

دور الأنشطة الاتصالية في توعية الحجاج والمعتمرين بالخدمات الجديدة التي تقدمها الرئاسة العامة لشؤون الحرمين وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠

د. وجدي حلمي عيد عبد الظاهر ، أ.د. محمد علي غريب
كلية العلوم الإجتماعية – جامعة أم القرى

ملخص البحث:

سعت الدراسة إلى التعرف على دور الأنشطة الاتصالية بكل أشكالها المختلفة في دعم صورة المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ لدى زوار بيت الله الحرام والتعرف على أهم الخدمات والبرامج التي تقدمها حكومة خادم الحرمين الشريفين متمثلة في الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٤٥٠) مفردة من دول العالم الإسلامي المختلف من الحجاج والمعتمرين)، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن نسبة ٩٧% من أفراد العينة يرون أن الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ في تعريف الحاج والمعتمر بالمناسك الدينية الصحيحة المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة ٩٠,١% منهم يرون أنها تزود وسائل الإعلام بالمعلومات والخدمات والبيانات الصحيحة لرئاسة الحرمين، ونسبة ٨٠,٣% منهم يرون أنها تزودهم بمواعيد الدروس الدينية المقامة بالمسجد الحرام والنبوي، وأن الوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً لأفراد العينة في أداء الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ هي المصنقات الدينية في الترتيب الأول بمتوسط ٩٣,٤٣، ثم مجلة الرئاسة العامة لشؤون الحرمين في الترتيب الثاني بمتوسط ٨٩,٩٧، وقنوات التواصل الاجتماعي في الترتيب الثالث بمتوسط ٧٩,٩٧، والكتيبات التي تصدرها الرئاسة العامة لشؤون الحرمين في الترتيب الرابع بمتوسط ٧٩,٩٦، وأن نسبة ٤٠,٣% من أفراد العينة راضون جداً عن الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة، ونسبة ٤٩,٨% منهم راضون إلى حد ما، ونسبة ٩,٩% منهم غير راضين عن هذه الأنشطة.

مقدمة:

في ظل التطورات الهائلة التي تشهدها المملكة العربية السعودية في مجالات متنوعة لخدمة زوار بيت الله الحرام وفقاً لرؤية المملكة ٢٠٣٠ ليؤدوا مناسكهم في يسر وأمان، وبحكم مسؤولية المملكة العربية السعودية التي شرفها الله بها لخدمة حجاج بيت الله الحرام وهو شرف لا يدانيه شرف لكل منتسب إلى هذه الأرض المباركة، ومن ثم جندت كافة أجهزة الدولة لتحقيق هذه الرسالة النبيلة، ورغبة في إعطاء المزيد من الاهتمام بالموضوعات والقضايا التوعوية التي تهم حجاج بيت الله الحرام، قامت حكومة خادم الحرمين الشريفين وعلى رأسها الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالاهتمام بمفهوم التوعية والخدمات الدينية لهم. كما أن رؤية الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي للحرمين الشريفين تتلخص في أن يكون منطلقاً لنشر هدايات هذا الدين، ومنابر توجيه وإرشاد للمسلمين، وصروح هدى للعالمين، وإبراز الصورة العالمية المشرفة للحرمين الشريفين، وإظهار قيم الإسلام والمسلمين الحقيقية، ونشر تعاليم الإسلام وقيمه من خلال الارتقاء برسالة الحرمين، والعمل على أن يكون المسجدان المعظمان منبراً يتسم بالوسطية والاعتدال في نشر رسالة الإسلام وسماحته، وإبراز الصورة الحضارية المشرفة لتعاليم الإسلام وأخلاق المسلمين، وتفعيل أدوار المسجد الحرام والمسجد النبوي الشريف العلمية والإرشادية، وإبراز جهود الدولة - رعاها الله - فيما تقدمه من خدمات رائدة وجهود عظيمة في الحرمين الشريفين، والارتقاء بأداء الرئاسة وتطوير منظومة أعمالها لتؤدي دورها المؤمل منها بما يحقق تطلعات ولاة الأمر وفقهم الله. تطوير بيئة العمل لرفع مستوى جودة منظومة الخدمات كافة في المسجدين الشريفين، تسخير وسائل الإعلام وسبل الاتصال والتقنية في إبراز رسالة الحرمين

الشريفين، تنسيق دور المجتمع التطوعي في خدمة الحرمين الشريفين، والعمل على توفير بيئة طاهرة آمنة في الحرمين الشريفين، مُفَعِّمة بالروحانية مُعظَّمة لمكانتها لتحقيق مراد الله سبحانه وهدى رسوله صلى الله عليه وسلم، والعمل على تأهيل كافة العاملين فهما للقيام بهذه المهمة العظيمة باحترافية تامة، ومهنية جاذبة للوافدين إليهما ليكون المسجدان الشريفان هما الرمز العالمي الأول، والأساس المكين للعلم والهداية والأمان للعالم أجمع، مستثمرين كافة الإمكانيات المادية والبشرية.

وتعتبر عملية نشر المعلومات التوعوية أحد المهام التي تقوم بها الأنشطة الاتصالية للتأثير على المعرفة والفهم والوعي الديني لدى زوار بيت الله الحرام، ولذلك تستطيع الأنشطة الاتصالية أن تقدم كثير من الإرشادات والتوجيهات التوعوية لهم، ولكون الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي تمتاز بالتعدد حيث تشمل الاتصال المباشر والمقروء والمكتوب والمسوم والمرئي، والتغطية الإخبارية ونشاطات اتصالية في الإذاعة والتلفزيون وعلى الإنترنت، وإنتاج المواد الإعلامية اللازمة لتقديم الخدمات والبرامج التوعوية التي تقدمها الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي. وبذلك تمثل الأنشطة الاتصالية جانباً مهماً وحيوياً في إنجاز المهام والأعمال، لذا كان من الضروري القيام بهذه الدراسة لأهمية الأنشطة الاتصالية بإدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي.

مشكلة الدراسة:

وتتمثل الأنشطة الاتصالية أداة معرفية ووظيفية اتصالية ذات طابع مهم في مختلف مجالات حياتنا اليومية فهي المرآة العاكسة لأشكال التعامل الإنساني الصحيح مثلما هي العين الثاقبة النافذة للوصول إلى مرتكزات الحقيقه وإيضاح مراميها وما تهدف إليه الجهات الراعية والداعمة لتلك الوظيفة التي يعد الاتصال وقنواته جوهر عملها مثلما تشكل الجسور التفسيرية الصائبة لكل منظمة من المنظمات سواء أكانت ذات طبيعة مؤسساتية بحجم كبير أو صغير، محلية كانت أم إقليمية أم دولية. فهي بوصلة الاتجاه التي ترشد المنظمة أو المؤسسة الدولية إلى الطريق السليم للوصول إلى جمهورها الداخلي الخارجي، وهي أداة الفهم الواضح للجمهور في الوسائل المتاحة لصالح برامجها وأهدافها عن طريق تعزيز الثقة ورضاه منها ومن ثم كسب التأييد لدعم الأهداف والمصالح والآليات التي تسعى كل منظمة لتحقيقها^(١). تعد الأشكال الاتصالية الركيزة الرئيسية في نشاط العلاقات العامة ووظيفتها بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي فمن هذه الوسائل لا يمكن أن يكون هناك نشاط لإدارة العلاقات العامة، لأن هذه الأنشطة الاتصالية تعتبر عملية اتصال مع الجمهور وتبادل المعلومات والآراء معه، بهدف توثيق العلاقات الطيبة وخلق سمعة جيدة للمؤسسة في أذهان في الجمهور من خلال أنشطتها الاتصالية المتاحة، والتعريف بالخدمات التي تقدمها هذه المؤسسة. وبناءً على ما سبق يمكن تحدد مشكلة البحث في "التعرف على دور الأنشطة الاتصالية بكل أشكالها المختلفة في دعم صورة المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ لدى زوار بيت الله الحرام والتعرف على أهم الخدمات والبرامج التي تقدمها حكومة خادم الحرمين الشريفين متمثلة في الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي وأثر ذلك على المعرفة والتوعية بهذه الخدمات تجاه الحجاج فترة الحج، وأداء مناسكهم الدينية على أكمل وجه، بالإضافة إلى رصد مهام هذه الأنشطة الاتصالية في الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، والكشف عن أوجه النقص والقصور في هذه الأنشطة، وكيفية التعامل مع زوار بيت الله الحرام والعاملين بها وكيفية تطوير ورفع كفاءة مستوى الأداء الوظيفي بها".

أهمية الدراسة:

- ١- تسليط الضوء على أهمية دور الأنشطة الاتصالية في توعية زوار بيت الله الحرام بالبرامج والخدمات المتنوعة التي تقدمها الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠.
- ٢- إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية السعودية للحجاج والمعتمرين في فترة الحج من خلال الرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠.
- ٣- التعرف على أوجه القصور والضعف في الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠.
- ٤- نوعية الخدمات التي تقدمها الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠.
- ٥- محاولة تقييم مستوى الخدمات والأداء الاتصالي في الرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠.
- ٦- دراسة الطرق المستخدمة لتقويم الأنشطة الاتصالية في الرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠.

- ٧- معرفة الأنشطة الاتصالية الأكثر فاعلية للتأثير على الحجاج والمعتمرين في التعرف على الخدمات المقدمة لهم.
- ٨- رصد العلاقة التفاعلية بين الأنشطة الاتصالية المقدمة من الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة رضا زوار بيت الله الحرام وثقتهم نحوها .

أهداف الدراسة :

- ١- التعرف على واقع عمل الأنشطة الاتصالية في الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ .
- ٢- الكشف عن أوجه النقص والقصور في الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ .
- ٣- كيفية رفع كفاءة البرامج والخدمات التوعوية التي تقدمها الرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ .
- ٤- الكشف عن أوجه النقص والقصور في طبيعة عمل الأداء الوظيفي بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ .
- ٥- رصد أهم الأنشطة الاتصالية للرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ في التواصل مع جمهورها الداخلي والخارجي.
- ٦- تفسير وتحليل مهام ووظائف الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ .
- ٧- التعرف على الأشكال الاتصالية الأكثر استخداماً في أداء الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ .
- ٨- التنبؤ بأهم المقترحات في تطوير الأنشطة الاتصالية ومستوى الأداء الوظيفي بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين.

الدراسات السابقة:

أولاً: دراسات خاصة بتوعية الحجاج والمعتمرين:

أظهرت دراسة عثمان بكر قزاز، أحمد طه (2014) ^(٢) أن نسبة ٦٩% من حجاج مؤسسة جنوب شرق آسيا أفادوا بأنهم استفادوا من برنامج التطوير المركزي، أن نسبة ٥٤,١% من حجاج مؤسسة أفريقيا غير العربية أفادوا بأنهم استفادوا من برنامج التطوير المركزي، أن نسبة ٥٣,٥% من حجاج مؤسسة الدول العربية أفادوا بأنهم استفادوا من برنامج التطوير المركزي، في حين بينت دراسة وجددي حلي (2014) ^(٣) 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 كما أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة نحو مناسك الحج والعمرة ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين، وأشارت دراسة محمد غريب (2013) ^(٤) إلى وجود علاقة طردية بين درجة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الدينية ودرجة الاعتماد عليه، كما أشارت النتائج إلى وجود فروق دالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الدينية والخصائص الديموجرافية (النوع، القدوم، السن، المستوى التعليمي، الجنسية)، وسعت دراسة فضل خان، عثمان قزاز (2014) ^(٥) حول التعرف على سياق وملامح الاتصال في مرافق وسكن الحجاج والمعتمرين وعلاقتها بسلوكيات التواصل حيث أكدت أن درجة الانفتاح في سياق عملية التواصل لها تأثير ذو دلالة إحصائية على عدد الاتصالات وتكرارها في المواقف العصبية، وأكدت دراسة محمد الشريف ومحمد جاهين (2008) ^(٦) أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة يرون أن مستوى الاستفادة من اللوحات الإرشادية خارج الحرم في الاستدلال منها على المواقع التي تهم الحجاج في أداء النسك ولمعاشم وخدمتهم من كافة النواحي، كان بدرجة "فعالة" حيث كان متوسط العام ٢,٢١%، كما انتهت دراسة محمد الشريف (2007) ^(٧) إلى أن ٦٨,٢% من المبحوثين يعتمدون على المرشد الديني من بلدهم في الحصول على المعلومات الإرشادية التي يحتاجونها أثناء تأدية النسك، ثم يأتي بعد ذلك أحد المرافقين، ومرشد مؤسسة العمرة، والكتب الإرشادية، ومرشدو التوعية في المملكة، والمحاضرات، ووسائل الإعلام المختلفة، وسعت دراسة أسامة حريزي (2007) ^(٨) التعرف على قياس رجحان الصدى أو التغذية المرتدة لمشروع التوعية عبر الشاشات الضخمة وتلفزيون الميخيمات، جاءت هذه الدراسة أيضاً لقياس مدى فاعلية هذا المشروع الإعلامي ومعرفة سلبياته وإيجابياته، وخلصت النتائج إلى أن ٥٧% منهم تعتمد على الشاشات الضخمة بشكل كبير جداً، وأن ١٣% يعتمدون عليها بشكل متوسط، في حين أجاب ١١,٦% لا يعتمدون عليها.

ثانياً: دراسات خاصة بأهمية الأنشطة الاتصالية ودورها في العلاقات العامة:

أثبتت دراسة هيا عاشور (2014) ^(٩) أن العاملين في مجال العلاقات العامة بالمنظمات الدولية في الأردن من ذوي الخبرة الجيدة. وأشارت نتائج الدراسة أن الهاتف أكثر الوسائل التي يستخدمها العاملون في العلاقات العامة تأثيراً على جمهور المتعاملين مع هذه المنظمات ومن ثم الملمصقات ثم تلتها كل من المجلات والإنترنت والصحف. وفي المرتبة الأخيرة حل التلفزيون والإذاعة، وأظهرت دراسة أحمد العتوم (2010) ^(١٠) أن إدارة العلاقات العامة والإعلام لا تستطيع نشر المواد الإعلامية إلا بموافقة الوزير أو أمين عام الوزارة، بدرجة عالية. وكشفت نتائج الدراسة أن إدارة العلاقات العامة تقدم مصلحة الوزارة على مصلحة الجمهور، ولا يوجد اهتمام بتطوير كفاءات وقدرات العاملين في العلاقات العامة. كما انتهت دراسة أماني بسيوني (2009) ^(١١) إلى أن الجمعيات الأهلية تستطيع الوصول إلى الفهم المتبادل بينها وبين جماهيرها عن طريق الاستجابة لهذا الجمهور واحتياجاته. وكشفت نتائج الدراسة أنه يمكن تفعيل مشاركة الجمهور المصري بالرسائل الاتصالية المناسبة وجهود العلاقات العامة وتحويل الجمهور من متلقي سلبي إلى مرسل نشط لرجع الصدى، وأشارت دراسة دينا الخطاط (2009) ^(١٢) إلى أن أكثر الوسائل الاتصالية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة وفقاً لاستجابات ممارسي العلاقات العامة هي: التلفزيون العادي، المقابلات الشخصية، لوحات الإعلانات، بينما انخفضت وبشده درجة استخدامهم لكل من: الراديو، الكتب والكتيبات، البريد الإلكتروني التلفزيوني، في حين أكدت دراسة إيمان زهرة (2009) ^(١٣) إلى وجود علاقة إنسانية بين الجمهور المصري وبين العلامات التجارية محل الدراسة، كما أثبتت نتائج الدراسة بتأثير العوامل المتعلقة بتسويق العلامة التجارية على شكل وطبيعة العلاقة بين الجمهور المصري وبين العلامات التجارية محل الدراسة، وأثبتت دراسة عمر القضاة (2004) ^(١٤) أن غالبية وحدات العلاقات العامة في الأجهزة الحكومية المركزية في الأردن تمارس وظيفة التخطيط، فيما بينت نتائج الدراسة بأن العلاقات العامة تقوم أنشطتها بصفة دورية، كما أوضحت نتائج الدراسة أن وحدات العلاقات العامة تستخدم وسائل الاتصال الفعال عند القيام بوظائفها ونشاطاتها بمستوى مرتفع، في حين أثبتت دراسة خميس الشماخي (2001) ^(١٥) بأن دوائر العلاقات العامة لا تستخدم الأدوات والأساليب الحديثة في أداء عملها، في حين أوضحت نتائج الدراسة أنه كلما ازدادت سنوات الخبرة للعاملين كان مستوى خدماتهم المقدمة أفضل. وأشارت نتائج الدراسة إلى ضرورة العمل على رفع مستوى أداء العلاقات العامة وذلك من خلال عقد الدورات التدريبية وتأهيل العاملين بها.

ثالثاً: دراسات خاصة بالاعتماد والمعلومات الدينية:

توصلت دراسة وجدي حلي (2013) ^(١٦) إلى أن أكثر من ٤٣,٧% من المبحوثين يشاهدون شاشات العرض التلفزيونية العملاقة، كما توصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية في المراحل العمرية والمهن المختلفة بينما لم يتم قبول الفرض فيما يتعلق بالنوع (ذكور- وإناث) والمستويات التعليمية، كما أثبتت النتائج عن وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين حجم التعرض للشاشات العملاقة كمصدر للحصول على المعلومات ودرجة الاعتماد عليها، كما أشارت دراسة مصطفى عبدا لوهاب (2010) ^(١٧) إلى ارتباط مضمون الدين بقضايا معاصرة بنسبة ٨٧,٥% في القنوات الحكومية مقابل ٧٧,١% في القنوات الخاصة، كما أثبتت نتائج الدراسة بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الحكومية والخاصة فيما يتعلق بالضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال في البرامج الدينية، فيما توصلت دراسة نهال عمر الفاروق (2009) ^(١٨) إلى تعدد قالب الحديث المباشر قائمة القوالب البرمجية المستخدمة في البرامج وانخفضت نسبة الفتاوى المرتبطة بالعصر الحاضر وتبني الخطاب الديني بصفه عامة موقفاً محافظاً من المرأة كما انخفضت نسبة الحلقات التي توجهت للمرأة، وأثبتت دراسة إيمان عبدا لحافظ هزاع (2008) ^(١٩) إلى أن نصف المبحوثين ٥٠% يشاهدون القنوات الفضائية الإسلامية بصفة دائمة، كما وجدت فروقاً غير دالة إحصائية بين المبحوثين من الذكور والإناث من المستوى التعليمي والمستوى الاقتصادي في دوافع تعرضهم النفعية للقنوات الفضائية الإسلامية، وانتهت دراسة محمد السيد (2008) ^(٢٠) إلى ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الفضائية الإسلامية بين النخب المصرية كما أثبتت الدراسة أيضاً بوجود فروق دالة إحصائية بين اتجاهات النخبة الأكاديمية والإعلامية والدينية نحو أخلاقيات الممارسة الإعلامية للقنوات التلفزيونية الدينية، في حين توصلت دراسة نهى حشيش (2008) ^(٢١) إلى أنه جاءت قناة الناس في مقدمة القنوات الفضائية العربية الإسلامية التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على معلومات دينية وجاء دافع الحصول على المعلومات واكتساب الخبرات الجديدة في مقدمة دوافع مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية الإسلامية، كما أثبتت النتائج أيضاً أن ٨٥,٥% من إجمالي الحلقات التي تم تحليل مضمونها ترتبط موضوعاتها بالقضايا المعاصرة

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

- ١- اهتمت الدراسات السابقة بالأنشطة الاتصالية ودورها في أجهزة العلاقات العامة، وهذا يدل على وعي بأهمية الأنشطة الاتصالية في المؤسسات وحيوية إدارة هذا الجهاز، كما حددت وأضافت واستنتجت أنشطة اتصالية جديدة تُضاف إلى أجهزة العلاقات العامة.
- ٢- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في صياغة وتحديد مشكلة الدراسة من خلال التعرف على عمل العلاقات العامة وأنشطتها الاتصالية في شركة الخطوط السعودية، والكشف عن أوجه النقص والقصور في هذه الأنشطة.
- ٣- تم صياغة التساؤلات والفروض المختلفة للدراسة في ضوء نتائج الدراسات السابقة التي أكدت نتائجها على الكشف عن أوجه النقص والقصور في هذه الأنشطة الاتصالية في مجال العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية والخاصة.

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: مهام القائم بالاتصال في العلاقات العامة:

يقوم الموظف في قسم العلاقات العامة في أي مؤسسة بما يلي^(٢٢): خلق علاقة جيدة بالجماعة سواءً مع العاملين بالمؤسسة أو خارجها أو مع الجمهور، اعتبار موظف العلاقات العامة كالناطق الرسمي باسم المؤسسة، وضع سياسات واستراتيجيات معينة ومحددة لكيفية الاتصال، مسؤوليته عن المطبوعات التي تصدر عن المؤسسة من حيث الإشراف عليها وإعدادها، تزويد الصحافة والإعلام بأخبار المؤسسة أو المنظمة، تنظيم المؤتمرات والاجتماعات واللقاءات الخاصة بالمؤسسة - متابعة كل ما يتم نشره عن المؤسسة في الصحف والمجلات المحلية أو الخارجية ووضع الإدارة العليا بالصورة سواءً بطريقة الرد أو غيرها، التعريف بنشاط المؤسسة.

ثانياً: الأنشطة الاتصالية للعلاقات العامة:

تمثل العلاقات العامة وظيفة إدارية متميزة تساعد على إقامة خطوط الاتصال، الفهم، القبول والتعاون بين المؤسسة وجمهورها ومن ثم العمل على المحافظة عليها مساعداً بذلك إدارة المؤسسة على أن تبقى باتصال مع جمهورها^(٢٣). فالإتصال: عملية تفاعل اجتماعي يستخدمها الناس لبناء معاني تشكل في عقولهم صوراً ذهنية للعالم وينبطلون هذه الصورة عن طريق الرموز^(٢٤). لذا فإن عملية الاتصال من العمليات المهمة لتحقيق التواصل المنشود في عمل العلاقات العامة والاتصال بحد ذاته هو الحقائق والآراء والأفكار والمعاني والمهارات والتجارب والأحاسيس والاتجاهات وطرق الأداء المختلفة التي تنتقل من شخص إلى شخص ومن جماعة إلى جماعة ومن جيل إلى جيل^(٢٥).

ويؤلف الإتصال شكلاً من أشكال العلاقات العامة بين الناس وأداة من أدوات المجتمع يربط بين أفرادها بواسطة الثقافة والتي تكون نسيجاً يوحد بين أفكار أعضاء ذلك المجتمع وعقائده وميوله وأنماطه وسلوكه^(٢٦).

ويرى البعض بأن الأنشطة الاتصالية تنقسم إلى ما يلي: النشاط الاتصالي الثقافي، الإعلامي، الإعلاني، الاجتماعي.

- ١- النشاط الاتصالي الثقافي: ويعرف النشاط الثقافي للاتصالي للعلاقات العامة في مؤسسة ما بأنه الوظيفة الاتصالية المنظمة لأعداد وإنتاج المواد الثقافية ذات المضمون الفكري الهادف إلى تفسير الاتجاهات وتعديلها لدى الجمهور المستهدف^(٢٧).
- ٢- النشاط الاتصالي الإعلامي: ويتمثل النشاط الإعلامي للعلاقات العامة^(٢٨) بجمع الأنباء والبيانات والتعليمات والقرارات وبها بعد معالجتها في الإطار الملائم من أجل فهم الظروف المحيطة^(٢٩). ويتميز الإتصال الإعلامي بأنه كلما زادت فرصة المستقبل في إيصال ردود أفعاله وأفكاره إلى المرسل إلا أن المرسل يبقى هو البادئ بل والمتحكم في العملية الإعلامية برمتها^(٣٠)، كما يقوم هذا النشاط بعدد من الوظائف والأهداف في مقدمتها إظهار المؤسسة بالصورة التي تليق بها أمام الرأي العام^(٣١).
- ٣- النشاط الاتصالي الإعلاني: تقوم العلاقات العامة بوظيفة الإعلان عن السلع والخدمات الجديدة التي تهتم المواطنين^(٣٢)، والنشاط الإعلاني للعلاقات العامة هو عملية اتصال إقناعي عن طريق الترويج للمؤسسة وما تقدمه من منتجات وخدمات^(٣٣).
- ٤- النشاط الاتصالي الاجتماعي: تعد الأنشطة الاجتماعية من أهم خصائص العملية الاتصالية حيث ترتبط الأنشطة الاجتماعية^(٣٤) بالاتصال إلى حد كبير^(٣٥). وتقوم الأنشطة الاجتماعية بعدد من الوظائف المهمة في العملية الاتصالية^(٣٦) منها تقليل أو إلغاء نسبة

الصراعات والتوترات والاضطرابات والمشاكل والصعوبات بين أصحاب هذه المؤسسات أو مدراءها من جهة^(٣٧) وبين العاملين فيها (الجمهور الداخلي) من جهة أخرى^(٣٨).

الإطار النظري لدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يعد مدخل اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام Dependency جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل^(٣٩) بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية الذي يشكل بدوره علاقات الجمهور مع هذه الوسائل، فالأفراد مثل النظم الاجتماعية، يقيمون علاقات اعتماداً على وسائل الإعلام لأن الأفراد توجههم الأهداف وبعض أهدافهم تتطلب الوصول إلى مصادر تسيطر عليها وسائل الإعلام^(٤٠).

الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة^(٤١)، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام^(٤٢).

الآثار المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:

يرصد "ملفين ديفليز وساندرابول وروكييتش Deflure and Rockeach مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات رئيسية هي^(٤٣).

أولاً: الآثار المعرفية: Cognitive effects

تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الإعلام وفقاً لنظرية الاعتماد على كشف الغموض، وتكوين الاتجاهات، وترتيب الأولويات، اتساع المعتقدات والقيم.

ثانياً: الآثار الوجدانية: Affective Effects

حيث يحدد ديفليز وروكييتش هذه الآثار الوجدانية في الفتور العاطفي أو اللامبالاة والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاعتراب.

ثالثاً: التأثيرات السلوكية: Behavioral Effects

تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين هما التنشيط والخمول^(٤٤). وامتداد لقدرة التلفزيون على نقل المعلومات في بعض الأحداث والتأثير على الرأي العام من خلال عنصر الصورة تؤكد دراسة Larsen أن التلفزيون يمكن أن يغير إدراك الجمهور نحو بعض الموضوعات خاصة عندما ينقل التلفزيون معلومات مصورة جديدة ويكررها لمدة^(٤٥).

تساؤلات وفروض الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة:

- ١- ما الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠؟ ما الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها في الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠؟
- ٢- ما المصادر الإعلامية التي يعتمد عليها الحجاج في جمع المعلومات الخاصة بالتنوع في فترة الحج، ودرجة الاعتماد عليها؟
- ٣- ما الوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً في أداء الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين من وجهة المبحوثين؟
- ٤- ما مدى مناسبة الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠؟
- ٥- ما أسباب اعتماد المبحوثين على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين بالمعلومات والمعارف الدينية؟
- ٦- ما نوعية الموضوعات التي تقدمها الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠؟
- ٧- ما درجة الاستفادة من الموضوعات التي تقدمها الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠؟
- ٨- ما مدى اعتماد المبحوثين على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠؟
- ٩- أهم الأهداف المتحققة من اعتماد المبحوثين على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠؟

- ١٠- ما التأثيرات الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين للأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠؟
- ١١- ما درجة رضا المبحوثين للأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠؟
- ١٢- ما مقترحات المبحوثين لتطوير الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي؟
- ١٣- ما أسباب عدم متابعة المبحوثين لأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي؟
- ثانياً: فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض للأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي والتأثيرات الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لهذه الأنشطة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض المبحوثين للخدمات التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة الاعتماد عليها.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع - السن - المستوى التعليمي).

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية السعودية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع - السن - المستوى التعليمي).

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في الحصول على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والخصائص الديموجرافية (النوع - الفئة العمرية - المستوى التعليمي).

الفرض السادس: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة الرضا عن الأنشطة الاتصالية كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين (النوع - السن - المستوى التعليمي).

الفرض الثامن: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠.

منهجية وطرق البحث:

نوع ومنهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية Descriptive ، وقام الباحث بعمل دراسة ميدانية لتحليل ورصد عمل العلاقات العامة وأنشطتها الاتصالية في الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، والكشف عن أوجه النقص والقصور في هذه الأنشطة، وكيفية التعامل مع الجمهور الخارجي والداخلي وكيفية تطوير ورفع كفاءة مستوى الأداء الوظيفي بها. وتعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي الذي يعد من أكثر المناهج العلمية شيوعاً واستخداماً في الدراسات الإعلامية، وطبق الباحث هذا المنهج من خلال الدراسة الميدانية المتمثلة في الجمهور الخارجي (الحجاج والمعتمرين) الذي يتعامل مع الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي من خلال إدارة العلاقات العامة.

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في جمهور الحجاج والمعتمرين بكل فئاته وخصائصه الديموجرافية من جميع دول العالم الإسلامي المختلف، والذين يقيمون في مكة بالمملكة العربية السعودية أثناء أدائهم لمناسك الحج والعمرة.

عينة الدراسة:

طبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٤٥٠) مفردة من دول العالم الإسلامي المختلف من الحجاج والمعتمرين الذين يقيمون بمكة المكرمة والمدينة والمنورة من الدول العربية (مصر، الامارات، المغرب، العراق)، ودول غير عربية (إندونيسيا، وباكستان، ماليزيا، بنجلاديش) بالتساوي بينهما وفقاً للخصائص الديموجرافية (النوع، المستوى التعليمي، السن، الحالة الاجتماعية).

أدوات جمع المعلومات والبيانات:

مرت استمارة الاستقصاء في بنائها المنهجي بمرحلتين هما:

صدق الاستمارة: تم عرض الاستمارة في صورتها النهائية على مجموعة من المحكمين (*) لمعرفة مدى صدق كل عبارة وقد أشار بعضهم ببعض التعديلات إما بالحذف أو الإضافة أو التعديل، وبعد إجراء التعديلات على مفردات الاستمارة أشاروا بصلاحيته بنودها وعبارتها وقدرتها على قياس أهداف وتساؤلات وفروض الدراسة، وبلغ معدل الاتفاق بين المحكمين بنسبة ٩١%، مما يؤكد صلاحية الاستمارة للتطبيق.

ثبات الاستمارة: تم حساب معامل الثبات وذلك عن طريق أسلوب إعادة الاختبار Test. Retest على عينة قوامها ١٠% من عينة الدراسة بعد أربعة أسابيع من تجميع بيانات الاستمارة، وقد حققت إعادة الاختبار نسبة ثبات عالية بلغت ٠,٨٨، وهي قيمة عالية تشير إلى الاتساق الكافي في إجابات المبحوثين مما يعني صلاحية الاستمارة للتطبيق.

خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية

المتغيرات		ك	%	المتغيرات		ك	%
الجنسية	عربية	٢٢٥	٥٠	الحالة الاجتماعية	أعزب	٨٦	٢١,٥
	غير عربية	٢٢٥	٥٠		متزوج	٢٤٠	٦٠
	الإجمالي	٤٥٠	١٠٠		مطلق	٥٤	١٣,٥
	النوع	ذكور	٢٥٠		٥٥,٦	أرمل	٢٠
	إناث	٢٠٠	٤٤,٤	الإجمالي	٤٥٠	١٠٠	
السن	الإجمالي	٤٥٠	١٠٠	المهنة	رجل أعمال	٨٨	١٩,٦
	من ١٨ - ٣٠ عام	١١٢	٢٤,٩		أستاذ جامعي	٨٧	١٩,٣
	من ٣٠ - ٤١ عام	١٣٨	٣٠,٧		طبيب - مهندس - مدرس - محاسب	١٤٦	٣٢,٤
	من ٤١ - ٥٥ عام	١٣٣	٢٩,٦		حرفي - بائع - مزارع - عامل - ميكانيكي - نجار	٤٢	٩,٣
	من ٥٥ عام فأكثر	٦٧	١٤,٩		طالب	٨٧	١٩,٣
الإجمالي	٤٥٠	١٠٠	الإجمالي	٤٥٠	١٠٠		
التعليم	متوسط ثانوي	١٣٤	٢٩,٨				
	جامعي	٢٤٩	٥٥,٣				
	دراسات عليا	٦٧	١٤,٩				
	الإجمالي	٤٥٠	١٠٠				

النتائج والمناقشة:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

١- أشارت النتائج بأن أن نسبة ٧٦,٤% من أفراد العينة سبق التعامل مع إدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، كما يتضح وجود فروق في مدى سبق التعامل مع إدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، حيث كانت قيمة ٢٤ دالة عند مستوى ٠,٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين سبق لهم التعامل مع إدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي.

٢- أكدت النتائج أن نسبة ٦٧,٧% من أفراد العينة لديهم فكرة عن الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة في الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي. كما يتضح وجود فروق في مدى وجود فكرة عن الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة في الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، حيث كانت قيمة ٢٤ دالة عند مستوى ٠,٠٠١، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين لديهم فكرة عن الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة في الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي.

٣- أظهرت النتائج أن نسبة ٩٧% من أفراد العينة يرون أن الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ تعرف الحاج والمعتمر بالمناسك الدينية الصحيحة المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة ٩٠,١% منهم يرون أنها تزويد وسائل الإعلام بالمعلومات والخدمات والبيانات الصحيحة لرياسة الحرمين، ونسبة ٨٠,٣% منهم يرون أنها تزودني بمواعيد الدروس الدينية المقامة بالمسجد الحرام والنبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، ونسبة ٦٩,١% منهم يرون أنها تعرف الحاج والمعتمر بالفتاوي الدينية كما يتضح وجود فروق في الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيم ٢٤ دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

٤- بينت النتائج بأن نسبة ٩٤,٨% من أفراد العينة يرون أن الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ في الحصول على معلومات خاصة بمناسك الحج والعمرة وإصدار الكتيبات الدينية، ونسبة ٨٩,٧% منهم يرون أنها التغطيات الإعلامية لأنشطة الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، ونسبة ٧٩,٨% منهم يرون أنها تنفيذ الحملات الإعلامية الدينية عبر المطبوعات، ونسبة ٦٠,٥% منهم يرون أنها إعلانات توعوية بالتلفزيون. كما يتضح وجود فروق في الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها في الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيم ٢٤ دالة عند مستوى ٠,٠٠١، فيما عدا وضع الخطط والسياسات لأنشطة الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي لم يكن هناك فروق بينهم حيث كانت قيم ٢٤ غير دالة عند مستوى ٠,٠٠٥.

٥- أوضحت النتائج بأن مصادر حصول أفراد العينة على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة هي: الاتصال الشخصي بدرجة كبيرة في الترتيب الأول بمتوسط ٢,٨٨، والإنترنت بدرجة كبيرة في الترتيب الثاني بمتوسط ٢,٧٩، القنوات الفضائية المتخصصة بدرجة كبيرة في الترتيب الثالث بمتوسط ٢,٦٠، والأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بدرجة كبيرة في الترتيب الرابع بمتوسط ٢,٦٠، والكتب الدينية بدرجة متوسطة في الترتيب الخامس بمتوسط ١,٩٩، والصحف والمجلات بدرجة متوسطة في الترتيب السادس بمتوسط ١,٨٠، والراديو بدرجة متوسطة في الترتيب السابع بمتوسط ١,٦٩.

٦- أكدت النتائج أن الوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً لأفراد العينة في أداء الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي هي: المصنقات الدينية في الترتيب الأول بمتوسط ٩,٤٣، ومجلة الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والنبوي في الترتيب الثاني بمتوسط ٨,٩، وقنوات التواصل الاجتماعي في الترتيب الثالث بمتوسط ٧,٩٧، والكتيبات التي تصدرها الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والنبوي في الترتيب الرابع بمتوسط ٧,٩٦، والهاتف في الترتيب الخامس بمتوسط ٧,٨٣.

٧- أشارت النتائج أن أفراد العينة موافقين على مناسبة الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: هي تزودني بالمعلومات والمعارف الدينية بمتوسط ٢,٦٠، والخدمات التي تقدمها مناسبة وتتسم بالجودة والوضوح

بمتوسط ٢,٤٩. وأن أفراد العينة محايدون تجاه مناسبة الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: هي تساعدني على معرفة الخدمات التي تقدمها الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بمتوسط ٢,٢٠، وتساهم في تذليل العقبات التي تواجهني أثناء زيارتي للمسجد الحرام والمسجد النبوي بمتوسط ٢,٢٠. في حين أن أفراد العينة كانوا معارضين على مناسبة الأنشطة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: هي المشاركة الفعالة في جميع المناسبات والأنشطة المنظمة بمتوسط ١,٣٩، وتبعدي وتشعربي بأنها وسيلة غير مفيدة بمتوسط ١,٥١، ومناسبة وتحفزني على التعامل معها بمتوسط ١,٥٩، والخدمات التي تقدمها تليق بهذا الصرح الإسلامي العظيم بمتوسط ١,٥٩، والتجاوب السريع لما يطرأ من أمور عاجلة خلال الأزمات بمتوسط ١,٦١.

٨- يتضح من الجدول (٢) أن نسبة ٨٩,٧% من أفراد العينة يعتمدون على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ بالمعلومات والمعارف الدينية المتابعة للبرامج الدينية المتعلقة بمناسك الحج والعمرة التي تقدمها الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، ونسبة ٨٠,٣% منهم يعتمدون عليها لعمق المعالجة والشرح لهذه الموضوعات والمعلومات الدينية، ونسبة ٧٩,٨% منهم يعتمدون عليها لسهولة الحصول على المعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة ٧٩,٨% منهم يعتمدون عليها للثقة في المعلومات المقدمة من خلالها، ونسبة ٧٩,٨% منهم يعتمدون عليها لتعرفهم الطرق الصحيحة والأساليب الصحيحة لأداء مناسك الحج والعمرة من خلال مطبوعاتها. كما يتضح وجود فروق في أسباب الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيم ٢٤ دالة عند مستوى اقل من ٠,٠١.

٩- يتضح من الجدول (٣) أن نسبة ٩٠,١% من أفراد العينة يرون أن الموضوعات التي تقدمها الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ معلومات خاصة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة ٧٩,٨% منهم يرون أنها معلومات عن الفتاوى والأحكام الشرعية في أمور الحياة العامة، ونسبة ٧٩,٨% منهم يرون أنها معلومات عن ترجمة خطبة الجمعة بلغات مختلفة، ونسبة ٧٠,٤% منهم يرون أنها معلومات عن مواعيد الدروس الشرعية بالمسجد الحرام والنبوي. كما يتضح وجود فروق في نوعية الموضوعات التي تقدمها الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيم ٢٤ دالة عند مستوى اقل من ٠,٠١.

١٠- يتضح من الجدول (٤) أن أفراد العينة استفادوا كثيرا من الموضوعات التي تقدمها الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: الأغتسال والطيب بمتوسط ٢,٨٧، ثم ركعتي الإحرام بمتوسط ٢,٤٩، ثم الطواف والسعي بين الصفا والمروة بمتوسط ٢,٤٨، ثم الحلق بمتوسط ٢,٤٠، والميقات بمتوسط ٢,٣٩، وأخيرا طواف القدوم بمتوسط ٢,٣٩.

١١- أكدت النتائج أن نسبة ٣٠% من أفراد العينة يعتمدون بشكل كبير على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ بالمعلومات والمعارف الدينية، ونسبة ٥٠,٢% منهم يعتمدون عليها إلى حد ما، ونسبة ٩,٩% يعتمدون عليها قليلا، ونسبة ٩,٩% منهم نادرا ما يعتمدون عليها، كما يتضح وجود فروق في مدى اعتمادهم على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيمة ٢٤ دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

١٢- يتضح من الجدول (٥) أن أفراد العينة أهم الأهداف المتحققة من اعتماد الحجاج والمعتمرين على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: الحصول على معلومات مفصلة عن الحج والعمرة بدرجة كبيرة بمتوسط ٢,٨٧، ولأن مطبوعاتها تعرض المعلومات بطريقة مشوقة وجذابة بدرجة كبيرة بمتوسط ٢,٥٢، ثم تقدم المعلومات الدينية بأكثر من لغة بدرجة متوسطة بمتوسط ٢,٠٢، ثم السرعة والسهولة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالحج والعمرة بدرجة ضعيفة بمتوسط ١,٤٣، ثم تقدم المعلومات في شكل رسومات توضيحية بدرجة ضعيفة بمتوسط ١,٤٢.

١٣- يتضح من الجدول (٦): أن نسبة ٩٠,١% من أفراد العينة يرون أن التأثيرات المعرفية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين للأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ هي معلومات عن الحلق والتقصير في الحج والعمرة، ونسبة ٨٠,٣% منهم يرون أنها معلومات عن دروس الحرمين الشريفين، ونسبة ٧٩,٨% منهم يرون أنها المعرفة بطريقة الحج. وأن نسبة ٨٩,٧% من أفراد العينة يرون أن التأثيرات الوجدانية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين للأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ هي تشكيل آراء واتجاهات عن مناسك الحج والعمرة، ونسبة ٧٩,٧% منهم يرون أنها الاستماع والنصح والتوجيه من خلال أكشاك الفتاوى، ونسبة ٧٠% منهم يرون أنها الراحة النفسية لأداء مناسك الحج والعمرة، ونسبة ٧٠% منهم يرون أنها الاكثار من الأدعية الدينية. في حين اتضح أن نسبة ٩٠,١% من أفراد العينة يرون أن التأثيرات السلوكية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين للأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ هي التفاعل مع الموضوعات، ونسبة ٨٠,٣% منهم يرون أنه تبادل الآراء حول مفاهيم حول مناسك الحج والعمرة، ونسبة ٧٩,٨% منهم يرون أنه الإرشادات والالتزام بالقواعد والتوجيهات الإرشادية كما يتضح وجود فروق في التأثيرات (المعرفية - الوجدانية - السلوكية) الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين للأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ بالمعلومات والمعارف الدينية، حيث كانت قيمة كا دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

١٤- أشارت النتائج بأن نسبة ٤٠,٣% من أفراد العينة راضون جدا عن الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة، ونسبة ٤٩,٨% منهم راضون إلى حد ما، ونسبة ٩,٩% منهم غير راضين عن الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة.

ويتضح وجود فروق في مدى اعتمادك على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ بالمعلومات والمعارف الدينية، حيث كانت قيمة كا دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

١٥- يتضح من الجدول (٧) أن نسبة ٨٠,٣% من أفراد العينة يقترحون تطوير الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالاستعانة بخبراء ومستشارين مشهود بكفاءتهم العالية في العلاقات العامة والإعلام، ونسبة ٨٠,٣% منهم يقترحون ضرورة الاهتمام بالعلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي وتفعيل دورها، ونسبة ٧٩,٨% منهم يقترحون دمج كل الإدارات التي علاقة بإدارة العلاقات العامة في إدارة واحدة، كما يتضح وجود فروق في مقترحات تطوير الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، حيث كانت قيم كا دالة عند مستوى ٠,٠٠١، بينما لا يوجد بينهم فروق في وضع خطة متكاملة وواضحة في العلاقات العامة وضرورة تدعيم العلاقات مع وسائل الاتصال المعروفة من صحف ومجلات وتلفزيون وغيرها، حيث كانت قيم كا غير دالة عند مستوى ٠,٠٠٥.

١٦- يتضح من الجدول (٨) أن نسبة ٨١,١% من أفراد العينة لا يتابعون الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي لأنها لا تقدم شيئاً جديداً، ونسبة ٨٠,٢% منهم لا يتابعونها لأنها تتشابه في المطبوعات التي تنتجها، ونسبة ٦١,٣% منهم لا يتابعونها لعدم الوضوح والبساطة في عرض الرسالة الإعلامية التي تقدمها، كما يتضح وجود فروق في أسباب عدم متابعة الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، حيث كانت قيم كا دالة عند مستوى اقل من ٠,٠٠٥.

ثانياً: نتائج الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض للأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والتأثيرات الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لهذه الأنشطة. يتضح من الجدول (٩): وجود علاقة طردية متوسطة بين حجم التعرض للأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والتأثيرات المعرفية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لهذه الأنشطة، حيث كانت ($r > 0,٧$)، وهي دالة

عند مستوى ٠,٠٠١... ووجود علاقة طردية ضعيفة بين حجم التعرض للأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والتأثيرات الوجدانية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لهذه الأنشطة، حيث كانت (ر>٠,٣) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠٥. وعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض للأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والتأثيرات السلوكية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لهذه الأنشطة، حيث كانت (ر) وهي غير دالة عند مستوى ٠,٠٠٥.

وبذلك يثبت صحة الفرض جزئياً القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض للأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والتأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لهذه الأنشطة، في حين لم يثبت في التأثيرات السلوكية.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض المبحوثين للخدمات التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة الاعتماد عليها.

يتضح من الجدول (١٠): وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة تعرض المبحوثين للخدمات التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة الاعتماد عليها، حيث كانت (٣>٠,٧) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١ أي أنه كلما زادت درجة تعرض المبحوثين للخدمات التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي زادت درجة الاعتماد عليها.

وبذلك يتم ثبوت الفرض القائل بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض المبحوثين للخدمات التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة الاعتماد عليها.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع - السن - المستوى التعليمي).

٣-١(أ). الفروق بين الذكور والإناث في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي: يتضح من الجدول (١١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ت) وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

٣-٢(ب). الفروق بين الفئات العمرية في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: من خلال الجدول (١٢) يتبين: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١. كما يتضح من الجدول (١٣): وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٠ عام والفئة العمرية من ٣١:٤٠ عام في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٠ عام والفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠. لصالح الفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر عند مستوى ٠,٠٠٥ ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ٤١:٥٥ عام والفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠. لصالح الفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر عند مستوى ٠,٠٠٥.

٣- (ج). الفروق بين المستويات التعليمية في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: من خلال الجدول (١٤) يتبين: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات التعليمية في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠١. كما يتضح من الجدول (١٥): وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط والثانوي وذوي التعليم الجامعي في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح ذوي التعليم المتوسط والثانوي عند مستوى ٠.٠٠٥. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط والثانوي وذوي التعليم دراسات عليا في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح ذوي التعليم المتوسط والثانوي عند مستوى ٠.٠٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط والثانوي وذوي التعليم دراسات عليا في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح ذوي التعليم المتوسط والثانوي عند مستوى ٠.٠٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط والثانوي وذوي التعليم دراسات عليا في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح ذوي التعليم الجامعي عند مستوى ٠.٠٠٥. وبذلك يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع لصالح الإناث - السن - المستوى التعليمي).

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع - السن - المستوى التعليمي).

٤- (أ). الفروق بين الذكور والإناث في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة: يتضح من الجدول (١٦) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ت) وهي دالة عند مستوى ٠.٠٠١.

٤- (ب). الفروق بين الفئات العمرية في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠٥.

يتضح من الجدول (١٨): وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ١٨ إلى أقل من ٣٠ عام والفئة العمرية من ٤١: ٥٠ عام في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح الفئة العمرية من ١٨: ٣٠ عام عند مستوى ٠.٠٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ٣١-٤٠ عام والفئة العمرية من ٤١-٥٠ عام في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح الفئة العمرية من ١٨-٣٠ عام عند مستوى ٠.٠٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ٤١: ٥٠ عام والفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح الفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر عند مستوى ٠.٠٠٥.

٤- (ج). الفروق بين المستويات التعليمية في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة: من خلال الجدول (١٩) يتبين: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات التعليمية في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠.٠٠١.

ويتضح من الجدول (٢٠): وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط والثانوي وذوي التعليم الجامعي في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح ذوي التعليم

الجامعي عند مستوى ٠,٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي التعليم المتوسط والثانوي وذوي التعليم بالدراسات العليا في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح ذوي التعليم بالدراسات العليا عند مستوى ٠,٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي التعليم الجامعي وذوي التعليم بالدراسات العليا في دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح ذوي التعليم بالدراسات العليا عند مستوى ٠,٠٥.

وبذلك يثبت صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والخصائص الديموجرافية للمبحوثين في متغيرات (النوع لصالح الإناث - السن - المستوى التعليمي).

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في الحصول على المعلومات الخاصة بمناسك الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والعمر والخصائص الديموجرافية (النوع - الفئة العمرية - المستوى التعليمي).

٥- (أ). الفروق بين النوع في الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في الحصول على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمر في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: يتضح من الجدول (٢١) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في الحصول على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمر في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيمة $\chi^2 = ٨٠,٢٣٠$ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠١.

٥- (ب). الفروق بين المستويات التعليمية في مدى الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: يتضح من الجدول (٢٢) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الفئات التعليمية في مدى الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيمة $\chi^2 = ٣٥٨,٠٤٢$ وهي دالة عند مستوى دلالة ٠,٠٠٠١.

٥- (ج). الفروق بين المستويات التعليمية في مدى الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين بالمعلومات والمعارف الدينية: يتضح من الجدول (٢٣) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات التعليمية في مدى الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية، حيث كانت قيمة $\chi^2 = ١٠٨,٦٣٩$ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠٠١.

وبذلك يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في الحصول على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمر في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والخصائص الديموجرافية (النوع - الفئة العمرية - المستوى التعليمي).

الفرض السادس: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة الرضا عن الأنشطة الاتصالية كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمر.

يتضح من الجدول (٢٤): وجود علاقة طردية متوسطة بين الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة الرضا عن الأنشطة الاتصالية كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمر، حيث كانت $(\chi^2 > ٠,٧)$ وهي دالة عند مستوى ٠,٠٠١، أي أنه كلما زادت الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي وزادت درجة الرضا عن الأنشطة الاتصالية كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمر. وبذلك يثبت صحة الفرض القائل بوجود علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات التي تقوم بها

إدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة الرضا عن الأنشطة الاتصالية كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة.

الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائية بين الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والمتغيرات الديمغرافية للمبحوثين (النوع - السن - المستوى التعليمي).

٧-أ). الفروق بين الذكور والإناث في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: يتضح من الجدول (٢٥): عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في مجموعات في الآثار المعرفية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى ٠,٠٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في الآثار الوجدانية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠,٠٠١. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في الآثار السلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح الإناث، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

٧-ب). الفروق بين الفئات العمرية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: من خلال الجدول (٢٦) يتبين: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

يتضح من الجدول (٢٧): وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ١٨ : ٣٠ عام والفئة العمرية من ٤١ : ٥٥ عام في الآثار المعرفية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح الفئة العمرية من ٤١ : ٥٥ عام عند مستوى ٠,٠٠٥.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ١٨ - ٣٠ عام والفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر في الآثار المعرفية عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح الفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر عند مستوى ٠,٠٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ٣١ - ٤٠ عام والفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر عند مستوى ٠,٠٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ٤١ - ٥٥ عام والفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر عند مستوى ٠,٠٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة بالفئة العمرية من ٤١ - ٥٥ عام والفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر في الآثار السلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح الفئة العمرية من ٥٥ عام فأكثر عند مستوى ٠,٠٠٥.

٧-ج). الفروق بين المستويات التعليمية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠: من خلال الجدول (٢٨) يتبين: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المستويات التعليمية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد

على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى ٠,٠٠١.

يتضح من الجدول (٢٩): وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة المتوسط والثانوي وذوي التعليم الجامعي في الآثار المعرفية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح التعليم المتوسط والثانوي عند مستوى ٠,٠٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة ذوي التعليم الجامعي وذوي التعليم بالدراسات العليا في الآثار المعرفية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح ذوي التعليم بالدراسات العليا عند مستوى ٠,٠٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة المتوسط والثانوي وذوي التعليم بالدراسات العليا في الآثار الوجدانية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح التعليم متوسط وثانوي عند مستوى ٠,٠٠٥. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ لصالح التعليم الجامعي عند مستوى ٠,٠٠٥.

وبذلك ثبت صحة الفرض جزئياً القائل بوجود فروق دالة إحصائية بين الآثار الوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والمتغيرات الديمغرافية للمبحوثين (السن - المستوى التعليمي - النوع)، في حين ثبت وجود فروق بين الآثار المعرفية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة والمتغيرات الديمغرافية (السن - التعليم)، في حين لم يثبت في الآثار المعرفية والنوع.

توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

- أشارت النتائج أن نسبة ٧٦,٤% من أفراد العينة سبق التعامل مع إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين.
- أن نسبة ٦٧,٧% من أفراد العينة لديهم فكرة عن الخدمات التي تقدمها إدارة العلاقات العامة في الرئاسة العامة لشؤون الحرمين.
- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة ٩٧% من أفراد العينة يرون أن الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ تعريف الحاج والمعتمر بالمناسك الدينية الصحيحة المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة ٩٠,١% منهم يرون أنها تزود وسائل الإعلام بالمعلومات والخدمات والبيانات الصحيحة لرئاسة الحرمين، ونسبة ٨٠,٣% منهم يرون أنها تزودهم بمواعيد الدروس الدينية المقامة بالمسجد الحرام والنبوي، ونسبة ٦٩,١% منهم يرون أنها تعريف الحاج والمعتمر بالفتاوى الدينية.
- أثبتت النتائج بأن نسبة ٩٤,٨% من أفراد العينة يرون أن الأنشطة الاتصالية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة لتحقيق أهدافها في الرئاسة العامة بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ في الحصول على معلومات خاصة بمناسك الحج والعمرة إصدار الكتيبات الدينية، ونسبة ٨٩,٧% منهم يرون أنها التغطيات الإعلامية لأنشطة الرئاسة العامة لشؤون الحرمين، ونسبة ٧٩,٨% منهم يرون أنها تنفيذ الحملات الإعلامية الدينية عبر المطبوعات، ونسبة ٦٠,٥% منهم يرون أنها إعلانات توعوية بالتلفزيون.
- أشارت نتائج الدراسة بأن مصادر حصول أفراد العينة على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة هي: الاتصال الشخصي بدرجة كبيرة في الترتيب الأول، ثم الإنترنت بدرجة كبيرة في الترتيب الثاني، ثم القنوات القضائية المتخصصة بدرجة كبيرة في الترتيب الثالث، في حين جاءت الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بدرجة كبيرة في الترتيب الرابع، ثم تلاها على التوالي الكتب الدينية بدرجة متوسطة في الترتيب الخامس، والصحف والمجلات بدرجة متوسطة في الترتيب السادس، وأخيراً للراديو بدرجة متوسطة في الترتيب السابع.
- أثبتت النتائج أن الوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً لأفراد العينة في أداء الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ هي الملصقات الدينية في الترتيب الأول بمتوسط ٩,٤٣، ثم مجلة الرئاسة العامة لشؤون الحرمين في الترتيب الثاني بمتوسط ٨,٩٧، وقنوات التواصل الاجتماعي في الترتيب الثالث بمتوسط ٧,٩٧، والكتيبات التي تصدرها الرئاسة العامة لشؤون الحرمين في الترتيب الرابع بمتوسط ٧,٩٦، وأخيراً الهاتف في الترتيب الخامس بمتوسط ٧,٨٣.

- أظهرت النتائج أن نسبة ٨٩,٧% من أفراد العينة يعتمدوا على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ بالمعلومات والمعارف الدينية لمتابعة البرامج الدينية المتعلقة بمناسك الحج والعمرة التي تقدمها الرياسة العامة لشؤون الحرمين، ونسبة ٨٠,٣% منهم يعتمدون عليها لعمق المعالجة والشرح لهذه الموضوعات والمعلومات الدينية، ونسبة ٧٩,٨% منهم يعتمدون عليها لسهولة الحصول على المعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة ٧٩,٨% منهم يعتمدون عليها للثقة في المعلومات المقدمة من خلالها، ونسبة ٧٩,٨% منهم يعتمدون عليها لأنها تعرفهم بالطرق الصحيحة والأساليب الصحيحة لأداء المناسك من خلال مطبوعاتها.
- بينت نتائج الدراسة أن نسبة ٩٠,١% من أفراد العينة يرون أن الموضوعات التي تقدمها الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين معلومات خاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، ونسبة ٧٩,٨% منهم يرون أنها معلومات عن الفتاوى والأحكام الشرعية في أمور الحياة العامة، ونسبة ٧٩,٨% منهم يرون أنها معلومات عن ترجمة خطبة الجمعة بلغات مختلفة، ونسبة ٧٠,٤% منهم يرون أنها معلومات عن مواعيد الدروس الشرعية بالمسجد الحرام والنبوي.
- أوضحت النتائج أن نسبة ٣٠% من أفراد العينة يعتمدوا بشكل كبير على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ بالمعلومات والمعارف الدينية، ونسبة ٥٠,٢% منهم يعتمدوا عليها إلى حد ما، ونسبة ٩,٩% يعتمدوا عليها قليلا، ونسبة ٩,٩% منهم نادرا ما يعتمدوا عليها.
- انتهت نتائج الدراسة بأن نسبة ٩٠,١% من أفراد العينة يرون أن التأثيرات المعرفية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين للأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ المعرفة بطريقة الحج هي معلومات عن الحلق والتقصير في الحج والعمرة، ونسبة ٨٠,٣% منهم يرون أنه معلومات عن دروس الحرمين الشريفين، ونسبة ٧٩,٨% منهم يرون أنه المعرفة بطريقة الحج، وأن نسبة ٨٩,٧% من أفراد العينة يرون أن التأثيرات الوجدانية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين للأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ المعرفة بطريقة الحج هي تشكيل آراء واتجاهات عن مناسك الحج والعمرة، ونسبة ٧٩,٧% منهم يرون أنه الاستماع والنصح والتوجيه من خلال أكشاك الفتاوى، ونسبة ٧٠% منهم يرون أنه الراحة النفسية لأداء مناسك الحج والعمرة، ونسبة ٧٠% منهم يرون أنه الإكثار من الأدعية الدينية، وأن نسبة ٩٠,١% من أفراد العينة يرون أن التأثيرات السلوكية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين للأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين بالمعلومات والمعارف الدينية في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ المعرفة بطريقة الحج هي التفاعل مع الموضوعات، ونسبة ٨٠,٣% منهم يرون أنه تبادل الآراء حول مفاهيم حول مناسك الحج والعمرة، ونسبة ٧٩,٨% منهم يرون أنه الإرشادات والالتزام بالقواعد والتوجيهات الإرشادية.
- أثبتت نتائج الدراسة أن نسبة ٤٠,٣% من أفراد العينة راضون جدا عن الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة، ونسبة ٤٩,٨% منهم راضون إلى حد ما، ونسبة ٩,٩% منهم غير راضين عن الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة.
- انتهت نتائج الدراسة بأن نسبة ٨١,١% من أفراد العينة لا يتابعوا الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين لأنها لا تقدم شيء جديد، ونسبة ٨٠,٢% منهم لا يتابعونها لأنها التشابه في المطبوعات التي تنتجها، ونسبة ٦١,٣% منهم لا يتابعونها لأنها عدم الوضوح والبساطة في عرض الرسالة الإعلامية التي تقدمها.
- ثانياً: نتائج فروض الدراسة:
- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم التعرض للأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين والتأثيرات المعرفية والوجدانية الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين لهذه الأنشطة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠، في حين لم يثبت في التأثيرات السلوكية.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض المبحوثين للخدمات التي تقدمها بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة الاعتماد عليها.
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والخصائص الديموجرافية للمبحوثين (النوع لصالح الإناث - السن - المستوى التعليمي).

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والخصائص الديموغرافية للمبحوثين في متغيرات (النوع لصالح الإناث - السن - المستوى التعليمي).
- وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في الحصول على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ الخصائص الديموغرافية (النوع - الفئة العمرية - المستوى التعليمي).
- وجود علاقة طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ ودرجة الرضا عن الأنشطة الاتصالية كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة.
- وجود فروق دالة إحصائية بين الآثار الوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين الخاصة بمناسك الحج والعمرة في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ والمتغيرات الديموغرافية للمبحوثين (السن - المستوى التعليمي - النوع)، في حين ثبت وجود فروق بين الآثار المعرفية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرياسة والمتغيرات الديموغرافية (السن - التعليم)، في حين لم يثبت في الآثار المعرفية والنوع.

الخلاصة:

سعت الدراسة إلى التعرف على دور الأنشطة الاتصالية بكل أشكالها المختلفة في دعم صورة المملكة العربية السعودية ٢٠٣٠ لدى زوار بيت الله الحرام والتعرف على أهم الخدمات والبرامج التي تقدمها حكومة خادم الحرمين الشريفين متمثلة في الرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٤٥٠) مفردة من دول العالم الإسلامي المختلف من الحجاج والمعتمرين)، وخلصت نتائج الدراسة إلى: أن نسبة ٩٧% من أفراد العينة يرون أن الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ تعرف الحاج والمعتمر بالمناسك الدينية الصحيحة المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة ٩٠,١% منهم يرون أنها تزود وسائل الاعلام بالمعلومات والخدمات والبيانات الصحيحة لرياسة الحرمين، ونسبة ٨٠,٣% منهم يرون أنها تزودهم بمواعيد الدروس الدينية المقامة بالمسجد الحرام والنبوي، وأن الوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً لأفراد العينة في أداء الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ هي المصصقات الدينية في الترتيب الأول بمتوسط ٩٣,٤٣، ثم مجلة الرياسة العامة لشؤون الحرمين في الترتيب الثاني بمتوسط ٨٠,٩٧، وقنوات التواصل الاجتماعي في الترتيب الثالث بمتوسط ٧٠,٩٧، والكتيبات التي تصدرها الرياسة العامة لشؤون الحرمين في الترتيب الرابع بمتوسط ٧٠,٩٦، وأن نسبة ٤٠,٣% من أفراد العينة راضون جداً عن الأنشطة الاتصالية بالرياسة العامة لشؤون الحرمين في إطار رؤية المملكة ٢٠٣٠ كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة، ونسبة ٤٩,٨% منهم راضين إلى حد ما، ونسبة ٩,٩% منهم غير راضين عن هذه الأنشطة.

التوصيات :

- ١- التخطيط والتدريب العملي المستمر لصقل مهارات الكوادر البشرية في إدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون الحرمين وتنمية أدائها ورفع مستوى جاهزيتها للتعامل مع الأزمات.
- ٢- ينبغي توفير من الكفاءات المتخصصة في مجال إدارة العلاقات العامة في الرياسة العامة لشؤون الحرمين مع التدقيق في اختيار العاملين بها وتوافر الصفات الإيجابية لديهم.
- ٣- الاهتمام بعمل ندوات وورش عمل بإدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون الحرمين وكذلك المعنيين أو المهتمين بها من الأساتذة والخبراء الأكاديميين من أجل تطوير عمل مهام إدارة العلاقات العامة ورفع كفاءتها.
- ٤- التنسيق بين الخبراء والمتخصصين من أساتذة الإعلام والرياسة العامة لشؤون الحرمين لعمل خطة إعلامية متكاملة لإدارة العلاقات العامة وتتناول فلسفة وأسلوب تطوير عمل العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون الحرمين.
- ٥- ضرورة الاستعانة بمستشار خارجي وبخبراء لكي يقوموا بوضع خطط استراتيجية والاهتمام بدراسة طرق تقويم برامج إدارة العلاقات العامة بالرياسة العامة لشؤون الحرمين للوقوف على أهم العقبات والصعوبات التي تواجه العاملين بها حتى يمكن التغلب والسيطرة عليها.

جدول (٢) يوضح أسباب اعتمادك على الأنشطة الاتصالية بالرناسة العامة للحرمين بالمعلومات والمعارف الدينية.

مستوى معنوية د ح ١	٢ك	الترتيب	الإجمالي ن=٢٣٣		أسباب اعتمادك على الأنشطة الاتصالية بالرناسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية
			%	ك	
٠.٠٠١	٨٥,٣٢٦	٩	١٩,٧	٤٦	توفر الوقت
٠.٠٠١	٣٧,١٢٠	٧	٣٠	٧٠	معرفة الأخبار والأحداث الهامة بالرناسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي.
٠.٠٠١	٨٠,٥٥٤	٤	٧٩,٤	١٨٥	تساعدني على معرفة الخدمات الجديدة بالرناسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي.
٠.٠٠١	١٤٦,٨٨٨	١	٨٩,٧	٢٠٩	متابعة البرامج الدينية المتعلقة بمناسك الحج والعمرة التي تقدمها الرناسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي.
٠.٠٠١	٨٥,٣٢٦	٢	٨٠,٣	١٨٧	عمق المعالجة والشرح لهذه الموضوعات والمعلومات الدينية.
٠.٠٠١	٣٣,٩٩٦	٥	٦٩,١	١٦١	استضافة الشخصيات الدينية الإسلامية المشهورة في دروس الحرم.
٠.٠٠١	٨٢,٩٢٣	٨	٢٠,٢	٤٧	إمكانية التواصل مع أئمة الحرمين للاستضافة منهم.
٠.٠٠١	٨٢,٩٢٣	٣	٧٩,٨	١٨٦	سهولة الحصول على المعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة
٠.٠٠١	٨٢,٩٢٣	٣	٧٩,٨	١٨٦	الثقة في المعلومات المقدمة من خلالها
٠.٠٠١	٨٢,٩٢٣	٣	٧٩,٨	١٨٦	تعرفني الطرق الصحيحة والأساليب الصحيحة لأداء مناسك الحج والعمرة من خلال مطبوعاتها.
٠.٠٠١	١٤٦,٨٨٨	١٠	١٠,٣	٢٤	تعلمي أشياء دينية جديدة لا أعرفها ولا أستطيع تعلمها الا من خلالها
٠.٠٠١	٩,٤٨١	٦	٦٠,١	١٤٠	الحصول على المعلومات والمعارف الدينية بصفة عامة.

جدول (٣) يوضح نوعية الموضوعات التي تقدمها الأنشطة الاتصالية بالرناسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي.

مستوى معنوية د ح ١	٢ك	الترتيب	الإجمالي ن=٢٣٣		نوعية الموضوعات التي تقدمها الأنشطة الاتصالية بالرناسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي
			%	ك	
٠.٠٠١	١٥٠,٠٨٢	١	٩٠,١	٢١٠	معلومات خاصة بمناسك الحج والعمرة.
٠.٠٠١	٣٧,١٢٠	٤	٧٠	١٦٣	معلومات عن آداب زيارة المسجد الحرام والمسجد النبوي.
٠.٠٠١	٨٥,٣٢٦	٧	١٩,٧	٤٦	معلومات عن الأذحام عند الجمرات
٠.٠٠١	٣٧,١٢٠	٦	٣٠	٧٠	معلومات عن الأذحام والتدافع في الطواف والسعي.
٠.٠٠١	٨٢,٩٢٣	٢	٧٩,٨	١٨٦	معلومات عن الفتاوى والأحكام الشرعية في أمور الحياة العامة.
٠.٠٠١	٩,٤٨١	٥	٦٠,١	١٤٠	معلومات عن إرشاد التائبين.
٠.٠٠١	٨٢,٩٢٣	٢	٧٩,٨	١٨٦	معلومات عن ترجمة خطبة الجمعة بلغات مختلفة.
٠.٠٠١	٩,٤٨١	٥	٦٠,١	١٤٠	معلومات عن المحافظة على نظافة المسجد الحرام والنبوي.
٠.٠٠١	٣٨,٧٣٤	٣	٧٠,٤	١٦٤	معلومات عن مواعيد الدروس الشرعية بالمسجد الحرام والنبوي.

جدول (٤) يوضح درجة الاستفادة من الموضوعات التي تقدمها الأنشطة الاتصالية بالرناسة للحرمين ن=٢٣٣

العبارة	درجة الموافقة		استفيد كثيراً		استفيد إلى حد ما		لا أستفيد		عدد النقاط	المتوسط المرجح	درجة الاستفادة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
١- الاغتسال والطيب	٨٨,٤	٢٠٦	٢٣	٩,٩	٤	١,٧	٦٦٨	٢,٨٧	استفيد كثيراً		
٢- الإحرام	٣٩,٥	٩٢	١١٦	٤٩,٨	٢٥	١٠,٧	٥٣٣	٢,٢٩	استفيد إلى حد ما		
٣- ركعتي الإحرام	٤٩,٨	١١٦	١١٥	٤٩,٤	٢	٠,٩	٥٨٠	٢,٤٩	استفيد كثيراً		
٤- الميقات	٣٩,٩	٩٣	١٣٨	٥٩,٢	٢	٠,٩	٥٥٧	٢,٣٩	استفيد كثيراً		
٥- طواف القدوم	٤٠,٣	٩٤	١٣٧	٥٨,٨	٢	٠,٩	٥٥٨	٢,٣٩	استفيد كثيراً		
٦- البيت بمني	٠,٩	٢	١٣٩	٥٩,٧	٩٢	٣٩,٥	٣٧٦	١,٦١	لا أستفيد		
٧- الوقوف بعرفة	٠,٩	٢	٦٨	٢٩,٢	١٦٣	٧٠	٣٠٥	١,٣١	لا أستفيد		
٨- رمي الجمرات	٠,٩	٢	١١٧	٥٠,٢	١١٤	٤٨,٩	٣٥٤	١,٥٢	لا أستفيد		
٩- الطواف والسعي بين الصفا والمروة	٤٨,٩	١٤٤	١١٧	٥٠,٢	٢	٠,٩	٥٧٨	٢,٤٨	استفيد كثيراً		

جدول (٥) يوضح أهم الاهداف المتحققة من اعتماد الحجاج والمعتمرين على الأنشطة الاتصالية للحرمين ن=٢٣٣

درجة العبارات	درجة الموافقة		كبيرة		متوسطة		ضعيفة		عدد النقاط	المتوسط المرجح	درجة الاستفادة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
الحصول على معلومات مفصلة عن الحج والعمرة	٢٠٥	٨٨	٢٥	١٠,٧	٣	١,٣	٦٦٨	٢,٨٧	كبيرة		
السرعة والسهولة في الحصول على المعلومات المتعلقة بالحج والعمرة	٥	٢,١	٩٠	٣٨,٦	١٣٨	٥٩,٢	٣٣٣	١,٤٣	ضعيفة		
لأن مطبوعاتها تعرض المعلومات بطريقة مشوقة وجذابة	١٤٢	٦٠,٩	٦٩	٢٩,٦	٢٢	٩,٤	٥٨٦	٢,٥٢	كبيرة		
تقدم المعلومات في شكل رسومات توضيحية	٣	١,٣	٩١	٣٩,١	١٣٩	٥٩,٧	٣٣٠	١,٤٢	ضعيفة		
تقدم المعلومات الدينية بأكثر من لغة	٤٩	٢١	١٣٩	٥٩,٧	٤٥	١٩,٣	٤٧٠	٢,٠٢	متوسطة		

جدول (٦) يوضح التأثيرات الناتجة والمترتبة عن تعرض الحجاج والمعتمرين للقنوات الفضائية الدينية.

العبارة	درجة الموافقة		الاستجابة ن=٢٣٣		الترتيب	٢ك	مستوى معنوية دح ١
	ك	%	ك	%			
المعرفة بطريقة الحج	١٨٦	٧٩,٨	٣	١,٣	٨٢,٩٢٣	٠,٠٠١	
معرفة معلومات أكثر عن الحج والعمرة	٧٠	٣٠	٤	١,٧	٣٧,١٢٠	٠,٠٠١	
معلومات عن مواجهة الأزمات	٤٧	٢٠,٢	٥	٢,١	٨٢,٩٢٣	٠,٠٠١	
معلومات عن الحلق والتقصير في الحج والعمرة	٢١٠	٩٠,١	١	٠,٤	١٥٠,٠٨٢	٠,٠٠١	
معلومات عن الأمان والأطمئنان	٢٣	٩,٩	٦	٢,٦	١٥٠,٠٨٢	٠,٠٠١	
معلومات عن دروس الحرمين الشريفين	١٨٧	٨٠,٣	٢	٠,٨	٨٥,٣٢٦	٠,٠٠١	
تشكيل آراء واتجاهات عن مناسك الحج والعمرة	٢٠٩	٨٩,٧	١	٠,٤	١٤٦,٨٨٨	٠,٠٠١	
الاستماع والنصح والتوجيه من خلال أكشاك الفتاوى	١٨٦	٧٩,٨	٢	٠,٨	٨٢,٩٢٣	٠,٠٠١	
الراحة النفسية لأداء مناسك الحج والعمرة	١٦٣	٧٠	٣	١,٣	٣٧,١٢٠	٠,٠٠١	
المشاعر الطيبة والمتبادلة بين الحجاج والمعتمرين	٤٦	١٩,٧	٤	١,٧	٨٥,٣٢٦	٠,٠٠١	
الإكثار من الأدعية الدينية	١٦٣	٧٠	٣	١,٣	٣٧,١٢٠	٠,٠٠١	
تبادل الآراء حول مفاهيم حول مناسك الحج والعمرة	١٨٧	٨٠,٣	٢	٠,٨	٨٥,٣٢٦	٠,٠٠١	
التفاعل مع الموضوعات	٢١٠	٩٠,١	١	٠,٤	١٥٠,٠٨٢	٠,٠٠١	
عدم الافتراض في الطرقات	٢٣	٩,٩	٥	٢,١	١٥٠,٠٨٢	٠,٠٠١	
الإرشادات والالتزام بالقواعد والتوجيهات الإرشادية	١٨٦	٧٩,٨	٣	١,٣	٨٢,٩٢٣	٠,٠٠١	
عدم التدخين في الأماكن المقدسة	٧٠	٣٠	٤	١,٧	٣٧,١٢٠	٠,٠٠١	

جدول (٧) يوضح مقترحات تطوير الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي

مستوى معنوية دح ١	٢ك	الترتيب	الإجمالي ن=٢٣٣		مقترحات تطوير الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي
			ك	%	
٠,٠٠١	٨٥,٣٢٦	١	٨٠,٣	١٨٧	الاستعانة بخبراء ومستشارين مشهود بكفاءتهم العالية في العلاقات العامة والإعلام
٠,٠٠١	٨٢,٩٢٣	٢	٧٩,٨	١٨٦	دمج كل الإدارات التي لها علاقة بإدارة العلاقات العامة في إدارة واحدة
٠,٠٠١	٨٥,٣٢٦	١	٨٠,٣	١٨٧	ضرورة الاهتمام بالعلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين وتفعيل دورها
٠,٠٩٤٨ غير دالة	٠,٠٠٤	٤	٥٠,٢	١١٧	وضع خطة متكاملة وواضحة في العلاقات العامة
٠,٠٠١	٩,٤٨١	٣	٦٠,١	١٤٠	عمل دورات تدريبية لكل العاملين في العلاقات العامة والاعلام
٠,٠٩٤٨ غير دالة	٠,٠٠٤	٤	٥٠,٢	١١٧	ضرورة تدعيم العلاقات مع وسائل الاتصال المعروفة من صحف ومجلات وتلفزيون وغيرها

جدول (٨) يوضح أسباب عدم متابعة الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي

مستوى معنوية دح ١	٢ك	الترتيب	الإجمالي ن=١١١		أسباب عدم متابعة الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي
			ك	%	
٠,٠٠١	٤٢,٨٩٢	١	٨١,١	٩٠	لا تقدم شيء جديد
٠,٠٠٥	٥,٦٣١	٣	٦١,٣	٦٨	الخدمات التي تقدمها لا استفيد منها
٠,٠٠١	٤٠,٤٤١	٢	٨٠,٢	٨٩	التشابه في المطبوعات التي تنتجها
٠,٠٠٥	٤,٧٦٦	٤	٦٠,٤	٦٧	عدم الوضوح والبساطة في عرض الرسالة الإعلامية التي تقدمها
٠,٠٠٥	٣,٩٧٣	٥	٥٩,٥	٦٦	ليس لدي وقت للمتابعة
٠,٠٠٥	٣,٩٧٣	٥	٥٩,٥	٦٦	سطحية المعالجة للموضوعات والمعلومات الدينية

جدول (٩) يوضح العلاقة بين حجم التعرض للأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي والتأثيرات الناتجة والمترتبة

عن تعرض الحجاج والمعتمرين لهذه الأنشطة

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
حجم التعرض للأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة للحرمين	٥,٣	١,٢٢٢	**,٣٩٨	طردي	متوسط	٠,٠١
	٣,١	١,١٣٢				
التأثيرات المعرفية	٣,٣	١,٢٧٣	*٠,١٦٢	طردي	ضعيف	٠,٠٥
التأثيرات السلوكية	٢,٩	٠,٨٣٢	٠,٠٦٤-	لا توجد علاقة		

جدول (١٠) يوضح العلاقة بين درجة تعرض المبحوثين للخدمات التي تقدمها بالرئاسة العامة للحرمين ودرجة الاعتماد عليها

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى معنوية
درجة تعرض المبحوثين للخدمات التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي	٦,٧	٠,٧٧١	**,٥٤٦	طردي	متوسط	٠,٠١
	٣,٠	٠,٨٩٣				
درجة الاعتماد عليها						

جدول (١١) يوضح الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة للحرمين

المتغير	النوع		إناث (ن=٧٤)		ت	مستوى المعنوية
	م	ع	م	ع		
درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي	٢,٢	٠,٦٧٣	٢,٥	٠,٥٠٣	٣,٧٠٩-	٠,٠٠١

جدول (١٢) يوضح الفروق في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة للحرمين باختلاف الفئات العمرية

الفروق تبعاً إلى	البيان	مجموع الدرجات	د. ح	متوسط	ف	مستوى معنوية
درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي	بين مجموعات	١٥,٨٠٢	٣	٥,٢٦٨	١٥,١٦١	٠,٠٠١
	داخل	٧٩,٥٦٢	٢٢٩	٠,٣٤٧		
	مجموع	٩٥,٣٦٥	٢٣٢			

جدول (١٣) يوضح اختبار (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين الفئات العمرية درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها

بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي

الفئات العمرية	ن	متوسط	انحراف معياري	من ٣٠:١٨ عام	من ٤٠:٣١ عام	من ٥٥:٤١ عام	من ٥٥ فأكثر عام
درجة الرضا بالخدمات والبرامج	٢٤	٢,٠	٠,٢٠٤	٢,٩١٧*	٠,٢٠٤	٠,٩١٦٧*	٠,٩١٦٧*
	١٣٨	٢,٣	٠,٧٤٨	٠,٣١٢١*	٠,٣٤٧	٠,٦٢٥٠*	٠,٦٢٥٠*
	٤٧	٢,٠	٠,١٤٦				
	٢٤	٢,٩	٠,٢٠٤				
الإجمالي	٢٣٣	٢,٣	٠,٦٤١				

جدول (١٤) يوضح الفروق في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة للحرمين باختلاف المستويات التعليمية

الفروق تبعاً إلى	البيان	مجموع الدرجات	د. ح	متوسط	ف	مستوى معنوية
درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي	بين مجموعات	١٣,٩٣٥	٢	٦,٩٦٨	١٩,٦٨٠	٠,٠٠١
	داخل	٨١,٤٣٠	٢٣٠	٠,٣٥٤		
	مجموع	٩٥,٣٦٥	٢٣٢			

جدول (١٥) يوضح اختبار (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المستويات التعليمية في درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرياسة العامة للحرمين

المستوى التعليمي	ن	متوسط	انحراف معياري	متوسط وثنائي	جامعي	دراسات عليا
درجة الرضا بالخدمات والبرامج التي تقدمها بالرياسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي	٧٠	٢,٧	٠,٤٧٨		*.٠٤٤٣٥	*.٠٦٥٧١
	١١٧	٢,٢	٠,٤١٢			*.٠٢١٣٧
	٤٦	٢,٠	١,٠١١			
	٢٣٣	٢,٣	٠,٦٤١			
الإجمالي						

جدول (١٦) يوضح الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دور الأنشطة الاتصالية في ابراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج

المتغير	النوع		إناث (ن=٧٤)		ت	مستوى المعنوية د.ح.٢٣١
	م	ع	م	ع		
دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج	٤,٥	٠,٦٤٥	٥,١	٠,٨٤٩	٦,١٤٩-	٠,٠٠١

جدول (١٧) يوضح الفروق في دور الأنشطة الاتصالية في ابراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج باختلاف الفئات العمرية

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	متوسط	ف	مستوى معنوية
دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج	بين مجموعات	٥,٤٥٥	٣	١,٨١٨	٣,١٤٨	٠,٠٥
	داخل	١٣٢,٢٧٩	٢٢٩	٠,٥٧٨		
	مجموع	١٣٧,٧٣٤	٢٣٢			

جدول (١٨) يوضح اختبار (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين الفئات العمرية دور الأنشطة الاتصالية في ابراز الخدمات التي تقدم

الفئات العمرية		ن	متوسط	انحراف معياري	من ٣٠:١٨ عام	من ٤٠:٣١ عام	من ٥٥:٤١ عام	من ٥٥ فأكثر
دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات	من ١٨ إلى ٣٠ عام	٢٤	٤,٨	٠,٤٨٢	٠,٧٩٧	*.٠٤٠٧٨	٠,٨٣٣-	
	من ٣١ إلى ٤٠ عام	١٣٨	٤,٨	٠,٩١١		*.٠٣٢٨١	٠,١٦٣-	
	من ٤١ إلى ٥٥ عام	٤٧	٤,٤	٠,٤٩٩			*.٠٤٩١١-	
	من ٥٥ عام فأكثر	٢٤	٤,٩	٠,٢٨٢				
الإجمالي	٢٣٣	٤,٧	٠,٧٧١					

جدول (١٩) يوضح الفروق في دور الأنشطة الاتصالية في ابراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج باختلاف المستويات التعليمية

الفروق تبعا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	متوسط	ف	مستوى معنوية
دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج	بين مجموعات	٢٦,٠٧٤	٢	١٣,٠٣٧	٢٦,٨٥٤	٠,٠٠١
	داخل	١١١,٦٦٠	٢٣٠	٠,٤٨٥		
	مجموع	١٣٧,٧٣٤	٢٣٢			

جدول (٢٠) يوضح اختبار (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المستويات التعليمية في دور الأنشطة الاتصالية في ابراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج

المستوى التعليمي	ن	متوسط	انحراف معياري	متوسط وثنائي	جامعي	دراسات عليا
دور الأنشطة الاتصالية في إبراز الخدمات التي تقدمها المملكة العربية في فترة الحج	٧٠	٤,٣	٠,٤٦٨		*.٠٤١٢٢-	*.٠٩٦٨٣-
	١١٧	٤,٧	٠,٧٩٥			*.٠٥٥٦١-
	٤٦	٥,٣	٠,٧١٩			
	٢٣٣	٤,٧	٠,٧٧١			
الإجمالي						

جدول (٢١) يوضح قيمة كآ لدلالة الفروق بين الجنسين في الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي في الحصول على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة

مستوى المعنوية د ح ٣	كآ	إجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠١	٨٠,٢٣٠	٣٠	٧٠	٠	٠	٤٤	٧٠	اعتمد عليها بشكل كبير
		٥٠,٢	١١٧	٧٥,٧	٥٦	٣٨,٤	٦١	اعتمد عليها إلى حد ما
		٩,٩	٢٣	٢٤,٣	١٨	٣,١	٥	اعتمد عليها قليلا
		٩,٩	٢٣	٠	٠	١٤,٥	٢٣	نادرا ما اعتمد عليها
		١٠٠	٢٣٣	١٠٠	٧٤	١٠٠	١٥٩	الإجمالي

معامل التوافق = ٠,٥٠٦

جدول (٢٢) يوضح قيمة كآ لدلالة الفروق بين المستويات التعليمية في مدى الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية

مستوى معنوية د ح ٦	كآ	الإجمالي		من ٥٥٥ عام		من ٤١ - ٥٥ عام		من ٣١ - ٤٠ عام		من ١٨ - ٣٠ عام		التعليم
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠١	٣٥٨,٠٤٢	٣٠	٧٠	٤,٢	١	٩٧,٩	٤٦	١٦,٧	٢٣	٠	٠	اعتمد عليها بشكل كبير
		٥٠,٢	١١٧	٩٥,٨	٢٣	٢,١	١	٦٦,٧	٩٢	٤,٢	١	اعتمد عليها إلى حد ما
		٩,٩	٢٣	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٩٥,٨	٢٣	اعتمد عليها قليلا
		٩,٩	٢٣	٠	٠	٠	٠	١٦,٧	٢٣	٠	٠	نادرا ما اعتمد عليها
		١٠٠	٢٣٣	١٠٠	٢٤	١٠٠	٤٧	١٠٠	١٣٨	١٠٠	٢٤	الإجمالي

جدول (٢٣) يوضح قيمة كآ لدلالة الفروق بين المستويات التعليمية في مدى الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي بالمعلومات والمعارف الدينية

مستوى المعنوية د ح ٤	كآ	الإجمالي		دراسات عليا		جامعي		متوسط		التعليم
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠,٠٠١	١٠٨,٦٣٩	٣٠	٧٠	٠	٠	٣٩,٣	٤٦	٣٤,٣	٢٤	اعتمد عليها بشكل كبير
		٥٠,٢	١١٧	١٠٠	٤٦	٢١,٤	٢٥	٦٥,٧	٤٦	اعتمد عليها إلى حد ما
		٩,٩	٢٣	٠	٠	١٩,٧	٢٣	٠	٠	اعتمد عليها قليلا
		٩,٩	٢٣	٠	٠	١٩,٧	٢٣	٠	٠	نادرا ما اعتمد عليها
		١٠٠	٢٣٣	١٠٠	٤٦	١٠٠	١١٧	١٠٠	٧٠	الإجمالي

جدول (٢٤) يوضح العلاقة بين الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي ودرجة الرضا عن الأنشطة الاتصالية كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة

مستوى معنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير
٠,٠١	متوسط	طردي	**,٦٥٢	٠,٧٧١	٤,٧	الخدمات التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي
				٠,٦٤١	٢,٣	درجة الرضا عن الأنشطة الاتصالية كمصدر في الحصول على المعلومات الخاصة بالحج والعمرة

جدول (٢٥) يوضح الفروق بين متوسطي درجات الفروق بين الذكور والإناث في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة

المتغير	النوع	ذكور (ن=١٥٩)		إناث (ن=٧٤)		ت	مستوى المعنوية د.ح.٢٣١
		ع	م	ع	م		
معرفي		١,٣٦٨	٣,١	٠,١١٦	٣,٠	٠,٨٢٢	٠,٤١٢ غيردالة
وجداني		١,٤٧٠	٣,١	٠,٤٥٤	٣,٧	٣,٥٥٧-	٠,٠٠١
سلوكي		٠,٩٢٢	٢,٧	٠,٤٣٢	٣,٢	٤,٤٤٨-	٠,٠٠١

جدول (٢٦) يوضح الفروق في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة باختلاف الفئات العمرية

الفروق تبعاً إلى	البيان	مجموع الدرجات	د.ح	متوسط	ف	مستوى معنوية
معرفي	بين مجموعات	٧٩,٩٦٦	٣	٢٦,٦٥٥	٢٨,٠٥٧	٠,٠٠١
	داخل	٢١٧,٥٦٢	٢٢٩	٠,٩٥٠		
	مجموع	٢٩٧,٥٢٨	٢٣٢			
وجداني	بين مجموعات	٣٣,٧٨٥	٣	١١,٢٦٢	٧,٥٣٣	٠,٠٠١
	داخل	٣٤٢,٣٧٠	٢٢٩	١,٤٩٥		
	مجموع	٣٧٦,١٥٥	٢٣٢			
سلوكي	بين مجموعات	٢٣,٢٧١	٣	١١,٠٩٠	١٩,٩٢٦	٠,٠٠١
	داخل	١٢٧,٤٥٨	٢٢٩	٠,٥٥٧		
	مجموع	١٦٠,٧٣٠	٢٣٢			

جدول (٢٧) يوضح اختبار (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين الفئات العمرية الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة

الفئات العمرية	ن	متوسط	انحراف معياري	من ٣٠:١٨ عام	من ٤٠:٣١ عام	من ٤١:٥٥ عام	من ٥٥ عام فأكثر
معرفي	من ١٨ إلى ٣٠ عام	٢٤	٠,٢٠٤		٠,٣٧٥	*٠,٩٣٧١-	*٠,٩١٦٧-
	من ٣١ إلى ٤٠ عام	١٣٨	٢,٧	١,٢٥٢		*١,٣١٢١-	*١,٢٩١٧-
	من ٤١ إلى ٥٥ عام	٤٧	٣,٩	٠,١٤٦			٠,٥٠٤
	من ٥٥ عام فأكثر	٢٤	٣,٩	٠,٢٠٤			
	الإجمالي	٢٣٣	٣,١	١,١٣٢			
وجداني	من ١٨ إلى ٣٠ عام	٢٤	٤,٠	٠,٠٠٠	*١,٠٠٠٠	٠,٥١٦٤	٠,١٢٥٠
	من ٣١ إلى ٤٠ عام	١٣٨	٣,٠	١,٥٣٣		*٠,٤٨٩٤-	*٠,٨٧٥٠-
	من ٤١ إلى ٥٥ عام	٤٧	٣,٥	٠,٥٠٥			٠,٣٨٥٦-
	من ٥٥ عام فأكثر	٢٤	٣,٩	٠,٦١٢			
	الإجمالي	٢٣٣	٣,٣	١,٢٧٣			
سلوكي	من ١٨ إلى ٣٠ عام	٢٤	٣,٠	٠,٢٠٤	*٠,٣٧٥٠	٠,٠٤١٧	*٠,٨٧٥٠-
	من ٣١ إلى ٤٠ عام	١٣٨	٢,٧	٠,٧٤٨		*٠,٣٣٣٣-	*١,٢٥٠٠-
	من ٤١ إلى ٥٥ عام	٤٧	٣,٠	١,٠٠٠			*٠,٩١٦٧-
	من ٥٥ عام فأكثر	٢٤	٣,٩	٠,٤٠٨			
	الإجمالي	٢٣٣	٢,٩	٠,٨٣٢			

جدول (٢٨) يوضح الفروق في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية للحرمين باختلاف المستويات التعليمية

مستوى معنوية	ف	متوسط	د. ح	مجموع الدرجات	البيان	الفروق تبعاً إلى
. . . ٠١	٢٦,٩٩٥	٢٨,٢٨٢	٢	٥٦,٥٦٤	بين مجموعات	معرفي
		١,٠٤٨	٢٣٠	٢٤٠,٩٦٤	داخل	
			٢٣٢	٢٩٧,٥٢٨	مجموع	
. . . ٠١	٣٨,٣٦٢	٤٧,٠٤٦	٢	٩٤,٠٩١	بين مجموعات	وجداني
		١,٢٢٦	٢٣٠	٢٨٢,٠٦٣	داخل	
			٢٣٢	٣٧١,١٥٥	مجموع	
. . . ٠١	٧,٠٢٤	٤,٦٢٦	٢	٩,٢٥٢	بين مجموعات	سلوكي
		٠,٦٥٩	٢٣٠	١٥١,٤٧٧	داخل	
			٢٣٢	١٦٠,٧٣٠	مجموع	

جدول (٢٩) يوضح اختبار (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المستويات التعليمية في الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة عن الاعتماد على الأنشطة الاتصالية بالرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام والمسجد النبوي الخاصة بمناسك الحج والعمرة

دراسات عليا	جامعي	متوسط/ثانوي	انحراف معياري	متوسط	ن	المستوى التعليمي
٠,١٥٧١	*١,٠٤١٨		٠,٤٧٨	٣,٧	٧٠	متوسط/ثانوي
*٠,٨٨٤٦-			١,٣٥٧	٢,٦	١١٧	جامعي
			٠,٥٠٥	٣,٥	٤٦	دراسات عليا
			١,١٣٢	٣,١	٢٣٣	الإجمالي
*١,٢٠٠٠-	*٠,٤٨٨٠		٠,٥٤٧	٣,٣	٧٠	متوسط/ثانوي
١,٦٨٨٠-			١,٤٦٨	٢,٨	١١٧	جامعي
			٠,٥٠٥	٤,٥	٤٦	دراسات عليا
			١,٢٧٣	٣,٣	٢٣٣	الإجمالي
*٠,٤٨٥٧	٠,٢٢٨-		٠,٨٢٥	٢,٩	٧٠	متوسط/ثانوي
*٠,٥٠٨٦			٠,٨٩٥	٣,٠	١١٧	جامعي
			٠,٥٠٦	٢,٥	٤٦	دراسات عليا
			٠,٨٣٢	٢,٩	٢٣٣	الإجمالي

مراجع البحث:

- (١) إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي (عمان، دار مجدلوي للنشر والتوزيع ٢٠٠٤)، ص ٤٠.
- (٢) عثمان بكر قزاز، أحمد البدوي طه "تقييم برنامج التطوير المركزي الخاص بالهيئة التنسيقية لمؤسسات أرباب الطوائف في حج عام ٢٠١٤م" مجلة بحوث الإعلام (جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، مكة المكرمة، ٢٠١٤).
- (٣) وجدي حلي عيد، دور مواقع الإنترنت المرئية في إمداد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة واتجاهاتهم نحوها "الملتقى العلمي الرابع عشر لأبحاث الحج والعمرة والزيارة (جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين، ٢٣-٢٤ أبريل ٢٠١٤).
- (٤) محمد علي غريب، اعتماد الحجاج والمعتمرين على القنوات الدينية في الحصول على المعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة، المؤتمر العلمي لأبحاث الحج والعمرة بمعهد خادم الحرمين الشريفين (جامعة أم القرى: معهد خادم الحرمين الشريفين، ١٤٣٤ هـ)
- (٥) فضل رحيم خان، عثمان قزاز، سياق وملامح الاتصال في مرافق وسكن الحجاج والمعتمرين وعلاقتها بسلوكيات التواصل (دراسة عن حجاج مصر) مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (القاهرة، عدد ٥ أكتوبر - ديسمبر ٢٠١٤)
- (٦) محمد بن علي الشريف ومحمد جاهين، مدى فعالية اللوحات الإرشادية والتوعوية للحشود في المنطقة المركزية والمشاعر المقدسة (السعودية: جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ٢٠٠٨ - ١٤٣٠ هـ)
- (٧) محمد بن علي الشريف، دراسة احتياجات المعتمرين التوعوية (السعودية، جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ٢٠٠٧ هـ)

١٤٢٩هـ

- (٨). أسامة بن صالح حريري، قياس رجع الصدى للتوعية عبر الشاشات الضخمة وتلفزيون المخيمات (السعودية: جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ٢٠٠٧- ١٤٢٩ هـ)
- (٩). هيا يوسف جميل عاشور، الأنشطة الاتصالية لأجهزة العلاقات العامة في المنظمات الدولية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن: جامعة البتراء: كلية الآداب والعلوم، ٢٠١٤).
- (١٠). أحمد العتوم، أهمية الأنشطة الاتصالية في عمل العلاقات العامة: دراسة ميدانية في الوزارات الأردنية، رسالة ماجستير (جامعة الشرق الأوسط، ٢٠١٠).
- (١١). أماني حسن محمد بسيوني، النشاط الاتصالي في مؤسسات المجتمع المدني لأنشطة العلاقات العامة و دورها في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو تلك المؤسسات، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة عين شمس، كلية الآداب ٢٠٠٩)
- (١٢). دينا محمد كامل الخطاط، الوظيفة الاتصالية لإدارة العلاقات العامة بالمؤسسات الإعلامية المصرية على المؤسسات الصحفية القومية و اتحاد الإذاعة و التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس، كلية الآداب ٢٠٠٩).
- (١٣). إيمان محمد محمد زهرة، تأثير الأنشطة الاتصالية المتكاملة على العلاقة بين الجمهور المصري و العلامات التجارية، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الاعلام، ٢٠٠٩).
- (١٤). عمر علي القضاة، تقويم نشاط وواقع وظيفة العلاقات العامة في أجهزة الإدارة العامة المركزية في المملكة الأردنية الهاشمية، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن، جامعة مؤتة، ٢٠٠٤).
- (١٥). خميس بن عبدالله الشماخي، تقييم أداء دوائر العلاقات العامة الحكومية في سلطنة عمان من وجهة نظر مديري الدوائر الأخرى، رسالة ماجستير غير منشورة (الأردن، جامعة ال البيت، ٢٠٠١).
- (١٦). وجدي حلمي عيد عبد الظاهر، اعتماد الحجاج والمعتمرين على وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية أثناء الأزمات، المؤتمر العلمي لأبحاث الحج والعمرة بمعهد خادم الحرمين الشريفين (جامعة أم القرى: معهد خادم الحرمين الشريفين، ١٤٣٣ هـ)
- (١٧). مصطفى محمد عبد الوهاب، بنية الخطاب الديني الإسلامي بالقنوات التليفزيونية الحكومية والخاصة، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩)
- (١٨). نهال عمر فاروق، الخطاب الديني كما تعكسه البرامج الدينية الموجبة باللغة الإنجليزية في القنوات الفضائية العربية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩)
- (١٩). إيمان عبد الحافظ هزاع، استخدامات الجمهور اليمني للقنوات الفضائية وعلاقتها بمستوى المعرفة لديه، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة عين شمس: كلية الآداب، ٢٠٠٨)
- (٢٠). محمد عبد البديع السيد، اتجاهات النخبة المصرية نحو القنوات الفضائية الإسلامية، مجلة البحوث الإعلامية (جامعة الأزهر، كلية اللغة العربية، العدد ٣٠، ٢٠٠٨)
- (٢١). نبي محمد عبده حشيش، استخدامات الشباب الجامعي للقنوات الفضائية العربية الإسلامية والإشباع المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الأزهر، كلية الدراسات العربية والإسلامية، ٢٠٠٨)
- (٢٢). عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وإبداع (بيروت، دار التيسير للنشر ٢٠٠١) ص ٢٣.
- (٢٣). اليسون فيكر. ترجمة عبد الحكيم الخزامي ، دليل العلاقات العامة (دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤) ص ٨٠.
- (٢٤). إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التفاعل الاجتماعي (عمان، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع ٢٠٠٤) ص ٥٨.
- (٢٥). تشارلز رايت ، المنظور الاجتماعي للاتصال الجماهيري، ترجمة محمد منغي (القاهرة. الهيئة العامة ٢٠٠٥) ص ٦٠.
- (٢٦). جان شوميلي، ديني هويسان، العلاقات العامة، ترجمة فريد انطويس (بيروت: منشورات عويدان ٢٠١٠) ص ٨٧.
- (٢٧). مختار التهامي وإبراهيم الداوقي، مبادئ العلاقات العامة في البلدان النامية (بغداد – وزارة التعليم العالي والبحث العلمي ١٩٨٠) ص ٩٦.
- (٢٨). إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة والإعلام (القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية ١٩٨٦) ص ١٥.
- (٢٩). مصطفى المعموري، النظام الاعلامي الجديد (الكويت. مطابع الرسالة ١٩٨٥) ص ٥٣.
- (٣٠). معي محمود حسن، سمير حسن منصور، العلاقات العامة والإعلام في الدول النامية (الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث ١٩٨٥) ص ٩١.
- (٣١). مازن العرموط، العلاقات العامة والإعلام في الأردن (عمان، جامعة اليرموك ١٩٨٤) ص ٦٣.

- (٣٢). عاطف عدلي العبد، مدخل إلى الاتصال والرأي العام: الأسس النظرية (القاهرة – دار الفكر العربي ١٩٩٩) ص ١١٨.
- (٣٣). هشام علي حسين، العلاقات العامة بين القناعة و التهميش في الوطن العربي، رسالة ماجستير غير منشورة (القاهرة، الأكاديمية البريطانية للتعليم العالي، ٢٠١٢) ص ٤٣.
- (٣٤). زكي محمود هاشم، العلاقات العامة المفاهيم والأسس العلمية (الكويت، شركة ذات السلاسل ١٩٩٦) ص ٦٦.
- (٣٥). جودت، محفوظ احمد، العلاقات العامة مفاهيم وممارسات (عمان، مؤسسة زهدان للنشر والتوزيع ١٩٩٦) ص ٦٥.
- (٣٦). محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة المبادئ والتطبيقات رؤية معاصرة (دبي دار القلم للنشر والتوزيع -٢٠٠٤) ص ٦٦.
- (٣٧). جاسم ،فخري وآخرون، العلاقات العامة (الموصل، دار الكتب للطباعة والنشر ٢٠٠٠) ص ٢١.
- (٣٨). غسان يعقوب، سيكولوجية الاتصال والعلاقات الانسانية (بيروت، دار النهضة للنشر، ١٩٧٩) ص ٧٦.
- (39). (Gleen Lasher & Michael L.M.C. Keam , using television news for political information, Journalism And Mass Media Quarterly,(vol.74,No.1,spring 2007) pp.70-84
- (40). Robert E. Park, world news, 2 ed (USA, Harvard university,2002) p.161
- (41). Melvin Defleur and Sandra Ball-Rokeach: "Theories of Mass Media Effects"Communication Research, (vol. 13, 1976) pp. 4-16.
- (42). Baran, Stanly, Davis and Dennis: "Mass Communication Theory, Ferment and Future", California: Wadsworth Publishing Company, 1995) pp. 226- 227.
- (٤٣). صفا محمود عثمان، دور قناة النيل الإخبارية في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى عينة من طلبة الجامعات، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٢)
- (٤٤). نشوى محمد عقل، تقديم نشرات الأخبار في قنوات النيل المتخصصة: دراسة مسحية للمحتوى والقائمى بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٢)
- (٤٥). وليد فتح الله، اعتماد الشباب الجامعي الكويتي على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا العربية والدولية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد ١٨، يناير/ مارس، ٢٠٠٣)

(*شارك في تحكيم صحيفة الاستقصاء للحكم على مدى صلاحيتها كل من:

١. أ.د. محمود يوسف – أستاذ الإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
٢. أ.د. همت حسن عبد المجيد – أستاذ الإعلام بكلية الإعلام بجامعة البحرين
٣. أ.د. أمال حسن الغزاوي – أستاذ الإعلام بجامعة الملك عبد العزيز.
٤. د. محمد محمد بكير – أستاذ الإعلام المشارك بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود.
٥. د. سعيد عبده نجيده – أستاذ الإعلام المشارك بجامعة الملك عبد العزيز.
٦. د. هيثم محمد يوسف – أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود.