**المملكة العربية السعودية**

**وزارة التعليم العالي**

**جامعة أم القرى**

**معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج**

 **قسم البحوث والشؤون الإعلامية**

**بحـــــث**

**مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي**

 **(دراسة استطلاعية(**

**إعـــــــــداد**

**د/ إيمان فتحي عبد المحسن حسين**

أستاذ مساعد بقسم الإعلام

كلية العلوم الاجتماعية

1434ه

**الفهرس**

|  |  |
| --- | --- |
|  **المحتوي** | **الصفحة** |
| **المقدمة** | **3** |
| **مشكلة الدراسة وتساؤلاتها** | **4** |
| **أهمية الدراسة** | **5** |
| **أهداف الدراسة** | **5** |
| **الدراسات السابقة** | **10:6** |
| **فروض الدراسة** |  |
| **نوع ومنهج الدراسة** | **10** |
| **مصطلحات الدراسة** | **10** |
| **عينة الدراسة** | **11** |
| **ادوات الدراسة** | **11** |
| **المعاملات الاحصائية** | **11** |
| **الاطار النظري** | **19:12** |
| **أولا: التوعية الإعلامية للجمهور** | **16:13** |
| **ثانيا: الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام** | **19:16** |
| **نتائج الدراسة** | **20-39** |
| **أهم نتائج الدراسة** | **40-41** |
| **التوصيات المقترحة** | **42** |
| **المراجع** | **43-44** |
| **الملاحق** | **45-53** |

**مقدمة**

فرض الإعلام الجديد بتطبيقاته المتعددة واقعاً إعلامياً جديداً بكل المقاييس، حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار، واختراق كافة الحواجز المكانية والزمنية والتنوع اللامتناهي في الرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، لما يملكه من قدرات ومقومات الوصول والنفاذ للجميع، وامتداده الواسع بتقنياته وأدواته واستخداماته وتطبيقاته المتنوعة بلا حدود أو حواجز أو فوارق ونحو عصر جديد من التفاعلية والتواصل الإنساني وحرية الرأي والتعبير ، وتدعيم دور المتلقي ليصبح متلقياً ، ومنتجاً ، ونشطـاً ، ومرسـلاً في نفس الوقت دون قيد، أو رقابة ، ووفقاً للمعايير التي يختارها ويحددها ، ونجد في الآونة الأخيرة زيادة الإقبال على الإعلام الجديد وتطبيقاته المتنوعة للحصول على المعلومات ، ومن التطبيقات التي يقبل الجمهور على استخدامها بكثرة التطبيقات الإذاعية المختلفة عن طريق مواقع الانترنت من يوتيوب، و فيسبوك ، والإذاعة الالكترونية عبر الانترنت والتي أصبحت تبث عن طريق الجوال ، و الآي فون ، والآي باد ، وذلك للحصول على المعلومات عن كافة الموضوعات من خلال برامجها الثقافية والحوارية والإخبارية المتنوعة والتي تتميز بمصداقية خبرها ،لذا لاحظت الباحثة انتشار أجهزة الإعلام الجديد بصورة كبيرة بين حجاج ومعتمرين بيت الله الحرام خاصة مع رخص ثمنها لذا وجدت الباحثة ضرورة التعرف على مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي.

**أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها :**

نظراً لتعدد واختلاف المعلومات التي يتم بثها عبر التطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد ، من خلال برامجها الثقافية ، والإخبارية المختلفة ، والتي انتشرت بصورة كبيرة في الآونة الأخيرة ، وأصبحت في متناول يد الغالبية العظمى من الحجاج والمعتمرين رغم اختلاف ثقافتهم ولغاتهم ، وذلك لإمكانيات أجهزة الإعلام الجديد المتنوعة والتي تشمل تغيير لغة البرامج المذاعة عبر التطبيقات الإذاعية بها، لذا وجدت الباحثة ضرورة التعرف على التوعية المقدمة للحجاج والمعتمرين من خلال تلك التطبيقات ، ومدى فاعليتها في تقديم تلك التوعية.

**ومن هنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي**:

##### " ما مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي ؟"

##### تساؤلات الدراسة :

1. ما مدى استخدام الجمهور لأجهزة الإعلام الجديد؟
2. ما مستوى تعرض الجمهور ( عينة الدراسة ) للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين ؟
3. ما درجة اعتماد الجمهور ( عينة الدراسة ) على التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين في الحصول على المعلومات؟
4. ما مدى استفادة الجمهور ( عينة الدراسة ) من التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين ؟ وما أوجه الاستفادة إن وجدت؟
5. ما أهم المعلومات التي اكتسبها الجمهور ( عينة الدراسة ) من التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين ؟
6. ما مدى اهتمام الجمهور بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين ؟
7. هل يوافق الجمهور ( عينة الدراسة ) على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟ ولماذا؟
8. ما أوجه الاستفادة التي سيحصل عليها الجمهور من وجهة نظره عند بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟
9. أيهما يفضل الجمهور (عينة الدراسة) التطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد أم بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟
10. ما الاقتراحات التي يقدمها الجمهور لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟
11. ما الاقتراحات التي يقدمها الجمهور لزيادة فاعلية التطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين؟

**ثانياً: أهمية الدراسة**

(1) المكانة الخاصة للمسجد الحرام في قلوب المسلمين**.**

(2) أهمية الدور التوعوي لأجهزة الإعلام الجديد المقدم للحجاج والمعتمرين عبر التطبيقات الإذاعية بها.

(3) تكدس الحجاج والمعتمرين من زائري المسجد الحرام والذي يزداد كل عام حتى يتعدى المليار زائر، مما يزيد من أهمية معرفة مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد للحجاج والمعتمرين .

(4) تأمل الباحثة من خلال هذه الدراسة في إضافة جديدة للمكتبة الإعلامية ، حيث أن هناك ندرة في الدراسات التي تناولت التطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد.

**ثالثاً: أهداف الدراسة :**

1. التعرف على مدى استخدام الجمهور لأجهزة الإعلام الجديد.
2. التعرف على مستوى تعرض الجمهور ( عينة الدراسة ) للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين .
3. معرفة درجة اعتماد الجمهور ( عينة الدراسة ) على التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين في الحصول على المعلومات.
4. معرفة مدى استفادة الجمهور ( عينة الدراسة ) من التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين ،وأوجه الاستفادة إن وجدت.
5. رصد أهم المعلومات التي اكتسبها الجمهور ( عينة الدراسة ) من التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين .
6. معرفة مدى اهتمام الجمهور بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين .
7. التعرف على مدى موافقة الجمهور ( عينة الدراسة ) على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم. وأسباب ذلك.
8. رصد أوجه الاستفادة التي سيحصل عليها الجمهور من وجهة نظره عند بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.
9. معرفة أيهما يفضل الجمهور (عينة الدراسة) التطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد أم بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.
10. التعرف على الاقتراحات التي يقدمها الجمهور لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.
11. التعرف على الاقتراحات التي يقدمها الجمهور لزيادة فاعلية التطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين.

**رابعاً : الدراسات السابقة**

تستهدف عملية مراجعة التراث العلمي بشكل أساسي استجلاء المفاهيم النظرية والمنهجية المتعلقة بالمتغيرات محل الدراسة والعلاقات القائمة فيما بينها ، بما يساهم إيجابياً في البناء النظري والتصميم المنهجي للدراسة ، وفي هذا الصدد فهناك عدة دراسات تقترب من موضوع الدراسة الحالية وتمثلت تلك الدراسات فيما يلي:

1. **دراسة : فريق البحث العلمي 1411ه**

بعنوان : دراسة لاستجابة الحجاج لوسائل التوعية والإعلام

هدفت الدراسة إلى التعرف على أكثر الوسائل الإعلامية فعالية في توعية الحجاج، وكذلك التعرف على أفضل أماكن وأوقات إيصال التوعية ، و قد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، وتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات **وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:**

1. أن غالبية الحجاج يفضلون قراءة الصحف كوسيلة للإفادة من الوقت في البلاد التي قدموا منها، ورغبة في إمكانية استخدام هذه الوسيلة كأهم رافد توعوي عن الحج ، وما سيقابله الحجاج أثناء وجودهم في الأراضي المقدسة.
2. أن المسجد هو المكان المناسب لدي غالبية الحجاج لتلقي التوعية خلال أيام الحج، يليه في المرتبة الثانية السكن في مكة المكرمة أو المخيم في المشاعر وكذلك مقر بعثة الحج.
3. أظهرت النتائج أن معظم الحجاج لا يحرصون على متابعة وسائل الإعلام السعودية (صحف، مذياع، تلفاز) وذلك خلال تواجدهم في السعودية ، وقد يكون من أحد الأسباب عدم توفير تلك الوسائل الإعلامية لهم.([[1]](#footnote-1))

 **(2)دراسة : عبد الله عواض العتيبي و علي سعيد العسيري 1414ه**

**بعنوان "** نظم وقنوات الاتصال في الحج "

وتهدف الدراسة لمعرفة قنوات اتصال المعلومات للحجاج أثناء أداء الحج ، والتعرف على الوسائل الأكثر شيوعاً منها ؛ **وكان من نتـائج هذه الدراسة :**

أن نسبة كبيرة من الحجاج (73%) قابلت صعوبات أثناء محاولة الحصول على المعلومات المختلفة المتعلقة باحتياج الحاج أثناء أداء المناسك ،وكذلك أشارت الدراسة إلى أكثر مصادر المعلومـات إفـادة للحجـاج وكانت " دليل الحـاج" ثم " مرشد الحاج من بلده ، ثم " أحد الحجاج المرافقين " (1).

(3)**دراسة : أسامة صالح حريري 1419 هـ**

 **بعنوان** " مصادر معلومات جماهير الحج "

 هدفت الدراسة إلى محاولة لاستقصاء مصادر المعلومات لدى الحجيج لمعرفة تأثيرها في سلوكهم ، و قد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، وتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات **وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:**

* إن أكثر مصدر للمعلومات لجماهير الحجيج هو المحاضرات في المملكة ، أما في بلادهم فإن الشئون الإسلامية قد استحوذت على أكبر نسبة ؛ وهذا مؤشر على الجهة الأهم للتنسيق المستقبلي قبل قدوم الحاج ، وكذلك الاستعانة بقادة الرأي ومرشدي المجموعات لإلقاء المحاضرات(2). .[[2]](#footnote-2)

 **(4) دراسة: فهد عبدالله النفيعي (1420هـ)**

**بعنوان:** دور الاتصال والإعلام في توعية الحجاج بأمور السلامة خلال موسم حج عام 1416هـ.

**هدفت الدراسة إلي:**

1. أفضل وسائل الاتصال والإعلام العامة والخاصة التي يمكن استخدامها للتوعية في الحج .
2. أماكن الاتصال المناسبة سواء في بلد الحاج او وسيلة المواصلات او محطات القدوم آو خلال فترة تواجد الحاج في المملكة .

**-وتمثلت نتائج الدراسة على النحو التالي :**

1. أن نسبة الحجاج الذين تلقوا توعية في بلادهم بلغ 47.5% أفاد نسبة 52.3% أنهم لم يتلقوا أي توعية في بلادهم .
2. بالنسبة لمدى مساهمة وسائل الاتصال والأعلام في توعية الحجاج في بلادهم فقد بلغ متوسط من تلقوا التوعية من خلال المراكز الإسلامية في بلدهم 3.21% وتلي ذلك من تلقى التوعية من خلال برامج خاصة تقدمها بعثات الحج بمتوسط بلغ 3.08% ومن ثم الدورات التدريبية حيث بلغ المتوسط 3.07% . أما وسيلة

( التلفزيون والصحافة والإذاعة ) لم تنل درجة كبيرة من المساهمة في إيصال التوعية.

1. أما بالنسبة لوسائل الاتصال والإعلام التي يرى المبحوث أهميتها في إيصال التوعية الوقائية إليه في بلدة فقد احتلت بعثات الحج المركز الأول حيث بلغ متوسط من أفاد بأهميتها 3.70% وتلي هذه الوسيلة التلفزيون بمتوسط 3.56% ومن ثم الإذاعة بمتوسط 3.48% ومن ثم المحاضرات والندوات بمتوسط 3.46% .
2. أما توعية الحجاج أثناء انتقالهم إلى المملكة ( طائرة ، سفينة ، سيارة ) فقد أفاد نسبة 70.1٪ أنهم لم يتلقوا أي توعية أثناء انتقالهم إلى المملكة و 28.1٪ تلقوا توعية أثناء انتقالهم .
3. أما بالنسبة لوسائل الاتصال والإعلام التي يرى المبحوث أهميتها في إيصال التوعية الوقائية اليه أثناء الانتقال من بلدة إلى المملكة فقد احتلت وسيلة المرشد المرافق مع البعثة المرتبة الأولى تلي هذه الوسيلة النشرات والكتيبات في المرتبة الثانية ومن ثم أشرطة الفيديو وأخيرا أشرطة الكاسيت.
4. أما بالنسبة لتوعية الحـجاج أثناء تواجدهم في محطات القدوم ( الميناء ، المطار ) فقد أفاد نسبة 58.3 ٪ أنهم لم يتلقوا توعية أثناء تواجدهم في محطات القدوم كما أفاد نسبة 39.6٪ أنهم قد تلقوا توعية .
5. أما بالنسبة لأفضل الوسائل التي يرى المبحوث إمكانية نشر التوعية من خلالها في محطات القدوم فقد احتلت اللوحات الإرشادية المرتبة الأولى ثم النشرات ثم المرشد ثم الإذاعة ثم الفيديو وأخيراً رجال الأمن والجمارك .
6. أما بالنسبة لتوعية الحجاج اثناء تواجدهم في المملكة العربية السعودية فقد أفاد نسبة 48.6٪ أنهم قد تلقوا توعيـة أثناء تواجدهم في المملكة كما أفاد نسبة 47.6٪ أنهم لم يتلقوا أي توعية . وبالسؤال عن كيفية الحصول على هذه التوعية أفادوا عن طريق بعثة الحج ثم اللوحات الإرشادية ثم المحاضرات والندوات ثم مرشد مؤسسات الطوافة ثم الأصدقاء ثم أئمة المساجد ثم النشرات الخاصة بالحج ثم رجال الأمن .
7. أما بالنسبة لوسائل الاتصال والإعلام التي يرى المبحوث إمكانية نشر التوعية من خلالها بالمملكة مرتبة حسب أهميتها فقد أحتلت اللوحات الإرشادية المرتبة الأولى ثم النشرات والكتيبات ثم الصحف السعودية بلغة الحاج ثم إذاعات خاصة بالحج ثم المحاضرات والندوات ثم مؤسسات الطوافة ثم أئمة المساجد ثم رجال الأمن[[3]](#footnote-3)(1).
8. **دراسة : أسامة صالح حريري 1423 هـ**

**بعنوان :** قياس رجع الصدى لإذاعة التوعية في الحج

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقعيه واحتياجات الجمهور بعد البث الإذاعي إليه من خلال قياس رجع الصدى من خلال استمارة استبيان لجمع البيانات

**وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:**

1. جاءت نسبة 88.3% لا يعرفون بوجود مذياع في الحافلة.
2. اثبتت الدراسة ان 83.8% لا يستمعون للإذاعة .
3. أهم سبب عدم التعرض لبرنامج التوعية في الحج هو عدم العلم بها.(1)[[4]](#footnote-4)
4. **دراسة : محمد بن علي الشريف 1425هـ**

**بعنوان :** احتياجات المعتمرين التوعوية

هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على أنسب الوسائل ومصادر المعلومات التي يمكن أن يحصل المعتمرين عن طريقها على المعلومات الإرشادية ، وكذلك الإسهام في تحديد الرسائل التوعوية التي يحتاج إليها المعتمر وأفضل الوسائل المناسبة لحمل هذه الرسائل إليه.

وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، و تكون مجتمـع الدراسة من المعتمرين الذين أدوا مناسك العمرة خلال شهري : شـعبان ورمضـان من عـام 1424هـ ، وتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات **وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:**

1. أن المعتمرين يحتاجون إلى معلومات في جميع المجالات المختلفة ؛ لذا لابد أن يكون الإرشاد والأدلة الإرشادية شاملة لجميع الاحتياجات ، وأن تكون الأولوية للمعلومات المتعلقة بالتنقلات اليومية من وإلى مقر الإقامة والمعلومات المتعلقة بالمرافق العامة والمعلومات المتعلقة بأداء النسك.
2. آلية إمداد المعتمر بالمعلومات الإرشادية التي يحتاجها أثناء تأدية النسك هي مرشد ديني من بلد المعتمد ، حيث أفاد بذلك ( 68.2% ) من المبحوثين ، ثم يأتي بعد ذلك أحد المرافقين ، ومرشد مؤسسة العمرة ، والكتب الإرشادية ، ومرشدو التوعية في المملكة ، والمحاضرات ،ووسائل الإعلام المختلفة .(1)[[5]](#footnote-5)
3. **دراسة :أسامة صالح الحريري 1425ه**

**بعنوان :**تحليل البث الإذاعي لقناة الاتصال الجماهيري ( إذاعة الحج بمنى) من خلال منظور الخماسية

هدفت الدراسة إلى استقصاء محتوى المادة الإعلامية التي تم بثها عبر قناة (إذاعة الحج بمنى) وذلك من خلال أداة تحليل المضمون طوال فترة البث

**وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:**

1. ارتفاع كل من نسبة ( الاتصال الرباني) وكذلك هدف القدوة والتي وصلتا المعلومات الشرعية في المجتمع السعودي الذي يؤكد على البعد الرباني في الاتصال وعلى القدوة كوسيلة للوصول إلى هذا الهدف.
2. ارتفاع نسبة ( الاتصال الذاتي) والتي وصلت إلى 75.3%هو مؤشر جيد كذلك لمسار المعلومات ولشخصية المجتمع السعودي المتناصح.
3. انخفاض نسبة الاتصال الجماهيري 58.3% هو مؤشر جيد رغم انخفاضه حيث يبين خصوصية هذا الاتصال وانحصاره على الفئة المختصة التي لديها حق الفتوى والارشاد والاتصال الجماهيري.(2)

**خامساً: فروض الدراسة**

1. توجد فروق إحصائية في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور.
2. توجد فروق ذات دلالة احصائية في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور ـ إناث) في معدل الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك لصالح الذكور.
4. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي وبين معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي.
5. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي وبين زيادة اعتمادهم على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات المختلفة.
6. توجد فروق إحصائية في معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث.

**سادساً: نوع ومنهج الدراسة**

**نوع الدراسة :**

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتي من خلالها تسعى الباحثة الى التعرف على مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي.

**منهج الدراسة :**

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة.

**سابعاً: مصطلحات الدراسة**

**الفاعلية التوعوية( تعريف إجرائي)**

تقصد بها الباحثة في هذه الدراسة مدى نجاح البرامج الإذاعية عبر التطبيقات الإذاعية في توعية الجمهور من الحجاج والمعتمرين وتقديم المعلومات المفيدة لهم.

**التطبيقات الإذاعية( تعريف إجرائي)**

تقصد بها الباحثة في هذه الدراسة البرامج الإذاعية المقدمة عبر الأثير الفضائي بأجهزة الإعلام الجديد.

**أجهزة الإعلام الجديد ( تعريف إجرائي)**

تقصد بها الباحثة في هذه الدراسة الآي فون ، والآي باد ، والجوال المحمول، واللاب توب، وكافة الأجهزة الحديثة التي تستقبل البرامج الإذاعية عبر الانترنت.

**ثامناً: عينة الدراسة**

ستقوم الباحثة بتطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة موزعة كالتالي:

(200 مفردة من الذكور) من زائري الحرم المكي ، (200 مفردة من الإناث) من زائرات الحرم المكي.

**تاسعاُ: أدوات الدراسة**

**تتمثل أدوات الدراسة الحالية في :**

-استمارة استبيان إعداد الباحثة

**عاشراُ: المعاملات الإحصائية**

**بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية ، تم ترميز البيانات وإدخالها إلي الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية " SPSS " Statistical Package for the Social Science**

**وتم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:.**

1. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
3. معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين المتغيرات.
4. اختبار كا2 Chi Square Test . لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية ( Nominal ).
5. معامل كرامرز في Cramer,S V. . والذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70
6. اختبار T- Test وهو أسلوب إحصائي بارامترى لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio ) .

**حادي عشر: الإطـــار النظري**

**أولا: التوعية الإعلامية للجمهور**

تعتبر التوعية الإعلامية للجماهير باختلاف فئاتها من خلال وسائل الإعلام من أنجح الوسائل للوصول للأهداف المراد تحقيقها من خلال هذه الوسائل سواء كانت وسائل مرئية او مطبوعة أو مسموعة فلكل وسيلة من هذه الوسائل الإعلامية مميزاتها التي تمكنها من بلوغ مقاصدها التي تهدف إليها حيث نجدا ان لوسائل الإعلام دورا فعال في التوعية باختلاف موضوعاتها.

**وخاصة بعد ان أصبحت لوسائل الإعلام في المجتمع الديمقراطي العديد من الوظائف المتميزة، وإحدى هذه الوظائف هي وظيفة الإعلام والتثقيف و التوعية. ولكي يتخذ المواطنون قرارات حكيمة حول سياسة عامة، يجب أن يحصلوا على معلومات صحيحة تصلهم في الوقت المناسب وتكون غير منحازة. ونتيجة لاختلاف الافكار يحتاج الناس أيضا إلى التمكن من الاطلاع على أكثر من وجهات النظر و الآراء بشأن القضايا الهامة، وعلى وسائل الإعلام ان تقرر ما هي تلك القضايا التي تعتبرها جديرة بتغطيتها وما هي التي لا تستحق الاهتمام بها وتغطيتها. لان هذه القرارات ستؤدي بدورها إلى التأثير في مفهوم الجمهور لماهية القضايا المهمة والقضايا الأهم، و ليس في وسع وسائل الإعلام تغطية أنباء كل حدث وكل شيء، ولكن يصبح لزاما عليها أن تختار القضايا التي تهم و تهتم بالمجتمع .**

 **وتستطيع وسائل الإعلام أيضا أن تقوم بدورها الأكثر فعالية في النقاش العام فباستطاعتها عبر تعليقاتها وتحقيقاتها أن تعبئ الناس لتأييد سياسات معينة أو اصلاحات تشعر بأنه يجب تطبيقها، ويمكنها كذلك أن تعمل كمنبر للمنظمات والأفراد للتعبير عن آرائهم و ردودهم المختلفة عبر رسائل القراء ونشر المقالات والتعليقات التي تحمل وجهات نظر مختلفة لمختلف شرائح المجتمع. وهناك وظيفة اخرى لوسائل الإعلام وهي العمل كرقيب على الحكومة وغيرها من المؤسسات القوية في المجتمع. وبوسعها الكشف عن الفضائح و الاخطاء و خرق قواعد حقوق الانسان التي ترتكب من قبل الحكومات و، كذلك محاسبة المسؤولين على تصرفاتهم.
ووسائل الاعلام في النظام الديمقراطي لا تستطيع ببساطة تجاهل قضايا معينة أو استغلالها كما تشاء، فلوسائل الإعلام المنافسة، كما للحكومة نفسها الحرية في لفت اهتمام الجمهور إلى ما تعتبره هي القضايا المهمة، وان حرية الكلام هي شريان الحياة لأي نظام ديمقراطي، فالتحاور والنقاش والتصويت، والاجتماع والاحتجاج، والعبادة وضمان العدالة للجميع، كل هذه أمور تعتمد على حرية الكلام و ابداء الرأي، ويعيش المواطنون في النظام الديمقراطي مقتنعين بأنه من خلال التبادل الحر للأفكار والآراء تنتصر في النهاية الحقيقة على الباطل، ويمكن فهم اراء الآخرين بشكل أفضل، وتتحدد في شكل افضل مجالات التفاهم، ويفتح سبيل التقدم، وكلما زاد قدر هذا التبادل كلما كان ذلك أفضل. ويقول الكاتب الأمريكي إي بي وايت "إن الصحافة في بلدنا الحر هي صحافة موثوقة ومفيدة لا بسبب طبيعتها الطيبة بل بسبب تنوعها الكبير، وما دام هناك عدد كبير من أصحاب المؤسسات الصحفية، كل يحاول تبيان ما يراه من حقيقة، تتوفر لنا نحن الشعب فرصة أفضل لمعرفة الحقيقة والخروج من الظلمة.. ففي كثرة العدد سلامة.**

**ومن ذلك يتضح الدور الفعال لوسائل الاعلام في التوعية ونشر الحقائق وتحقيق الاهداف المختلفة .**

**فعلي صعيد الإذاعة كأحد وسائل الإعلام نجد أن لها دوراً هاماً في التوعية بأي موضوع ترغب في نشره والأعلام عنه أية جهة خاصة بعد انتشار شبكه الأعلام، ولان الأعلام عن طريق هذين الجهازين يصل إلى الكافة. كما أن جزءا كبيرا من أفراد الشعب يعتبرون جهازي التلفزيون والراديو هما المعلم بالنسبة لهم ويأخذون ما يتلقون عنه في شكل مسلمات ويتمثل دور هذه الأجهزة سواء باستخدام المواد الإعلانية المباشرة واستغلال بعض البرامج التي لها دور ايجابي في التوعية باختلاف مجالاتها لقدرتها التأثرية الهائلة علي الجمهور.
وبما أن الغاية الأساسية من ممارسة الإعلام هي الإقناع عن طريق تزويد الجمهور بالمعلومات والحقائق التي تعبر تعبيرا موضوعيا عن عقليته واتجاهاته وميوله ،وإذا كانت الوظيفة الإعلامية تسعى إلى التعبير عن الواقع ، أو نقل الخبرات العملية ، فانه بإمكان الوسائل التي أفرزتها ثورة الاتصالات أن تضاعف مدى انتشار الرسالة الإعلامية حتى بين الذين لا يستطيعون قراءة الكلمة المكتوبة، فالتطور في وسائل الاتصال يساعد في توسيع نطاق المعرفة وتهيئة قنوات اتصال يستطيع كل صاحب رسالة أن يصل بها فئات كبيرة من الجماهير.
وما سبق يقود إلى تبني افتراض قوي بوجود علاقة بين الإعلام وتنمية الوعي بالمجلات المختلفة، إذ أن التوعية بالمجالات والقضايا المختلفة التي تتطلب انتشارها .**

 **وهناك العديد من الخيارات المتاحة لاستغلال وسائل الإعلام في نشر الرسالة التوعوية وسط الفئات المستهدفة وذلك علي النحو التالي:**

**أـ الإعلام المسموع: ويتم من خلال الكلمة المسموعة في الإذاعات والمحاضرات والندوات والخطب... وتعد الكلمة المسموعة أقدم وسيلة استعملها الإنسان في الإعلام، وأهم ما يميزها هو طريقة أدائها، إذ يلعب الصوت دوراً بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي بما يحمل من خصوصيات في التنغيم والنبر والجهر والهمس، وتصحب الكلمة المسموعة أحياناً الموسيقى فتزيدها طاقة كبرى على الإيحاء والوهم والتخيل، وعملاً على استثارة الحلم.
ب- الإعلام الإلكتروني : ويتمثل في إنشاء صفحات على الشبكة العنكبوتية إضافة إلى الإعلانات ، وقد زادت أهميتها بازدياد أهمية شبكة المعلومات العالمية كوسيط إعلامي هائل وتطورت إعلاناتها حتى وصلت إلى المستوى المتقدم الذي نراه في العالم من حولنا. إضافة إلى الإعلانات على شاشة الهاتف الجوال بعد ازدياد عدد مستخدميه حول العالم فأصبح وسيلة إعلامية هامة.**

**ومن هنا تتضح اهمية وسائل الاعلام في المجالات المختلفة وخاصة في المجال التوعوي لجميع الجماهير وتزادا اهمية وسائل الاعلام في التوعية في فترات الحج والعمرة وتزداد الجرعة الاعلامية للمعتمرين والحجاج بما يسهل عليهم أداء الفريضة بالطريقة الصحيحة وتجنب الأخطاء التي قد يقع فيها العديد نتيجة لعد توفر خلفية توعوية لديهم عن النسك الذي يقومون بتأديته**[[6]](#footnote-6)(1).

**ثانيا:** الإذاعة

**تمثل الإذاعة أهمية متعاظمة بالنظر لما تجده من تجاوب جمهور المتلقين والاثر الذي تحدثه على الراي العام فالعمل الإذاعي ذا مكانة هامة جداً فهو وسيلة لأخذ المعلومة و للترفيه، لذا فإن النشر عبر الإذاعة ذا أهمية قصوى في تبليغ الرسالة للمجتمع بكافة أشكاله وأنواعه.**

أولاً : بدايات الإذاعة:

أجمعت المراجع العلمية على اسناد فضل اختراع الراديو إلى (جوجليمو ماركونى 1874 – 1937م) ، باعتباره أول من اكتشف واستخدام نظام ارسال واستقبال الاشارات الكهرومغناطيسية لاسلكيا. كان ذلك عام 1894م عندما استطاع ارسال اول إشارة إلى مسافة أربعة أمتار. ثم واصل تجاربه وتحسيناته لنظام الإرسال والاستقبال على مدى سبع سنوات ، حتى تمكن فى 12 سبتمبر 1901م من التقاط الإشارة اللاسلكية عبر المحيط .

والحديث عن اختراع الراديو او التلغراف لا يختلف عن غيره من المخترعات التى توصل إليها الإنسان فى أعقاب الثورة الصناعية ، فهو محصلة جهود وتجارب متعددة اشترك فيها الكثير من الهواة والفنانين والعلماء والباحثين ، لإنه يمثل حلقة فى سلسلة أعمال سبقته وأخرى لحقته. فقد بدأ محاولاه لإرسال صوته إلى مسافات باستخدام صدى الصوت فى الكهوف والمغارات. كما أن (داريوس) ملك الفرس استخدم أشخاصا يمتازون بأصوات قوية لإبلاغ رسائله إلى جنوده ، ثم توالت المحاولات ولكن ببطء لتطوير وسائل الاتصال حتى جاء ماركونى باكتشافه فى القرن التاسع عشر ، فقد بنى هذا المخترع اعماله على ما توصل إليه من سبقه. فقد أستخدم نظام (صمويل مورس) لارسال واستقبال الإشارة ، الذى توصل إليه قبل 45 عاماً. كذلك اعتمد ماركونى على نظرية جيمس ماكويل التى ذكر فيها أن موجات الضوء ما هى فى الواقع إلا موجات لقوى كهربائية مغناطيسية. وكان للعالم هنويك هيرتز دوره فى تحقيق صحة نظرية ماكويل وإثبات طبيعة الموجة اللاسلكية عملياً.

ومهما يكن فقد جاء اختراع الراديو ليضيف إلى حضارة الإنسان بعداً آخر ، ويفتح آفاقاً متعددة فى الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. وقد وصف (لارسين) هذا التطور بقوله (لقد زاد تقارب العالم من بعضه البعض وأصبحت الأنباء جديدة حقاً ، وانطوى الزمان والمكان فى أجزاء من الثانية ، وسواء أكان ذلك لسعادة الإنسان أم لشقائه فإن أمم الأرض ترتبط اليوم معاً عن طريق أسلاك وكابلات وموجات وذبذبات).

وفيما كان العلماء والباحثون المهتمون بتطوير وسائل الاتصال اللاسلكية يواصلون جهودهم على مدار الساعة ، وفيما كان القرن التاسع عشر يوشك على الرحيل ، كانت تعيش محبوسة الأنفاس للتغير الجدزى الذى يشق طريقه فى عمليات الاتصال ، تحمل لوءها إشارات مورس وهوائيات ونظام ماركونى الجديد.

 وكان طبيعياً أن تظهر أصوات تعارض مثل هذه التطورات ، فقد وقفت بعض الحكومات ضد تطوير وسائل الاتصال اللاسلكى مثل روسيا قيصر ، ووضعت دول أخرى قوانين وشروطاً صارمة أمام تطوير هذه التقنيات ، مثل فرنسا والولايات المتحدة ، فيما عمدت مؤسسات تجارية ، وعناصر مختلفة إلى وضع العراقيل والتشكيك فى جدوى ومصداقية هذه الوسائل الحديثة للاتصال .. وكان لابد للأزمة من انفراج ولابد للعلم والتقدم من أن ينتصر ، ففى عام 1899م جنحت إحدى السفن التجارية على رمال جودوين وأشرف بحارتها على الهلاك ، إلا أن إرسالهم إشارات الاستغاثة المعروفة لاسلكياً ساعد على إنقاذهم من موت محقق ، كذلك أمكن إنقاذ (1180) شخصاً من ركاب سفينة (تيتانك) العملاقة عام 1912م بينما كانت فى رحلتها الأولى والأخيرة لعبور المحيط ، عندما اصطدمت بكتلة هائلة من الجليد ، لكن استخدامها لإشارات الاستغاثة اللاسلكية دفع السفن لنجدتها وإنقاذ ما يمكن إنقاذه من ركابها [[7]](#footnote-7)(1)، ويورد كريم [[8]](#footnote-8)(2) حادث تصادم السفينتين (فلوريدا) و(ريبلك) على مقربة من شؤاطى نيويورك عام 1900م ، اللتان إشارات الاستعانة ، فأمكن إنقاذ جميع المسافرين والبحارة على السفينتين.

 وبالإضافة إلى عمليات الإنقاذ البحرى العديدة التى شهدتها تلك الفترة بفضل استخدام إشارات لاسلكية بسيطة وما ترتب عليها من إنقاذ أرواح آلاف الأشخاص ، فقد استخدمت تلك الإشارات لتعقب المجرمين والقبض عليهم ولنقل الأخبار أولا بأول سواء فى الرياضة أم فى السياسة ، كما حدث لنقل أنباء انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1916م .

 وخلال الفترة من 1904 – 1920م تضافرت جهود علمية ومعملية مكثفة اشترك فيها العديد من العلماء والباحثين والشركات لا فى دولة واحدة فقط ولكن فى العديد من الدول فى مقدمتها الولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا والنمسا وألمانيا وروسيا لتحقق إرسال المحادثات

والموسيقى لاسلكياً ، إلى جانب إشارة مورس الشهيرة. فقد استفاد كل من فورست من أمريكا وفون لين من النمسا عام 1906م من الكشف الذى توصل إليه العالم البريطانى فلنح عام 1904م حيث صنع صمام الترميونى الكاشف للموجات اللاسلكية المرتدة. وبذلك أمكن إرسال واستقبال الموجات الحاملة للمكالمات.

 وأخيرا تكللت جهود العلماء بالنجاح عام 1920م حيث ظهرت إلى الوجود أول إذاعة سمعية ذات برامج موسيقية وإخبارية منتظمة ، وكانت أحداث الساعة آنذاك هى انتخابات الرئاسة الأمريكية ، فتنافست محطتا "KDKA" فى بيتسبرج ومحطة "WWJ" فى دترويت فى إذاعة أخبار الانتخابات إلى القدر الذى نافست فيه إذاعات الهواء المنتشرة قبل ذلك التاريخ ، بل إنه بات من المتعذر تسجيل المحطة السابقة للأخرى فى البث الإذاعى.

وسرعان ما انتشرت حمى انشاء محطات الإذاعة إلى أوروبا ، حيث أقامت فرنسا إذاعتها عام 1922م.

ثانياً : خصائص الإذاعة كوسيلة إعلامية [[9]](#footnote-9)(1) :

**يمكن حصر أهم الخصائص التي يتسم بها الراديو كوسيلة إعلامية فى ما يلى :**

1- تتميز الإذاعة بما تقوم بها من دور فعال في تحرير خيال المستمع وإطلاقه بلا قيود.

2- لا يحتاج سماع الإذاعة لجهد وعناء ، كما هو الحال بالنسبة لقراءة الصحيفة أو مشاهدة التلفزيون.

3- تعتبر الإذاعة الوسيلة الوحيدة غير المرئية بين جميع وسائل الإعلام ، لذا يطلق عليه أساتذة وخبراء الإعلام والاتصال "الوسيلة العمياء" "Blind Medium" .

4- تتيح الإذاعة للمستمعين الأميين الذين لا يقرأون ولا يكتبون فرصة الحصول على الثقافة والمعرفة والمتابعة للأحداث والأنباء والأنشطة التي تقع في داخل الوطن وخارجه.

5- تعتبر الإذاعة فنا وجدانيا عاطفيا ، وهى سمة تنبهت لها الحكومات في العديد من دول العالم لإثارة المشاعر الشعبية الجارفة ، خاصة أثناء الأزمات والحروب ، فتسعى لتعبئة الرأي العام بالأغنى الوطنية والأناشيد الحماسية والنشرات الإخبارية المتلاحقة والتعليقات السياسية الساخنة.

6- يستطيع المستمع القيام بأنشطة مختلفة أثناء سماعه للإذاعة.

7- تخلق الإذاعة جوا من الألفة والصداقة بينه وبين مستمعيه ، ومن ثم فإن مستمع الراديو يتوقع دائما ان يستمع من هذا الجهاز لكل ما هو صادق وأمين و واقعى.

8- تبدو الأشياء التي يتم سماعها عبر الإذاعة وكأنها تحدث الآن ، أي "على الهواء" ، حتى أن العديد من المستمعين يعتقدون أن ما يسمعونه من برامج مسجلة على شرائط إنما هي برامج حية وفورية.

9- الإذاعة ليست تقارير عن أشياء حدثت في الماضي وإنما تقدم الأحداث فور وقوعها.

10- لا يتطلب الاستماع إلى الإذاعة سوى استخدام حاسة السمع فقط ، وبذلك ترتاح بقية الحواس لأداء دورها في وظائف أخرى.

11- الراديو صغير الحجم سهل الحمل يسهل نقله من مكان إلى آخر ، ولا يشغل حيزا كبيرا مما يجعله يؤدى دوره بكفاءة عالية دون أي عناء للمستمع .

12- يمكن باستخدام الصوت إضفاء الحيوية ، والقدرة على إقناع مستمعي النصوص الإعلانية مما يساعد – كما يقول خبراء الإعلام – على تحقيق السمة الشخصية في العملية البيعية ، إذ يشعر المستمع أن الرسالة الإعلانية قد أعدت له بصفة شخصية ، ويتم ذلك باستخدام بعض الكلمات الموحية مثل : عزيزي المستمع – سيدى – سيدتي ... الخ

13- تحقق الإذاعة ميزة هامة للمعلنين وكتاب النصوص الإعلانية ، وهى فورية النص الإعلاني ، حيث يمكن الوصول إلى المستمع في أي مكان وبأسرع وقت ، ويمكن تغير النص الإعلاني في الدقائق الأخيرة من توقيت الإذاعة ، مما يساعد فى ترويج المواسم البيعية مثل المعارض والاوكازيونات.

**خصائص الإذاعة :**
**1-القدرة الهائلة على تشكيل التخيل والتصور , بسبب اعتماده على السمع فقط .**
**2-القدرة الكبيرة على الوصول بسرعة إلى مناطق بعيدة .**
**3-سهولة الحصول على جهاز الراديو لرخص ثمنه , وصغر حجمه , واعتماده على البطارية .**
**4-البث الإذاعي أسهل في تعقيدات البث التلفزيوني .**
**5-الأسرع في تغطية الأخبار ونقلها , والأوسع والأسرع انتشارا .**
**6-لا يحتاج إلى تفرغ وتركيز كبيرين .**
**7-الإذاعة جامعة شعبية تخاطب الجميع بكل يسر وسهل .**
**والسلبية الوحيدة للإذاعة أن ما يذيعه يذهب مع الهواء لا يمكن استعادته .(1)**[[10]](#footnote-10)

**ويتمثل دور وسائل الإعلام في تنمية المجتمع فيما يلي:**

**أولا: التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات:**

من المتعارف عليه ان المدرسة تولى مهمة التوجيه، باعتبار ان الطالب يقضي قسما مهما من حياته فيها؛ لكن المجتمع بجميع مؤسساته الأسرية والعائلية والاجتماعية والدينية والاقتصادية له دور كبير في مجال التوجيه، وتكوين المواقف والاتجاهات الخاصة بكل فرد.

من هنا تتلاقى تلك المؤسسات مع المدرسة في مهمة التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات، خاصة وان المجتمع ليس كله طلابا، ولا يتاح عادة لكل أفراد المجتمع دخول المدارس أو الاستمرار في الدرس والتحصيل.

وإذا كانت المدرسة تقوم بمهمتها تلك عن طريق الهيئة التعليمية والكتاب، فإن توجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر وغير مباشر على السواء عن طريق وسائل الإعلام المنتشرة عادة، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى، ازداد تأثيرها، فلا يعقل مثلا ان تخاطب الذين لا يجيدون اللغة العربية باللغة الفصحى، ولا الذين ليس لديهم مستوى ثقافي معين بالمنطق وعلم الكلام والحجج الفكرية والفلسفية.

**ثانيا: زيادة الثقافة والمعلومات:**

التثقيف العام هدفه هو زيادة ثقافة الفرد بواسطة وسائل الإعلام وليس بالطرق والوسائل الأكاديمية التعليمية، والتثقيف العام يحدث في الإطار الاجتماعي للفرد أكان ذلك بشكل عفوي وعارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود.

والتثقيف العفوي هو مواجهة دائمة من جانب وسائل الإعلام للفرد، هذه المواجهة تقدم له ـ بدون أن يكون هو المقصود بالذات ـ معلومات وأفكار وصور وآراء، وهذا يحدث عندما يتجول الطالب في ساحة ملعب جامعته فيفاجأ بجريد حائط أو بتلفزيون نادي الجامعة أو باللافتات المرفوعة في أماكن من الجامعة، وكلها تحمل عبارات تلفت نظره، فيندفع في قراءتها أو متابعتها فتعلق بعض الكلمات في ذهنه ويأخذ ببعض الآراء.

أما التثقيف المخطط فهو حصيلة وظيفتي التوجيه والتبشير؛ لكن هناك بعض الحالات تقع في دائرة التثقيف المخطط كالبرامج الزراعية التي هي عبارة عن حلقات إرشاد للمزارعين يدعون إليها أو تبث إليهم عبر الاذاعة أو التلفزيون.

**ثالثا: الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية:**

ويعرف الاتصال الاجتماعي عادة بالاحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم مع بعض، هذا الاحتكاك هو نوع من التعارف الاجتماعي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها.

فعندما تقدم الصحف كل يوم أخبارا اجتماعية عن الأفراد او الجماعات او المؤسسات الاجتماعية والثقافية فإنها بذلك تكون صلة وصل يومية تنقل أخبار الأفراح من مواليد وزيجات، وأخبار الأحزان من وفيات وفشل وخسارة، وليست صفحة الولادات والوفيات والشكر بصفحة عابرة وغير مهمة في الصحف، بل إنها وسيلة للاتصال الاجتماعي اليومي بين جميع فئات الجماهير.

وأمر ثان هو قيام وسائل الإعلام كلها تقريبا بتعريف الناس ببعض الأشخاص البارزين أو الذين هم في طريق الشهرة سواء في مجال السياسة او الفن او المجتمع او الأدب.

**رابعا: الترفيه عن الجمهور وتسليته:**

وتقوم وسائل الإعلام بما تقوم به من وظائف بمهمة ملء أوقات الفراغ عند الجمهور بما هو مسل ومرفه؛ وهذا يتوقف بواسطة الأبواب المسلية في الصحف أو كالبرامج الكوميدية في التلفزيون.

في الحالتين تأخذ وسائل الإعلام في اعتبارها مبدأ واضحا وهو ان برامج الترفيه والتسلية ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه إليها؛ وحتى في مجال الترفيه هناك برامج وأبواب ترفيه موجه يمكن عن طريقها الدعوة إلى بعض المواقف ودعم بعض الاتجاهات او تحويرها وحتى تغييرها، وهذا يتطلب بالطبع أساليب مناسبة من جانب وسائل الإعلام.

**خامسا: الإعلان والدعاية:**

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع الجديدة التي تهم المواطنين، كما تقوم بدور هام في حقول العمل والتجارة عندما تتولى الإعلان عن وجود وظائف شاغرة او وجود موظفين مستعدين للعمل ، او عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة او وضع التزام موضع التنفيذ…الخ.

ولهذا استطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وتلفزيون وسينما وأحيانا إذاعة، أمام تعقيد الحياة وتعدد ما فيها من اختراعات وصناعات واكتشافات ان تقوم بمهمة التعريف بما هو جديد وتقديمه إلى الجمهور وعرض فوائده وأسعاره وحسناته بشكل عام.

**سادسا : مهمات تفصيلية لوسائل الإعلام والاتصال :**

تبقى هناك مهمات تفصيلية أيضا لوسائل الإعلام تندرج تحت هذه الوظائف، فوسائل الإعلام في الواقع أصبحت تقوم مقام المعلم والمربي وحتى الأب والأم في حالات كثيرة، فالبرامج التربوية والمدرسية وبرامج الأطفال وبرامج الطلاب وغيرها من برامج تبثها وسائل الإعلام إنما تلتقي بوظيفة التثقيف ، لكنها تتعدى تلك الوظيفة إلى ما هو أعمق وأعم واشمل، إلى درجة يمكن القول معها ان الفرد يولد وينمو قليلا حتى تتولاه وسائل الإعلام وترعاه وتقدم إليه ما يلزم من تثقيف وتوجيه وترفيه وإعلان وغير ذلك، وأحيانا تقدم إليه ما يسيء إلى نمو شخصيته وآرائه، فتنحرف بها او تشوهها.

حيث يخضع الاعلام والاتصال اليوم لاستخدامات تفوق الحصر فهو اداة للتنمية وصراع العقائد والمصالح ووسيلة للدعاية والاعلان والعلاقات العامة .

- **الوظيفة الاخبارية**

 والتي تتمثل في جمع وتخزين ونشر الاخبار العالمية والمحلية والرسائل الاخبارية المتنوعة .

- **الوظيفة السياسية**

تقف في مقدمة المهام التي تتولى وسائل الاعلام القيام بها فهناك صلة وثيقة بين العملية السياسية والعملية الاتصالية ،، كما تمثل وسائل الاتصال والاعلام مؤسسات السيادة فى المجتمع المعاصر وله أهمية خاصة في المشاركة في العملية السياسية من خلال تركيز الانتباه على قضايا معينة فالاتصال يؤثر بشكل كبير في صنع القرارات من خلال الاسلوب الذى يتم فيه عرض الحقائق ،، وكذلك التعرف على الرأي العام من خلال رصد القضايا والهموم والمشكلات التي يتخذ الرأي العام مواقف محددة ازاءها سواء كانت مشكلات او قضايا داخلية تمس حياة الجماهير او قضايا تتعلق بالنواحي القومية والعالمية وانعكاساتها على المجتمع .

- الوظيفة الاقتصادية : كما ان توظيف الاعلام في اطاره الايجابي يمكن ان يشمل اعتبار الاعلام اداة اقتصادية في خدمة الاقتصاد الوطني واداة سياسية لجهة استخدامه سلاحا فى الرقابة وحرية التعبير .

- والى جانب ذلك هناك الوظائف الثقافية للإعلام والاتصال وقد تم النظر الى الاعلام باعتباره دافعا للثقافة وخطرا يهددها فى الوقت ذاته ويمكن اعتبار دور الاتصال والاعلام بمثابة دور الناقل الاساسي للثقافة لان وسائل الاعلام والاتصال هى ادوات ثقافية تساعد على دعم المواقف وعلى تعزيز الانماط السلوكية وتحقيق التكافل الاجتماعي ،، كما ان الاتصال يمثل الوسيلة الاساسية في الحصول على الثقافة وجميع اشكال التعبير الخلاق .

- **وظيفة اقتصادية :**

حيث جعل الاتصال من المؤسسات الاعلامية مؤسسات تجارية في سوق يتمتع باحتكار القلة وتتوقف عائداتها على الاعلان والتوزيع لان المضمون الإعلامي يستجيب اساسا للمتطلبات الاقتصادية .(1)[[11]](#footnote-11)

**الثاني عشر: نتائج الدراسة وتحليلها وتفسيرها**

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي، من خلال التطبيق على عينة من الذكور والإناث, وفي إطار منهج المسح بالعينة تم ملء استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها (400) مفردة ، وفيما يلي تعرض الباحثة لأهم نتائج الدراسة الميدانية التي أجريت على عينه عشوائية من زائري المسجد الحرام من الجنسيات المختلفة , وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة ، مما يساعد في معرفة مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي**.**

 **(أولا) النتائج المتعلقة باستمارة الاستبيان**

**تم تحليل النتائج في صورة جداول ونستعرض لها فيما يلي:.**

1. **معدل امتلاك عينة الدراسة جهاز اعلام جديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) به ‏تطبيق اذاعي.**

**وتتضمن الجدول الآتية:**

**(1-أ) التكرارات والنسب المئوية لامتلاك عينة الدراسة جهاز اعلام جديد به ‏تطبيق اذاعي ‏.**

**جدول رقم (1)**

**يوضح التكرارات والنسب المئوية**

**لامتلاك عينة الدراسة جهاز اعلام جديد به ‏تطبيق اذاعي ‏**

|  |  |
| --- | --- |
| معدل الامتلاك | الاستجابة |
| ك | % |
| نعم | 301 | 75.3 |
| لا | 99 | 24.7 |
| المجموع | 400 | 100 |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 75.3% من أفراد العينة لديهم جهاز اعلام جديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) به ‏تطبيق اذاعي ، وأن نسبة 24.7% من أفراد العينة ليس لديهم جهاز اعلام جديد به ‏تطبيق اذاعي ‏.

 **مما سبق نلاحظ:-**

 ارتفاع نسبة من يمتلكون جهاز اعلام جديد به ‏تطبيق اذاعي ‏بين أفراد العينة.

**(1-ب) الفروق بين النوع (ذكور ـ إناث) لامتلاك جهاز اعلام جديد به ‏تطبيق اذاعي ‏**

**جدول رقم (2)**

**يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث**

**لامتلاك جهاز اعلام جديد به ‏تطبيق اذاعي ‏**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****معدل الامتلاك** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **كا2** | **الدلالة****د ح1** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| نعم | **158** | **79** | **143** | **71.5** | 301 | 75.3 | **3.020** | **0.082 غير دالة** |
| لا | **42** | **21** | **57** | **28.5** | 99 | 24.7 |
| **الجمــلة** | **200** | **100** | **200** | **100** | 400 | 100 |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 79% من أفراد العينة الذكور لديهم جهاز اعلام جديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) به ‏تطبيق اذاعي ، وأن نسبة 21% منهم ليس لديهم جهاز اعلام جديد به ‏تطبيق اذاعي ‏ ، في حين أن نسبة 71.5% من أفراد العينة الإناث يمتلكن جهاز اعلام جديد به ‏تطبيق اذاعي ، وأن نسبة 28.5% منهن لا يمتلكن جهاز اعلام جديد به ‏تطبيق اذاعي ‏.

وكذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في امتلاكهم جهاز اعلام جديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) به ‏تطبيق اذاعي ، حيث كانت قيمة كا2 = **3.020 ،** وهي غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

**مما سبق نلاحظ :-**

 ارتفاع نسبة امتلاك عينة الدراسة ‏(ذكور ـ إناث) لأجهزة الاعلام الجديد المزودة بتطبيق اذاعي.

1. **معدل استخدام عينة الدراسة للتطبيق الاذاعي.**

**وتتضمن الجدول الآتية:**

**(2-أ) التكرارات والنسب المئوية ‏لمعدل استخدام عينة الدراسة للتطبيق الاذاعي‏.**

**جدول رقم (3)**

**يوضح التكرارات والنسب المئوية**

**‏لمعدل استخدام عينة الدراسة للتطبيق الاذاعي**

|  |  |
| --- | --- |
| معدل الاستخدام | الاستجابة |
| ك | % |
| نعم | 152 | 50.5 |
| لا | 149 | 49.5 |
| المجموع | ‏301‏ | 100 |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 50.5% من أفراد العينة يستخدمون التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ، وأن نسبة 49.5% من أفراد العينة لا يستخدمون التطبيق الاذاعي ‏.

 **مما سبق نلاحظ:-**

 ارتفاع نسبة من يستخدمون التطبيق الاذاعي بأجهزة الاعلام الجديد‏ ‏بين أفراد العينة.

 **(2-ب) الفروق بين النوع (ذكور ـ إناث) ‏لمعدل استخدام عينة الدراسة للتطبيق الاذاعي ‏**

**جدول رقم (4)**

**يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث**

**‏لمعدل استخدام عينة الدراسة للتطبيق الاذاعي**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****معدل الاستخدام** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **كا2** | **الدلالة****د ح1** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| نعم | **92** | **58.2** | **60** | **42** | 152 | 50.5 | **7.949** | **0.005 دالة** |
| لا | **66** | **41.8** | **83** | **58** | 149 | 49.5 |
| **الجمــلة** | **158** | **100** | **143** | **100** | ‏301‏ | 100 |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 58.2% من أفراد العينة الذكور يستخدمون التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ، وأن نسبة 41.8% منهم لا يستخدمون التطبيق الاذاعي‏ ، في حين أن نسبة 42% من أفراد العينة الإناث يستخدمون التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ‏، وأن نسبة 58% منهن لا يستخدمن التطبيق الاذاعي ‏‏، ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار كرامرز في Cramer،S V. =0.163 وهي دالة عند مستوى 0.01

 وكذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة الذكور والإناث في استخدامهم التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏ ، حيث كانت قيمة كا2 = **7.949 ،** وهي دالة عند مستوى دلالة 0.01.

**مما سبق نلاحظ :-**

‏ ارتفاع نسبة من يستخدمون التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون )‏ لدى أفراد العينة ‏(ذكور ـ إناث) ‏، إلا أنه يلاحظ ‏ارتفاع نسبة استخدام التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ‏ لدى عينة الذكور بصورة ‏دائمة في مقابل أفراد عينة ‏الاناث، بنسبة 58.2% في مقابل 42% لصالح أفراد العينة الذكور .‏

1. **أسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(3- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي**

**جدول رقم (5)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب**

**لأسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **أسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏** | **الإجمالي ن =152** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **للاستماع إلى إذاعة القرآن الكريم** | **112** | **73.7** | **0.736** | **0.441** | **1** |
| **للاستماع إلى البرامج الدينية المختلفة** | **98** | **64.5** | **0.644** | **0.480** | **2** |
| **للاستماع إلى الأحاديث الشريفة والأدعية** | **59** | **39.5** | **0.394** | **0.490** | **3** |
| **للتعرف على الخدمات التي تقدم للحجيج والمعتمرين بالحرم المكي** | **40** | **26.3** | **0.263** | **0.441** | **4** |
| **للاستماع إلى البرامج الصحية**  | **35** | **23** | **0.230** | **0.422** | **5** |
| **للتعرف على حركة المرور بمكة المكرمة** | **24** | **15.8** | **0.157** | **0.365** | **6** |
| **للتعرف على المعلومات التوعوية بأماكن الرعاية الصحية بعرفات** | **23** | **15.1** | **0.151** | **0.359** | **7** |
| **للاستماع إلى التوجيهات المختلفة المتعلقة بحركة الحجيج اثناء رمي الجمرات** | **22** | **14.5** | **0.144** | **0.353** | **8** |
| **للاستماع إلى خطب المشايخ والعلماء** | **22** | **14.5** | **0.144** | **0.353** | **8** |
| **للتعرف على معلومات الحجاج التائهين** | **16** | **10.5** | **0.105** | **0.307** | **9** |
| **لتعلم مناسك الحج والعمرة الصحيحة** | **11** | **7.2** | **0.072** | **0.259** | **10** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز أسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏ التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول هي ‏الاستماع إلى إذاعة القرآن الكريم بنسبة 73.7% ، يليها في الترتيب الثاني الاستماع إلى البرامج الدينية المختلفة بنسبة 64.5% ، يليها في الترتيب الثالث الاستماع إلى الأحاديث الشريفة والأدعية بنسبة‏ 39.5% ، يليها في الترتيب الرابع التعرف على الخدمات التي تقدم للحجيج والمعتمرين ‏بالحرم المكي بنسبة 26.3% ، يليها في الترتيب الخامس الاستماع إلى البرامج الصحية ‏بنسبة 23%، وجاء في الترتيب السادس التعرف على حركة المرور بمكة المكرمة بنسبة 15.8% ، يليها في الترتيب السابع التعرف على المعلومات التوعوية بأماكن الرعاية الصحية بعرفات بنسبة 15.1% ، يليها في الترتيب الثامن الاستماع إلى التوجيهات المختلفة المتعلقة بحركة الحجيج اثناء ‏رمي الجمرات ،وايضا الاستماع الى خطب المشايخ والعلماء بنسبة ‏ 14.5% ، يليها في الترتيب التاسع التعرف على معلومات الحجاج التائهين بنسبة 10.5% ، يليها في الترتيب العاشر والاخير تعلم مناسك الحج والعمرة الصحيحة ‏بنسبة 7.2%.

**(3- ب) قيمة Z لأسباب استخدام التطبيق الإذاعي ‏ التي يقوم بها الذكور والإناث (عينة الدراسة)**

**جدول رقم (6)**

**قيمة Z لأسباب استخدام ‏ (عينه الدراسة) للتطبيق الإذاعي**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  **النوع****الاسباب** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **للاستماع إلى إذاعة القرآن الكريم** | 63 | **68.5** | 49 | **81.7** | **112** | **73.7** | **1.799** | **غير داله** |
| **للاستماع إلى البرامج الدينية المختلفة** | 55 | **59.8** | 43 | **71.7** | **98** | **64.5** | **1.491** | **غير داله** |
| **للاستماع إلى الأحاديث الشريفة والأدعية** | 39 | **42.4** | 20 | **33.3** | **59** | **39.5** | **0.908** | **غير داله** |
| **للتعرف على الخدمات التي تقدم للحجيج والمعتمرين بالحرم المكي** | 28 | **30.4** | 12 | **20** | **40** | **26.3** | **1.423** | **غير داله** |
| **للتعرف على حركة المرور بمكة المكرمة** | 17 | **18.5** | 7 | **11.7** | **24** | **15.8** | **1.122** | **غير داله** |
| **للاستماع إلى البرامج الصحية**  | 13 | **14.1** | 22 | **36.7** | **35** | **23** | **3.215** | **داله** |
| **للاستماع إلى التوجيهات المختلفة المتعلقة بحركة الحجيج اثناء رمي الجمرات** | 13 | **14.1** | 9 | **15** | **22** | **14.5** | **0.148** | **غير داله** |
| **للتعرف على المعلومات التوعوية بأماكن الرعاية الصحية بعرفات** | 10 | **10.8** | 13 | **21.7** | **23** | **15.1** | **1.810** | **غير داله** |
| **للتعرف على معلومات الحجاج التائهين** | 14 | **15.2** | 2 | **3.3** | **16** | **10.5** | **2.326** | **داله** |
| **لتعلم مناسك الحج والعمرة الصحيحة** | 7 | **7.6** | 4 | **6.7** | **11** | **7.2** | **0.218** | **غير داله** |
| **للاستماع إلى خطب المشايخ والعلماء** | 12 | **13** | 10 | **16.7** | **22** | **14.5** | **0.619** | **غير داله** |
| **جملة من سئلوا** | **92** | **60** | **152** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن أسباب استخدام عينة الدراسة الذكور والإناث للتطبيق الإذاعي ‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

 أن أبرز أسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏ التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول هي ‏الاستماع إلى إذاعة القرآن الكريم بنسبة 73.7% موزعة بنسبة (68.5%) للذكور في مقابل نسبة (81.7%) للإناث ، يليها في الترتيب الثاني الاستماع إلى البرامج الدينية المختلفة بنسبة 64.5% موزعة بنسبة (59.8%) للذكور في مقابل نسبة (71.7%) للإناث ‏، يليها في الترتيب الثالث الاستماع إلى الأحاديث الشريفة والأدعية بنسبة ‏ 39.5% موزعة بنسبة (42.4%) للذكور في مقابل نسبة (33.3%) للإناث ، يليها في الترتيب الرابع التعرف على الخدمات التي تقدم للحجيج والمعتمرين ‏بالحرم المكي بنسبة 26.3% موزعة بنسبة (30.4%) للذكور في مقابل نسبة (20%) للإناث، يليها في الترتيب الخامس الاستماع إلى البرامج الصحية ‏بنسبة 23% موزعة بنسبة (14.1%) للذكور في مقابل نسبة (36.7%) للإناث ‏ ، وجاء في الترتيب السادس التعرف على حركة المرور بمكة المكرمة بنسبة 15.8% موزعة بنسبة (18.5%) للذكور في مقابل نسبة (24%) للإناث ‏، يليها في الترتيب السابع التعرف على المعلومات التوعوية بأماكن الرعاية الصحية بعرفات بنسبة 15.1% موزعة بنسبة (10.8%) للذكور في مقابل نسبة (21.7%) للإناث ‏، يليها في الترتيب الثامن الاستماع إلى التوجيهات المختلفة المتعلقة بحركة الحجيج اثناء ‏رمي الجمرات بنسبة ‏ 14.5%‏ موزعة بنسبة (14.1%) للذكور في مقابل نسبة (15%) للإناث ،وايضا الاستماع الى خطب المشايخ والعلماء بنسبة ‏ 14.5% موزعة بنسبة (13%) للذكور في مقابل نسبة (16.7%) للإناث ‏، يليها في الترتيب التاسع التعرف على معلومات الحجاج التائهين بنسبة 10.5% موزعة بنسبة (15.2%) للذكور في مقابل نسبة (3.3%) للإناث ، يليها في الترتيب العاشر والاخير تعلم مناسك الحج والعمرة الصحيحة ‏بنسبة 7.2% موزعة بنسبة (7.6%) للذكور في مقابل نسبة (6.7%) للإناث ‏.

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في استخدام التطبيق الإذاعي ‏ الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏ على النحو الآتي:**

* تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن سبب استخدام التطبيق الإذاعي ‏ الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏هو الاستماع إلى البرامج الصحية ‏ بنسبة (14.1%) للذكور في مقابل نسبة (36.7%) للإناث ‏‏، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة(Z) المحسوبة (**3.215**) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%) ، وقد يرجع ذلك إلى سهولة استخدام الإناث لشبكة الانترنت داخل المنزل و الموبايل ، ورغبتهم في معرفة كل ما هو جديد.
* تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن سبب استخدام التطبيق الإذاعي ‏ الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو ‏التعرف على معلومات الحجاج التائهين بنسبة (15.2%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(3.3%) ‏للإناث ‏، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة(Z) المحسوبة (2.326) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).
1. **أسباب عدم استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(4- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب عدم‏ استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي**

**جدول رقم (7)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب**

**لأسباب عدم‏ استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **أسباب عدم‏ استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏** | **الإجمالي ن =149** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **لا يوجد لدي وقت** | **55** | **36.9** | **0.37** | **0.484** | **1** |
| **لدي طرق أخرى للحصول على المعلومات** | **48** | **32.2** | **0.32** | **0.469** | **2** |
| **أفضل استخدام الانترنت في البحث عما احتاجه من معلومات حول حركة المرور وغيرها** | **34** | **22.8** | **0.23** | **0.421** | **3** |
| **أفضل معرفة المعلومات الدينية من الكتب والمطبوعات المختلفة**  | **30** | **20.1** | **0.20** | **0.402** | **4** |
| **لأنه يتسبب في إفراغ شحن البطارية بسرعة** | **29** | **19.5** | **0.19** | **0.397** | **5** |
| **أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)** | **22** | **14.8** | **0.15** | **0.356** | **6** |
| **أفضل الاستماع للقرآن الكريم بصوت شيخ معين أسجله عندي** | **21** | **14.1** | **0.14** | **0.349** | **7** |
| **أفضل اللجوء إلى مشايخ الحرم المكي للتعرف على المناسك الصحيحة لأداء الحج والعمرة** | **13** | **8.7** | **0.09** | **0.283** | **8** |
| **لعدم بث برامجه بلغتي** | **11** | **7.4** | **0.07** | **0.262** | **9** |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز أسباب عدم استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏ التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول ‏لا يوجد لدي وقت بنسبة 36.9% ، يليها في الترتيب الثاني ‏لدي طرق أخرى للحصول على المعلومات بنسبة 32.2% ، يليها في الترتيب الثالث ‏أفضل استخدام الانترنت في البحث عما احتاجه من ‏معلومات حول حركة المرور وغيرها بنسبة‏ 22.8% ، يليها في الترتيب الرابع ‏أفضل معرفة المعلومات الدينية من الكتب ‏والمطبوعات المختلفة ‏ بنسبة 20.1% ، يليها في الترتيب الخامس لأنه يتسبب في إفراغ شحن البطارية بسرعة ‏بنسبة 19.5%، وجاء في الترتيب السادس أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)‏ بنسبة 14.8% ، يليها في الترتيب السابع أفضل الاستماع للقرآن الكريم بصوت شيخ معين ‏أسجله عندي بنسبة 14.1% ، يليها في الترتيب الثامن أفضل اللجوء إلى مشايخ الحرم المكي للتعرف على ‏المناسك الصحيحة لأداء الحج والعمرة بنسبة ‏ 8.7% ، يليها في الترتيب التاسع والاخير لعدم بث برامجه بلغتي ‏بنسبة 7.4%.

**(4- ب) قيمة Z لأسباب عدم‏ استخدام التطبيق الإذاعي التي يقوم بها الذكور والإناث (عينة الدراسة) ‏**

**جدول رقم (8)**

**قيمة Z لأسباب** **عدم‏ استخدام ‏ (عينه الدراسة) للتطبيق الإذاعي**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  **النوع****الاسباب** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| 1. **لا يوجد لدي وقت**
 | 32 | **48.5** | 23 | **27.7** | **55** | **36.9** | **2.601** | **داله** |
| 1. **أفضل معرفة المعلومات الدينية من الكتب والمطبوعات المختلفة**
 | 15 | **22.7** | 15 | **18.1** | **30** | **20.1** | **0.701** | **غير داله** |
| 1. **لدي طرق أخرى للحصول على المعلومات**
 | 22 | **33.3** | 26 | **31.3** | **48** | **32.2** | **0.260** | **غير داله** |
| 1. **أفضل الاستماع للقرآن الكريم بصوت شيخ معين أسجله عندي**
 | 14 | **21.2** | 7 | **8.4** | **21** | **14.1** | **2.219** | **داله** |
| 1. **أفضل استخدام الانترنت في البحث عما احتاجه من معلومات حول حركة المرور وغيرها**
 | 27 | **40.9** | 7 | **8.4** | **34** | **22.8** | **4.676** | **داله** |
| 1. **أفضل اللجوء إلى مشايخ الحرم المكي للتعرف على المناسك الصحيحة لأداء الحج والعمرة**
 | 6 | **9.1** | 7 | **8.4** | **13** | **8.7** | **0.141** | **غير داله** |
| 1. **لأنه يتسبب في إفراغ شحن البطارية بسرعة**
 | 20 | **30.3** | 9 | **10.8** | **29** | **19.5** | **2.970** | **داله** |
| 1. **لعدم بث برامجه بلغتي**
 | 4 | **6.1** | 7 | **8.4** | **11** | **7.4** | **0.548** | **غير داله** |
| 1. **أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)**
 | 4 | **6.1** | 18 | **21.7** | **22** | **14.8** | **2.662** | **داله** |
| **جملة من سئلوا** | **66** | **83** | **149** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن أسباب عدم‏ استخدام عينة الدراسة الذكور والإناث للتطبيق الإذاعي ‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

 أن أبرز أسباب عدم استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏ التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول ‏لا يوجد لدي وقت بنسبة 36.9% موزعة بنسبة (48.5%) للذكور في مقابل نسبة (27.7%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثاني ‏لدي طرق أخرى للحصول على المعلومات بنسبة 32.2% موزعة بنسبة (33.3%) للذكور في مقابل نسبة (31.3%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثالث ‏أفضل استخدام الانترنت في البحث عما احتاجه من ‏معلومات حول حركة المرور وغيرها بنسبة‏ 22.8% موزعة بنسبة (40.9%) للذكور في مقابل نسبة (8.4%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الرابع ‏أفضل معرفة المعلومات الدينية من الكتب ‏والمطبوعات المختلفة ‏ بنسبة 20.1% موزعة بنسبة (22.7%) للذكور في مقابل نسبة (18.1%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الخامس لأنه يتسبب في إفراغ شحن البطارية بسرعة ‏بنسبة 19.5% موزعة بنسبة (30.3%) للذكور في مقابل نسبة (10.8%) للإناث‏ ، وجاء في الترتيب السادس أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)‏ بنسبة 14.8% موزعة بنسبة (6.1%) للذكور في مقابل نسبة (21.7%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب السابع أفضل الاستماع للقرآن الكريم بصوت شيخ معين ‏أسجله عندي بنسبة 14.1% موزعة بنسبة (21.2%) للذكور في مقابل نسبة (8.4%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثامن أفضل اللجوء إلى مشايخ الحرم المكي للتعرف على ‏المناسك الصحيحة لأداء الحج والعمرة بنسبة ‏ 8.7% موزعة بنسبة (9.1%) للذكور في مقابل نسبة (8.4%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب التاسع والاخير لعدم بث برامجه بلغتي ‏بنسبة 7.4% موزعة بنسبة (6.1%) للذكور في مقابل نسبة (8.4%) للإناث‏.

**كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في عدم‏ استخدام التطبيق الإذاعي ‏ الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏ على النحو الآتي:**

* ‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن سبب عدم استخدام التطبيق الإذاعي ‏ ‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏هو ‏ أفضل استخدام الانترنت في البحث عما احتاجه من ‏معلومات حول حركة المرور وغيرها بنسبة (40.9%) للذكور في مقابل نسبة (8.4%) للإناث‏ ‏، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ ‏المحسوبة (4.676) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ‏‏(99%) .‏
* تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن سبب عدم استخدام التطبيق الإذاعي ‏ ‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏ لأنه يتسبب في إفراغ شحن البطارية بسرعة ‏بنسبة (30.3%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(10.8%) للإناث‏ ‏‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (2.970) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن سبب عدم استخدام التطبيق الإذاعي ‏ ‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏هو ‏أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)‏ بنسبة (6.1%) للذكور في مقابل نسبة (21.7%) ‏للإناث‏ ‏‏، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ ‏المحسوبة (2.662) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ‏‏(99%) .‏
* تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن سبب عدم استخدام التطبيق الإذاعي ‏ الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏هو ‏لا يوجد لدي وقت بنسبة (48.5%) للذكور في مقابل نسبة (27.7%) للإناث‏ ، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة(Z) المحسوبة (2.601) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%) .
* تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن سبب عدم استخدام التطبيق الإذاعي ‏ الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو ‏أفضل الاستماع للقرآن الكريم بصوت شيخ معين ‏أسجله عندي بنسبة (21.2%) ‏للذكور في مقابل نسبة (8.4%) للإناث‏‏، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة(Z) المحسوبة (2.219) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).
1. **معدل اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات المختلفة.**

**وتتضمن الجدول الآتية:**

**(5-أ) التكرارات والنسب المئوية ‏لمعدل اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات ‏المختلفة‏.**

**جدول رقم (9)**

**يوضح التكرارات والنسب المئوية**

**‏لمعدل اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات ‏المختلفة‏.‏**

|  |  |
| --- | --- |
| معدل الاستخدام | الاستجابة |
| ك | % |
| نعم | 122 | 40.5 |
| لا | 179 | 59.5 |
| المجموع | ‏301‏ | 100 |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 40.5% من أفراد العينة يعتمدون على التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) في الحصول على المعلومات ‏المختلفة ، وأن نسبة 59.5% من أفراد العينة لا يعتمدون على ‏ التطبيق الاذاعي ‏.

 **مما سبق نلاحظ:-**

 ارتفاع نسبة من لا يعتمدون على ‏ التطبيق الاذاعي ‏ بأجهزة الاعلام الجديد‏ ‏بين أفراد العينة.

 **(5-ب) الفروق بين النوع (ذكور ـ إناث) ‏لمعدل استخدام عينة الدراسة للتطبيق الاذاعي ‏**

**جدول رقم (10)**

**يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث**

**‏لمعدل استخدام عينة الدراسة للتطبيق الاذاعي**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****معدل الاستخدام** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **كا2** | **الدلالة****د ح1** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| نعم | **70** | **44.3** | **52** | **36.4** | 122 | 40.5 | **1.963** | **0.161 غير دالة** |
| لا | **88** | **55.7** | **91** | **63.6** | 179 | 59.5 |
| **الجمــلة** | **158** | **100** | **143** | **100** | ‏301‏ | 100 |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 44.3% من أفراد العينة الذكور يعتمدون على التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) في الحصول على ‏المعلومات ‏المختلفة ‏ ، وأن نسبة 55.7% منهم لا يعتمدون على ‏ التطبيق الاذاعي، في حين أن نسبة 36.4% من أفراد العينة الإناث يعتمدون على التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد في الحصول على ‏المعلومات ‏المختلفة ‏ ‏، وأن نسبة 63.6% منهن لا يعتمدن على ‏ التطبيق الاذاعي ‏.

 وكذلك يتضح أيضا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد العينة الذكور والإناث في اعتمادهم على التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) في الحصول على ‏‏المعلومات ‏المختلفة ‏ ‏ ، حيث كانت قيمة كا2 = **1.963 ،** وهي غير دالة عند مستوى دلالة 0.05.

**مما سبق نلاحظ :-**

‏ ‏ارتفاع نسبة اعتماد افراد العينة الذكور على التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) في الحصول على ‏‏المعلومات ‏المختلفة ‏ في مقابل أفراد عينة ‏الاناث، بنسبة 44.3% في مقابل 36.4% لصالح أفراد العينة الذكور .‏

1. **نوع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(6- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لنوع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏**

**جدول رقم (11)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب**

**لنوع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيقالإذاعي ‏**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **‏نوع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏** | **الإجمالي ن =122** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة** | **71** | **58.2** | **0.58** | **0.495** | **1** |
| **معلومات عن مناسك الحج والعمرة الصحيحة** | **60** | **49.2** | **0.49** | **0.502** | **2** |
| **معلومات عن طرق النظافة الشخصية** | **58** | **47.5** | **0.48** | **0.501** | **3** |
| **معلومات عن أماكن الرعاية الصحية المقدمة للحجاج والمعتمرين** | **46** | **37.7** | **0.38** | **0.487** | **4** |
| **معلومات عن كيفية المحافظة على نظافة الأرض الحرام** | **32** | **26.2** | **0.26** | **0.442** | **5** |
| **معلومات عن الخدمات التي تقدمها الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام** | **32** | **26.2** | **0.26** | **0.442** | **5** |
| **معلومات عن حركة المرور بمكة المكرمة** | **21** | **17.2** | **0.17** | **0.379** | **6** |
| **معلومات عن كيفية التواصل مع الدفاع المدني في حالات الطوارئ** | **19** | **15.6** | **0.16** | **0.364** | **7** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز ‏أنواع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة بنسبة 58.2% ، يليها في الترتيب الثاني ‏ معلومات عن مناسك الحج والعمرة الصحيحة بنسبة 49.2% ، يليها في الترتيب الثالث ‏ معلومات عن طرق النظافة الشخصية بنسبة‏ 47.5% ، يليها في الترتيب الرابع معلومات عن أماكن الرعاية الصحية المقدمة ‏للحجاج والمعتمرين بنسبة 37.7% ، يليها في الترتيب الخامس معلومات عن كيفية المحافظة على نظافة الأرض ‏الحرام وايضا ‏ معلومات عن الخدمات التي تقدمها الرئاسة العامة ‏لشئون المسجد الحرام بنسبة 26.2%، وجاء في الترتيب السادس معلومات عن حركة المرور بمكة المكرمة بنسبة 17.2% ، يليها في الترتيب السابع والاخير معلومات عن كيفية التواصل مع الدفاع المدني في ‏حالات الطوارئ بنسبة 15.6% .

 **(6- ب) قيمة Z لنوع المعلومات التي اكتسبها الذكور والإناث (عينة الدراسة) من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏‏**

**جدول رقم (12)**

**قيمة Z لنوع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****نوع المعلومات** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **معلومات عن مناسك الحج والعمرة الصحيحة** | **37** | **52.8** | **23** | **44.2** | **60** | **49.2** | **0.939** | **غير داله** |
| **معلومات عن أماكن الرعاية الصحية المقدمة للحجاج والمعتمرين** | **35** | **50** | **11** | **21.2** | **46** | **37.7** | **3.238** | **داله** |
| **معلومات عن طرق النظافة الشخصية** | **29** | **41.4** | **29** | **55.8** | **58** | **47.5** | **1.562** | **غير داله** |
| **معلومات عن كيفية المحافظة على نظافة الأرض الحرام** | **20** | **28.6** | **12** | **23.1** | **32** | **26.2** | **0.679** | **غير داله** |
| **معلومات عن الخدمات التي تقدمها الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام** | **24** | **34.3** | **8** | **15.4** | **32** | **26.2** | **2.337** | **داله** |
| **معلومات عن حركة المرور بمكة المكرمة** | **18** | **25.7** | **3** | **5.7** | **21** | **17.2** | **2.874** |  **داله** |
| **فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة** | **30** | **42.8** | **41** | **78.8** | **71** | **58.2** | **3.969** | **داله** |
| **معلومات عن كيفية التواصل مع الدفاع المدني في حالات الطوارئ** | **12** | **17.1** | **7** | **13.5** | **19** | **15.6** | **0.552** | **غير داله** |
| **جملة من سئلوا** | **70** | **52** | **122** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن نوع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة الذكور والإناث من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

 أن أبرز ‏أنواع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة بنسبة 58.2% موزعة بنسبة (42.8%) للذكور في مقابل نسبة (78.8%) للإناث‏ ‏، يليها في الترتيب الثاني معلومات عن مناسك الحج والعمرة الصحيحة بنسبة 49.2% موزعة بنسبة (52.8%) للذكور في مقابل نسبة (44.2%) للإناث‏، يليها في الترتيب الثالث ‏ معلومات عن طرق النظافة الشخصية بنسبة‏ 47.5% موزعة بنسبة (41.4%) للذكور في مقابل نسبة (55.8%) للإناث‏ ‏، يليها في الترتيب الرابع معلومات عن أماكن الرعاية الصحية المقدمة ‏للحجاج والمعتمرين بنسبة 37.7% موزعة بنسبة (50%) للذكور في مقابل نسبة (21.2%) للإناث‏ ‏، يليها في الترتيب الخامس معلومات عن كيفية المحافظة على نظافة الأرض ‏الحرام بنسبة 26.2% موزعة بنسبة (28.6%) للذكور في مقابل نسبة (23.1%) للإناث‏، وايضا ‏معلومات عن الخدمات التي تقدمها الرئاسة العامة ‏لشئون المسجد الحرام بنسبة 26.2% موزعة بنسبة (34.3%) للذكور في مقابل نسبة (15.4%) للإناث‏ ‏، وجاء في الترتيب السادس معلومات عن حركة المرور بمكة المكرمة بنسبة 17.2% موزعة بنسبة (25.7%) للذكور في مقابل نسبة (5.7%) للإناث‏ ‏، يليها في الترتيب السابع والاخير معلومات عن كيفية التواصل مع الدفاع المدني في ‏حالات الطوارئ بنسبة 15.6% موزعة بنسبة (17.1%) للذكور في مقابل نسبة (13.5%) للإناث‏ ‏.

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في نوع المعلومات التي اكتسبتها من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث ‏على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏ على النحو الآتي:**

* ‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن نوع المعلومات التي اكتسبتها من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة بنسبة (42.8%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(78.8%) للإناث‏ ‏‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (3.969) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن نوع المعلومات التي اكتسبتها من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏هو ‏ معلومات عن أماكن الرعاية الصحية المقدمة ‏للحجاج والمعتمرين بنسبة (50%) ‏للذكور في مقابل نسبة (21.2%) للإناث‏، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة(Z) المحسوبة (3.238) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%) .
* ‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن نوع المعلومات التي اكتسبتها من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏هو ‏ معلومات عن حركة المرور بمكة المكرمة بنسبة (25.7%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(5.7%) للإناث‏ ‏ ‏، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ ‏المحسوبة (2.874) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ‏‏(99%) .‏
* تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن نوع المعلومات التي اكتسبتها من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو ‏ معلومات عن الخدمات التي تقدمها الرئاسة العامة ‏لشئون المسجد الحرام بنسبة ‏‏(34.3%) للذكور في مقابل نسبة (15.4%) للإناث‏ ‏‏‏، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة(Z) المحسوبة (2.337) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).
1. **أسباب عدم اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(7- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب عدم اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات**

**جدول رقم (13)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب**

**لأسباب عدم اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **أسباب عدم اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات** | **الإجمالي ن =179** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **لأن لدي مصادر أخرى للحصول على المعلومات** | **111** | **62** | **0.62** | **0.487** | **1** |
| **لا يقدم لي معلومات جديدة** | **36** | **20.1** | **0.20** | **0.402** | **2** |
| **لأني لا أثق بما يقدم بها من معلومات** | **34** | **19** | **0.19** | **0.393** | **3** |
| **أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)** | **21** | **11.7** | **0.12** | **0.323** | **4** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز ‏أسباب عدم اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأن لدي مصادر أخرى للحصول على المعلومات بنسبة 62% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏لا يقدم لي معلومات جديدة بنسبة 20.1% ، يليها في الترتيب الثالث ‏ السبب القائل ‏لأني لا أثق بما يقدم بها من معلومات بنسبة‏ 19% ، يليها في الترتيب الرابع والاخير أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)‏بنسبة 11.7% .

 **(7- ب) قيمة Z لأسباب عدم اعتماد الذكور والإناث (عينة الدراسة) على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات . ‏‏**

**جدول رقم (14)**

**قيمة Z لأسباب عدم اعتماد الذكور والإناث (عينة الدراسة) على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات‏**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****الاسباب** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **لأن لدي مصادر أخرى للحصول على المعلومات** | **66** | **75** | **45** | **49.4** | **111** | **62** | **3.511** | **داله** |
| **لا يقدم لي معلومات جديدة** | **27** | **30.7** | **9** | **9.9** | **36** | **20.1** | **3.460** | **داله** |
| **أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)** | **3** | **3.4** | **18** | **19.8** | **21** | **11.7** | **3.393** |  **داله** |
| **لأني لا أثق بما يقدم بها من معلومات** | **10** | **11.4** | **24** | **26.4** | **34** | **19** | **2.552** | **داله** |
| **جملة من سئلوا** | **88** | **91** | **179** |  |

**أوضحت بيانات الجدول السابق أن أسباب عدم اعتماد الذكور والإناث (عينة الدراسة) على التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) للحصول على ‏المعلومات‏‏ ‏جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

 أن أبرز ‏أسباب عدم اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأن لدي مصادر أخرى للحصول على المعلومات بنسبة 62% موزعة بنسبة (75%) للذكور في مقابل نسبة (49.4%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏لا يقدم لي معلومات جديدة بنسبة 20.1% موزعة بنسبة (30.7%) للذكور في مقابل نسبة (9.9%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل ‏لأني لا أثق بما يقدم بها من معلومات بنسبة‏ 19% موزعة بنسبة (3.4%) للذكور في مقابل نسبة (19.8%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الرابع والاخير أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)‏بنسبة 11.7% موزعة بنسبة (11.4%) للذكور في مقابل نسبة (26.4%) للإناث‏.

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في أسباب عدم اعتمادهم على التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام ‏الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) للحصول على ‏المعلومات‏‏ ‏على النحو الآتي:**

* ‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اعتمادهم على التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو لأن لديهم مصادر أخرى للحصول على المعلومات بنسبة (75%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(49.4%) للإناث‏ ‏‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (3.511) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اعتمادهم على التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو لا يقدم لي معلومات جديدة بنسبة (30.7%) للذكور في مقابل نسبة (9.9%) للإناث‏ ‏ ‏‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (3.460) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اعتمادهم على التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)‏ بنسبة (11.4%) للذكور في مقابل نسبة (26.4%) ‏للإناث‏‏ ‏‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (3.393) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اعتمادهم على التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو لأني لا أثق بما يقدم بها من معلومات بنسبة (3.4%) للذكور في مقابل نسبة (19.8%) ‏للإناث‏ ‏‏‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (2.552) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
1. **معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي.**

**وتتضمن الجدول الآتية:**

**(8-أ) التكرارات والنسب المئوية ‏لمعدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏جدول رقم (15)**

**يوضح التكرارات والنسب المئوية**

**‏لمعدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي**

|  |  |
| --- | --- |
| **معدل الاهتمام** | **الاستجابة** |
| **ك** | **%** |
| **نعم** | **143** | **47.5** |
| **لا** | **158** | **52.5** |
| **المجموع** | **‏301‏** | **100** |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 47.5% من أفراد العينة يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏بأجهزة الاعلام الجديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ، وأن نسبة 52.5% من أفراد العينة لا يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏ ‏.

 **مما سبق نلاحظ:-**

 ارتفاع نسبة من لا يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي‏ بأجهزة الاعلام الجديد‏ ‏بين أفراد العينة.

 **(8-ب) الفروق بين النوع (ذكور ـ إناث) ‏لمعدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏**

**جدول رقم (16)**

**يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث**

**‏لمعدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع**معدل الاهتمام | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **كا2** | **الدلالة****د ح1** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| نعم | **90** | **56.9** | **53** | **37.1** | **143** | **47.5** | **11.919** | **0.001 دالة** |
| لا | 68 | 43.1 | 90 | 62.9 | 158 | 52.5 |
| **الجمــلة** | 158 | 100 | 143 | 100 | ‏301‏ | 100 |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 56.9% من أفراد العينة الذكور يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏بأجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ، وأن نسبة 43.1% منهم لا يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏، في حين أن نسبة 37.1% من أفراد العينة الإناث يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ‏، وأن نسبة 62.9% منهن لا يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏ ‏‏، ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار كرامرز في Cramer،S V. =0.199 وهي دالة عند مستوى 0.001

 وكذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة الذكور والإناث في اهتمامهم بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏بأجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏ ، حيث كانت قيمة كا2 = **11.919،** وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

**مما سبق نلاحظ :-**

‏ ارتفاع نسبة من يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏بأجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون )‏ لدى أفراد العينة ‏(ذكور ـ إناث) ‏، إلا أنه يلاحظ ‏ارتفاع نسبة اهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏ بأجهزة الاعلام الجديد ‏ لدى عينة الذكور بصورة كبيرة في مقابل أفراد عينة ‏الاناث، بنسبة 56.9% في مقابل 37.1% لصالح أفراد العينة الذكور .‏

1. **أسباب اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(9- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي**

**جدول رقم (17)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب**

**لأسباب ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **أسباب ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي** | **الإجمالي ن =143** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **لأنها تقدم لي معلومات مختلفة في العديد من المجالات الدينية والصحية والأمنية والمرورية وغيرها** | **106** | **74.1** | **0.74** | **0.439** | **1** |
| **لأنها تفيدني كثيرا خلال فترة تواجدي لأداء مناسك الحج والعمرة في معرفة الأخطاء التي يقع فيها الحجاج والمعتمرين** | **101** | **70.6** | **0.71** | **0.457** | **2** |
| **لأنها تساعدني في التواصل مع الجهات المختصة برعاية الحجاج والمعتمرين بالحرم المكي** | **69** | **48.3** | **0.48** | **0.501** | **3** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز أسباب ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأنها تقدم لي معلومات مختلفة في العديد من ‏المجالات الدينية والصحية والأمنية والمرورية ‏وغيرها بنسبة 74.1% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏ لأنها تفيدني كثيرا خلال فترة تواجدي لأداء مناسك ‏الحج والعمرة في معرفة الأخطاء التي يقع فيها ‏الحجاج والمعتمرين بنسبة 70.6% ، يليها في الترتيب الثالث والاخير ‏ السبب القائل ‏ لأنها تساعدني في التواصل مع الجهات المختصة ‏برعاية الحجاج والمعتمرين بالحرم المكي بنسبة‏ 48.3% .

 **(9- ب) قيمة Z لأسباب ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي**

**جدول رقم (18)**

**قيمة Z لأسباب ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****الاسباب** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **لأنها تساعدني في التواصل مع الجهات المختصة برعاية الحجاج والمعتمرين بالحرم المكي** | **48** | **53.3** | **21** | **39.6** | **69** | **48.3** | **1.579** | **غير داله** |
| **لأنها تفيدني كثيرا خلال فترة تواجدي لأداء مناسك الحج والعمرة في معرفة الأخطاء التي يقع فيها الحجاج والمعتمرين** | **61** | **67.8** | **40** | **75.5** | **101** | **70.6** | **0.972** | **غير داله** |
| **لأنها تقدم لي معلومات مختلفة في العديد من المجالات الدينية والصحية والأمنية والمرورية وغيرها** | **69** | **76.7** | **37** | **69.8** | **106** | **74.1** | **0.901** | **غير داله** |
| **جملة من سئلوا** | **90** | **53** | **143** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن أسباب اهتمام الذكور والإناث (عينة الدراسة) بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏ ‏جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

‏ أن أبرز أسباب ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏التي تبث على ‏أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأنها تقدم لي ‏معلومات مختلفة في العديد من ‏المجالات الدينية والصحية والأمنية والمرورية ‏وغيرها بنسبة 74.1% موزعة بنسبة (53.3%) للذكور في مقابل نسبة (39.6%) للإناث‏ ، يليها ‏في الترتيب الثاني السبب القائل ‏لأنها تفيدني كثيرا خلال فترة تواجدي لأداء مناسك ‏الحج والعمرة في معرفة ‏الأخطاء التي يقع فيها ‏الحجاج والمعتمرين بنسبة 70.6% موزعة بنسبة (67.8%) للذكور في مقابل نسبة (75.5%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثالث والاخير ‏ السبب القائل ‏‏لأنها تساعدني في التواصل مع الجهات المختصة ‏برعاية الحجاج والمعتمرين بالحرم المكي بنسبة‏ 48.3% موزعة بنسبة (76.7%) للذكور في مقابل نسبة (69.8%) للإناث‏ ‏.

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في أسباب ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام ‏الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏ ‏على النحو الآتي:**

* ‏ ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي‏ الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو لأنها تقدم لي ‏معلومات مختلفة في العديد من ‏المجالات الدينية والصحية والأمنية والمرورية ‏وغيرها بنسبة (53.3%) للذكور في مقابل نسبة (39.6%) للإناث‏ ‏‏‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(1.579) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏ ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي‏ الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو لأنها تفيدني كثيرا خلال فترة تواجدي لأداء مناسك ‏الحج والعمرة في معرفة ‏الأخطاء التي يقع فيها ‏الحجاج ‏والمعتمرين بنسبة (67.8%) للذكور في مقابل نسبة (75.5%) للإناث‏ ‏‏‏‏‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.972) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏ ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي‏ الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو لأنها تساعدني في التواصل مع الجهات المختصة ‏برعاية الحجاج والمعتمرين بالحرم المكي بنسبة‏ (76.7%) للذكور في مقابل نسبة (69.8%) للإناث‏ ‏ ‏‏‏‏‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.901) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
1. **أسباب عدم اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(10- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب عدم‏ ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي**

**جدول رقم (19)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب**

**لأسباب عدم‏ ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **أسباب عدم‏ ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي** | **الإجمالي ن =158** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **لأنها غير مهمة بالنسبة لي** | **59** | **37.3** | **0.37** | **0.485** | **1** |
| **لأنها لا تقدم معلومات غير كافية** | **57** | **36.1** | **0.36** | **0.482** | **2** |
| **لأنها تسبب ضياع الكثير من الوقت في الاستماع لها** | **36** | **22.9** | **0.23** | **0.422** | **3** |
| **أفضل الجلوس بالحرم وقراءة القرآن والاستماع لمشايخ الحرم** | **31** | **19.6** | **0.20** | **0.398** | **4** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز أسباب ‏عدم‏ اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأنها غير مهمة بالنسبة لي بنسبة 37.3% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏لأنها لا تقدم معلومات غير كافية بنسبة 36.1% ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل ‏ لأنها تسبب ضياع الكثير من الوقت في الاستماع لها بنسبة‏ 22.9% ،يليها في الترتيب الرابع والاخير السبب القائل ‏أفضل الجلوس بالحرم وقراءة القرآن والاستماع ‏لمشايخ الحرم بنسبة‏ 19.6% .‏

**(10- ب) قيمة Z لأسباب عدم‏ ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي**

**جدول رقم (20)**

**قيمة Z لأسباب عدم‏ ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****الاسباب** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **أفضل الجلوس بالحرم وقراءة القرآن والاستماع لمشايخ الحرم** | **22** | **32.3** | **9** | **10** | **31** | **19.6** | **3.492** | **داله** |
| **لأنها غير مهمة بالنسبة لي** | **15** | **22.1** | **44** | **48.9** | **59** | **37.3** | **3.441** | **داله** |
| **لأنها تسبب ضياع الكثير من الوقت في الاستماع لها** | **23** | **33.8** | **13** | **14.4** | **36** | **22.9** | **2.922** | **داله** |
| **لأنها لا تقدم معلومات غير كافية** | **29** | **42.6** | **28** | **31.1** | **57** | **36.1** | **1.490** | **غير داله** |
| **جملة من سئلوا** | **68** | **90** | **158** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن أسباب عدم‏ اهتمام الذكور والإناث (عينة الدراسة) بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏ ‏جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

 أن أبرز أسباب ‏عدم‏ اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأنها غير مهمة بالنسبة لي بنسبة 37.3% موزعة بنسبة (22.1%) للذكور في مقابل نسبة (48.9%) للإناث‏ ‏، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏لأنها لا تقدم معلومات غير كافية بنسبة 36.1% موزعة بنسبة (42.6%) للذكور في مقابل نسبة (31.3%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل ‏لأنها تسبب ضياع الكثير من الوقت في الاستماع لها بنسبة‏ 22.9% موزعة بنسبة (33.8%) للذكور في مقابل نسبة (14.4%) للإناث ‏،يليها في الترتيب الرابع والاخير السبب القائل ‏أفضل الجلوس بالحرم وقراءة القرآن والاستماع ‏لمشايخ الحرم بنسبة‏ 19.6% موزعة بنسبة (32.3%) للذكور في مقابل نسبة (10%) للإناث‏ ‏.‏

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في أسباب عدم‏ ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام ‏الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏ ‏على النحو الآتي:**

* ‏‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اهتمامهم بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو لأنهم يفضلون الجلوس بالحرم وقراءة القرآن والاستماع ‏لمشايخ الحرم بنسبة (32.3%) ‏للذكور في مقابل نسبة (10%) للإناث‏ ‏‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (3.492) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اهتمامهم بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو لأنها غير مهمة بالنسبة لي بنسبة (22.1%) للذكور في مقابل نسبة (48.9%) للإناث‏ ‏‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (3.441) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اهتمامهم بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو لأنها تسبب ضياع الكثير من الوقت في الاستماع لها بنسبة (33.8%) للذكور في ‏مقابل نسبة (14.4%) للإناث ‏ ‏‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (2.992) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏ ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اهتمامهم بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏‏الذى يبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( ‏موبايل – ‏تابلت- أي باد – أي ‏فون ) ‏هو ‏لأنها لا تقدم معلومات غير كافية بنسبة (42.6%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(31.3%) للإناث‏ ‏ ‏‏ ‏‏‏‏‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(1.490) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
1. **معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.**

**وتتضمن الجدول الآتية:**

**(11-أ) التكرارات والنسب المئوية ‏لمعدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية ‏توزع عليهم.‏**

**جدول رقم (21)**

**يوضح التكرارات والنسب المئوية لمعدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية ‏توزع عليهم.‏**

|  |  |
| --- | --- |
| **معدل الموافقة** | **الاستجابة** |
| **ك** | **%** |
| **نعم** | **366** | **91.5** |
| **لا** | **34** | **8.5** |
| **المجموع** | **‏‏400** | **100** |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 91.5% من أفراد العينة يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم ، وأن نسبة 8.5% من أفراد العينة لا يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏.

 **مما سبق نلاحظ:-**

 ارتفاع نسبة من يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم ‏‏بين أفراد العينة.

 **(11-ب) الفروق بين النوع (ذكور ـ إناث) ‏لمعدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية ‏توزع عليهم.‏**

**جدول رقم (22)**

**يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث**

**‏لمعدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين**

**‏عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم‏**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع**معدل الموافقة | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **كا2** | **الدلالة****د ح1** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| نعم | **174** | **87** | **192** | **96** | 366 | 91.5 | **10.415** | **0.001 دالة** |
| لا | **26** | **13** | **8** | **4** | 34 | 8.5 |
| **الجمــلة** | **200** | **100** | **200** | **100** | ‏400‏ | 100 |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 87% من أفراد العينة الذكور يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏ ، وأن نسبة 13% منهم لا يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏ ‏، في حين أن نسبة 96% من أفراد العينة الإناث يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏ ‏، وأن نسبة 4% منهن لا يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏‏‏، ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار كرامرز في Cramer،S V. =0.161 وهي دالة عند مستوى 0.001

 وكذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة الذكور والإناث في موافقتهم على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏ ‏ ، حيث كانت قيمة كا2 = 10.415، وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

**مما سبق نلاحظ :-**

‏ ارتفاع نسبة من يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏ لدى أفراد العينة ‏(ذكور ـ إناث) ‏، إلا أنه يلاحظ ‏ارتفاع نسبة الموافقة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏ لدى عينة الاناث بصورة كبيرة في مقابل أفراد عينة ‏ الذكور ، بنسبة 96% في مقابل 87% لصالح أفراد العينة الاناث .‏

1. **اسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(12- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو لاسلكية ‏توزع عليهم ‏**

**جدول رقم (23)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب**

**لأسباب ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين**

 **عن طريق ‏سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **اسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة ‏راديو لاسلكية توزع عليهم ‏** | **الإجمالي ن =366** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى** | **285** | **77.9** | **0.78** | **0.416** | **1** |
| **تنوع البرامج التي ستبث بها لتوصيل المعلومة** | **259** | **70.8** | **0.71** | **0.455** | **2** |
| **لضمان استخدامها برامج تبث بلغات مختلفة** | **247** | **67.5** | **0.67** | **0.469** | **3** |
| **قلة عدد الحجاج ممن يستخدمون بصورة منتظمة أجهزة الإعلام الجديد** | **170** | **46.4** | **0.46** | **0.499** | **4** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز أسباب ‏ موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏ ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى بنسبة 77.9% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏ تنوع البرامج التي ستبث بها لتوصيل المعلومة بنسبة 70.8% ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل ‏ لضمان استخدامها برامج تبث بلغات مختلفة 67.5% ، يليها في الترتيب الرابع والاخير السبب القائل قلة عدد الحجاج ممن يستخدمون بصورة منتظمة ‏أجهزة الإعلام الجديد بنسبة ‏‏46.4% ‏.

**(12- ب) قيمة Z لأسباب ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏**

**جدول رقم (24)**

**قيمة Z لأسباب ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين**

 **عن طريق ‏سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****الاسباب** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **قلة عدد الحجاج ممن يستخدمون بصورة منتظمة أجهزة الإعلام الجديد** | **62** | **35.6** | **108** | **56.2** | **170** | **46.4** | **3.944** | **داله** |
| **لضمان استخدامها برامج تبث بلغات مختلفة** | **110** | **63.2** | **137** | **71.4** | **247** | **67.5** | **1.657** | **غير داله** |
| **تنوع البرامج التي ستبث بها لتوصيل المعلومة** | **117** | **67.2** | **142** | **81.6** | **259** | **70.8** | **1.409** | **غير داله** |
| **ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى** | **140** | **80.4** | **145** | **75.5** | **285** | **77.9** | **1.135** | **غير داله** |
| **جملة من سئلوا** | **174** | **192** | **366** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن أسباب موافقة الذكور والإناث (عينة الدراسة) على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏‏جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

‏ أن أبرز أسباب ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة ‏راديو لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏في الترتيب الأول السبب القائل ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى ‏بنسبة 77.9% موزعة بنسبة (80.4%) للذكور في مقابل نسبة (75.5%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏ تنوع البرامج التي ستبث بها لتوصيل المعلومة بنسبة ‏‏70.8% موزعة بنسبة (67.2%) للذكور في مقابل نسبة (81.6%) للإناث ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل ‏ لضمان استخدامها برامج تبث بلغات مختلفة 67.5% موزعة بنسبة (63.2%) للذكور في مقابل نسبة (71.4%) للإناث‏ ، ‏يليها في الترتيب الرابع والاخير السبب القائل قلة عدد الحجاج ممن يستخدمون بصورة منتظمة ‏أجهزة الإعلام ‏الجديد ‏‏46.4% ‏موزعة بنسبة (35.6%) للذكور في مقابل نسبة (56.2%) للإناث‏ ‏.

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في أسباب ‏موافقة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏على النحو الآتي:**

* ‏‏‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن ‏طريق ‏سماعة ‏راديو لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏هو قلة عدد الحجاج ممن يستخدمون بصورة منتظمة ‏أجهزة الإعلام ‏الجديد ‏‏ بنسبة (35.6%) ‏للذكور في مقابل نسبة (56.2%) للإناث‏ ، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (3.944) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن ‏طريق ‏سماعة ‏راديو ‏لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏هو لضمان استخدامها برامج تبث بلغات مختلفة بنسبة (63.2%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(71.4%) للإناث‏ ‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(1.657) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏ ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب ‏موافقة عينة ‏الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن ‏طريق ‏سماعة ‏راديو ‏لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏هو تنوع البرامج التي ستبث بها لتوصيل المعلومة بنسبة (67.2%) للذكور في مقابل ‏نسبة (81.6%) للإناث‏ ‏، والفارق غير دال ‏إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(1.409) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة ‏بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏ ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب ‏موافقة عينة ‏الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن ‏طريق ‏سماعة ‏راديو ‏لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏هو ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى بنسبة (80.4%) للذكور في مقابل ‏نسبة (75.5%) للإناث‏ ‏‏، والفارق غير دال ‏إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(1.135) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة ‏بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
1. **اسباب عدم موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(13- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب ‏** **عدم‏ موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو لاسلكية ‏توزع عليهم ‏**

**جدول رقم (25)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب**

**لأسباب ‏عدم‏ موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **اسباب عدم‏ موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة ‏راديو لاسلكية توزع عليهم ‏** | **الإجمالي ن =34** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **لأنني احصل على كافة المعلومات التي احتاجها من المطوف في الحملة** | **25** | **73.5** | **0.74** | **0.448** | **1** |
| **لن يكون هناك وقت للاستماع لها** | **24** | **70.6** | **0.71** | **0.462** | **2** |
| **لن تقدم معلومات جديدة بالنسبة لي** | **15** | **44.1** | **0.44** | **0.504** | **3** |
| **انتشار المصادر المختلفة للحصول على المعلومات** | **8** | **23.5** | **0.24** | **0.431** | **4** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

‏ أن أبرز أسباب ‏عدم موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة ‏راديو لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏ ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأنني احصل على كافة المعلومات التي احتاجها من ‏المطوف في الحملة ‏بنسبة 73.5% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل لن يكون هناك وقت للاستماع لها بنسبة ‏‏70.6% ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل لن تقدم معلومات جديدة بالنسبة لي بنسبة 44.1% ، ‏يليها في الترتيب الرابع والاخير السبب القائل انتشار المصادر المختلفة للحصول على المعلومات بنسبة ‏‏23.5% ‏.‏

**(13- ب) قيمة Z لأسباب عدم‏ ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏**

**جدول رقم (26)**

**قيمة Z لأسباب عدم‏ ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****الاسباب** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **لأنني احصل على كافة المعلومات التي احتاجها من المطوف في الحملة** | **19** | **73.1** | **6** | **75** | **25** | **73.5** | **0.106** | **غير داله** |
| **لن يكون هناك وقت للاستماع لها** | **20** | **76.9** | **4** | **50** | **24** | **70.6** | **1.440** | **غير ‏داله** |
| **لن تقدم معلومات جديدة بالنسبة لي** | **11** | **42.3** | **4** | **50** | **15** | **44.1** | **0.378** | **غير داله** |
| **انتشار المصادر المختلفة للحصول على المعلومات** | **7** | **26.9** | **1** | **12.5** | **8** | **23.5** | **0.829** | **غير داله** |
| **جملة من سئلوا** | **26** | **8** | **34** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن أسباب عدم‏ موافقة الذكور والإناث (عينة الدراسة) على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏‏جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

‏ أن أبرز أسباب ‏عدم موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة ‏راديو لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏ ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأنني احصل على كافة المعلومات التي احتاجها من ‏المطوف في الحملة ‏بنسبة 73.5% موزعة بنسبة (73.1%) للذكور في مقابل نسبة (75%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل لن يكون هناك وقت للاستماع لها بنسبة ‏‏70.6% موزعة بنسبة (76.9%) للذكور في مقابل نسبة (50%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل لن تقدم معلومات جديدة بالنسبة لي بنسبة 44.1% موزعة بنسبة (42.3%) للذكور في مقابل نسبة (50%) للإناث‏ ، ‏يليها في الترتيب الرابع والاخير السبب القائل انتشار المصادر المختلفة للحصول على المعلومات بنسبة ‏‏23.5% ‏موزعة بنسبة (26.9%) للذكور في مقابل نسبة (12.5%) للإناث‏ ‏.

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في أسباب ‏** **عدم‏ موافقة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏على النحو الآتي:**

* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن ‏طريق ‏سماعة ‏راديو ‏لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏هو لأنني احصل على كافة المعلومات التي احتاجها من ‏المطوف في الحملة ‏ بنسبة ‏‏(73.1%) للذكور في مقابل نسبة (75%) للإناث‏ ‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.106) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن ‏طريق ‏سماعة ‏راديو ‏لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏هو لن يكون هناك وقت للاستماع لها بنسبة (76.9%) للذكور في مقابل نسبة (50%) ‏للإناث‏‏ ‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(1.440) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن ‏طريق ‏سماعة ‏راديو ‏لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏هو لن تقدم معلومات جديدة بالنسبة لي بنسبة (42.3%) للذكور في مقابل نسبة (50%) للإناث‏ ‏ ‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.378) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم ‏موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن ‏طريق ‏سماعة ‏راديو ‏لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏هو انتشار المصادر المختلفة للحصول على المعلومات بنسبة (26.9%) للذكور في مقابل ‏نسبة (12.5%) للإناث‏ ‏ ‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.829) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
1. **معدل تفضيل عينة الدراسة للأجهزة في الحصول على المعلومات التوعوية.**

**وتتضمن الجدول الآتية:**

**(14-أ) التكرارات والنسب المئوية ‏لمعدل تفضيل عينة الدراسة للأجهزة في الحصول على المعلومات التوعوية**

**جدول رقم (27)**

**يوضح التكرارات والنسب المئوية لمعدل تفضيل عينة الدراسة**

 **للأجهزة في الحصول على المعلومات التوعوية**

|  |  |
| --- | --- |
| **معدل التفضيل** | **الاستجابة** |
| **ك** | **%** |
| **بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين****عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم** | **305** | **76.2** |
| **التطبيق الإذاعي بجهازك** | **95** | **23.8** |
| **المجموع** | **‏‏400** | **100** |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 76.2% من أفراد العينة يفضلون بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم ، وأن نسبة 23.8% من أفراد العينة يفضلون بث التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) .

‏ **مما سبق نلاحظ:-**

 ارتفاع نسبة من يفضلون بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم ‏‏بين أفراد العينة.

 **(14-ب) الفروق بين النوع (ذكور ـ إناث) ‏لمعدل تفضيل عينة الدراسة للأجهزة في الحصول على المعلومات التوعوية**

**جدول رقم (28)**

**يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث**

**‏لمعدل تفضيل عينة الدراسة للأجهزة في الحصول على المعلومات التوعوية**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع**معدل التفضيل | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **كا2** | **الدلالة****د ح1** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين** **عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم** | **142** | **71** | **163** | **81.5** | **305** | **76.2** | **6.088** | **0.014 دالة** |
| **التطبيق الإذاعي بجهازك**  | **58** | **29** | **37** | **18.5** | **95** | **23.8** |
| **الجمــلة** | **200** | **100** | **200** | **100** | ‏‏400 | 100 |

**يتضح من الجدول السابق:-**

 أن نسبة 71% من أفراد العينة الذكور يفضلون بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم ، وأن نسبة 29% منهم يفضلون بث التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون )‏‏ ‏، في حين أن نسبة 81.5% من أفراد العينة الإناث يفضلن بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم ، وأن نسبة ‏‏18.5% منهم يفضلن بث التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون )‏‏ ‏‏‏‏، ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار كرامرز في Cramer،S V. =0.123 وهي دالة عند مستوى 0.05

 وكذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة الذكور والإناث في موافقتهم على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏ ‏، حيث كانت قيمة كا2 = 6.088، وهي دالة عند مستوى دلالة 0.05.

**مما سبق نلاحظ :-**

‏ ارتفاع نسبة من يفضلون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم لدى أفراد العينة ‏(ذكور ـ إناث) ‏، إلا أنه يلاحظ ‏ارتفاع نسبة التفضيل على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم ‏ لدى عينة الاناث بصورة كبيرة في مقابل أفراد عينة ‏ الذكور ، بنسبة 81.5% في مقابل 71% لصالح أفراد العينة الاناث .‏

1. **اسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(15- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب ‏تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏**

**جدول رقم (29)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب**

**لأسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **اسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي** | **الإجمالي ن =95** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **لضمان تواجده معي** | **68** | **71.6** | **0.72** | **0.453** | **1** |
| **لسهولة استخدامه** | **64** | **67.4** | **0.67** | **0.471** | **2** |
| **لعدم ضمان الحصول على سماعة راديو الحج اذا تم تطبيقها** | **51** | **53.7** | **0.54** | **0.501** | **3** |
| **لا أجد فرق سيحدث باستخدام وسيلة غيره** | **25** | **26.3** | **0.26** | **0.443** | **4** |
| **لإمكانية الاستماع بالقنوات المذاعة عبر الانترنت** | **18** | **18.9** | **0.19** | **0.394** | **5** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز أسباب ‏ تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏ ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لضمان تواجده معي بنسبة 71.6% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏لسهولة استخدامه بنسبة 67.4% ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل لعدم ضمان الحصول على سماعة راديو الحج اذا تم ‏تطبيقها بنسبة 53.7% ، يليها في الترتيب الرابع السبب القائل لا أجد فرق سيحدث باستخدام وسيلة غيره بنسبة ‏‏26.3% ، يليها في الترتيب الخامس والاخير السبب القائل لإمكانية الاستماع بالقنوات المذاعة عبر ‏الانترنت بنسبة ‏‏18.9% ‏.

**(15- ب) قيمة Z لأسباب ‏تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي**

**جدول رقم (30)**

**قيمة Z لأسباب ‏تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****الاسباب** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **لعدم ضمان الحصول على سماعة راديو الحج اذا تم تطبيقها** | **28** | **48.3** | **23** | **62.2** | **51** | **53.7** | **1.317** | **غير داله** |
| **لسهولة استخدامه** | **41** | **70.7** | **23** | **62.2** | **64** | **67.4** | **0.860** | **غير داله** |
| **لا أجد فرق سيحدث باستخدام وسيلة غيره** | **17** | **29.3** | **8** | **21.6** | **25** | **26.3** | **0.825** | **غير داله** |
| **لضمان تواجده معي** | **42** | **72.4** | **26** | **70.3** | **68** | **71.6** | **0.225** | **غير داله** |
| **لإمكانية الاستماع بالقنوات المذاعة عبر الانترنت** | **11** | **18.9** | **7** | **18.9** | **18** | **18.9** | **0.006** | **غير داله** |
| **جملة من سئلوا** | **58** | **37** | **95** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن أسباب تفضيل الذكور والإناث (عينة الدراسة) للتطبيق الإذاعي ‏‏جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

 أن أبرز أسباب ‏ تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏ ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لضمان تواجده معي بنسبة 71.6% موزعة بنسبة (72.4%) للذكور في مقابل نسبة (70.3%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏لسهولة استخدامه بنسبة 67.4% موزعة بنسبة (70.7%) للذكور في مقابل نسبة (62.2%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل لعدم ضمان الحصول على سماعة راديو الحج اذا تم ‏تطبيقها بنسبة 53.7% موزعة بنسبة (48.3%) للذكور في مقابل نسبة (62.2%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الرابع السبب القائل لا أجد فرق سيحدث باستخدام وسيلة غيره بنسبة ‏‏26.3% موزعة بنسبة (29.3%) للذكور في مقابل نسبة (21.6%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الخامس والاخير السبب القائل لإمكانية الاستماع بالقنوات المذاعة عبر ‏الانترنت بنسبة ‏‏18.9% موزعة بنسبة (18.9%) للذكور في مقابل نسبة (18.9%) للإناث ‏.

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في أسباب ‏** **تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏على النحو الآتي:**

* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏‏هو عدم ضمان الحصول على سماعة راديو الحج اذا تم ‏تطبيقها بنسبة (48.3%) ‏للذكور في مقابل نسبة (62.2%) للإناث‏ ، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(1.317) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏‏هو ‏لسهولة استخدامه بنسبة (70.7%) للذكور في مقابل نسبة (62.2%) للإناث‏ ‏‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.860) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏‏هو لا أجد فرق سيحدث باستخدام وسيلة غيره بنسبة (29.3%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(21.6%) للإناث‏ ‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.825) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏‏هو ‏ لضمان تواجده معي بنسبة (72.4%) للذكور في مقابل نسبة (70.3%) للإناث‏ ‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.225) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏‏هو لإمكانية الاستماع بالقنوات المذاعة عبر ‏الانترنت بنسبة (18.9%) للذكور في مقابل ‏نسبة (18.9%) للإناث، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.006) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
1. **اسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(16- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب** **تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم ‏**

**جدول رقم (31)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم ‏**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **اسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم** | **الإجمالي ن =305** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **لأنها ستقدم معلومات توعوية مركزة وقوية عن الحج والعمرة** | **254** | **79.6** | **0.80** | **0.403** | **1** |
| **لأنها ستنقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج** | **179** | **56.1** | **0.56** | **0.497** | **2** |
| **لأنني سأستمع من خلالها لجميع مشايخ الحرم** | **166** | **52** | **0.52** | **0.500** | **3** |
| **لأنها ستقدم برامج عن المحظورات التي يقع فيها الحجيج بالحج** | **165** | **51.7** | **0.52** | **0.500** | **4** |
| **لصعوبة شحن البطارية أيام الحج** | **139** | **43.6** | **0.44** | **0.497** | **5** |
| **أخرى تذكر(توافرها في متناول جميع الحجاج)** | **88** | **27.6** | **0.28** | **0.448** | **6** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز أسباب ‏ تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم ‏‏جاء في الترتيب الأول السبب القائل لأنها ستقدم معلومات توعوية مركزة وقوية عن ‏الحج والعمرة بنسبة 79.6% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل لأنها ستنقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج بنسبة 56.1% ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل لأنني سأستمع من خلالها لجميع مشايخ الحرم بنسبة 52% ، يليها في الترتيب الرابع السبب القائل لأنها ستقدم برامج عن المحظورات التي يقع فيها ‏الحجيج بالحج بنسبة ‏‏51.7% ، يليها في الترتيب الخامس السبب القائل لصعوبة شحن البطارية أيام الحج بنسبة ‏‏43.6% ، يليها في الترتيب السادس والاخير السبب القائل أخرى تذكر(توافرها في متناول جميع الحجاج)‏ بنسبة ‏‏‏27.6% ‏.‏

**(16- ب) قيمة Z لأسباب ‏تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم**

**جدول رقم (32)**

**قيمة Z لأسباب ‏تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين**

**عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****الاسباب** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **لصعوبة شحن البطارية أيام الحج** | **80** | **56.3** | **59** | **36.2** | **139** | **43.6** | **4.112** | **داله** |
| **لأنها ستنقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج** | **64** | **45.1** | **115** | **70.5** | **179** | **56.1** | **3.554** | **داله** |
| **لأنها ستقدم برامج عن المحظورات التي يقع فيها الحجيج بالحج** | **63** | **44.4** | **102** | **62.6** | **165** | **51.7** | **2.352** | **داله** |
| **لأنني سأستمع من خلالها لجميع مشايخ الحرم** | **67** | **47.2** | **99** | **60.7** | **166** | **52** | **1.552** | **غير داله** |
| **أخرى تذكر(توافرها في متناول جميع الحجاج)** | **48** | **33.8** | **40** | **24.5** | **88** | **27.6** | **1.302** | **غير داله** |
| **لأنها ستقدم معلومات توعوية مركزة وقوية عن الحج والعمرة** | **117** | **82.4** | **137** | **84.1** | **254** | **79.6** | **1.099** | **غير داله** |
| **جملة من سئلوا** | **142** | **163** | **305** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن أسباب تفضيل الذكور والإناث (عينة الدراسة) بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم ‏‏جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

‏ أن أبرز أسباب ‏ تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم ‏‏جاء في الترتيب الأول السبب القائل لأنها ستقدم معلومات توعوية مركزة وقوية عن ‏الحج والعمرة بنسبة 79.6% موزعة بنسبة (82.4%) للذكور في مقابل نسبة (84.1%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل لأنها ستنقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج بنسبة 56.1% موزعة بنسبة (45.1%) للذكور في مقابل نسبة (70.5%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل لأنني سأستمع من خلالها لجميع مشايخ الحرم بنسبة 52% موزعة بنسبة (47.2%) للذكور في مقابل نسبة (60.7%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الرابع السبب القائل لأنها ستقدم برامج عن المحظورات التي يقع فيها ‏الحجيج بالحج بنسبة ‏‏51.7% موزعة بنسبة (44.4%) للذكور في مقابل نسبة (62.6%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب الخامس السبب القائل لصعوبة شحن البطارية أيام الحج بنسبة ‏‏43.6% موزعة بنسبة (56.3%) للذكور في مقابل نسبة (36.2%) للإناث‏ ، يليها في الترتيب السادس والاخير السبب القائل أخرى تذكر(توافرها في متناول جميع الحجاج)‏ بنسبة ‏‏‏27.6% ‏موزعة بنسبة (33.8%) للذكور في مقابل نسبة (24.5%) للإناث‏ ‏.

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم ‏على النحو الآتي:**

* ‏‏‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏هو لصعوبة شحن البطارية أيام الحج بنسبة (56.3%) للذكور في مقابل نسبة (36.2%) ‏للإناث ، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (4.112) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏‏‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏هو لأنها ستنقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج بنسبة (45.1%) للذكور في مقابل ‏نسبة (70.5%) للإناث‏ ، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (3.554) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏‏‏تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏هو لأنها ستقدم برامج عن المحظورات التي يقع فيها ‏الحجيج بالحج بنسبة (44.4%) ‏للذكور في مقابل نسبة (62.6%) للإناث‏ ، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (2.352) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية ‏توزع عليهم ‏‏‏هو لأنني سأستمع من خلالها لجميع مشايخ الحرم بنسبة (47.2%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(60.7%) للإناث‏ ‏‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(1.552) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏‏هو ‏ لضمان تواجده معي بنسبة (72.4%) للذكور في مقابل نسبة (70.3%) للإناث‏ ‏، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.225) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* ‏يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏‏هو لإمكانية الاستماع بالقنوات المذاعة عبر ‏الانترنت بنسبة (18.9%) للذكور في مقابل ‏نسبة (18.9%) للإناث، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.006) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
1. **مقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج والمعتمرين**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(17- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لمقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏**

**جدول رقم (33)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لمقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي**

 **بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **مقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏** | **الإجمالي ن =400** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **تعدد اللغات المستخدمة** | **235** | **58.8** | **0.59** | **0.493** | **1** |
| **ضمان المصداقية فيما يبث من معلومات** | **93** | **23.3** | **0.23** | **0.423** | **2** |
| **التركيز على محظورات الحج والعمرة** | **75** | **18.8** | **0.19** | **0.391** | **3** |
| **الاهتمام بالفتاوى والبرامج التوعوية** | **65** | **16.3** | **0.16** | **0.369** | **4** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏‏ ‏‏في الترتيب الأول المقترح القائل تعدد اللغات المستخدمة بنسبة 58.8% ، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل ‏ ضمان المصداقية فيما يبث من معلومات بنسبة 23.3% ، يليها في الترتيب الثالث ‏ المقترح القائل التركيز على محظورات الحج والعمرة بنسبة 18.8% ، يليها في الترتيب الرابع والاخير المقترح القائل الاهتمام بالفتاوى والبرامج التوعوية بنسبة ‏‏16.3% .

 **(17- ب) قيمة Z لمقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏**

**جدول رقم (34)**

**قيمة Z لمقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي**

 **بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****الاقتراحات** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **تعدد اللغات المستخدمة** | **130** | **65** | **105** | **52.5** | **235** | **58.8** | **2.536** | **داله** |
| **التركيز على محظورات الحج والعمرة** | **30** | **15** | **45** | **22.5** | **75** | **18.8** | **1.919** | **غير داله** |
| **الاهتمام بالفتاوى والبرامج التوعوية** | **33** | **16.5** | **32** | **16** | **65** | **16.3** | **0.135** | **غير داله** |
| **ضمان المصداقية فيما يبث من معلومات** | **47** | **23.5** | **46** | **23** | **93** | **23.3** | **0.118** | **غير داله** |
| **جملة من سئلوا** | **200** | **200** | **400** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن مقترحات الذكور والإناث (عينة الدراسة) لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين ‏‏‏جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

 أن أبرز مقترحات الذكور والإناث ‏ عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏‏ ‏‏في الترتيب الأول المقترح القائل تعدد اللغات المستخدمة بنسبة 58.8% موزعة بنسبة (65%) للذكور في مقابل نسبة (52.5%) للإناث ‏ ، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل ‏ ضمان المصداقية فيما يبث من معلومات بنسبة 23.3% موزعة بنسبة (23.5%) للذكور في مقابل نسبة (23%) للإناث ‏ ، يليها في الترتيب الثالث ‏ المقترح القائل التركيز على محظورات الحج والعمرة بنسبة 18.8% موزعة بنسبة (15%) للذكور في مقابل نسبة (22.5%) للإناث ‏ ، يليها في الترتيب الرابع والاخير المقترح القائل الاهتمام بالفتاوى والبرامج التوعوية بنسبة ‏‏16.3% موزعة بنسبة (16.5%) للذكور في مقابل نسبة (16%) للإناث .

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في مقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏ ‏على النحو الآتي:**

* ‏ تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات زيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏ ‏‏‏هو تعدد اللغات المستخدمة بنسبة (65%) للذكور في مقابل نسبة (52.5%) للإناث ‏ ‏‏ ، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (2.536) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات زيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏ ‏‏هو التركيز على محظورات الحج والعمرة بنسبة (15%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(22.5%) للإناث‏ ‏ ، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(1.919) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات زيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏ ‏‏هو الاهتمام بالفتاوى والبرامج التوعوية بنسبة (16.5%) للذكور في مقابل نسبة (16%) ‏للإناث ‏ ، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.135) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات زيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏ ‏‏هو ضمان المصداقية فيما يبث من معلومات بنسبة (23.5%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(23%) للإناث‏ ، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.118) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
1. **مقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم**

**وتتضمن الجداول الآتية:.**

**(18- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لمقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم**

**جدول رقم (35)**

**التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لمقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **مقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم** | **الإجمالي ن =400** | **المتوسط****المرجح** | **الانحراف المعياري** | **الترتيب** |
| **ك** | **%** |
| **استخدام كل لغات العالم** | **175** | **43.8** | **0.44** | **0.497** | **1** |
| **توفير سبل لشحن البطارية** | **114** | **28.5** | **0.28** | **0.452** | **2** |
| **أن توزع السماعات مجاناً** | **96** | **24** | **0.24** | **0.428** | **3** |
| **أن تكون سهلة الاستخدام** | **87** | **21.8** | **0.22** | **0.413** | **4** |
| **أن توزع السماعات عن طريق هيئات متخصصة وتسترد في نهاية المناسك** | **85** | **21.3** | **0.21** | **0.410** | **5** |
| **توفير محطات تقوية للإرسال** | **71** | **17.8** | **0.18** | **0.383** | **6** |
| **الإعلان عن أماكن الشحن وتوزيع السماعات** | **69** | **17.3** | **0.17** | **0.378** | **7** |
| **بث القرآن والصلاة من المسجد الحرام** | **66** | **16.5** | **0.17** | **0.372** | **8** |
| **الاستعانة بمشايخ وعلماء ذو ثقة** | **62** | **15.5** | **0.16** | **0.362** | **9** |
| **توفير بديل في حالة تلف السماعة أو فقدانها** | **56** | **14** | **0.14** | **0.347** | **10** |
| **أن توزع السماعات على مسئول الحملة وتزود أماكن الحملات بسماعات كبيرة لبث برامجها** | **55** | **13.8** | **0.14** | **0.345** | **11** |

 **يتضح من الجدول السابق:-**

 أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم‏‏ ‏‏في الترتيب الأول المقترح القائل استخدام كل لغات العالم بنسبة 43.8% ، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل ‏ توفير سبل لشحن البطارية بنسبة 28.5% ، يليها في الترتيب الثالث ‏المقترح القائل أن توزع السماعات مجاناً بنسبة 24% ، يليها في الترتيب الرابع المقترح القائل أن تكون سهلة الاستخدام بنسبة ‏‏21.8% ، يليها في الترتيب الخامس المقترح أن توزع السماعات عن طريق هيئات متخصصة ‏وتسترد في نهاية المناسك بنسبة ‏‏21.3% ، يليها في الترتيب السادس المقترح القائل توفير محطات تقوية للإرسال بنسبة ‏‏‏17.8% ، يليها في الترتيب السابع المقترح القائل الإعلان عن أماكن الشحن وتوزيع السماعات بنسبة ‏‏17.3% ، يليها في الترتيب الثامن المقترح القائل بث القرآن والصلاة من المسجد الحرام بنسبة 16.5%، يليها في الترتيب التاسع المقترح القائل الاستعانة بمشايخ وعلماء ذو ثقة بنسبة ‏‏15.5% ، يليها في الترتيب العاشر المقترح القائل توفير بديل في حالة تلف السماعة أو فقدانها بنسبة ‏‏14% ، يليها في الترتيب الحادي عشر والاخير المقترح القائل أن توزع السماعات على مسئول الحملة وتزود ‏أماكن الحملات بسماعات كبيرة لبث برامجها بنسبة ‏‏13.8% ‏.

‏ **(18- ب) قيمة Z لمقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم**

**جدول رقم (36)**

**قيمة Z لمقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين**

 **عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****الاقتراحات** | **ذكور** | **إناث** | **الإجمالي** | **قيمة z** | **مدى الدلالة** |
| **ك** | **%** | **ك** | **%** | **ك** | **%** |
| **استخدام كل لغات العالم** | **119** | **59.5** | **56** | **28** | **175** | **43.8** | **6.342** | **داله** |
| **توفير محطات تقوية للإرسال** | **54** | **27** | **17** | **8.5** | **71** | **17.8** | **4.836** | **داله** |
| **أن توزع السماعات مجاناً** | **60** | **30** | **36** | **18** | **96** | **24** | **2.806** | **داله** |
| **توفير بديل في حالة تلف السماعة أو فقدانها** | **34** | **17** | **22** | **11** | **56** | **14** | **1.727** | **غير داله** |
| **بث القرآن والصلاة من المسجد الحرام** | **27** | **13.5** | **39** | **19.5** | **66** | **16.5** | **1.614** | **غير داله** |
| **أن توزع السماعات على مسئول الحملة وتزود أماكن الحملات بسماعات كبيرة لبث برامجها** | **33** | **16.5** | **22** | **11** | **55** | **13.8** | **1.595** | **غير داله** |
| **الإعلان عن أماكن الشحن وتوزيع السماعات** | **29** | **14.5** | **40** | **20** | **69** | **17.3** | **1.454** | **غير داله** |
| **أن تكون سهلة الاستخدام** | **49** | **24.5** | **38** | **19** | **87** | **21.8** | **1.332** | **غير داله** |
| **توفير سبل لشحن البطارية** | **63** | **31.5** | **51** | **25.5** | **114** | **28.5** | **1.327** | **غير داله** |
| **الاستعانة بمشايخ وعلماء ذو ثقة** | **27** | **13.5** | **35** | **17.5** | **62** | **15.5** | **1.104** | **غير داله** |
| **أن توزع السماعات عن طريق هيئات متخصصة وتسترد في نهاية المناسك** | **40** | **20** | **45** | **22.5** | **85** | **21.3** | **0.610** | **غير داله** |
| **جملة من سئلوا** | **200** | **200** | **400** |  |

 **أوضحت بيانات الجدول السابق أن مقترحات الذكور والإناث (عينة الدراسة) لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏‏‏جاءت مرتبة وفقا لما أحرزته من تكرارات كالاتي:**

 أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم‏‏ ‏‏في الترتيب الأول المقترح القائل استخدام كل لغات العالم بنسبة 43.8% موزعة بنسبة (59.5%) للذكور في مقابل نسبة (28%) للإناث ‏ ، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل ‏ توفير سبل لشحن البطارية بنسبة 28.5% موزعة بنسبة (31.5%) للذكور في مقابل نسبة (25.5%) للإناث ‏، يليها في الترتيب الثالث ‏المقترح القائل أن توزع السماعات مجاناً بنسبة 24% موزعة بنسبة (30%) للذكور في مقابل نسبة (18%) للإناث ‏، يليها في الترتيب الرابع المقترح القائل أن تكون سهلة الاستخدام بنسبة ‏‏21.8% موزعة بنسبة (24.5%) للذكور في مقابل نسبة (19%) للإناث ‏، يليها في الترتيب الخامس المقترح أن توزع السماعات عن طريق هيئات متخصصة ‏وتسترد في نهاية المناسك بنسبة ‏‏21.3% موزعة بنسبة (20%) للذكور في مقابل نسبة (22.5%) للإناث ‏، يليها في الترتيب السادس المقترح القائل توفير محطات تقوية للإرسال بنسبة ‏‏‏17.8% موزعة بنسبة (27%) للذكور في مقابل نسبة (8.5%) للإناث ‏، يليها في الترتيب السابع المقترح القائل الإعلان عن أماكن الشحن وتوزيع السماعات بنسبة ‏‏17.3% موزعة بنسبة (14.5%) للذكور في مقابل نسبة (20%) للإناث ‏، يليها في الترتيب الثامن المقترح القائل بث القرآن والصلاة من المسجد الحرام بنسبة 16.5% موزعة بنسبة (13.5%) للذكور في مقابل نسبة (19.5%) للإناث ‏، يليها في الترتيب التاسع المقترح القائل الاستعانة بمشايخ وعلماء ذو ثقة بنسبة ‏‏15.5% موزعة بنسبة (13.5%) للذكور في مقابل نسبة (17.5%) للإناث ‏، يليها في الترتيب العاشر المقترح القائل توفير بديل في حالة تلف السماعة أو فقدانها بنسبة ‏‏14% موزعة بنسبة (17%) للذكور في مقابل نسبة (11%) للإناث ‏، يليها في الترتيب الحادي عشر والاخير المقترح القائل أن توزع السماعات على مسئول الحملة وتزود ‏أماكن الحملات بسماعات كبيرة لبث برامجها بنسبة ‏‏13.8% ‏موزعة بنسبة (16.5%) للذكور في مقابل نسبة (11%) للإناث ‏.

 **كما أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائيا بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في مقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏على النحو الآتي:**

* ‏ تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات تفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏هو استخدام كل لغات العالم بنسبة (59.5%) للذكور في مقابل نسبة (28%) للإناث ‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (6.342) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏ تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات تفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏هو توفير محطات تقوية للإرسال بنسبة (27%) للذكور في مقابل نسبة (8.5%) للإناث‏ ‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (4.836) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* ‏ تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات تفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏هو توزع السماعات مجاناً بنسبة (30%) للذكور في مقابل نسبة (18%) للإناث‏ ‏، ‏والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة (2.806) وهى أعلى من القيمة الجدولية ‏المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%). ‏
* يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات تفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏هو‏ توفير بديل في حالة تلف السماعة أو فقدانها بنسبة (17%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(11%) للإناث، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.118) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات تفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏هو‏ بث القرآن والصلاة من المسجد الحرام بنسبة (13.5%) للذكور في مقابل نسبة ‏‏(19.5%) للإناث، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.118) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏
* يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات تفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم ‏هو‏ أن توزع السماعات على مسئول الحملة وتزود ‏أماكن الحملات بسماعات كبيرة لبث برامجها بنسبة (16.5%) للذكور في مقابل نسبة (11%) للإناث‏ ، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة‎(Z) ‎‏ المحسوبة ‏‏(0.118) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).‏

**(ثانياً) اختبار صحة الفروض ومناقشتها**

**ونستعرض لها فيما يلي:.**

**الفرض الأول**

**" توجد فروق إحصائية في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور"**.

 وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات أفراد العينة (الذكور ـ الإناث) ، وأستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

**جدول رقم (37)**

**يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث**

**لـمعدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي .**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****المعدل** | **ذكور (ن=158)** | **إناث (ن=143)** | **ت** | **الدلالة****د-ح299** |
| **م** | **ع** | **م** | **ع** |
| **معدل الاستخدام** | **1.58** | **0.495** | **1.42** | **0.495** | **2.848** | **0.005 دالة** |

**يتضح من الجدول السابق :-**

 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي ‏ ، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى0.01 تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور .

**مما سبق نلاحظ**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور ـ إناث) في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي‏ تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور.

**ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الأول قد تحقق كليا.**

**الفرض الثاني**

**" توجد فروق ذات دلالة احصائية في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث" .**

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات أفراد العينة (الذكور ـ الإناث) ، وأستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

**جدول رقم (38)**

**يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث**

**لـمعدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****المعدل** | **ذكور (ن=158)** | **إناث (ن=143)** | **ت** | **الدلالة****د-ح299** |
| **م** | **ع** | **م** | **ع** |
| **معدل الاعتماد** | **1.44** | **0.498** | **1.36** | **0.483** | **1.401** | **0.162 غير دالة** |

**يتضح من الجدول السابق :-**

 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة ، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى0.05 .

**مما سبق نلاحظ**

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور ـ إناث) في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة ‏.

**ومن ثم يتضح عدم تحقق الفرض الثانى مما يجعلنا نقبل بالفرض البديل وهو:.**

**"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور ـ إناث) في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة ‏ ".**

**الفرض الثالث:**

**" توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور ـ إناث) في معدل الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك** **لصالح الذكور ‏ ".**

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات أفراد العينة (الذكور ـ الإناث) ، وأستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

**جدول رقم (38)**

**يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث**

**لـمعدل الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****المعدل** | **ذكور (ن=158)** | **إناث (ن=143)** | **ت** | **الدلالة****د-ح299** |
| **م** | **ع** | **م** | **ع** |
| **معدل الاهتمام** | **1.57** | **0.497** | **1.37** | **0.485** | **3.511** | **0.001 دالة** |

**يتضح من الجدول السابق :-**

 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في معدلات الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى0.001 تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور.

 **مما سبق نلاحظ**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور ـ إناث) في معدلات الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك‏ تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور.

**ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الثالث قد تحقق كليا.**

**الفرض الرابع**

**" توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي وبين معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي".**

ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

**جدول رقم (39)**

 **يوضح العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي**

**وبين معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة ‏بالتطبيق الإذاعي**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المتغير** | **المتوسط** | **الانحراف المعياري** | **معامل** **الارتباط** | **الاتجاه** | **القوة** | **مستوى الدلالة** |
| **معدل الاستخدام** | **1.50** | **0.501** |  |  |  |  |
| **درجة الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي** | **1.48** | **0.500** | **0.942\*\*** | **طردي** | **مرتفع** | **دالة عند مستوى 0.001** |

**يتضح من الجدول السابق :**

وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي وبين معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة ‏بالتطبيق الإذاعي.

**ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الرابع قد تحقق كليا.‏**

**الفرض الخامس**

**" توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي وبين زيادة اعتمادهم على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات المختلفة"".**

**ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.**

**جدول رقم (40)**

 **يوضح العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي**

**وبين زيادة اعتمادهم على التطبيق الإذاعي في الحصول على ‏المعلومات المختلفة‏.**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **المتغير** | **المتوسط** | **الانحراف المعياري** | **معامل** **الارتباط** | **الاتجاه** | **القوة** | **مستوى الدلالة** |
| **معدل الاستخدام** | **1.50** | **0.501** |  |  |  |  |
| **درجة الاعتماد على التطبيق الإذاعي** | **1.41** | **0.492** | **0.817\*\*** | **طردي** | **مرتفع** | **دالة عند مستوى 0.001** |

**يتضح من الجدول السابق :**

وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي ‏وبين زيادة اعتمادهم على التطبيق الإذاعي في الحصول على ‏المعلومات المختلفة.

**ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الخامس قد تحقق كليا.‏**

**الفرض السادس**

 **" توجد فروق إحصائية في معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث".**

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات أفراد العينة (الذكور ـ الإناث) ، وأستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

**جدول رقم (41)**

**يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث**

**لمعدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين**

**عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم‏.**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **النوع****المعدل** | **ذكور (ن=200)** | **إناث (ن=200)** | **ت** | **الدلالة****د-ح398** |
| **م** | **ع** | **م** | **ع** |
| **معدل الموافقة** | **1.87** | **0.337** | **1.96** | **0.196** | **3.262** | **0.001 دالة** |

**يتضح من الجدول السابق :-**

 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة ‏راديو لاسلكية توزع عليهم ، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى0.001 تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الاناث .

**مما سبق نلاحظ**

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور ـ إناث) في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي‏ تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الاناث.

**ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض السادس قد تحقق كليا.**

**ثالثاً: أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:**

1. توجد فروق إحصائية في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور.
2. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور ـ إناث) في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور ـ إناث) في معدل الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك لصالح الذكور.
4. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي وبين معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي.
5. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الاذاعي وبين زيادة اعتمادهم على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات المختلفة.
6. توجد فروق إحصائية في معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث .
7. أن نسبة 75.3% من أفراد العينة لديهم جهاز اعلام جديد.
8. أن نسبة 50.5% من أفراد العينة يستخدمون التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد.
9. أن أبرز أسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏ التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول هي ‏الاستماع إلى إذاعة القرآن الكريم بنسبة 73.7% ، يليها في الترتيب الثاني الاستماع إلى البرامج الدينية المختلفة بنسبة 64.5% ، يليها في الترتيب الثالث الاستماع إلى الأحاديث الشريفة والأدعية بنسبة‏ 39.5% ، يليها في الترتيب الرابع التعرف على الخدمات التي تقدم للحجيج والمعتمرين ‏بالحرم المكي بنسبة 26.3%،بينما جاء في الترتيب الاخير تعلم مناسك الحج والعمرة الصحيحة ‏بنسبة 7.2%.
10. أن أبرز أسباب عدم استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي ‏ التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول ‏لا يوجد لدي وقت بنسبة 36.9% ، يليها في الترتيب الثاني ‏لدي طرق أخرى للحصول على المعلومات بنسبة 32.2%.
11. بينما جاء في الترتيب الاخير لعدم بث برامجه بلغتي ‏بنسبة 7.4%.
12. أن نسبة 59.5% من أفراد العينة لا يعتمدون على ‏ التطبيق الاذاعي ‏.
13. أن أبرز ‏أنواع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة بنسبة 58.2% ، يليها في الترتيب الثاني ‏ معلومات عن مناسك الحج والعمرة الصحيحة بنسبة 49.2% ، يليها في الترتيب الثالث ‏ معلومات عن طرق النظافة الشخصية بنسبة‏ 47.5% ، بينما جاء في الترتيب الاخير معلومات عن كيفية التواصل مع الدفاع المدني في ‏حالات الطوارئ بنسبة 15.6% .
14. أن أبرز ‏أسباب عدم اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأن لدي مصادر أخرى للحصول على المعلومات بنسبة 62% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏لا يقدم لي معلومات جديدة بنسبة 20.1%، بينما جاء في الترتيب الاخير أخرى تذكر( لا أعرف استخدامه)‏بنسبة 11.7% .
15. أن نسبة 52.5% من أفراد العينة لا يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ‏ ‏.
16. أن أبرز أسباب ‏اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأنها تقدم لي معلومات مختلفة في العديد من ‏المجالات الدينية والصحية والأمنية والمرورية ‏وغيرها بنسبة 74.1% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏ لأنها تفيدني كثيرا خلال فترة تواجدي لأداء مناسك ‏الحج والعمرة في معرفة الأخطاء التي يقع فيها ‏الحجاج والمعتمرين بنسبة 70.6%.
17. أن أبرز أسباب ‏عدم‏ اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي ‏التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد ‏( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل لأنها غير مهمة بالنسبة لي بنسبة 37.3% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏لأنها لا تقدم معلومات غير كافية بنسبة 36.1%.
18. أن نسبة 91.5% من أفراد العينة يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين ‏عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.
19. أن أبرز أسباب ‏ موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق ‏سماعة راديو لاسلكية ‏‏توزع عليهم ‏ ‏‏في الترتيب الأول السبب القائل ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى بنسبة 77.9% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل ‏ تنوع البرامج التي ستبث بها لتوصيل المعلومة بنسبة 70.8% ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل ‏ لضمان استخدامها برامج تبث بلغات مختلفة 67.5%.
20. أن أبرز أسباب ‏ تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو ‏لاسلكية توزع عليهم ‏‏جاء في الترتيب الأول السبب القائل لأنها ستقدم معلومات توعوية مركزة وقوية عن ‏الحج والعمرة بنسبة 79.6% ، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل لأنها ستنقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج بنسبة 56.1% ، يليها في الترتيب الثالث ‏السبب القائل لأنني سأستمع من خلالها لجميع مشايخ الحرم بنسبة 52%.
21. أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة ‏للحجاج ‏والمعتمرين‏‏ ‏‏في الترتيب الأول المقترح القائل تعدد اللغات المستخدمة بنسبة 58.8% ، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل ‏ ضمان المصداقية فيما يبث من معلومات بنسبة 23.3%.
22. أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع ‏عليهم‏‏ ‏‏في الترتيب الأول المقترح القائل استخدام كل لغات العالم بنسبة 43.8% ، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل ‏ توفير سبل لشحن البطارية بنسبة 28.5% ، يليها في الترتيب الثالث ‏المقترح القائل أن توزع السماعات مجاناً بنسبة 24%.

**رابعاً: التوصيات المقترحة**

1. القيام ببث قناة راديو خاصة بالحجاج عن طريق توزيع سماعة راديو لاسلكية اليهم.
2. أن يتم توزيع السماعات على مطوفي الحملات بحيث يكونوا مسئولين عن تسليمها للحجاج واستلامها منهم في نهاية مناسك الحج والعمرة، وأن يكون مسئول عن تسليمها للجهات المسئولة.
3. أن تكون السماعات بتكلفة رمزية للحجاج والمعتمرين.
4. توفير سماعات في مناطق معروفة تباع بأسعار رمزية ، حتى يتوفر للحاج بديل في حين فقدانها أو تلفها ولا تسترد.
5. توفير سماعات صوت في أماكن الحملات موصلة بالقناة حتى يستطيع الحجاج الاستماع إليها في حين ضعف شحن البطارية فقدها.
6. أن تكون السماعات سهلة الاستخدام لمراعاة الفروق بين الحجاج ففيهم الأمي والضعيف التعلم.
7. أن يتم توفير محطات لتقوية الارسال في المشاعر المقدسة.
8. أن يتم التنوع في استخدام اللغات .
9. إعداد مسح ميداني لمعرفة أكثر اللغات المنتشرة بين الحجاج حتى يتسنى استخدامها في الراديو حيث يصعب استخدام كل لغات العالم.
10. استخدام الإعلانات عن سماعات الراديو اللاسلكي من بلد الحاج بحيث يعرف بها قبل وصوله.
11. تكثيف الإعلانات عن الراديو اللاسلكي في أماكن مختلفة بالحرم المكي الشريف حتى يعرف بها كل حاج ومعتمر.
12. استخدام سماعات صوت بالمشاعر المقدسة حتى يستطيع الحجاج الاستماع لها.
13. أن يتوفر في الراديو أرقام خاصة لاستقبال استفسارات الحجاج وتعيين موظفين لاستقبالها ومن ثم تحديد موعد لبرنامج يكون معروف وثابت للإجابة على كافة استفسارات الحجاج.
14. أن تبث القناة على الانترنت.
15. الاستعانة بمشايخ الحرم في برامج توعوية للجمهور.
16. أن يتم نقل الصلاة من المسجد الحرام.

**مراجع الدراسة**

**أولاً : الأبحاث غير المنشورة**

1. فهد عبدالله النفيعي :"دورالاتصال والإعلام في توعية الحجاج بأمور السلامة خلال موسم حج عام 1416هـ" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، 1420 هـ ).

**ثانياً: الأبحاث المنشورة**

1. أسامة صالح حريري." الاحتياج المعلوماتي لجماهير الحجيج " بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 1419هـ).
2. أسامة صالح حريري." قياس رجع الصدى لإذاعة التوعية في الحج " بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 1423ه).
3. أسامة صالح حريري." تحليل البث الإذاعي لقناة الاتصال الجماهيري ( إذاعة الحج بمنى) من خلال منظور الخماسية " بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 1425ه).

عبد الله العتيبي ، علي سعيد العسيري ."نظم وقنوات الاتصال في الحج " بحث منشور،(جامعة أم القرى ، مركز أبحاث الحج ، 1414هـ) .

1. فريق البحث العلمي ." دراسة لاستجابة الحجاج لوسائل التوعية والإعلام" بحث منشور،(مجلس الدفاع المدني ، 1411هـ).

محمد بن علي الشريف ." احتياجات المعتمرين التوعوية" بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة،1425هـ).

1. نبيه غطاس ، ""التاتنيك السفينة التى لا تغرق" ، القافلة الظهران ، (العدد السادس المجلد السادس والثلاثون 1988م).

**ثالثاً: الكتب العربية**

1. بدر كريم." نشأة وتطور الإذاعة فى المجتمع السعودى "، ط1 (جدة تهامة 1402 هـ).
2. عبدالعزيز شرف" الاعلام ولغة الحضارة" ،(سلسلة كتابك، مطابع دار المعارف، 1977).
3. عبد الله زلطة . الكتابة للراديو والتليفزيون" ، ( القاهرة : دار الكتاب الجامعي ، 2003م).
4. محمد فريد الصحن " الإعلان " الطبعة الأولى (الدار الجامعية ، 1988).

**رابعاً: مواقع لأبحاث منشورة على الانترنت**

<http://shbib.hooxs.com/t29-topic> (1)

(2) <http://mediacom.arabblogs.com/archive/2009/9/942240.html>

***ملاحـــق الـــدراسة***

**استمارة الاستبيان**

**س1 : هل لديك جهاز اعلام جديد ( موبايل – تابلت- أي باد – أي فون ) به تطبيق اذاعي ؟**

 - نعم } انتقل إلي السؤال رقم 2 {

 - لا } انتقل إلي السؤال رقم 11{

**س2: هل تستخدم التطبيق الاذاعي بجهازك؟**

 - نعم } انتقل إلي السؤال رقم 3 {

 - لا } انتقل إلي السؤال رقم 4{

**س3: لماذا تستخدم التطبيق الاذاعي بجهازك؟ ( يمكن اختيار أكثر من بديل)**

1. للاستماع إلى إذاعة القرآن الكريم
2. للاستماع إلى البرامج الدينية المختلفة
3. للاستماع إلى الأحاديث الشريفة والأدعية
4. للتعرف على الخدمات التي تقدم للحجيج والمعتمرين بالحرم المكي
5. للتعرف على حركة المرور بمكة المكرمة
6. للاستماع إلى البرامج الصحية
7. للاستماع إلى التوجيهات المختلفة المتعلقة بحركة الحجيج اثناء رمي الجمرات
8. للتعرف على المعلومات التوعوية بأماكن الرعاية الصحية بعرفات
9. للتعرف على معلومات الحجاج التائهين
10. لتعلم مناسك الحج والعمرة الصحيحة
11. للاستماع إلى خطب المشايخ والعلماء
12. أخرى تذكر.........................................

**س4: لماذا لا تستخدم التطبيق الاذاعي بجهازك؟ ( يمكن اختيار أكثر من بديل)**

1. لا يوجد لدي وقت
2. أفضل معرفة المعلومات الدينية من الكتب والمطبوعات المختلفة
3. لدي طرق أخرى للحصول على المعلومات
4. أفضل الاستماع للقرآن الكريم بصوت شيخ معين أسجله عندي
5. أفضل استخدام الانترنت في البحث عما احتاجه من معلومات حول حركة المرور وغيرها
6. أفضل اللجوء إلى مشايخ الحرم المكي للتعرف على المناسك الصحيحة لأداء الحج والعمرة
7. لأنه يتسبب في إفراغ شحن البطارية بسرعة
8. لعدم بث برامجه بلغتي
9. أخرى تذكر...........................................

**س5: هل تعتمد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة؟**

 - نعم } انتقل إلي السؤال رقم 6 {

 - لا } انتقل إلي السؤال رقم 7{

**س6 : ما نوع المعلومات التي اكتسبتها من خلال تعرضك للتطبيق الإذاعي بجهازك؟**

**( يمكن اختيار أكثر من بديل)**

1. معلومات عن مناسك الحج والعمرة الصحيحة
2. معلومات عن أماكن الرعاية الصحية المقدمة للحجاج والمعتمرين
3. معلومات عن طرق النظافة الشخصية
4. معلومات عن كيفية المحافظة على نظافة الأرض الحرام
5. معلومات عن الخدمات التي تقدمها الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام
6. معلومات عن حركة المرور بمكة المكرمة
7. فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة
8. معلومات عن كيفية التواصل مع الدفاع المدني في حالات الطوارئ
9. أخرى تذكر..............................................

**س7 : لماذا لا تعتمد على التطبيق الإذاعي بجهازك للحصول على المعلومات؟(يمكن اختيار أكثر من بديل)**

1. لأني لا أثق بما يقدم بها من معلومات
2. لأن لدي مصادر أخرى للحصول على المعلومات
3. لا يقدم لي معلومات جديدة
4. أخرى تذكر..................................

**س8: هل تهتم بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك؟**

 - نعم } انتقل إلي السؤال رقم 9 {

 - لا } انتقل إلي السؤال رقم 10{

**س9: لماذا تهتم بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي بجهازك؟**

1. لأنها تفيدني كثيرا خلال فترة تواجدي لأداء مناسك الحج والعمرة في معرفة الأخطاء التي يقع فيها الحجاج والمعتمرين
2. لأنها تقدم لي معلومات مختلفة في العديد من المجالات الدينية والصحية والأمنية والمرورية وغيرها
3. لأنها تساعدني في التواصل مع الجهات المختصة برعاية الحجاج والمعتمرين بالحرم المكي
4. أخرى تذكر..................................................................

**س10: لماذا لا تهتم بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي بجهازك؟**

1. لأنها غير مهمة بالنسبة لي
2. لأنها تسبب ضياع الكثير من الوقت في الاستماع لها
3. أفضل الجلوس بالحرم وقراءة القرآن والاستماع لمشايخ الحرم
4. لأنها لا تقدم معلومات غير كافية
5. أخرى تذكر..................................................

**س11: هل توافق على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟**

 - نعم } انتقل إلي السؤال رقم 12 {

 - لا } انتقل إلي السؤال رقم 13{

**س12:ما اسباب موافقتك على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟ (يمكنك اختيار أكثر من بديل)**

1-ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى

2- تنوع البرامج التي ستبث بها لتوصيل المعلومة

3-لضمان استخدامها برامج تبث بلغات مختلفة

4-قلة عدد الحجاج ممن يستخدمون بصورة منتظمة أجهزة الإعلام الجديد

5-أخرى تذكر.............................................

**س13:لماذا لا توافق على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟ (يمكنك اختيار أكثر من بديل)**

1-لأنني احصل على كافة المعلومات التي احتاجها من المطوف في الحملة

2- لن يكون هناك وقت للاستماع لها

3- لن تقدم معلومات جديدة بالنسبة لي

4-انتشار المصادر المختلفة للحصول على المعلومات

5-أخرى تذكر.............................................

**س14: أيهما تفضل في الحصول على المعلومات التوعوية:**

* التطبيق الإذاعي بجهازك انتقل إلي السؤال رقم 15 {

بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم. }انتقل إلي السؤال رقم 16 {

**س15: ما أسباب تفضيلك التطبيق الإذاعي بجهازك؟ (يمكنك اختيار أكثر من بديل)**

}انتقل إلي السؤال رقم 17 {

1. لضمان تواجده معي
2. لسهولة استخدامه
3. لا أجد فرق سيحدث باستخدام وسيلة غيره
4. لإمكانية الاستماع بالقنوات المذاعة عبر الانترنت
5. لعدم ضمان الحصول على سماعة راديو الحج اذا تم تطبيقها
6. أخرى تذكر..........................................

**س16: ما أسباب تفضيلك بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟ (يمكنك اختيار أكثر من بديل)** }انتقل إلي السؤال رقم 18 {

1. لصعوبة شحن البطارية أيام الحج
2. لأنها ستقدم معلومات توعوية مركزة وقوية عن الحج والعمرة
3. لأنني سأستمع من خلالها لجميع مشايخ الحرم
4. لأنها ستنقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج
5. لأنها ستقدم برامج عن المحظورات التي يقع فيها الحجيج بالحج
6. أخرى تذكر........................................

**س17:ما اقتراحاتك لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين؟**

1-....................................................................................

2-..................................................................................

3-................................................................................

4-....................................................................................

5-.......................................................................................

**س18: ما اقتراحاتك لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟**

1-....................................................................................

2-..................................................................................

3-................................................................................

4-....................................................................................

5-.......................................................................................

1. فريق البحث العلمي ." دراسة لاستجابة الحجاج لوسائل التوعية والإعلام" بحث منشور،(مجلس الدفاع المدني ، 1411هـ). [↑](#footnote-ref-1)
2. عبد الله العتيبي ، علي سعيد العسيري ."نظم وقنوات الاتصال في الحج " بحث منشور،(جامعة أم القرى ، مركز أبحاث الحج ، 1414هـ) .

أسامة صالح حريري." الاحتياج المعلوماتي لجماهير الحجيج " بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 1419هـ). [↑](#footnote-ref-2)
3. (1) فهد عبدالله النفيعي :"دورالاتصال والإعلام في توعية الحجاج بأمور السلامة خلال موسم حج عام 1416هـ" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، (الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، 1420 هـ ). [↑](#footnote-ref-3)
4. (1) أسامة صالح حريري." قياس رجع الصدى لإذاعة التوعية في الحج " بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 1423ه). [↑](#footnote-ref-4)
5. (1) محمد بن علي الشريف ." احتياجات المعتمرين التوعوية" بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة،1425هـ).

(2) أسامة صالح حريري." تحليل البث الإذاعي لقناة الاتصال الجماهيري ( إذاعة الحج بمنى) من خلال منظور الخماسية " بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 1425ه). [↑](#footnote-ref-5)
6. **(1)-تم الرجوع في الجزء السابق إلي المراجع التالية:**

-عبدالعزيز شرف" الاعلام ولغة الحضارة" ،(سلسلة كتابك، مطابع دار المعارف، 1977) ،ص ص20:14.-محمد فريد الصحن " الإعلان " الطبعة الأولى (الدار الجامعية ، 1988) ،ص ص27:13. [↑](#footnote-ref-6)
7. (1) نبيه غطاس ، "التاتنيك السفينة التى لا تغرق" ، القافلة الظهران ، (العدد السادس المجلد السادس والثلاثون 1988م) ، ص24 – 31. [↑](#footnote-ref-7)
8. (2) بدر كريم." نشأة وتطور الإذاعة فى المجتمع السعودى "، ط1 (جدة تهامة 1402 هـ) ص 26. [↑](#footnote-ref-8)
9. (1) عبدا لله زلطة . الكتابة للراديو والتليفزيون" ، ( القاهرة : دار الكتاب الجامعي ، 2003 م ) ، ص ص 30 : 32 . [↑](#footnote-ref-9)
10. (1) <http://shbib.hooxs.com/t29-topic> 26-12-1434 5:05 P.M [↑](#footnote-ref-10)
11. (1) <http://mediacom.arabblogs.com/archive/2009/9/942240.html> 27-12-1434 3:00 p.m [↑](#footnote-ref-11)