

دور مواقع الانترنت المرئية في امداد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة واتجاهاتهم نحوها

إعداد:

د. وجدي حلمي عيد عبد الظاهر

أستاذ الإعلام المساعد

كلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى

مقدمة

اتفق الباحثون على تسمية وسائل الإعلام الجماهيرية ، من صحافة ورقية وإذاعة مسموعة والإرسال التلفزيون الأرضي بوسائل الإعلام التقليدية (Traditional Media) وهي تلك الوسائل التي تلعب دوراً في تزويد المتلقي بكل المعلومات والأفكار والآراء ، وهذه الوسائل تفتقد إلى الصفات أو المميزات التي تميز وسائل الإعلام الحديثة أو الجديدة (New Media)، والتي هي التفاعلية واللامهيرية واللامتزامنية والتي يقصد بها الوسائل التي تعتمد على استخدام تكنولوجيا البث الفضائي وتكنولوجيا الاتصال المتعددة الوسائط وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي وتطبيقاتها المختلفة، وفي مقدمتها شبكة الإنترنت والقنوات الفضائية والموبايل^(١).

وقد عرفها بعض الخبراء بأنها كل شيء ليس من وسائل الإعلام القديمة وتتضمن التطورات الرقمية والتلفزيون التفاعلي وأي مكان يكون للمستخدم فيه سيطرة على المحتوى وتلقاه بشكل رسمي، في حين حدد البعض وسائل الاتصال الحديثة بأنها "الإنترنت، القنوات التلفزيونية الفضائية، الهاتف المحمول.

إن الثورة التكنولوجية التي أحدثت ظهور الإنترنت في مجال الاتصال الشخصي^(٢)، تتمثل في انها اضافت شكلاً جديداً من الاتصال، الا وهو الاتصال المرتبط بوجود أداة تكنولوجية تتوسط العلاقة بين طرفين العملية الاتصالية، فلا يجعلها تقوم "على قاعدة الاتصال الشخص المباشر"، ولا تأخذ

(١) محمد عبده بكير، علاقة وسائل الاتصال الحديثة، بالاغتراب الاجتماعي للشباب المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس والعشرون، يناير-مارس ٢٠٠٦، ص ٢٥٦.

(٢) أميرة النمر، اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا المحلية والعربية والدولية: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، ديسمبر ٢٠٠٧.

سمة الاتصال الجماهيري، وقد أطلق على هذا النوع من الاتصال اسم الاتصال الوسيط، والتي ابرز من سماته التفاعلية^(١).

ومن خلال ما سبق ذكره ، نجد على أن وسائل الإعلام الجديدة تشترك بصفات مشتركة، أو متقاربة إلى حد بعيد، فمثلاً إنها جميعاً ذات استخدام رقمي، وإنها تميل إلى اللاجماهيرية من حيث الاستخدام، وانعزالية المستخدم، وإنها تشتت الجمهور وتفتته أو هي تشبع حاجاته بهذا الشكل، كما أن الفرق الزمني بين أحدثها وأقدمها ليست بالفترة الطويلة، فجميعها ذات نشأة معاصرة (الإنترنت عام ١٩٦٩ كأقدم وسائل الاتصال الجديدة).

وتقوم فكرة وسائل الإعلام الجديدة على كل من تطوير أشكالاً منفردة من وسائل الإعلام الرقمية، وإعادة خلق أشكال أخرى من وسائل الإعلام التقليدية تتبنى وتتكيف مع تكنولوجيا الإعلام الجديدة، في حين انه غالباً ما يكون المضمون الإعلامي لمواقع الإنترنت، هو إعادة تجميع لمحتوى وسائل الإعلام القديمة الموجودة بالفعل (نص مطبوع، صور، أفلام، مقاطع فيديو مطورة) حيث أسهمت هذه الوسائل التقليدية في دعم التواجد الوظيفي للشبكة ضمن حقل الاتصال، بارتباطاتها بالشبكة من خلال مواقع الصف اليومية الأسبوعية ومحطات الراديو، والتلفزيون، ووكالات الأنباء، قبل أن تُشرع مواقع الإنترنت بإنتاج جيل جديد من المحتوى^(٢).

كما أن هناك من يرى أن الإنترنت (كأبرز وسائل الإعلام الجديدة)، قد أحدثت تغييراً في عملية النظام الاتصالي، حيث بعد ظهور الإنترنت لم يعد للمرسل أو لبنية الاتصال نفسها (النموذج الخيطي التقليدي للنظام الجماهيري)، تلك السلطة المطلقة على المستقبل، يتيح الاتصال عبر شبكة الإنترنت للمستقبل وحرية اكبر في الوصول إلى ما يريده من رسائل على الشبكة دون عائق^(٣).

فالمستقبل لم يعد مستقبلاً سلبياً، بل أصبح يتمتع بالقدرة على الرد الفوري من خلال منافذ العملية التفاعلية، مثل البريد الإلكتروني، برامج التخاطب، المنتديات، أو من خلال المرسل نفسه، فلم يعد يقتصر على مرسل يمتلك مهارات إعداد الرسالة الإعلامية لجمهور كبير، وان كل متغيرات العملية الاتصالية الأخرى هي تابع لها، وعملية التغيير التي تبعت الرسالة الإعلامية الجديدة، ليست فقط في مكونات العملية الاتصالية، ولكن في استخدام الحواس البشرية التي كانت كل وسيلة تحدد استخدام حاسة أو حاستين، فالصحافة تخاطب البصر، والراديو يخاطب السمع،

(١) علياء سامي عبد الفتاح، الإنترنت والشباب: دراسة آليات التفاعل الاجتماعي، (القاهرة: دار العالم العربي، ٢٠٠٩)، ص٧.

(٢) هبه ربيع رجب، مرجع سابق، ص٨٧.

(٣) حسني محمد نصر، الاتصال من المنادي الى الإنترنت، مرجع سابق، ص٥٢-٥٣.

والتليفزيون يخاطب حاستين السمع والبصر، في حين أن الإنترنت يخاطب كل هذه الحواس مجتمعة أو فرادى^(١).

وسائل الإعلام الجديدة، هو مصطلح عام يشير للتغير الثابت في طريقة توصيل المعلومات والتسليّة للمستهلكين، وهي مسألة متغيرة ولكنها تتضمن حالياً الإنترنت، تليفونات الويب، التليفزيون الرقمي، وصناديق تشفير القنوات، مقابل وسائل الاتصال التقليدية، كالجرائد والتليفزيون التماثلي والكتب والراديو التماثلي فيما يعرف Old Media^(٢).

وجاء الإعلام الإلكتروني ليعبر عن مرحلة مهمة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، ولا يعني الإعلام الإلكتروني مجرد استبدال الوسائل القديمة " الصحيفة المطبوعة مثلاً " بوسائل حديثة " الحاسب الآلي "، فالمسألة تتجاوز ذلك بكثير، حيث تمس التحولات كافة أطراف العملية الاتصالية لتشمل الوسيلة، المرسل، الرسالة، والمستقبل والتغذية المرتدة، بل ونمط التسويق أيضاً^(٣).

ولم تنل وسيلة من وسائل نقل ونشر المعلومات في تاريخ البشرية ما ناله الإنترنت من سرعة في الانتشار والقبول بين الناس، وعمق في التأثير في حياتهم على مختلف أجناسهم وتوجهاتهم ومستوياتهم، وما يميز الإنترنت هو تنوع طبيعة المعلومات التي توفرها، وضخامة حجم هذه المعلومات التي يمكن الوصول إليها دون عقبات مكانية أو زمانية، وتتوقع الدراسات أن ينمو عدد المستخدمين إلى ما هو أكثر من ١٥٠ مليوناً في الأعوام القادمة فقد أصبح الناس اليوم ينظرون إلى الإنترنت على أنها المصدر الأول والمفضل للمعلومات والأخبار^(٤).

وفي ظل التزايد الهائل والمتواصل في أعداد المسلمين عاماً بعد عام، وهو ما يستدعي بالطبع تزايد مطرداً في الخدمات المقدمة لوسائل الاعلام المختلفة في توعية المسلمين الناطقين باللغة العربية و غير العربية في انحاء العالم ونشر الثقافة والمفاهيم الدينية لهم.

فإن التوعية عبر مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الأبعاد هي من أهم العناصر التي تسعى إليها الجهات ذات العلاقة بمنظومة الحج أن تسعى فيها، تعاملًا من تحديات الشعيرة المقدسة. وتكتنف هذه الشعيرة المقدسة للعديد من القضايا التي تتضاعف تراكمياً مع تضاعف أعداد الملمين في العالم الإسلامي. لذلك تم التركيز على وسائل الاتصال الجماهيرية التي تتواصل مع أكبر عدد من الجماهير.

(١) حسني محمد نصر، مرجع سابق، ص ٥٣ - ٥٤.

(٢) هند أحمد بداري، "تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٦) ص ١٣٢.

(٣) رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٩٢.

(٤) <http://www.da3wh.com/vb/showthread.php?t=1624&page=1> (5-10-2013)

وتعتبر عملية نشر المعلومات المرئية أحد المهام التي يقوم بها الانترنت للتأثير على المعرفة والفهم لدى الجمهور المتلقي، ولذلك يستطيع الانترنت أن يقدم كثير من الموضوعات والقضايا المختلفة التي تهتم المجتمع.^(١) وأسهمت أساليب التكنولوجيا الحديثة التي تستخدمها مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد (قنوات البث المرئي المباشر عبر الانترنت) في تخطي الحواجز والعقبات ، وبث مفهوم عولمة الاعلام الاسلامي .

مشكلة الدراسة :

مع تزايد الإنترنت في الأوان الأخيرة، دعي البعض إلى اعتبارها وسيلة اتصالية قائمة بحد ذاتها، فيمكن ن تحليل وسائل الإعلام التقليدية وان كان البعض مازال متردداً في قبول هذه الفكرة^(٢).

لقد اصبح الإنترنت وسيلة جديدة تعمل على خزن المعلومات ونشرها، وأضيف إليها بعداً جديداً هو التفاعل، ومن اهم نجاحها وانتشارها نظامها اللاهزمي، فهي لا تعتمد على بناء الإعلام التقليدي " من فوق إلى تحت، أو من واحد إلى كثيرين"، ولكن الافراد المشاركين فيها سواسيه وبلا رقابة يمكن أن يمارسها اصحاب النظام الذين يجلسون على رأس الهرم^(٣).

وإن كثرة المعلومات وتنوعها ما بين علمية بحثية وثقافية عامة وتجارية، كان سبباً رئيساً وراء تطورها والتواصل معها، والتي تحقق للكثير من الناس إشباع ميولهم نتيجة مهاراتهم واطلاعهم على الجديد والمفيد، أما السبب الثاني الذي جعل الإنترنت ينتشر ويزدهر بهذه السرعة وبدون قيود، هو جعلها بغير ملكية لجهة ما أو تتحكم فيها جهة حكومية، أو تديرها دولة من الدول، وانما تديرها جمعية ومجلس استشاري يقومان بمهمة وضع المواصفات والإشراف عليها خاصة بعد أن أخذت أبعاداً جديدة من وظائف التشويق والتعليم والترفيه للإعلانات التي ربما يجلب أعداداً غفيرة من المستخدمين لها^(٤).

إذا حولنا أن نضع قائمة بأخر التطورات لتكنولوجيا وسائل الإعلام ونسميها بالجديدة، نجد أن التصنيف غير وافي تماما في تكنولوجيا واستخدامات وسائل الإعلام، نظراً لسرعة التطور التي تصيب هذه الوسائل، حيث أن قائمة من هذا النوع ستصبح بعد وقت قصير قديماً، كما انها تحد من فهم وإدراج ما يمكن أن يكون درجات مختلفة من الحداثة والجدة بين وسائل الإعلام، فمثلاً أقراص

(١) Phillip Davison, " Mass Media System and Effects", (New York: CBS, College Publishing Co., 1982) P. 184.

(٢) السيد بخيت، الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن، أغسطس- أكتوبر ٢٠٠٠، ص ٨٩.

(٣) عبد الملك الدندانى، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٠)، ص ٢٤٤.

(٤) المرجع السابق، ص ٢٤٤ - ٢٤٥.

الفيديو الرقمية DVD تكون جديدة عندما نقارنها بأشرطة التسجيل VCR، ويمكنها أن تبدو اقل حداثة عندما نقارنها بالأقراص المضغوطة CD^(١)

ولكن تظل السمات الاتصالية للأنترنت كنموذج لوسائل الإعلام الجديدة، سمات اتصالية تختلف عن وسائل الإعلام التقليدية، ومما يساعد أن تصنع ملامح واضحة إلى حد ما للوسائل الإعلامية الجديدة، ومن هذه السمات:

التفاعلية وتطلق هذه التسمية عندما يتبادل الادوار ما بين المرسل والمستقبل.

اللا جماهيرية: وتعني أن الرسالة يمكن أن توجه إلى فرداً واحداً أو مجموعة أفراد، وليس إلى جماهير كثيرة.

قابلية التحرر أو الحركية: يعني يمكن الاستفادة منها والاتصال من أي مكان إلى اخر أثناء حركته، مثل التليفون " الموبايل " أو الحاسوب الشخصي .

الكونية: أن الانفجار المعلوماتي أضفى طابعاً دولياً على المعلومات الوطنية، فأصبح من الصعوبة التفريق ما بين ما هو وطني وما هو دولي.

الشيوع والانتشار: ويقصد بها الانتشار المنهجي لنظام وسائل الإعلام حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع^(٢).

سرعة انتشار المعلومات: فلكي يرسل الانسان خطابا الى اي مكان فإن ذلك يستغرق اياما وقد يفقد في الطريق في البريد وباستخدام الفاكس ذلك يستغرق دقائق ومن الممكن ان تصل الرسالة مشوهة أو غير مقروءة، وأذا افترضنا ان الرسالة تبلغ الى مليون شخص في اماكن مختلفة فإن ذلك يستدعي إرسال مليون خطاب او مليون فاكس مع عدم ضمان وصول المعلومات الى المبلغين ولكن لو كانت كل هذه المعلومات موجودة في جهاز كمبيوتر معين فان جميعهم يمكن ان يتصلوا به ويقروؤن المعلومات أول بأول دون جهد أو تعب.

سرية تبادل المعلومات: لكل جهاز كمبيوتر في شبكة الإنترنت له رقم خاص به (address)، وبالتالي يمكن أن يرسل اي فرد رساله اذا هذا الرقم ويضمن ان تخزن داخل هذا الجهاز فقط ولا يستطيع اي فرد اخر معرفة محتويات الرسالة إلا صاحب الجهاز المرسل اليه وكذلك يستطيع المرسل معرفة ما إذا كان تم استقبال وقراءة الرسالة ام لا وتاريخ ذلك^(٣).

وبناءً على الاطلاع على الدراسات السابقة وعلى المراجع والكتب في مجال التخصص تمكن الباحث من التحديد المنهجي لمشكلة البحث في " إلى أي مدى يتم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع

(١) هبة ربيع رجب، مرجع سابق، ص ٣٨.

(٢) هند احمد بداري، مرجع سابق، ص ١٤٠.

(٣) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، (القاهرة: دار المعرفة، ٢٠٠٥)

الإنترنت، وما دوافع واسباب تعرضهم للإنترنت ومدى اسهامه في تنمية الوعي بالثقافة الدينية وماهي الاشباكات النفعية والاجتماعية والتوجيهية المكتسبة من خلال التعرض لمواقع الإنترنت "

أهمية الدراسة:

تنبع اهمية الدراسة من النقاط التالية:

الدور المتزايد لأهمية استخدام مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد في امداد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة.

ابراز دور الصورة المرئية وثلاثية الأبعاد في توضيح مناسك الحج والعمرة دون غيرها من المعلومات المقروءة.

ندرة الدراسات والبحوث الإعلامية التي اجريت عن مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد في مجال التوعية بمناسك الحج والعمرة.

ابراز دور أهمية نظرية فجوة المعرفة في دور مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد في اكتساب المعرفة.

محاولة الدراسة تقييم أداء دور مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد لمعرفة أوجه القوة والضعف، بحيث يسهم ذلك في تطوير أداء هذه المواقع مستقبلاً.

الوقوف على أهمية الدور الذي تقوم به مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد في نشر الوعي الديني لدى الجمهور.

الأهداف الدراسة:

تسعي هذه الدراسة الي ما يلي:

التعرف علي كثافة تعرض المبحوثين لمواقع مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد في امداد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة.

رصد المعارف المكتسبة للمبحوثين للمعلومات الدينية المرتبطة بمناسك الحج والعمرة من خلال تعرضهم لمواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد.

قياس درجة فهم واستيعاب المبحوثين للمعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة.

تحديد دور مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد في إمداد الجمهور بالمعلومات الدينية.

إمداد صانع القرار بمعلومات يعدل في إطارها سياسات الإعلام الديني المتخصص.

تحديد مدى تأثير عدد من المتغيرات الوسيطة كالنوع، التعليم، المستوى الاجتماعي الاقتصادي، وغيرها من المتغيرات وبين مستوى الاعتماد على مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد ومستوى

معلومات الحجاج والمعتمرين.

التعرف على مدى قيام مواقع الانترنت المرئية وثلاثية الابعاد بالتوعية الدينية تجاه بعض الموضوعات والقضايا الخاصة بالحج.

الإطار النظري للدراسة:

تحظى نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratifications Theory باهتمام خاص في الدراسات الإعلامية^(١) وذلك لتركيزها على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط لتحقيق حاجات معينة، وقد اهتمت البحوث والدراسات في القرن الحادي والعشرين^(٢) بدراسة دوافع وإشباعات وسائل الاتصال الحديثة وقدرتها على الوصول لأكبر قدر من الأفراد كل على حدا^(٣). وقد كشفت دراسات النظرية عن وجود عوامل يُمكن أن تؤثر على علاقة الجمهور بالوسيلة، منها عوامل متعلقة بالأفراد أنفسهم (سماتهم العامة والاجتماعية) وعوامل متعلقة بالوسيلة (سمات وسائل الاتصال الحديثة)^(٤)،

وظهر مفهوم الاستخدامات والإشباعات (uses and gratification) في مجال الدراسات الإعلامية^(٥) كرد على الأبحاث التي تتعامل بمفهوم التأثير المباشر لوسائل الاتصال مع جمهور المتلقين، وقد اختلف الباحثون^(٦) حول تسمية الاستخدامات والإشباعات، فقد تعددت مسمياتها بين نظرية^(٧) theory، ونموذج أو مدخل approach، ومنظور perspective وحتى مصطلح النظرية نفسها، فالبعض يسميها نظرية المنفعة والبعض الآخر يسميها الاستخدامات والإشباعات، وإن اختلف هذه التسميات يعكس اختلاف النماذج الإرشادية التي يستند إليها الباحثون، فضلا عن اختلاف تخصصاتهم، إذ يركز النموذج المعرفي على الفرد والعوامل النفسية مقابل تركيز النموذج الوظيفي على الجوانب الاجتماعية، ويبدو أيضا أن أغلب البحوث التي أجريت على الموضوع وأُعدت

(١) Ferguson, D & Perse, E. " The World Wide Web as a Functional Alternative to television ", Journal of Broadcasting & Electronic Media, (Vol. 44, No. 2, 2005) PP. 155 – 174 .

(٢) بسيوني حمادة، " اتجاهات عالمية حديثة في بحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال"، (القاهرة، دار النشر، ٢٠١٠) ص ٢٠

(٣) Leung, L., " College Student Motivations for Chatting on ICQ ", New Media & Society(Vol. 3, No. 4, 2003), PP. 483 – 500 .

(٤) Flanagin, A.J., & Metzger, M.J., " Internet Use in the Contemporary Media Environment", Human Communication Research, (Vol. 27, No. 1, Jan. 2001), PP. 153 - 181 .

(٥) Papacharissi, Zizi, & Rubin, A, " Predictors of Internet Use ", Journal of Broadcasting & Electronic Media, (Vol. 44, No. 2, 2000) PP. 175 - 196.

(٦) عبير إبراهيم محمد عزي، "وسائل الإعلام التقليدية والجديد و المجال العام واتجاهاته نحو التلفزيون"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩) ص ٢١.

(٧) مي العبد الله، نظريات الاتصال، (بيروت: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦) ص ٨٧.

على النموذج المعرفي بخلفيته المنتمية لعلم النفس قد فضلت تسمية منظر، بينما استخدمت البحوث التي اعتمدت على النموذج الوظيفي تسميته مدخل أو نظرية^(١).

وترى نظرية الاستخدامات والإشباع أن الأفراد يختارون بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض لها، كما ينتقون المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية عبر قنوات المعلومات والترفيه المتاحة^(٢)، ويقومون بدور ايجابي ونشط في العملية الاتصالية، إذ توجد لديهم دوافعهم التي تقودهم إلى استخدام وسائل الاتصال، وتقدم نظرية الاستخدامات والإشباع مجموعة من المفاهيم^(٣) والشواهد التي تؤكد على ان أسلوب الأفراد إمام وسائل الإعلام أكثر شدة من المتغيرات الاجتماعية والسكانية والشخصية^(٤).

ويترتب على ذلك قراره بالاختيار بين وسائل الإعلام أو المصادر الأخرى، ونتيجة لهذا التعرض يتم إشباع بعض الحاجات^(٥)، بجانب نتائج أخرى كامنه وهو يؤدي مرة أخرى إلى محاولة إشباعها لتبدأ في التفاعل مع العناصر الاجتماعية والنفسية، وهكذا تتم دورة العلاقة بين نشوء الحاجة وقرار ويقصد بالإشباع "إرضاء الحاجة وتحقيق المطلب الذي يلح عليه الدافع" إشباع الدافع قد لا يكون إشباعا كاملا ولا يكون إشباعا مباشرا^(٦)، ففي كثير من الحالات عندما يتعرض الفرد إلى وسائل إعلام تكون لديه حاجات معينة يريد إشباعه^(٧)، وقد يتحقق من خلال التعرض إشباع بعضها أو كلها، إلى جانب تحقيق إشباع لم تكن مقصودة، وإن الرضا أو الإشباع هو نتيجة لتقييم الفرد عما سبقه من وقائع من خلال خبرته عن الوسيلة^(٨)، فقد عرفت الإشباع كبعث أو كل أوجه الرضا التي يقرها الجمهور، والتي يمكن ان تدرس كأحد عوامل نجاح أو فشل وسائل الإعلام في تحقيق الوظائف المنوطة بها^(٩).

(١) فاطمة القليني ومحمد شومان، الاتصال الجماهيري: اتجاهات نظرية ومنهجية، (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢) ص ١٢١.

(٢) عبير إبراهيم محمد عزي، مرجع سابق، ص ٢١.

(٣) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٣، (القاهرة: عالم الكتب ٢٠٠٤) ص ٢٨٣.

(٤) فاطمة القليني ومحمد شومان، مرجع سابق، ص ١٢٥.

(٥) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٨٣.

(٦) Barnes, S., "Online Connections : Internet Interpersonal Relationships", (USA: Hampton Press, Inc, 2001). PP. 126 – 128.

(٧) دينا يحيى محمود مرزوق، "استخدامات جمهور القاهرة الكبرى لبرامج الفترة الصباحية والإشباع المتحققة منها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٩) ص ٥٢.

(٨) صفا فوزي علي، "علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكترونية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٣) ص ١٧٤.

(٩) شيرين محمد كواتي، مرجع سابق، ص ٩٧.

الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباعات:

اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسيلة واتجاهاتها^(١).

اتجاه يهتم بدراسة العلاقة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسيلة واتجاهاتها^(٢).

اتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وتعرضهم له^(٣)، مثل المتغيرات الشخصية، والسياق الذي يتم فيه التعرض، والنشاط الاجتماعي^(٤).

تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات على موضوع الدراسة:

في اطار الاعتماد علي نظرية الاستخدامات والاشباعات يمكن تطبيق هذه النظرية من خلال دورها في تفسير استخدامات وسائل الإعلام انطلاقاً من احتياجات وضرورات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي لوسائل الإعلام إلى إشباعها، حيث تساهم هذه النظرية في هذه الدراسة في التعرف على استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية، والتعرف على الدوافع والحاجات التي يسعى الحجاج والمعتمرين لإشباعها من وراء استخدامه لمواقع الانترنت، ومعرفة نشاط الحجاج والمعتمرين من خلال تعرضهم لمواقع الانترنت المرئية، واتجاهاتهم نحو استخدام هذه المواقع والاشباعات الممتحقة منها.

فروض وتساؤلات الدراسة:

أولاً : تساؤلات الدراسة:

ما مدى تعرض المبحوثين للمواقع الالكترونية المرئية ؟

ما الفترات المناسبة لتعرض المبحوثين للمواقع الالكترونية المرئية ؟

ما اسباب تعرض المبحوثين للمواقع الالكترونية المرئية ؟

ما درجة اعتماد الجمهور على مواقع الانترنت المرئية كمصدر للمعلومات بصفة عامة؟

ما درجة الاعتماد على مواقع الانترنت المرئية كمصدر للمعلومات الدينية حول القضايا الخاصة بالحج والعمرة محل الدراسة؟

(١) محمد فضل الحديدي، نظريات الإعلام واتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، (دمياط: مكتبة نانسي، ٢٠٠٩)، ص ٢٣٦.

(٢) هشام مصباح، واقع الدراسات الإعلامية المصرية في مجال الوسائل الإلكترونية في العقدين الأخيرين من القرن العشرين: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، أكتوبر ٢٠٠٨، ص ١٩٩.

(٣) هايدى سامح السيد، " استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية المصرية الخاصة، وتأثيرها على أداء ومعدلات مشاهدة القنوات الحكومية "، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٧٤ - ١٠١.

(٤) رضا عبد الواجد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط ١، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧) ص ٤٧.

ما درجة أهمية تعرض المبحوثين للمواقع الالكترونية المرئية كمصدر للمعلومات الدينية مقارنة بغيرها من المصادر الأخرى؟

ما درجة استفادة تعرض المبحوثين لهذه المواقع ؟

ما أوجه استفادة المبحوثين من تعرضهم للمواقع الالكترونية المرئية ؟

ما اتجاهات المبحوثين نحو الموضوعات التي تم التعرض لها من خلال هذه المواقع؟

ما درجة رضا المبحوثين نحو المواقع الالكترونية المرئية وثلاثية الأبعاد في اكتساب المعرفة ؟

ما مقترحات المبحوثين نحو تطوير أداء المواقع الالكترونية المرئية ؟

ثانياً : فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية و مستوى المعرفة نحو مناسك الحج والعمرة.

الفرض الثاني: تختلف حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية باختلاف المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين(السن، النوع، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (السن، النوع، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)

الفرض الرابع: تختلف كثافة تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية باختلاف المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين

الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية المعارف المكتسبة بمناسك الحج والعمرة والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (السن، النوع، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية ونوعية المعارف المكتسبة الخاصة بمناسك الحج والعمرة

الفرض السابع: تؤثر التقنيات المستخدمة بمواقع الانترنت المرئية على درجة فهم واستيعاب الحجاج والمعتمرين للمعلومات الخاصة بالحج والعمرة.

الفرض الثامن: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين معدل التعرض لمواقع الانترنت المرئية ودرجة اتجاهات المبحوثين نحو هذه المواقع في اكتساب المعرفة.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تركز على تصوير وتحليل الظاهرة الإعلامية موضوع الدراسة وهي : دور مواقع الانترنت المرئية في امداد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات الخاصة

بمناسك الحج والعمرة واتجاهاتهم نحوها، وتساعد الدراسة الوصفية في استخلاص الحقائق والتوصل الي النتائج مما يساعد علي التعميم والتنبؤ.

منهج الدراسة:

قام الباحث بالاعتماد علي منهج المسح بصفة عامة وفي اطاره ، تم استخدام مسح الوسيلة المتمثلة في المواقع الالكترونية ثلاثية الأبعاد ، بالإضافة الي مسح جمهور وسائل الإعلام المتمثل في الحجاج والمعتمرين الذين جاءوا الي مكة المكرمة والمدينة المنورة لأداء مناسك الحج والعمرة.

أدوات جمع المعلومات والبيانات :

وتم الاعتماد علي استمارة استقصاء علي جمع المعلومات والبيانات عن الموضوع المراد دراسته ، بالإضافة الي تقسيم الدراسة الي محاور رئيسية يتم من خلال وضع أسئلة فرعية تقسيم الهدف من الدراسة.

ومرت صحيفة الاستقصاء بمرحلتين وهما اختبار الصدق والثبات :

اختبار الصدق:

تم تطبيق الصدق الظاهري Face Validity من خلال عرض استمارة الاستبيان على مجموعة من الخبراء^(**) في المجال والذين قاموا بتحكيم وفحص الاستمارة وتم تطبيق صدق البناء Construct Validity حيث تم وضع بعض الأسئلة التأكيدية داخل استمارة الاستبيان لتقيس نفس الشيء وللتأكد من صدق المبحوث ، وأجرى الباحث التعديلات التي اقترحها السادة محكمو الاستمارة لتصبح صالحة في صورتها النهائية.

قام الباحث بإجراء اختبار قبلي Pre-Test لاستمارة الاستبيان على عينة قوامها ١٢٠ مبحوثاً من الحجاج والمعتمرين الذين يستخدمون مواقع الانترنت المرئية، وتم تعديل بعض الأسئلة وصياغتها وفقاً لما لاحظته الباحث أثناء الاختبار القبلي، وتم وضع الاستمارة في شكلها النهائي لتصبح جاهزة للتطبيق.

(**) عرض الباحث الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسماؤهم:

- أ. د/ عبد الله محمد عبد الله - أستاذ البحوث الإنسانية بمعهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج - جامعة أم القرى.
- أ. د/ هويدا مصطفى- أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- أ. د/ عادل عبد الغفار- أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
- أ. د/ علي منعم القضاة - أستاذ الإعلام المشارك بكلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة الدمام.
- أ. د/ محمد علي غريب - أستاذ الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية - قسم الإعلام - جامعة أم القرى.
- د/ خالد احمد عبد الجواد - أستاذ الإعلام المشارك بكلية الاتصال والإعلام - جامعة عجمان .
- د/ عبد العظيم خضر - أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية - قسم الإعلام - جامعة أم القرى.

اختبار الثبات:

قام الباحث بإجراء اختبار الثبات لقياس مدى تطابق إجابات المبحوثين ، وذلك من خلال إعادة تطبيق الاستمارة Re-Test بعد مرور أسبوعين من تطبيق الاستمارة، بنسبة ٥٪ من إجمالي عينة الدراسة الأصلية، وقد روعي عند اختيار عينة الثبات أن تكون من دول وجنسيات ومستويات اجتماعية مختلفة، وبلغت نسبة معامل الارتباط ٠.٨٩٪ وهي نسبة مرتفعة تؤكد صلاحية الاستمارة ومدى قابليتها للتطبيق.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في الحجاج والمعتمرين الذين يستخدمون مواقع الانترنت المرئية من جميع الجنسيات المختلفة والذين يقيمون في مكة بالمملكة العربية السعودية أثناء أدائهم لمناسك الحج والعمرة .

عينة الدراسة:

قام الباحث بتطبيق هذه الدراسة علي عينة عشوائية بسيطة ممن يتصفحون الانترنت simple Random Sample قوامها (١٤٥٦) من جنسيات العالم الاسلامي المختلفة من الحجاج والمعتمرين، (٧٥٦ من المعتمرين ، ٧٠٠ من الحجاج).

ثانياً نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية و مستوى المعرفة نحو مناسك الحج والعمرة.

جدول (٢٥)

يوضح العلاقة بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية و مستوى المعرفة نحو مناسك الحج والعمرة

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
حجم التعرض	٨.٩	٢.٦٢	**٠.٢٨٦	طردي	ضعيفة	٠.٠١
مستوى المعرفة نحو مناسك الحج والعمرة	٢١.٣	٥.٧٧				

يتضح من الجدول السابق :

وجود علاقة طردية ضعيفة بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية و مستوى المعرفة نحو مناسك الحج والعمرة، حيث كانت ($r > ٠.٣$) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٥ .

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع، السن، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)

٢(أ)- الفروق بين الذكور والإناث في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة:
جدول (٢٦)

يوضح الفروق بين الذكور والإناث في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة

مستوى المعنوية د.ح.١٤٢٦	ت	إناث (ن=٢٦٧)		ذكور (ن=١١٦١)		الجنس المتغير
		ع	م	ع	م	
٠٠٠١	٥.١٣٨-	٦.٤٦	٢٢.٩	٥.٥٤	٢٠.٩	مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠٠٠٠١.

٢(ب)- الفروق بين المعتمرين والحجاج في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة:
جدول (٢٧)

يوضح الفروق بين المعتمرين والحجاج في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة

مستوى المعنوية د.ح.١٤٢٨	ت	حجاج (ن=٦٧٦)		متمرين (ن=٧٥٢)		القدم المتغير
		ع	م	ع	م	
٠٠٠١	٧.٥٧٧-	٥.٨٤	٢٢.٥	٥.٤٩	٢٠.٣	مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المعتمرين والحجاج في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة لصالح الحجاج، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠٠٠٠١.

٢(ج)- الفروق بين الفئات العمرية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة:
جدول (٢٨)

يوضح توصيف الفئات العمرية مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة

الفئات العمرية		ن	متوسط	انحراف معياري
مستوى المعرفة	أقل من ٢٠ سنة	٨٤	٢١.٥	٦.٥١
	من ٢٠ : ٣٠ سنة	٣٣٣	٢١.٣	٥.٩٧
	من ٣٠ : ٤٠ سنة	٤٥٦	٢١.٢	٥.٦٣
	من ٤٠ : ٥٠ سنة	٣٧٣	٢٠.٩	٥.٥٥
	من ٥٠ سنة فأكثر	١٨٢	٢٢.٢	٥.٧٨
	الاجمالي	١٤٢٨	٢١.٣	٥.٧٧

جدول (٢٩)

يوضح الفروق في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة الدينية باختلاف الفئات العمرية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
٠.١٨٩ غير دالة	١.٥٣٦	٥١.٠٥٣	٤	٢٠٤.٢١٣	بين مجموعات	مستوى المعرفة
		٣٣.٢٤١	١٤٢٣	٤٧٣٠١.٤٣٦	داخل	بمعلومات مناسك
			١٤٢٧	٤٧٥٠٥.٦٤٩	مجموع	الحج والعمرة

من خلال الجدول السابق يتبين : عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠.٠٥ .

٢(د)- الفروق بين المستويات التعليمية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة:

جدول (٣٠)

يوضح الفروق في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة باختلاف المستويات التعليمية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
٠.٠١	٣.٠٦٣	١٠١.٢٥٠	٥	٥٠٦.٢٤٩	بين مجموعات	مستوى المعرفة
		٣٣.٠٥٢	١٤٢٢	٤٦٩٩٩.٤٠	داخل	بمعلومات مناسك
			١٤٢٧	٤٧٥٠٥.٦٤٩	مجموع	الحج والعمرة

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات التعليمية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠١

٢(هـ)- الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة :
جدول (٣٢)

يوضح الفروق في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة باختلاف المستويات الاجتماعية الاقتصادية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
٠.٠٠١	٦.١٤٥	٢٠٣.١٠٩	٢	٤٠٦.٢١٩	بين مجموعات	مستوى المعرفة
		٣٣.٠٥٢	١٤٢٥	٤٧٠.٩٩.٤٣١	داخل	بمعلومات
			١٤٢٧	٤٧٥.٥٠.٦٤٩	مجموع	مناسك الحج والعمرة

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات الاجتماعية الاقتصادية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

الفرض الثالث: تختلف حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية باختلاف المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين(السن، النوع، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)

٣(أ)- الفروق بين الذكور والإناث في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية:

جدول (٣٤)

يوضح الفروق بين الذكور والإناث في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية

مستوى المعنوية د.ح ١٤٢٦	ت	إناث (ن=٢٦٧)		ذكور (ن=١١٦١)		الجنس المتغير
		ع	م	ع	م	
٠.٠٠١	٣.٩١٠-	٣.٥٩	٩.٥	٢.٣٢	٨.٩	حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

٣(ب)-الفروق بين المعتمرين والحجاج في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية:

جدول (٣٥)

يوضح الفروق بين المعتمرين والحجاج في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية

مستوى المعنوية د.ح١٤٢٨	ت	حجاج (ن=٦٧٦)		متمرين (ن=٧٥٢)		القدم المتغير
		ع	م	ع	م	
٠٠٠٠١	٨.٣٥٠-	٣.٣٤	٩.٦	١.٥٤	٨.٤	حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية

يتضح من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المعتمرين والحجاج في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية لصالح الحجاج، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠٠٠٠١ .

٣(ج)-الفروق بين الفئات العمرية في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية:

جدول (٣٦)

يوضح الفروق في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية باختلاف الفئات العمرية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
٠٠٠٠١	١٥.٠٣١	٩٩.٠٧٩	٤	٣٩٦.٣١٧	بين مجموعات	حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية
		٦.٥٩٢	١٤٢٣	٩٣٨٠.١٧٢	داخل	
			١٤٢٧	٩٧٧٦.٤٨٩	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠٠٠٠١ .

٣(د)-الفروق بين المستويات التعليمية في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية:

جدول (٣٨)

يوضح الفروق في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية باختلاف المستويات التعليمية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
. ١	٥٥.٦٩١	٣٢٠.١٨٧	٥	١٦٠٠.٩٣٥	بين مجموعات	حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية
		٥٠٧.٤٩	١٤٢٢	٨١٧٥.٥٥٥	داخل	
			١٤٢٧	٩٧٧٦.٤٨٩	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات التعليمية في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ١

٣(هـ)- الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية :

جدول (٣٩)

يوضح الفروق في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية باختلاف المستويات الاجتماعية الاقتصادية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
. ١	٧٦.٨٧٤	٤٧٦.٠٤٨	٢	٩٥٢.٠٩٦	بين مجموعات	حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية
		٦.١٩٣	١٤٢٥	٨٨٢٤.٣٩٤	داخل	
			١٤٢٧	٩٧٧٦.٤٨٩	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين : وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات الاجتماعية الاقتصادية في حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ١

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية ونوعية المعارف المكتسبة الخاصة بمناسك الحج والعمرة.

جدول (٤٦)

يوضح العلاقة بين حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية ونوعية المعارف المكتسبة الخاصة بمناسك الحج والعمرة

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت	٨.٩	٢.٦٢	**٠.١١٤	طردي	ضعيف	٠.٠١
نوعية المعارف المكتسبة الخاصة بمناسك الحج والعمرة	١.٩	١.٠٥				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية ونوعية المعارف المكتسبة الخاصة بمناسك الحج والعمرة، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٥.

الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية ودرجة اتجاهات المبحوثين نحو هذه المواقع في اكتساب المعرفة.

جدول (٤٧)

يوضح العلاقة بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية ودرجة اتجاهات المبحوثين نحو هذه المواقع في اكتساب المعرفة

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت	٨.٩	٢.٦٢	**٠.٢٧٨	طردي	ضعيف	٠.٠١
درجة اتجاهات المبحوثين نحو هذه المواقع في اكتساب المعرفة	١٨.٨	٤.٦٨				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية ودرجة اتجاهات المبحوثين نحو هذه المواقع في اكتساب المعرفة، حيث كانت ($r > 0.3$) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٥.

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية و التأثيرات الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت.

جدول (٤٨)

يوضح العلاقة بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية وثلاثية الأبعاد و التأثيرات الناتجة
والمرتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
حجم التعرض	٨.٩	٢.٦٢	٠.٠٢٩		عدم وجود علاقة	
تأثيرات معرفية	١.٥	٠.٨٨				
تأثيرات وجدانية	١.٥	٠.٨١	**٠.٠٧٠	طردي	ضعيفة	٠.٠١
تأثيرات سلوكية	١.٥	٠.٨٣	**٠.٠٧١	طردي	ضعيفة	٠.٠١

يتضح من الجدول السابق :

-عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية و التأثيرات المعرفية الناتجة والمرتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت، حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى ٠.٠٥ .

-وجود علاقة طردية ضعيفة بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية و التأثيرات الوجدانية الناتجة والمرتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت، حيث كانت (ر > ٠.٣) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٥ .

-وجود علاقة طردية ضعيفة بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية و التأثيرات السلوكية الناتجة والمرتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت، حيث كانت (ر > ٠.٣) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٥ .

الفرض الثامن: توجد فروض دالة إحصائية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على القنوات والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع- السن- المستوى التعليمي - المستوى الاجتماعي الاقتصادي).

٨(أ)- الفروق بين الذكور والإناث في التأثيرات الناتجة والمرتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين الانترنت:

جدول (٤٩)

يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في التأثيرات الناتجة والمرتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين الانترنت

المتغير	الجنس		إناث (ن=٢٦٧)		ت	مستوى معنوية د.ج.١٤٢٦
	م	ع	م	ع		
معرفي	١.٦	٠.٨٩	١.٤	٠.٧٩	٣.٣٢٠	٠.٠٠١
وجداني	١.٦	٠.٨٢	١.٣	٠.٧١	٣.٨٨٨	٠.٠٠١
سلوكي	١.٦	٠.٨٦	١.٣	٠.٦٤	٤.٣٠٠	٠.٠٠١

يتضح من الجدول السابق :

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في التأثيرات المعرفية الناتجة والمرتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين الانترنت لصالح الذكور، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في التأثيرات الوجدانية الناتجة والمرتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين الانترنت لصالح الذكور، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في التأثيرات السلوكية الناتجة والمرتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين الانترنت لصالح الذكور، حيث كانت قيم (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

٨(ب)- الفروق بين المعتمرين والحجاج في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت:

جدول (٥٠)

يوضح الفروق بين متوسطي درجات المعتمرين والحجاج في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت

مستوى المعنوية د.ح.١٤٢٦	ت	حجاج (ن=٦٧٦)		معتمرين (ن=٧٥٢)		المناسك المتغير
		ع	م	ع	م	
٠.٠٠١	٤.٨٨٥	٠.٩٢	١.٤	٠.٨٣	١.٧	معرفي
٠.٠٠١	٦.٢٨٣	٠.٨٦	١.٤	٠.٧٣	١.٦	وجداني
٠.٠٠١	٥.٨٩٦	٠.٨٧	١.٤	٠.٧٧	١.٦	سلوكي

يتضح من الجدول السابق :

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المعتمرين والحجاج في الآثار المعرفية المترتبة على الاعتماد على القنوات الدينية لصالح المعتمرين، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المعتمرين والحجاج في الآثار الوجدانية المترتبة على الاعتماد على الانترنت لصالح المعتمرين، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المعتمرين والحجاج في الآثار السلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت لصالح المعتمرين، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

٨(ج)-الفروق بين الفئات العمرية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت:

جدول (٥١)

يوضح المتوسطان والانحرافات المعيارية للفئات العمرية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت

انحراف معياري	متوسط	ن	الفئات العمرية	
٠.٨٧	١.٥	٨٤	أقل من ٢٠ سنة	معرفي
٠.٩٦	١.٥	٣٣٣	من ٢٠ : ٣٠ سنة	
٠.٩١	١.٦	٤٥٦	من ٣٠ : ٤٠ سنة	
٠.٨٣	١.٥	٣٧٣	من ٤٠ : ٥٠ سنة	
٠.٧٩	١.٥	١٨٢	من ٥٠ سنة فأكثر	
٠.٨٨	١.٥	١٤٢٨	الاجمالي	
٠.٨٥	١.٦	٨٤	أقل من ٢٠ سنة	وجداني
٠.٨٥	١.٤	٣٣٣	من ٢٠ : ٣٠ سنة	
٠.٨٢	١.٦	٤٥٦	من ٣٠ : ٤٠ سنة	
٠.٧٦	١.٥	٣٧٣	من ٤٠ : ٥٠ سنة	
٠.٧٥	١.٦	١٨٢	من ٥٠ سنة فأكثر	
٠.٨١	١.٥	١٤٢٨	الاجمالي	
٠.٩٢	١.٦	٨٤	أقل من ٢٠ سنة	سلوكي
٠.٨٧	١.٤	٣٣٣	من ٢٠ : ٣٠ سنة	
٠.٨٠	١.٥	٤٥٦	من ٣٠ : ٤٠ سنة	
٠.٨١	١.٥	٣٧٣	من ٤٠ : ٥٠ سنة	
٠.٨١	١.٥	١٨٢	من ٥٠ سنة فأكثر	
٠.٨٣	١.٥	١٤٢٨	الاجمالي	

جدول (٥٢)

يوضح الفروق في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت باختلاف الفئات العمرية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
٠.٨٣١ غير دالة	٠.٣٦٩	٠.٢٨٨	٤	١.١٥٣	بين مجموعات	معرفي
		٠.٧٨١	١٤٢٣	١١١٠.٧٠٣	داخل	
			١٤٢٧	١١١.٨٥٦	مجموع	
٠.٢٨٠ غير دالة	١.٢٦٨	٠.٨٢٥	٤	٣.٢٩٩	بين مجموعات	وجداني
		٠.٦٥٠	١٤٢٣	٩٢٥.٢٩٧	داخل	
			١٤٢٧	٩٢٨.٥٩٧	مجموع	
٠.٤٥٤ غير دالة	٠.٩١٦	٠.٦٢٥	٤	٢.٥٠٠	بين مجموعات	سلوكي
		٠.٦٨٢	١٤٢٣	٩٧٠.٤٥٦	داخل	
			١٤٢٧	٩٧٢.٩٥٥	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين :

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في الآثار المعرفية الوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت ، حيث كانت قيمة(ف) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .

٨(د)-الفروق بين المستويات التعليمية في أسباب الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت :

جدول (٥٣)

يوضح الفروق في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت باختلاف المستويات التعليمية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
٠.٠٠١	٤.٥٤٣	٣.٤٩٦	٥	١٧.٤٨١	بين مجموعات	معرفي
		٠.٧٧٠	١٤٢٢	١٠٩٤.٣٧٦	داخل	
			١٤٢٧	١١١.٨٥٦	مجموع	
٠.٠٠١	٨.٢٢١	٥.٢١٨	٥	٢٦.٠٨٩	بين مجموعات	وجداني
		٠.٦٣٥	١٤٢٢	٩٠٢.٥٠٧	داخل	
			١٤٢٧	٩٢٨.٥٩٧	مجموع	
٠.٠٠١	١٠.٧١٤	٧.٠٦٤	٥	٣٥.٣٢٢	بين مجموعات	سلوكي
		٠.٦٥٩	١٤٢٢	٩٣٧.٦٣٣	داخل	
			١٤٢٧	٩٧٢.٩٥٥	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين :

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات التعليمية في الآثار المعرفية المترتبة على الاعتماد على القنوات الدينية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .
عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات التعليمية في الآثار الوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على القنوات الدينية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .

٨(هـ)-الفروق بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في أسباب ودوافع تعرض المبحوثين الانترنت:

جدول (٥٥)

يوضح الفروق في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت باختلاف المستوى الاجتماعي الاقتصادي

مستوى معنوية	ف	متوسط	د . ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعا إلى
٠.١٩٧ غير دالة	١.٦٢٥	١.٢٦٥	٢	٢.٥٣٠	بين مجموعات	معرفي
		٠.٧٨	١٤٢٥	١١٠٩.٣٢٧	داخل	
			١٤٢٧	١١١١.٨٥٦	مجموع	
٠.٠١	٥.٧٥٦	٣.٧٢١	٢	٧.٤٤٢	بين مجموعات	وجداني
		٠.٦٤٦	١٤٢٥	٩٢١.١٥٥	داخل	
			١٤٢٧	٩٢٨.٥٩٧	مجموع	
٠.٠٠١	٩.٧١٠	٦.٥٤١	٢	١٣.٠٨١	بين مجموعات	سلوكي
		٠.٦٧٤	١٤٢٥	٩٥٩.٨٧٤	داخل	
			١٤٢٧	٩٧٢.٩٥٥	مجموع	

من خلال الجدول السابق يتبين :

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات الاجتماعية الاقتصادية في الآثار المعرفية المترتبة على الاعتماد على الانترنت، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى ٠.٠٠٥ .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات الاجتماعية الاقتصادية في الآثار الوجدانية المترتبة على الاعتماد على الانترنت، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠١ .
وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات الاجتماعية الاقتصادية في الآثار السلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠٠١ .

يوضح اختبار (L S D) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المستويات الاجتماعية الاقتصادية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت

مرتفع	متوسط	منخفض	الانحراف معياري	متوسط	ن	الجنسية	
			١.٠٠	١.٤	١١٧	منخفض	معرفي
			٠.٨٦	١.٥	٧٤٨	متوسط	
			٠.٨٥	١.٦	٥٦٣	مرتفع	
			٠.٨٨	١.٥	١٤٢٨	الاجمالي	
*.٠٢٥٦٤-	*.٠١٥٧٣-		٠.٨٢	١.٣	١١٧	منخفض	وجداني
*.٠٠٩٩١-			٠.٨٠	١.٥	٧٤٨	متوسط	
			٠.٨٠	١.٦	٥٦٣	مرتفع	
			٠.٨٠	١.٥	١٤٢٨	الاجمالي	
*.٠٣٣٢٢-	*.٠١٩٣١-		٠.٦٩	١.٣	١١٧	منخفض	سلوكي
*.٠١٣٩١-			٠.٨٣	١.٥	٧٤٨	متوسط	
			٠.٨٤	١.٦	٥٦٣	مرتفع	
			٠.٨٣	١.٥	١٤٢٨	الاجمالي	

يتضح من الجدول السابق:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض وذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط في الآثار الوجدانية المترتبة على الاعتماد على الانترنت لصالح ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط عند مستوى ٠.٠٥

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض وذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في حجم الآثار الوجدانية المترتبة على الاعتماد على الانترنت لصالح ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع عند مستوى ٠.٠٥

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط وذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في الآثار الوجدانية المترتبة على الاعتماد على الانترنت لصالح ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع عند مستوى ٠.٠٥

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض وذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط في الآثار السلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت لصالح ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط عند مستوى ٠.٠٥

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض وذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في حجم الآثار السلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت لصالح ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع عند مستوى ٠.٠٠٥ . وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط وذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع في الآثار السلوكية المترتبة على الاعتماد على الانترنت لصالح ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع عند مستوى ٠.٠٠٥ .

أهم نتائج الدراسة:

أولاً: أهم نتائج الدراسة العامة:

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة ٥٦.٢٪ من أفراد العينة المعتمرين يتصفحوا الانترنت دائماً، ونسبة ٢٨.٣٪ منهم يتصفحونها أحياناً، ونسبة ١٤.٩٪ منهم يتصفحونها نادراً، و نسبة ٣٣.٧٪ من أفراد العينة الحجاج يتصفحوا الانترنت دائماً، ونسبة ٤١.٧٪ منهم يتصفحونها أحياناً، ونسبة ٢١.١٪ منهم يتصفحونها نادراً.

عكست نتائج الدراسة أن نسبة ٤٧.٤٪ من أفراد العينة يفضلون تصفح الانترنت في فترة المساء، ونسبة ٢٢.٨٪ منهم يفضلون تصفحه في الفترة الصباحية، ونسبة ١٨.٦٪ منهم يفضلون تصفحه في فترة الظهيرة والعصر، ونسبة ١١.٣٪ منهم يفضلون تصفحه في أوقات متأخرة من الليل.

أشارت النتائج أن نسبة ٣٥.٩٪ من أفراد العينة يتصفحوا الانترنت لمعرفة معلومات عامة، ونسبة ٣٥.٥٪ منهم يتصفحونه لمعرفة الأخبار والأحداث الهامة، ونسبة ٢٧.٥٪ منهم يتصفحونه لتمضية وقت الفراغ، ونسبة ٢٤.٦٪ منهم يتصفحونه لمعرفة معلومات خاصة بمناسك الحج والعمرة.

كما أشارت نتائج الدراسة بأن الانترنت جاء في الترتيب الاول بمتوسط ١.٨٦، ثم الراديو في الترتيب الثاني بمتوسط ١.٧، ثم القنوات الفضائية المتخصصة في الترتيب الثالث بمتوسط ١.٧٦، ثم الاتصال الشخصي في الترتيب الرابع بمتوسط ١.٧٢، وجاء في الترتيب الخامس الصحف والمجلات بمتوسط ١.٦١.

أظهرت النتائج ايضا أن نسبة ٣٢٪ من أفراد العينة يعتمدوا بشكل قوي على مواقع الانترنت في الحصول منها على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة ٤٦.٩٪ منهم يعتمدوا عليها بدرجة متوسطة، ونسبة ٢١.١٪ منهم يعتمدوا عليها بدرجة ضعيف.

عكست النتائج ايضا أن مواقع الأفلام الوثائقية جاءت في الترتيب الاول بمتوسط ١.٧٩، ثم اليوتيوب في الترتيب الثاني بمتوسط ١.٧٦، ثم المواقع الاخبارية ومواقع الخاصة بالصور في الترتيب الثالث بمتوسط ١.٧١، ثم المواقع المرئية ثلاثية الابعاد في الترتيب الرابع بمتوسط ١.٧٠.

وجاء في الترتيب الخامس قنوات التواصل الاجتماعي و مواقع القنوات التلفزيونية الفضائية بمتوسط ١.٦٩ .

أوضحت النتائج أن نسبة ٣٢.٤٪ من أفراد العينة يروا أن أهم أسباب الاعتماد على مواقع الانترنت في الحصول على معلومات خاصة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة ٣٦.٢٪ منهم يعتمدون عليها للحصول على المعلومات والمعارف الدينية بصفة عامة، ونسبة ٢٥.٦٪ منهم يعتمدون عليها لمتابعة البرامج الدينية المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة ٢١.٧٪ منهم يعتمدون عليها لسهولة الحصول على المعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة.

كما أكدت نتائج الدراسة أن نسبة ٥٢.٢٪ من أفراد العينة يفضلون المعلومات الخاصة بركان الحج والعمرة، ونسبة ٣٦.٣٪ منهم يفضلون معلومات عن الازدحام عند الجمرات، ونسبة ٢٢.٤٪ منهم يفضلون معلومات مرورية عن الازدحام في الشوارع، ونسبة ٢١.٤٪ منهم يفضلون معلومات صحية خاصة بالأمراض المعدية، ونسبة ٢٠.١٪ منهم يفضلون معلومات عن أزمات الحرائق، ونسبة ١٧.١٪ منهم يفضلون معلومات بمواجهة السيول.

بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٤٢.٨٪ من أفراد العينة راضيين عن مواقع الانترنت كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة، ونسبة ٤٩.٩٪ منهم راضيين إلى حد ما، ونسبة ٧.٤٪ منهم غير راضيين.

ثانياً: نتائج فروض الدراسة:

أثبتت نتائج الدراسة صحة الفرض وجود علاقة طردية ضعيفة بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية و مستوى المعرفة نحو مناسك الحج والعمرة

كشفت نتائج الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع، السن، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، في حين تبين عدم وجود علاقة في التعليم

أكدت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية ايجابية بين حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية و المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين(السن، النوع، التعليم، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

أظهرت النتائج ايضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية المعارف المكتسبة بمناسك الحج والعمرة والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع، السن) في حين لم تتحقق صحة الفرض في متغيري المستويات التعليمية والمستوي الاقتصادي الاجتماعي.

بينت نتائج الدراسة أيضاً وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين حجم تعرض الحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية ونوعية المعارف المكتسبة الخاصة بمناسك الحج والعمرة.

كما أشارت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة ذات دلالة احصائية بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية ودرجة اتجاهات الحجاج والمعتمرين نحو هذه المواقع في اكتساب المعرفة. أثبتت نتائج الدراسة عن وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة ذات دلالة احصائية بين حجم التعرض للحجاج والمعتمرين لمواقع الانترنت المرئية و التأثيرات الوجدانية والسلوكية والمرتبة ، لم حين لم توجد علاقة في التأثيرات المعرفية.

كما تبين أيضا وجود فروق دالة إحصائية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على الاعتماد على القنوات والخصائص الديموجرافية للمبحوثين في متغيري النوع والمستوي ، في لم توجد فروق ذات دلالة احصائية وفقاً لمتغيري السن والمستوى الاجتماعي الاقتصادي.

التوصيات:

ضرورة توظيف مواقع الانترنت المرئية في امداد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة واتجاهاتهم نحوها.

إعداد وتنظيم دورات تدريبية مكثفة للعاملين في مجال تخزين المعلومات المرئية بمواقع الانترنت المرئية، والعمل على إعداد كوادر مؤهلة ومتخصصة في مجال الإعلام الديني المتخصص لتنفيذ آلية جديدة ومبتكرة على قدر من التنوع والعمق وذلك لجذب انتباه المشاهد.

ضرورة ترجمة مواقع الانترنت المرئية الخاصة بالمعلومات التي الدينية وبخاصة بمناسك الحج والعمرة بأكثر من لغة غير اللغة العربية حتي يشاهدها المسلمون في جميع أنحاء العالم الإسلامي. إجراء أبحاث دورية لتقييم مستوى الأداء المهني مواقع الانترنت المرئية الخاصة بالمعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة بالقناتين على مستوى الإخراج الفني والتقني والتصوير والمونتاج، وشمولية التغطية الإعلامية لهذه المناسك، ودقة المعلومات الواردة بها من أجل التفاعل مع جمهور الحجاج والمعتمرين.

إنشاء مواقع مرئية خاصة للحجاج والمعتمرين على شبكة الإنترنت لكي يستفيد منها المسلمين في جميع أنحاء العالم للحصول علي المعلومات والدروس المستفادة.

مراجع الدراسة

(١) محمد عبده بكير، علاقة وسائل الاتصال الحديثة، بالاغتراب الاجتماعي للشباب المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس والعشرون، يناير-مارس ٢٠٠٦، ص٢٥٦.

(٢) أميرة النمر، اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا المحلية والعربية والدولية: دراسة مقارنة بين الوسائل التقليدية والحديثة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الرابع، ديسمبر ٢٠٠٧.

(١) علياء سامي عبد الفتاح، الإنترنت والشباب: دراسة آليات التفاعل الاجتماعي، (القاهرة: دار العالم العربي، ٢٠٠٩)، ص ٧.

(١) هبة ربيع رجب، مرجع سابق، ص ٨٧.

(١) حسني محمد نصر، الاتصال من المنادي الى الإنترنت، مرجع سابق، ص ٥٢-٥٣.

(١) حسني محمد نصر، مرجع سابق، ص ٥٣-٥٤.

(١) هند أحمد بداري، "تأثير استخدام الجمهور المصري لوسائل الاتصال الإلكترونية المستحدثة على علاقته بوسائل الإعلام المطبوعة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٦) ص ١٣٢.

(١) رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ٩٢.

(١) <http://www.da3wh.com/vb/showthread.php?t=1624&page=1> (5-10-2013)

(١) Phillip Davison, " Mass Media System and Effects", (New York: CBS, College Publishing Co., 1982) P. 184.

(١) السيد بخيت، الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن، أغسطس- أكتوبر ٢٠٠٠، ص ٨٩.

(١) عبد الملك الدنداني، البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٠)، ص ٢٤٤.

(١) المرجع السابق، ص ٢٤٤-٢٤٥.

(١) هبة ربيع رجب، مرجع سابق، ص ٣٨.

(١) هند احمد بداري، مرجع سابق، ص ١٤٠.

(١) محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، (القاهرة: دار المعرفة، ٢٠٠٥) ص ٢٤١.

(١) Ferguson, D & Perse, E. " The World Wide Web as a Functional Alternative to television ", Journal of Broadcasting & Electronic Media, (Vol. 44, No. 2, 2005) PP. 155 – 174 .

(١) بسيونى حمادة، " اتجاهات عالمية حديثة في بحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال "، (القاهرة، دار النشر، ٢٠١٠) ص ٢٠.

(١) Leung, L., " College Student Motivations for Chatting on ICQ ", New Media & Society(Vol. 3, No. 4, 2003), PP. 483 – 500 .

(١) Flanagin, A.J., & Metzger, M.J., " Internet Use in the Contemporary Media Environment", Human Communication Research, (Vol. 27, No. 1, Jan. 2001), PP. 153 - 181 .

- (١) Papacharissi, Zizi, & Rubin, A, " Predictors of Internet Use ", Journal of Broadcasting & Electronic Media,(Vol. 44, No. 2, 2000) PP. 175 - 196.
- (١) عبير إبراهيم محمد عزي، "وسائل الإعلام التقليدية والجديد و المجال العام واتجاهاته نحو التلفزيون"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩) ص ٢١.
- (١) مي العبد الله، نظريات الاتصال، (بيروت: دار النهضة العربية، ٢٠٠٦) ص ٨٧.
- (١) فاطمة القليني ومحمد شومان، الاتصال الجماهيري: اتجاهات نظرية ومنهجية، (القاهرة: دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢) ص ١٢١.
- (١) عبير إبراهيم محمد عزي، مرجع سابق، ص ٢١.
- (١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٣، (القاهرة: عالم الكتب ٢٠٠٤) ص ٢٨٣.
- (١) فاطمة القليني ومحمد شومان، مرجع سابق، ص ١٢٥.
- (١) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢٨٣.
- (١) Barnes, S., "Online Connections : Internet Interpersonal Relationships", (USA: Hampton Press, Inc, 2001). PP. 126 – 128.
- (١) Choi, Y. J., & Haque, M., " Internet Use Patterns and Motivations of Koreans " , Asian Journal of Communications, (Vol. 12, No. 1, 2002), PP. 126 – 134 .
- (١) مرزوق عبد الحكم العامري، الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباع، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤) ص ٨٧.
- (١) حسن عماد مكاي، وليس حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط ٦، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٦)، ص ص ٢٤٠ - ٢٤٩.
- (١) حسن عماد مكاي ويلي حسين السيد، مرجع سابق، ص ٢٤١.
- (١) شيرين محمد كدواني، "مصادقية الإنترنت وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة أسيوط: كلية الآداب: قسم الإعلام، ٢٠١٠) ص ٥٧.
- (١) عبد الرحيم حامد سليمان درويش، دوافع استخدام الجمهور المصري واتجاهاته نحو التلفزيون: دراسة في مستقبل التلفزيون المصري"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر (مستقبل وسائل الإعلام العربية)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو ٢٠٠٥، ص --.
- (١) Wood, J, "Communication in Our lives ", (USA: Wadsworth, Inc, 2003), P. 26.
- (١) A. S. Babrow, Theory and method in Research on Audience Motives., Journal of Broadcasting & Electronic Media, (Vol. 32, No. 4, 1998).

(١) حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، مرجع سابق، ص ٢٤٧.

(١) Barnes, S., "Online Connections : Internet Interpersonal Relationships", (USA: Hampton Press, Inc, 2001). PP. 126 – 128.

(١) دينا يحيى محمود مرزوق، "استخدامات جمهور القاهرة الكبرى لبرامج الفترة الصباحية والإشباع المتحققة منها"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٩) ص ٥٢.

(١) صفا فوزي علي، "علاقة الطفل المصري بوسائل الاتصال الإلكترونية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٣) ص ١٧٤.

(١) شيرين محمد كواتي، مرجع سابق، ص ٩٧.

(١) محمد فضل الحديدي، نظريات الإعلام واتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، (دمياط: مكتبة نانسي، ٢٠٠٩)، ص ٢٣٦.

(١) هشام مصباح، واقع الدراسات الإعلامية المصرية في مجال الوسائل الإلكترونية في العقدين الأخيرين من القرن العشرين: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، أكتوبر ٢٠٠٨، ص ١٩٩.

(١) هايدى سامح السيد، "استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية المصرية الخاصة، وتأثيرها على أداء ومعدلات مشاهدة القنوات الحكومية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٧٤ - ١٠١.

(١) رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط ١، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٧) ص ٤٧.

(**) عرض الباحث الاستمارة على السادة المحكمين التالية أسماؤهم:

أ. د/ عبد الله محمد عبد الله - أستاذ البحوث الإنسانية بمعهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج - جامعة أم القرى.

أ. د/ هويدا مصطفى - أستاذ ورئيس قسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

أ. د/ عادل عبد الغفار - أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

أ. د/ علي منعم القضاة - أستاذ الإعلام المشارك بكلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة الدمام.

أ. د/ محمد علي غريب - أستاذ الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية - قسم الإعلام - جامعة أم القرى.

د/ خالد احمد عبد الجواد - أستاذ الإعلام المشارك بكلية الاتصال والإعلام - جامعة عجمان .

د/ عبد العظيم خضر - أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الاجتماعية - قسم الإعلام - جامعة أم

القرى