهما لانهما مكملين بعض في خدمة المجتمع وأداء نفس الرسالة .

المقابلة رقم (2)

اسم المنظمة : الوفقية لرعاية الأيتام

موقع المنظمة : الخرطوم - بحري - كافوري

اسم : عبد الحميد ناصر و محمد فطيم احمد - مدير الاعلام بالمنظمة

السؤال الاول:

ماذا تقدم المنظمة للمجتمع فا كانت الأجابة تقدم المنظمة للمجتمع خدمات كثيرة تعلم اهمها التعليم وجلسات حفظ القران ومركز الارتقاء بالمرأة الأرملة الأيتام وتويع الكساء هذه المنظمة وتهتم بأمهات الأيتام بتعليمهم وتعليم الخبائز .

أما في السؤال الثاني فكانت الإجابة أي أن هنالك مشاكل وتواجه المنظمة ومن تلك المشكلات هي مشكلة التمويل وذلك لان المنظمة تعتمد علي الدعم الشعبي وكثير من المنظمات الاخري وتعاني من تلك المشكلات ومحدودية الموارد وعدم توفير الكادر المؤهل والمتخصص وقلة الدورات التدريبية وضعف الترويج الإعلامي لانشطة المنظمة وايضاً من المشكلات ضعف ثقافة المجتمع بأهمية عمل المنظمات الخيرية.

السؤال الثالث :

فكانت الإجابة الدولة لا تقدم لنا شئ وهنالك تقصير في تقديم الخدمات والمساعدات لنا ولا حتي العون البسيط من الدولة للمحتاجين وكما أن لا تسمح للسلطات بالتفرغ للعمل الخيري وأن سياسة الدوله ليس لها دخل في ذلك لان العمل الطوعي يعتمد علي الشعب والبعض الشركات واصحاب القلوب الرحيمة.

السؤال الرابع:

اما اجابته : نعم لقد استفادة المنظمة من التلفزيون القومي ويمكن عن طريقة الوصول الي الجمهور، وانها لا بد ان يكون وسيط مثل التلفاز والراديو والصحافة لا يصل رسالة المنظمة.

السؤال الخامسة

فأجاب الآتي: يوجد في المنظمة قسم خاص بالاعلام والترويج وذلك لان العمل الطوعي يحتاج لهذه الوسائل سوء إن كان اعلام تقليدي أو اعلام جديد وبتلك الوسائل يمكن ان تعم الفائدة .

السؤال السادس :

لحدي الان لا توجد مشاريع منفذه في مجال التنمية العمرانية ولكن في المستقبل تسعى الي ذلك .

السؤال السابع :

أي نعم لدينا وشراكات مع منظمة اخلاص التركية في مجال تقديم العون والمساعدة للاطفال الايتام والارامل للارتقاء بهم وتقديم مشاريع ذات دخل دائم.

السؤال الثامن :

فاجابة أن لوسائل الاعلام ضرورة اساسية ولا بد من وجودها وذلك لا نها بمثابة المرشد للمنظمة والمنسق لاعمالها والترويج لها .

السؤال التاسع :

نعم تعلب دور مؤثر في تقوية العلاقات وقد اوصي بأن يكون هنالك وسيلة اعلام بأي منظمة سوء كانت مبدئية أو متكاملة.

المقابلة رقم (3)

اسم المنظمة :

موسسة سند الخيرية

الخرطوم - الرياض - تقاطع المشتل

اسم : حسن بريم مدير الاعلام بالمنظمة

السؤال الاول:

كانت الاجابة أي توجد مشروعات عدة من ضمنها مشروعات الصحية وتتمثل في الاتي . مشروع جراحة وقصطرة قلب الاطفال وتدريب وتأهيل القابلات . مشروع مكافحة العمى مشروع دعم وتأهيل المرافق الصحية اصحاب البيئة مكافحة الأيدز دعم مركز غسيل الكلي بالماكينات مشروع فرحة الصائم : مشروع غوافل الاغاثية . مشروع كفالة الايتام مشروع الأسر المنتجة وأخيراً مشروع سند لبناء السلام.

السؤال الثاني :

كان هنالك العديد من المشاكل واولها التمويل وفي تنفيذ المشروعات وايضاً توجد مشكلة في دائرة الاعلام داخل المنظمة يقوم بها موظف واحد فقط وعدم وجود فروع للمنظمة في المناطق الريفية والنائية ضعف ثقافة المجتمع بأهمية عمل المنظمات الخيرية ضعف الإعلام الداعم لها رغم كل ذلك ألا ان المنظمة تقوم بممارسة عملها علي أكمل وجه.

السؤال الثالث:

لا يوجد دور واضح حتي الان وكل الانشطة تنفذ بمجهود جماعي من خلال مشاركة اعضاء المنظمة في تفعيل تلك الانشطة.

السؤال الرابع:

نعم أستفادة

السؤال الخامس

فكانت الاجابة نعم يوجد قسم خاص بالاعلام يقوم بكل ماتحتاج إليه المنظمة من خدمات .

السؤال السادس:

اما الاجابة فاكانت لا

السؤال السابع :

نعم تهتم المؤسسة بتفعيل دور الشراكات الداخلية والخارجية لتحقيق القيم والمبادي المشتركة بينهما ولدى المؤسسة العديد من الشراكات والاتفاقيات مثل الهيئة العالمية للإغاثة السعودية صندوق السلام والتنمية بجمهورية الصين الشعبية منظمة المنتدى الاسلامي.

السؤال الثامن:

طبعاً بالتأكيد ضرورة أساسية وجود الإعلام في المنظمة لان وجودها يساعده المنظمات علي الوصول لكل قطر داخل السودان وخارجه.

السؤال التاسع:

تلعب دوراً مؤثراً في تقوية العلاقات وذلك بعد الانتهاء من المهام المطلوبة لكي تتحقق الاستفادة من ذلك الوسائل .

تحليل البيانات المستخلصة من المقابلات من خلال الاطلاع علي المقابلات وافادة المبحوثين عن الاسئلة وضح الاتي :

اولاً : اتفق المبحوثين علي أن وجود وسائل الاعلام داخل المنظمة ضرورة اساسية .

ثانياً :أن المنظمات التطوعية فقد استفادة من التلفزيون في بث برامجها الانمائية والترويج لانشطتها.

ثالثاً :واتفقوا علي وجود علاقة بين تلك الوسائل والمنظمات في إطار الشغل الخدمي

رابعاً : كما اتفقو علي ضرورة وجود إعلام داعم لتلك المنظمات.

خامساً : وايضا اتفقو علي ان وسائل تعتبر طريقا للوصول للجمعيات الخيرية

سادساً : أن وسائل الاعلام تلعب دوراً مؤثراً في تقوية العلاقات

الخاتمة

تشمل النتائج و التوصيات

اولاً : النتائج :-

ثانياً : التوصيات :-

أولاً : النتائج :-

- 1- نشر العمل الطوعي عبر الإذاعة والتلفزيون والصحافة له تأثير إيجابي علي المجتمع .
- 2- أن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر ركيزة أساسية في نجاح عمل المنظمات.
- 3- أن وسائل الإعلام تعتبر طريقا للوصول للجمعيات الخيرية .
- 4- ليست المنظمات الطوعية في غني عن جهاز إعلامي يقدم الوظيفة الإعلامية والدعائية .
- 5- تمنح مواقع التواصل الاجتماعي خاصية متابعة نشاطات الجمعية قبل وأثناء وبعد الانتهاء من الأنشطة مما يدعم ثقة المتابعين في أعضاء الجمعية .
- 6- أن وسائل الإعلام تساهم في بناء علاقات بين المنظمة والمستفيدين وأيضا تساهم في نشر أهداف العمل الطوعي .
- 7- ان للمنظمات برامج تلفزيونية لكن لا تقدم بشكل دوري وهذا سبب في ظهورها الموسمي ويكون هنالك ركود باقي العام .
- 8- تقدم المنظمة دورات تدريبية متعلقة بدور الإعلام في الأعمال التطوعية .
- 9- المنظمات الطوعية كلها تعتمد علي التسويق من خلال الإعلام ,ونجاح المنظمة دالة تتأثر بحجم النشاط الإعلامي
- 10- تمثل مواقع التواصل الاجتماعي أداة نموذجية لتنظيم وتنسيق الحملات الخيرية والتوعوية بمختلف أنواعها .
- 11- ساعدت الصحافة الإلكترونية المنظمات التطوعية في تقديم الخدمات للجمهور .
- 12- توجد جهة متخصصة لجمع البيانات والمعلومات وأرشفتها وتخزينها إلكترونياً في المنظمة.
- 13- أن الإعلام الاجتماعي مدفوع الاجر .

ثانياً : التوصيات :-

- 1- يجب أن تكون داخل كل منظمة جهات متخصصة بالعمل الاعلامي للمنظمة .
- 2- التركيز علي مستقبل الأجيال السودانية القادمة اتجاه العمل الخير وبث روح التعاون ومساعدة المحتاجين .
- 3- يجب أن تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة العمل الطوعي .
- 4 - السعي في توحيد الجهود الإعلامية في جانب العمل الطوعي وتوفير قاعدة بيانات لأهم مواقع التواصل الاجتماعي وطرق استخدامها.
- 5- يفترض وجود علاقة بين وسائل الإعلام والعمل الطوعي .
- 6- مطالبة وسائل الإعلام المختلفة بدور أكثر تأثيراً في تعريف أفراد المجتمع ماهية العمل التطوعي ومدى حاجة المجتمع إليه وتبصيرهم بأهميته ودوره في عملية التنمية.
- 7- إقامة دورات تدريبية للعاملين في المنظمات التطوعية مما يؤدي إلي إكسابهم الخبرات والمهارات المناسبة في مجال الإعلام .
- 8- تفعيل المنظمات التطوعية لوسائل التواصل الاجتماعي(فيسبوك,تويتر,واتساب,) الخاص بها وتحديثها بشكل دائم ليتمكن الجمهور من الإطلاع علي كل ما هو جديد وكسب ثقة المتصفحين .
- 9- عمل جهة رسمية تختص بجميع المبادرات والأعمال التطوعية في البلد لتمكن المتطوعين من اللجوء لها واختيار المناسب لهم حسب قدرتهم .
- 10- تعتبر وسائل الاعلام طريقا للوصول للجمعيات الخيرية.
- 11- العمل علي تقديم برامج هادفة في وسائل الإعلام حيث تكون المادة الإعلامية ومضمونها يهدف لتنمية العمل الاجتماعي وغرس قيم التطوع في المجتمع .

12- يجب ان تساهم المنظمات في بناء التكافل الاجتماعي وتنمية المجتمع .

13- يجب ان يساهم الاعلام في تطوير العمل الطوعي.

الخاتمة :

لقد أصبح لوسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي دور فاعل في مختلف المجتمعات باختلاف حاجاتها وخصائصها حيث أصبحت عملية التواصل بين أفراد المجتمع سهلة وفي متناول الجميع ,وأن من إيجابيات استغلال تلك الوسائل أن توجه خدمة المجتمع وتعزيز التعاون وفتح الأبواب أمام فعل الخير والتوجه نحو العمل التطوعي والتوعوي في المجتمع, وأن منظمات العمل التطوعي تحتاج لتوعية شاملة بأهمية وجود تلك الوسائل داخل أقسامها,حتى تتمكن كل الأسر المتعففة الوصول لتلك المنظمات,ولقد حاولت الباحثة من خلال هذه الدراسة كيفية استغلال مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام لخدمة الأعمال الإنسانية التطوعية وتبقي هذه الدراسة حلقة من حلقات البحث المتواصلة لاستكشاف العلاقة الجدلية بين تلك الوسائل والأعمال التطوعية.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً : المصادر

القرآن الكريم

السنة النبوية

ثانياً : المراجع

- 1- أحمد مصطفى خاطر ,الإدارة ومنظمات الرعاية الاجتماعية ,المكتب الجامعي الحديث ,2007, ص123
- 2- أحمد صدقي الدجاني,الإبعاد المستقبلية للتخطيط الإعلامي , القاهرة ,المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ,1980م ,ص47
- 3- أحمد إبراهيم حمزة ,العمل الاجتماعي التطوعي ,دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة ,2014م ,ص31-31.
- 4- إبراهيم عبد الهادي,المنظمات التطوعية في الدول العربية ,المنار, القاهرة,2003م ص73
- 5- السوداني حسن , دراسات في الإعلام المتخصص , قراءة المرئيات , 2009 م ص.60,
- 6- ماجد عبد المهدي مساعدة ,إدارة منظمات منظور كلي ,دار الميسرة للنشر ,2015م ,ص 28-31.
- 7- محمود عمر عثمان ,الدور التنموي للمنظمات التطوعية في مقابل الدور الإغاثي ,مركز التنوير المعرفي ,2001م ص .

- 8- محمد أكرم, العمل المؤسسي , دار ابن حزم للطباعة والنشر بيروت, 2002م, ص.200
- 9- مدحت محمد أبو النصر, إدارة منظمات المجتمع المدني ,إيتراك للطباعة والنشر , 2007م ص -.
- 10- عبد الله عبد الحميد , العمل الجماعي الطوعي , الشركة العربية المتحدة , القاهرة 2010م, ص.10
- 11- عبد الرحمن أبو دوم , العمل التطوعي والأمن من منظور إيماني , جمعية قطر الخيرية , 2003م, ص
- 12- عبدالله ممدوح , دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي , جامعة الشرق الأوسط , الأردن , 2012, ص. 31.
- 13- سليمان العلي , تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية , مؤسسة أمانة, 1416هـ, ص.76
- 14- علي محمد , مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها القيمية والأخلاقية, الجامعة الإسلامية , 2013م, ص3-4.
- 15- يوسف بن عثمان الحزيم , قوة التطوع وتطبيقاته , ط2 , دار الرياض للنشر والطباعة , 2012م, ص45-51.
- 16- حميد الداليمي , التخطيط الإعلام المفاهيم والإطار العام , دار الشروق للنشر , 1998م, ص. 102.
- 17- خالد وليد محمود , شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير, ط1, 2011م, ص.87

18- صالح دياب هندي، أثر وسائل الإعلام علي الطفل , دار الفكر للنشر والتوزيع ط3, 1422هـ ص.18

19- الجرجاني ,علي بن محمد بن علي الحسيني الجرجاني الحنفي ,تحقيق نصر الدين ,ط1, شركة القدس للتصوير , 2007م

20- عادل فهمي البيومي ,خطة إعلامية لخدمة الإعلام الخيري , 2000,مقال لم ينشر .

21- حسين جمعة ,الجمعيات والمؤسسات الاهلية,دار الحامد,ط2, 2004م, 104-107.

22- طالب يسلم ,العلاقة التكاملية المقترحة بين وسائل الإعلام والجمعيات الخيرية ,ورقة عمل , 2012م.

ثالثاً : المجلات والصحف

1- موسي عصام سليمان, الثقافة الإعلامية,مجلة العلوم الاجتماعية,مج16, عدد84, ت 1988م , ص.244

2- تركي مصطفى ,وسائل الإعلام,مجلة الفكر ,مج14, عدد 14, ت 1984م.

3- جريدة الأيام ,شبكات التواصل الاجتماعي ,إمكانية هائلة لتفاعل , 2014م.

4- لسان العرب .المجلد الثامن,ص243.

رابعاً :الرسائل الجامعية

1- مريم دوكة محمد علي ,دور منظمات العمل الطوعي في درء آثار الحروب والنزوح دراسة حالة الهيئة الخيرية الإسلامية العالمية ,رسالة ماجستير ,جامعه السودان , 2012م.

2- نجاه سليمان مصطفى , دور المنظمات الطوعية في إحداث التحول الإقتصادي للمرأة بمدينة الفاشر ,رسالة ماجستير ,جامعة السودان , 2016م .

خامساً : المواقع الإلكترونية :

1. [www.http:llarwikipedia:org](http://www.wikipedia.org) مؤسسة ويكبيديا
2. www.saaaid.net موقع صيد الفوائد
3. [www.islamtoday](http://www.islamtoday.net) . net الاسلام نت
4. [www. Startimes . Com](http://www.Startimes.Com) استار تايمز
5. [www. charitywater.org](http://www.charitywater.org)
6. www.isragn.org الوكالة الاسلامية للاغاثة
7. www.un:org/en/about/un/index/html

الملاحق

الملاحق
محلّق رقم (1)

أسماء المحكمين

الجامعة	الإسم	الرقم
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	د. عادل محمد الطيب	1
كلية علوم الاتصال جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	د. عاطف آدم عجيب	2
كلية العلوم الاسرية جامعة أفريقيا العالمية	د. تهاني إبراهيم	3

محلّق رقم(2)

بسم الله الرحمن الرحيم

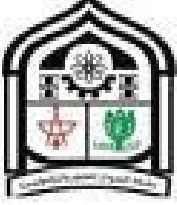
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

أسئلة المقابلة:

- 1- الاسم
- 2- مكان العمل
- 3 - الوظيفة
- 4- ماذا تقدم المنظمة للمجتمع في مجال المشروعات
- 5- هل هنالك مشاكل تواجه المنظمة وإذا كانت ما نوع تلك المشكلات في رأيك
- 6- ما هو دور سياسات الدولة اتجاه منظماتكم في تفعيل انشطتها .
- 7- هل استفادة المنظمة من التلفزيون في بث برامجها والإنمائية .
- 8-هل وفي المنظمة قسم خاص للإعلام بالإعلام والترويج لأنشطتها وإذا كانت الاجابة بنعم كيف ويتم ذلك .
- 9- هل ساهمت المنظمة في مشاريع التنمية العمرانية داخل السودان وخارجه .
- 10- هل للمنظمة شركات مع عدد من المنظمات والناشطة في مجال المشروعات .
- 11- هل لوسائل الاعلام ضرورة اساسية داخل المنظمات التطوعية .
- 12- هل لوسائل الاعلام دور مؤثر في تقوية العلاقات بينها وبين المنظمات الخيرية .

ملحق رقم (3)



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

كلية الدراسات العليا

معهد تنمية المجتمع والاسرة

ماجستير العمل الطوعي

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الموضوع : استمارة استبيان

يقوم الدارس بأعداد رسالة ماجستير في العمل الطوعي بعنوان المنظمات الطوعية ومدى استفادتها من وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي لإستكمال الدراسة تطلب الامر إعداد هذه الإستبانة نرجو من سيادتكم تعبئتها بما يتفق ووجهت نظركم مع الأسئلة الواردة فيها ،حيث يؤكد الباحث أن جميع البيانات التي يتم الحصول عليها سوف تعامل بسرية تامة وتستخدم فقط لإغراض البحث العلمي علاوة علي ذلك أن نتائج الدراسة ستكون متاحة لكم إذا رغبت في ذلك والرجاء الاجابة علي كل الإسئلة الواردة في هذا الإستبيان بصراحة وامانة ودقة بوضع علامة (✓) أمام الاجابة التي تراها مناسبة في المربع المخصص لذلك
ولكم منى جزيل الشكر،،،،،

الباحثة :

داليا خلف الله يونس

القسم الأول : البيانات الشخصية :

الرجاء وضع علامة (✓) أمام ما تراه مناسب :

1.النوع : ذكر انثي

2. العمر :

من 20 سنة - 30 سنة من 31 سنة - 40 سنة من 41 سنة فأكثر

3. المؤهل العلمي :

ثانوي جامعي دبلوم عالي ماجستير دكتورة اخري

4. الحالة الإجتماعية :

اعزب متزوج أرمل مطلق

5. الوظيفة :

موظف حكومي قطاع خاص أعمال حرة طالب عاطل عن العمل

القسم الثاني :

الفرضية الأولى : توجد علاقة تكاملية بين وسائل الاعلام والمنظمات الخيرية

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	لا راي	لا أوافق	لاأوافق بشدة
1	توجد علاقة بين وسائل الاعلام والعمل الطوعي.					
2	هنالك تنسيق في البرامج المطروحة بين وسائل الإعلام والمنظمات الخيرية.					
3	ساعدت الصحافة الالكترونية المنظمات التطوعية في تقديم الخدمات للجمهور.					
4	وجود خطة سنوية لبرامج المنظمة.					
5	هل للمنظمة برامج تنفيذية تقدم بشكل دوري					
6	داخل كل منظمة توجد جهات متخصصة بالعمل الاعلامي للمنظمة.					
7	تساهم وسائل الإعلام في بناء علاقات بين المنظمة والمستفيدين.					
8	تقدم المنظمة دورات تدريبية متعلقة بدور الإعلام في الأعمال التطوعية.					

الفرضية الثانية: لوسائل التواصل الاجتماعي دور فعال تجاه العمل الخيري .

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	لا اري	لا أوافق	لاأوافق بشدة
1	تمثل مواقع التواصل الاجتماعي الوجه المشرق للعمل الطوعي .					
2	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أنشطة العمل الطوعي .					
3	تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي للقطاع الخيري ركيزه اساسية في نجاح عمل المنظمات.					
4	تتوفر داخل المنظمة معينات عمل الكترونية.					
5	للمنظمة موقع اوصفحة الكترونيه تساعد علي نشر الحملات التسويقية .					
6	تعتمد المنظمة علي مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصالات الداخلية .					
7	تستفيد المنظمة من مواقع التواصل الاجتماعي في الاتصالات الخارجية.					
8	توجد جهة متخصصة لجمع البيانات والمعلومات وأشقتها وتخزينها الكترونيا في المنظمة.					

الفرضية الثالثة: توجد مسئولية دينية وتوعوية للإعلام تراعي خدمة المجتمع
والاعمال الخيرية.

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	لا راي	لا أوافق	لاأوافق بشدة
1	لوسائل الإعلام تأثيراً إيجابياً علي الاخلاق و بدورها تساهم في ترسيخ مفاهيم المنظمات التطوعية.					
2	ساهمت المنظمة في بناء التكافل الاجتماعي وتنمية المجتمع.					
3	ساهمت وسائل الاعلام في معرفتك بالعمل التطوعي.					
4	لوسائل الإعلام ضرورة اساسية داخل المنظمات التطوعية التي تخاطب المجتمع.					
5	وسائل الاعلام تقدم أفلام وثائقية في العمل الطوعي يستفيد منها المجتمع.					
6	تعتبر وسائل الاعلام طريقاً للوصول للجمعيات الخيرية.					
7	المنظمات التطوعية في غني عن جهاز اعلامي متطور يقدم الوظيفة الاعلامية والدعائية.					
8	مساهمة الإعلام في رفع الوعي الديني .					

الفرضية الرابعة يلعب الاعلام دوراً فعالاً في نشر أنشطة العمل الطوعي :

م	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	لا راي	لا أوافق	لأوافق بشدة
1	الإذاعة وسيلة مناسبة لايصال رسالة المنظمة للمجتمع .					
2	الصحافة تعمل علي تغطية فعاليات المنظمة وتعظيم أثرها .					
3	يوفر الإعلام تغطية شاملة لقضايا الأعمال التطوعية.					
4	ترتكز الأعمال التطوعية في شهر رمضان فقط.					
5	ان وسائل الإعلام تنشر أنشطة العمل التطوعي بشكل فعال.					
6	وسائل الإعلام تشكل وعي اجتماعي داعم للعمل الخيري وبناء صورة ايجابية عن المنظمات .					
7	تخدم وسائل الإعلام بعض الاهداف الثقافية وتساعد علي توحيد العمل الطوعي.					
8	يساهم الإعلام في تطوير العمل الطوعي.					