

دور وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية في  
تعزيز الجهود التطوعية للجمهور العراقي خلال  
الزيارات الدينية

مجاشع محمد علي التميمي  
شبكة الاعلام العراقي  
[mujashaa@yahoo.com](mailto:mujashaa@yahoo.com)



## ملخص البحث

استهدفت الدراسة دعم الجهود الحكومية للزيارات الدينية المليونية مع رصد المتغيرات الوسيطة التي تدعم الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام خاصة كثافة استخدامهم لهذه الوسائل ومستوى اعتمادهم عليها كمصادر معلوماتية ودرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها عن هذه الزيارات في ضوء الخصوصية الثقافية للمجتمع العراقي، واعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي نظراً لأنه المنهج العلمي المناسب لأهداف الدراسة الراهنة وفروضها، حيث ساعد الباحث على الرصد الدقيق للمشكلة البحثية ورصد العلاقات القائمة بين متغيراتها، واستندت إلى منهج المسح الإعلامي، واستعانت بأداة الاستبيان لجمع البيانات من عينة كرة الثلج من جمهور المتطوعين من أصحاب المواكب ومنتسبو المجتمع المدني، الجمهور المتاحون للدراسة: هم أصحاب المواكب وأعضاء المجتمع المدني ببغداد، وعينة الدراسة هي العينة العمدية البسيطة ممن هم في المرحلة العمرية من ١٨ لأقل من ٥٥ عاماً، بلغ قوامها ٣٧٠ متطوعاً. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج لعل من أبرزها:

لا يستخدم أفراد العينة وسائل الإعلام التقليدية؛ بوصفها مصادر للمعلومات عن الزيارات الدينية في العراق. كما أنهم يعتقدون أن هذه الوسائل تتسم بالتقليدية وعدم التفاعلية.

ارتفاع كثافة استخدام أفراد العينة من المبحوثين الناشطين والمتطوعين اجتماعياً لوسائل الإعلام الالكترونية؛ وبخاصة تطبيقات الهواتف الذكية، ووسائل التواصل الاجتماعي بوصفها مصادر للمعلومات عن الزيارات الدينية.

**الكلمات المفتاحية:** وسائل الإعلام التقليدية والالكترونية-الجهود التطوعية-الزيارات الدينية.

## The role of traditional and electronic media in enhancing the volunteer efforts of the Iraqi public during religious visits

### Abstract:

The study aimed to support government efforts during million religious visits, while monitoring the mediating variables that support the social roles of the media, especially the intensity of their use of these media, the level of their reliance on them as information sources, and the degree of confidence in the information they provide about this pandemic in light of the cultural specificity of Iraqi society. The researcher relied on a survey approach. The media, both descriptive and analytical, since it is the appropriate scientific method for the objectives and hypotheses of the current study, as it helped the researcher to carefully monitor the research problem and monitor the existing relationships between its variables. It was based on the media survey approach, and used the questionnaire tool to collect data from a snowball sample from a crowd of volunteers, including procession owners and members. Civil society, the population available for the study: they are procession owners and members of civil society in Baghdad, and the study sample is the simple intentional sample of those in the age group from 18 to less than 55 years, consisting of 370 volunteers.

The study reached several results, perhaps the most notable of which are:

\*Sample members do not use traditional media; As sources of information about religious visits in Iraq. They also believe that these methods are traditional and non-interactive.

\*High intensity of use of electronic media by the sample members, including socially active and volunteer respondents. Especially smartphone applications and social media as sources of information about religious visits.

**Key words:** Traditional and electronic media - volunteer efforts - religious visits.

## المقدمة:

يعد العمل التطوعي ممارسة إنسانية عرفتها المجتمعات منذ القدم لأنه ينطلق من إنسانية الإنسان مهما كان منصبه أو درجته المهنية أو حالته المادية لأن العمل التطوعي هو العطاء والمشاركة والوقوف مع الآخرين ودعم القضايا المهمة في المجتمع بما يحقق بناء مستقبل أفضل للجميع، فالتطوع هو ما ينبع من ذات الإنسان وباختياره من دون أي إلزام عليه، وقد يكون بدوافع دينية أو اجتماعية أو ثقافية أو اقتصادية أو حتى مادية.

وبالأطلاع على بعض التجارب الدولية، تبين لنا أن هناك بعض الدول استطاعت الاستفادة من أحد الموارد المتجددة بما يدعم اقتصادها بشكل ملحوظ، وبما يساعدها في التغلب على بعض المشاكل والعقبات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها. تجسد هذا المورد المتجدد في «العمل التطوعي» الذي قد يُنظر إليه على أنه أحد مصادر الرأسمال الاجتماعي للدولة، والذي استطاعت بعض الدول تعظيم

الأفادة منه وتوجيهه لدعم اقتصادها، حتى أن الولايات المتحدة الأمريكية يتم تقدير قيمة العمل التطوعي فيها بحجم الاقتصاد الكامل لدولة كاليفورنيا. ونتيجة مشابهة ظهرت في إحدى الدراسات التي تمت على ٢٤ دولة، فُدر مساهمة العمل التطوعي فيها بما يعادل ١١ مليون وظيفة بدوام كامل، وتناولت دراسات وتحليلات أخرى بيانات مماثلة عن المساهمة الاقتصادية للعمل التطوعي (فيصل، ٢٠٢١).

للعمل أهمية كبيرة في الإسلام وبالعمل ينهض المجتمع ويتقدم وينافس غيره في مجالات عديدة، فالعمل ليس جهد يبذل من أجل الحصول على المال، وإنما له معان أخرى ومنها يكون دليلاً على استشعار قدراته ومواهبه التي أودعها الله فيه وغيرها من المعاني، هناك آيات كثيرة أشارت إلى العمل بشكل عام ومنها في قوله تعالى ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾، وأيضاً في قوله تعالى ﴿مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾ وبالعمل النافع تغفر الذنوب، كما أن هناك احاديث افصحت عن أهمية العمل كما في قول الرسول ﷺ (من بات كلاً من عمله بات مغفوراً له)، وقول آخر للرسول يتعلق بالعمل وافضاله (اليد التي تعمل مجبها الله ورسوله)، وبالعمل الصالح والنافع تكسب الحسنات، فكيف اذا كان العمل تطوعياً لخدمة من هو محتاج للمعونة. فالعمل التطوعي بشكل عام هو العمل النافع والنبيل الذي وجد منذ القدم ويعد سلوكاً إنسانياً نحو فعل الخير وتقديم يد العون للآخرين، فهو السعي لبذل مجهود مالى أو عضلي أو عيني أو فكري لخدمة فئة معينة من الناس، وبه يكسب الانسان ثواب الدنيا والآخرة، فهذا النوع من العمل له خصوصية على اعتبار متعلق بالإنسانية والذات فهو خدمة تقدم للناس بدون مقابل، كما هي سمة أخلاقية لا تقوم على الانانية، وإنما على دوافع إنسانية لتقديم فعل الخير للآخرين (الموسوي، ٢٠٢٢).

وقد شهد العصر الحالى ثورة اتصالية غير مسبوقه بفضل التطور التكنولوجى الذى ألقى بضلاله على وسائل الإعلام سواء التقليدية أم الاجتماعية خاصة مع تطور شبكة الإنترنت وما صاحب ذلك من ظهور شبكات التواصل الاجتماعى، وهو ما دفع كثير من الأفراد والمنظمات والهيئات المهتمة بالعمل التطوعى لاستخدامها والاستفادة من خدماتها المتعددة في مجال عملهم، حيث أصبح من السهل الحصول على المعلومات وتبادلها ونقلها وحفظها بشكل منظم وسريع من خلال الحواسيب والهواتف الذكية الصغيرة وغيرها.

وقد شهد العالم في العقود الأخيرة من القرن العشرين كثيراً من التطورات في كافة المجالات أسهمت في بلورة العديد من المفاهيم كان من أبرزها مفهوم المجتمع المدني CIVIL SOCIETY الذي حظي على إهتمام كل من الباحثين والمختصين في كافة المجالات لاسيما الاجتماعية والاقتصادية والثقافية خاصة مع عدم قدرة بعض الحكومات على مواجهة مشاكلها وتلبية احتياجات أفراد مجتمعاتها.

## (الاتصالات)

إن العمل التطوعي يعد من الركائز المهمة في بناء المجتمعات وبت روح التماسك الاجتماعي بين أفراد كونه ممارسة إنسانية ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بكل معاني الخير والصالح ليس في مجتمع من المجتمعات بل صار شعاراً عند كل المجموعات البشرية منذ الخليقة الى يومنا هذا، اذا كنا نفخر بهذه الجموع المليونية الذاهبة الى كربلاء الحسين لزيارة الأربعين فلنا أن نفخر بهذا المشروع الجماهيري الذي لا نظير له في حقل الممارسة والتشجيع على العمل التطوعي ، اذ إن هذا الزحف المليوني بحاجة لخدمة الطعام والشراب لذلك فأن في هذا الموسم يتوفر مئات الآلاف من

المتطوعين يتوزعون على عشرات الآلاف من الفرق والهيئات الميدانية او ما يطلق عليه في ثقافة الزيارة ب(المواكب) على كافة الطرق المؤدية الى كربلاء (البحوث، ٢٠٢٣). (محمورة الى العمل التطوعي)

## الدراسات السابقة:

حرصاً من الباحث على التعمق في المشكلة البحثية لدراسته فقد قام بمسح لبعض البحوث والدراسات العلمية السابقة التي استطاع الاطلاع عليها في حدود علمه بها والمرتبطة بطريقة مباشرة بموضوع دراسته مراعيًا حداثة هذه الدراسات خاصة التي أجريت خلال السنوات الماضية في مجال الإعلام وقضايا الأعمال التطوعية في العراق وخارجه.

وقد كشف مسح الدراسات السابقة عن وجود قلة في الدراسات العلمية السابقة المهمة بدراسة دور وسائل الإعلام التقليدية في تعزيز الجهود التطوعية للعمل التطوعي في العراق بمجال الإعلام بشقيه التقليدي والألكتروني. وقد قسمت الدراسات إلى محورين:

## المحور الأول

### محور الدراسات الإعلامية والزيارات الدينية في العراق حيث لم يجد الباحث دراستين فقط:

الدراسة الأولى التي جاءت بعنوان وقد هدفت هدفت دراسة وسام فاضل راضي وشريف السعدي (السعدي، ٢٠١٢) إلى تحديد مدى متابعة الجمهور للتغطية الإخبارية لذكرى العاشر من محرم في الفضائيات، وتوصلت الدراسة إلى التأكيد من قبل غالبية الجمهور ونسبة (٩١٪) على المتابعة للتغطية الإخبارية لمراسم

عاشوراء في القنوات ، وتصدرت قناة كربلاء الفضائية ترتيب القنوات الفضائية المعتمدة في متابعة التغطية التي أعتمدها المبحوثون وبنسبة (٩٢, ١٨٪) ثم تلتها (قناة الانوار ٢ الفضائية) بالمرتبة الثانية وبنسبة (٨, ١٥٪) ثم جاءت بالمرتبة الثالثة (الفرات الفضائية) وبنسبة (١٩, ١٣٪)، بينما خلصت دراسة ياسر عبد الصاحب براك (براك، ٢٠١٠) أن التعازي تعتمد في إنشاء مدوناتها النصية على مرجعيات تاريخية تتصل بواقعة الطف، وتختلف طرائق توظيف أحداث تلك الواقعة بين المطابقة التاريخية مع الأحداث كما في التعزية اللبنانية والعراقية، أو التشديد على شخصية محددة من شخصيات الواقعة وتصديرها في المدونة النصية كما في التعزية الإيرانية، ويعتمد بناء الحدث في التعازي على شكلين: الأول يخضع لتراتبية منطقية من حيث تسلسل الأحداث في المرجعيات التاريخية كما في التعزية العراقية، والثاني يجتزئ جزءاً من تلك الأحداث ويقدمها بطريقة فنية لا تعتمد التراتبية في الحدث كما في التعزية الإيرانية.

## المحور الثاني

### دراسات تتعلق بالإعلام والعمل التطوعي: هدفت دراسة الفاكير فاطمة

هل هذا اسم او عنوان الدراسة الباحث لا يوضح ذلك وهذا خطأ منهجي (فاطمة، ٢٠٢٢) إلى تسليط الضوء على المجتمع المدني ودوره في تفعيل ثقافة العمل التطوعي في المجتمع الجزائري انطلاقاً من أهم مؤسسة ممثلة له ألا وهي الجمعيات الخيرية التي تبرز وبالأخص في الحالات العادية من خلال تغلغلها في المجتمع وديناميكيته داخله عن طريق النشاطات التي تقوم بها، إذ تعمل هذه الأخيرة على التكفل بالفئات الهشة والضعيفة في المجتمع وتسهر على تقديم خدمات مختلفة

للمجتمع المحلي الموجودة ضمنه كتدعيم الروابط الاجتماعية وخلق روح التضامن بين الأفراد وتأصيل الروح التطوعية فيهم التي تعد أحد ركائز بناء العمل التطوعي، وعلى الإعلام الذي يبرز دوره في هذا المجال من أجل ترسيخ مفهوم العمل التطوعي وأهميته وذلك من خلال تعريف أفراد المجتمع بماهيته ومدى حاجة المجتمع إليه، ولذلك تحتاج الهيآت التطوعية إلى توظيف مختلف وسائل الإعلام والإقناع في مخاطبتها للجماهير والتأثير فيها هذا من جهة، وتنفيذ مشاريعها من جهة ثانية، كما ناقشت دراسة شارع بن مزيد البقمي (البقمي، ٢٠١٨)

## المشكلة البحثية:

يسود الاتفاق بين الباحثين في مجال الإعلام وعلم الاجتماع الإعلامي على أن ثمة أدواراً اجتماعية مهمة تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع ومن أبرزها حث الأفراد والجماعات الاجتماعية، ومنظمات المجتمع المدني على الانخراط في جهود التنمية وفي مواجهة التحديات والمشكلات المصيرية التي تواجه المجتمع جنباً إلى جنب مع الحكومات والنخب السياسية والقيادات التنفيذية، وتزايد أهمية الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام في فترات الأزمات، حيث تقوم تلك الوسائل بدعم هؤلاء المتطوعين الذين يمارسون دوراً مهماً في تنظيم أنفسهم من دون ان يعولوا كثيراً على الدور الحكومي، سواء في مجال التنظيم أو الخدمات المختلفة، وغالباً ما ينجحون في تنظيم هذه الزيارة بسبب الانضباط العلى والاستعداد الإيجابي الذي يتحلى به معظم المشاركين أثناء الزيارة.

وفي ضوء ما سبق تسعى الدراسة الحالية لرصد وقياس دور وسائل الإعلام التقليدية والإلكتروني في تعزيز الجهود التطوعية للمواطنين ومنظمات المجتمع المدني

لدعم الجهود الحكومية خلال الزيارات الدينية المليونية مع رصد المتغيرات الوسيطة التي تدعم الأدوار الاجتماعية لوسائل الإعلام خاصة كثافة استخدامهم لهذه الوسائل ومستوى اعتمادهم عليها كمصادر معلوماتية ودرجة الثقة في المعلومات التي تقدمها عن هذه الزيارات في ضوء الخصوصية الثقافية للمجتمع العراقي.

## أهمية البحث:

أولاً: الأهمية النظرية:

١. أهمية العمل التطوعي باعتباره مطلباً حضارياً للمجتمع المتطور، يعكس رقي أفرادهم وتفانيهم في خدمة مجتمعهم، بما يملكون من وقت وجهد وخبرات في جميع المجالات.
٢. مجال هذا البحث يهتم بسبر أغوار الأدوار الاجتماعية للإعلام العراقي بخطيه التقليدي والالكتروني في تعزيز الجهود التطوعية خلال المناسبات الدينية.
٣. اختبار المقولات العلمية لنظرية رأس المال الاجتماعي The Social Capital Theory في ضوء ربطها بدور وسائل الإعلام في تهيئة البيئة العراقية لبناء وتعزيز القوة الرمزية ممثلة في الجهود التطوعية الشعبية في تعزيز الجهود التطوعية خلال المناسبات الدينية.
٤. غياب الدراسات والبحوث الاعلامية التي أولت اهتماماً بدراسة الجهود التطوعية خلال المناسبات الدينية في العراق، لذا يأتي هذا البحث كجهد علمي متواضع لتسد النقص العلمي في هذا المجال الذي لم يعالج بالشكل المطلوب.

## ثانياً: الأهمية التطبيقية:

١. التوصل إلى استراتيجيات وإليات فعالة يمكن الأفادة منها من قبل صناع القرار في مجال الإعلام بشأن التوظيف الأمثل في تعظيم رأس المال الاجتماعي في العراق ممثلاً في الجهود التطوعية بالمناسبات الدينية بالمجتمع العراقي.
٢. دالافادة من نتائج الدراسة الحالية في بناء وإعداد مقررات التربية الإعلامية Media Education التي تستهدف توعية المواطنين، والمسؤولين بمنظمات المجتمع المدني بالاستخدامات المثلى للإعلام الالكتروني في تعزيز جهودهم المجتمعية التطوعية المستخدمة في الهواتف الذكية والتي تسهم في تدعيم التواصل بين المتطوعين في المناسبات الدينية، واقترح استخدامات أكثر فعالية لتلك التطبيقات بما يدعم الربط بين المتطوعين في المجالات المتناغمة سواء على المستوى الصحي أو التعليمي، أو الاقتصادي أو الثقافي.

## أهداف الدراسة:

١. رصد وقياس الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية والألكترونية في المجتمع العراقي بالتطبيق على أحد أبرز تحدياته في الآونة الراهنة ممثلة في الزيارات الدينية بالعراق.
٢. التعرف على حدود إفادة المواطنين والجمعيات الأهلية والمواكب الدينية في العراق من وسائل الإعلام التقليدية والألكترونية في جهودهم التطوعية خلال الزيارات الدينية في العراق جنباً إلى جنب مع الحكومة العراقية.
٣. تلبية احتياجات صناع السياسة والقرار في العراق من المعلومات عن دور وسائل الإعلام في تعزيز العمل التطوعي.
٤. قياس الأوزان النسبية لدور وسائل الإعلام التقليدية في مقابل الوسائل الاجتماعية بشأن تدعيمها لبناء رأس المال الاجتماعي في العراق ممثلاً في الجهود التطوعية الشعبية للزيارات الدينية.

## التساؤلات العلمية للبحث:

١. ما كثافة استخدام المبحوثين - من المتطوعين في تعزيز الجهود التطوعية خلال المناسبات الدينية - لوسائل الإعلام التقليدية (الصحف والراديو والتلفزيون) في استقاء المعلومات عن الجهود التطوعية للجمهور العراقي خلال الزيارات الدينية؟
٢. ما كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الاجتماعية (شبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية) في استقاء المعلومات عن الزيارات الدينية؛ وفي التعرف على المتطوعين الآخرين؟
٣. ما مستويات اعتماد المبحوثين على كل من الوسائل التقليدية والألكترونية في التواصل فيما بينهم بشأن إعداد، وتخطيط، وتنفيذ جهودهم التطوعية في دعم الإجراءات الحكومية خلال الزيارات الدينية؟
٤. ما إدراك المبحوثين لأهمية الدور الألكتروني لوسائل الإعلام في تدعيم العلاقات القائمة فيما بينهم، وفي تيسير تدفق المعلومات المتداولة بينهم بشأن الزيارات الدينية في العراق؟
٥. ما تقييم المبحوثين من المتطوعين والعاملين في المراكز ومنظمات المجتمع المدني -محل الدراسة- لدور وسائل الإعلام في تعزيز جهودهم التطوعية خلال الزيارات الدينية؟
٦. ما مقترحات المبحوثين للاستفادة من الإعلام بشقيه التقليدي والاجتماعي في تعزيز الجهود التطوعية خلال الزيارات الدينية؟

## المفاهيم الإجرائية للبحث:

### شبكات التواصل الاجتماعي:

هى مواقع الكترونية اجتماعية وتفاعلية على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثانى للويب WEB.2، وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، حيث تتيح التواصل الاجتماعي وتعزيزه بين الأفراد الذين تجمعهم نفس الاهتمامات والأنشطة المشتركة في بيئة مجتمع افتراضي لتوطيد العلاقات الاجتماعية بينهم في أي وقت وفي أي مكان في العالم للتواصل فيما بينهم.

### الجهود التطوعية:

هى جهود يقوم بها أفراد أو جماعات أو مؤسسات بمحض إرادتهم وبدون مقابل مادي لتقديم خدمات عامة للمجتمع أو لفئة معينة من خلال المشاركة في برنامج أو حملة أو قافلة لإحدى مؤسسات المجتمع المدني التطوعية أو الحكومية، بهدف مساعدة المجتمع والتقليل من حجم المشكلات الاجتماعية والاقتصادية التي تواجهه للإسهام في حلها سواء كان ذلك بالمال أو الجهد لتحقيق مصالح الآخرين.

### منظمات المجتمع المدني:

هى مجموعة من المؤسسات أو المنظمات التطوعية غير الربحية تقوم على العمل التطوعى يؤسسها مجموعة من الأفراد بإرادتهم الحرة وتضم أفراد من انتماءات أسرية وثقافية واجتماعية متعددة ذات أهداف ومصالح مشتركة، وتعمل باستقلال عن سلطة الدولة المباشرة عند ممارسة أنشطتها والتي قد تكون (اجتماعية - اقتصادية - ثقافية - خدمية - علمية) ويسعى مؤسسوها إلى تحقيق مصالح اجتماعية للمجتمع ككل والاهتمام بقضاياها الاجتماعية أو الفكرية. (٣)

## الإجراءات المنهجية للبحث: (نوع البحث ومنهجية):

### نوع البحث:

يندرج البحث الحالي ضمن البحوث والدراسات الوصفية DESCRIPTIVE STUDIES والتي تسعى إلى رصد الظاهرة البحثية في واقعها خلال فترة زمنية محددة ورصد سماتها المختلفة وبيان المتغيرات المؤثرة فيها والعلاقات القائمة بين متغيراتها حتى يمكن التوصل إلى فهم كامل لتلك الظاهرة وبيان العوامل والمتغيرات الوسيطة المؤثرة فيها نظراً لأن هذه النوعية من الدراسات تتسم بالدقة والموضوعية والانتظام في كافة مراحلها الإجرائية بهدف تفسير هذه الحقائق تفسيراً علمياً لذا تسعى الدراسة الحالية إلى رصد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام التقليدية والألكترونية في تعزيز الجهود التطوعية للجمهور العراقي ومنظمات المجتمع المدني في تعزيز الجهود التطوعية خلال الزيارات الدينية.

### منهج البحث:

في إطار الدراسة الوصفية الراهنة اعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي نظراً لأنه المنهج العلمي المناسب لأهداف الدراسة الراهنة وفروضها، حيث ساعد الباحث على الرصد الدقيق للمشكلة البحثية ورصد العلاقات القائمة بين متغيراتها. كما أنه يعتبر نموذجاً معيارياً لجمع البيانات من أفراد العينة، فضلاً عن أنه المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام في إطارها الوصفي في السنوات الأخيرة الماضية كما يسمح بدراسة الكثير من المتغيرات في وقت واحد واختبار الفروض الخاصة بالعلاقة بين هذه المتغيرات والربط بين البيانات للتوصل إلى فهم أعمق للظاهرة موضع الدراسة.

لذا تم استخدامه في هذا البحث لرصد ووصف وتحليل وتفسير طبيعة الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام التقليدية والاجتماعية في تعزيز الجهود التطوعية للجمهور العراقي ومنظمات المجتمع المدني خلال الزيارات الدينية بالعراق.

### مجتمع البحث وعينته:

الجمهور المستهدفون من البحث: هم أصحاب المواقب ومنتسبو المجتمع المدني، الجمهور المتاحون للبحث: هم أصحاب المواقب وأعضاء المجتمع المدني ببغداد، وعينة البحث هي العينة العمدية البسيطة، واعتماد أصحاب المواقب ومنتسبو المجتمع المدني على وسائل الإعلام التقليدية والالكترونية وتطبيقات الهاتف المحمول المختلف في ممارسة جهودها التطوعية لتوفير الخدمات لزوار المناسبات الدينية، كما يرجع اختيار الباحث للمتطوعين العاملين في هذه المواقب ومؤسسات المجتمع المدني لإجراء الدراسة الميدانية عليهم لعدة اعتبارات علمية وهي: أن يكونوا من المشاركين الفعليين في الجهود التطوعية الميدانية وسبق لهم المشاركة في حملات ومبادرات تطوعية خلال الزيارات الدينية ومشاركين في الحملات التطوعية لدعم الجهود الحكومية لتقديم المساعدات للزوار في المناسبات الدينية.

وقد راعى الباحث عدة ضوابط علمية في اختياره لأفراد عينة الدراسة ألا وهي:

- إن تشمل الذكور والإناث لكنه وجد أن هناك صعوبة في الوصول الى نسب مقبولة
- إن تمثل كافة الشرائح العمرية من ١٨ فأكثر ومن لديه مستوى تعليمي مناسب.
- إن يكونوا من المتطوعين العاملين بالفعل في هذه المواكب ومنظمات المجتمع المدني، وأن يكونوا من مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية وتطبيقات الهاتف المحمول في ممارسة جهودهم التطوعية.

والجدول التالي يوضح خصائص وسهات أفراد عينة الدراسة

جدول (١) خصائص عينة الدراسة

النوع	الخصائص الديموجرافية	ك	%
النوع	ذكر	٢٧٥	٧٤,٣
	أنثى	٩٥	٢٥,٧
الفئات العمرية	١٨ إلى أقل من ٢٥ عاماً.	٧٤	٢٠
	٢٥ إلى أقل من ٣٥ عاماً.	١٢١	٣٢,٧
	٣٥ إلى أقل من ٤٥ عاماً	٦٧	١٨,١
	٤٥ إلى أقل من ٥٥ عاماً.	١٠٨	٢٩,٢

٢٤,٩	٩٢	متوسط.	المستوى التعليمي
٢٤,١	٨٩	فوق المتوسط	
٢٣,٥	٨٧	جامعي	
٢٤,٦	٩١	ماجستير	
٣	١١	دكتوراه	
٨٣,٥	٣٠٩	يعمل	المهنة
١٦,٥	٦١	لا يعمل	
١٠٠	٣٧٠	الإجمالي	

إجمالي حجم العينة ٣٧٠ مبحوثاً.

## أداة جمع البيانات:

اعتمد الباحث على أداة الاستبيان بالمقابلة باعتبارها الأداة المناسبة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الراهنة من أفراد العينة (المتطوعين - الإداريين) للحصول على بيانات علمية مقننة منهم في إطار موضوع الدراسة وأهدافها، حيث أعد الباحث صحيفة استبيان تضمنت عدة تساؤلات تنوعت ما بين تساؤلات مفتوحة وأخرى مغلقة وشبه مغلقة عن (الاستخدام - والاعتماد - والمصدقية - والتفاعلية) لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها والتحقق من فروضها بالإضافة إلى إعداد

مقياس تجميعي لقياس اتجاهات أفراد العينة نحو الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام التقليدية والالكترونية في تعزيز الجهود التطوعية للجمهور العراقي خلال الزيارات الزيارات الدينية، وقد قدرت درجات المقياس بنحو (٣) درجات (موافق) ودرجتان (محايد) درجة واحدة (معارض) .

### اختبار الصدق والثبات:

اختبار الصدق الظاهري:

للتحقق من صدق الأداة تم عرض صحيفة الاستبيان بصفحتها الأولية على مجموعة من المحكمين من ذوى الخبرة والاختصاص من أساتذة الإعلام للحكم على مدى صلاحيتها ثم تم إجراء التعديلات التي أبدأها السادة المحكمون، وقد بلغت نسبة الاتفاق بينهم نحو ٩٢,٣٪ وهي نسبة مرتفعة تدل على صلاحية الأداة لقياس الغرض من إعدادها، ثم تم تطبيق الاستبيان على عينة من الباحثين قوامها ١٠٪ من إجمالي العينة الكلية البالغة نحو (٣٧٠) مبحوثاً (متطوعاً) بشكل يتفق مع سمات العينة قبل التطبيق النهائي على العينة الكلية بهدف ضمان فهم المبحوثين لأسئلتها.

### المعاملات الإحصائية المستخدمة في البحث:

قام الباحث بمراجعة الاستمارات التي تم جمعها من المتطوعين، وبعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج «الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية»، تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية

التالية في تحليل بيانات الدراسة:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
  ٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
  ٣. اختبار كا<sup>٢</sup> (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
  ٤. اختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
  ٥. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة.
  ٦. تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
  ٧. الوزن النسبي ويمكن استخراجه من خلال ضرب المتوسط في ١٠٠ والقسمة على عدد بنود المقياس (يقصد بنود المقياس ثلاث خيارات موافق/ محايد/ لاوافق).
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥٪) فأكثر، أي عند مستوى معنوية (٠,٠٥) فأقل.

- متغيرات البحث:

- المتغير المستقل: يتمثل في كثافة التعرض والاستخدام لوسائل الإعلام بشقيها التقليدية والاجتماعية.
- المتغير التابع: يتحدد في هذه الدراسة بتعزيز الجهود التطوعية.
- المتغير الوسيط: يتمثل في متغيرات معدلات استخدام وسائل الإعلام التقليدية

والإلكترونية في العمل التطوعي، كما يتمثل في الاعتماد والثقة في المعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام، وكذلك حجم النقاش حول المعلومات الخاصة بالزيارات الدينية، وأيضاً المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين المتمثلة في (النو-المرحلة العمرية-المستوى التعليم-الدخل-المهنة).

## حدود البحث: تتمثل حدود البحث الحالي في الحدود التالية:

الحدود البشرية: حيث اقتصر البحث على عينة من المتطوعين والموظفين والإداريين والقيادات الإدارية عينة الدراسة قوامها ٣٧٠ مبحوثاً (متطوعاً).

الحدود المكانية: أجري البحث على عينة من أهالي بغداد في محافظة بغداد وهي [المواكب، الجمعيات الأهلية، الهلال الأحمر العراقي].

الحدود الزمنية: تم إجراء البحث في الفترة من ٢٠٢٢/١/١ وحتى ٢٠٢٢/٣/٣١ وهو المدى الزمني لتطبيق الاستبيان من حيث توزيعها على المتطوعين وجمع وتفريغ بياناتها.

الحدود الموضوعية (العلمية): اقتصر هذا البحث على رصد دور وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية في تعزيز الجهود التطوعية للجمهور العراقي ومنظمات المجتمع المدني والمواكب بشأن الاعمال التطوعية خلال الزيارات الدينية.

## نتائج البحث:

أولاً: الإجابة على التساؤلات العلمية للبحث:

كثافة استخدام المبحوثين- من المتطوعين في تعزيز الجهود التطوعية خلال المناسبات الدينية - لوسائل الإعلام التقليدية (الصحف والراديو والتلفزيون) في الحصول على المعلومات عن الجهود التطوعية للجمهور العراقي خلال الزيارات الدينية

جدول (٢) كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية

النسبة المئوية	الإجمالي	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أستخدمها		نادرًا		أحيانًا		دائمًا		كثافة الاستخدام	الوسائل التقليدية
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
١٠٠	٣٧٠	٠,٠٥١	٢,٢٣	٥٥,٧	٢٠٦	٢٦,٢	٩٧	٦,٢	٢٣	١١,٩	٤٤	التلفزيون	
١٠٠	٣٧٠	٠,٠٢١	٢,٢	٣٧,٠	١٣٧	٢٦,٥	٩٨	٢٤,٩	٩٢	١١,٦	٤٣	الصحف	
١٠٠	٣٧٠	٠,٠٤٣	٢,١	٢٤,٩	٩٢	٤٩,٨	١٨٤	٢٢,٤	٨٣	٢	١١	الراديو	

يُشير الخط أسفل قيمة «المتوسط» إلى التراجع الشديد في كثافة استخدام الوسائل التقليدية كمصدرٍ للمعلومات عن الزيارات الدينية في العراق لأن قيمة المتوسط قوية في الاتجاه السلبي.

يتضح من نتائج الجدول السابق رقم (٢) أن المبحوثين من المتطوعين لا يستخدمون وسائل الإعلام التقليدية؛ بوصفها مصادر للمعلومات عن الزيارات

الدينية في العراق. كما أنهم يعتقدون أن هذه الوسائل تتسم بالتقليدية وعدم التفاعلية وأنها غير قادرة على أن تربط بينهم وبين المتطوعين الآخرين الذين يعملون في المجال بمحافظات العراق المختلفة. وتُشير النتائج الحالية إلى تراجع الدور التوعوي لوسائل الإعلام التقليدية في فترات المناسبات حيث لا تضطلع هذه الوسائل بأدوارها التوعوية.

كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الاجتماعية (شبكات التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية) في استقاء المعلومات عن الزيارات الدينية؛ وفي التعرف على المتطوعين الآخرين:

جدول (٣)

كثافة استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام الجديدة، وشبكات التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	الإجمالي	الانحراف المعياري	التوسط	لا		نادرًا		أحيانًا		دائمًا		كثافة الاستخدام
				أستخدمها								
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	الوسائل الجديدة
١٠٠	٣٧٠	٠,٠٢١	٢١٤	٢٢,٧	٨٤	١٥,٩	٥٩	٢٦,٥	٩٨	٣٤,٩	١٢٩	المواقع الإلكترونية المتخصصة
١٠٠	٣٧٠	٠,٠٥٤	٣١٦	٠,٨	٣	١١,٦	٤٣	٢٣,٢	٨٦	٦٤,٣	٢٣٨	مواقع التواصل الاجتماعي

١٠٠	٣٧٠	٠,٣٥	٣٧	.	.	.	.	٢	٣	٥٨,٤	٢٦٤	تطبيقات
								١,٢				الهواتف
												الذكية

يتضح من نتائج الجدول السابق رقم (٣) ارتفاع كثافة استخدام المبحوثين من الناشطين والمتطوعين اجتماعياً لوسائل الإعلام الالكترونية؛ وبخاصة تطبيقات الهواتف الذكية، ووسائل التواصل الاجتماعي بوصفها مصادر للمعلومات عن الزيارات الدينية. حيث أكد المبحوثون أهمية منصتي فيس بوك وx في نشر المعلومات عن الزيارات الدينية في العراق في ظل غياب الشفافية في المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام التقليدية الرسمية عن واقع الزيارات وتطورها.

(٣) مستويات اعتماد المبحوثين على كل من الوسائل التقليدية والالكترونية في التواصل فيما بينهم بشأن إعداد، وتخطيط، وتنفيذ جهودهم التطوعية في دعم الإجراءات الحكومية خلال الزيارات الدينية:

جدول (٤) مستويات اعتماد المبحوثين على كل من الوسائل التقليدية والالكترونية في التواصل، وفي عمليات تخطيط وتنفيذ جهودهم التطوعية في دعم الإجراءات الحكومية خلال الزيارات الدينية

الخطأ المعياري	٠,٨٦٤	٠,٧٤١	الخطأ المعياري
التوسط	٢,٩٤	٣,١	التوسط
لا يعتمد	%	٠	١٠,٣
	ك	٠	٣٨
الاعتماد بدرجة محدودة	%	٠,٣	١١,٦
	ك	١	٤٣
الاعتماد بدرجة متوسطة	%	٢,٢	٥٣
	ك	٨	١٩٦
الاعتماد بدرجة كبيرة	%	٩٧,٦	٢٥,١
	ك	٣٦١	٩٣
مستوى الاعتماد	وسائل الإعلام	الصحف والتلفزيون والراديو	الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية

النسب في الجدول محسوبة على إجمالي العينة البالغ (٣٧٠) مبحوثًا.

تشير نتائج الجدول السابق رقم (٤) إلى مستويات متزايدة من الاعتماد من

قبل المتطوعين والناشطين اجتماعياً بعينة الدراسة على الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية في مجال إعداد، وتخطيط، وتنفيذ جهودهم التطوعية في دعم الإجراءات الحكومية خلال الزيارات الدينية، حيث كان متوسط الاعتماد مرتفعاً وبلغ بدوره نحو ٣,١ كما كان الخطأ المعياري في هذا الصدد محدوداً ولم يتعد ٠,٨٦٤. ويعني ذلك أن وسائل الإعلام الالكترونية ممثلة في شبكة «الويب» وتطبيقاتها الاجتماعية المختلفة قد أضحت مصادر مهمة يعتمد عليها الناشطون اجتماعياً والمتطوعون في دعم الإجراءات الحكومية خلال الزيارات الدينية في العراق.

إدراك المبحوثين لأهمية الدور الالكتروني لوسائل الإعلام في تدعيم العلاقات القائمة فيما بينهم، وفي تيسير تدفق المعلومات المتداولة بينهم بشأن الزيارات الدينية في العراق.

## جدول (٥)

إدراك المبحوثين لأهمية الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام في تدعيم جهودهم التطوعية

التردد والنسبة	ك	%
أبعاد الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام		
تساعدني في التواصل مع زملائي في المجموعة التطوعية.	٣٠٥	١٩,٨
تساعدنا في التعرف على زملائنا في المجموعات التطوعية الأخرى.	٢٠٣	١٣,٢
تُتيح لنا فرصة التواصل مع الجمعيات الأهلية والمواكب المهمة بالزيارات.	١٩٩	١٢,٩
تتيح المعلومات الدقيقة الفرصة لنا للنقاش البناء.	١٨٦	١٢,١
تساعدنا في فهم مهام التطوعي، وتأثيراتها على العراقيين.	١٧٩	١١,٦

١٠,٩	١٦٧	تُتيح لي إرسال معلومات دقيقة عن الزيارات لزملائي.
٩,٩	١٥٣	تتيح للجمعيات الخيرية تنسيق جهودها التطوعية خلال الزيارات.
٩,٥	١٤٦	تساعدنا في الوصول للمتضررين وتقديم العون لهم.

النسب بالجدول محسوبة على إجمالي العينة البالغ ٣٧٠ مبحوثاً.

تُشير نتائج الجدول السابق رقم (٥) إلى أن المبحوثين بعينة الدراسة لديهم مُدركات إيجابية عن دور وسائل الإعلام التقليدية والألكترونية في تدعيم جهودهم التطوعية بصفة عامة، وجهودهم في بشأن الزيارات الدينية في العراق خاصة في محافظات كربلاء والنجف وبغداد وصلاح الدين. وتتحدد تلك المُدركات في تقييمهم الإيجابي لدور وسائل الإعلام في ممارسة وظيفة «جسر التعارف» فيما بينهم.

(٥) الفروق بين المبحوثين من حيث استخداماتهم العامة والتقليدية لوسائل الإعلام في مقابل استخداماتهم الاجتماعية لتلك الوسائل الإعلامية:

للتعرف على الفروق في استخدامات المبحوثين من المتطوعين والناشطين اجتماعياً لوسائل الإعلام، تم أولاً قياس اتجاهاتهم نحو كل من استخداماتهم العامة والاجتماعية لتلك الوسائل، ثم قياس الفروق ما بين تلك الاستخدامات باستخدام اختبار «ت» T. Test للفروق بين المتوسطات داخل العينة ذاتها One Sample Test.

جدول (٦)

استخدامات المبحوثين لوسائل الإعلام (العامة في مقابل الاجتماعية)

التباين المتوسط	معارض		محايد		موافق		الاتجاه الاستخدامات	
	%	ك	%	ك	%	ك		
٠,٦٢٤	٢,١٢	٢٩,٢	١٠٨	٣٤,٩	١٢٩	٣٥,٩	١٣٣	الاستخدامات العامة (الأخبار، والتعليم، والتثقيف، والترفيه).
٠,٥٦٢	٢,٧٥	٢٩,٥	١٠٩	٣٢,٢	١١٩	٣٨,٤	١٤٢	الاستخدامات الاجتماعية (التواصل، والتنسيق مع المواكب ومنظمات المجتمع المدني).

النسب المئوية بالجدول محسوبة على إجمالي العينة البالغ ٣٧٠ مبحوثًا.

تقييم المبحوثين من المتطوعين والعاملين في المواكب ومنظمات المجتمع المدني - محل الدراسة - لدور وسائل الإعلام في تعزيز جهودهم التطوعية في تعزيز الجهود التطوعية خلال الزيارات الدينية:

جدول (٦) تقييم المبحوثين لدور وسائل الإعلام في تعزيز جهودهم التطوعية خلال الزيارات الدينية

التباين	الاتجاه		مخارج	مخارج		مخارج	مخارج
	المؤسست	أبعاد التقييم		%	ك		
٠,٧٢٥	٢,٨٩	٥,٩	٢٢	١٧,٣	٢٦	٧٦,٨	٢٨٤
٠,٧٥٨	٢,٩٢	٢,٢	٨	١٩,٧	٧٣	٧٨,١	٢٨٩
٠,٧٣٤	٢,٨٧	٢,٤	٩	٢٢,٧	٨٤	٧٤,٩	٢٧٧
٠,٢١٨	٢,٧٦	٩,٥	٣٥	٢٦,٨	٩٩	٦٣,٨	٢٣٦
٠,٢٠١	٢,٣٤	٢٧,٨	١٠٣	٢٥,٧	٩٥	٤٦,٥	١٧٢

النسب المئوية بالجدول محسوبة على إجمالي العينة البالغ ٣٧٠ مبحوثاً.

يتضح من نتائج الجدول السابق رقم (٦) أن المبحوثين من الناشطين اجتماعياً والمتطوعين والعاملين في منظمات المجتمع المدني لديهم اتجاهات إيجابية قوية نحو أدوار الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الاجتماعية للهواتف الذكية في تعزيز جهودهم التطوعية في تعزيز جهودهم التطوعية خلال الزيارات الدينية. وقد بلغت قوة متوسط الاتجاهات لإجمالي العينة نحو ٩٢, ٢ وهو متوسط قوي جداً كما أن تباينه عن المجتمع الأصلي كان محدوداً وبلغ بدوره نحو ٢٠١, ٠. وعلى الرغم من أن العينة ذاتها من المبحوثين يحملون اتجاهات إيجابية نحو أدوار الوسائل التقليدية (الصحف والراديو والتلفزيون) في تعزيز جهودهم التطوعية خلال الزيارات الدينية

مقترحات المبحوثين للاستفادة من الإعلام بشقيه التقليدي والاجتماعي في تعزيز الجهود التطوعية خلال الزيارات الدينية:

جدول (٧) مقترحات المبحوثين لتطوير دور الإعلام في مساندة وتعزيز الجهود التطوعية في تعزيز جهودهم التطوعية خلال الزيارات الدينية

م	المقترحات	ك	%
١	الاستفادة من تطبيقات الهواتف الذكية في إبراز الجهود التطوعية اثناء الزيارات الدينية جنباً إلى جنب مع الجهود الحكومية.	١٩٩	١٩,٧
٢	إن تعنى وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية بتخصيص مساحاتٍ ملائمة لنشر ثقافة العمل التطوعي والخيري اثناء الزيارات الدينية.	١٦١	١٦
٣	تُبرز وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية النماذج الناجحة ونماذج القدوة اثناء الزيارات الدينية؛ وتدعو إلى الاستمرارية في مواصلة تطبيق تلك النماذج في محافظات كافة.	١١٩	١١,٨
٤	الاستفادة من خدمات وسائل الإعلام المختلفة في تنسيق الجهود التطوعية بين المتطوعين، والناشطين اجتماعياً اثناء الزيارات الدينية.	١٠٢	١٠,١
٥	إن تقترح وسائل الإعلام عدة برامج توعوية وتدعو المتطوعين، والناشطين اجتماعياً للمشاركة في تنفيذها في محافظاتهم ومدنهم وقراهم اثناء الزيارات الدينية.	٩٦	٩,٥

٨, ٦	٨٧	إنشاء وحدات إعلامية في منظمات المجتمع المدني لتنسيق الجهود التطوعية مع كافة وسائل الإعلام اثناء الزيارات الدينية.	٦
٧, ٨	٧٩	إن تضع وسائل الإعلام المختلفة خططاً قصيرة، ومتوسطة، وطويلة الأمد لتنسيق الجهود التطوعية للمواطنين، ومنظمات المجتمع المدني.	٧
٧, ٢	٧٣	تُدشن وسائل الإعلام التقليدية والالكترونية عدة حملات تعبوية، وتحفيزية لحث كافة المواطنين للمشاركة في الجهود التطوعية.	٨
٥, ١	٥١	التنسيق بين جهود كل من وسائل الإعلام، ومنظمات المجتمع المدني اثناء الزيارات الدينية.	٩
٤, ٢	٤٢	عقد المؤتمرات والندوات وحلقات النقاش لإبراز دور الجهود التطوعية للأفراد، ومنظمات المجتمع المدني اثناء الزيارات الدينية، على أن تحظى باهتمام إعلامي مكثف، مع إشراك الجماهير في تلك الفعاليات.	١٠

## النسبة لكل مقترحٍ على حده محسوبةً على إجمالي العينة البالغ ٣٧٠ مبحوثاً.

تُشير نتائج الجدول السابق الخاصة بمقترحات المبحوثين بشأن الاستفادة من الإعلاميين التقليدي والالكتروني في تعزيز جهود العمل التطوعي في العراق خاصة أثناء الزيارات المليونية الدينية وأن المبحوثين في معظمهم يعتقدون بأهمية الدور الاجتماعي للإعلام بشقيه التقليدي والالكتروني في تعزيز الجهود التطوعية الخاصة بوقت الزيارات المليونية في الزيارات الدينية. ومن ثمّ كان المقترح الأبرز والذي حظي بوزنٍ نسبي قدره ١٩,٧٪ من استجابات المبحوثين الاستفادة من تطبيقات الهواتف الذكية في إبراز الجهود التطوعية اثناء الزيارات الدينية جنباً إلى جنبٍ مع الجهود الحكومية؛ وعلى رأسها الزيارات الدينية التي توفر المقدرات المادية والمعنوية للمجتمع العراقي.

كما تُشير النتائج إلى وجود وعي لدى المبحوثين في أهمية وسائل الإعلام التقليدية والالكترونية بتخصيص مساحاتٍ ملائمة لنشر ثقافة العمل التطوعي والخيري اثناء الزيارات الدينية،

وقد حظي هذا المقترح على وزنٍ نسبي قدره ١٦٪ من إجمالي استجابات المبحوثين. وقد ارتكزت المقترحات الأخرى في معظمها على مطالب بتكريس الدور الاجتماعي للإعلام في ربط المتطوعين بعضهم بعض.

### الخلاصة ومناقشة النتائج:

قام الباحث برصد ودراسة دور وسائل الإعلام التقليدية والالكترونية

(الشبكات الاجتماعية، وتطبيقات الهواتف الذكية) في تعزيز الجهود التطوعية التي يقوم بها الأفراد، والجمعيات الأهلية الخيرية أو ما يُعرف بمنظمات المجتمع المدني في كلٍ من محافظة بغداد؛ وذلك بالتطبيق على الزيارات الدينية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج يمكن مناقشتها في ضوء الإطار النظري للدراسة [نظرية رأس المال الاجتماعي] وفي ضوء نتائج الأدبيات السابقة، وتمثل هذه النتائج فيما يلي:

١. توصلت الدراسة الحالية إلى أن المبحوثين من المتطوعين لا يستخدمون وسائل الإعلام التقليدية؛ بوصفها مصادر للمعلومات عن الزيارات الدينية في العراق، فضلاً عن كونهم يعتقدون أن هذه الوسائل تتسم بالتقليدية وعدم التفاعلية وأنها غير قادرة على أن تربط بينهم وبين المتطوعين الآخرين الذين يعملون في المجال بمحافظات العراق المختلفة.

٢. بينت الدراسة الحالية إلى تراجع الدور التوعوي لوسائل الإعلام التقليدية في المناسبات حيث لا تضطلع هذه الوسائل بأدوارها التوعوية بحسب ما مخطط لها، حيث أظهرت النتائج عكس ذلك.

٣. أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع كثافة استخدام المبحوثين من الناشطين والمتطوعين اجتماعياً لوسائل الإعلام الالكترونية؛ وبخاصة تطبيقات الهواتف الذكية، ووسائل التواصل الاجتماعي بوصفها مصادر للمعلومات عن الزيارات الدينية. حيث أكد المبحوثون أهمية منصتي فيس بوك و<sup>١</sup> في نشر المعلومات عن الزيارات الدينية في العراق في ظل غياب الشفافية في المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام التقليدية الرسمية عن واقع الزيارات وتطورها.

٤. كشفت الدراسة أن وسائل الإعلام الالكترونية مثلة في شبكة «الويب» وتطبيقاتها

الاجتماعية المختلفة قد أوضحت مصادر مهمة يعتمد عليها الناشطون اجتماعياً والمتطوعون في دعم الإجراءات الحكومية خلال الزيارات الدينية في العراق.

٥. أظهرت الدراسة أن المبحوثين بعينة الدراسة لديهم مُدركات إيجابية عن دور وسائل الإعلام التقليدية والألكتروني في تدعيم جهودهم التطوعية بصفة عامة، وجهودهم بشأن الزيارات الدينية في العراق خاصة في محافظات كربلاء والنجف وبغداد وصلاح الدين.

٦. أكدت الدراسة على أن المبحوثين من الناشطين اجتماعياً والمتطوعين والعاملين في منظمات المجتمع المدني لديهم اتجاهات إيجابية قوية نحو أدوار الإنترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي، والتطبيقات الاجتماعية للهواتف الذكية في تعزيز جهودهم التطوعية في تعزيز جهودهم التطوعية مكرراً خلال الزيارات الدينية.

٧. كشفت الدراسة أن معظم المبحوثين يعتقدون بأهمية الدور الاجتماعي للإعلام بشقيه التقليدي والألكتروني في تعزيز الجهود التطوعية الخاصة بوقت الزيارات المليونية الدينية.

## المقترحات:

في ضوء نتائج الدراسة يقترح الباحث ما يلي:

١. دعوة الباحثين الى دراسة ظاهرة العمل التطوعي خلال الزيارات الدينية في العراق حيث إن الباحث لم يجد دراسات بحثية ميدانية تناقش الجوانب الإعلامية والزيارات الدينية وشعائرها خاصة الزيارات المليونية.

٢. ضرورة ألا تقتصر أنشطة المجتمع المدني على الطابع الموسمي في أوقات محددة ويغلب طابع الركود على أنشطتها التطوعية في أوقات أخرى كما يجب عليها الا تركز على استخدام وسائل إعلامية محددة وتغفل عن استخدام وسائل إعلامية أخرى في ممارسة



العامة والأعلان، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد ١٣، يناير .

٤. عبد الله فيصل. (٢٠٢١). ، سياسات العمل التطوعي في مصر، ٢٠٢١. مصر: مجلة السياسة والاقتصاد، جامعة بني سويف، المجلد ١١، العدد (١٠) أبريل.

٥. مركز كربلاء للدراسات و البحوث. (٢٠٢٣). [https://arbnj.com/ar/news\\_and\\_activities/674](https://arbnj.com/ar/news_and_activities/674).

٦. وسام فاضل راضي ، شريف سعيد السعدي. (٢٠١٢). رأي الجمهور بالتغطية الإخبارية لذكرى العاشر من محرم (عاشوراء) في القنوات الفضائية - دراسة مسحية على عينة من جمهور مدينة بغداد، جامعة بغداد، كلية الإعلام، (المؤتمر العلمي السادس لكلية الإعلام جامعة بغداد - للمدة من.

٧. ياسر عبد الصاحب براك. (٢٠١٠). الاشكال ما قبل المسرحية ومرجعياتها الانثربولوجية: التعزية انموذجا، رسالة ماجستير، جامعة بابل ، كلية الفنون المسرحية.

