

## دور العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في التوعية الثقافية للطفل المصري

د. د. فائق عبدالرحمن محمد الطنباري  
 أستاذ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس  
 د. عمرو محمد عبدالله نحلة  
 مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال معهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس  
 أحمد فاروق حسن النعمي

### المخلص

**مشكلة الدراسة:** تمثلت مشكلة في دور العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في التوعية الثقافية للطفل المصري وهدفت الدراسة إلى التعرف على أهم الأنشطة والإصدارات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة وتؤدي إلى التوعية الثقافية للطفل والتعرف على نوعية المعلومات التي يفضل الأطفال متابعتها في أنشطة وإصدارات إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة والتعرف على الموضوعات والقضايا التي تقدم من خلال أنشطة العلاقات العامة المتصلة بالتوعية الثقافية للأطفال والتعرف على مدى متابعة الأطفال لإنتاج أنشطة العلاقات العامة والموضوعات والمجالات التي يقبلون عليها.

**غاية الدراسة:** تمثلت غاية الدراسة في ٢٠٠ طفلاً وطفلة من المترددين على مؤسسات الطفولة ومقياس الوعي الثقافي واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الإعلامي. **أهمية الدراسة:** تحاول هذه الدراسة أن تلقي الضوء على موضوع لم تنطرق إليه الدراسات السابقة على حد علم الباحث وهو دور العلاقات العامة في التوعية الثقافية للأطفال بمؤسسات الطفولة، تضيف هذه الدراسة إلى الواقع العلمي المتمثل في إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة بعداً جديداً في التعامل مع مكونات ومهام ووظائف العلاقات العامة المتمثلة في تنمية التوعية الثقافية لدى الطفل المصري، وتنتج هذه الدراسة بمرحلة عمرية هامة جداً هي مرحلة الطفولة (٩-١٢). تتمثل الأهمية كذلك في الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في مؤسسات الطفولة بالتوعية الثقافية للطفل، وتلقي هذه الدراسة الضوء على أهمية دور القائم بالاتصال في العلاقات العامة في التوعية الثقافية للطفل.

**نتائج الدراسة:** من أهم الموضوعات التي تؤدي إلى التوعية الثقافية للطفل وتنظيم العلاقات مع الحاجات المحيطة وكيفية المشاركة في مواجهة المشكلات والسلبيات في المجتمع إلى التوعية بالحقوق والواجبات الخاصة بالمواطنة التعريف بالمؤسسة السياسية وطرق الترشيح والانتخاب.

**المقترحات:** من أهم المقترحات لتطوير أنشطة العلاقات العامة المقدمة بالمؤسسة لتنمية الوعي الثقافي لزيادة تنوع الأنشطة والمقترحات وزيادة الأهتمام بالموضوعات المرتبطة بالأطفال والاستعانة بمزيد من المتخصصين في الأنشطة ووجود ودورات مختلفة والتعاون بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى.

### The Role of Public Relations At the Childhood Associations in Cultural Awareness of Egyptian Child

**Problem:** It is crystallized in the role of public relations in childhood associations in cultural awareness of Egyptian child.

**Objective:** The study drives at identifying the most important activities and publications of public relations in childhood institutions practice, leading to child's enlightenment, identifying as well the quality of information children prefer, It also exposes topics and issues discussed in public relations activities and their association with children cultural edification, and the extent children follow up these activities.

**Significance:** The study sheds light on the role of public relations in children cultural awareness of children in childhood associations, This study adds to the scientific reality represented in public relations in childhood institutions a new dimension in dealing with components and tasks of public relations by developing cultural awareness of Egyptian child, The study is concerned with the age stage (9- 12) year olds, The study significance is crystallized in the significant role the public relations play in childhood institutions by increasing children cultural awareness, The study spotlights the role of the communicator in public relations in developing children cultural awareness.

**Method:** the study counts on the media survey method.

**Sample:** It consists of 200 (Male/ Female) children members in childhood associations.

**Instruments:** Scale of Cultural Awareness.

**Results:** The study tackles with several important topics crystallized in cultural enlightenment of children, organizing relations with requirements, meeting problems and negatives in society, making children aware of rights and duties of citizenship, and identifying the political institution and approaches of nomination and election.

**Suggestions:** The study suggests developing activities of public relations in order to develop cultural awareness through variation in cultural activities, handling topics associated with children, seeking assistance of professional, holding training courses, and cooperation with other institutions.

الطفولة ويفضل المبحوثين عينة الدراسة الإطلاع عليها ومتابعتها وتؤدي إلى التوعية الثقافية لديهم.

٢. التعرف على نوعية المعلومات التي يفضل الأطفال متابعتها في أنشطة وإصدارات إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة.

٣. التعرف على الموضوعات والقضايا التي تقدم من خلال أنشطة العلاقات العامة المتصلة بالتوعية الثقافية للأطفال.

٤. التعرف على مدى متابعة الأطفال لإنتاج أنشطة العلاقات العامة والموضوعات والمجالات التي يقبلون عليها.

#### أهمية الدراسة:

تحاول هذه الدراسة أن تلقي الضوء على موضوع لم تنطرق إليه الدراسات السابقة على حد علم الباحث وهو دور العلاقات العامة في التوعية الثقافية للأطفال بمؤسسات الطفولة.

١. تصنيف هذه الدراسة إلى الواقع العلمي المتمثل في إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة بعداً جديداً في التعامل مع مكونات ومهام ووظائف العلاقات العامة المتمثلة في تنمية التوعية الثقافية لدى الطفل المصري.
٢. تهتم هذه الدراسة بمرحلة عمرية هامة جداً هي مرحلة الطفولة (٩-١٢).
٣. تتمثل أهمية الدراسة في الدور الذي تقوم به العلاقات العامة في مؤسسات الطفولة بالتوعية الثقافية للطفل.
٤. تلقي هذه الدراسة الضوء على أهمية دور القائم بالاتصال في العلاقات العامة في التوعية الثقافية للطفل.

#### فروض الدراسة:

١. الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الوعي الثقافي.
٢. الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الوعي الثقافي تبعاً لاختلاف دوافع التردد على مؤسسات الطفولة.

#### حدود الدراسة:

- ٢٢ حدود موضوعية: تتمثل في دور العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في التوعية الثقافية (٩-١٢).
- ٢٢ حدود مكانية: سوف تجرى الدراسة على بعض مؤسسات الطفولة (المركز القومي لتقافة الطفل- قصر ثقافة الطفل).
- ٢٢ الحدود الزمنية: تم تطبيق الدراسة على الأطفال المترددين على مؤسسات الطفولة والمشاركين خلال الفترة من ١/١١/٢٠١٤ وحتى ٣١/١/٢٠١٥.

#### الدراسات السابقة:

١. دراسة عبدالعزيز عبدالفتاح عبدالله (٢٠١٥) بعنوان "دور الأفلام التسجيلية في تنمية الوعي الثقافي لدى المراهقين". وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور الأفلام التسجيلية في تنمية الوعي الثقافي لدى المراهقين، والتي استخدمت المنهج المسحي لجمع البيانات عن الظاهرة موضوع الدراسة، ويمثل مجتمع الدراسة في جميع المراهقين الذين يتعرضون لقنوات الأفلام التسجيلية والذين تتراوح أعمارهم بين ١٥-١٨ عاماً، كما يمثل مجتمع الدراسة التحليلية في جميع البرامج التي تعرض على قناة ناشيونال جيوغرافيك أبوظبي خلال الفترة من ١/١/٢٠١٥ وحتى ٣١/١/٢٠١٥. وتتكون العينة من ٣٠٠ مفردة من المراهقين بالقاهرة الكبرى، وتمثل العينة التحليلية من مجموعة من الأفلام التسجيلية التي تعرضها قناة ناشيونال جيوغرافيك خلال فترة الدراسة، وتمثلت أدوات جمع البيانات في صحيفة الاستبيان متضمنة مقياس الوعي الثقافي للمراهقين، واستمارة تحليل المضمون لتحليل مضمون الأفلام التسجيلية، وتوصلت الدراسة إلى أن تصدر التلفزيون للوسائل يفضلها المرهقون للحصول على المعلومات بنسبة ٥٠,٧% تلاه الانترنت بنسبة ٣٩,٧%، وجاءت قناة أبوظبي ناشيونال جيوغرافيك بنسبة ٥,١% في مقدمة القنوات التي يفضل المراهقون مشاهدة الأفلام التسجيلية بها. وأنه يمكن للأفلام التسجيلية أن تلعب دوراً مهماً في تنمية الوعي الثقافي بتوجيه الأشخاص لإكتساب المعلومات الثقافية وحثهم على تغيير مفاهيمهم وتوجيههم لإتباع السلوك السليم من خلال معلومات عملية مبسطة تقدم في قالب برامجي مشوق يستخدم النواحي الفنية للفيلم التسجيلي.
٢. دراسة Galabova, Liana (2014) بعنوان "تشكيل الوعي الثقافي الاجتماعي للأطفال

تعتبر الطفولة مرحلة حاسمة في تشكيل شخصية الطفل، ويؤكد بعض الباحثين على أن السنوات الأولى من حياة الطفل هي الفترة الأكثر خصوبة وأهمية، والتي تنجم عنها ملامح شخصية الطفل، كما أن بعض السمات الثقافية التي تدخل في كيان شخصية الطفل يصعب أو يستحيل تغيير البعض منها، لذا تركز التربية الحديثة على هذه المرحلة لبناء شخصيات الأطفال بناء سليماً، وبالتالي فالثقافة تؤثر على جميع الجوانب التي تتكون منها شخصية الطفل.

والتوعية الثقافية إذا كانت كل ما يكتسبه الفرد من المعرفة العلمية من أي وسيلة تمدّه بمعلومات عن مجتمعه وتاريخه وقيمه وقضاياها وسائر أمور حياته بهدف توعيته وبناءه بناءً حضارياً يتفق مع تقاليده وعاداته وأطر مجتمعه الذي يعيش فيه بحيث يصبح قادراً على مواجهة قوى الغزو الثقافي.

وهناك العديد من الهيئات والمؤسسات التي تهتم بثقافة الطفل في مصر، ومن بين هذه المؤسسات المركز القومي لتقافة الطفل التابع لوزارة الثقافة، ويتكون من مجلس إدارة المركز، وبحوث ثقافة الطفل وبنادى ثقافة الطفل، وتتعدد الأنشطة التي يمارسها المركز القومي لتقافة الطفل، ومن هذه الأنشطة إجراء الدراسات والبحوث والدورات التدريبية وورش العمل والفنون التشكيلية وإقامة الندوات والمؤتمرات ومسابقات الأطفال والمعارض، هذا إلى جانب الإصدارات والمطبوعات المختلفة وكتب الأطفال والجولات والوفاء الثقافية، كما يقدم المركز القومي لتقافة الطفل سنوياً مسابقات في مجالات القصة والمقال والفرن والتمثيل والغناء إلى جانب مسابقات في مجالات الرسم والنشاط الأدبي والاختراعات وصنع الألعاب والمعلومات العامة.

وتعد المراكز الثقافية للطفل من أهم الوسائل التي تثرى ثقافة الطفل، لذا يحظى مجال ثقافة الأطفال في الوقت الحاضر بمزيد من الاهتمام على جميع الأصعدة الاجتماعية والعلمية والثقافية، حيث يعد ارتباط ثقافة الطفل بمؤسسات الطفولة أحد الأنماط السليمة التي تساعد على تكوين تلك الثقافة واستمرار تعزيزها ودعمها.

ومن هنا جاء الاهتمام بتنمية الوعي الثقافي للطفل من خلال مؤسسات أخرى غير الأسرة والمدرسة وتعتبر مؤسسات الطفولة في مصر من هذه المؤسسات التي تعنى بتنمية الوعي الثقافي في المجتمع بوجه عام ووعي الأطفال بوجه خاص فالطفل هو التروة الأساسية للأمة ومن ثم فإن تنمية القدرة الخلاقة والمبدعة تصبح هي الهدف الأسمى لأي تقوية إذا ما أردنا للمجتمع أن يرق وينهض وإذا ما قصدنا للأمة نماء اجتماعياً وثقافياً واقتصادياً.

لذلك فإن العلاقات العامة من خلال الإدارة التابعة لها والممثلة في إدارة الإعلام تستطيع أن تقوم بالعديد من الأنشطة والإصدارات التي من خلالها تؤدي إلى التوعية الثقافية للطفل.

والدراسة الحالية تخرج من إطار ان ثقافة الطفل واحتياجاته قضية اجتماعية او تعليمية بحته تحتاج الى توضيح الدور الفاعل للعلاقات العامة بمؤسسات الطفولة نحو ثقافة الطفل.

#### مشكلة الدراسة:

إذا كانت مؤسسات الطفولة في مصر من أهم أهدافها هو التنمية الثقافية للطفل فإن تنظيم البرامج والأنشطة المختلفة والتي تؤثر على عواطف واتجاهات الأطفال من أجل تحقيق هذا الهدف، ففي هذا الشأن تتحمل العلاقات العامة، يمثل هذه المؤسسات مسئولية ذلك، حيث يقوم الباحث بدراسة ميدانية لمعرفة دور العلاقات العامة في التوعية الثقافية للطفل، مما سبق يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي دور العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في التوعية الثقافية للطفل المصري، ويتفرع منه مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

١. ما الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في التعرف على أنشطة مؤسسات الطفولة.
٢. ما أهم أسباب اشتراك في أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة.
٣. ما أهم الأنشطة التي تشترك فيها من خلال أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة.
٤. ما أهم الموضوعات التي تركز على متابعتها من خلال مضمون أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة وتؤدي إلى التوعية الثقافية لديك.
٥. ما مقترحاتك لتطوير أنشطة العلاقات العامة المقدمة بالمؤسسة لتنمية الوعي الثقافي.

#### أهداف الدراسة:

١. التعرف على أهم الأنشطة والإصدارات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بمؤسسات

التحليلات أن مؤسسات الطفولة المبكرة في لوزيانا تستخدم نماذج مختلطة بين تلك القائمة على نموذج جروينج للعلاقات العامة، والنموذج متعدد الدوافع، ومزيج من النماذج اللاتنظرية والتناظرية ثنائية الاتجاه، ظهرت علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية ٠,٠٥ بين استخدام نماذج العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة وزيادة الوعي الثقافي بين الأطفال.

٦. دراسة (Oghbonna, Lizzy (2013 بعنوان "دور العلاقات العامة في تثقيف الطفل، دراسة حالة لأحد مؤسسات الطفولة بلوس أنجلوس". وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في تثقيف الأطفال في ضوء الاتجاهات المعاصرة لأدوار ممارسي العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة، واستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الحالة قيد البحث، وتكونت عينة البحث من ١٨ ممارس للعلاقات العامة بمؤسسة طفولة حكومية في لوس أنجلوس. تم اختيار أفراد العينة عديداً من بين هؤلاء ممارسي العلاقات العامة ذوي سنوات الخبرة الأكثر من ١٢ عام أيضاً، تم اختيار ١١ ممارس للعلاقات العامة كمجموعة تركيز بغرض إجراء المقابلات معهم، وتم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية استبانة العلاقات العامة والتثقيف، المقابلات شبه البنائية ذات الأسئلة مفتوحة النهايات مع مجموعة التركيز، وتم التوصل إلى النتائج التالية: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠٥ بين تقديرات الممارسين لأدوار العلاقات العامة وارتفاع مستويات التثقيف العامة للطفل، وجود وزن نسبي مرتفع لعوامل سنوات الخبرة ٨٢,٥١% والمؤهل العلمي ٧٢,٦٧% كعوامل مؤثرة في نجاح أدوار ممارس العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة.

٧. دراسة (Bovens, Mark (2013 بعنوان إطار عمل تحليلي وتقويمي لدور العلاقات العامة في رفع مستويات الوعي الثقافي للأطفال بالمواقف التعليمية. وهدفت الدراسة إلى تقييم أدوار العلاقات العامة وتأثيرها على تنمية الوعي الثقافي للأطفال في المواقف التعليمية بالأرجنتين، واستخدم البحث تصميم استطلاع الرأي الوصفي، وتكونت عينة البحث من ١٨٠ ممارس للعلاقات العامة بمؤسسات للطفولة المبكرة في بيونيس آيريس، وتكونت أدوات البحث من استبانة أدوار العلاقات العامة، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية أظهرت التحليلات نوعين من الأدوار الرئيسية للعلاقات العامة بمواقف الطفولة المبكرة وأدوار دافعية بنسبة ٨٧,٦%، وأدوار دافعية بنسبة ٩١,٣%، عدم ظهور فروق ذات دلالة إحصائية بين مفاهيم الممارسين حول دور العلاقات العامة في زيادة مستويات الوعي الثقافي للطفل من خلال كفاءة الأدوار التنظيمية للعلاقات الهامة بمواقف الطفولة المبكرة في بيونيس آيريس.

٨. دراسة أماني عواد اسماعيل الجندی (٢٠١٢) بعنوان "دور الفرجة الشعبية بقصور الثقافة لتنمية الوعي الثقافي لطفل الريف، عرائس الارجوز نموذجاً". وتهدف هدف الدراسة بصفة أساسية إلى التعرف على الخطاب الثقافي الموجه للطفل من خلال فنون الفرجة لشعبية ممثلة في فن الارجوز على مسرح العرائس لطفل الريف، وتمثلت عينة الدراسة في عينة بشرية ممثلة في الأطفال من سن ٩-١٢ سنة المترددین على قصر ثقافة بهنيم التابع لمحافظة القليوبية وعددهم ٣٠ (١٥ ذكور و١٥ أنثى)، العينة الوثائقية (النص الدرامي) سوف تقوم الباحثة بأعداد نص درامي يتضمن عدداً من القيم الثقافية المطروحة والتي تلائم عمر الطفل لقياس الوعي الثقافي لديه عن بعض المفاهيم التي تم اختيارها هذا إلى جانب العرض الرئيسي الذي يتم عرضه بالفعل والذي تقدمه فرقة الارجوز والعرائس بقصور الثقافة، واستخدمت استبانة الاستبان لقياس الوعي الثقافي للأطفال، وكانت نتائج الدراسة كما يلي توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات درجات المبحوثين على مقياس مفهوم الانتماء لديهم (القبلي- البعدي) لصالح القياس البعدي. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات درجات المبحوثين على مقياس مفهوم الوعي لديهم (القبلي- البعدي) لصالح القياس البعدي.

٩. دراسة (Leichty, Greg (2012 بعنوان "دور العلاقات العامة في تنمية الوعي الثقافي للطفل". وهدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين استخدام نماذج العلاقات العامة ونمو مستويات الوعي الثقافي للطفل، واستخدم البحث المنهج الاستكشافي الارتباطي، وتكونت عينة البحث من أطفال مؤسستين لرعاية الأطفال الصغار شمال غرب ولاية ميسوتا الأمريكية، ضمت المؤسسة الأولى ٢١٣ طفل وطفلة وكان لديها إدارة متخصصة في العلاقات العامة، أما المؤسسة الثانية فكانت تضم ١٨٨ طفل وطفلة وبدون إدارة للعلاقات العامة، وتم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية مقياس

من خلال العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في بلغاريا". هدفت الدراسة إلى بناء العلاقة بين وجود العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة وتشكيل الوعي الثقافي الاجتماعي للأطفال الصغار، واستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي لدور العلاقات العامة في تشكيل الوعي الثقافي الاجتماعي للطفل، وشارك في البحث عينة قوامها ٣٤ طفل بأحد مؤسسات رياض الأطفال الخاصة ذات الإدارات المتخصصة في العلاقات العامة في شمال أوزبكستان. أيضاً، شارك في البحث ١٢ متخصص من إدارة العلاقات العامة بالإضافة إلى معلمات هؤلاء الأطفال (٣ معلمات)، وتكونت أدوات ومقاييس البحث من مقياس الوعي الثقافي الاجتماعي لدى طفل الروضة، استبانة المفاهيم لاستخدام العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة للمعلمات والمتخصصين، وأسفرت الدراسة عن النتائج التالية. سجل الأطفال افراد العينة درجات مرتفعة على مقياس الوعي الثقافي الاجتماعي تعزى لوجود أقسام العلاقات العامة. وأسفرت التوزيعات التكرارية أن أكثر ميول مرتفعة من جانب الأطفال إلى اكتساب الوعي الثقافي الاجتماعي لقضايا مجتمعهم بالإضافة إلى روح العمل الجماعي.

٣. دراسة سمر محمد على محمود (٢٠١٣) بعنوان "تفعيل التربية المتخفية لتنمية الوعي الثقافي لتلاميذ المرحلة الأعدادية تصور مقترح". هدفت الدراسة إلى التعرف على كيف يمكن تفعيل التربية المتخفية لتنمية الوعي الثقافي (الأثرى والتاريخي والقومي) لتلاميذ المرحلة الأعدادية بمصر، واعتمدت منهج الدراسة على المنهج الوصفي، وتمثلت أدوات الدراسة في استبانة استطلاع رأي لتعرف آراء عينة من التلاميذ الخاضعين للبرنامج في تنمية الوعي الثقافي لديهم، بطاقة ملاحظة لتعرف واقع البرنامج المتفدى لتنمية الوعي الثقافي للتلاميذ المتلحقين به، استبانة مقابلة مقننة لتعرف آراء العاملين والقائمين على التربية المتخفية وبرامجها لتنمية الوعي الثقافي للتلاميذ المتلحقين بها وأيضاً لتعرف المعوقات والمشكلات وكيفية التغلب عليها وأهم مقترحات التطوير. وتمثلت نتائج الدراسة فيما يلي. أهمية الدور التعليمي والتربوي والثقافي للمتاحف وخاصة بالنسبة للناشئة والشباب، ضرورة إعادة النظر في المخططات التربوية والمناهج والأنشطة اللاصفية المقدمة لتلاميذ المدارس وأدراك المتاحف والتربية المتخفية ضمن هذه الخطط.

٤. دراسة (Van de Kaa, Dirk (2013 بعنوان "تأثير العلاقات العامة على تحسين التوعية الثقافية للطفل في مؤسسات الطفولة المبكرة، دراسة حالة على التشيك". وهدفت الدراسة إلى فحص تأثير العلاقات العامة على تحسين مستويات التوعية الثقافية للطفل بمؤسسات رعاية الطفولة المبكرة في التشيك، اعتمد البحث على منهج دراسة الحالة، وتكونت عينة البحث من ٥ مؤسسات لرعاية الطفولة المبكرة في التشيك تم اختيارهم عديداً على أساس اعتماد تطبيق مفهوم العلاقات العامة. تحديداً، تكونت العينة الفعلية من ٣٣٠ أخصائي علاقات عامة ومعلم بتلك المؤسسات، وتم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية. استبانة تأثير العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة، المقابلات شبه البنائية مع مجموعة التركيز (١٠٠ معلم وأخصائي علاقات عامة بمؤسسات العينة)، وتم التوصل إلى النتائج التالية أظهر تحليل استجابات أفراد العينة على الاستبانة وجود تأثير قوي للعلاقات العامة على مستويات التوعية الثقافية التي تقدمها مؤسسات الطفولة المبكرة للأطفال المشاركين فيها، أظهرت المقابلات شبه البنائية وجود مجموعة من معوقات تطبيق مبادئ العلاقات العامة كأساس في تنمية الوعي الثقافي تمثلت في معوقات مجتمعية ٥٧%، ومعوقات مادية ٣١%، ومعوقات ثقافية ٨%، ومعوقات إدارية ٥%.

٥. دراسة (Indest, Christine (2013 بعنوان "العلاقات العامة تصل لمؤسسات الطفولة، دراسة حالة لثلاثة من نماذج العلاقات العامة المستخدمة بمؤسسات الطفولة ودورها في بناء ثقافة الطفل". وهدفت الدراسة إلى استعراض ثلاثة نماذج للعلاقات العامة المستخدمة بمؤسسات الطفولة المبكرة في لوزيانا وعلاقتها ببناء الوعي الثقافي للطفل، واستخدم البحث منهج دراسة الحالة الاستكشافية، وتكونت عينة البحث من ثلاث مؤسسات خاصة (غير حكومية) لرعاية الطفولة المبكرة تمثل ثلاثة مدن رئيسية بولاية لوزيانا الأمريكية. من بين تلك المدارس، وتم تطبيق الأدوات على المديرين والمسؤولين عن أقسام العلاقات العامة (إجمالي ٢٥ مدير ومتخصص)، وتم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية المقابلات المتعمقة مع مسؤولي العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة في لوزيانا، استبانة العلاقة العامة والوعي الثقافي للطفل (إعداد المؤلف)، وتوصلت الدراسة من خلال التحليلات إلى النتائج التالية أظهرت

تعزيز الوعي الثقافي والاجتماعي بمنظمات الطفولة بنيجيريا، وقد كانت الاهداف المحددة للدراسة هي تحديد الادوار المتوقعة للعلاقات العامة في منظمات الطفولة والتعليم. استكشاف المشكلات المرتبطة بالعلاقات العامة المتضمنة في منظمات الطفولة. تحديد الاستراتيجيات ليمت تبنيها في العلاقات العامة من اجل تحسين الوعي الثقافي والتعليمي بالمنظمات التعليمية، وتم اجراء هذه الدراسة في مؤسسات الطفولة في ولاية الانهار، نيجيريا، وتكونت الدراسة من ٣٥٢ طفل و٥٤ معلم في ثلاثة منظمات في ولاية الانهار، وتم استخدام استبيان، وقد اظهرت النتائج ان الاستراتيجيات التي تستخدمها العلاقات العامة قد ادت الى تحسن من الوعي بالسمات الثقافية والمجتمعية للمنظمات التعليمية باستخدام العلاقات العامة من خلال تضمين العلاقات العامة في منهج تعليم الاطفال، التمويل المناسب للمخطط وربط الطلاب بشكل منظم بالمعارض ومؤتمرات الوظائف. ونتيجة لذلك، من بين اشياء اخرى، تم التوصية بالتعاون الجيد ووحدة علاقات عامة ممولة مع التعريف بشكل جيد بمسؤوليات الطلاب ليمت تأسيسها في المنظمات التعليمية بنيجيريا.

١٤. دراسة Jia Sun (2011) بعنوان "دراسة استكشافية لتنمية الوعي بالتعدد الثقافي بين الأطفال كنتيجة لاستخدام العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة". وهدفت الدراسة إلى بحث العلاقة بين نمو الوعي بالتعدد الثقافي واستخدام العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة، استعراض مفاهيم ممارسي العلاقات العامة حول خصائص وأهمية العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة، واستخدم البحث المنهج المختلط (الكمي والنوعي) في تحليل البيانات، وتكونت عينة البحث من ٧٥ ممارس للعلاقات العامة في ٢١ إدارة علاقات عامة بمؤسسات طفولة مبكرة بمدينة زيمير التركية. وكان متوسط عمر الممارسين هو ٣٩ عام وكانت الغالبية العظمى منهم من الذكور ٩٦%، وتكونت الأدوات من استعراض البحوث والأدبيات السابقة التي نُشرت خلال الفترة من (٢٠٠٨-٢٠١٣) وتصنيفها في ضوء متغيرات البحث، المقابلات شبه البنائية مع ممارسي العلاقات العامة بالعينة مع رصد وتسجيل إجاباتهم وتحليلها، وأسفرت النتائج عن مالت استجابة غالبية أفراد العينة من ممارسي العلاقات العامة إلى الدور الإيجابي للعلاقات العامة في زيادة وعي الأطفال بالتنوع الثقافي، أظهر تحليل البحوث السابقة أن أبرز سمات العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة تمثل في رعاية واحتضان الأنشطة النوعية والقدرة على تقييم نتائج التعلم ثم القدرة على خلق مناخ تعليمي مشجع بالمؤسسة.

١٥. سعاد إبراهيم عبدالعزيز البسيوني (٢٠٠٩) بعنوان مجلات الأطفال ودورها في تنمية الوعي الثقافي لدى طفل ما قبل المدرسة دراسة في تحليل الشكل والمضمون. وهدفت الدراسة إلى تحليل مضمون مجلات طفل ما قبل المدرسة (موضوع الدراسة) من أجل الوقوف على ما تتضمنه من مجلات ثقافية، واعتمدت الدراسة على منهج البحث الوصفي التحليلي، وكأدوات الدراسة قائمة بأهم المجالات الثقافية اللازمة لمجلات طفل ما قبل المدرسة، تحليل محتوى مجلات طفل ما قبل المدرسة (موضوع الدراسة) من حيث الشكل والمضمون، وكانت نتائج الدراسة البرامج التربوية والثقافية لم تأت بأى تكرارات في مجلة كلاً من ويني وملحق العربي الصغير وهذا يدل على قصورها في هذه الجزئية من فئة الإخراج الصحفي، جاء كل من مجلة ويني وملحق العربي الصغير بالنسبة للمحتوى الثقافي وكيفية عرض المفاهيم الثقافية العربية كانت نتائجها بشكل منفصل ولم تخصص كل منها جزءاً للثقافة العربية ولم تأت بأى تكرارات، وأوضحت نتائج الدراسة تميز مجلة ويني في فئة ثقافة التعبير الإبداعي حيث وتوصلت الدراسة إلى أن هناك اختلاف بين المجلتين من حيث الشكل والمضمون وكان لعدة أسباب كان من أهمها تعرف الأطفال في مجلة ويني على قصص المصورة وتقديم العديد من الألعاب وتمييز بوجود ألوان مبهرة وإتاحة الفرصة للطفل لممارسة الفن بأشكاله المختلفة وإكمال بعض الرسوم بالمجلة.

١٦. دراسة سحر إبراهيم أحمد (٢٠٠٠) بعنوان "دور مكاتب الأطفال في تحقيق التنمية الثقافية للطفل المصري". وهدفت الدراسة إلى التعرف على متطلبات مكاتب الأطفال، وأهم المعوقات التي تواجه تلك المكاتب، وتوحيها عن أداء دورها في تحقيق التنمية الثقافية للطفل المصري، مع وضع تصور مقترح لمتطلبات تحقيق التنمية الثقافية للطفل المصري من خلال المكاتب، وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وتوصلت

الوعي الثقافي للطفل (CAI-C)، المقابلات شبه البنائية مع مجموعة التركيز ٢٥ طفل بكل مؤسسة تم اختيارهم عشوائياً، وتم التوصل من خلال التحليلات إلى النتائج التالية. ظهرت فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠,٠١ بين أطفال المؤسسات فيما يتعلق بمستويات الوعي الثقافي لصالح المؤسسة الأولى ذات الإدارة المتخصصة في العلاقات العامة، أظهرت تحليلات استجابات الأطفال على أسئلة المقابلات تفوق أطفال المؤسسة ذات إدارة العلاقات العامة المتخصصة في إدراك الأبعاد الثقافية المختلفة لمجتمع ولاية مينسوتا.

١٠. دراسة (Evrard, Gisele (2012 بعنوان "أهمية تدريب ممارسي العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة على نمو الوعي الثقافي للطفل". وهدفت الدراسة إلى تقييم أهمية خبرات وتدريب ممارسي العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في تحسين الوعي الثقافي للطفل بالبرتغال، واستخدم البحث مزيج من التصميمين النوعي والكمي، وتكونت عينة البحث من ١٠٠ ممارس للعلاقات العامة بمؤسسات تربوية للطفولة المبكرة تم اختيارهم بأسلوب العينة العدمية من إجمالي ممارسي العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة بمدينة لشبونة. أيضاً ضمت العينة محتوى ٥٦٠ محاضرة وجلسة ورش عمل تدريبية للممارسين، وتم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية استبانة واقع التطوير المهني في رفع الكفايات المهنية لممارسي العلاقات العامة، المقابلات شبه البنائية مع المشرفين التربويين عينة البحث، تحليل استجابات المشرفين في أسئلة المقابلات والاستبانة، وشملت نتائج البحث كل من. ظهر الاتفاق بنسبة ٨٣% من أفراد العينة على فاعلية برامج التدريب والتطوير المهني لممارسي العلاقات العامة في رفع كفاءتهم المهنية ونمو الوعي الثقافي للطفل من خلال أنشطة العلاقات العامة، شملت أبرز إيجابيات تدريب ممارسي العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة المبكرة تحسين جودة الكفايات المهنية والفهم الجيد لأساليب العمل، وتنظيم البيئة التعليمية ودعم المعرفة والبناء الثقافي للطفل.

١١. دراسة (Mitrović, Konstanca, Drača, Milan (2012 بعنوان "استراتيجيات إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة وتأثيرها على الوعي الثقافي والبيئي للطفل". وهدفت الدراسة إلى وصف استراتيجيات إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في فينتام، وصف واستكشاف تأثير العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة على الوعي الثقافي والبيئي للطفل، واستخدم البحث الأسلوب الكمي في تحليل البيانات من قواعد البيانات، وتكونت عينة البحث من ٢٠٧ رئيس لإدارة علاقات عامة بمؤسسة للطفولة المبكرة لعدد ٤ مناطق تعليمية في شرق فينتام. كان متوسط عمر أفراد العينة ما بين (٤٣-٥٠) عام، واستخدمت الدراسة العديد من استراتيجيات جمع البيانات وهي توجيه الأسئلة المغلقة لمديري العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة والملاحظات المباشرة لأداء العلاقات العامة في تلك المؤسسات، وأسفر البحث عن النتائج التالية. ظهرت علاقة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ٠,٠١ بين جودة إدارة العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة وبين مشاركة الأطفال في فعاليات تنمية الوعي الثقافي والبيئي، تضمنت استراتيجيات إدارة العلاقات العامة الرئيسية تنظيم بيئة العمل، وتحقيق الأهداف الثقافية المجتمعية، وتنشيط العمل بالمؤسسة والمشاركة الأسرية والمجتمعية.

١٢. دراسة (Campbell, Geoff (2012 بعنوان "تطور العلاقات العامة، استخدام العلاقات العامة في تنمية الوعي الاجتماعي والثقافي بمؤسسات الطفولة المبكرة". وهدفت الدراسة إلى فحص استخدامات العلاقات العامة في تنمية الوعي الاجتماعي والثقافي بمؤسسات الطفولة المبكرة، واستخدم البحث منهج دراسة الحالة الوصفية، وتكونت عينة البحث من مؤسسة لرعاية الطفولة المبكرة في مدينة سيراكيوس بنيو يورك تضم مدير تنفيذي لإدارة العلاقات العامة، و٦ ممارسين للعلاقات العامة بالإضافة إلى ١٢ معلم ومعلمة بالمؤسسة، وتم تجميع البيانات باستخدام الأدوات التالية. المقابلات شبه البنائية، السجلات الأرشيفية، وتم التوصل إلى النتائج التالية. أظهرت التحليلات زيادة المؤسسة في الأنشطة الاجتماعية والثقافية بفعل نماذج العلاقات العامة المتطورة والمشاركة الإيجابية للأطفال بها، أظهر تحليل السجلات الأرشيفية اهتمام إدارة العلاقات العامة بتنظيم الفعاليات الاجتماعية الثقافية المؤثرة على نمو تلك الجوانب لدى الطفل.

١٣. دراسة (Okwelle, Paulinus Chijioke (2011 بعنوان "العلاقات العامة الفعالة، استراتيجية لتحسين الوعي الثقافي والمجتمعي بمؤسسات الطفولة المبكرة في نيجيريا". الغرض من الدراسة هو استكشاف استراتيجيات تضمين العلاقات العامة من أجل

٢١ أهمية العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في بناء الوعي الثقافي للطفل حيث تشكل العلاقات العامة مصدراً للثقافة بالنسبة للأطفال، حيث يستطيع الأطفال داخلها أن يعبروا عن الذات والميول والانفعالات بحرية، وإكسابهم الشعور بالاستقلالية الشخصية، ومن ثم تسهم العلاقات العامة في الإثراء الثقافي والمعرفي للطفل، وغرس القيم الإيجابية المشتركة بينهم. (45- 22, Broom, Glen M, 2012) وبالتالي يجب أن تأخذ العلاقات العامة أدوار جديدة في ظل العولمة والتقدم التكنولوجي، والانفتاح العالمي، تتضمن مراجعة دقيقة للأسس الحالية والغايات العامة المطلوبة منها، تتمثل فيما يلي (Tench, R. & Yeomans, L, 2013, p. 112- 140)

١. السعي إلى إكساب الطفل أقصى درجات المرونة، وسرعة التفكير، وقابلية التنوع الاجتماعي والوعي الثقافي تحت فعل الحراك الاجتماعي المتوقع، والتنقل الفكري، نتيجة للانفجار المعرفي، وسرعة تغير المفاهيم.
٢. السعي إلى تنمية عادة التفكير الإيجابي لدى الطفل، وتعميق مفهوم المشاركة، وإكسابهم القدرة على تحقيق الذات.
٣. خلق جيل متميز من الأطفال متمسك بهويته الحضارية، وبقيمه مع القدرة على التواصل مع الآخرين.
٤. تنمية التفكير الناقد لدى الطفل للحفاظ على تراثه وثقافته وخصوصيته الحضارية.
٥. السعي إلى الإيجابية والمشاركة في صنع المتغيرات من حوله.

٢٢ أهداف العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة ويتمثل الهدف الرئيسي للعلاقات العامة بمؤسسات الطفولة في الحصول على الدعم المجتمعي والوالدي لضمان تلبية أساليب التعليم داخل المؤسسة للاحتياجات المجتمعية (Kowalski, T. J, 2009)، وقد عدد أهداف العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة كالاتي: (Sjoberg, Goran, 2011)

١. مساعدة الآباء على التعرف على مستويات التعلم والوعي الثقافي والمجتمعي الذي تقدمه المؤسسات للأطفال.
٢. زيادة الدعم المقدم لمؤسسة الطفولة.
٣. مواجهة أي دعاوى سلبية ضد المؤسسة ونقل صورة واقعية لما تقدمه من خدمات للأطفال وأسره.
٤. بناء خطة استراتيجية للتواصل بين المؤسسة والجمهور.

٢٣ وظائف العلاقات العامة في مؤسسات الطفولة حيث تنفق البحوث على أن العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة تتضمن قرارات تخطيطية، واتصالات، ومشاركة الموارد وأبعاد التغذية الراجعة والتقييم، ويمكن تفصيل تلك الوظائف على النحو التالي:

١. قرارات التخطيط: توفر العلاقات العامة لمؤسسات الطفولة فرصة مناقشة ومشاركة خطط العلاقات العامة، وتحقيق فاعلية التطوير القصوى لخطط العلاقات العامة.
٢. الاتصال: تستخدم مؤسسات الطفولة العديد من قنوات الاتصال للتواصل والتفاعل مع الرأي العام داخل وخارج المؤسسة والتعرف على الآباء المختلفة. يتضمن ذلك استخدام الاجتماعات والمعلومات المكتوبة والاتصال الشفهي ووسائل تبادل البيانات إلكترونياً، مما يسمح لأعضاء المؤسسة والمجتمع الخارجي فهم معايير أداء مؤسسة الطفولة.

٣. مشاركة الموارد: تسعى مؤسسات الطفولة من خلال العلاقات العامة إلى التقييم الواعي للموارد التي يمكنها توظيف ودعم الأنشطة التعاونية المتفاوتة، وتوفير الموارد الملموسة أو غير الملموسة، وبناء العلاقات التفاعلية الناجحة، والتعاون من أجل تطوير العلاقات العامة وتحسين كفاءة عمل مؤسسة الطفولة.

٤. التغذية الراجعة التقييمية: تنظم مؤسسات الطفولة من خلال العلاقات العامة اجتماعات التفاوض وتقديم التغذية الراجعة من أجل التصحيح والتحسين وفقاً لنتائج التقييمات الذاتية الداخلية والرأي العام. وأيضاً يمكن أن يسهم ذلك في تقديم مرجعية لتخطيط سياسات العلاقات العامة في المستقبل.

٢٤ تأثير دور العلاقات العامة في بناء الوعي الثقافي للطفل بمؤسسات الطفولة حيث صنف بومبير جوانب تأثير العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة على الوعي الثقافي للطفل على النحو التالي: (Pompper, D, 2006, 295- 316)

١. تأثير مباشر قصير الأجل هو التأثير المباشر على الطفل ويكون عندما تكون الرسالة المقدمة عبر العلاقات العامة جديدة أو تحتوي على درجة كبيرة من

الدراسة إلى عدة نتائج ومنها قلة أعداد أمماء المكتبات وعدم التدريب الكافي لهم، عدم مشاركة المتخصصين في شؤون الطفولة في اختيار مقتنيات المكتبة، عدم تعاون المكتبة مع المؤسسات الثقافية الأخرى، لا يوجد حافظ مادي أمين المكتبة لكي يتحمل هذا الجهد المبذول مما يشجع خريجي أقسام المكتبات على العمل بمكتبات وزارة التربية والتعليم مما يؤدي إلى عجز شديد، ويجعل الوزارة تلجأ إلى غير المتخصصين.

#### مصطلحات الدراسة:

٢٥ العلاقات العامة: العلاقات العامة عملية ديناميكية مستمرة تهدف إلى تحقيق مصالح الجماهير من خلال الإقناع والتفسير (شدوان على شبيبة، ٢٠٠٩، ص٣٤). ويعرفها الباحث في هذه الدراسة بأنها هي التي تقوم بالعديد من الأنشطة والأعمال اللازمة لتحقيق هدف معين، من خلال العديد من الوسائل الإعلامية والاتصالية باعتبارها النشاط الرئيسي لها.

٢٦ التوعية الثقافية: ويعرف الباحثان الوعي الثقافي بأنه مدى إدراك الفرد ووعيه بدوره في المحافظة على تراثه الثقافي، ومبادئه الأصيلة، مع حمايتها من الشوائب، لتبقى خالية من أي تأثيرات وافدة. (فؤاد على العاجز، ٢٠٠٩، ص٤٢٥)

ويعرفها الباحث في هذه الدراسة بأنها هي تبصير الأطفال بالقضايا القومية، والقيم والعادات والتقاليد المصرية الأصيلة، وإيجاد الحلول المنطقية لمشاكلهم الخاصة والمجتمعية.

٢٧ مؤسسات الطفولة: هي تلك المؤسسات التي تعمل على تثقيف الطفل المصري وإمداده بالمفاهيم الحديثة وتحفيز وعيه الثقافي بما يحدث في العالم ومن حوله وذلك من خلال ما تقوم به هذه المؤسسات من إصدارات ومسابقات أدبية وفنية وعروض سينمائية ومسرحية ورحلات وورش عمل.

#### نوع الدراسة:

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي لا تقف عند جمع البيانات وإنما يمتد مجالها إلى تصنيف البيانات والحقائق التي تم تجميعها وتسجيلها وتفسير هذه البيانات وتحليلها تحليلًا شاملاً واستخلاص النتائج ودلالات مفيدة منها تؤدي إلى إمكانية إصدار تعليمات بشأن الموقف أو الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها.

#### منهج الدراسة:

تعتمد على منهج المسح الإعلامي كأحد المناهج الأساسية في البحوث الوصفية.

#### عينة الدراسة:

طبقت الدراسة على عينة قوامها ٢٠٠ طفلاً وطفلة من المترددين على مؤسسات الطفولة، وتم اختيار العينات بطريق العينة العشوائية، وذلك لمناسبتها لطبيعة وأهداف هذه الدراسة، وحرصاً من الباحث أن تكون عينة الدراسة المختارة ممثلة لجميع الأطفال المترددين على مؤسسات الطفولة.

#### أدوات الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة مجموعة من الأدوات وتمثل هذه الأدوات فيما يلي:

١. استبانة للأطفال المترددين على مؤسسات الطفولة.
٢. مقياس الوعي الثقافي.

#### الإطار النظري:

٢٨ مفهوم العلاقات العامة: هي الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة، والسياسات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع. (على عجو، ٢٠٠٨، ص٢٤).

العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة: عرف Otubanjo, Olutayo العلاقات العامة في بيئة مؤسسات الطفولة على أنها عملية اتصال ثنائية الاتجاه منهجة ونظامية تهدف إلى تشجيع المشاركة العامة في مؤسسات الطفولة وتعزيز الفهم والدعم للعالم للأنشطة بها. (295- 305, Otubanjo, Olutayo; Amujo, Olusanmi, 2013) ومن جانبه، عرف موريس، شان، وبارتسون مفهوم العلاقات العامة بمؤسسات الطفولة على أنه استخدام الخدمات الاجتماعية في صورة توظيف تقنيات وأدوات اتصالية وترويجية لتحقيق مجموعة من الأهداف هي تبادل الموارد، والمشاركة المتبادلة، والدعم الداخلي والخارجي، وتحسين أداء مؤسسات الطفولة، وتحقيق أهداف تعليمية. (Morris, R. C., Chan, T. C. & Patterson, J, 2010, p.1 55)

المؤسسات العامة دوراً فعالاً ومهماً في جميع مناحي الحياة، لأنها تتعامل مع المجتمع بشكل عام وتتوجه إلى الأسرة بمختلف أفرادها ومنها الطفل الذي تغرس في نفسه منذ البداية عادة الثقافة والوعي والإطلاع. بالإضافة إلى أن دور هذه المؤسسات العامة بالذات دور حاسم في التنمية الثقافية للطفل من خلال ما تقدمه من أنشطة وبرامج ومسابقات وإنتاج مطبوعات خاصة بالطفل وندوات ومؤتمرات... الخ، وعلى هذا يمكن إجمال دور مؤسسات الطفولة في عدة نقاط:

١. توسيع المدارك لدى الطفل.
٢. تسهيل وصول الطفل للمعلومات.
٣. اكتشاف الميول الحقيقية والاستعدادات الكامنة والقدرات الفعالة للطفل.
٤. إكساب الطفل اهتمامات جديدة.
٥. تنمية الوعي الثقافي الاجتماعي للطفل ومساعدته ممارسة حياة اجتماعية سليمة من خلال المشاركة في المواقف الاجتماعية المختلفة.
٦. تهيئة الطفل للتعامل مع المؤسسات الاجتماعية الأخرى.
٧. مساعدة الأطفال وتعليمهم كيفية الحصول على المعلومات من أكثر من مصدر، كان بشكلها التقليدي والإلكتروني.
٨. غرس القيم والعادات السليمة لدى الأطفال.

#### نتائج تساؤلات الدراسة:

٢ ما الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في التعرف على أنشطة مؤسسات الطفولة:  
جدول (١) الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في التعرف على أنشطة مؤسسات الطفولة وفقاً للنوع.

الترتيب	الدلالة	قيمة (Z)	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	دالة*	١,٩٩٥	٤٩,٧	٩٥	٥٥,٢	٥٣	٤٤,٢	٤٢	الانترنت
٦	غيردالة	١,٢٣٢	٢٣	٤٤	٢٠,٨	٢٠	٢٥,٢	٢٤	الراديو
٤	غيردالة	٠,١٥٦	٣٤	٦٥	٣٦,٤	٣٥	٣١,٥	٣٠	T.V
٣	غيردالة	٠,٤٤٨	٣٧,١	٧١	٣٩,٥	٣٨	٣٤,٧	٣٣	العلاقات العامة
٧	غيردالة	١,٢٧٢	٢٢,٥	٤٣	١٥,٦	١٥	٢٩,٤	٢٨	الصحف
٢	دالة*	٢,٠١٦	٤٣,٩	٨٤	٣٦,٤	٣٥	٥١,٥	٤٩	النشرات والمطبوعات
٥	غيردالة	١,١٦٤	٢٧,٧	٥٣	٣٤,٣	٣٣	٢١	٢٠	موقع الجهاز الإلكتروني
			١٩١		٩٦		٩٥		جملة من سئولا

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الوسائل الاتصالية التي يعتمد عليها المبحوثين في التعرف على أنشطة وبرامج العلاقات العامة بالمؤسسة التي يشترك فيها وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول نسبة بلغت ٤٩,٧% من إجمالي مفردات من يستخدمون الانترنت من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني النشرات والمطبوعات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٣,٩% من إجمالي مفردات من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث العلاقات العامة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٧,١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب التلفزيون T.V، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٤% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الخامس موقع الجهاز الإلكتروني، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٧% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السادس الراديو، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٣% من إجمالي مفردات من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السابع الصحف، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٢,٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

جدول (٢) أهم أسباب اشتراك في أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة وفقاً للنوع

الترتيب	الدلالة	قيمة (Z)	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غيردالة	١,٢٨٤	٦٦,٨٦	١١٥	٦٧,٩٥	٥٣	٦٥,٩٦	٦٢	قضاء لوقت الفراغ
٢	غيردالة	٠,٥٦٥	٦١,٦٣	١٠٦	٦٥,٣٨	٥١	٥٨,٥١	٥٥	التعرف على أصدقاء جدد
٣	دالة**	٢,٨٤٢	٥١,١٦	٨٨	٤٣,٥٩	٣٤	٥٧,٤٥	٥٤	الرغبة في المشاركة بالأنشطة التطوعية
٤	غيردالة	٠,٤٢٩	٤٨,٢٦	٨٣	٥١,٢٨	٤٠	٤٥,٧٤	٤٣	التعبير بالرأى في مشاكل المجتمع
٥	غيردالة	٠,٨٧٧	٤٣,٠٢	٧٤	٤٣,٥٩	٣٤	٤٢,٥٥	٤٠	تحقيق مكانة متميزة بين أفراد المجتمع
٦	غيردالة	١,٤٠٦	٣٣,١٤	٥٧	٣٠,٧٧	٢٤	٣٥,١١	٣٣	لاهتمام بنوعية الموضوعات المطروحة
٧	دالة*	٢,١٦٣	٢٧,٣٣	٤٧	٢١,٧٩	١٧	٣١,٩١	٣٠	الحصول على مزايا وخدمات
			١٧٢		٨٨		٨٤		جملة من سئولا

الإثارة والتشويق.  
٢ تأثير تراكمي طويل الأجل هو التأثير ذو الأثر البعيد والأكثر استمرارية على الطفل حين يتعرض الطفل من خلال العلاقات العامة بالمؤسسة لرسائل متقاربة في أزمته مختلفة وبشكل تدريجي وبصور متنوعة، مما يرسخ الصورة المنقولة داخله وتسهم في تشكيل وعيه، خصوصاً مع كثرة إثارة الرسالة وتناولها بين الأطفال أنفسهم، تترسخ الفكرة الثقافية من خلال التناول الجماعي وكثرة التعرض. ولخص موليدا ولاسكين جوانب التأثير الثقافي للعلاقات العامة بمؤسسات الطفولة كما يلي: (Molleda, J. C. & Laskin, A. V, 2010)

١. دعم الصلة بين الطفل وراثته الثقافي عبر الأداة الإعلامية بالعلاقات العامة
٢. تزويد الطفل بالمعلومات والحقائق عن ثقافة مجتمعاتهم.
٣. تكوين صورة إيجابية نحو المجتمع وهوية الطفل.
٤. الإعلام التثقيفي عن أهداف مؤسسة الطفولة وجوانب نشاطها.
٥. نشر الوعي بأهمية التعلم.
٦. رسم صورة ذهنية إيجابية بين الأطفال حول المؤسسة والمجتمع وثقافته.

٢ مفهوم الوعي الثقافي للطفل هو مدى إدراك ووعي الطفل بالثقافة لمجتمعه، ومبادئه والحفاظ عليها. (Broom, Glen M, 2012, p. 671) وعرف الوعي الثقافي بأنه عبارة عن محصلة ما يتزود به الفرد من معارف وعلوم تهدف إلى تعميق فكره وفهمه للتراث، ومن ثم يسهم الوعي الثقافي في تشكيل اتجاهات الأفراد وآرائهم ومعتقداتهم. (Hutchison, L. L, 2011, 301- 309) ويشير مصطلح Culture Awareness إلى المعرفة اللازمة لفهم القيم والسلوك ومهارات اللغة والعادات المرتبطة ببيئة الإنسان في مجتمع من المجتمعات والوعي عبارة عن ردود أفعال الإنسان تجاه الوسط الذي يعيش فيه كما يشير أيضاً إلى نوعية الأفكار والعواطف التي تكونها عن أشياء العالم الخارجي. (كمال الدين حسين محمد، ٢٠٠١، ص٥٩)

٢ مصادر تمد الطفل بالوعي الثقافي وهناك مصادر تمد الطفل بالوعي الثقافي، من بينها مؤسسات الطفولة التي تهيب للأطفال الخطط والبرامج التعليمية والتدريبية المساهمة في تنمية الوعي الثقافي لديهم، إن أبرز ما تهتم به مؤسسات الطفولة هو رفع المستوى الثقافي للأطفال من خلال توفير فرص التنقيب وإيجاد رؤية تنقيحية نقدية لديهم حتى يستطيعوا أن يتعاملوا مع المؤثرات الثقافية في المجتمع، وذلك من أصعب المهمات أمامها حيث إن تشكيل الوعي والبناء الثقافي يتم من خلال مؤثرات كثيرة، توجد في بعض الأحيان المعوقات التي تحد من دور مؤسسة الطفولة في تكوين التصورات والأفكار الثقافية للأطفال. (Yum, J. O, 2012, 374- 388)

٢ مؤسسات الطفولة وتنمية الوعي الثقافي للطفل وتسعى مؤسسات الطفولة إلى تحقيق التنمية الشاملة المتكاملة لكل طفل في المجالات العقلية والاجتماعية والخلفية، وتنمية مهارات الأطفال على التفكير والابتكار والتخيل (Taylor, B. C. & Trujillo, N, 2011, p 161- 194)، يوضح كل من تان وجاو (Tan, M. & Gao, Y, 2008, 2) أن مؤسسات الطفولة تسعى إلى تحقيق النمو الثقافي والوعي بما يتفق مع مبادئ وأهداف المجتمع، وتحقيق مطالب النمو التي تمكن الطفل من أن يحقق ذاته وتكوين شخصية سوية. ويتبلور دور مؤسسات الطفل العامة في دور هام وأساسي وهو تنقيف النشأ بشكل يستطيع معه التعامل والتفاعل مع المجتمع بشكل علمي واجتماعي سليم. ولهذه

٤٨,٢٦% من إجمالي مفردات من يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الخامس تحقيق مكانة متميزة بين أفراد المجتمع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٣,٠٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السادس الاهتمام بنوعية الموضوعات المطروحة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣,١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السابع الحصول على مزايا وخدمات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم أسباب اشتراك المبحوثين في أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول قضاء لوقت الفراغ، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦٦,٨٦% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني التعرف على أصدقاء جدد، حيث جاءت بنسبة بلغت ٦١,٦٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث الرغبة في المشاركة بالأنشطة التطوعية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥١,١٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الرابع بها التعبير بالرأى في مشاكل المجتمع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٤,٨٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الخامس حضور الندوات والمؤتمرات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السادس تصميم إعلانات وملصقات دعائية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السابع إنتاج نماذج ومجسمات توضيحية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثامن تنظيم لقاءات دورية وغير دورية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب التاسع تعلم أعداد عروض مرئية وفيديوها، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب العاشر المشاركة في تصميم النشرات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الحادي عشر إعداد مقالات صحفية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٣٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

جدول (٣) أهم الأنشطة التي تشترك فيها من خلال أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة وفقاً للنوع.

الأنشطة	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة (Z)	الدلالة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
إعداد ورش عمل	٧٤	٨٨,١٠	٧٠	٧٩,٥٥	١٤٤	٨٣,٧٢	٠,٦٢٨	غيردالة	١	
إنتاج عرض مسرحي	٧٠	٨٣,٣٣	٧٣	٨٢,٩٥	١٤٣	٨٣,١٤	٠,٤٦٩	غيردالة	٢	
تنظيم معارض	٦٠	٧١,٤٣	٧٠	٧٩,٩٥	١٣٠	٧٥,٥٨	١,٤٧٩	غيردالة	٣	
عقد الندوات والمؤتمرات	٤٨	٥٧,١٤	٥٣	٦٠,٢٣	١٠١	٥٨,٧٢	٠,٧٠٥	غيردالة	٤	
حضور الندوات وورش العمل	٣٧	٤٤	٤٨	٥٤,٥	٨٥	٤٩,٤٢	١,٥٦٩	غيردالة	٥	
المشاركة في تنظيم المعارض الفنية	٣٧	٤٤	٤٨	٥٤,٥	٨٥	٤٩,٤٢	١,٥٦٩	غيردالة	٥	
حضور عروض مسرح العرائس	٥٠	٥٩,٥	٣٣	٣٧,٥	٨٣	٤٨,٢	٢,٤٣٤	دالة*	٦	
تصميم إعلانات وملصقات دعائية	٣٥	٤١,٦٧	٤٦	٥٢,٢٧	٨١	٤٧,٠٩	١,٥٨١	غيردالة	٧	
إنتاج نماذج ومجسمات توضيحية	٣٥	٤١,٦٧	٤٦	٥٢,٢٧	٨١	٤٧,٠٩	١,٥٨١	غيردالة	٧	
تنظيم لقاءات دورية وغير دورية	٣٦	٤٢,٨٦	٤٠	٤٥,٤٥	٧٦	٤٤,١٩	٠,٥٨١	غيردالة	٨	
المشاركة في تمثيل عرض مسرحي	٣٥	٣٧,٢٣	٤١	٥٢,٥٦	٧٦	٤٤,١٩	٠,٨٧٢	غيردالة	٨	
تعلم أعداد عروض مرئية وفيديوها	٣٠	٣٥,٧١	٣٩	٤٤,٣٢	٦٩	٤٠,١٢	١,٣٣٥	غيردالة	٩	
المشاركة في تصميم النشرات	٣٣	٣٥,١١	٣٦	٤٦,١٥	٦٩	٤٠,١٢	٠,٤٤٥	غيردالة	٩	
إعداد مقالات صحفية	٣٤	٤٠,٤	٢١	٢٣,٨	٥٥	٣١,٩	٢,٠٥٤	دالة*	١٠	
جملة من سئلوا	٨٤		٨٨		١٧٢					

في الترتيب السابع تصميم إعلانات وملصقات دعائية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٠٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السابع مكرر إنتاج نماذج ومجسمات توضيحية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٠٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثامن تنظيم لقاءات دورية وغير دورية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٠٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثامن مكرر المشاركة في تمثيل عرض مسرحي، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٠٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب التاسع تعلم أعداد عروض مرئية وفيديوها، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٠٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب التاسع مكرر المشاركة في تصميم النشرات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٠٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب العاشر إعداد مقالات صحفية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٢٧,٠٩% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أكثر الأنشطة التي يشترك فيها الأطفال من خلال أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول إعداد ورش عمل، حيث جاءت بنسبة بلغت ٨٣,٧٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني إنتاج عرض مسرحي، حيث جاءت بنسبة بلغت ٨٣,١٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث تنظيم معارض، حيث جاءت بنسبة بلغت ٧٥,٥٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الرابع عقد الندوات والمؤتمرات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٨,٧٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الخامس حضور الندوات وورش العمل، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السادس تصميم إعلانات وملصقات دعائية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السابع إنتاج نماذج ومجسمات توضيحية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثامن تنظيم لقاءات دورية وغير دورية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب التاسع تعلم أعداد عروض مرئية وفيديوها، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب العاشر المشاركة في تصميم النشرات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الحادي عشر إعداد مقالات صحفية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

جدول (٤) أهم الموضوعات التي تركز على متابعتها من خلال مضمون أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة وتؤدي إلى التوعية الثقافية لديك وفقاً للنوع.

أهم الموضوعات	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة (Z)	الدلالة	الترتيب
		ك	%	ك	%	ك	%			
التوعية بالحقوق والواجبات الخاصة بالمواطن	٣٣	٤٠,٢	٢١	٢٦,٢	٥٤	٣٣,٣	١,٩٠٦	غيردالة	٣	
التعريف بالمؤسسة السياسية وطرق الترشيح والانتخاب	٢٠	٢٤,٣	٦	٧,٥	٢٦	١٦	٢,٩٣٦	دالة*	٤	
تنظيم العلاقات مع الجماعات المحيطة	٤٦	٥٦	٢٩	٣٦,٢	٧٥	٤٦,٢	٢,٤٧٧	دالة*	١	
كيفية المشاركة في مواجهة المشكلات والسلبيات في المجتمع	٤٣	٥٢,٤	٣٠	٣٧,٥	٧٣	٤٥	١,٩٠٥	غيردالة	٢	
جملة من سئلوا	٨٢		٨٠		١٦٢					

بنسبة بلغت ٤٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث التوعية بالحقوق والواجبات الخاصة بالمواطن، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣,٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الرابع التعريف بالمؤسسة السياسية وطرق الترشيح والانتخاب، حيث جاءت بنسبة بلغت ١٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الموضوعات التي تركز على متابعتها من خلال مضمون أنشطة العلاقات العامة بالمؤسسة وتؤدي إلى التوعية الثقافية لديك وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول تنظيم العلاقات مع الجماعات المحيطة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٦% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني كيفية المشاركة في مواجهة المشكلات والسلبيات في المجتمع، حيث جاءت بنسبة بلغت ٥٢,٤% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث إعداد مقالات صحفية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الرابع إعداد ورش عمل، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الخامس إنتاج عرض مسرحي، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السادس عقد الندوات والمؤتمرات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب السابع حضور الندوات وورش العمل، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثامن تنظيم لقاءات دورية وغير دورية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب التاسع تعلم أعداد عروض مرئية وفيديوها، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب العاشر المشاركة في تصميم النشرات، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الحادي عشر إعداد مقالات صحفية، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٨,٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

جدول (٥) ما مقترحاتك لتطوير أنشطة العلاقات العامة المقدمة بالمؤسسة لتنمية الوعي الثقافي وفقاً للنوع

الترتيب	الدالة	قيمة (Z)	الإجمالي		إناث		ذكور		التخصص
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	غردالة	٠,٢٨٨	٤٦,٥١	٨٠	٤٦,٥٩	٤١	٤٦,٤٣	٣٩	زيادة وتنوع الأنشطة
٢	غردالة	١,٠١٠	٤٥,٩٣	٧٩	٤٠,٩١	٣٦	٥١,١٩	٤٣	زيادة الاهتمام بالموضوعات المرتبطة بالأطفال
٣	غردالة	٠,٧٣٧	٤١,٢٨	٧١	٣٧,٥٠	٣٣	٤٥,٢٤	٣٨	الاستعانة بمزيد من المتخصصين في الأنشطة
٤	غردالة	٠,١٤٩	٣٨,٩٥	٦٧	٣٨,٦٤	٣٤	٣٩,٢٩	٣٣	وجود دورات مختلفة
٥	غردالة	١,٢٤٤	٣٣,٧٢	٥٨	٣٧,٥٠	٣٣	٢٩,٧٦	٢٥	التعاون بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى
				١٦٢		٨٠		٨٢	جملة من سئولا

المال العام، المحافظة على البيئة، التعاون كأحد أبعاد مقياس الوعي الثقافي.

بينما تشير نتائج اختبار (ت) في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس الوعي الثقافي، حيث بلغت قيمة (ت) ٠,٤٠٧، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض، والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذكور ومتوسطات درجات الإناث على إجمالي مقياس الوعي الثقافي.

٢٢ الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين

على مقياس الوعي الثقافي تبعاً لاختلاف دوافع التردد على مؤسسات الطفولة:

جدول (٧) تحليل التباين أحادي الاتجاه بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الوعي بقيم المواطنة تبعاً لاختلاف دوافع التردد على مؤسسات الطفولة

أبعاد الوعي الثقافي	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
المواطنة	بين المجموعات	٠,٩٦٧	٢	٠,٣٢٢	٠,٨١٨	غردالة
	داخل المجموعات	٦٩,٣٦١	١٧٧	٠,٣٩٤		
	المجموع	٧٠,٣٢٨	١٧٩	٠,٧١٦		
الانتماء	بين المجموعات	٠,٦٤٢	٢	٠,٢١٤	٠,٣٩٨	غردالة
	داخل المجموعات	٩٤,٦٦٩	١٧٧	٠,٥٣٨		
	المجموع	٩٥,٣١١	١٧٩	٠,٨١٢		
النظام	بين المجموعات	٠,٩٢٠	٢	٠,٣٠٧	٠,٩٨٢	غردالة
	داخل المجموعات	٥٤,٩٩١	١٧٧	٠,٣١٢		
	المجموع	٥٥,٩١١	١٧٩	٠,٦١٩		
الحرية وتقبل الآخر	بين المجموعات	٠,٦٦٠	٢	٠,٢٢٠	٠,٦٥١	غردالة
	داخل المجموعات	٥٩,٤٠١	١٧٧	٠,٣٣٨		
	المجموع	٦٠,٠٦١	١٧٩	٠,٥٥٨		
المحافظة على المال العام	بين المجموعات	١,٥٤٠	٢	٠,٥١٣	١,٣٤٠	غردالة
	داخل المجموعات	٦٧,٤١٠	١٧٧	٠,٣٨٣		
	المجموع	٦٨,٩٥٠	١٧٩	٠,٨٩٦		
المحافظة على البيئة	بين المجموعات	٢,٥٥٤	٢	٠,٧٨٢	١,٧٦٢	غردالة
	داخل المجموعات	٤٢,٤٤٥	١٧٧	٠,٥٧٦		
	المجموع	٤٤,٩٩٩	١٧٩	١,٣٥٨		
التعاون	بين المجموعات	٠,١١٥	٢	٠,٠٥٨	٠,١٢٢	غردالة
	داخل المجموعات	٩٣,٤٦٥	١٧٧	٠,٤٧٤		
	المجموع	٩٣,٥٨٠	١٧٩	٠,٥٣٢		
إجمالي المقياس	بين المجموعات	٧,٣٩٨	٢	٠,٣٤٥	١,٠١٢	غردالة
	داخل المجموعات	٦٨,٨٢٨	١٧٧	٠,٤٣٠		
	المجموع	٦٤,٧٣٤	١٧٩	٠,٧٧٥		

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات دوافع التردد المختلفة على مؤسسات الطفولة، وذلك على مقياس المواطنة كأحد أبعاد مقياس الوعي الثقافي، حيث بلغت قيمة (ف) ٠,٨١٨، وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس المواطنة كأحد أبعاد مقياس الوعي الثقافي تبعاً لاختلاف دوافع التردد على مؤسسات الطفولة.

بينما تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات دوافع التردد المختلفة على مؤسسات الطفولة، وذلك على مقياس الانتماء، النظام، حرية وتقبل الآخر، المحافظة على المال

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم مقترحات لتطوير أنشطة العلاقات العامة المقدمة بالمؤسسة لتنمية الوعي الثقافي وفقاً للنوع، حيث جاء في الترتيب الأول زيادة وتنوع الأنشطة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٦,٥١% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثاني زيادة الاهتمام بالموضوعات المرتبطة بالأطفال، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤٥,٩٣% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الثالث الاستعانة بمزيد من المتخصصين في الأنشطة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٤١,٢٨% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الرابع وجود دورات مختلفة، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٨,٩٥% من إجمالي مفردات عينة الدراسة، وجاء في الترتيب الخامس التعاون بين المؤسسة والمؤسسات الأخرى، حيث جاءت بنسبة بلغت ٣٣,٧٢% من إجمالي مفردات عينة الدراسة.

#### نتائج التحقق من صحة الفروض:

٢٢ الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الذكور

ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الوعي الثقافي:

جدول (٦) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الوعي الثقافي

أبعاد الوعي الثقافي	المجموعات	العدد	المتوسط المعياري	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجة الحرية
المواطنة	ذكور	٩٥	٢,٠٨٨	٠,٤٧١	٠,٦٦٠	١٨٩
	إناث	٩٦	٢,١١٨	٠,٤٣٨		
الانتماء	ذكور	٩٥	٢,٤٨٢	٠,٧٢٠	٠,١٠٦	١٨٩
	إناث	٩٦	٢,٤٧٤	٠,٦٩٤		
النظام	ذكور	٩٥	٢,٣٢٧	٠,٥٢٩	١,٣٢٥	١٨٩
	إناث	٩٦	٢,٣٩٧	٠,٥١٧		
الحرية وتقبل الآخر	ذكور	٩٥	٢,٥٠٠	٠,٦٩٤	١,٥٠٥	١٨٩
	إناث	٩٦	٢,٦٠٣	٠,٦٥٥		
المحافظة على المال العام	ذكور	٩٥	٢,٥٣	٠,٥٨٥	٠,٣١٥	١٨٩
	إناث	٩٦	٢,٥٢	٠,٥٦٠		
المحافظة على البيئة	ذكور	٩٥	٢,٢٤	٠,٦٨٨	٠,٣٥٠	١٨٩
	إناث	٩٦	٢,٢٧	٠,٦٣٧		
التعاون	ذكور	٩٥	٢,٢٥	٠,٦١٠	٠,٩٥١	١٨٩
	إناث	٩٦	٢,٣٠	٠,٤٩٣		
إجمالي المقياس	ذكور	١٦٦	١٦,٤١	٠,٦٨٧	٠,٤٠٧	١٨٩
	إناث	٢٣٤	١٦,٦٨	٠,٦٥٢		

تشير نتائج اختبار (ت) في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس المواطنة كأحد أبعاد مقياس الوعي الثقافي، حيث بلغت قيمة (ت) ٠,٦٦٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، فقد يثبت صحة هذا الفرض، والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الانتماء، النظام، الحرية وتقبل الآخر، المحافظة على المال العام، والمحافظة على البيئة، التعاون، كأحد أبعاد مقياس الوعي الثقافي، حيث بلغت قيمة (ت) ٠,١٠٦، ١,٣٢٥، ١,٥٠٥، ٠,٣١٥، ٠,٣٥٠، ٠,٩٥١، على التوالي، وجميعها قيم غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ٠,٠٥، وبالتالي فقد يثبت عدم صحة هذا الفرض، والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس الانتماء، النظام، الحرية وتقبل الآخر، المحافظة على

- through PR in Bulgarian Kindergarten Institutions", *Series of Pedagogical Psychology*; 2 (9).
16. Hutchison, L. L. (2011). Teaching ethics across the public relations curriculum. *Public Relations Review*, 28 (3), 301- 309.
17. Indest, Christine (2013). Taking Pr To Childhood Institutions: A Case Study Of Three Private Childhood Settings Public Relations And Development Departments, *PhD Thesis*, Louisiana State University.
18. Kowalski, T. J. (2009). *School public relations: A new agenda*. Upper Saddle River, NJ: Merrill.
19. Leichy, Greg (2012). "The Cultural Awareness of Children through Public Relations", *Journal of Public Relations Research*, 15 (4).
20. Mitrović, Konstanca; Drača, Milan (2012). "Strategic Management Of Public Relations In Childhood Foundations", *Interdisciplinary Management Research*; 3 (11).
21. Molleda, J. C.& Laskin, A. V. (2010). *Global, International, Comparative And Regional Public Relations Knowledge From 2005 To 2010: A Quantitative Content Analysis Of Academic And Trade Publications*. Gainesville, FL: The Institute for Public Relations Research and Education.
22. Morris, R. C., Chan, T. C.& Patterson, J. (2010). Principals' perceptions of school public relations. *Journal of School Public Relations*, 30.
23. Oghonna, Lizzy (2013). The Role Of Public Relations In Children Acculturation: A Case Study Of The Etiti Ihitte- Uboma Childhood, Local Government Area. *MA Thesis*, University Of Caritas.
24. Okwelle, Paulinus Chijioko (2011). Effective students' involvement in public relations: a strategy for improving enrolment into technical teacher education programmer in Nigeria. *Am. J. Soc. Mgmt. Sci.*, 2011, 2 (4).
25. Otubanjo, Olutayo; Amujo, Olusanmi (2013). "Modern Public Relations Practices in Childhood Institutions of Nigeria: Cultural Implications on Children", *African Studies Association*; 32: 295- 305.
26. Pompper, D. (2006). Multiculturalism In The Public Relations Curriculum: Female African American Practitioners' Perceptions Of Effects. *The Howard Journal of Communications*, 16, 295- 316.
27. Sjoberg, Goran (2011). "A Model for Public Relations in Childhood Institutions and Effects on Children", *IPRA*; 5 (15).
28. Sun, Jia (2011). An Exploration Of Multiculturalism In China's Public Relations Education: From The Perspective Of Textbooks. *MA Thesis*, University of Houston.
29. Tan, M.& Gao, Y. (2008). A few thoughts concerning public relations training. *China Public Relations Journal*, 2.
30. Taylor, B. C.& Trujillo, N. (2011). Qualitative research methods. In F. M. Jablin& L. L. Putnam (Eds.), *The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods* (pp. 161-194). Thousand Oaks, CA: Sage.
31. Tench, R.& Yeomans, L. (2013). *International context of public relations. Exploring public relations* (pp. 112- 140). London: Pearson.
32. Van de Kaa, Dirk (2013). "PR Effects on Cultural Awareness In Early Childhood Institutions: The Case Of The Czech Republic", *Demography*; 28 (4) .
33. Yum, J.O. (2012). The impact of Confucianism on interpersonal relationships and communication patterns in East Asia. *Communication Monographs*, 55.

العام، المحافظة على البيئة، التعاون كأحد أبعاد مقياس الوعي الثقافي، حيث بلغت قيمة (ف) ٠,٣٩٨، ٠,٩٨٢، ٠,٦٥١، ٠,٣٤٠، ٠,٧٦٢، ٠,١٢٢، وجميعها قيم غير دالة عند مستوى دلالة= ٠,٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس الانتماء، النظام، الحرية وتقبل الآخر، المحافظة على المال العام، المحافظة على البيئة، التعاون كأحد أبعاد مقياس الوعي الثقافي تبعاً لاختلاف دوافع التردد على مؤسسات الطفولة.

كما تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المبحوثين الذين يمثلون مستويات دوافع التردد المختلفة على مؤسسات الطفولة، وذلك على إجمالي مقياس الوعي الثقافي، حيث بلغت قيمة (ف) ١,٠١٢، وهي قيمة غير دالة عند مستوى دلالة= ٠,٠٥، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على إجمالي مقياس التوعية بقيم المواطنة تبعاً لاختلاف دوافع التردد على جمعية الرعاية المتكاملة.

#### المراجع:

١. أماني عواد اسماعيل الجندی: "دور الفرجة الشعبية بقصور الثقافة لتنمية الوعي الثقافي لطفل الريف: عراس الارجوز نموذجاً"، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، ٢٠١٢.
٢. سحر إبراهيم أحمد: دور مكتبات الأطفال في تحقيق التنمية الثقافية للطفل المصري، رسالة دكتوراه، كلية التربية، جامعة المنصورة، دمايط، ٢٠٠٠.
٣. سعاد إبراهيم عبدالعزيز البسيوني: مجالات الأطفال ودرها في تنمية الوعي الثقافي لدى طفل ما قبل المدرسة دراسة في تحليل الشكل والمضمون، رسالة ماجستير، كلية رياض الأطفال، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٩.
٤. سمر محمد على محمود حمدون: تفعيل التربية المتحفية لتنمية الوعي الثقافي لتلاميذ المرحلة الأعدادية تصور مقترح، رسالة ماجستير، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة، ٢٠١٣.
٥. شدون على شيبه: العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٩.
٦. فؤاد على العاجز: محمود عبدالمجيد عساف: دور التربية الترويجية في نشر الوعي الثقافي بين طلبة المدارس الثانوية، من وجهة نظر معلم التربية الرياضية، بمحافظة غزة وسبل تطويره، مجلة الجامعة الإسلامية- سلسلة الدراسات الإنسانية، المجلد ١٧، العدد الأول، ٢٠٠٩.
٧. عبدالعزيز عبدالفتاح عبدالله: دور الأفلام التسجيلية في تنمية الوعي الثقافي لدى المراهقين، رسالة ماجستير، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، ٢٠١٥.
٨. على عوجة: الأسس العلمية للعلاقات العامة، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٨.
٩. كمال الدين حسين محمد: ثقافة الأطفال، ط٣، القاهرة، كلية رياض الأطفال، جامعة القاهرة، ٢٠٠١.
10. Bovens, Mark (2013). A Framework For The Analysis And Assessment Of The Role Of Public Relations In Raising Children Cultural Awareness In Educational Settings. *PhD Thesis*, Utrecht University.
11. Broom, Glen M. *Effective Public Relations In Building Cultural Awareness of Children in Childhood Institutions*, 10th Edition (2012). Pearson Education, Prentice Hall: San Diego. 22- 45.
12. Campbell, Geoff (2012). "Evolving public relations: Use by higher education communicators Case Study", *Public Relations Tactics*; 5.
13. Demiray, U., Nagy, J.& Yilmaz, A. (2011). Strategies for the marketing of higher education with comparative contextual preferences between Australia and Turkey. *Turkish Online Journal of Distance Education* 8(2)
14. Evrard, Gisele (2012). "Training on Cultural Awareness Raising Among Public Relations Practitioners", CA State: California.
15. Galabova, Liana (2014). "Formation of Socio- Cultural Competencies

# مجلة دراسات الطفولة

[pcs.shams.edu.eg](http://pcs.shams.edu.eg)

[Childhoodstudies\\_Journal@hotmail.com](mailto:Childhoodstudies_Journal@hotmail.com)