

استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها "دراسة ميدانية"

دعاء عبد الفتاح محمد الصادق⁽¹⁾، محمود محمد أحمد⁽²⁾
⁽¹⁾ جامعة أم القرى
⁽²⁾ جامعة المنيا

The use of pilgrims to the social media sites of the General Presidency for the affairs of the two Holy Mosques and their attitudes towards it

Duaa Abdel Fattah Mohamed sadek⁽¹⁾, mahmud muhamad ahmad⁽²⁾
⁽¹⁾ Umm Al Qura University
⁽²⁾ Minia University

ملخص البحث (Abstract):

تحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي: ما مدى استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها؟ وتسعى الدراسة الى التعرف على العلاقة بين استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها. ومعرفة دوافع استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ومعدل الوقت الذي يقضونه في التعرف على المعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة

استخدمت الدراسة (استمارة استبيان)

من نتائج الدراسة ثبت صحة الفرض الاول: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها، حيث تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (0,511) ، وهي دالة عند مُستوي (0,01).

ثبت صحة الفرض الثاني: توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ودرجة الاستفادة منها، حيث تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ودرجة الاستفادة منها، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (0,228)، وهي دالة عند مُستوي (0,01).

ثبت صحة الفرض الثالث: توجد علاقة دالة إحصائية بين متابعة المبحوثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة ، وأشكال التفاعل معها، حيث تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين متابعة المبحوثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، وأشكال التفاعل معها، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (0,227)، وهي دالة عند مُستوي (0,01).

The problem of the study can be framed in the following main question: What is the extent to which pilgrims used the social media sites of the General Presidency for the affairs of the two Holy Mosques and their attitudes toward them?

1. identify the relationship between the use of pilgrims to the social networking sites of the General Presidency for the affairs of the two Holy Mosques and their attitudes towards it?

2. The average use of searchers to the page of the General Presidency for the affairs of the two Holy Mosques and their attitudes towards them, and the average time spent to know information about the Hajj and Umrah?
3. The motives behind the pilgrims and visitors use to the social media of the General Presidency for the Custodian of the Two Holy Mosques, and how they follow the information provided

Analytical Study Tool:

Questionnaire for _This study used the sample survey method_

Results

relationship between the use of pilgrims to the social networking sites of the General Presidency for the affairs of the two Holy Mosques is a positive statistical relationship Correlation coefficient (0.511), a function at the level (0.01).

المقدمة:

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين وسيلة هامة في تقديم العديد من الخدمات المُختلفة للمُعتمرين، والتي تشمل خدمات إدارية وإرشادية وتعليمية تُساعد المُعتمرين علي معرفة المُناسك المُختلفة للحج والعمرة بالإضافة الي توافر اليات التفاعل كما تتيح للمُعتمرين الاستفسار عن المعلومات المُتعلقة بمناسك الحج والعمرة، ، وسوف تبحث الدراسة الحالية عن مدى استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها مشكلة الدراسة: يُمكن صياغة مُشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما مدى استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها؟ ويتفرع من التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية: ما العلاقة بين استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها؟ ما دوافع استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ودرجة الاستفادة منها؟ ما أهم المعلومات التي يفضل المبحوثين متابعتها بصفحة الرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، وأشكال التفاعل معها؟ أهمية الدراسة: ترجع الأهمية النظرية للبحث إلي التركيز علي مدى استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها، وتتميز الدراسة العلمية بأهمية مواقع شبكة التواصل الاجتماعي الخاصة بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، بوصفها وسيلة إعلامية هامة تعود بالنفع علي الحجاج والمُعتمرين في الحصول علي المعلومات وتقديم الإرشادات من الموقع الرسمي التابع للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، إضافة إلي شرح مناسك الحج والعمرة والتفاعل معها ومعرفة ردود افعالهم نحوها.

أهداف البحث:

فروض الدراسة:

- ١- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها.
- ٢- توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ودرجة الاستفادة منها.
- ٣- توجد علاقة دالة إحصائية بين متابعة المبحوثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، وأشكال التفاعل معها تسعى الدراسة الحالية للتعرف علي الهدف التالي هو: مدى استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها. ويتفرع من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية:
- ١- التعرف علي العلاقة بين استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم ونحوها.
- ٢- التعرف علي دوافع استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ومعدل الوقت الذي يقضونه في التعرف علي المعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة.

منهجية وطرق البحث:

مجتمع الدراسة الميدانية:

يتمثل المجتمع البشري في زوار المسجد النبوي الشريف والمسجد الحرام من مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعية التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين.

عينة الدراسة:

عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة الحجاج والمُعتمرين من مستخدمي موقع شبكات التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين تتراوح أعمارهم ما بين (٢٥: ٣٠، ٣٠: ٣٥، ٣٥ فأكثر).

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تقتصر على المعلومات المقدمة لزوار المسجد النبوي الشريف والمسجد الحرام بمواقع شبكة التواصل الاجتماعي الخاصة بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين.

الحدود الزمنية: هي الفترة التي استغرقها الباحثون في تطبيق أداة البحث والمُتمثلة في العام (٢٠١٨م).

أداة الدراسة ومنهج الدراسة:

منهج المسح بالعينة وصحيفة استبيان طبقت على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة من مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين في الفترة ٢٠١٨/٧/١م وحتى الفترة ٢٠١٨/٨/٣٠م.

النتائج والمناقشة:

- إن درجة استفادة الحجاج والمُعتمرين من مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين جاءت لصالح (أستفيدة بدرجة كبيرة جداً) في المركز الأول بنسبة (٤٤,٢٥%)، تلاها (استفيد بدرجة كبيرة) في المركز الثاني بنسبة (٤٠,٥%)، وأخيراً (استخدام بدرجة متوسطة) في المركز الثالث بنسبة (١٥,٢٥%). وتعكس هذه النتيجة ارتفاع درجة استفادة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين لمتابعة مضامين المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، وبالتالي زيادة نسبة المتابعة والوصول للهدف المراد تحقيقه. أنّ اتجاهات الحجاج والمُعتمرين نحو استخدام مواقع التواصل التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين جاءت لصالح (نجحت وزراه الحج والعمرة في تقديم المعلومات للحجاج والمُعتمرين التي تساعدهم على أداء مناسك الحج والعمرة) بنسبة بلغت (١١%)، تلاها (اهتمام الخاص بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين لتقديم الخدمات المختلفة للزوار من أجل تحسين صورة المملكة في الداخل والخارج، نجحت رئاسة شؤون الحرمين في زيادة الوعي الديني والثقافي للحجاج والمُعتمرين) بنسبة بلغت (١٠,٧٥%)، ثم (عرض المشكلات التي قد تواجه الحجاج والمُعتمرين أثناء أداء مناسك الحج والعمرة وتقديم الحلول لهم) بنسبة بلغت (٩,٢٥%)، تلاها (تساعد على تدعيم القيم التطوعية والخيرية لدى الحجاج والمُعتمرين ولدى الزوار) بنسبة بلغت (٨,٧٥%)، تلاها (محاربة التطرف الفكري وتدعيم الفكر الوسطي بالأنشطة الدينية والائتائية المقدمة) بنسبة بلغت (٨,٢٥%)، ثم (المعلومات التي تقدمها الرئاسة العامة لشؤون الحرمين تمتاز بالجديّة والأهميّة) بنسبة بلغت (٨%)، بينما جاء نتائج الأعمال المقدمة من قبل الرئاسة العامة لشؤون الحرمين وتقديم خدمات متميزة في الإرشاد والتوجيه للحجاج والمُعتمرين، البحث عن المعلومات بهذه المواقع عملية شاقّة علي الحجاج والمُعتمرين) بنسبة بلغت (٧,٧٥%)، وأخيراً (تقديم الرؤى الخاصة بثوابت شؤون الحرمين والمملكة تجاه الوطن العربي) بنسبة بلغت (٧,٢٥%)، إنّ نسبة تفاعل الحجاج والمُعتمرين مع المعلومات المقدمة من مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين جاءت لصالح (استخدام أكثر من أداة) في الترتيب الأول بنسبة بلغت (٢٦,٥%)، تلاها (تسجيل الإعجاب) في المركز الثاني بنسبة بلغت (٢٥,٧٥%)، ثم (التعليق) بنسبة بلغت (٢٤%)، وأخيراً (أعادة النشر) بنسبة بلغت (٢٣,٧٥%)، أنّ المعلومات التي يفضل المبحوثين متابعتها بصفحة الرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين جاءت لصالح خيارات (نشر أحاديث نبوية ورفع ملفات الفيديو لتعلم احكام وشعائر الحج) بنسبة (٢٦,٢٥%)، تلاها في المركز الثاني (نشر صور للحجاج والمُعتمرين لشرح مناسك الحج والعمرة) بنسبة (٢٦%)، ثم (تطوير الخدمات السكنية المختلفة للحجاج والمُعتمرين وتوفير الرعاية الطبية والتعزيزات الامنية لمواجهة المخاطر التي تحدث في الحج) في المركز الثالث بنسبة (٢٤,٢٥%)، وأخيراً (تقديم التاشيرات للحجاج والمُعتمرين وكافة السهيلات الادارية لهم) بنسبة (٢٣,٥%)، تراوحت اعلي نسبة وأقل نسبة لدوافع استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي لتعلم مناسك الحج والعمرة ما بين (٢٧,٥% : ٢٢,٥%)، حيث جاء في

الترتيب الأول (نتيج لي مشاهدة ملفات الفيديو التعليمية الخاصة بشرح مناسك الحج والعمرة) بينما جاء في الترتيب الأخير (لأن أخبارها مُتجددة وسريعة في تغطية الأحداث المتعلقة بمناسك الحج والعمرة). إنَّ نسبة استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين لنشر الخدمات للحجاج والمعتمرين جاءت لصالح موقع (تويتر) في المركز الأول بنسبة بلغت (٢٣,٥%)، ثبت صحة الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها، حيث تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (٠,٥١١) ، وهي دالة عند مُستوي (٠,٠١). ثبت صحة الفرض الثاني: توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ودرجة الاستفادة منها، حيث تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ودرجة الاستفادة منها، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (٠,٢٢٨)، وهي دالة عند مُستوي (٠,٠١). ثبت صحة الفرض الثالث: توجد علاقة دالة إحصائية بين متابعة المبحوثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة ، وأشكال التفاعل معها، حيث تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين متابعة المبحوثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، وأشكال التفاعل معها، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (٠,٢٢٧)، وهي دالة عند مُستوي (٠,٠١).

أبرز التوصيات:

١. ضرورة عمل استطلاعات رأي يتم نشرها في المنصات الاجتماعية بشكل مستمر ودوري لتقييم أداء الرئاسة العمرة لشؤون الحرمين ومعرفة احتياجات ورغبات الحجاج والمُعتمرين في الارتقاء بالمعلومات والخدمات المقدمة معالجة المشكلات التي تواجه الحجاج والمُعتمرين أثناء أداء مناسك الحج والعمرة وتقديم الحلول لهم
٢. التأكيد علي ضرورة التفاعل من قبل المؤسسة والرد على التعليقات
٣. الاهتمام بنشر المواد الاعلامية والدينية بأكثر من لغة على شبكات التواصل الاجتماعي
٤. الاهتمام بكل المنصات الاجتماعي والنشر عليها
٥. التأكيد علي أهمية توظيف العامة لشؤون الحرمين لموقع التواصل الاجتماعي كوسيلة هامة تسهم في تقديم المعلومات للحجاج والمُعتمرين التي تساعدهم علي أداء مناسك الحج والعمرة من أجل تحسين صورة المملكة في الداخل والخارج.

جدول (١)

ثانياً توصيف العينة من حيث السن (ن=٤٠٠)			
م	السن	ك	%
١	٣٠ : ٢٥	٢٣٢	%٥٨
٢	٥٥ : ٣٠	١١٣	%٢٨,٢٥
	٥٥ فأكثر	٥٥	%١٣,٧٥
المجموع		٤٠٠	%١٠٠

يتضح من جدول (١) ما يلي:

- ١- اولاً : توصيف العينة من حيث السن: ارتفاع نسبة الفئة العمرية (٣٠ : ٢٥) حيث بلغت (٥٨%) ويُفسر ذلك بأنه كلما كان السن أصغر فأنه يتسم بالإقبال والاهتمام والارتقاء بالخدمات المقدمة لأداء الشعائر المقدسة.

الإطار النظري للدراسة:

مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين:

تُعرف بأنها: مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع اجتماعية تفاعلية تسمح للمستخدمين بمشاركة اهتماماتهم. حيث يمكن اللجوء إليها بكل سهولة، وهي مناسبة لكل الفئات والاعمار. ويُعرفها أيلسون وبويد Ellison and Boyd بأنها: مواقع الشبكات الاجتماعية على إئها: مواقع تُقدم خدمات للأفراد عبر شبكة الإنترنت، وتسمح لهم بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المُسجلين، والتعبير عن وجهة نظر الأفراد، أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، كما تختلف طبيعة التواصل من موقع لآخر (Boyd, Danah;2014,56).

١) موقع شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" الخاص بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين <https://www.facebook.com/ReasahAlharmain?fref=ts> تتم إنشاء الصفحة منذ ٦ مايو ٢٠١٤ ويقدر عدد المعجبين ١٠٧,٥١٨ شخص وتتم متابعة هذا بواسطة ١٠٧,٢٩٤ من الأشخاص والفيس بوك هو عبارة عن موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة الفيس بوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها (Wikipedia, 2014)، حيث يُتيح نشر الصفحات الخاصة بالأفراد والمؤسسات المختلفة "Profiles". وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين، لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص (Marcel, 2009, 17).

٢) موقع شبكة التواصل الاجتماعي "يوتيوب" الخاص بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين الخاص: <https://www.youtube.com/user/makkah> يبلغ عدد المشتركين للصفحة حوالي ٧٧,٠٢٥ ألف مشترك تاريخ الانضمام: ٢٠٠٦/٠٣/١٢ ويبلغ عدد المشاهدات حوالي 7,812,756 مليون مشاهدة.

اليوتيوب هو موقع لمقاطع فيديو شهير يقدم خدمات للحجاج والمعتمرين عبر رفع المقاطع علي الموقع، وتهتم الصفحة بنقل المباشر لصلاة التراويح وخطب الجمعة وخطب الاعياد وعرقة والبرامج الارشادية السماعية مثل برنامج (أثير الحرمين) وبرنامج (أروقة الحرمين) وايضا يتم نشر الفيديوهات التوعوية الخاصة بالفعاليات الخاصة بالرئاسة والحرم المكي والحرم المدني ويمكن للمستخدمين التعليق عليها المقاطع الأخرى، فمن الممكن أيضا إنشاء قناة خاصة داخله لتقديم مقاطع فيديو معيبة (الاء ماهر، ٢٠١٣، ٨)، فهو يعد قناة للتواصل والاتصال حيث يسمح للمستخدمين التحميل والمشاركة بمقاطع الفيديو (محمد جابر، ٢٠١٦)

مواقع البث المباشر: <https://www.gph.gov.sa/ar-sa/Pages/Live-broadcast.aspx>

وهي مواقع تتيح الحصول على ملفات الصوت والفيديو من موقع معين بمجرد أن تدرج فيه، دون الحاجة لزيارته في كل مرة وتحميل المحتوى يدوياً، حيث يستطيع المستخدمون تحميلها، وهناك عدة مواقع مشهورة جداً، لدرجة أنها أصبحت تتبع مقاطع من مضاميتها لوسائل الإعلام، بل وحتى وسائل الإعلام هذه تقوم ببث برامجها عبر هذه المواقع منها " اليوتيوب، ومأي فيديو" (خالد منصور ٢٠١٥) كما يسمح الموقع لأي شخص لديه المعرفة التقنية اللازمة نشر ما يُريد، ونتيجة لذلك أصبح بإمكان الأفراد بمجرد التسجيل في الموقع رفع مقاطع الفيديو في شتى مناحي الحياة وعنونتها، وربطها بكلمات مفتاحية حتى يُسهل العثور عليها ومُشاهدتها من قبل الآخرين حول العالم (Médias sociaux3,2016).

٣) موقع شبكة التواصل الاجتماعي "تويتر" الخاص بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين الخاص:

<https://twitter.com/ReasahAlharmain?lang=ar>

اجمالي عدد المتابعين ٢٥٤ الف تغريدة ويصل عدد التغريدات ١٢,١٦٤ الف.

هو عبارة شكل من أشكال التدوين متعدد الوسائل، الذي يُتيح للمستخدمين العاملين في المؤسسات المختلفة إرسال تحديثات نصية قصيرة أو صور أو روابط ونشرها (Robert M, alcker, 2010). وقد لعبت هذه الشبكات دوراً كبيراً في خدمة المؤسسات المختلفة، وخاصة مؤسسات الحج والعمرة، فهو خدمة مُصغرة تسمح للمُغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى ١٤٠ حرفاً للرسالة الواحدة وهي تعرف نصاً مُوجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة (أماني إبراهيم، ٢٠١٥، ٢٨).

مزايا موقع شبكة التواصل الاجتماعي "تويتر" الخاص بالرناسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين الخاص:

وهناك اغراض عديدة لاستخدام موقع تويتر ومنها: (Akshay Java and Others, 2007, 7-8).

- ١- تبادل المعلومات والروابط الإخبارية: يعتمد المستخدمون على خدمة اختصار الروابط مثل بسبب التقييد بالحروف المسموح بها (Akshay Java and Others, 2007, 7-8).
- ٢- نقل الأخبار للحجاج والمعتمرين: يقوم المستخدمون بالإبلاغ عن آخر الأخبار أو التعليق على أحدث معينة عبر تويتر (Akshay Java and Others, 2007, 7-8).
- ٣- إعادة بث المعلومات الحديثة التي قام المستخدم باستلامها (Kevin Makice, Op, Cit, P.3).

(٤) موقع الانستجرام: <https://www.instagram.com/reasahalharmain> يحتوي على ٤,٥٦٣ الف بوست للرناسة

هو تطبيق مجاني لتبادل الصور وشبكة اجتماعية أيضًا، وأطلق في أكتوبر عام 2010 ومستحوذ حالياً من فيسبوك، ويتيح للمستخدمين التقاط صورة وإضافة فلتر رقمي إليها ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة إنستغرام نفسها. وحصل التطبيق على مليون مستخدم، التطبيق على زيادة ٥٠٠% من المستخدمين ليصل العدد إلى ٥ ملايين مستخدم وفي ١٢ ديسمبر ٢٠١٤ أعلنت خدمة إنستغرام للصور التابعة لشبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك أنها تجاوزت عتبة ٣٠٠ مليون مستخدم

(٥) موقع جوجل بلس: <https://plus.google.com/+makkahReasahAlharmain> يحتوي على ١,٢٠٩ متابع وهو شبكة اجتماعية تم إنشائها بواسطة شركة جوجل+ وتم إطلاقها رسمياً يوم 28 يونيو، 2011 شأ من خلال طرح خدمات جديدة مثل: الدوائر Circles، مكالمات الفيديو Hangouts، الاهتمامات Sparks والمحادثات الجماعية Huddles والمنتديات والصفحات.

نتائج الدراسة الميدانية:

يشمل هذا الجزء نتائج الدراسة الميدانية، بالإضافة إلي نتائج اختبار صحة الفروض وربطها بتساؤلات وأهداف الدراسة؛ حيث تمثلت عينة الدراسة الميدانية في الفئة العمرية (٢٥: ٣٠، ٣٠: ٥٥، ٥٥ فأكثر)، حيث شملت عشوائية عينة قوامها (٤٠٠) مُفردة من الحجاج من مُستخدمي موقع التواصل الاجتماعي التابعة للرناسة العامة لشؤون الحرمين، وفيما يلي عرض لنتائج الدراسة:

جدول (٢)

ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرناسة العامة للشئون الحرمين التي يفضل المبحوثين استخدامها (ن=٤٠٠) (يمكنك اختيار أكثر من (بدل)

م	مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرناسة العامة للشئون الحرمين	ك	%
١	الفيسبوك	١٠٠	٢٥%
٢	تويتر	١٠٥	٢٦,٢٥%
٣	يوتيوب	١٠٥	٢٦,٢٥%
٤	موقع جوجل بلس	٧٧	١٩,٢٥%
٥	الانستجرام	١٣	٣,٢٥%
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

ويتبين من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- إن نسبة استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل التابعة للرناسة العامة لشئون الحرمين لنشر الخدمات للحجاج والمعتمرين جاءت لصالح موقع (تويتر) في المركز الأول بنسبة بلغت (٤٣,٦%). تلاها موقع (يوتيوب) في المركز الثاني بنسبة بلغت (٣٥,٣%) في حين جاء موقع (الفيس بوك) في المركز الثالث بنسبة بلغت (١٧,١%). بينما جاء مواقع (الانستجرام) في المركز الرابع بنسبة بلغت (٢,١%)، وأخيراً موقع (جوجل بلس) بنسبة بلغت (١,٦%).

- وتعكس هذه النتيجة ارتفاع نسبة استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين، وبالتالي زيادة نسبة توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في خدمة الحجاج والمعتمرين والوصول للهدف المراد تحقيقه.

جدول (٣)

جدول اتجاهات الحجاج والمعتمرين نحو استخدام مواقع شبكة التواصل التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين (ن=٤٠٠)(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

م	اتجاهات الحجاج والمعتمرين استخدام لموقع التواصل الاجتماعي	ك	%
١	نجحت رئاسة شؤون الحرمين في تقديم المعلومات للحجاج والمعتمرين التي تساعدهم علي أداء مناسك الحج والعمرة.	٤٤	١١%
٢	المعلومات التي تقدمها الرئاسة العامة لشؤون الحرمين تمتاز بالجدية والأهمية	٣٢	٨%
٣	اهتمام موقع التواصل الخاصة بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين بنشر الفعاليات والاخبار الخاصة بالخدمات المختلفة للزوار من أجل تحسين صورة المملكة في الداخل والخارج.	٤٣	١٠,٧٥%
٤	عرض المشكلات التي قد تواجه الحجاج والمعتمرين أثناء أداء مناسك الحج والعمرة وتقديم الحلول لهم	٣٧	٩,٢٥%
٥	نجحت رئاسة شؤون الحرمين في زيادة الوعي الديني والتثقيف للحجاج والمعتمرين	٤٣	١٠,٧٥%
٦	تحفيز الحجاج والمعتمرين على السلوكيات الإيجابية في الحرمين	٤٢	١٠,٥%
٧	تساعد على تدعيم القيم التطوعية والخدمية لدى الحجاج والمعتمرين ولدى الزوار	٣٥	٨,٧٥%
٨	بيان نتائج الاعمال المقدمة من قبل الرئاسة العامة لشؤون الحرمين وتقديم خدمات متميزة في الإرشاد والتوجيه للحجاج والمعتمرين	٣١	٧,٧٥%
٩	محااربة التطرف الفكري وتدعيم الفكر الوسطى بالأنشطة الدينية والاثرائية المقدمة	٣٣	٨,٢٥%
١٠	البحث عن المعلومات بهذه المواقع عملية شاقه علي الحجاج والمعتمرين	٣١	٧,٧٥%
١١	تقديم الرؤى الخاصة بثوابت شؤون الحرمين والمملكة تجاه الوطن العربي	٢٩	٧,٢٥%
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

ويتبين من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أنَّ اتجاهات الحجاج والمعتمرين نحو استخدام مواقع التواصل التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين جاءت لصالح (نجحت وزراء الحج والعمرة في تقديم المعلومات للحجاج والمعتمرين التي تساعدهم علي أداء مناسك الحج والعمرة) بنسبة بلغت (١١%)، تلاها (اهتمام خاص بالرئاسة العامة لشؤون الحرمين لتقديم الخدمات المختلفة للزوار من أجل تحسين صورة المملكة في الداخل والخارج، نجحت رئاسة شؤون الحرمين في زيادة الوعي الديني والتثقيف للحجاج والمعتمرين) بنسبة بلغت (١٠,٧٥%)، ثم (عرض المشكلات التي قد تواجه الحجاج والمعتمرين أثناء أداء مناسك الحج والعمرة وتقديم الحلول لهم) بنسبة بلغت (٩,٢٥%)، تلاها (تساعد على تدعيم القيم التطوعية والخدمية لدى الحجاج والمعتمرين ولدى الزوار) بنسبة بلغت (٨,٧٥%)، تلاها (محااربة التطرف الفكري وتدعيم الفكر الوسطى بالأنشطة الدينية والاثرائية المقدمة) بنسبة بلغت (٨,٢٥%)، ثم (المعلومات التي تقدمها الرئاسة العامة لشؤون الحرمين تمتاز بالجدية والأهمية) بنسبة بلغت (٨%)، بينما جاء (بيان نتائج الاعمال المقدمة من قبل الرئاسة العامة لشؤون الحرمين وتقديم خدمات متميزة في الإرشاد والتوجيه للحجاج والمعتمرين، البحث عن المعلومات بهذه المواقع عملية شاقه علي الحجاج والمعتمرين) بنسبة بلغت (٧,٧٥%)، وأخيراً (تقديم الرؤى الخاصة بثوابت شؤون الحرمين والمملكة تجاه الوطن العربي) بنسبة بلغت (٧,٢٥%).

جدول (٤)

جدول ٤ أشكال تفاعل الحجاج والمعتمرين مع المعلومات المقدمة من مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين (ن=٤٠٠)

م	اداة التفاعل	ك	%
١	تسجيل الإعجاب	١٠٣	٢٥,٧٥%
٢	أعادة النشر	٩٥	٢٣,٧٥%
٣	التعليق	٩٦	٢٤%
٤	استخدام أكثر من أداة	١٠٦	٢٦,٥%
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

ويتبين من نتائج الجدول السابق ما يلي:

إنَّ نسبة تفاعل الحجاج والمعتمرين مع المعلومات المقدمة من مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرياسة العامة لشؤون الحرمين جاءت لصالح (استخدام أكثر من أداة) في الترتيب الأول بنسبة بلغت (٢٦,٥%)، تلاها (تسجيل الإعجاب) في المركز الثاني بنسبة بلغت (٢٥,٧٥%)، ثم (التعليق) بنسبة بلغت (٢٤%)، وأخيراً (أعادة النشر) بنسبة بلغت (٢٣,٧٥%).

جدول ٥

درجة استفادة الحجاج والمعتمرين من مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرياسة العامة لشؤون الحرمين

م	درجة استفادة الحجاج والمعتمرين من مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرياسة العامة لشؤون الحرمين	التكرارات	النسبة المئوية
١	أستفدي بدرجة كبيرة جداً	١٧٧	%٤٤,٢٥
٢	استفيد بدرجة كبيرة	١٦٢	%٤٠,٥
٣	استخدام بدرجة متوسطة	٦١	%١٥,٢٥
	الإجمالي	٤٠٠	%١٠٠

ويتبين من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- أن درجة استفادة الحجاج والمعتمرين من مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرياسة العامة لشؤون الحرمين جاءت لصالح (أستفدي بدرجة كبيرة جداً) في المركز الأول بنسبة (٤٤,٢٥%)، تلاها (استفيد بدرجة كبيرة) في المركز الثاني بنسبة (٤٠,٥%)، وأخيراً (استخدام بدرجة متوسطة) في المركز الثالث بنسبة (١٥,٢٥%)، وتعكس هذه النتيجة ارتفاع درجة استفادة المبحوثين مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرياسة العامة للشؤون الحرمين لمتابعة مضامين المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، وبالتالي زيادة نسبة المتابعة والوصول للهدف المراد تحقيقه.

جدول (٦)

دوافع استخدام الحجاج والمُعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرياسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين (ن=٤٠٠) (يمكن اختيار أكثر من

بديل)

م	الدوافع المعرفية لاستخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي	ك	%
١	تُتيح لي إمكانية التعلم الذاتي والتفاعل مع مناسك الحج والعمرة	٤٣	%١٠,٧٥
٢	تتيح لي مشاهدة ملفات الفيديو التعليمية الخاصة بشرح مناسك الحج والعمرة	٣٣	%٨,٢٥
٣	المساهمة في بناء الإطار المعلوماتي عن المناسك للحجاج والمعتمرين	٣١	%٧,٧٥
٤	لأن أخبارها مُتجددة وسريعة في تغطية الأحداث المتعلقة بالحج والعمرة	٢٥	%٦,٢٥
٥	لأنها تطرح معلومات شديدة الصلة باهتماماتي حول أداء مناسك الحج والعمرة	٣٩	%٩,٧٥
٦	التواصل والتفاعل مع الآخرين لتعلم مناسك الحج والعمرة	١٦	%٤
٧	معرفة المعلومات الخاصة بالأنشطة والجلسات الدينية المقدمة في المسجد الحرام والمسجد النبوي	٤٣	%١٠,٧٥
٨	تساهم في تثقيف ديني ومعرفي حول المسجد الحرام والمسجد النبوي	٢٠	%٥
٩	التعرف على الخدمات والمبادرات المقدمة من قبل رئاسة شؤون الحرمين	٤١	%١٠,٢٥
١٠	الإشتراك في المسابقات المقدمة من قبل الرياسة	٣٤	%٨,٥
١١	القيام بنشر الاحاديث والايات القرآنية والمعلومات الدينية الموثوق فيها	٤٢	%١٠,٥
١٢	متابعة التطورات التكنولوجية الجديدة المقدمة من قبل رئاسة شؤون الحرمين	٣٣	%٨,٢٥
	الإجمالي	٤٠٠	%١٠٠

ويتبين من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- تراوحت أعلى نسبة وأقل نسبة لدوافع استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي لتعلم مناسك الحج والعمرة ما بين (١٠,٧٥% و ٤%)، حيث جاء في الترتيب الأول (تُتيح لي إمكانية التعلم الذاتي والتفاعل مع مناسك الحج والعمرة، معرفة المعلومات الخاصة بالأنشطة والدروس الدينية المقدمة في المسجد الحرام والمسجد النبوي) بينما جاء في الترتيب الأخير التواصل والتفاعل مع الآخرين لتعلم مناسك الحج والعمرة).

- وتعكس هذه النتيجة ارتفاع نسبة دوافع استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي لتعلم مناسك الحج والعمرة سابقة الذكر، وبالتالي زيادة نسبة الاستخدام والوصول للهدف المراد تحقيقه

جدول (٧)

المعلومات التي يفضل المبحوثين متابعتها بصفحة الرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين

م	الخدمات المقدمة للحجاج والمعتمرين	صفحة المسجد الحرام	
		ك	%
١	نشر أحاديث نبوية ورفع ملفات الفيديو لتعلم احكام وشعائر الحج	١٠٥	٢٦,٢٥%
٢	نشر صور للحجاج والمعتمرين لشرح مناسك الحج والعمرة	١٠٤	٢٦%
٣	تطوير الخدمات السكنية المختلفة للحجاج والمعتمرين وتوفير الرعاية الطبية والتعزيزات الامنية لمواجهة المخاطر التي تحدث في الحج	٩٧	٢٤,٢٥%
٤	تقديم التاشيرات للحجاج والمعتمرين وكافة التسهيلات الادارية لهم	٩٤	٢٣,٥%
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠%

يتضح من جدول ما يلي:

- أنّ المعلومات التي يفضل المبحوثون متابعتها بصفحة الرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين جاءت لصالح خيارات (نشر أحاديث نبوية ورفع ملفات الفيديو لتعلم احكام وشعائر الحج) بنسبة (٢٦,٢٥%)، تلاها في المركز الثاني (نشر صور للحجاج والمعتمرين لشرح مناسك الحج والعمرة) بنسبة (٢٦%)، ثم (تطوير الخدمات السكنية المختلفة للحجاج والمعتمرين وتوفير الرعاية الطبية والتعزيزات الامنية لمواجهة المخاطر التي تحدث في الحج) في المركز الثالث بنسبة (٢٤,٢٥%)، وأخيراً (تقديم التاشيرات للحجاج والمعتمرين وكافة التسهيلات الإدارية لهم) بنسبة (٢٣,٥%).

جدول (٨)

العلاقة بين استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها.

المتغيرات	اتجاهات الحجاج والمعتمرين نحو مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين	
	قيمة ر	مستوي الدلالة
استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين	** ٠,٥١١	٠,٠١

* دال عند مستوى (٠,٠٥) ** دال عند مستوى (٠,٠١)

ويتبين من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- الفرض الاول توجد علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها، حيث تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها، وقد بلغت قيمة مُعامل الارتباط (٠,٥١١)، وهي دالة عند مُستوي (٠,٠١).

جدول (٩)

العلاقة بين دوافع استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ودرجة الاستفادة منها

المتغيرات	درجة الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين	
	قيمة ر	مُستوي الدلالة
دوافع استخدام الحجاج والمعتمرين لموقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين	** ٠,٢٢٨	٠,٠١

* دال عند مستوى (٠,٠٥) ** دال عند مستوى (٠,٠١)

- ويتبين من نتائج الجدول السابق الفرض الثاني

توجد علاقة دالة إحصائية بين دوافع استخدام الحجاج والمُعتمدين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للترناسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ودرجة الاستفادة منها، حيث تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع استخدام الحجاج والمُعتمدين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للترناسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين، ودرجة الاستفادة منها، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٢٢٨)، وهي دالة عند مُستوي (٠,٠١).

الفرض الثالث:

ينص هذا الفرض علي أنه توجد علاقة دالة إحصائية بين متابعة المبحوثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة ، وأشكال التفاعل معها.

جدول (١٠)

العلاقة بين ٣- توجد علاقة دالة إحصائية بين متابعة المبحوثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، وأشكال التفاعل معها

أشكال التفاعل		المتغيرات
مستوي الدلالة	قيمة ر	
٠,٠١	**٠,٢٢٧	متابعة المبحوثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة

قيمة (ر) الجدولية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) = ١٤.٠ = (٠,٠١) = ٠,١٨

* دال عند مستوي (٠,٠٥) ** دال عند مستوي (٠,٠١)

- ويتبين من نتائج الجدول السابق ما يلي:

- توجد علاقة دالة إحصائية بين متابعة المبحوثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة . وأشكال التفاعل معها، حيث تم استخدام مُعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين متابعة المبحوثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، وأشكال التفاعل معها، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٢٢٧)، وهي دالة عند مُستوي (٠,٠١).

المراجع

- المصادر والمراجع العربية:
- أماني إبراهيم زوانه(٢٠١٥). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بصفحتها أداة للتعليم والتعلم لدى طلبة الجامعات الأردنية والاشباع المتحققة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط: كلية الإعلام، قسم الصحافة.
- خالد منتصر(٢٠١٥). شبكات التواصل الاجتماعي كأوعية علمية: دراسة للمجموعات الاعلامية بموقع الفيسبوك، بحث منشور في مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، الجزائر: جامعة الشهيد حمة لخضر، العدد (١٣).
- محمد جابر خلف الله (٢٠١٣) مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي، متاح علي الرابط التالي: <http://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/512902>
- ثانياً: المصادر والمراجع العربية:
- Akshay Java and Others, Why we Twitter: Understanding microblogging usage and communities, proceedings of the 9th webk DD and 1st SNA. KDD workshop, August,2007, P.7-8
- Boyd, Danah; Ellison, Nicole (2014). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication Vol. 13. Issue ,p56.(1)
- Kevin Makice, Op, Cit, P.3
- w alcker , Robert ,M. "internet Growth and states : today's road to E-commerce and Global trade".(2010) available at : <http://allaboutmarketresearch.com/internet.htm>
- .Wikipedia,(2014). It is available at: http://www.en.wikipedia.org/wiki/Social_media (site consulté le 25/03/2014 à 21h30
- Médias sociaux3.(2016), Is available at the following link http://fr.wikipedia.org/Média_sociaux
- .Marcel Danesi.(2009). Dictionary of media and communications, M.E. Sharpe, New York.p 17