

فاعلية القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب دراسة تطبيقية

م. د. أفنان محمد شعبان

جامعة بغداد - مركز بحوث السوق وحماية المستهلك

الملخص

يتناول البحث فاعلية القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب وهي دراسة تطبيقية تهدف الى معرفة مدى ادراك العينة لثقافة العمل التطوعي، وتحديد نوع العلاقة بين برامج القنوات الفضائية وادراك العينة لثقافة العمل التطوعي، ومعرفة نوع العلاقة بين خصائص العينة وتأثير القنوات الفضائية في اتجاهاتها، والتعرف على مدى العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية.

واجريت دراسة ميدانية لعينة من طلبة كليات جامعة بغداد مكونة من (١٥٠) مفردة من الذكور والاناث، وجرى توزيع استمارة استبانة تضمنت مجموعة من الاسئلة التي تختبر الفروض والاهداف الموضوعية، واستخدم البرنامج الاحصائي SPSS لاستخراج البيانات والتكرارات والنسب المئوية والوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار كا² واختبار بيرسون، وتوصل البحث الى اهم النتائج هي العينة يتأثرون بشكل كبير بما تقدمه الفضائيات اذ تؤثر القنوات الفضائية في اتجاهاتهم، اغلبيية العينة لديهم معرفة بمفهوم ثقافة العمل التطوعي بانها اعمال ونشاطات لا تهدف الى تحقيق الربح، واثبت صحة الفرض بوجود فروق دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية، كما اثبت صحة الفرض بوجود علاقة ارتباط دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة وتأثير القنوات الفضائية في اتجاهاتها، وتم اثبات صحة الفرض بوجود علاقة ارتباط دالة بين مشاهدة برامج القنوات الفضائية وادراك ثقافة العمل التطوعي لدى العينة.

كلمات مفتاحية:

فاعلية، القنوات الفضائية، العمل التطوعي، ثقافة، الشباب.

*The effectiveness of satellite channels in spreading
the culture of volunteering among youth / applied study*

Dr. Afnan Mohammed Shaban

Market Research & Consumer Protection Center

University of Baghdad

dr.afnan@mracpc.uobaghdad.edu.iq

Abstract

The study deals with the effectiveness of satellite channels in spreading the culture of volunteer work among young people. It is an applied study aimed

at understanding the extent to which the sample understands the culture of volunteering, determining the type of relationship between the satellite channels programs and the perception of the sample of the culture of voluntary work and the relationship between the characteristics of the sample and the effect of satellite channels in their directions, And to identify the relationship between the demographic variables of the sample and to participate in voluntary work. A sample study was conducted for students of faculties of the University of Baghdad, consisting of (150) single male and female. A questionnaire was distributed which included a set of questions that test the hypotheses and objectives set. The statistical program used spss to extract data, frequencies, percentages, arithmetic mean, standard deviation, And the research reached the most important results are the sample are greatly influenced by the satellite channels as satellite channels affect their directions, the majority of the sample have knowledge of the concept of the culture of volunteer work as non-profit activities and activities, and proved the validity of the hypothesis. The validity of the hypothesis was proved by the existence of a significant correlation between viewing the satellite channel programs and understanding the culture of voluntary work in the sample. In addition, there is a significant correlation between the demographic variables of the sample and the participation in voluntary work.

Keywords

Effectiveness, Satellite Channels, Volunteerism, Culture, Youth

المقدمة

يعد العمل التطوعي إحدى المجهودات المهمة التي يقوم بها الأفراد لبناء المجتمع في المجالات كافة على اختلافها، إذ أصبحت الدول في مختلف أنحاء العالم تتجه إلى ترويج وبث ثقافة العمل التطوعي بين أفراد مجتمعاتها لتكون حافزاً لتطوير مجتمعاتهم.

وإن وسائل الإعلام المختلفة لاسيما التلفزيون تستهوي الجمهور وتجذبهم لامتلاكها خصائص التشويق والإثارة وعناصر الصورة والصوت واللون والحركة، ويقوم الإعلام بتقديم وظائف مختلفة أبرزها التثقيف والتعليم والأخبار، وتسهم بشكل مؤثر في تكوين شخصية الأفراد واتجاهاتهم الاجتماعية والثقافية والسياسية، وللإعلام تأثيراته المختلفة على المجتمع في نشر الثقافات منها ثقافة العمل التطوعي كونه إحدى العوامل المؤثرة في تطوير المجتمعات وتعزيز الشعور بالانتماء للمجتمع والمساهمة في حل مشكلاته. وإن قضية التطوع في خدمة المجتمع من القضايا التي طرحت في السنوات الأخيرة لأهميتها في تطوير الحياة في المجتمع وتنشقي قيم الحب والعطاء وتكران الذات والمساهمة في خدمة الآخرين، لذا فإن البحث يهتم بدراسة دور القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي عن طريق البرامج التي يقدمها عن طريق البرامج التوعوية والتي تسهم في تقديم نماذج العمل التطوعي وتنشرها في المجتمع.

- وأجريت دراسة ميدانية على عينة من الجمهور، وعليه تكونت هيكلية البحث من المباحث الآتية :
- المبحث الاول : منهجية البحث وبعض الدراسات السابقة.
- المبحث الثاني : الجانب النظري.
- المبحث الثالث : الجانب العملي للبحث.
- المبحث الرابع : الاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول: منهجية البحث وبعض الدراسات السابقة

أولاً: منهجية البحث

١. مشكلة البحث

ارتبط العمل التطوعي بالممارسات والاعمال الانسانية التي تهدف الى تنمية المجتمع، وان مجتمعاتنا بحاجة كبيرة الى نشر ثقافة العمل التطوعي عبر وسائل الاعلام لاسيما القنوات الفضائية، وان نقص الاهتمام بممارسة الاعمال التطوعية وعدم استيعاب مفهومها يعد مشكلة تحتاج الى التصدي لها بالدراسة، وبذلك يمكن ان نحدد مشكلة البحث بطرح التساؤل ما مدى فاعلية القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب؟.

اسئلة الدراسة

ويمكن وضع التساؤلات الآتية لمشكلة البحث:

- ما الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية التلفزيونية في نشر ثقافة العمل التطوعي من مفهوم الشباب؟
- ما مدى تعرض الشباب للبرامج التي تقدم العمل التطوعي في الفضائيات؟
- هل تسهم القنوات الفضائية في تنمية ثقافة العمل التطوعي ونشره من وجهة نظر الشباب؟
- ما مدى التأثير الذي تتركه مشاهدة برامج التلفزيون على فهم العينة لثقافة العمل التطوعي والعلاقة بينها؟
- هل تؤثر خصائص العينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية؟.

٢. أهمية البحث

- تكمن أهمية البحث في دراسة فاعلية الفضائيات في نشر ثقافة العمل التطوعي كونها احد المرتكزات المهمة في المجتمع، إذ اصبحت المجتمعات اليوم بعد التقدم والتطور التكنولوجي تهتم بنشر مفاهيم وقيم تنمي وتعزز روح الانتماء والمواطنة بين فئات الشباب التي تعد من اهم الشرائح في المجتمع وتتمثل أهمية البحث في الآتي:
- ان موضوع العمل التطوعي يعد من الموضوعات التي يجب ان تحظى باهتمام الحكومات والمؤسسات والجمعيات الخيرية كونها من النشاطات والاعمال التي تقوم على التطوع الذاتي والدوافع الانسانية والدينية دون اي مقابل او عائد مادي.
 - تقوم وسائل الاعلام لاسيما القنوات الفضائية بدور مهم في المجتمع كونها تعمل على نشر الوعي والتنقيف وتنمية القيم والمباديء الانسانية السامية.

- يعد الشباب ثروة وطنية مهمة لذا تركّز الدراسة على معرفة مستوى الوعي والادراك لدى الشباب بمفهوم العمل التطوعي ومعرفة مدى ممارسة الشباب للأعمال التطوعية وخدمة المجتمع.

- توفير دراسة حديثة تغني المعرفة الانسانية في مجال نشر ثقافة العمل التطوعي والدور الذي تقوم به وسائل الاعلام في ذلك.

- يختص البحث بدراسة دور القنوات الفضائية وفعاليتها في تنمية ثقافة العمل التطوعي من منطلق الغرس الثقافي الذي تؤديه الفضائيات في الجمهور الذي يتعرض لبرامجها.

- ان موضوع العمل التطوعي من الموضوعات الاخلاقية التي تسمو بالانسانية وتعمل على خلق المشاركة وروح المواطنة وتطوير المجتمع .

- يعد العمل التطوعي من القضايا التي تزيد اواصر الترابط والمحبة بين الناس والتماسك كما انه يشيع روح التعاون لدى الافراد.

- تشير الدراسة ايضا الى اهمية وسائل الاعلام ودورها لاسيما القنوات الفضائية في التأثير في أنشطة المجتمع والمسؤولية المجتمعية في تنمية الثقافة لدى الشباب وتطوير قدراتهم ودفعهم نحو المشاركة في بناء المجتمع.

٣. أهداف البحث

- ١- معرفة مدى ادراك العينة لثقافة العمل التطوعي.
- ٢- تحديد نوع العلاقة بين برامج القنوات الفضائية وادراك العينة لثقافة العمل التطوعي.
- ٣- معرفة نوع العلاقة بين خصائص العينة وتأثير القنوات الفضائية في اتجاهاتها.
- ٤- التعرف على مدى العلاقة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية.

٤. فرضيات البحث

- توجد علاقة ارتباط دالة بين مشاهدة برامج القنوات الفضائية وادراك العينة لثقافة العمل التطوعي.
- توجد علاقة ارتباط دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة وتأثير القنوات الفضائية في اتجاهاتها.
- توجد فروق دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية.

٥. منهج البحث

يعد البحث من البحوث الوصفية التي تستهدف التعرف على الاوصاف الدقيقة للظاهرة، ويعتمد البحث على المنهج الوصفي والمسيحي بأسلوب العينة بهدف جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها وتعميمها وللإجابة عن أسئلة البحث واختبار الفروض بما يحقق الاهداف الموضوعية للبحث، واختبار العلاقة بين المتغيرات المختلفة.

٦. حدود البحث

ان حدود البحث هي:

- الحدود الزمنية: تمتد الحدود الزمنية للبحث في المدة ٢٠١٨/١/١ - ٢٠١٨/١٢/٣٠.
- الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية للبحث في عدد من كليات جامعة بغداد مجمع الجادرية.

٧. مجتمع البحث وعينته

تم اختيار عينة قصدية من جامعة بغداد (كلية الهندسة، العلوم، الاعلام، العلوم السياسية) من الدراسات الاولية الصباحية والمسائية والدراسات العليا مكونة من (١٥٠) مفردة من مجتمع البحث متباينة في المستوى العمري والاجتماعي والثقافي والتعليمي وتحديدًا من الذين يشاهدون برامج العمل التطوعي، وفيما يأتي وصف لخصائص عينة البحث:

جدول (١): يبين خصائص العينة

التفاصيل	الفئات	العدد	النسبة المئوية
النوع	ذكور	٦٤	٤٢,٧%
	إناث	٨٦	٥٧,٣%
الفئات العمرية	٢٢-١٨	٥٧	٣٨%
	٢٧-٢٣	٦٩	٤٦%
	٣١-٢٨	٢٤	١٦%
	٣٢ فأكثر	لا يوجد	-
المرحلة الدراسية	الاولى	١٩	١٢,٧%
	الثانية	٢٨	١٨,٧%
	الثالثة	٣٨	٢٥,٣%
	الرابعة	٥٠	٣٣,٣%
	دراسات عليا	١٥	١٠%
التخصص	انساني	٦١	٤٠,٧%
		٨٩	٥٩,٣%

يتضح من الجدول (١) توصيف العينة إذ جاء الاناث بعدد (٨٦) بنسبة (٥٧,٣%)، وان عدد الذكور (٦٤) بنسبة (٤٢,٧%)، وان نسبة كبيرة من العينة هم من الفئة العمرية (٢٧-٢٣) بعدد (٦٩) بنسبة (٤٦%) والفئة العمرية (٢٢-١٨) بعدد (٥٧) بنسبة (٣٨%)، واغلبية العينة كانت من المرحلة الدراسية الرابعة بعدد (٥٠) بنسبة (٣٣,٣%)، وان الاغلبية من التخصصات العلمية بعدد (٨٩) بنسبة (٥٩,٣%).

٨. اداة البحث

تم استخدام استمارة استبيان اداة البحث بغرض تحقيق الاهداف البحث والمتكونة من ثلاثة محاور الاول منها هو متابعة القنوات الفضائية بواقع (٣) اسئلة وبمقياس ثلاثي (دائما، احيانا، نادرا)، والمحور الثاني ثقافة العمل التطوعي بواقع (٦) اسئلة بثلاثة بدائل هي (نعم، كلا، لا اعرف)، والمحور الثالث هو لقياس تأثير القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي بواقع (١٠) اسئلة وبمقياس ليكرت الثلاثي (اتفق، محايد، لا اتفق) وبأوزان (١,٢,٣) على التوالي والجدول يوضح تلك المتغيرات.

جدول (٢): يبين متغيرات البحث

المتغير التابع	المتغيرات الوسيطة	المتغير المستقل
نشر ثقافة العمل التطوعي بين الشباب	المتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، المرحلة الدراسية، التخصص)	فاعلية القنوات الفضائية

٩. صدق الأداة

تم استخدام الصدق الظاهري للأداة بعرضها على الخبراء الذين ابدوا ملاحظاتهم وتم اجراء التعديلات والمقترحات المطلوبة بما يحقق اغراض البحث ويقيم الاستمارة بتعديل الاسئلة بشكل افضل (ملحق رقم ١ يبين اسماء الخبراء).

١٠. اختبار الثبات

اجري اختبار ثبات التحليل باستخدام معامل الثبات (الفكرونيباخ) وكانت نسبته تتراوح بين (٠,٩٢) و (٠,٩٣) مما يشير الى ثبات الاختبار لوحدات القياس المستخدمة في البحث.

١١. المصطلحات الاجرائية للبحث

- التطوع: هو تطوع بالشئ اي تبرع به، والمتطوع هو الذي ياتي بالاعمال الصالحة (المنجد في اللغة، ١٩٧٥، ص٤٧٥)، والتطوع ايضا هو ما تطوع به الانسان من ذاته دون فرضه عليه (Ibn Manzoor, 1996, .p221)
- العمل التطوعي: هو ان يقوم الفرد باعمال وخدمات يقدمها للآخرين دون ان يطلب منه ودون اي مقابل او اجر مادي من العمل.
- الشباب: مرحلة عمرية تتسم بالحيوية والنشاط والعطاء وهم شريحة وفئة مهمة في المجتمع. ولقد اختلف علماء الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي في تعريف الشباب فيحددونه بعمر (١٥-٣٥ سنة) او يحددونه بمرحلة نمو تكتمل فيه اعضاء الانسان وبنيتها (AL-Saate, 2003, p15).

١٢. الاساليب الاحصائية

استخدم البرنامج الاحصائي spss لاجراء العمليات الاحصائية التي وضعت في جداول تبين التكرارات والنسب المئوية والمرتبات والوسط الحسابي والانحراف المعياري والعلاقات الارتباطية باستخدام معامل ارتباط بيرسون واختبار مربع كا ٢.

ثانياً: بعض الدراسات السابقة

- دراسة (AL-Zair, Mekbel, 2015) " العمل التطوعي وقيم المواطنة لدى الشباب السعودي دراسة ميدانية مطبقة على عينة من المتطوعين في المملكة العربية السعودية " اجريت الدراسة الميدانية على عينة من المتطوعين في السعودية وقد هدفت الى توضيح مفهوم العمل التطوعي لدى الشباب السعودي واهمية المواطنة لدى المتطوعين وتوصلت الدراسة الى نتائج عدة اهمها تفوق عدد الاناث المتطوعات على عدد الذكور وانتشار ثقافة العمل التطوعي بين الشباب السعودي، واتضح ان لمراكز التطوع دورا في تنمية قيم المواطنة وتعزيزها لدى الشباب من كلا الجنسين، ان اغلبية المتطوعين هم من الجامعيين والخريجين

وحملة شهادة الماجستير والدكتوراه، وخرجت الدراسة بوضع توصيات بضرورة تنمية التطوع لدى طلبة المدارس والجامعات ودعم كل من يقدم او يسهم في الاعمال التطوعية.

- دراسة (Al-Maliki.2011) "مدى ادراك طالبات الدراسات العليا بجامعة ام القرى لمجالات العمل التطوعي للمرأة في المجتمع السعودي" اجريت دراسة ميدانية على عينة من طالبات الدراسات العليا بهدف معرفة اتجاهات عينة الدراسة ومدى ممارستهم للعمل التطوعي، وايضاح اهم مجالات العمل التطوعي المتاحة للمرأة، وتوضيح اهم العوامل التي تدفع المرأة للمشاركة في العمل التطوعي، واستخدمت الاستبانة كأداة للبحث وتوصلت الدراسة الى اهم النتائج ان اتجاهات العينة كانت جيدة نحو العمل التطوعي، وان نسبة جيدة من العينة ترى ان نجاح العمل التطوعي مرتبط بالتفرغ له، ان الدافع الاساس للتوجه نحو العمل التطوعي هو اكتساب مهارات وخبرات جديدة، هناك غرور نحو العمل التطوعي من الناحية الاجتماعية لصالح غير المتزوجات، وقد خرجت الدراسة باهم التوصيات هي ان تكون هناك وحدة مسؤولة عن التخطيط والتنفيذ والتصميم والتقييم والتقييم للاعمال التطوعية، وتوجيه خطابات لاصحاب الخبرات والمؤهلات ودعوتهم للمساهمة في العمل التطوعي، وتفعيل دور المرأة في العمل التطوعي واقامة الدورات التدريبية للعمل التطوعي.

المبحث الثاني : الجانب النظري للبحث

نظرية الغرس الثقافي

ترتبط هذه النظرية بتأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على المحيط الثقافي ويرجع اصولها الى العالم الأمريكي جورج جورنبرغ وهي تصور تطبيقي للافكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية، وتؤكد الفكرة التي تجتمع عليها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الاعلام على التأثير المعرفي للأفراد الذين يتعرضون الى وسائل الاعلام بكثرة، وركزت دراسات الغرس الثقافي على ثلاث اتجاهات تتمثل في دراسة الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تقدمها وسائل الاتصال الجماهيري، ودراسة الهياكل والضغوط التي تؤثر في انتاج رسائل وسائل الاعلام، ودراسة تأثير الرسائل الاعلامية على مدى ادراك الجمهور للواقع الاجتماعي Hijab.2010.306.

وتشير الدراسات ان هناك علاقة بين مشاهدة التلفزيون وتكوين الاعتقادات وان مداومة التعرض للتلفزيون لمدة طويلة تنمي الاعتقاد لدى المتلقي ان العالم الحقيقي يراه على الشاشة وهو يختلف عن أولئك الذين يشاهدون قليلا مواد التلفزيون، وان واضعي النظرية يزعمون ان وسائل الاعلام تحدث اثارا قوية على ادراك الافراد للعالم الخارجي، وتفترض النظرية ان (كلما زاد الوقت الذي يقضيه الفرد في مشاهدة التلفزيون زاد ادراكه للواقع الاجتماعي بصورة اقرب الى النماذج والافكار التي يقدمها التلفزيون على هذا الواقع) وتحاول النظرية التي ظهرت في السبعينيات والثمانينيات من القرن الماضي ان تفسر الآثار الاجتماعية والمعرفية لوسائل الاعلام لاسيما التلفزيون (Makkawi.2000.P112-114).

اولا / مفهوم العمل التطوعي

العمل التطوعي هو عمل غير ربحي، لا يقدم نظير أجر معلوم، وهو عمل غير وظيفي/ مهني، يقوم به الأفراد من أجل مساعدة وتنمية مستوى معيشة الآخرين، من جيرانهم أو المجتمعات البشرية بصفة

مطلقة (Hussein.2001).

والتطوع هو البذل والتضحية من أجل الآخرين وهو يقوم على معان سامية واهداف خيرة، ويشمل التضحية بالوقت والمال والجهد، ولا يمثل العمل التطوعي اية مهنة يقوم بها الافراد خدمة لجامعاتهم واهالي المناطق التي يسكنون فيها والمجتمع عامة.

وهناك الكثير من الأشكال للعمل التطوعي منها مشاركات تقليدية لمصلحة اشخاص او مجتمع وتقديم المساعدة في اوقات الشدة وعند وقوع الكوارث الطبيعية والاجتماعية او الحروب والنزاعات دون أن يطلب منهم المساهمة انما هو رد فعل ذاتي دون توقع نظير مادي لذلك العمل، بل النظير هو سعادة ورضا عند رفع المعاناة عن كاهل المصابين ولم شمل المنكوبين ودرء الجوع والأمراض عن الفقراء والمحتاجين.

ويكون العمل التطوعي عبارة عن جهود انسانية نابعة من الرغبة والدافع الذاتي على شكلين الفردي وهو يقوم به الفرد من تلقاء نفسه بدافع اخلاقي واجتماعي وديني، اما العمل المؤسسي فهو ما تقوم به المؤسسات الخيرية والتطوعية والتي تستقطب عددا كبيرا من فئات الشباب المتطوعين وتقوم بالاشراف على الاعمال مباشرة وهي اما تابعة للحكومات او تكون بجهود ذاتية من الافراد (AL-Shahrani.2016.P10).

ثانيا / اهمية العمل التطوعي

ان العمل التطوعي له دور واهمية لاسيما في ظل تطور الحياة العصرية والعلاقات الاجتماعية والتغيرات الاقتصادية والثقافية والمجتمعية التي نعيشها اليوم إذ اصبح العمل التطوعي من متطلبات الحياة لاسيما في ظل تشكل الجمعيات والمؤسسات التطوعية والمدنية التي تقدم خدمة مجتمعية (Al-Naim. 1999.P5).

وتأتي اهمية العمل التطوعي عن طريق تقديم رفع مستوى الخدمات واكمال العمل الذي تقدمه المؤسسات الحكومية، وتادية خدمات لا تقوم بها المؤسسات لظروف معينة، وتقديم خدمات جديدة ومفيدة للمجتمع (Al-Juhani. 2010.445).

ويدخل العمل التطوعي ضمن المجالات الاجتماعية على اختلافها التربوية والتعليمية والصحية والطبية والدينية ورعاية كبار السن والشباب والاطفال وغيرها من المجالات المجتمعية الاخرى.

وتكمن اهمية العمل التطوعي ودوره في الاتي (Khawla. 2015.P43-44) :

- الجانب الاقتصادي: يساهم العمل التطوعي في توفير المبالغ المالية التي تتطلبها بعض الخدمات المجتمعية وتحتاج الى المال.

- الجانب الامني: ان العمل التطوعي له دور في تنمية وغرس روح العطاء لدى الشباب وتعزيز قيم الانتماء والاحساس بالمسؤولية، وتنمية مهاراتهم وقدراتهم وتعزيز القيم التربوية والاجتماعية والوطنية.

ثالثا / دور القنوات الفضائية في الخدمة المجتمعية :

تعد القنوات الفضائية من اكثر الوسائل الاعلامية اهمية في نقل الواقع الاجتماعي للجمهور، لما تمتلكه من خصائص الانتشار الواسع والقدرة على الاستقطاب والاستحواذ واستخدام الصورة والصوت وتوافر عناصر الالبهار، ويخاطب جميع شرائح المجتمع على اختلاف مستوياتهم للتاثير في ارائهم ومعتقداتهم (Aboud.2008.P6).

ويؤدي التلفزيون دورا خطيرا ومهما في حياة المجتمعات على الرغم من عده وسيلة ترفيه وتسلية الا ان له امكانيات اعلامية وسياسية كبيرة تؤثر في اتجاهات الجمهور عن طريق البرامج المختلفة التي يقدمها مما تؤثر في السلوك الانساني وفعاله وردود افعاله الايجابية والسلبية، وتتعدد النظريات التي تفسر تاثير التلفزيون في الجمهور منها النظريات التي تتعلق بالتاثير في العلاقات الاجتماعية والنظريات المؤثرة على العقل والفكر وغيرها من النظريات الاعلامية (Shahab Aldeen, 2017, P59-60).

وتقوم وسائل الاعلام بضمنها الفضائيات بدورها في توضيح وشرح ماهية العمل التطوعي وحاجة المجتمع اليه وتوضيح اهميته والدور الذي يؤديه في بناء المجتمعات وتطويرها، بتنمية الوعي الاجتماعي لدى الافراد وحشدهم للتطوع في المؤسسات والجمعيات الخيرية، وتقوم الفضائيات بدورها في مساعدة الجهات التطوعية في استقطاب المتطوعين بوصفهم عناصر مفيدة للعمل في هذه المؤسسات، وتكون وسائل الاعلام الداخلية جزءا من وسائل الاعلام العامة عن طريق تزويدها بالارقام والاحصائيات والتقارير للاعمال التطوعية وكذلك المجالات والنشاطات للاعمال التطوعية التي يقوم بها المتطوعون، وهي بذلك تظهر اهميتها في العمل التطوعي لدى الشباب عن طريق (AL-Shahwan, 2017, P27).

- تعزيز شعور انتمائهم للمجتمع وحثهم على المشاركة الفعالة فيه، وتنمية قدراتهم وامكانياتهم.
- التعرف على احتياجات المجتمع واتاحة الفرصة لهم للتعبير عن افكارهم ورائهم في القضايا التي تحدث في المجتمع والمساهمة في حلها.

نماذج برامج العمل التطوعي في القنوات الفضائية :

- برنامج لك القرار : برنامج اسبوعي يعرض على قناة الشرقية ويهتم بطرح الاشكاليات في المجتمع العراقي، ويشارك فيه الشباب عن طريق تقديم المساعدة للناس والقيام باعمال تطوعية تخدم ابناء المجتمع .

- برنامج شباب الخير : برنامج يعرض على قناة العاصمة المصرية ويطرح قضايا المجتمع المصري ومساهمات الشباب في العمل التطوعي وتقديم الخدمات .

المبحث الثالث : الجانب العملي للبحث

اولا / متابعة القنوات الفضائية :

١ - مدى متابعة القنوات الفضائية :

يتضح من الجدول (٣) مدى متابعة العينة للقنوات الفضائية ان مجموع (٨٧) بنسبة (٥٨%) يتابعون الفضائيات بشكل دائم، بينما اجاب مجموع (٥٤) بنسبة (٣٦%) احيانا يشاهدون القنوات الفضائية .

جدول (٣) يبين مدى متابعة العينة للقنوات الفضائية

النسبة المئوية	التكرارات	مدى متابعة القنوات الفضائية
٥٨%	٨٧	دائما
٣٦%	٥٤	أحيانا
٦%	٩	نادرا
١٠٠%	١٥٠	المجموع

٢- مدى مشاهدة برامج النشاطات التطوعية عبر الفضائيات:

تشير نتائج جدول (٤) ان اغلبيه العينة بمجموع (٨٧) بنسبة (٥٨%) دائما ما يشاهدون برامج نشاطات الاعمال التطوعية عبر الفضائيات، وان مجموع (٤٨) بنسبة (٣٢%) احيانا يشاهدون برامج الاعمال التطوعية التي تقوم بتغطيتها القنوات الفضائية.

جدول (٤) يبين مدى مشاهدة برامج النشاطات التطوعية عبر الفضائيات

النسبة المئوية	التكرارات	مدى مشاهدة برامج النشاطات التطوعية عبر الفضائيات
٥٨%	٨٧	دائما
٣٢%	٤٨	أحيانا
١٠%	١٥	نادرا
١٠٠%	١٥٠	المجموع

٣- مدى اعتقاد المبحوثين ان القنوات الفضائية تؤثر في اتجاهات الناس:

تبين نتائج جدول (٥) ان الاغلبية من العينة بمجموع (٨٩) بنسبة (٥٩,٣%) يتأثرون دائما بما تقدمه الفضائيات اذ تؤثر القنوات الفضائية في اتجاهاتهم، بينما اشار مجموع (٥٢) بنسبة (٣٤,٧%) بانهم احيانا ما تؤثر القنوات الفضائية في اتجاهاتهم.

جدول (٥) يبين مدى اعتقاد المبحوثين ان القنوات الفضائية تؤثر في اتجاهات الناس

النسبة المئوية	التكرارات	مدى تأثير القنوات الفضائية في اتجاهات العينة
٥٩,٣%	٨٩	دائما
٣٤,٧%	٥٢	أحيانا
٦%	٩	نادرا
١٠٠%	١٥٠	المجموع

ثانيا / ثقافة العمل التطوعي :

١ - المعرفة بان العمل التطوعي ونشاطاته غير ربحي:

تشير النتائج في جدول (٦) ان نسبة كبيرة من العينة لديهم معرفة بمفهوم ثقافة العمل التطوعي بانها اعمال ونشاطات لا تهدف الى تحقيق الربح وكان مجموعهم (١٣٨) بنسبة (٩٢%)، بينما مجموع (١٢) بنسبة (٨%) اجابوا انهم لا يعرفون ان العمل التطوعي ونشاطاته غير ربحي.

جدول (٦) يبين مدى معرفة العينة ان العمل التطوعي ونشاطاته غير ربحي

مدى معرفة العينة ان العمل التطوعي ونشاطاته غير ربحي	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	١٣٨	%٩٢
كلا	-	-
لا اعرف	١٢	%٨
المجموع	١٥٠	%١٠٠

٢- معرفة ان العمل التطوعي يهدف الى مساعدة الاخرين وتحسين معيشتهم وتقديم خدمة مجتمعية : يشير جدول (٧) ان اغلبيية العينة بمجموع (١٣٨) بنسبة (%٩٢) لديهم معرفة ان العمل التطوعي يهدف الى مساعدة الاخرين وتحسين معيشتهم وتقديم خدمة مجتمعية، بينما مجموع (١٢) بنسبة (%٨) اجابوا انهم لا يعرفون ان العمل التطوعي يهدف الى مساعدة الاخرين وتحسين معيشتهم وتقديم خدمة مجتمعية.

جدول (٧) يبين مدى معرفة ان العمل التطوعي يهدف الى مساعدة الاخرين وتحسين معيشتهم وتقديم خدمة مجتمعية

معرفة ان العمل التطوعي يهدف الى مساعدة الاخرين وتحسين معيشتهم وتقديم خدمة مجتمعية	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	١٣٨	%٩٢
كلا	-	-
لا اعرف	١٢	%٨
المجموع	١٥٠	%١٠٠

٣- امكانية مساهمة كلا الجنسين في تقديم العمل التطوعي في المجتمع : يتضح من جدول (٨) ان اغلبيية العينة بمجموع (١٣٠) بنسبة (%٨٦,٧) اجابوا نعم حول امكانية مساهمة كلا الجنسين في تقديم العمل التطوعي في المجتمع، واجاب مجموع (١٤) بنسبة (%٩,٣) بانهم لا يعرفون حول امكانية مساهمة كلا الجنسين في تقديم العمل التطوعي في المجتمع.

جدول (٨) يبين امكانية مساهمة كلا الجنسين في تقديم العمل التطوعي في المجتمع

امكانية مساهمة كلا الجنسين في تقديم العمل التطوعي في المجتمع	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	١٣٠	%٨٦,٧
كلا	٦	%٤
لا اعرف	١٤	%٩,٣
المجموع	١٥٠	%١٠٠

٤- فرص مشاركة الذكور في العمل التطوعي اكثر من الاناث : تشير النتائج في جدول (٩) ان اغلبيية العينة بمجموع (٩٧) بنسبة (%٦٤,٧) اجابوا بالموافقة على

ان فرص مشاركة الذكور في العمل التطوعي اكثر من الاناث، واجاب مجموع (٣٨) بنسبة (٢٥,٣ %) انهم لا يعرفون ان فرص مشاركة الذكور في العمل التطوعي اكثر من الاناث.

جدول (٩) يبين فرص مشاركة الذكور في العمل التطوعي اكثر من الاناث

فرص مشاركة الذكور في العمل التطوعي اكثر من الاناث	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	٩٧	٦٤,٧ %
كلا	١٥	١٠ %
لا اعرف	٣٨	٢٥,٣ %
المجموع	١٥٠	١٠٠ %

٤- محدودية الانشطة التوعوية التي تشارك فيها الاناث مقابل أنشطة الذكور:

يتضح من جدول (١٠) ان مجموع (١١٢) بنسبة (٧٤,٧ %) وهم يمثلون اغلبيه كبيرة من العينة اجابوا نعم عن محدودية الانشطة التوعوية التي تشارك فيها الاناث مقابل أنشطة الذكور، واجاب مجموع (٣٠) بنسبة (٢٠) بانهم لا يعرفون عن محدودية الانشطة التوعوية التي تشارك فيها الاناث مقابل أنشطة الذكور.

جدول (١٠) يبين محدودية الانشطة التوعوية التي تشارك فيها الاناث مقابل أنشطة الذكور

محدودية الانشطة التوعوية التي تشارك فيها الاناث مقابل أنشطة الذكور	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	١١٢	٧٤,٧ %
كلا	٨	٥,٣ %
لا اعرف	٣٠	٢٠ %
المجموع	١٥٠	١٠٠ %

٥- يبين مشاركة العينة في الاعمال التطوعية:

يتضح من نتائج جدول (١١) ان نسبة كبيرة من العينة اجابوا بانهم لم يشاركوا بشكل فعلي في الاعمال التطوعية بمجموع (٨٩) بنسبة (٥٩,٣ %)، وان مجموع (٦١) بنسبة (٤٠,٧ %) اجابوا نعم شاركوا في الاعمال التطوعية.

جدول (١١) يبين مشاركة العينة في الاعمال التطوعية

يبين مشاركة العينة في الاعمال التطوعية	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	٦١	٤٠,٧ %
كلا	٨٩	٥٩,٣ %
المجموع	١٥٠	١٠٠ %

ثالثا / دور القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي:

يتضح من نتائج الجدول (١٢) ان مجموع (٧٠) بنسبة (٤٦,٧ %) محايدون مع العبارة (تسهم القنوات الفضائية في نشر الوعي بثقافة العمل التطوعي بين افراد المجتمع) وبقيمة متوسط حسابي (٢,٢١٠)

وهي اعلى من الوسط الفرضي (٢) مما يشير الى شدة الاتفاق وقيمة الانحراف المعياري (٠,٧٢٢)، ومجموع (٨١) بنسبة (٥٤%) محايدون مع العبارة (توفر القنوات الفضائية معلومات للجمعيات او الاشخاص الذين يقومون بالتطوع عن) بقيمة وسط حسابي (٢,٣١٣) وهي اعلى من الوسط الفرضي (٢) مما يشير الى شدة الاتفاق وبانحراف معياري (٠,٦٠٣)، ومجموع (٨٠) بنسبة (٥٣,٣%) محايدون مع العبارة (تقدم القنوات الفضائية برامج تستعرض فيها اشخاص يمكن الاقتداء بهم في العمل التطوعي) بقيمة وسط حسابي (٢,٣٢٠) وهي اعلى من الوسط الفرضي (٢) مما يشير الى شدة الاتفاق وبانحراف معياري (٠,٦٠٥)، ومجموع (٧٣) بنسبة (٤٨,٧%) يتفقون مع العبارة (تسهم القنوات الفضائية في تنظيم حملات العمل التطوعي للشباب عن طريق البرامج الخاصة بذلك) بقيمة وسط حسابي (٢,٣٦٦) وهي اعلى من الوسط الفرضي (٢) مما يشير الى شدة الاتفاق وبانحراف معياري (٠,٦١٧)، ومجموع (٨٩) بنسبة (٥٩,٣%) محايدون مع العبارة (تنمي القنوات الفضائية روح التنافس بين الفرق التطوعية مما يطور العمل التطوعي)، بقيمة وسط حسابي (٢,٢٦٠) وهي اعلى من الوسط الفرضي (٢) مما يشير الى شدة الاتفاق وبانحراف معياري (٠,٥٨٤)، ومجموع (٧٣) بنسبة (٤٨,٧%) محايدون مع العبارة (تكرس القنوات الفضائية مفهوم الخدمة المجتمعية عن طريق العمل التطوعي) بقيمة وسط حسابي (٢,٣٦٦) وهي اعلى من الوسط الفرضي (٢) مما يشير الى شدة الاتفاق وبانحراف معياري (٠,٦١٧)، ومجموع (١٠٣) بنسبة (٦٨,٧%) محايدون مع العبارة (تعزز القنوات الفضائية روح المواطنة بين الشباب عبر انتمائهم للمؤسسات الخيرية التطوعية) بقيمة وسط حسابي (٢,٣٦٦) وهي اعلى من الوسط الفرضي (٢) مما يشير الى شدة الاتفاق وبانحراف معياري (٠,٦١٧)، ومجموع (٨٠) بنسبة (٥٣,٣%) يتفقون مع العبارة (هناك قلة اهتمام من الفضائيات المحلية بتثقيف الشباب بمفاهيم العمل التطوعي) بقيمة وسط حسابي (٢,١٣٣) وهي اعلى من الوسط الفرضي (٢) مما يشير الى شدة الاتفاق وبانحراف معياري (٠,٦٧٢)، ومجموع (٧٣) بنسبة (٤٨,٧%) يتفقون مع العبارة (تغطي الفضائيات مجالات مختلفة للعمل التطوعي منها المعنوي والمادي او المجهود الشخصي) بقيمة وسط حسابي (٢,٣٦٦) وهي اعلى من الوسط الفرضي (٢) مما يشير الى شدة الاتفاق وبانحراف معياري (٠,٦١٧)، ومجموع (٧٣) بنسبة (٤٨,٧%) يتفقون مع العبارة (تكرس الفضائيات فكرة ان العمل التطوعي يعزز قيم الانتماء والولاء والاحساس بالمسؤولية) بقيمة وسط حسابي (٢,٣٦٦) وهي اعلى من الوسط الفرضي (٢) مما يشير الى شدة الاتفاق وبانحراف معياري (٠,٦١٧).

جدول (١٢) يبين اتفاق العينة مع فاعلية القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي

ت	العبارات	اتفق		لا اتفق		محايد		الانحراف المعياري	
		%	ك	%	ك	%	ك		
١	تسهم القنوات الفضائية في نشر الوعي بثقافة العمل التطوعي بين افراد المجتمع	٤٩	%٣٢,٧	٧٠	%٤٦,٧	٣١	%٢٠,٧	٢,٢١٠	٠,٧٢٢
٢	توفر القنوات الفضائية معلومات للجمعيات او الاشخاص الذين يقومون بالتطوع عن الحالات الانسانية التي تحتاج الى المساعدة	٥٨	%٣٨,٧	٨١	%٥٤	١١	%٧,٣	٢,٣١٣	٠,٦٠٣
٣	تقدم القنوات الفضائية برامج تستعرض فيها اشخاص يمكن الاقتداء بهم في العمل التطوعي	٥٩	%٣٩,٣	٨٠	%٥٣,٣	١١	%٧,٣	٢,٣٢٠	٠,٦٠٥
٤	تسهم القنوات الفضائية في تنظيم حملات العمل التطوعي للشباب من خلال البرامج الخاصة بذلك	٧٣	%٤٨,٧	٦٦	%٤٤	١١	%٧,٣	٢,٣٦٦	٠,٦١٧
٥	تنمي القنوات الفضائية روح التنافس بين الفرق التطوعية مما يطور العمل التطوعي	٥٠	%٣٣	٨٩	%٥٩,٣	١١	%٧,٣	٢,٢٦٠	٠,٥٨٤
٦	تكرس القنوات الفضائية مفهوم الخدمة المجتمعية من خلال العمل التطوعي	٦٦	%٤٤	٧٣	%٤٨,٧	١١	%٧,٣	٢,٣٦٦	٠,٦١٧
٧	تعزز القنوات الفضائية روح المواطنة بين الشباب عبر انتمائهم للمؤسسات الخيرية التطوعية	٣٦	%٢٤	١٠٣	%٦٨,٧	١١	%٧,٣	٢,٣٦٦	٠,٦١٧
٨	هناك قلة اهتمام من الفضائيات المحلية بتثقيف الشباب بمفاهيم العمل التطوعي	٨٠	%٥٣,٣	٤٥	%٣٠	٢٥	%١٦,٧	٢,١٣٣	٠,٦٧٢
٩	تغطي الفضائيات مجالات مختلفة للعمل التطوعي منها المعنوي والمادي او المجهود الشخصي	٦٦	%٤٤	٧٣	%٤٨,٧	١١	%٧,٣	٢,٣٦٦	٠,٦١٧
١٠	تكرس الفضائيات فكرة ان العمل التطوعي يعزز قيم الانتماء والولاء والاحساس بالمسؤولية	٦٦	%٤٤	٧٣	%٤٨,٧	١١	%٧,٣	٢,٣٦٦	٠,٦١٧

اختبار الفروض:

١ - توجد فروق دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية.

يتضح من نتائج الجدول (١٣) ان المتغيرات الديموغرافية شكلت فروقا معنوية دالة نحو للعينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية إذ بلغت قيمة اختبار كا^٢ لمتغير النوع (٥٤,٥٣٤) عند مستوى الدلالة (٠,٠٠٠) وهو اصغر من القيمة المعنوية (٠,٠٥) عند درجة حرية (١)، وقيمة اختبار كا^٢ لمتغير العمر (٧,٥٤٠) عند مستوى الدلالة (٠,٠٢٣) وهو اصغر من القيمة المعنوية (٠,٠٥) عند درجة حرية (٢)، اما متغير التخصص فقيمة اختبار كا^٢ تساوي (٣٧,٩٠٢) عند مستوى الدلالة (٠,٠٠٠) وهي اصغر من القيمة المعنوية (٠,٠٥) عند درجة حرية (١)، وبلغت قيمة كا^٢ لمتغير المرحلة الدراسية (٤٥,٠٧٤) عند مستوى الدلالة (٠,٠٠٠) وهو اصغر من القيمة المعنوية (٠,٠٥) عند درجة حرية (٤).

جدول (١٣) يبين وجود فروق دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية

التفاصيل	قيمة اختبار كا ^٢	درجة الحرية	مستوى الدلالة	مستوى المعنوية	نوع العلاقة
النوع	٥٤,٥٣٤	١	٠,٠٠٠	٠,٠٥	دالة
العمر	٧,٥٤٠	٢	٠,٠٢٣	٠,٠٥	دالة
التخصص	٣٧,٩٠٢	١	٠,٠٠٠	٠,٠٥	دالة
المرحلة الدراسية	٤٥,٠٧٤	٤	٠,٠٠٠	٠,٠٥	دالة

٢ - توجد علاقة ارتباط دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة وتأثير القنوات الفضائية في اتجاهاتها

يتضح من جدول (١٤) وجود علاقة ارتباط دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة وتأثير القنوات الفضائية في اتجاهاتها، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (-٢٧٤ - ٠) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وقيمة مستوى الدلالة (٠,٠٠٢) وهي اصغر من مستوى المعنوية (٠,٠٥)، مما يدل على وجود علاقة ارتباط دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة وتأثير القنوات الفضائية في اتجاهاتها.

جدول (١٤) يبين وجود علاقة ارتباط دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة وتأثير القنوات الفضائية في اتجاهاتها

قيمة معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة p-value	مستوى المعنوية	مستوى العلاقة
-٢٧٤ - ٠	٠,٠٠٢	٠,٠٥	دالة

٣- توجد علاقة ارتباط دالة بين مشاهدة برامج القنوات الفضائية وادراك ثقافة العمل التطوعي لدى العينة

يتضح من جدول (١٥) وجود علاقة ارتباط دالة بين مشاهدة برامج القنوات الفضائية وادراك ثقافة العمل التطوعي لدى العينة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (٤٣١ - ٠) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وقيمة مستوى الدلالة (٠,٠٠٠) وهي اصغر من مستوى المعنوية (٠,٠٥)، مما يدل على وجود علاقة ارتباط دالة مشاهدة برامج القنوات الفضائية وادراك ثقافة العمل التطوعي لدى العينة.

جدول (١٥) يبين وجود علاقة ارتباط دالة بين مشاهدة برامج القنوات الفضائية وادراك ثقافة العمل التطوعي لدى العينة

قيمة معامل ارتباط بيرسون	مستوى الدلالة p-value	مستوى المعنوية	مستوى العلاقة
٤٣١ - ٠	٠,٠٠٠	٠,٠٥	دالة

النتائج والاستنتاجات

- ١- يتضح من النتائج ان العينة من الاناث بعدد (٨٦) بنسبة (٥٧,٣%)، وان عدد الذكور (٦٤) بنسبة (٤٢,٧%).
- ٢- ان نسبة كبيرة من العينة هم من الفئة العمرية (٢٣-٢٧) بعدد (٦٩) بنسبة (٤٦%).
- ٣- ان اغلبيه العينة كانت من المرحلة الدراسية الرابعة بعدد (٥٠) بنسبة (٣٣,٣%).
- ٤- ان الاغلبية من التخصصات العلمية بعدد (٨٩) بنسبة (٥٩,٣%).
- ٥- نسبة (٥٨%) من العينة يتابعون الفضائيات بشكل دائم.
- ٦- ان نسبة (٥٨%) من العينة دائما ما يشاهدون برامج نشاطات الاعمال التطوعية عبر الفضائيات.
- ٧- ان نسبة (٥٩,٣%) من العينة يتاثرون بشكل كبير بما تقدمه الفضائيات اذ تؤثر القنوات الفضائية في اتجاهاتهم.
- ٨- نسبة (٩٢%) من العينة لديهم معرفة بمفهوم ثقافة العمل التطوعي بانها اعمال ونشاطات لا تهدف الى تحقيق الربح.
- ٩- ان نسبة (٦٤,٧%) اجابوا بالموافقة على ان فرص مشاركة الذكور في العمل التطوعي اكثر من الاناث.
- ١٠- ان نسبة (٥٩,٣%) من العينة اجابوا بانهم لم يشاركوا بشكل فعلي في الاعمال التطوعية.
- ١١- تشير المتوسطات الحسابية الى شدة اتفاق العينة مع فاعلية القنوات الفضائية في نشر ثقافة العمل التطوعي.
- ١٢- اثبت صحة الفرض وجود فروق دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة نحو المشاركة في الاعمال التطوعية.
- ١٣- اثبت صحة الفرض وجود علاقة ارتباط دالة بين المتغيرات الديموغرافية للعينة وتأثير القنوات الفضائية في اتجاهاتها.

- ١٤ - اثبت صحة الفرض وجود علاقة ارتباط دالة بين مشاهدة برامج القنوات الفضائية وادراك ثقافة العمل التطوعي لدى العينة.
- ١٥ - ان للقنوات الفضائية تأثيرا كبيرا في احداث الحراك والتوعية في المجتمع كونها تستقطب اكبر عدد من الجمهور، اذ انها تسهم في التنقيف باهمية العمل التطوعي لتطوير المجتمع.

التوصيات

- ١ - نشر ثقافة العمل التطوعي عن طريق وسائل الاعلام المختلفة .
- ٢ - التاكيد على توعية الشباب باهمية العمل التطوعي ودوره في تقديم الخدمات للمجتمع.
- ٣ - اقامة الندوات والمؤتمرات التي تنشر النشاطات التطوعية.
- ٤ - دعم الشباب واستقطابهم نحو المؤسسات والجمعيات الخيرية التي تقدم الاعمال التطوعية.
- ٥ - التاكيد على دور المؤسسات التربوية والتعليمية والجامعية في اقامة النشاطات والاعمال الخيرية في المجتمع.

المصادر

1. Ibn Manzoor, (1996), Sanson Al Arab, I 1, House of Revival of Arab Heritage Foundation o f Arab History, Beirut .
2. Aboud, Mohamed Ahmed Mohamed, (2008), Role of Egyptian Television Series in Prioritizing Social Issues among Adolescents: Applied Study, Master Thesis, Cairo, Institute of Graduate Studies for Children, Ain Shams University, p.6
3. Al-Juhani, manee Hammad, (2010), Role of Institutions in Voluntary Service in Saudi Arabia, The First Scientific . Conference of Voluntary Work in Saudi Arabia, Umm Al-Qura, Makkah
4. Hijab, Muhammad Munir, (2010), Theories of Communication, Cairo, Dar Al Fajr Publishing and Distribution, 4 p. 306
5. Hussein, Ibrahim, (2001), Voluntary Work in a Global Perspective, Second Volunteer Conference, Sharjah (23-24 . January)
6. Khawla, Hamaideya, (2015), The role of social networking sites in the development of voluntary work. An analytical descriptive study of the Facebook page of Nass Al-Khair and Argla Association, Master of Science, Department of Information and Communication Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, 44
7. Makkawi, Hassan Imad, Al-Sharif, Sami, Theories of Media, Cairo, Cairo University Center, 2000, pp. 112-114 .
8. Al-Maliki, Samar Bint Mohammed bin Garmallah, (2012), the extent of awareness of post graduate students at Umm Al-Qura University for the fields of volunteer work for women in the Saudi society "field study", Master Thesis, Department of Islamic and Comparative Education. Umm al-Qura
9. Al-Munajjid in the Language, (1975), I (26), Orient House, Beirut .
10. Al-Naim, Abdullah Al-Ali, (1999), Voluntary Social Work with a Focus on Volunteerism in Saudi Arabia, The . Arab Journal, No. 21
11. AL-Saate, Samia, (2003), Arab Youth and Social Change, Cairo, The Egyptian Lebanese Library, p.15 .
12. Shahab Aldeen, Muhammad Fawzi, (2017), The role of television in prioritizing political issues among the Bahraini public, Series of Studies, Bahrain, Bahrain Institute for Political Development, pp. 59-60
13. AL-Shahwan, Mohammed Ahmad Qablan, (2017), The Role of Jordanian Television in the Development of Volunteering from the Youth Perspective, "Jordan Youth Association Model", Master's Thesis, Faculty of Information, Middle East University, p.27
14. AL-Shahrani, Ma'lawi bin Abdullah, (2016), volunteer work and its relationship to the security of society: field study, Master Thesis, Graduate School, Department of Social Sciences, p.10
15. AL-Zair, Amna Bint Ahmed, (2015), Mekbel, Masha'al bint Fahad, volunteer work and values of citizenship among the Saudi youth field study applied to a sample of volunteers in Saudi Arabia, Riyadh, King Saud University

ملحق (١) : اسماء المحكمين لاداة البحث

- ١ - أ.م.د. إيمان عبد الرحمن قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة بغداد
- ٢ - أ.م.د. بشرى داود السنجري قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة بغداد
- ٣ - م.د. سنيها محمد عز الدين قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، كلية الإعلام، جامعة بغداد