

**أهمية الإعلام في تعزيز فكرة العمل التطوعي
لدى الشباب العراق/العراقي او لدى شباب
العراق
(زيارة الأربعين -إنموذجاً)**

م.م. حيدر ضياء سلمان العبيدي
كلية العلوم السياحية /جامعة كربلاء
hayder.dh@uokerbala.edu.iq

ملخص البحث

حين نذكر زيارة الأربعين للأمام الحسين (عليه السلام) وآل بيته الكرام واصحابه عليهم السلام جميعاً، تأتي فكرة المودة والرحمة في هذه البقعة والطرق المؤدية الى قبة سيد الأحرار (عليه السلام) لما نشاهده في التعامل الذي اصبح يعطي مثلاً بالإيفاء والاخلاق لدى جميع زوار أبي عبد الله الحسين (عليه السلام)، ومن هنا تأتي فكرة البحث التي تكونت عن الاعلام السياحي ذي الطابع الديني والاجتماعي خلال زيارة الاربعين المباركة وأهميته في تعزيز العمل التطوعي لدى الشباب العراق وأصبحت المناسبة أو الزيارة لا تقتصر على شباب العراق بل الى جميع الجنسيات التي لديها حب عميق للأمام الحسين (عليه السلام).

يقسم البحث على ثلاثة مباحث، يأتي المبحث الأول يضع منهجية البحث، والمبحث الثاني يوضح المفاهيم الخاصة بالدراسة الاعلام السياحي والعمل التطوعي، في حين تحدث المبحث الثالث عن الاحصائيات التي تركها زيارة الاربعين عن الاعلام والعمل التطوعي لدى الشباب، وتأتي الاستنتاجات والتوصيات، وفي الختام المصادر العلمية المستخدمة في البحث.

الكلمات الافتتاحية: زيارة الأربعين، الاعلام السياحي، العمل التطوعي.

The importance of the media in promoting the idea of volunteer work among Iraqi youth (The Arbaeen Visit - a model))

Assistant teacher Haider Dhia Salman Al-Obaidi
College of Tourism Sciences/University of Karbala/

Abstract

When we mention the fortieth visit of Imam Hussein, may God bless him and his honorable family and companions, peace be upon them all, the idea of affection and mercy comes to this spot and the roads leading to the dome of the Master of the Free, may God bless him and grant him peace. When we see him in his dealings, he began to provide a model of loyalty and morals among all the visitors of Abu Abdullah al-Hussein, may God bless him and grant him peace. And from here it comes. The idea of research that was formed about tourism media of a religious and social nature during the blessed Arbaeen visit and its importance in promoting volunteer work among Iraqi youth and became not limited to Iraqi youth, but rather to all nationalities that have a deep love for Imam Hussein, may God bless him and grant him peace.

The research is divided into three sections. The first section lays out the research methodology, the second section explains the concepts of the study, which are tourism media and volunteer work, while the third section is about the statistics that the Arbaeen visit reported on media and volunteer work among young people, and the conclusions and recommendations come, and in conclusion the sources Scientific method used in research.

key words: Arbaeen visit, tourism media, volunteer work.

المبحث الأول الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تتلخص مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي الآتي :

إلى أي مدى أستطاع الاعلام السياحي (بكافة وسائله) من تشكيل العمل التطوعي السياحي الديني لدى الجمهور العراقي؟ وما الدور الذي اضطلعت به في تشجيع الجماهير على ارتياد العمل التطوعي في المواقع السياحية الدينية في كربلاء المقدسة خلال زيارة الأربعين المباركة ؟

ثانياً: أهمية البحث

تنبع أهمية البحث من أهمية الموضوع نفسه لما تشكله زيارة الأربعين المباركة من أهمية تاريخية ومكانة اجتماعية ونفسية عند المحبين إلى أهل البيت عليهم السلام ، وتتعزز هذه الأهمية عن طريق الدور الفاعل لوسائل الإعلام الذي يشكل ما يعرف بالإعلام السياحي، فضلاً عن اسهامها في تدعيم اقتصاد البلد إذ يعد العراق وكربلاء بالخصوص زاخراً بالمواقع الأثرية ذات الطابع الديني، فضلاً عن أهمية الفضائيات التلفزيونية ومواقع التواصل الالكتروني المتنوعة في وقتنا الحاضر ودورها الاساسي في استقطاب المشاهدين ولا سيما جمهور السائحين من خلال الاعداد الكبيرة من الجماهير التي تشارك في العمل التطوعي في هذا النمط من السياحة الدينية في كربلاء المقدسة.

ثالثاً: أهداف البحث

١. التعرف على مدى اسهام الإعلام السياحي في تشجيع مرتادي المواقع السياحية الدينية على العمل التطوعي وتكرار هذه الاعمال وزيارتها مره أخرى.
٢. التعرف على الكيفية التي استطاعت بها وسائل الاعلام السياحي في تشكيل العمل التطوعي الديني لدى الجماهير العراقية.

رابعاً: فرضية البحث

تعتبر محافظة كربلاء المقدسة عاصمة السياحة الدينية في العراق، كونها تمتلك أبرز المراكز الدينية المتمثلة في مرقد الأمام الحسين (عليه السلام) وأخيه أبي الفضل العباس (عليه السلام) وآل بيته الكرام، وبالإضافة التي جعلت كربلاء بهذه القدسية هي نهضة الأمام الحسين (عليه السلام) المتمثلة في معركة الطف، وفيما يخص الجانب الأكاديمي لهذه الدراسة تنص فرضية البحث على ما يلي : « أن الإعلام السياحي يشغل دوراً كبيراً وقدرة كبيرة على تحقيق وتفعيل العمل التطوعي خلال زيارة الأربعين المباركة كل عام»

خامساً: الحدود المكانية والحدود الزمانية

تتمثل الحدود المكانية في محافظة كربلاء المقدسة (زيارة الأربعين المباركة)، بينما الحدود الزمانية تحدد من الفترة (٢٠١٧ م - ٢٠٢٢ م)

المبحث الثاني

مدخل مفاهيمي (الاعلام السياحي و العمل التطوعي)

أولاً: الإعلام السياحي

٢- مفهوم الاعلام السياحي

يُعرَّف الإعلام السياحي بأنه « كافة الجهود الإعلامية الموضوعية وغير شخصية والمبدولة من الجهات الرسمية أو غير رسمية لتحسين صورة السياحة والدعاية إلى اعداد ونقل رسالة أو مجموعة من الرسائل بهدف خلق وعي سياحي أو تنمية الصورة السياحية لدولة ما أو منطقة ما لدى أسواق و جماهير معينة باستخدام الرسائل الإعلامية بغرض جذب اهتمام السائحين المرتقبين في تلك الأسواق سواء داخل البلاد أو خارجها ودفعهم إلى ممارسة النشاط السياحي » (النوفل، ١٩٩٢)

وكذلك عرّف الإعلام السياحي بأنه « هو التعريف بما يحويه البلد من معالم سياحية سواء أكانت طبيعية أو أثرية تاريخية أم فندقية أو أيّ مظهر آخر أو مجال من مجالات الجذب السياحي وذلك باستخدام كافة الرسائل الاعلامية الاتصالية المتطورة من أفلام وإعلانات قادرة على جذب السياح الأجانب ومواطني البلد وبالتالي فالإعلام السياحي صفة لازمة ومحورية للصناعات السياحية » (النجيمشي، ٢٠٢١)

ويعرف الإعلام السياحي بأنه «كافة أوجه النشاط الاتصالية المخططة والمستمرة التي يمارسها الإعلاميون متخصصون لهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور المتعلقة بالساحة بطريقة موضوعية وبدون تحريف عن

طريق وسائل وأشكال اتصال المختلفة بكافة الأساليب الفنية للإقلاع والتأثير من أجل تنمية الوعي السياحي لدى الجمهور من ناحية ومن أجل اجتذاب أكبر عدد من الأفراد للإقامة بعيداً عن موطن إقامتهم سواء داخل البلاد أو خارجها من ناحية أخرى» (الخاف، ٢٠٠٢)، ومن خلال التعريفات السابقة يلاحظ ما يلي:

- إن الإعلام السياحي أحد أشكال الإعلام المتخصص .
- إن الإعلام السياحي خاطب الجمهور داخل الدولة وخارجها .
- إن الإعلام السياحي عبارة عن جهود مؤسسة من جهات رسمية وغير رسمية ولا يصدر عن الأفراد.
- تناولت بعض هذه التعريفات أهمية موضوعية مواد وسائل الإعلام السياحي وهو ما يصطلح عليه بال مصداقية.
- التأكيد على دور الإعلام السياحة في إيجاد الوعي السياحي لدى جمهور.

٢- وظائف الإعلام السياحي

- يمكن تحديد وظائف الإعلام السياحي بالنقاط التالية: (علي، ٢٠٠٦)
- المحافظة على التراث الثقافي والآثار القديمة وتوثيق الصلاة الثقافية والحضارية عن طريق تهيئة فرص المعرفة والفنون وعيش التجربة الإنسانية.
 - التعرف بقضايا البلد وتوصيل الحقائق وكسب التأييد في ضوء المشهد الواقعية لمشاكل والقضايا الإنسانية.
 - الإسهام في تكوين العلاقات الدولية وتحقيق التفاعل والفهم المتبادل بين الشعوب.

٣- المشاكل التي يعاني منها الإعلام السياحي

- ضعف وسائل الإعلام التقنية.
- عدم وجود برامج السياحة تعرض آثار ومناظر المراد تحقيق السياحة فيها .
- عدم الاهتمام بالإعلان والترويج السياحي أو وجود دليل سياحي تواصل مع السياح ويعرفهم عن مناطق البلد .
- تشويه الصورة الحضارية للبلد على المستوى الاجتماعي والديني والسياسي من قبل بعض الدول.
- قد تكون الحروب والكوارث المنتشرة عبر وسائل الإعلان هي مانع دون تحقيق الإعلام السياحي لأهدافه المنشودة .
- عدم الاهتمام بالمعارض والمهرجانات والإعلانات التي لها دور كبير في تشجيع السياحة .
- الافتقار إلى خطة التدريبية مدروسة ومواجهة لتنظيم الرحلات السياحية وترش الدليل السياحي لممارسة دور بالطريقة الأفضل . (الداغستاني و العاني، ٢٠٢٠)
- عدم معرفة الوقت المناسب مناسب لبث الإعلان .
- عدم دراسة طبيعة الجمهور ومعرفة اتجاهاته.

ثانياً: العمل التطوعي

١- مفهوم العمل التطوعي

التطوع من الفعل « تَطَوَّعَ » في اللغة العربية على وزن « تَفَعَّلَ » أي قام بالعبادة دون أن تكون فرضاً عليه، لذا يحمل التطوع مفهوم الإدارة الشخصية والرغبة الذاتية والمبادرة بعمل شيء.

والتطوع هو الجهد الذي يقوم به الإنسان اختيارياً بدون مقابل للمشاركة في برنامج ما أو تقديم خدمة بإحدى الجمعيات الأهلية أو المؤسسات الحكومية، كما يعرف على أنه « جهد يقوم به شخص يعمل على تقديم خدمات في حدود طاقاته وخبراته وقدراته دون انتظار جزاء وذلك في ضوء ما يؤمن أو يقتنع بهمن اهداف وذلك في إطار من العمل المتبادل والمشارك بينه وبين الشخص المهني أو الخبير » .

جاء في قاموس علم الاجتماع تعريف العمل التطوعي على أنه « اصطلاح يصف الطرق النظامية التي تستعمل في تقديم العون والمساعدة للمحتاجين الذين لا يستطيعون بأنفسهم التغلب على المشاكل والأزمات الحياتية التي تواجههم » فالعمل التطوعي هو الجهد والعمل الذي يقدمه الأفراد أو جماعات لخدمة المجتمع دون أي مقابل بهدف احداث تغيير ايجابي في المجتمع، ويقدم من خلاله الحلول للعديد من المشكلات المجتمعية، فالعمل الجماعي يقوم على تقديم المساعدة والتنمية دون الهدف إلى الربح أو الحصول على المقابل . (احمد، ٢٠٢٣، صفحة ٣٦٥)

٢- أنواع العمل التطوعي

إنّ العمل التطوعي له أنواع كثيرة تكاد تشمل كل ما يقوم به الفرد وحده وهو ما يعرف بالعمل التطوع الفردي أو مع غيره وهو ما يعرف بالعمل الجماعي بدون مقابل في الجميع سواء كان شخصين أو منظماً وسواء كان أهلي أو ح رسمياً وعلى ذلك في أنواع العمل التطوع كثيراً جداً وتتجدد مع تجدد الحياة وتطورها ونشاطات المجتمع واحتمال المؤسسات الحكومية والخاصة.

ولكثر أمثلة أنواع العمل التطوعي فإنني سأكتفي به هنا بذكر بعض الأمثلة مما يدل على سواها ولعل من أهم الأمثلة لأن أنواع العمل التطوعي هي : (الحرازي، ٢٠٢٢)

- إسهامات التي يقدمها الأغنياء ورجال الأعمال وعموم الناس : يقوم هذا النوع ببعض الأعمال التي يحتاجها المجتمع في الخدمات العامة أو في الجوانب العلمية الثقيفية، كالجمعيات الخيرية الخاصة والعامة والمدارس والمساجد والمشي والعيادات وبعض المراكز العلاجية الأمراض المكلفة أمراض القلب والكلية وحلقات العلم واللقاءات العلمية والمؤتمرات والندوات والنشاطات الشبابية التوعوية.

- الأوقاف المتنوعة : تعد الأوقاف من أهم أنواع الأعمال التطوعية التي تخدم المجتمعات و وذلك للتعدد مجالاتها، التي تشمل كل أنواع الأعمال الخيرية .

- الكراسي العلمية : أحد أنواع الأعمال التطوعية في الجانب العلمي حين يقوم عليها الأغنياء والتجار وأهل الاقتدار، وذلك لما تقدمه من خدمات علمية جليلة في مختلف فروع العلم والمعرفة، وما تمده الباحثين من العون المادي، والإشراف العلم، والتخصص الدقيق .

- المنح الدراسية : هذا النوع من العمل التطوعي يحمل رؤية ناضجة وفكراً ثاقباً، ويأمل نفعاً بعد بعيد الأمد كثير الأثر ولا يقوم به من التجارة وأهل الاقتدار إلا مهتم بالعلم، يدرك أن الأمم والشعوب لا تنهض إلا بالعلم ولا تتقدم إلا بال متعلمين فالعلم سر لنهضتها ومصدر تقدمها ومجدها.

- التدريس التطوعي : كانت الدراسة فيما مضى تقوم على التدريس التطوعي غالباً، وإن كان الناس يرتبون لبعض الشيوخ مبلغاً غير محدد، يزيد حين الكفاية من يتفرغ لتدريس أبنائهم، وقد تتكفل بعض الأوقاف بسد تلك الثغرة، فيأخذ العالم حاجته من تلك الجهات، ومع ذلك فإن التعليم كان في ظاهرة تطوعياً، إلا ما تقوم عليه الدولة أو ما يتكفل به أهل اليسار والاقتدار من الملوك والأمراء والوزراء والأغنياء والتجار بصفة شخصية .

- الدورات المجانية : هذا العمل التطوعي يتعلق بالتعليم، لكنه مقيد المدة محدد

الهدف ومع ذلك يحقق مهارات عظيمة وفوائد عميقة، وخاصة تلك التي تهتم بالمهارات، كالخياطة والحياكة وأعمال التزيين والاعمال المكتبية كالطباعة والتصميم والبرمجة والادارة . (احمد، ٢٠٢٣، صفحة ٣٦٨)

٣-متطلبات العمل الطوعي

لما كان العمل التطوعي له منزلة عظيمة، ومكانة سليمة، وقدر رفيع، كان لابد له من متطلبات تفي بتلك المنزلة والمكانة والقدر، وتحافظ عليها، وتمنحها الاستمرار والدوام، وتعين على نجاح العمل التطوعي، وتحقيقه الثمرات المرجوة منه في الدنيا وسعادة، وفي الآخرة فلاحاً ونجاةً، ومن هنا نستعرض بعض المتطلبات التي لابد منها في العمل التطوعي، مما يأتي : (احمد، ٢٠٢٣، صفحة ٣٧٠)

الإخلاص والاحتساب : أما الاخلاص هو احد ركني قبول الاعمال، قال تعالى ﴿فَمَنْ كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا﴾ (الكهف: ١١٠)

فالأعمال لا تقبل إلا بشرطين: الشرط الاول : موافقة الشريعة الاسلامية، الشرط الثاني: الاخلاص لله تعالى .

وأما الاحتساب فهو من لوازم العمل التطوعي، وهو من لوازم الإخلاص كذلك، ولعلنا نلاحظ ذلك جلياً في قول الله تعالى ﴿إِنَّمَا نُطْعِمُكُمْ لِوَجْهِ اللَّهِ لَا نُرِيدُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَلَا شُكُورًا﴾ (الإنسان: ٩)

- معرفة الأجر العظيم في العمل التطوعي الخيري
- الصبر على تحمّل ما يحصل ممن تطوع لخدمتهم .
- التزود بفقہ التعامل مع فئات المجتمع .

- التزود بفقہ العمل التطوعي .
- الدعاء بعد فعل كل خير وتطوع .

٤- أهداف العمل التطوعي

تنطلق أهداف العمل التطوعي من حاجة المجتمع إليه، لمساعدته ومساعدته في سد احتياجات أفراد، وأيضاً لتعقد الظروف الاجتماعية وكثرة متطلباتها الأمر الذي دفع الحكومات للاستعانة بالأفراد من خلال التطوع وهناك أيضاً أهداف يمكن أن تحقق للأفراد منها :

- إشباع حاجة المتطوع في الشعور بالنجاح من خلال أنشطة يقدرها الآخرون .
- تكوين علاقات إنسانية طيبة مع الآخرين .
- إشباع الجانب الوجداني والشعور بالقرب والانتماء من الجماعة . (النغمشي، ٢٠٢١، صفحة ٤٣١)

- سد النقص في القوى العاملة التي تعاني منها بعض مؤسسات المجتمع .
- تخفيف العبء الملقى على عاتق المؤسسات والهيئات الرسمية الحكومية .
- تحقيق الذات للمتطوع والحصول على مكانة أفضل .
- تنمية روح المشاركة الأفراد في العمل التطوعي يقودهم إلى التفاهم والاتفاق على أهداف مجتمعية مرغوب بها . (السر حان و الجرايدة، ٢٠١٣)

٥- مجالات العمل التطوعي

هنالك تنوع في مجالات العمل التطوعي عديدة ويمكن عرضها كما يأتي :

(السلطان، ٢٠٠٩)

- المجال الاجتماعي : ويتضمن رعاية المرأة والطفل، مكافحة التدخين، إعادة

- تأهيل مدمني المخدرات، رعاية الأحداث، رعاية المسنين، الارشاد الاسري، مساعدة المتشردين، رعاية الأيتام، مساعدة الأسر الفقيرة .
- المجال التربوي والتعليمي : ويتضمن محور الأمية، التعلم المستمر، برنامج صعوبات التعلم، تقديم التعليم المنزلي للمتأخرين دراسياً.
- المجال الصحي: يشمل رعاية الصحية، خدمات المرضى ومواساتهم، تقديم الإرشاد النفسي والصحي، التمرين المنزلي، خدمة ذوي الاحتياجات الخاصة .
- المجال البيئي: يشمل الإرشاد البيئي، العناية بالغابات ومكافحة التصحر، العناية بالشواطئ والمنتزهات، مكافحة التلوث.
- مجال الدفاع المدني : يحتوي على المشاركة في الأعمال الإغاثية، المساهمة مع رجال الإسعاف، المشاركة في أوقات الأزمات والكوارث الطبيعية .

المبحث الثالث

زيارة الأربعين المباركة وأهمية الاعلام السياحي والعمل التطوعي

أولاً: التعريف بالزيارة الأربعينية

يقصد بالزيارة الأربعينية هو يوم مرد أو عودة رأس الأمام الحسين (عليه السلام) من الشام مع رؤوس من قتل من أصحابه وأهل بيته (عليه السلام) لدفعهم مع أجسادهم، والذي يصادف في العشرين من صفر أي بعد مرور أربعين يوم عن استشهادهم على يد جيش معاوية لعن الله عليهم بعد أن أخذوا الرؤوس إلى يزيد وطافوا به إلى عسقلان ثم إلى مصر (آل طعمة، ٢٠٠٣)، وقد جاءت السيدة زينب (عليها السلام) مع الأمام السجاد (عليه السلام) برفقة العيال والايتام والنساء إلى أرض كربلاء لغرض زيارة قبر الأمام الحسين (عليه السلام) وفي يوم الأربعين. (جبر، ٢٠١٥)

وذكرت زيارة الأربعين للأمام الحسين (عليه السلام) في نصوص عدة للحديث التي أكدت عليها، لكونها أحد الوسائل التي تحفز الفرد للتقرب من الباري جل وعلا والحصول على رضاه، كون الأمام الحسين (عليه السلام) قدم من أجل وأروع التضحيات لغرض تثبيت الدين الإسلامي وأركانه وبقائه، حتى قيل: ((الإسلام محمدي الوجود حسيني البقاء)) (السند، ٢٠٠٣)، بالإضافة إلى أن الزيارة الأربعينية الدعامة الكبيرة في قيام وبناء المجتمعات المتماسكة ونبذ الضغينة والحقد والحسد والبغضاء، بالإضافة إلى أنها إحدى عناصر المودة والألفة والتضامن والتواصل بين أفراد المجتمع جميعاً بكل أنواعه وفئاته وطبقاته، فارتبطت الزيارة الأربعينية في أمور عدة منها التأكيد على هوية المؤمن فيها، وبالإسناد عن أبي جعفر الطوسي فيما رواه

بالإسناد عن الإمام الحسن بن علي العسكري (عليه السلام) أنه قال: ((علامات المؤمن خمس: صلوات الخمسين وزيارة الأربعين، والتختم باليمين، وتعفير الجبين، والجر بيسم الله الرحمن الرحيم)) (ابراهيم، ٢٠٢١)

ثانياً: وسائل الاعلام في زيارة الأربعين

أن ما نشاهده في الزيارات المليونية من وسائل إعلام عالمية وهنا نتحدث عن نقل مباشر وعن تصوير وربما كاتب يكتب هنا أو هناك فهذا غير كاف بل يجب أن نفكر بجدية لتحويل هذه الظاهرة الى موضوع على مدار السنة من خلال الكتابات والتصوير والوثائقيات وغير ذلك من الوسائل المتاحة والمؤثرة، وبهذا تتعدد وسائل الاعلام خلال هذه الزيارة وتعمل على ايصال الاهداف المرجوة منها الى الجماهير كافة.

وعند استعراضنا في الجدول التالي إلى وسائل الاعلام في هذا الحدث نلاحظ هنالك تطور ملحوظ في اعدادها ويرجع هذا لعدة اسبابها هو استقرار الأمني والسياسي، وتأثير الصورة الجهادية التي تجسدت في الأمام الحسين (عليه السلام) والهدف الى الجماهير في تحقيق الانتصار والحفاظ على الدين الإسلامي. (مركز كربلاء للدراسات والبحوث، ٢٠٢٢)

جدول (١) مقارنة جهود وامكانيات وسائل الاعلام في زيارة الاربعين بين الاعوام
من 2017م – 1439هـ إلى 2022م – 1444هـ

السنة	عدد الاعلاميين	وسائل الاعلام المشاركة	عدد سيارات S.N.G
2017 م _ 1439هـ	923	76	22

22	85	1000	2018 م _ 1440 هـ
23	165	1620	2019 م _ 1441 هـ
-	-	-	2020 م _ 1442 هـ
30	265	1250	2021 م _ 1443 هـ
34	256	1689	2022 م _ 1444 هـ

المصدر: مركز كربلاء للدراسات والبحوث شعبة الدراسات التخصصية في زيارة الأربعين، النشرة الاحصائية السنوية لزيارة الاربعينية الامام الحسين (عليه السلام) المباركة، ٢٠٢٢، ص ١٢٩.

نلاحظ من الجدول (١) ما يأتي: فيما يخص عدد الإعلاميين المشاركين خلال فترة البحث المدروسة، أن في عام ٢٠١٧ م كان عدد الإعلاميين يبلغ (٩٢٣) وبعدها نلاحظ الازدياد التدريجي حتى بلغ عام ٢٠٢٢ م (١٦٨٩) إعلامياً، وهذا يعطي مؤشراً ايجابياً في الاهتمام بالواقع الاعلامي خلال هذا الحدث العظيم للزيارة الاربعين المباركة .

بينما وسائل الاعلام المشاركة في زيارة الأربعين نلاحظ عام ٢٠١٧ م كانت (٧٦) ونلاحظ التطور التدريجي حتى بلغت عام ٢٠٢٢ م إلى (٢٥٦) ، وعدد السيارات بينما كانت عام ٢٠١٧ م (٢٢) سيارة نوع S.N.G اصبحت بتزايد عام ٢٠٢٢ م (٣٤) سيارة .

ثالثاً: المتطوعين من الشباب في زيارة الأربعين المباركة

أن المشاركة في هذه المسيرة العالمية المباركة وشرف تقديم الخدمة لهذه الجموع المليونية رسالة عظيمة يرسلها شباب العراق بمختلف اديان واطيافهم وطوائفهم

وألوانهم وقومياتهم ومن مختلف المدن العراقية والعالمية تبين مدى تماسكهم و
وحدتهم واستعدادهم الكبير البذل كل ما بوسعهم من أجل رفعة وطنهم وأعلى
شأنه، وأدناه بيان ذلك في جدول (٢)

جدول (٢) المتطوعين المشاركون في زيارة الأربعين لسنة ٢٠٢٢ م - ١٤٤٤ هـ

ت	جهة التطوع	العدد
١	العتبة الحسينية المقدسة	18000
٢	العتبة العباسية المقدسة	10000
٣	المتطوعات النساء	1314
٤	الشباب والرياضة	200
٥	لواء الخدمة الحسينية	1500
٦	الوقف الشيعي	35
٧	لواء النهضة الحسينية	250
٨	جمعية الهلال الأحمر	800
٩	ناشطون في حب الحسين (عليه السلام)	550
المجموع		32,649

المصدر: مركز كربلاء للدراسات والبحوث شعبة الدراسات التخصصية في زيارة الأربعين،
النشرة الإحصائية السنوية لزيارة الأربعينية الأمام الحسين (عليه السلام) المباركة، ٢٠٢٢، ص ١٣١.

وأن هذه اللوحة الرائعة التي رسمت في أغلب مدن العراق وختمت في أرض
كربلاء وأبهرت العالم كان للشباب العراقي رجالاً ونساء الدور الأبرز في رسمها

وإعطائها ذلك الرونق البهي بشكل لم يوجد له مثيل في جميع بقع العالم، وأدناه بيان ذلك في جدول (٣)

الجدول (٣) مقارنة اعداد المتطوعين المشاركين في زيارة الاربعين بين الأعوام من ٢٠١٧ م - ١٤٣٩ هـ إلى ٢٠٢٢ م - ١٤٤٤ هـ

السنة	عدد المتطوعين
٢٠١٧ م _ ١٤٣٩ هـ	19,180
٢٠١٨ م _ ١٤٤٠ هـ	10,613
٢٠١٩ م _ ١٤٤١ هـ	17,077
٢٠٢٠ م _ ١٤٤٢ هـ	-
٢٠٢١ م _ ١٤٤٣ هـ	15,708
٢٠٢٢ م _ ١٤٤٤ هـ	32,649

المصدر: مركز كربلاء للدراسات والبحوث شعبة الدراسات التخصصية في زيارة الأربعين، النشرة الاحصائية السنوية لزيارة الاربعينية الأمام الحسين (عليه السلام) المباركة، ٢٠٢٢، ص ١٣٣.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان عدد المتطوعين خلال سنوات الدراسة للموضوع كذلك في معدل متزايد تدريجياً، حيث كان عدد المتطوعين يبلغ (١٩١٨٠) عام ٢٠١٧ م حتى عام ٢٠٢٢ م أصبح العدد (٣٢٦٤٩) متطوعاً مسجلاً في جهات معنية في ذلك.

رابعاً: الشباب المتطوعين ضمن المواكب الحسينية

بلا شك أن المواكب الحسينية تمتلك العديد من الطاقات الشبابية بكافة اعمارهم وجنسهم وقوياتهم ويعتبرون من صنف المتطوعين المحبين للأمام الحسين (عليه السلام)، ويوضح ذلك من خلال الجدول الآتي:

شكل (٤) المواكب والهيئات الخدمية المحلية المشاركة في زيارة الأربعين للفترة الزمنية ٢٠١٧-٢٠٢٢

ت	السنة	المواكب والهيئات الخدمية المحلية
١	٢٠١٧م-١٤٣٩هـ	٩٩٠٠
٢	٢٠١٨م-١٤٤٠هـ	١٠٧١٤
٣	٢٠١٩م-١٤٤١هـ	١٠٢٠٠
٤	٢٠٢٠م-١٤٤٢هـ	١٠٣٦٧
٥	٢٠٢١م-١٤٤٣هـ	١١٤٢٦
٦	٢٠٢٢م-١٤٤٣هـ	١٢٤٥٢

المصدر: مركز كربلاء للدراسات والبحوث، النشرة الاحصائية السنوية لزيارة أربعينية الإمام الحسين (عليه السلام) المباركة، الطبعة الاولى، كربلاء المقدسة، العراق، ٢٠٢٣، ص ٤٠.

من خلال الجدول اعلاه يتضح التوافق والتفاوت في كم سنة، حيث نرى في عام ٢٠١٧م بلغ عدد المواكب والهيئات الخدمية المحلية (٢٨،٢٩٣) وهذا يرجع لعدة اسباب أهمها تكاتف المواكب في جميع العراق على مبدأ روح المواطنة والثقافة التي يمتلكها المحبين للأمام الحسين (عليه السلام)، وفي السنوات ٢٠١٨م، ٢٠١٩م، ٢٠٢٠م نلاحظ تطول الاحداث الاقتصادية وكورونا التي عصفت البلاد فأصبح عدد المواكب متوافق كما في الجدول اعلاه.

تحقق الفرضية

ومن خلال الجداول أعلاه والتحليل والأرقام الاحصائية يتضح ما يأتي :

١. هنالك اعداد كبيرة تشمل وسائل الاعلام التنوع في كربلاء المقدسة كما موضح في جدول رقم (١) وهذا يعطي مؤشر ان النشاط الاعلامي متوفر خلال زيارة الأربعين المباركة .

٢. نلاحظ في جدول رقم (٢) الاعداد في حالة تزايد كل عام من المتطوعين حتى بلغ العدد الكلي خلال سنة ٢٠٢٢م (٣٢٦٤٩) متطوع .

٣. من خلال جدول رقم (٣) نلاحظ التطور في اعداد المتطوعين حيث بلغ عام ٢٠١٧م (١٩١٨٠) متطوع، وحتى عام ٢٠٢٢م بلغ (٣٢٦٤٩) متطوع.

وهذا مؤشر يدل على أن وسائل الاعلام لها دور كبير اتجاه العمل التطوعي ونقل الصورة الحقيقية في المحافل السياحية المتنوعة وأن العمل الجماعي يتحقق من خلال الاعداد كافة من الشباب وبكافة الاعداد والجناس ولهم الدور الكبير في تحقيق ونجاح الزيارة الاربعينية من شتى الجهات التي تحمل في طياتها التكاثر والولاء وروح المواطنة والسعي المستمر في كل عام رسم الصورة السياحية الناجحة عن زيارة الاربعين بشكل خاص والولاء الحسيني من الخدام الشباب بشكل عام، وان وسائل الاعلام السياحي المتنوعة تحقق المبتغى في ارسال الاهداف إلى الجماهير سواء داخل العراق وخارجه

وعلى هذا الاساس تحقق نجاح الفرضية التي تنص (أن الإعلام السياحي يشغل دوراً كبيراً وقدرة كبيرة على تحقيق وتفعيل العمل التطوعي خلال زيارة الأربعين المباركة كل عام)

الاستنتاجات

تبين أن اعداد المتطوعين في حالة تطور ايجابي فيما يخص في أعدادها سنوياً عند المشاركة في زيارة الأربعين المباركة، حيث في عام ٢٠١٧ م كان عدد الإعلاميين يبلغ (٩٢٣) وبعدها نلاحظ الازدياد التدريجي حتى بلغ عام ٢٠٢٢ م (١٦٨٩) إعلامياً.

١. أن وسائل الاعلام تعكس الدور الايجابي من خلال المشاركة في زيارة الأربعين نلاحظ عام ٢٠١٧ م كانت (٧٦) ونلاحظ التطور التدريجي حيث بلغت عام ٢٠٢٢ م إلى (٢٥٦)، وعدد السيارات بينما كانت عام ٢٠١٧ م (٢٢) سيارة نوع S.N.G اصبحت بتزايد عام ٢٠٢٢ م (٣٤) سيارة .

٢. ان الشباب المشاركين جسدوا أجمل صور الولاء والتعامل والتوافق في خدمة هذه المناسبة بدون إي مشاكل تواجهه تواجدهم نلاحظ كل الاجناس واغلب الديانات متواجدة وهذا يعكس العمل التطوعي المتكامل في زيارة الاربعين.

٣. اعداد الموكب الحسينية في خدمة الزوار تتواجد فيها اعداد كبيرة من الشباب وهذا يؤكد على العمل التطوعي في هذه المناسبة الكريمة حيث بلغت اعداد الموكب الخدمية حيث نرى في عام ٢٠١٧ م بلغ عدد الموكب والهيئات الخدمية المحلية (٩٩٠٠) وحتى عام ٢٠٢٢ م بلغ عدد الموكب الحسينية ١٢٤٥٢ .

٤. ان الاعلام السياحي وما يستخدم من وسائل المتنوعة فيه تؤثر بشكل كبير على نشر الوعي والعمل التطوعي في السياحة الدينية ومنها زيارة الاربعين المباركة .

التوصيات

١. تطوير المهارات الاعلامية من خلال ادخالهم بدورات تطويرية لغرض النهوض بشكل يسهم في زيادة وعي وثقافة السائح وعكس صور للعمل التطوعي .
٢. توفير بنى تحتية وفوقية للأعلام السياحي في كافة أنواعه.
٣. وضع خطط مستقبلية لتطوير العمل التطوعي لدى الشباب
٤. الدعم الحكومي الوطني والمحلي لكافة الوحدات التابعة للأعلام من اجل عكس صورة ذهنية عن السياحة الدينية في كربلاء المقدسة .
٥. أننا إذا أردنا أن نتنقل الى العالمية في خطابنا الإعلامي فلا بد أن نتحدث بلغات عالمية ونتحدث بتفكير عالمي ونصوغ خطابنا الإعلامي بما يتناسب والذائقة والتفكير العالمي وهذا يحتاج الى آليات والى وسائل وصياغات مختلفة عما نتحدث به الى مجموعة من المؤمنين القاصدين الى كربلاء
٦. ما نشاهده في الزيارات المليونية من وسائل إعلام عالمية وهنا نتحدث عن نقل مباشر وعن تصوير وربما كاتب يكتب هنا أو هناك فهذا غير كاف بل يجب أن نفكر بجدية لتحويل هذه الظاهرة الى موضوع على مدار السنة من خلال الكتابات والتصوير والوثائقيات وغير ذلك من الوسائل المتاحة والمؤثرة

المراجع

- القران الكريم . (بلا تاريخ).
- المهدي بن محمد الحرازي. (٢٠٢٢). العمل التطوعي أنواعه ومتطلباته. الاداب، صفحة ٣٦٧.
- سلمان هادي آل طعمة. (٢٠٠٣). الموروثات والشعائر في كربلاء . بيروت: دار المحجة البيضاء للطباعة والنشر .
- شعبة الدراسات التخطيطية في زيارة الاربعين مركز كربلاء للدراسات والبحوث . (٢٠٢٢). النشرة الاحصائية السنوية لزيارة الاربعين. كربلاء المقدسة ، العراق.
- طارق علي. (٢٠٠٦). اشكال ومضامين البرامج السياحية في قناة العراقية الفضائية . رسالة ماجستير . بغداد، العراق : جامعة بغداد.
- علياء سعيد ابراهيم. (٢٠٢١). دور التضامن الاجتماعي في تحقيق زيارة الاربعين. السبط، صفحة ٢٤١.
- عيشة محمد احمد. (٢٠٢٣). العمل التطوعي واثره على الافراد والمجتمعات في الدول العربية . شمال إفريقيا للنشر العلمي ، صفحة ١٤.
- فاتن علي مراد الداغستاني، و بتول عبدالعزيز العاني. (٢٠٢٠). دور وسائل الإعلام في تشجيع الجمهور على ارتياد المواقع السياحية الدينية (المراقد الدينية في بغداد انموذجاً) . حليات آداب عين الشمس ، صفحة ٤٣٤.
- فهد سلطان السلطان. (٢٠٠٩). اتجاهات الشباب الجامعي الذكور نحو العمل التطوعي دراسة تطبيقية على جامعة الملك سعود. رسالة الخليج العربي . المدينة المنورة ، السعودية : مكتبة التربية العربي.
- محمد السند. (٢٠٠٣). الشعائر الحسينية بين الأصالة والتجديد. ايران: دار الغدير للطباعة والنشر والتوزيع.

- محمد حنون جبر. (٢٠١٥). رموز ودلالات المرقد الحسيني . رسالة ماجستير . بغداد، العراق: جامعة بغداد .
- مؤيد الخاف. (٢٠٠٢). الإعلام وبث الوعي السياحي . مؤتمر النهوض السياحي (صفحة ٤). بغداد: هيئة السياحة .
- نوال بنت عبدالكريم النغمشي. (٢٠٢١). نظريات العمل التطوعي وتطبيقاتها التربوية. المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، صفحة ٤٣١.
- هاله النوفل. (١٩٩٢). البرامج السياحية في الأذاعة المسموعة. القاهرة: كلية الاعلام .
- هدى السرحان، ونيلة الجرايدة. (٢٠١٣). العمل التطوعي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الرشد.

