

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

[Activating the media aspect of charity and donations, and its impact on the development of the Islamic economy]

Muhammad Al-Zghul^{1*}, Mohyi Aldin Yaakob Abu Alhoul¹, ‘Abir Talilan²

¹Ajloun National University, P.O 43, Ajloun 26810 Jordan

²Al al-Bayt University, P.O.BOX 130040, Mafrq 25113, Jordan

Corresponding Author: mohyii78@gmail.com

الملخص

يتناول هذا البحث موضوع تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي. واختبر البحث في القطاعات المختلفة والمعنية بالتبرعات والصدقات بشقيها الحكومية والأهلية، وطبقت على عينة مكونة من 50 شخصا موزعين في مستويات إدارية عدة (أعضاء مجلس إدارة، مديرين عاملين، مديري أقسام وشعب وأقسام)، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسة في جمع المعلومات والبيانات، ومن ثم تم اختبارها بأدوات إحصائية لا معلمية مختبرة مثل: الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، النسب المئوية، معامل الارتباط اللامعلمي السبيرمان، والانحدار المتعدد فضلاً عن اختبار t، اختبار Z، وقاد البحث إلى جملة من النتائج تثبت انخفاض مستوى المتغيرات الرئيسية المبحوثة، ووجود علاقة ارتباط معنوية فيما بينها، بما يدعم فرضيات البحث ذات الصلة، وخرج البحث بجملة من التوصيات العملية لتأثير الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات في الاقتصاد الإسلامي.

الكلمات المفتاحية: الإعلام، التبرعات، الصدقات، التنمية، الاقتصاد الإسلامي.

Abstract

The study aims to investigate the pattern of the research with regards to maqāsid al-Sharī‘ah in Islamic finance from year 2015 until 2020. It is pertinent for the current pattern of research to be systematically and thematically analysed so that the identified research gap could be duly addressed. Regardless of the abundance of previous literature which discussed about maqāsid al-Sharī‘ah in general, to the best knowledge of the authors, there is no systematic-thematic review paper discussing about the current literature pattern regarding maqāsid al-Sharī‘ah in Islamic finance. This study

Manuscript Received Date: 10/02/22

Manuscript Acceptance Date: 25/03/22

Manuscript Published Date: 01/04/22

©The Author(s) (2022). Published by USIM Press on behalf of the Universiti Sains Islam Malaysia. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. For commercial re-use, please contact penerbit@usim.edu.my

C O P E COMMITTEE ON PUBLICATION ETHICS



focuses on the English journals without denying the fact that maybe other literatures in another language might as well existed. The ATLAS.ti software was used in analysing the data systematically and thematically via the matrix table, open network diagram and word cloud analysis. The methodology of this paper begins with the systematic screening process based on PRISMA subsequently followed with thematic review approach. The screening process begins with the keyword search and inclusion criteria by using four databases namely Scopus, Emerald, Science Direct and Mendeley. The process has resulted to the identification of 104 indexed journals. However, the finalised items are 24 journals with 13 initial codes subsequently summarized into five main themes: Shari'ah contracts, economics, Islamic banking, microfinance/ microcredit & Value Based Intermediation, Sustainable Development Goals and waqf. The analysis of results shows that the concentration areas are identified in waqf, Islamic economics and Islamic banking. Therefore, future research should further focus on the other segments such as technologies in industrial revolution, takāful, Islamic capital market and Islamic social finance.

Keywords: Social Media, Islamic Finance, Donation, Charity

مقدمة الدراسة

إن ما يرشح لدى العاملين في المؤسسات الخيرية تراجع التبرعات التي تصل إليهم إما بسبب الأزمات الاقتصادية التي ضربت العالم في الفترة الأخيرة أو بسبب عزوف بعض الموسرين عن التبرع للعمل الخيري والإغاثي رغم أهمية قيم التكافل الاجتماعي التي حرص الإسلام على ترسيخها بين المسلمين. مهما بحثنا وقلنا بأننا نحير ألا أننا نرى العمل الخيري وبالذات اللاربحي في الغرب أكثر تقدماً وتنظيماً على مستوى الأموال والنشاطات والبرامج ويكفي أن نقرأ عن تخصيص بيل جيتكس أكثر من 10 مليار للأعمال الخيرية والصحية. وتشير الدراسات إلى أنه تم إنفاق (241) بليون دولار في جوانب خيرية وتشكل ما يقرب من (2.2%) من إجمالي الناتج المحلي الأمريكي (تقرير الرابطة الأمريكية لمستشاري جمع التبرعات لعام 2004م نقلاً عن موقع وزارة الخارجية الأمريكية.)، وحوالي (295) بليوناً في سنة 2006 (مؤسسة العطاء الأمريكي نقلاً عن موقع وزارة الخارجية الأمريكية.) وعلى الصعيد الفردي بلغت التبرعات ما يقرب من (2.2%) من متوسط دخل الفرد. (وهو ما يشكل ارتفاعاً عن العقود الماضية والتي لم يتجاوز متوسط تبرع الفرد فيها عن (1.8%). وقد أثبت الواقع مساهمة قطاع التبرعات في التنمية وبشكل فعال وفي جوانبها المختلفة فعلى سبيل المثال أسهمت التبرعات في أمريكا في الناتج العام بنسبة 6%، ويوظف أكثر من 9 مليون، ولا يخفى للدور الذي لعبته التبرعات في قطاع التعليم والجامعات حيث بلغت 25 ملياراً، كما أسهمت في قطاع الصحة والمستشفيات وغيرها من القطاعات (مسدور، الريادة في العمل الخيري وربطه بالتنمية: الزكاة والأوقاف نموذجاً، مجلة الاقتصاد الإسلامي العدد فبراير 2017) وما تشير له الدراسات السابقة يؤكد ارتباط النمو في هذا الجانب بتفعيل الجانب الإعلامي ونشر ثقافة العمل الخيري وموثوقية العاملين عليه. فالمؤسسات الخيرية تقوم بما يكمل دور الحكومة في معالجة المشكلات الرئيسية كالبطالة والفقر.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأمور التالية- فيما يخص الصدقات والتبرعات:-

- ❖ إعداد إطار نظري لموضوعات البحث ، وتقديم مساهمة فيما يخص متغيرات.
- ❖ معرفة وتفسير علاقة الارتباط والتأثير بين تفعيل الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات والاقتصاد الإسلامي.
- ❖ تقديم نتائج من الواقع العملي للمؤسسات المبحوثة يمكن أن تفيد القطاع الخيري بشكل عام.

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

- ❖ تقديم التوصيات المناسبة التي من شأنها تمكين القطاع الخيري من التعرف على أثر التفعيل الإعلامي للصدقات والتبرعات في الاقتصاد الإسلامي.
- ❖ التأسيس النظري والعملي لإجراء بحوث مستقبلية تتناول متغيرات جديدة في جوانب وقطاعات أخرى.
- ❖ بيان واقع الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية
- ❖ تحديد أهم معوقات تفعيل الجانب الإعلامي في هذه المؤسسات
- ❖ التعرف على دور الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات في تنمية الاقتصاد الإسلامي.

أسئلة الدراسة

تحاول هذه الدراسة المختصرة الإجابة عن الأسئلة التالية للتوصل إلى رؤية منهجية لإعلام فاعل في المؤسسات الخيرية والتطوعية في جانب الصدقات والتبرعات:

- ❖ ما واقع وأهمية الإعلام في القطاع الخيري؟
- ❖ كيف يمكن تفعيل الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات في المؤسسات الخيرية؟
- ❖ ما أثر تفعيل الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات في المؤسسات الخيرية على الاقتصاد الإسلامي؟
- ❖ هل هنالك علاقة ارتباط معنوية بين تفعيل الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات والاقتصاد الإسلامي؟
- ❖ هل يتأثر الاقتصاد الإسلامي بتفعيل الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات في الجمعيات الخيرية؟

أهمية الدراسة:

يستمد البحث أهميته من خلال الآتي:

- ❖ أهمية المتغيرات المبحوثة حيث يركز البحث ويربط بين متغيرات مهمة هي: (التفعيل الإعلامي للصدقات والتبرعات) وتأثيرها في الاقتصاد الإسلامي من خلال المؤشرات العامة والتي تشكل رافدا أساسيا من روافد العمل الخيري للمؤسسات الرسمية والمجتمعية، وغير خاف على أحد ما تسهم به المؤسسات الخيرية من الإطلاع بدور حيوي يدعم الاقتصاد في كل مناحي الحياة ويخفف من حدة التقلبات والأزمات المالية بما يسهم في تنمية الاقتصاد الإسلامي. وتعد الصدقات والأوقاف من خصائص الاقتصاد الإسلامي التي تعمل على تحقيق التكافل الاجتماعي، وتغطية حاجات الفقراء في ظل هذا النظام.
- ❖ أهمية الجهة عينة البحث وهي الجمعيات الخيرية في بلد مثل المملكة الأردنية الهاشمية وعينة الدراسة التي ستتناول منطقة حساسة تكنتظ بالفقر والعوز بسبب اللجوء المتكرر والوضع الاقتصادي العام للدولة.
- ❖ يعطي هذا البحث تقييما واضحا وواقعيا للأثر الذي سيتركه التفعيل الإعلامي لجانب الصدقات والتبرعات، بما يضمن نجاحها وفعاليتها.

❖ كما تبرز أهمية الموضوع من قلة الكتابات فيما يخص الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات في المؤسسات الخيرية. مما يزيد المتخصصين بمعلومات تخدم جانب العمل الخيري ويعززه ويغني المكتبة في هذا المحور بما يقرب الجوانب النظرية من الجوانب التطبيقية العملية.

حدود الدراسة:

أ - الحدود الزمنية : أجريت الدراسة في الفترة ما بين 2018 و2019.

ب - الحدود المكانية : اقتصرت الدراسة على المؤسسات الخيرية العاملة في محافظة المفرق-المملكة الأردنية الهاشمية محددات الدراسة:

❖ تتمثل في صعوبة الحصول على المعلومات المتعلقة بطبيعة عمل المؤسسات الخيرية والجانب الإعلامي فيما يخص الصدقات والتبرعات .

❖ كما وتتمثل في صعوبة الحصول على المعلومات والسجلات الخاصة بالمؤسسات ذات العلاقة .

❖ وكذلك قلة الدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع.

❖ نتائج الدراسة الحالية مرهونة بما يتوفر للمقياس من دلالات صدق وثبات.

❖ طبقت الدراسة خلال شهري يناير 2018 و أكتوبر 2019 وبالتالي فإن الدراسة محددة زمنيا بهذه الفترة.

الدراسات السابقة:

تعددت الدراسات التي تناولت العمل الخيري أو جانب الصدقات والتبرعات والجانب الإعلامي بشكل عام ولم يقف الباحث بحدود اطلاعه على دراسة تناولت تفعيل الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي، ومن هذه الدراسات:

1. دراسة (فريد قرشي, 1418) بعنوان " رؤية تكاملية شمولية لتنسيق العمل الخيري التطوعي في المملكة العربية السعودية."

وهدفت هذه الدراسة لتوضيح ما مدى أهمية العمل الخيري التطوعي في المملكة العربية السعودية في محاولة لتنسيق العمل الخيري في المؤسسة وبين الكاتب الحاجة لهذا التنسيق وأثره في تطور العمل الخيري ونجاح مؤسساته

2. دراسة (مانع الجهني،1418)، دور المؤسسات في الخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية"

هدف هذا البحث إلى دراسة دور المؤسسات في الخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية حيث قدم هذا البحث ضمن أبحاث وأوراق عمل المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، المنعقد في جامعة أم القرى في مكة المكرمة، تعرض فيه الباحث لنماذج من العمل التطوعي السعودي في محاولة لبيان دور هذه المؤسسات في المجتمع السعودي.

3.دراسة (الشيبيكي،1992)، الجهود النسائية التطوعية في محاور الرعاية الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية، فقد هدفت إلى معرفة واقع الجهود النسوية التطوعية، ودور الجمعيات الخيرية النسائية في محاور الرعاية الاجتماعية . حيث تم جمع البيانات عن طريق استمارتي مقابلة خصصت لمجموعتين الأولى لعضوات رائدات في تأسيس الجمعيات الخيرية والمجموعة الأخرى لعضوات في محوس إدارات تلك الجمعيات. وخلصت الدراسة إلى أن الأهداف الاجتماعية تأخذ الأهمية الأولى في نشاط الجمعيات النسوية، بما في ذلك التخفيف من

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

حالات الفقر ورفع المستوى الاجتماعي للمرأة ، وقد ارتكزت أهم النشاطات التطوعية التنموية لتلك الجمعيات في تحفيظ القرآن الكريم، وحوو الأمية، وتعليم اللغات، وتعليم التفصيل والتخيط، والتدريب على الكمبيوتر والآلة الكاتبة.

4. دراسة (عراي، 2001)، دور العمل التطوعي في تنمية المجتمع، فقد بينت بان وتيرة العمل التطوعي لا تتراجع مع انخفاض المردود المادي له، إنما يتراجع القيم والحوافز التي تكمن وراءه، وهي القيم والحوافز الدينية والأخلاقية والاجتماعية والإنسانية..

5. دراسة (حميد الدليمي، 1998) بعنوان " التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام." هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الإعلام وأهميته وطريقة التخطيط الإعلامي الناجح ضمن إطاره العام بما يساهم في تحقيق النجاح النوعي على الصعيد العام والخاص وضرب لذلك الكثير من الأمثلة والشواهد الدالة عليه.

6. دراسة (يعقوب والسلمي، 1426) بعنوان " إدارة العمل التطوعي واستفادة المنظمات الخيرية والتطوعية رؤية للخدمة الاجتماعية." وهدفت هذه الدراسة إلى تقييم قطاع العمل التطوعي واستفادة المنظمات الخيرية والتطوعية من خلال التعريف بالمفاهيم الأساسية وآلية إدارتها في المؤسسات التطوعية.

7. دراسة (مجموعة مؤلفين، دون ذكر لتاريخ الطبع) بعنوان " الإسهام الاقتصادي والاجتماعي للمنظمات الأهلية في الدول العربية." وهدفت هذه الدراسة لبيات الإسهام الاقتصادي والاجتماعي للمنظمات الأهلية في الدول العربية من خلال التعرض لبعض البيانات الرسمية لقطاع العمل الخيري لهذه المنظمات لتوضيح حقيقة ما تسهم به المنظمات الأهلية على المستويين الاقتصادي والاجتماعي .

8. دراسة (الديب، 1418) بعنوان " التطوع مفهومه وأبعاده ومراميه وعلاقته بالرعاية الاجتماعية والعمل الاجتماعي والخدمة العامة والتكافل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية والخدمة الاجتماعية "

وهي ورقة عمل قدمت في المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية. جامعة أم القرى بمكة. 1418هـ. وهدفت هذه الدراسة لدراسة مفهوم التطوع وأبعاده وعلاقته بالرعاية الاجتماعية والمفاهيم الأخرى، حيث بين الباحث من وجهة نظره المفهوم والعلاقة بالمصطلحات ذات العلاقة وبيان دورها.

والملاحظ أن موضوع دراستي لم يتم التطرق له بشكل مباشر ويتميز عن الدراسات السابقة فهو مطبق على جزء محدد من مؤسسات العمل الخيري وبشكل خاص تفعيل الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات للمؤسسات الخيرية في محافظة المرقب-الأردن، حيث لم تتناول الدراسات السابقة هذا الموضوع مع أهميته.

مصطلحات الدراسة

أولاً: الإعلام: وهو عبارة عن شر للأخبار والمعلومات على الجمهور من خلال الوسائل الإعلامية . إلا أن مفهوم الإعلام توسع بشكل كبير مرتبطاً بالثورة في الاتصالات ووسائل الإعلام حيث تناولت الكثير من الدراسات هذا المصطلح في محاولة لضبطه نعوض لبعضها على النحو التالي:

"إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشؤون الداخلية، أم في الخارجية"، ويرى البعض أن الإعلام هو "نشر الأخبار والمعلومات والآراء على الجماهير"، وهو "تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد الناس

على تكوين رأي صائب في واقعة معينة"، (أبو زيد، رشدي شحاتة 1999، مسؤولية الإعلام الإسلامي في ظل النظام العالمي الجديد، دار الفكر العربي - القاهرة، ص 22)

ثانياً: الصدقات: جاء في مختار الصحاح: المتصدق الذي يُعطي الصدقة، والصدقة ما تُصَدِّق به على الفقراء(مختار الصحاح، زين الدين أبو عبدالله محمد بن أبي بكر بن عبدالقادر الحنفي الرازي (المتوفى: 666هـ)، تحقيق يوسف الشيخ محمد، المكتبة العصرية- الدار النموذجية، بيروت- صيدا، الطبعة: الخامسة، 1420هـ/ 1999م، (1/ 174) جمع صدقات، وَتَصَدَّقْتُ: أعطيتُهُ صدقةً، والفاعل مُتَصَدِّقٌ، [وهو الذي يُعطي الصدقة]، ومنهم من يخفف بالبدل والإدغام فيقال: مُصَدِّقٌ، والمتصدق: المعطي، وفي التنزيل: [وَتَصَدَّقْ عَلَيْنَا إِنَّ اللَّهَ يَجْزِي الْمُتَصَدِّقِينَ] (سورة يوسف، الآية: 88). وقد وردت في القرآن الكريم آيات كثيرة في الحث على الإنفاق التطوعي، وجزاء المنفقين، من ذلك قوله تعالى: ﴿مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَتَتْ سَنَابِلَ فِي كُلِّ سُنبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ﴾ (البقرة 261) (المصباح المنير، للفيومي، 336/1).

ويدخل في الصدقة الزكاة والأوقاف بمفهومها العام لكننا نخرجها من بحثنا هذا لتركز على التبرعات

والصدقة اصطلاحاً: العطية التي يُبتغى بها الثواب عند الله تعالى(التعريفات للجرجاني، ص 173، ولغة الفقهاء، لمحمد رؤاس، ص 243). قال العلامة الأصفهاني: ((الصدقة ما يخرجها الإنسان من ماله على وجه القرية، كالزكاة، لكن الصدقة في الأصل تقال للمتطوع به، والزكاة للواجب، وقد يُسمى الواجب صدقةً إذا تحرى صاحبها الصدق في فعله)) (مفردات ألفاظ القرآن، للأصفهاني، ص 480).

ثالثاً: التبرعات: مأخوذة من برع الرجل وبرع بالضم أيضاً براعة، أي فاق أصحابه في العلم وغيره، فهو بارع، وفعلت كذا متبرعا أي: متطوعاً، وتبرع بالأمر: فعله غير طالب عوضاً (الصحاح للجوهري والمصباح المنير مادة (برع)). أما في الاصطلاح فلم يضع الفقهاء تعريفاً للتبرع لسببين، أولهما: لقلة استعماله الاصطلاحية كونه ليس عقداً منفصلاً كغيره من العقود، ثانيهما: اكتفاء بتعريف أنواعه مثل: الوقف، والوصية، وغيرها.

ومع ذلك يمكن أن نعرفه بالآتي: "إخراج المكلف مالاً أو ما في معناه بقصد القرية لله" رابعاً: المؤسسات الخيرية: المؤسسة الخيرية الخاصة هي كل منشأة خيرية يكون غرضها الأساسي تقديم خدمة اجتماعية خيرية لأفراد أو جهات معينة، دون أن تستهدف تحقيق الربح المادي أو تحقيق أية أغراض أخرى تتعارض مع أحكام اللائحة أو القواعد التنفيذية، أو التعليمات الصادرة بمقتضاها (وزارة الشؤون الاجتماعية، 1410هـ، ص: 10)

وهي المنظمات التي تعنى بحاجات الذين لا يستطيعون سد حاجتهم بأنفسهم سواء كانت الحاجة مادية أو صحية أو تعليمية أو غير ذلك، وتقوم على التبرعات والهبات.

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

وقد عرفها المشرع الأردني بأنها "أية هيئة مؤلفة من سبعة أشخاص فأكثر غرضها الأساسي تنظيم مساعيها لتقديم الخدمات الاجتماعية للمواطنين دون أن تستهدف من نشاطها، وعملها جني الربح المادي واقتسامه أو تحقيق المنفعة الشخصية أو تحقيق أية أهداف سياسية". (قانون الجمعيات رقم ٥١ لسنة ٢٠٠٨) ويمكن أن نلاحظ من خلال هذا التعريف الأمور التالية:

- ❖ وجود هيئة تتكون من سبعة أشخاص فأكثر ذات شخصية اعتبارية.
- ❖ غرضها تقديم الخدمات الاجتماعية للمواطنين بالجمان دون تحقيق المنافع الشخصية.
- ❖ ليس لها أي أهداف سياسية.

العمل الخيري في الأردن:

بداية العمل الخيري في الأردن كان قد واكب تأسيس الدولة الأردنية وحتى قبل الاستقلال كانت هناك مؤسسات خيرية تعمل على تقديم العون والمساعدة لذوي الحاجة حسب قدراتها وإمكاناتها فكان لزاما على الدولة إيجاد قانون يحكم هذه المنظمات وينظم عملها حسب الدستور فكان أول قانون للجمعيات الخيرية صدر عام ١٩٣٦ وتم تعديله وتغييره عدة مرات حتى صدور القانون رقم (٥١) عام ٢٠٠٨ والذي جاء ملبيا لطموحات العاملين في هذا القطاع ومنسجما مع توجهات منظمات المجتمع المدني وحقوق الإنسان والهيئات الدولية. وتأتي وزارة التنمية الاجتماعية بموجب القوانين الخاصة بعملها محددة لنوعين من المؤسسات، أولاً: مؤسسات المجتمع المدني والتي بلغت 1171 حتى عام 2007، يعمل من خلالها ما يقرب من 100000 فرد، يشكل الذكور نسبة 80% . وجمعيات أجنبية وعربية، وبلغ تعدادها للنفس الفترة 49 جمعية.

ثانياً:الغير مسجلة في الوزارة لكنها على علاقة بالوزارة كالمجلس الوطني لشؤون الأسرة، والمركز الوطني لحقوق الإنسان، والجمعيات الأهلية المسجلة بموجب قوانين خاصة كمؤسسة نهر الأردن، والصندوق الأردني الهاشمي للتنمية البشرية، ومؤسسة الملك حسين، والهلال الأحمر الأردني وكلها مرتبطة بالوزارة بمختلف الجمعيات والهيئات الخيرية والاجتماعية حيث تقوم الوزارة بتوثيقها والإشراف على عملها ، بما يسهم في بناء قدراتها، ويصنفها للاستفادة من الدعم سواء أكان حكومياً أو غير حكومي (الصواط، تجربة وزارة التنمية الاجتماعية في إدماج مؤسسات المجتمع المدني المسجلة لديها في سياساتها، موقع وزارة التنمية الاجتماعية)

وبحسب الدراسات قد ساهمت هذه الجمعيات بما يقرب من 215 مليون دينار أردني وقد تطور هذا القطاع بشكل كبير استجابة لتطور الأزمات السياسية في العراق وسوريا وليبيا واليمن والتي فاقمت المشاكل الاقتصادية وأثرت على البنية التحتية من خلال استقبال أعداد كبيرة من اللاجئين حيث بات أكثر من 20% من مكونات المجتمع الأردني من اللاجئين .

خامساً: التنمية : ويقصد بها رفع مستويات الدخل القومي للدولة من خلال زيادة إنتاجية الفرد، وهي من المصطلحات الشاملة والتي ضمت مختلف المجالات الإنسانية والعلمية، حتى أصبحت تطلق على كل ما يستهدف تطوير أو تحسين وضع ما، ويعبر عنها في معاجم اللغة بالتكثير والزيادة.

إن مفهوم التنمية ومفهوم التخلف، ركزت في بادئ الأمر على النمو الاقتصادي ومقدار الإنجاز المتحقق. ولعل هذا ما نلاحظه خلال فترة الأربعينات من القرن الماضي حيث كانت الدول النامية تعرف بأنها البلاد التي يتدنى فيها مستوى دخل فردي كثيراً بالقياس إلى الدول المتقدمة. وعرفت التنمية بأنها الزيادة السريعة والمستمرة في مستوى الدخل الفردي عبر الزمن". (التنمية في عالم متغير، د. إبراهيم العيسوي، ص 13)

ولعل المتتبع لهذا المصطلح يلحظ مروره بمراحل ثلاث :

مرحلة الرأسمالية: والتي انطلقت من فكرة الحرية المطلقة للفرد وركزت في مفهوم التنمية على الجانب الاقتصادي (دراسات في الإعلام والتنمية العربية، صلاح أبو أصبع، دبي، مؤسسة البيان 1989، ص 168)

مرحلة الاشتراكية: والذي حاول منظوره التصدي للنموذج الرأسمالي والذي انعكس على مفهوم التنمية، حيث شمل التنمية الاجتماعية فالتنمية وفقاً للتوجه الحديث "ليست بالعبء، وإنما هي فرصة فريدة - فهي تتيح، من الناحية الاقتصادية، إقامة الأسواق وفتح أبواب العمل؛ ومن الناحية الاجتماعية، دمج المهمشين في تيار المجتمع؛ ومن الناحية السياسية، منح كل إنسان، رجلاً كان أم امرأة، صوتاً وقدرة على الاختيار لتحدي مسار مستقبله". (كوفي عنان، الأمين العام السابق للأمم المتحدة، المصدر: موقع التنمية المستدامة الرقمي : <http://www.un.org/arabic/esa/desa/aboutus/dsd.html>)

مرحلة الفكر الإسلامي: وينطلق التصور الإسلامي في نظرتة للتنمية من كون الإنسان مستخلف على هذه الأرض ومأمور بعمارها وفق الشريعة الإسلامية ، وقد ميز الله تعالى الإنسان عن غيره من المخلوقات ليكون قادراً على عمارة الأرض ، وهياً له كل شيء يمكنه من القيام بهذه المهمة، وأنه على ضوء قيام الإنسان بهذه المهمة يتقرر مصيره ويتحدد مستقبله في الدنيا والآخرة". (التنمية في الإسلام مفاهيم مناهج وتطبيقات، د. إبراهيم العسل، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان، ط1/1416 - 1996، ص 63) وهنالك مجموعة من النصوص قرآنية ونبوية ، تشير لمفهوم التنمية، وفيها توجيهات عامة كقوله تعالى : (وآت ذا القربى حقه والمسكين وابن السبيل ولا تبذر تبذيراً إن المبذرين كانوا إخوان الشياطين وكان الشيطان لربه كفوراً)، (الإسراء، آية 17) وفيها دعوة صريحة لعدم التبذير والإسراف ، وهو ما انتهت إليه القوانين والمواثيق الدولية والتي تدعو لترشيد النفقات وتوجيهها، والبعد عن التبذير والهدر للموارد الطبيعية فالإسلام في فكره لا يسعى للإنتاج فحسب، وإنما كفاية في الإنتاج مصحوب بعدالة في التوزيع، فهي ليست عملية مادية فقط، وإنما هي عملية إنسانية تهدف إلى تنمية الفرد وتقدمه في المحورين المادي والروحي". (التنمية في الإسلام مفاهيم مناهج وتطبيقات، ص 64)

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

سادساً: الاقتصاد : ففي اللغة تأتي الكلمة من القصد وهو الوسط بين الطرفين والاعتدال ومنها قوله تعالى: ﴿ وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ ﴾ (لقمان، 19)، وقوله صلى الله عليه وسلم: "ما عال من اقتصد"، ما افتقر من لم يُسرف واعتدل في إنفاقه .
أما اصطلاحاً فجاءت في البداية دلالة لتعبر عما يسمى بالاقتصاد المنزلي من خلال تدبير المعاش من خلال توفير الموارد للأسرة، ثم تطورت دلالة لتشمل تدبير شؤون المجتمعات.

وإذا استعرضنا الفكر الاقتصادي نلاحظ وجود اتجاهات مختلفة اتجاه ركز على الثروة . واتجاه ركز على الإنسان ، واتجاه اعتبر الاقتصاد علماً لإدارة الموارد النادرة وهناك اتجاهات حاولت التوفيق بينها.

فالاقتصاد علم يعنى بدراسة النشاط الاقتصادي (استهلاك، إنتاج، توزيع، تبادل)، وما ينشأ عن هذا النشاط من ظواهر وعلاقات. وعلى ذلك فالتعريف الذي نختاره للاقتصاد الإسلامي انه: علم يعنى بدراسة النشاط الاقتصادي (استهلاك، إنتاج، توزيع، تبادل)، وما ينشأ عن هذا النشاط من ظواهر وعلاقات، في ضوء أحكام المذهب الاقتصادي في الإسلام، ومنظومته القيمية. (الموقع الإلكتروني للدكتور عبد الجبار السبهاني)

يقصد بالإسهام الاقتصادي للأعمال الخيرية: ما يسهم به قطاع الأعمال الخيرية في الدخل القومي للدولة من خلال ما يقدمه من خدمات ملموسة صحية وبيئية وتعليمية وخدمات خاصة بالفئات المهمشة من أطفال معاقين ونساء وكبار سن ، (العمل التطوعي في دول مجلس التعاون منطلقاته وآفاقه (21)
وقد اتفقت غالبية دول العالم أن تحقيق التنمية المستدامة يحتاج إلى الآتي :

1. لتحقيق التنمية الاقتصادية لا بد من إقرار البعد الاجتماعي من خلال تنمية المجتمعات .
2. التركيز على دور الهيئات غير الرسمية ودورها في دعم الهيئات الرسمية
منهجية الدراسة وإجراءاتها:
لأجل تحقيق أهداف البحث واختبار فرضياته ، استخدم الباحث أكثر من أداة للحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة على النحو الآتي:

الجانب النظري: حيث تمت تغطيته اعتماداً على جملة من المراجع العربية والأجنبية المتمثلة بالكتب والدوريات ووقائع المؤتمرات والرسائل والأطاريح فضلاً عن ما وفرته شبكة الانترنت.
الجانب العملي: وتمثلت مصادر جمع البيانات والمعلومات في هذا الجانب للدراسة بما يأتي:
أ- الوثائق والسجلات الرسمية : تم الحصول على بعض الوثائق الخاصة بالمؤسسات الخيرية والتي مكنت الباحث من التعرف على نشأتها وطبيعة عملها وأعداد عامليها ومستوياتهم.

ب-استبانة البحث وهي أداة القياس الرئيسية في البحث ، صممت معظم فقراتها من قبل الباحث بالرجوع إلى الدراسات النظرية ذات العلاقة.وبالاستعانة ببعض المختصين من الأكاديميين لتحكيمها.

المجتمع والعينة: تتناول هذه الفقرة مجتمع الدراسة وعينتها وبعض المؤشرات الخاصة بما على النحو الآتي:
-مجتمع البحث: اختيرت المؤسسات الخيرية لتطبيق الجانب العملي من البحث ، والسبب في ذلك تكمن في أهمية هذا القطاع في دعم الاقتصاد الإسلامي وزيادة فاعليته وفي الوفاية من الأزمات الاقتصادية ومعالجه تشوهاتها، وتمثل ذلك في المؤسسات الخيرية في محافظة المفرق-المملكة الأردنية الهاشمية.
حيث اختيرت عينة البحث من المستويات الإدارية (أعضاء مجلس إدارة، مديرين عاملين، مديري أقسام وشعب وأقسام)، وذلك بسبب طبيعة الدراسة والتي تتطلب قدرا من الفهم والاستيعاب في التعامل مع فقرات الاستبانة، إضافة إلى أن متغيرات الدراسة تبرز أهميتها بشكل أكبر ضمن هذه المستويات خاصة ما يتعلق بالتفعيل الإعلامي والأثر الاقتصادي، وعلى هذا فإن العينة كانت عينة طبقية.
أما حجم العينة فقد بلغ(50) للمستويات المعنية، وبعد توزيع الاستبانة بلغ عدد المستجيبين (48) بسبب إهمال بعض الاستبانات أو عدم إمكانية استرجاعها.

جدول (1)

توزيع أفراد العينة تبعاً للمتغيرات الشخصية

المتغير	المستوى	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	26	54.17
	أنثى	22	45.83
	المجموع	48	100

يتضح من الجدول أن عينة الذكور بلغت نسبة 54.17% فيما بلغت نسبة الإناث 45.83% من الإناث وهو ما يؤشر إلى ارتفاع نسبة العاملين من الذكور .

أداة الدراسة:

تم إعداد استبانة حول "تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي " حيث تكونت الاستبانة أقسام على النحو التالي:

القسم الأول: وهو يمثل السمات الشخصية للمستجيب (المؤهل العلمي , الجنس , السمة الوظيفية).

القسم الثاني: وهو عبارة عن محاور الدراسة وتتكون الاستبانة من 50 فقرة بالإضافة إلى تقويم عام وأسئلة مفتوحة موزعة على 4 محاور رئيسية هي:

المحور الأول: واقع النشاط الإعلامي في المؤسسات الخيرية وآليات تفعيله ويتكون من (12) فقرة.

المحور الثاني: المعوقات والتحديات التي تواجه تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية ويتكون من (8) فقرات.

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

المحور الثالث: أنسب الطرق لتفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية ويتكون من (8) فقرات.

المحور الرابع: مصادر تمويل المؤسسات الخاصة بالتبرعات والصدقات ويتكون من (7) فقرات.

المحور الخامس: إسهام الجانب الإعلامي في تنمية الاقتصاد الإسلامي (قيمة الإنفاق - القيمة المالية المقدرة - التوظيف...) ويتكون من (15) فقرة.

بالإضافة إلى التقويم العام والأسئلة المفتوحة.

وقد تم استخدام مقياس ليكرت لقياس استجابات الباحثين لفقرات الاستبيان حسب جدول (2):

جدول (2): درجات مقياس ليكرت

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	لا أدري	موافق	موافق بشدة
الدرجة	0	1	2	3	4

صدق أداة الدراسة

للتحقق من صدق أداة الدراسة والتأكد من أنها تخدم أهدافها تم عرضها على مجموعة من المحكمين في محور تخصص الإعلام الإسلامي، الاقتصاد الإسلامي، وبعض التخصصات التربوية الأخرى من أساتذة جامعة اليرموك وجامعة آل البيت وبعض المشرفين والعاملين في القطاع الخيري، وطلب منهم دراسة الاستبانة وإبداء رأيهم من حيث مناسبة الفقرة للمحتوى ومدى كفايتها من حيث عدد الفقرات وشموليتها وتنوع محتواها وتقويم مستوى الصياغة اللغوية والإخراج أية ملاحظات أخرى فيما يتعلق بالتعديل أو التغيير أو الحذف وفق ما يراه المحكم. وتم مراجعة هذه الملاحظات والأخذ بها.

واعتبر الباحث الأخذ بملاحظات المحكمين وإجراء التعديلات المقترحة بمثابة الصدق الظاهري وصدق المحتوى للأداة واعتبر الباحث أن الأداة صالحة لقياس ما وضعت له.

صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة:

تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة وكل محور من محاورها ومدى ارتباط فقراتها بعضها ببعض والتأكد من عدم التداخل بينها، وتحقق الباحث من ذلك بإيجاد معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان والجدول يوضح ذلك:

جدول (3)

معامل الارتباط بين كل درجة كل محور من محاور الإستبانة والدرجة الكلية

الرقم	المحور	معامل سبيرمان للارتباط	القيمة الاحتمالية (Sig.)
1.	واقع النشاط الإعلامي في المؤسسات الخيرية وآليات تفعيله	0.71	*0.000
2.	المعيقات والتحديات التي تواجه تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية	0.71	*0.000
3.	أنسب الطرق لتفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية	0.38	*0.000

0.000*	0.69	مصادر تمويل المؤسسات الخيرية الخاصة بالتبرعات والصدقات	4.
0.000*	0.65	إسهام الجانب الإعلامي للمؤسسات الخيرية في تنمية الاقتصاد الإسلامي	5.

* الارتباط ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

يتضح من الجدول أن معاملات الارتباط لأداة الدراسة جاءت مرتفعة، ويدل ذلك على قوة التماسك الداخلي لفقرات أداة الدراسة جميعها، وكذلك في كل محور من محاورها. ثبات أداة الدراسة

تم حساب معامل ثبات أداة الدراسة لمحاور الدراسة الأربعة حيث كانت نسبة الأداة ككل لمعامل الثبات بطريقة (كرونباخ الفا) هي (0.75)، ومعامل تطبيق بطريقة (بيرسون) كانت (0.77) . وتعتبر جميع معاملات الثبات مرتفعة ومناسبة لأغراض هذه الدراسة ويوضحها الجدول (4):

جدول (4)

معامل ثبات التطبيق بطريقة (بيرسون) ومعامل ثبات الأداة بطريقة (كرونباخ الفا)

المحور	معامل الثبات بطريقة (كرونباخ الفا)	معامل تطبيق بطريقة بيرسون
المحور الأول	0.87	0.70
المحور الثاني	0.77	0.81
المحور الثالث	0.79	0.68
المحور الرابع	0.81	0.42
المحور الخامس	0.81	0.54

* دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

يظهر من الجدول رقم (4) ما يلي:

معاملات الثبات بطريقة (كرونباخ ألفا) لمحاور الدراسة تراوحت بين (0.77-0.87)، وهي قيم مرتفعة ومقبولة لأغراض التطبيق؛ إذ أشارت معظم الدراسات إلى أن نسبة قبول معامل الثبات (0.060) (الشريفيين والكيلاني، 2007). كما أشار (عودة، 2002) إلى أن معاملات ثبات المقاييس المقننة يجب أن لا تقل عن (0.070).

كما تراوحت معاملات الارتباط بيرسون لمحاور الدراسة ما بين (0.42-0.81) وهي قيم ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يدل على ثبات تطبيق أداة الدراسة. لأن معامل الثبات مرتفع، وتكون الاستبانة في صورتها النهائية قابلة للتوزيع. بعد التأكد من ثبات وصدق وصلاحيّة استبانة الدراسة وتحليل نتائجها والإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

متغيرات الدراسة

ترتكز هذه الدراسة على مجموعة من المتغيرات المستقلة والتابعة، تم تقسيمها إلى:-

متغيرات الدراسة:

- المتغير التابع:

تفعيل الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات.

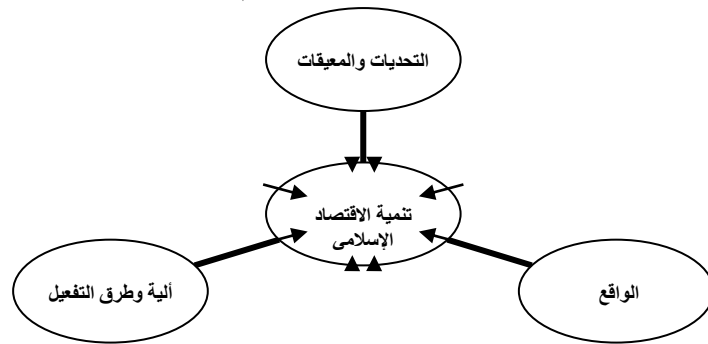
- المتغيرات المستقلة:

الإعلام، التبرعات، الصدقات، التنمية، الاقتصاد الإسلامي.

ويمكن صياغة الفرضيات الرئيسية بالشكل التالي:

1. واقع النشاط الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستويات متدنية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).
2. تؤثر التحديات والمعوقات على تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).
3. يوجد العديد من طرق تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).
4. مصادر تمويل المؤسسات الخيرية الخاصة بالتبرعات والصدقات غير طافية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).
5. يسهم تفعيل الجانب الإعلامي للمؤسسات الخيرية في تنمية الاقتصاد الإسلامي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).
6. ويمكن من خلال الشكل توضيح فرضيات الدراسة:

شكل رقم (1) متغيرات الدراسة



المصدر: إعداد الباحث

المعالجات الإحصائية

تمت المعالجات الإحصائية للبيانات بواسطة برنامج (SPSS) في الحاسوب، وقام الباحث بتفريغ البيانات وإجراء التحليلات عليها من خلال استخدام الأساليب الإحصائية التالية :

- لاختبار العلاقات تم استخدام معامل الارتباط سبيرمان والتي تقيس درجة الارتباط، ويستخدم هذا النوع من الاختبارات لبيان العلاقة بين متغيرات الدراسة.
- و لاختبار الفرضيات باستخدام اختبار (Sign Test) للتعرف ما إذا كان متوسط درجة الإجابات ذات قيمة محددة ويتم اختبار الفرضية الصفرية في هذه الحالة نختبر الفرضية الإحصائية التالية :
الفرضية الصفرية: وتم فيه اختبار متوسط الإجابات 2.5 وهي درجة الحياد حسب مقياس المستخدم ليكرت.
الفرضية البديلة: حيث أن المتوسط لدرجة الإجابة لا 2.5. إذا كانت Sig.(P-value) مرتفعه عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) فإننا لا نستطيع رفض الفرضية الصفرية وبالتالي يكون متوسط الإجابات متوافق مع درجة الحياد وهي 2.5، أما إذا كانت Sig.(P-value) دون مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) فترفض الفرضية الصفرية ويتم قبول الفرضية البديلة القائلة بأن متوسط آراء أفراد العينة يختلف عن درجة الحياد، وبالتالي يمكننا تحديد ما إذا كان متوسط الإجابة يزيد أو ينقص بصورة جوهريه عن درجة الحياد.
- اختبار الإشارة (Sign Test) للتعرف على مدى وصول متوسط درجة الاجابات إلى درجة الحياد 2 .
- اختبار مان – وتني (Mann–Whitney Test) للتعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين البيانات الترتيبية.
- اختبار كروسكال – والاس (Kruskal – Wallis Test) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات الترتيبية.
- .

نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

يأتي هذا الفصل لبيان وتحليل أثر تفعيل الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات في تنمية الاقتصاد الإسلامي وتم عرض نتائج الدراسة وفقاً لما تم طرحه من أسئلة ، وهي على النحو الآتي:

الفرضية الرئيسة الأولى: واقع النشاط الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستويات متدنية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$). حيث تم استخراج المتوسطات الحسابية والمتوسطات الحسابية النسبية لدرجات أفراد عينة الدراسة كما يوضحه جدول (5)

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

جدول (5)

المتوسط والأهمية النسبية ومستوى المعنوية للمحور الأول

* المتوسط الحسابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من جدول (5) يمكن استخلاص ما يلي:

- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الأولى قد جاءت بمتوسط حسابي 2.14 ونسبة بلغت 53.5%، و القيمة الاحتمالية 0.006 وهو ما

رقم	الفرقة	المتوسط					مستوى المعنوية
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
1	تعتبر أهداف وطبيعة عمل المؤسسة واضحة ومتاحة للجميع	10.0	36.1	19.6	26.9	7.3	0.006
2	تعتمد المؤسسة على الجانب الشخصي في الوصول للمعنيين	5.8	35.7	23.7	28.8	6.0	0.124
3	يقوم بالنشاط الإعلامي للمؤسسة موظف متخصص	6.0	34.4	22.5	29.4	7.8	0.480
4	مارست المؤسسة الدعاية والإعلان باستخدام أغلب وسائل الإعلام المتنوعة	9.4	47.9	17.2	20.2	5.3	0.000
5	لدى المؤسسة موقع الكتروني وأرقام خدمة مجانية	8.9	45.7	22.1	18.7	4.6	0.000
6	تقوم المؤسسة بمراجعة وسائلها وتطويرها بشكل مستمر	7.8	35.5	25.1	27.0	4.6	0.005
7	يتركز نشاط المؤسسة على المواسم والحوادث	7.2	35.9	23.4	28.0	5.6	0.028
8	تصدر المؤسسة مجموعة من النشرات بشكل مستمر	7.9	36.5	18.9	31.4	5.3	0.087
9	يتم اختيار المادة الإعلامية بشكل صحيح ومدروس من قبل مختصين	6.1	28.2	20.7	35.9	9.1	0.015
10	تصدر المؤسسة مجموعة من النشرات بشكل مستمر	4.6	39.9	29.0	20.0	6.5	0.000
11	يبرز الإعلام دور المؤسسات الخيرية	6.5	35.5	25.8	25.8	6.5	0.022
12	لا يوفر الإعلام الدعم والتشجيع للمؤسسات الخيرية	6.0	39.5	24.4	24.1	6.0	0.000
13	المجموع	7.1	37.5	22.7	26.3	6.2	0.000

يعني أنها ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.

- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثانية قد جاءت بمتوسط حسابي 2.06 ونسبة بلغت 51.5%، و القيمة الاحتمالية 0.124 وهو ما

يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة

لهذه لا يختلف عن درجة الحياد. - يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثالثة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.01 ونسبة بلغت 50.2%،

- والقيمة الاحتمالية 0.480 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد .
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الرابعة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.36 ونسبة بلغت 59.0%، والقيمة الاحتمالية 0.000 وهو ما يعني أنها ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الخامسة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.35 ونسبة بلغت 58.7%، والقيمة الاحتمالية 0.000 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة السادسة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.14 ونسبة بلغت 53.5%، والقيمة الاحتمالية 0.005 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة السابعة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.11 ونسبة بلغت 52.7%، والقيمة الاحتمالية 0.028 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثامنة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.10 ونسبة بلغت 52.5%، والقيمة الاحتمالية 0.087 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد .
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة التاسعة قد جاءت بمتوسط حسابي 1.86 ونسبة بلغت 46.5%، والقيمة الاحتمالية 0.015 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة العاشرة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.16 ونسبة بلغت 54.0%، والقيمة الاحتمالية 0. وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الحادية عشر جاءت بمتوسط حسابي 2.09 ونسبة بلغت 52.2%، والقيمة الاحتمالية 0.022 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.

مستوى المعنوية	الأهمية النسبية	المتوسط						الفقرة	رقم
			غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
0.000	57.2	2.29	16.4	43.2	20.8	16.9	2.7	ضيق وقت الإدارات العاملة في المؤسسات الخيرية	1
0.000	36.5	1.46	16.4	43.2	20.8	16.9	2.7	ضعف المهارات الاتصالية لدى العاملين في المؤسسات الخيرية	2
0.567	48.0	1.92	9.2	27.1	30.0	29.6	4.1	عدم فهم العاملين في المؤسسات الخيرية لتأثير الإعلام	3
0.000	55.7	2.23	6.9	21.1	20.1	44.9	6.9	استخدام المؤسسات الخيرية وسائل اتصال غير مناسبة	4
0.079	51.7	2.07	7.2	25.2	27.9	32.3	7.4	قصر الرسالة الإعلامية للمؤسسات الخيرية عن إعطاء المعلومات اللازمة	5
0.000	55.2	2.21	8.0	21.8	17.9	44.6	7.6	وجود خلل في الرسالة الإعلامية لاستخدام مصطلحات متعددة المعاني	6
0.223	50.0	2.00	11.4	26.5	18.7	37.0	6.4	نقص في إمكانيات للمؤسسات الخيرية المادية اللازمة للنشاط الإعلامي	7
0.011	50.7	2.03	9.1	27.2	22.0	35.4	6.0		8

- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثانية عشر قد جاءت بمتوسط حسابي 2.15 وبنسبة بلغت 53.7%، والقيمة الاحتمالية 0.028 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- والملاحظ أن المتوسط الحسابي النسبي للمحور 53.2% و القيمة الاحتمالية 0.000 لذلك يعتبر المحور الأول (واقع النشاط الإعلامي في المؤسسات الخيرية) ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يبين موافقة المستجيبين على المحور لاختلاف المتوسط الحسابي عن درجة الحياد.
- الفرضية الرئيسية الثانية: تؤثر التحديات والمعوقات على تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول (6)

المتوسط والأهمية النسبية ومستوى المعنوية للمحور الثاني

من جدول (6) يمكن استخلاص ما يلي:

- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الأولى قد جاءت بمتوسط حسابي 2.29 وبنسبة بلغت 57.2%، و القيمة الاحتمالية 0.000 وهو ما يعني أنها ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.

- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثانية قد جاءت بمتوسط حسابي 1.46 وبنسبة بلغت 36.5%، و القيمة الاحتمالية 0.000 وهو ما يعني أنها ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها .
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثالثة قد جاءت بمتوسط حسابي 1.92 وبنسبة بلغت 48.0%، والقيمة الاحتمالية 0.567 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الرابعة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.23 وبنسبة بلغت 55.7%، والقيمة الاحتمالية 0.000 وهو ما يعني أنها ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الخامسة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.07 وبنسبة بلغت 51.7%، والقيمة الاحتمالية 0.079 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة السادسة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.21 وبنسبة بلغت 55.2%، والقيمة الاحتمالية 0.000 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة السابعة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.00 وبنسبة بلغت 50.0%، والقيمة الاحتمالية 0.223 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- والملاحظ أن المتوسط الحسابي النسبي للمحور 50.7% و القيمة الاحتمالية 0.011 لذلك يعتبر المحور الثاني " تأثير التحديات والمعوقات على تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية " ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذا يبين موافقة المستجيبين على المحور لاختلاف المتوسط الحسابي عن درجة الحياد.
- الفرضية الرئيسية الثالثة: يوجد العديد من طرق تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول (7)

المتوسط والأهمية النسبية ومستوى المعنوية للمحور الثالث

مستوى المعنوية	الأهمية النسبية	المتوسط الحسابي	النسب المعنوية					الفقرة	الرقم
			غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
0.280	51.2	2.05	11.1	19.4	27.8	36.1	5.6	اعتماد جهة محددة يتم من خلالها	1

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

								التعامل مع وسائل الإعلام	
0.136	51.2	2.05	7.7	33.3	12.8	38.5	7.7	الاستعانة بخبراء إعلاميين من خارج المؤسسة	2
0.120	52.5	2.10	7.7	35.9	5.1	41.0	10.3	توثيق الجهود المبذولة	3
0.081	51.7	2.07	5.1	33.3	12.8	46.2	2.6	اطلاع وسائل الإعلام على المستجدات أولاً بأول	4
0.044	51.7	2.07	10.3	30.8	5.1	48.7	5.1	إنشاء منصة إلكترونية تبين رؤية ورسالة وأهداف كل مؤسسة وطبيعة عملها	5
0.789	50.5	2.02	7.7	30.8	15.4	43.6	2.6	القيام بحملات توعية تبين أهمية التبرع والصدقة وأثرها	6
0.238	51.5	2.06	8.2	30.5	13.1	42.3	5.6		

* المتوسط الحسابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

- من جدول (7) يمكن استخلاص ما يلي:
- - يلاحظ من الجدول أن الفقرة الأولى قد جاءت بمتوسط حسابي 2.05 وبنسبة بلغت 51.2%، و القيمة الاحتمالية 0.280 وهو ما يعني أنها ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- - يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثانية قد جاءت بمتوسط حسابي 2.05 وبنسبة بلغت 51.2%، و القيمة الاحتمالية 0.136 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- - يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثالثة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.10 وبنسبة بلغت 52.5 %، والقيمة الاحتمالية 0.120 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- - يلاحظ من الجدول أن الفقرة الرابعة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.07 وبنسبة بلغت 51.7%، والقيمة الاحتمالية 0.081 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- - يلاحظ من الجدول أن الفقرة الخامسة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.07 وبنسبة بلغت 51.7 %، والقيمة الاحتمالية 0.044 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها

- - يلاحظ من الجدول أن الفقرة السادسة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.02 وبنسبة بلغت 50.5%، والقيمة الاحتمالية 0.789 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
 - - وبشكل عام فقد جاءت فقرات المحور بمتوسط حسابي نسبي 51.5% و القيمة الاحتمالية 0.238 لذلك يعتبر المحور الثالث " طرق تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية " غير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذا المحور لا يختلف عن درجة الحياد وهذا يعني أن أفراد العينة رفضوا هذا المحور.
- الفرضية الرئيسية الرابعة: مصادر تمويل المؤسسات الخيرية الخاصة بالتبرعات والصدقات غير كافية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول(8)

المتوسط والأهمية النسبية ومستوى المعنوية للمحور الرابع

رقم الفقرة	المتوسط الحسابي	الأهمية النسبية	مستوى المعنوية	النسب المئوية				
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تشكل التبرعات والصدقات مصدرا أساسيا لتمويل المؤسسة	7.7	41.0	12.8	30.8	7.7	0.050	
2	ارتبطت زيادة التبرعات والصدقات بفاعلية النشاط الإعلامي	46.2	46.2	12.8	17.9	23.1	0.752	
3	يسهم تفعيل النشاط الإعلامي بتفعيل وسائل الجمع والإنفاق	2.6	48.7	20.5	17.9	10.3	0.393	
4	يتركز الإنفاق على المساعدات العينية	7.7	43.6	15.4	20.5	12.8	0.464	
5	تقوم المؤسسة بخلق فرص عمل	7.7	38.5	7.7	30.8	15.4	0.023	
6	تقوم المؤسسة بتدريب وتأهيل المعنيين بما يتناسب مع سوق العمل	7.9	34.2	13.2	26.3	18.4	0.002	
7	تساهم المؤسسة بإقامة مشاريع استثمارية صغيرة	7.7	48.7	7.7	25.6	10.3	0.999	
8	تشكل التبرعات والصدقات مصدرا أساسيا لتمويل المؤسسة	7.7	38.5	5.1	35.9	12.8	0.716	
9	تساهم المؤسسة بإقامة مشاريع كبيرة	5.1	33.3	17.9	25.6	17.9	0.594	
10	تشكل التبرعات والصدقات	5.1	38.5	15.4	30.8	10.3	0.221	
		10.5	41.1	12.8	26.2	13.9	0.808	

* المتوسط الحسابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

من جدول (8) يمكن استخلاص ما يلي:

- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الأولى قد جاءت بمتوسط حسابي 2.10 ونسبة بلغت 52.2%، و القيمة الاحتمالية 0.050 وهو ما يعني أنها ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثانية قد جاءت بمتوسط حسابي 1.82 ونسبة بلغت 45.5%، و القيمة الاحتمالية 0.752 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد .
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثالثة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.15 ونسبة بلغت 53.7%، والقيمة الاحتمالية 0.393 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الرابعة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.12 ونسبة بلغت 53.0%، والقيمة الاحتمالية 0.464 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الخامسة قد جاءت بمتوسط حسابي 1.92 ونسبة بلغت 48.0%، والقيمة الاحتمالية 0.023 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة السادسة قد جاءت بمتوسط حسابي 1.86 ونسبة بلغت 46.5%، والقيمة الاحتمالية 0.002 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة السابعة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.17 ونسبة بلغت 54.2%، والقيمة الاحتمالية 0.999 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثامنة قد جاءت بمتوسط حسابي 1.92 ونسبة بلغت 48.0%، والقيمة الاحتمالية 0.716 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة التاسعة قد جاءت بمتوسط حسابي 1.82 ونسبة بلغت 45.5%، والقيمة الاحتمالية 0.594 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند المستوى $\alpha = 0.05$ وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.

- يلاحظ من الجدول أن الفقرة العاشرة قد جاءت بمتوسط حسابي 1.97 ونسبة بلغت 49.2%، والقيمة الاحتمالية 0.221 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.

- ويلاحظ بأن المتوسط الحسابي النسبي للمحور 48.7% والقيمة الاحتمالية 0.808 لذلك يعتبر المحور الرابع " مصادر تمويل المؤسسات الخيرية الخاصة بالتبرعات والصدقات " غير دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن المتوسط لهذا المحور متوافق مع درجة الحياد وهذا يعني أن أفراد العينة رفضوا هذا المحور.

الفرضية الرئيسية الخامسة: يسهم تفعيل الجانب الإعلامي للمؤسسات الخيرية في تنمية الاقتصاد الإسلامي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول (9)

المتوسط والأهمية النسبية ومستوى المعنوية للمحور الخامس

مستوى المعنوية	الأهمية النسبية	المتوسط الحسابي	النسب المئوية					الفقرة	ت.م
			غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة		
0.000	54.5	2.18	51.3	17.9	17.9	7.7	2.28	1	تفعيل النشاط الإعلامي للصدقات والتبرعات يسهم في تقليل نسبة الفقر
0.181	47.2	1.89	30.8	17.9	38.5	7.7	1.87	2	تفعيل النشاط الإعلامي للصدقات والتبرعات يسهم في تقليل نسبة البطالة
0.272	50.7	2.03	30.8	25.6	33.3	7.7	1.87	3	تفعيل النشاط الإعلامي للصدقات والتبرعات يسهم في توزيع الثروة وتحقيق التوازن
0.176	50.5	2.02	43.6	15.4	30.8	5.1	2.12	4	تفعيل النشاط الإعلامي للصدقات يسهم في توفير رؤوس أموال لاستثمارها
0.031	54.0	2.16	48.7	12.8	25.6	5.1	2.28	5	تفعيل النشاط الإعلامي للصدقات يسهم في خلق وظائف جديدة
0.030	52.2	2.09	28.2	35.9	23.1	10.3	1.89	6	تفعيل النشاط الإعلامي للصدقات يسهم في زيادة الإنفاق على المؤسسات الخيرية
0.397	49.0	1.96	41.0	25.6	28.2	5.1	2.02	7	تفعيل النشاط الإعلامي للصدقات يسهم في زيادة القمة المالية المقدرة للمؤسسات الخيرية
0.007	53.5	2.14	43.6	15.4	30.8	5.1	2.12	8	تسعى الحكومات للخروج من مباشرة العمل الاجتماعي وإسناد تلك المهمة للمؤسسات الخيرية
0.061	52.5	2.10	38.5	28.2	23.1	5.1	2.15	9	تقوم المؤسسات الخيرية بالكثير من الأنشطة التي لا تغطيها الجهات الرسمية كالزواج وغيرها

تفعيل الجانب الإعلامي للبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

0.012	52.5	2.10	28.2	25.6	33.3	5.1	2.00	تنفرد المؤسسات الخيرية بعدد من الخدمات: كتدريب الكفيف استخدام التقنيات الحديثة. والإسكان	10
0.232	53.0	2.12	33.3	25.6	25.6	10.3	1.97	تعتبر المؤسسات الخيرية رافدا مهما للدولة والقطاع الخاص بعناصر ناجحة وشخصيات مميزة وموثوقة ونزيهة	11
0.000	55.3	2.23	38.5	20.5	28.2	5.1	2.15	يعتبر العمل الخيري بمثابة برنامج تدريبي وتعليمي لفئة الشباب.	12
0.185	52.0	2.08	33.3	23.1	30.8	5.1	2.07	يدعم العمل الخيري التقارب والترابط الإقليمي والدولي بين المنظمات الخارجية	13
0.999	50.0	2.00	25.6	17.9	38.5	7.7	1.92	يتجه القطاع الخيري للاستثمار كوسيلة مهمة لتنمية الموارد المالية	14
0.091	51.7	2.07	23.1	23.1	33.3	5.1	2.10	يدعم القطاع الخيري أنشطة مختلفة ثقافية وعلمية وهو ما يعزز دور الأجهزة الحكومية	15
0.002	53.7	2.15	38.5	7.7	38.5	7.7	2.00	يساعد القطاع الخيري في إنجاز المعاملات المختلفة	16
0.013	53.2	2.13	35.9	23.1	30.8	5.1	2.05	يدعم القطاع الخيري طرق جديدة تساعد العاملين في إنجاز عملهم	17
0.005	53.2	2.13	38.5	12.8	30.8	7.7	2.12	يدعم القطاع الخيري على الإشراف الفاعل	18
0.50	52.2	2.09	36.1	20.7	30.0	6.5	2.0		

* المتوسط الحسابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من جدول (9) يمكن استخلاص ما يلي:

- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الأولى قد جاءت بمتوسط حسابي 2.18 وبنسبة بلغت 54.5%، و القيمة الاحتمالية 0.000 وهو ما يعني أنها ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$)، وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثانية قد جاءت بمتوسط حسابي 1.89 وبنسبة بلغت 47.2%، والقيمة الاحتمالية 0.181 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثالثة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.03 وبنسبة بلغت 50.7%، والقيمة الاحتمالية 0.272 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الرابعة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.02 وبنسبة بلغت 50.5%، والقيمة الاحتمالية 0.176 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.

- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الخامسة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.16 وبنسبة بلغت 54.0% ، والقيمة الاحتمالية 0.031 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة السادسة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.09 وبنسبة بلغت 52.2% ، والقيمة الاحتمالية 0.030 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة السابعة قد جاءت بمتوسط حسابي 1.96 وبنسبة بلغت 49.0% ، والقيمة الاحتمالية 0.397 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثامنة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.14 وبنسبة بلغت 53.5% ، والقيمة الاحتمالية 0.007 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة التاسعة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.10 وبنسبة بلغت 52.5% ، والقيمة الاحتمالية 0.061 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة العاشرة قد جاءت بمتوسط حسابي 2.10 وبنسبة بلغت 52.5% ، والقيمة الاحتمالية 0.012 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الحادية عشر قد جاءت بمتوسط حسابي 2.12 وبنسبة بلغت 53.0% ، والقيمة الاحتمالية 0.232 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثانية عشر قد جاءت بمتوسط حسابي 2.23 وبنسبة بلغت 55.3% ، والقيمة الاحتمالية 0.000 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثالثة عشر قد جاءت بمتوسط حسابي 2.08 وبنسبة بلغت 52.0% ، والقيمة الاحتمالية 0.185 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الرابعة عشر قد جاءت بمتوسط حسابي 2.00 وبنسبة بلغت 50.0% ، والقيمة الاحتمالية 0.999 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الخامسة عشر قد جاءت بمتوسط حسابي 2.07 وبنسبة بلغت 51.7%، والقيمة الاحتمالية 0.091 وهو ما يعني أن هذه الفقرة غير دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهذه النتيجة تدل على أن متوسط درجة استجابة أفراد العينة لهذه الفقرة لا يختلف عن درجة الحياد.
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة السادسة عشر قد جاءت بمتوسط حسابي 2.15 وبنسبة بلغت 53.7%، والقيمة الاحتمالية 0.002 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة السابعة عشر قد جاءت بمتوسط حسابي 2.13 وبنسبة بلغت 53.2%، والقيمة الاحتمالية 0.013 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها
- يلاحظ من الجدول أن الفقرة الثامنة عشر قد جاءت بمتوسط حسابي 2.13 وبنسبة بلغت 53.2%، والقيمة الاحتمالية 0.005 وهو ما يعني أن هذه الفقرة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) وهو ما يعني زيادته عن درجة الحياد وبالتالي موافقة المستجيبين عليها
- ويلاحظ بأن المتوسط الحسابي النسبي للمحور 52.2% والقيمة الاحتمالية 0.050 لذي يعتبر المحور الخامس (يسهم تفعيل الجانب الإعلامي للمؤسسات الخيرية في تنمية الاقتصاد الإسلامي) ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يعني اختلاف المتوسط عن درجة الحياد ويعني موافقة المستجيبين على هذا المحور.
- تم استخدام اختبار معامل الارتباط سبيرمان لاختبار الفرضيات السابقة عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمعرفة وجود علاقة متحققة من عدمه .

التحقق من الفرضية الأولى: " واقع النشاط الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستويات متدنية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)."

الجدول (10)

معامل الارتباط سبيرمان والقيمة الاحتمالية

القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط	الفرضية
*0.000	0.590	واقع النشاط الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستويات متدنية

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن أن قيمة معامل الارتباط 0.590 والقيمة الاحتمالية 0.000 مما يدل على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين واقع النشاط الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستويات متدنية وتأثيره على تنمية الاقتصاد الإسلامي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) فالقيمة الاحتمالية جاءت أقل من 0.05

التحقق من الفرضية الثانية: تؤثر التحديات والمعوقات على تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول (11)

معامل الارتباط سبيرمان والقيمة الاحتمالية

القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط	الفرضية
*0.000	0.680	تؤثر التحديات والمعوقات على تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية

* العلاقة دالة إحصائياً عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن قيمة معامل الارتباط 0.680 والقيمة الاحتمالية 0.000 مما يعني وجود أثر دال إحصائياً بين التحديات والمعوقات وتفعيل الجانب الإعلامي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) فالقيمة الاحتمالية جاءت أقل من 0.05

التحقق من الفرضية الثالثة: " يوجد العديد من طرق تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول (12)

معامل الارتباط سبيرمان والقيمة الاحتمالية

القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط	الفرضية
*0.000	0.595	يوجد العديد من طرق تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن قيمة معامل الارتباط 0.595 والقيمة الاحتمالية 0.000 مما يعني وجود أثر دال إحصائياً لطرق تفعيل الجانب الإعلامي وتأثير ذلك على الاقتصاد الإسلامي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) فالقيمة الاحتمالية جاءت أقل من 0.05

التحقق من الفرضية الرابعة: مصادر تمويل المؤسسات الخيرية الخاصة بالتبرعات والصدقات غير كافية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول (13)

معامل الارتباط سبيرمان والقيمة الاحتمالية

القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط	الفرضية

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

*0.000	0.702	مصادر تمويل المؤسسات الخيرية الخاصة بالتبرعات والصدقات غير كافية
--------	-------	--

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن قيمة معامل الارتباط 0.702 والقيمة الاحتمالية 0.000 مما يعني وجود أثر دال إحصائياً مصادر تمويل المؤسسات الخيرية الخاصة بالتبرعات والصدقات وكفايتها عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) فالقيمة الاحتمالية جاءت أقل من 0.05.

التحقق من الفرضية الخامسة: يسهم تفعيل الجانب الإعلامي للمؤسسات الخيرية في تنمية الاقتصاد الإسلامي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

جدول (14)

معامل الارتباط سبيرمان والقيمة الاحتمالية

القيمة الاحتمالية	قيمة معامل الارتباط	الفرضية
*0.000	0.745	يسهم تفعيل الجانب الإعلامي للمؤسسات الخيرية في تنمية الاقتصاد الإسلامي

* العلاقة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال النتائج الواردة في الجدول نجد أن قيمة معامل الارتباط 0.745 والقيمة الاحتمالية 0.000 مما يعني وجود أثر دال إحصائياً بين تفعيل الجانب الإعلامي للمؤسسات الخيرية في تنمية الاقتصاد الإسلامي عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) فالقيمة الاحتمالية جاءت أقل من 0.05.

مناقشة النتائج:

1- من جدول (5) نستطيع أن نخلص بالآتي: المتوسط الحسابي النسبي للمحور جاء بنسبة 53.2% و القيمة الاحتمالية 0.000 لذلك يعتبر المحور الأول (واقع النشاط الإعلامي في المؤسسات الخيرية) ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يبين موافقة المستجيبين على المحور لاختلاف المتوسط الحسابي عن درجة الحياد.

2- من جدول (6) نستطيع أن نخلص بالآتي: المتوسط الحسابي النسبي للمحور جاء بنسبة 50.7% و القيمة الاحتمالية 0.011 لذلك يعتبر المحور الثاني " تأثير التحديات والمعوقات على تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية " ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يبين موافقة المستجيبين على المحور لاختلاف المتوسط الحسابي عن درجة الحياد.

- 3- من جدول (7) نستطيع أن نخلص بالآتي: المتوسط الحسابي النسبي للمحور جاء بنسبة 51.5% و القيمة الاحتمالية 0.238 لذلك يعتبر المحور الثالث " طرق تفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية " غير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يبين عدم موافقة المستجيبين على المحور لعدم اختلاف المتوسط الحسابي عن درجة الحياد.
- 4 - من جدول (8) نستطيع أن نخلص بالآتي: المتوسط الحسابي النسبي للمحور جاء بنسبة 48.7% و القيمة الاحتمالية 0.808 لذلك يعتبر المحور الرابع " مصادر تمويل المؤسسات الخيرية الخاصة بالتبرعات والصدقات " غير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يبين عدم موافقة المستجيبين على المحور لعدم اختلاف المتوسط الحسابي عن درجة الحياد.
- 5 - من جدول (9) نستطيع أن نخلص بالآتي: المتوسط الحسابي النسبي للمحور جاء بنسبة 52.2% و القيمة الاحتمالية 0.050 لذلك يعتبر المحور الخامس (يسهم تفعيل الجانب الإعلامي للمؤسسات الخيرية في تنمية الاقتصاد الإسلامي) ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا يبين موافقة المستجيبين على المحور لاختلاف المتوسط الحسابي عن درجة الحياد.

التوصيات: بعد أن استعرضنا أهم النتائج خلصنا إلى التوصيات التالية:

- 1) الواقع الفعلي للنشاط الإعلامي في المؤسسات الخيرية دون التأثير والمستوى المطلوب.
- 2) ينبغي على الجمعيات الخيرية تفعيل الجانب الإعلامي فيما يخص الصدقات والتبرعات.
- 3) استخدام وسائل الاتصال الحديثة وتوظيفها لنشر ما يتعلق بالجمعيات الخيرية.
- 4) هنالك العديد من التحديات والمعوقات لتفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية ينبغي التصدي لها وتسخير كافة الإمكانيات لتجاوزها والتعاون المستمر بهذا الصدد
- 5) هنالك العديد من الطرق لتفعيل الجانب الإعلامي في المؤسسات الخيرية .
- 6) مصادر تمويل المؤسسات الخيرية الخاصة بالتبرعات والصدقات لا تزال قاصرة ولا تحقق الأهداف المرجوة
- 7) مشاركة العاملين في التصدي للتحديات والمعوقات التي تواجه تفعيل الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات في الجمعيات الخيرية.
- 8) إجراء المزيد من الدراسات لدراسة الجانب الإعلامي للصدقات والتبرعات وتأثيرها على الاقتصاد الإسلامي

المراجع:

1. إدارة العمل التطوعي واستفادة المنظمات الخيرية والتطوعية رؤية للخدمة الاجتماعية. د. أيمن يعقوب. د. عبدالله السلمي. ط/ جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية. الأولى 1426هـ.
2. الإسهام الاقتصادي والاجتماعي للمنظمات الأهلية في الدول العربية. مجموعة مؤلفين. الشبكة العربية للمنظمات الأهلية. دون ذكر لتاريخ الطبع.
3. الأهداف العامة والأسس الإستراتيجية (الخطة التنموية الثامنة) (1425/1426هـ - 1429/1430هـ) وزارة الاقتصاد والتخطيط بالمملكة العربية السعودية.

تفعيل الجانب الإعلامي للتبرعات والصدقات وأثره في تنمية الاقتصاد الإسلامي

4. بحث الجمعيات الخيرية والشباب (تحصين وتأهيل) عمر بن نصير البركاتي. ورقة عمل في الملتقى الثاني للجهات الخيرية بالمدينة المنورة.
5. تطور دراسة المجتمع المدني في دول مجلس التعاون الخليجي. حسنين توفيق إبراهيم. ط/ مركز الخليج للأبحاث. الأولى 2007م.
6. التطوع مفهومه وأبعاده ومراميه وعلاقته بالرعاية الاجتماعية والعمل الاجتماعي والخدمة العامة والتكافل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية والخدمة الاجتماعية (نظرة تحليلية وصفية) أ. د. محمد الديب. ورقة عمل في المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية. جامعة أم القرى بمكة. 1418هـ.
7. التطوع مفهومه وأهميته وآثاره الفردية والاجتماعية وعوامل نجاحه ومعوقاته. المقدم مساعد اللحياني. ورقة عمل في المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية. جامعة أم القرى بمكة. 1418هـ.
8. التنمية الإدارية رؤى ومفاهيم عصرية تنتظر التطبيق. أ.د. عامر الكبيسي. ضمن سلسلة كتاب الرياض. ط/ مؤسسة اليمامة الصحفية بالرياض. 2007م.
9. جريدة الرياض العدد (14166) بتاريخ: السبت 19/ربيع الأول/ 1428هـ.
10. جريدة الوطن السعودية العدد (755) بتاريخ 18/8/1423هـ.
11. الجمعيات الخيرية بالمملكة العربية السعودية في عهد خادم الحرمين الشريفين. أ.د: زيد الزيد. ط/ وزارة التعليم العالي والجامعات السعودية ضمن السلسلة الصادرة بمناسبة مرور (20) عام على تولي خادم الحرمين الشريفين الملك فهد رحمه الله مقاليد الحكم.
2. دراسة العطاء الاجتماعي في مصر. مكتبة المركز الدولي (مداد) بجدة.
3. الدور التنموي والتربوي للجمعيات الأهلية والتعاونية في مصر. عبدالغفار شكر. ط/الهيئة المصرية العامة للكتاب. مشروع القراءة للجميع 2005م.
4. صندوق الزواج وإسهاماته في تفعيل السياسة الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة. جمال بن عبيد البح. ورقة عمل في اللقاء العلمي حول الدور التنموي الجديد لمؤسسات العمل الاجتماعي التطوعي بدوب مجلس التعاون الخليجي . الرياض . وزارة الشؤون الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية.
5. العمل الاجتماعي التطوعي مع التركيز على العمل التطوعي في المملكة العربية السعودية. عبدالله العلي النعيم. ط/ مكتبة الملك فهد الوطنية . الرياض. 1426هـ.
6. العمل التطوعي في دول مجلس التعاون منطلقاته وآفاقه د. عدنان القرشي. ورقة عمل في اللقاء العلمي حول الدور التنموي الجديد لمؤسسات العمل الاجتماعي التطوعي بدول مجلس التعاون الخليجي . الرياض . وزارة الشؤون الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية.
7. العمل الخيري والإنساني في دولة الإمارات العربية المتحدة دراسة ميدانية لعينة من العاملين والمتطوعين في الجمعيات الخيرية. طلعت إبراهيم لظفي. ط/ مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية. الأولى 2004م.
8. العولمة وتأثيراتها على العمل التطوعي الجمعيات التطوعية في دول مجلس التعاون الخليجي نموذجاً. د. علي الطراح. ورقة عمل في اللقاء العلمي حول الدور التنموي الجديد لمؤسسات العمل الاجتماعي التطوعي بدوب مجلس التعاون الخليجي . الرياض . وزارة الشؤون الاجتماعية بالمملكة العربية السعودية.

9. فن الإدارة. بيتر دركر. تعريب عبدالمهادي الميداني. ط/ مكتبة العبيكان. الأولى 1425هـ.
10. القائمة الإخبارية للمركز الدولي للأبحاث والدراسات (مداد) (العمل الخيري اليوم).
11. قرار مجلس الخدمة المدنية رقم (1030) بتاريخ: 1406/7/8هـ ورقم (248/3) بتاريخ: 1412/5/27هـ. النظام من موقع الهلال الأحمر السعودي.
12. القطاع الخيري ودعاوى الإرهاب. د. محمد السلومي. ط/ مجلة البيان. الرياض.
13. محاضرة العمل الخيري الإسلامي في ضوء التحديات المعاصرة. الدكتور علي بن إبراهيم النملة وزير الشؤون الاجتماعية سابقاً. الجامعة الإسلامية بالمدينة المنورة.
14. موقع العطاء من أجل التنمية.
15. موقع شبكة التطوع الكويتية.
16. موقع وزارة الخارجية الأمريكية.
17. رؤية تكاملية شمولية لتنسيق العمل الخيري التطوعي في المملكة العربية السعودية، فريد قرشي، مكة المكرمة، جامعه أم القرى، أبحاث وأوراق عمل المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، 1418هـ.
18. دور المؤسسات في الخدمات التطوعية بالمملكة العربية السعودية، مكة المكرمة، جامعه أم القرى، أبحاث وأوراق عمل المؤتمر العلمي الأول للخدمات التطوعية بالمملكة مانع الجهني، العربية السعودية، 1418هـ.
19. تنمية الموارد البشرية والمالية في المنظمات الخيرية، سليمان العلي، واشنطن، مؤسسة أمانة، 1416هـ.
20. دور وسائل الإعلام في بناء ملكة التفكير السديد لدى الطلاب، سيد محمد ساداتي الشنقيطي، ط2، الرياض، دار الفضيلة، 1422هـ.
21. الإعلام السعودي في خدمة القرآن الكريم، محمد المخلف، المدينة المنورة، مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف ، ندوه عناية المملكة بالقرآن الكريم وعلومه، 1422هـ.
22. أثر وسائل الإعلام على الطفل، عمان الأردن، د. صالح دياب هندي، دار الفكر ط3، 1422هـ.
23. نحو خطة إعلامية لخدمه الإعلام الخيري، عادل فهمي البيومي، (مقال لم ينشر).
24. التخطيط الإعلامي المفاهيم والإطار العام، حميد الدليمي، عمان الأردن، دار الشروق، 1998م.
25. الأبعاد المستقبلية للتخطيط الإعلامي في الوطن العربي، أحمد صدقي الدجاني، القاهرة، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1980م.
26. محاضره نحو تفعيل الإعلام الخيري، عبدا لقادر طاش، جدة، الجمعية الخيرية لتحفيظ
27. العمل التطوعي آفاق وضوابط، طالب بن محفوظ، جده، صحيفة عكاظ صفحه الفكر الإسلامي(بتصرف).