

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

د/ إيمان فتحي عبد المحسن حسين\*

## مقدمة الدراسة:

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

## أولاً- تحديد المشكلة البحثية:

نظراً لتعدد واختلاف المعلومات التي يتم بثها عبر التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد، من خلال برامجها الثقافية، والإخبارية المختلفة، والتي

\* الأستاذ المساعد بقسم الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية - جامعة أم القرى

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

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

ومن هنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

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

ثانياً: أهمية الدراسة:

- (1) المكانة الخاصة للمسجد الحرام في قلوب المسلمين.
- (2) أهمية الدور التوعوي لأجهزة الإعلام الجديد المقدم للحجاج والمعتمرين عبر التطبيقات الإذاعية بها.
- (3) تكس الحجاج والمعتمرين من زائري المسجد الحرام والذي يزداد كل عام حتى يتعدى المليار زائر، مما يزيد من أهمية معرفة مدى الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد للحجاج والمعتمرين.
- (4) تزايد أعداد مستخدمي تطبيقات أجهزة الإعلام الجديد كوسيلة للحصول على المعلومات، بين مختلف فئات الجمهور المختلفة.

ثالثاً- أهداف الدراسة:

تمثلت أهداف الدراسة فيما يلي:

- (1) التعرف على مدى استخدام عينة الدراسة لأجهزة الإعلام الجديد.
- (2) التعرف على مستوى تعرض عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين.

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

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

### رابعاً- الإطار النظري للدراسة:

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في السبعينيات الميلادية من القرن الماضي، وذلك عندما ملأ كل من دي فلور وساندرا بول روكيش (وهما

صاحباً كتاب نظريات وسائل الإعلام ومؤسساً نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام) الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والإشباع، التي أهملت تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الإعلام، فأخذ المؤلفان بمنهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث اقترحا علاقة اندماج بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، وهذه هي البداية الأولى لهذه النظرية، وخرجت هذه النظرية من الدوافع الإنسانية للمدرسة الاجتماعية، حيث يرى باحثو النظرية أن هناك اعتماداً متبادلاً بين الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي الذي ينشأ فيه، فقد لاحظت (ساندرا بول روكيش) إحدى مؤسسي النظرية ومطوريها أن شمولية نظرية الاعتماد ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات الإعلام واستخداماته<sup>(1)</sup>.

ذلك أن تأثرنا بهذا النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله ينعكس على طريقة استخدامنا لوسائل الإعلام، ولا يقتصر التأثير على النظام الاجتماعي فحسب بل يشمل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور، وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملء الفراغ فيصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فعال وحيوي في الاتصال.

ونظرية الاعتماد لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في أن وسائل الإعلام قوية لأن الأفراد منعزلون بدون روابط اجتماعية، والأصح أنها تتصور أن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات، وتلزم الأفراد ببلوغ أهدافهم الشخصية علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اتساع مجال الأهداف التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام، والمفترض أن تكون وسائل الإعلام جزءاً مهماً من التركيب الاجتماعي للمجتمع الحديث، ويرى مؤسس النظرية أن لوسائل الإعلام علاقة بالأفراد والمجتمعات، وقد تكون هذه العلاقة متغيرة أو منتظمة، مباشرة أو غير مباشرة، قوية أو ضعيفة.

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

ويمكن القول أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تركز على العلاقات بين النظم ومكوناتها، وتنظر إلى المجتمع باعتباره مجتمعاً مركباً من مجموعة من الأفراد وليس من فرد واحد، وهي تبحث في العلاقة التي تربط هؤلاء الأفراد مع بعضهم البعض، ومن ثم تحاول تفسير سلوك كل جزء من تركيب هذا المجتمع على حدة لمعرفة ارتباط هذه العلاقات مع بعضها البعض.

ومن خلال اسم النظرية يتضح مفهومها وهو " الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها، ويبيّن (ديفلر وساندرا بول) أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيحية منها.(2)

### الركائز التي تقوم عليها علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام

وتقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

#### (1) الأهداف

لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

#### (2) المصادر

يسعى الأفراد المراهقون والمنظمات المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم(3)، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاث أنواع من مصادر المعلومات هي:

(أ) المصدر الأول: هو جمع المعلومات فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات التي نحتاج إلى معرفتها، ويقدم كاتب السيناريو معلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح لنا هدف اللعب أو المرح أو الاسترخاء.

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

**(ب) المصدر الثاني:** هو تنسيق المعلومات ويشير إلى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فيلم سينمائي.

**(ج) المصدر الثالث:** ذلك أن اعتماد الجمهور على مصادر المعلومات يمكن أن يميز من خلال ثلاث نقاط :

**(أ) التوزيع:** يختلف اعتماد الجمهور على مصادر المعلومات وهذا أساس اختلاف مستويات الاعتماد فيما بينهم، فالمرهقون يختلفون في مستوى الاعتماد على مصادر المعلومات.

**(ب) المفاضلة:** فمصادر متنوعة والاختلاف يظهر في ممارسة انتقائية المعلومات فهناك من يعتمد على وسيلة دون سواها ويسمي اعتماد كيف وهناك من يوزع اعتماده على أكثر من وسيلة، وتتعدد وتنوع مصادر المعلومات فقد تكون إذاعات محلية أو إذاعات دولية أو قنوات تليفزيونية أرضية أو فضائية أو الصحف، وهناك من المرهقين من يكتف اعتماده على وسيلة واحدة ومنهم من يوزع اعتماده على أكثر من وسيلة.

**(ج) البعدية:** وهو يشير إلى مدى اعتماد الفرد على مصادر محددة في مواضيع محددة وإمكانية اللجوء إلى مصادر أخرى غير مصادرهم تجاه قضية خلافية للحصول على المعلومات.<sup>(4)</sup>

وهناك مجالات عديدة يعتمد فيها الجمهور ومنهم المرهقين على نظام وسائل الإعلام لتلبية أهدافهم المعرفية في إطار الحاجة إلى معرفة العالم الاجتماعي حولنا، معرفة تمثل المعاني السائدة في هذا العالم (الحاجة إلى التسلية، الحاجة إلى التعبير السريع بالهروب من المشكلات اليومية والقضاء على التوتر التي تسببه)، وهذه كلها حاجات يلبئها نظام وسائل الإعلام بالإضافة إلى التسلية وهناك حالة أخرى يزيد فيها اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وهي الحالة التي يرتفع فيها الصراع أو التغيير الذي يحدث في المجتمع، ويؤكد أصحاب هذا النموذج على أن اعتماد الجمهور على نظام وسائل الإعلام يظهر بتأثير دوافع النمو والبقاء في المراحل العمرية المختلفة التي تجعل الفرد يسعى إلى تحقيق ثلاثة أهداف رئيسية تتمثل في الفهم للذات والعالم المحيط به ثم

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

توجيه الفرد إلى الأنماط السلوكية والقرارات الخاصة والاجتماعية وكذلك هدف التسلية.<sup>(5)</sup>

### الافتراضات التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الافتراضات نستعرضها فيما يلي:.

يعد النظام الإعلامي مهماً للمجتمع وتزداد درجة اعتماد الجمهور عليه في حالة إشباعه لحاجاته<sup>(6)</sup>، يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما كان النظام الإعلامي قادراً على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور، وفي هذه الحالة ينبغي على النظام الإعلامي أن يتطور<sup>(7)</sup>.

- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام كنتيجة لاختلافهم في الأهداف أو المصالح والحاجات الفردية<sup>(8)</sup>، ويختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الإعلام (الصفوة قمة الهرم) قد يكون له وسائل إعلامية الخاصة به غير الوسائل التقليدية (الصحافة...)، بمعنى أن للصفوة مصادرها في الحصول على المعلومات (برقيات أو وكالات أنباء) والتي ليست متاحة لكل الناس.

- تختلف درجة استقرار النظام الاجتماعي وتوازنه نتيجة التغيرات المستمرة وتبعاً لهذا الاختلاف تزيد أو تقل الحاجة إلى المعلومات والأخبار، ففي حالة عدم الاستقرار الاجتماعي تزداد الحاجة للمعلومات فيكون الأفراد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام، وكلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع زادت حاجة المجتمع للمعلومات (أي تغيير اجتماعي أو سياسي أو اقتصادي).<sup>(9)</sup>

### مميزات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يحدد بعض الباحثين مزايا مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام في النقاط التالية:.

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

- 1- تأخذ هذه النظرية في الحسبان حقيقة أن التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام بالنسبة للجمهور ربما تؤدي إلى تأثيرات على النظام الاجتماعي وعلى النظام الإعلامي نفسه فتؤدي إلى التغيير إما من خلال النظام السياسي أو بواسطة آلية السوق الحر وظهور وسائل إعلام بديلة.<sup>(10)</sup>
  - 2- مقاييس الاعتماد أكثر أهمية من مقاييس الاستخدام العام وذلك بمجرد حساب المتغيرات الديموجرافية ودرجة الاهتمام، ولا تقوم مقاييس الاستخدام العام بمساهمة ذات دلالة في المعرفة.
  - 3- من فوائد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أننا نستطيع أن نستخدم نفس المفاهيم الأساسية التي تنطبق على العلاقات الكبيرة بين النظم لبحث العلاقات الأكثر تحديداً بين الأفراد ووسائل الإعلام الجماهيرية.<sup>(11)</sup>
  - 4- توجيه النظر إلى الاهتمام بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من المتغيرات الفردية والشخصية ولذلك فهي أصلح النماذج الاتصالية وأشملها في التعامل مع النظام الاجتماعي<sup>(12)</sup>، كما يتضمن مدخل الاعتماد نطاق واسع للتأثيرات الممكنة التي يمكن أن تحدثها وسائل الإعلام على الناس والمجتمع سواء كانت هذه التأثيرات بمجموعة من الظروف المصاحبة لموقف محدد.<sup>(13)</sup>
  - 5- أن النموذج مفتوح ويشمل عدد من التأثيرات والإمكانات وقد حاول النموذج تجنب عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام ونماذج التأثير المباشر ووجود تأثير غير محدود على الجمهور.<sup>(14)</sup>
- ويذكر محمود إسماعيل أن نظرية الاعتماد تعد نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الاتصال والرأي العام وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة وهو الميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج.<sup>(15)</sup>

### دوافع اختيار نظرية الاعتماد في الإطار النظري للدراسة:

تُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Mass Media Dependency Theory مدخلاً نظرياً ملائماً لهذه الدراسة وهو الإطار النظري الذي تقوم على أساسه هذه الدراسة للأسباب التالية:

1- تساعد نظرية الاعتماد على اختبار مدى اعتماد الحجاج والمعتمرين على التطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد في إمدادهم بالمعلومات التوعوية، واعتمادهم على هذه التطبيقات لتزويدهم بالمعلومات التوعوية كوسيلة ومصدر من مصادر المعرفة.

2- تعمل نظرية الاعتماد على توضيح الآثار المعرفية والوجدانية لدى الحجاج والمعتمرين من حيث مدى إلمامهم بالمعارف والمعلومات التوعوية، ومدى وجود اختلافات بينهم وبين الذين لا يتعرضون للتطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد .

3- تساعد نظرية الاعتماد على التعرف على متي؟ ولماذا؟ تتعرض الحجاج والمعتمرين للتطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد، وما التأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد.

### خامساً- مراجعة الدراسات السابقة:

تم الرجوع إلى الدراسات السابقة التي تتعلق بموضوع الدراسة والتي أجريت خلال العقد الأول من هذا القرن، كنوع من التدعيم لأفكار الدراسة والمساعدة في بناء إطارها الفكري.

وتمثلت الدراسات السابقة في المحورين التاليين:

### المحور الأول : دراسات تناولت الإعلام الجديد وتطبيقاته

- توصلت دراسة عبير الرحباني (2016)<sup>(16)</sup> حول استخدامات الإعلام الجديد وانعكاساته على الصحف الورقية اليومية في الأردن – صحافة الموبايل إلى أن الإعلام الجديد صحافة المحمول احتل المرتبة الأولى كأفضل وسيلة للحصول على الأخبار من قبل الصحفيين.

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

- أكدت دراسة **Ziani, Elareshi (2015)** <sup>(17)</sup> أن معظم المبحوثين يتلقون الأخبار من مصادر مختلفة على شبكة الانترنت عبر هواتفهم النقالة.
- هدفت دراسة **Dube & Helkkula (2015)** <sup>(18)</sup> إلى معرفة تأثيرات خبرات الأفراد في استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية المحمولة، وأظهرت النتائج بأنه يوجد تأثير لخبرات الأفراد في استخدامهم لتطبيقات الهواتف الذكية حيث أن الهواتف الذكية تحتوي على عدة تطبيقات متاحة للاستخدام من قبل الأفراد تساعد في عدة أمور هم بحاجة لها، بالإضافة إلى أنه المستوى العملي والعلمي له تأثير على مدى استخدام الأفراد لتطبيقات الهواتف الذكية بشكل مباشر.
- انتهت دراسة **إيمان الشرفاوي (2014)** <sup>(19)</sup> حول جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية. دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي إلى أن هناك علاقة طردية بين التسهيلات التي تتيحها الامكانات الاتصالية لوسائل الإعلام الجديد واستغلال الجماعات الإرهابية لهذه الإمكانيات في تحقيق أهدافها المادية والمعنوية والتنظيمية من خلال أشكال جديدة من الممارسات الإرهابية مما جعل هذه الأشكال الإعلامية بيئة ملائمة للممارسات الإرهابية لبعض الجماعات.
- خلصت دراسة **weiman (2014)** <sup>(20)</sup> حول دراسة الإعلام الجديد والإرهاب الجديد إلى انتشار وشهرة الشبكات الاجتماعية، ومجانية الاستعمال والوصول والذهاب إلى الجماهير المستهدفة، كما يؤكد أهمية الانترنت لأنشطة الجماعات الإرهابية سواء جمع المعلومات أو الدعاية.
- كشفت دراسة **Wolf & Schnauber (2014)** <sup>(21)</sup> أن المبحوثين يعتمدون بشكل كبير على الهاتف المحمول في القراءة، و يليها الكمبيوتر ومن ثم التليفزيون وتليها الصحف المطبوعة، كما أكدت أن المبحوثين يستخدمون الهاتف المحمول لتلقى الأخبار بشكل أكبر من الصحف التقليدية ويعتمدون بالدرجة الأولى على المواقع الالكترونية التابعة للصحف لتلقى المعلومات.
- أظهرت نتائج **Chun et al (2013)** <sup>(22)</sup> حول رضا المستخدمين للهواتف الذكية عن تطبيقات الهواتف الذكية أن معظم مستخدمي الهواتف الذكية لديهم

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

رضا عن تطبيقات هوايتهم، وإن رضا المستخدم يتأثر بسياسة الخصوصية لتطبيقات الهاتف وسهولة الاستخدام وإمكانية تحسين أداء الجهاز.

- استهدفت دراسة **BILLRose , JoeLen SKI (2008)** (23) اكتشاف عالم الراديو وتطوراته الحديثة المتمثلة في عدة أشكال رقمية مثل : الراديو المباشر، ورايو الانترنت، والراديو الفضائي، وأظهرت النتائج أن حوالي 33 مليون مستمع أمريكي يستمعون لراديو الانترنت بنسبة 13% من السكان.

- أكدت دراسة **Frans Kozamernik and Michael Mullane (2005)** (24) إلى أن أهم أسباب الاستماع لراديو الانترنت هي الاستماع إلى مواد صوتية ليست موجودة في أي وسيلة أخرى بنسبة 17%، يليها التحكم في اختيار أو تشغيل المواد الموسيقية بنسبة 15%، كما أثبتت أن أهم أسباب عدم الاستماع لراديو الانترنت هي استخدام وسائل أخرى بنسبة 12%.

### المحور الثاني : دراسات تناولت التوعوية والحجاج والمعتمرين

- هدفت دراسة **وجدي حلمي عيد و محمد علي غريب (2017)** (25) إلى معرفة دور الإعلام الأمني في دعم صورة المملكة العربية السعودية لدى الحجاج والمعتمرين والتصدي للحملات الإعلامية الموجهة من الخارج حيث اظهرت النتائج أن نسبة 73% من الحجاج والمعتمرين يتابعون وسائل الإعلام السعودي الأمني في فترة الحج، وذلك لحرصهم الشديد بمعرفة كل ما هو جديد، كذلك أثبتت أن أفراد العينة اعتمدوا بشكل كبير على المصادر الإعلامية في جمع المعلومات الخاصة بالأمن والسلامة في فترة الحج، كما أثبتت وجود فروق ذات دلالة احصائية بين دور الإعلام الأمني السعودي في نشر التوعوية الأمنية في فترة الحج والخصائص الديموجرافية للمبحوثين.

- أوضحت دراسة **وجدي حلمي عيد (2014)** (26) على أن دور مواقع الانترنت المرئية في إمداد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة واتجاهاتهم نحوها أن نسبة 32.4% من أفراد العينة يروا أن أهم أسباب الاعتماد على مواقع الانترنت في الحصول على معلومات

خاصة بمناسك الحج والعمرة، ونسبة 36.2% منهم يعتمدون عليها الحصول على المعلومات والمعارف الدينية بصفة عامة كما أثبتت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية في مستوى المعرفة نحو مناسك الحج والعمرة ووجود فروق ذات دلالة احصائية في مستوى المعرفة بمعلومات مناسك الحج والعمرة والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين.

- أكدت دراسة **فضل رحيم خان، عثمان قزاز (2014)**<sup>(27)</sup> إلى 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 احصائية على عدد الاتصالات وتكرارها في المواقف العصبية.

- انتهت دراسة **عثمان قزاز (2014)**<sup>(28)</sup> إلى وجود فروق دالة إحصائية بين مصادر الحصول على المعلومات المرتبطة بمناسك الحج والعمرة والخصائص الديموجرافية، كذلك أوضحت النتائج عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع وأسباب اعتماد الحجاج والمعتمرين على خطباء المساجد في الحصول على المعلومات والخصائص الديموجرافية .

- أظهرت دراسة **عثمان بكر قزاز، أحمد البدوي طه (2014)**<sup>(29)</sup> حول تقييم برنامج التطوير المركزي الخاص بالهيئة التنسيقية لمؤسسات أرباب الطوائف في حج عام 2014، أن 100% من عينة الدراسة قد أتموا طواف القدوم قبل إجراء المقابلات معهم، أن هناك نسبة 55.6% قد تحركوا حسب تعليمات المؤسسة، أن نسبة 69% من حجاج مؤسسة جنوب شرق آسيا أفادوا بأنهم استفادوا من برنامج التطوير المركزي، أن نسبة 54.1% من حجاج مؤسسة أفريقيا غير العربية أفادوا بأنهم استفادوا من برنامج التطوير المركزي، أن نسبة 53.5% من حجاج مؤسسة الدول العربية أفادوا بأنهم استفادوا من برنامج التطوير المركزي.

- خلصت دراسة: **وجدي حلمي عبد الظاهر (2013)**<sup>(30)</sup> حول التعرف علي دوافع تعرض الحجاج والمعتمرين لقناتي القرآن الكريم والسنة النبوية في تنمية الوعي بالثقافة الدينية والإشباع المتحققة منها، وتصور مستقبلي

لتطبيق تكنولوجيا الاتصال بهما، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض المبحوثين لقناتي قناتي القرآن الكريم والسنة النبوية بين كل من (النوع وجاءت لصالح الإناث، والفئات العمرية، والمستويات التعليمية، والجنسية)، كما أشارت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أسباب ودوافع تعرض المبحوثين لقناتي قناتي القرآن الكريم والسنة النبوية والخصائص الديموجرافية للمبحوثين المتمثلة في (النوع لصالح الذكور - السن- المستوى التعليم - الجنسية)، كما أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية والإشباع المتحققة من التعرض لقناتي الدراسة باختلاف الخصائص الديموجرافية (النوع لصالح الذكور - السن- المستوى التعليم - الجنسية)، كما أكدت نتائج الدراسة أيضا عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مقترحات تطوير قناتي القرآن الكريم والسنة النبوية والخصائص الديموجرافية المتمثلة في (النوع لصالح الإناث - القدوم- السن- المستوى التعليم - الجنسية)

- أكدت دراسة **وجدى حلمي عبد الظاهر (2013)** <sup>(31)</sup> وجود علاقة طردية ضعيفة بين حجم التعرض لمواقع الانترنت المرئية ومستوى المعرفة نحو مناسك الحج والعمرة، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوعية المعارف المكتسبة بمناسبة الحج والعمرة والمتغيرات الديموجرافية للمبحوثين.

- هدفت دراسة: **أسامة صالح الحريري (2004)** <sup>(32)</sup> تحليل البث الإذاعي لقناة الاتصال الجماهيري (إذاعة الحج بمنى) من خلال منظور الخماسية، كذلك استقصاء محتوى المادة الإعلامية التي تم بثها عبر قناة (إذاعة الحج بمنى) وذلك من خلال أداة تحليل المضمون طوال فترة البث، وتمثلت أهم نتائج الدراسة ارتفاع كل من نسبة (الاتصال الرباني) وكذلك هدف القدوة والتي وصلنا المعلومات الشرعية في المجتمع السعودي الذي يؤكد على البعد الرباني في الاتصال وعلى القدوة كوسيلة للوصول إلى هذا الهدف، كذلك ارتفاع نسبة (الاتصال الذاتي) والتي وصلت إلى 75.3% هو مؤشر جيد كذلك لمسار المعلومات ولشخصية المجتمع السعودي المتناصح، كذلك انخفاض نسبة الاتصال الجماهيري 58.3% هو مؤشر جيد رغم انخفاضه

حيث يبين خصوصية هذا الاتصال وانحصاره على الفئة المختصة التي لديها حق الفتوى والارشاد والاتصال الجماهيري.

- تناولت دراسة: محمد بن علي الشريف (2004) (33) احتياجات المعتمرين التوعوية، حيث هدفت الدراسة إلى محاولة التعرف على أنسب الوسائل ومصادر المعلومات التي يمكن أن يحصل المعتمرين عن طريقها على المعلومات الإرشادية، وكذلك الإسهام في تحديد الرسائل التوعوية التي يحتاج إليها المعتمر وأفضل الوسائل المناسبة لحمل هذه الرسائل إليه، حيث أثبتت نتائج الدراسة أن المعتمرين يحتاجون إلى معلومات في جميع المجالات المختلفة؛ لذا لا بد أن يكون الإرشاد والأدلة الإرشادية شاملة لجميع الاحتياجات، وأن تكون الأولوية للمعلومات المتعلقة بالتنقلات اليومية من وإلى مقر الإقامة والمعلومات المتعلقة بالمرافق العامة والمعلومات المتعلقة بأداء النسك، آلية إمداد المعتمر بالمعلومات الإرشادية التي يحتاجها أثناء تأدية النسك هي مرشد ديني من بلد المعتمد، حيث أفاد بذلك (68.2%) من المبحوثين، ثم يأتي بعد ذلك أحد المرافقين، ومرشد مؤسسة العمرة، والكتب الإرشادية، ومرشدو التوعية في المملكة، والمحاضرات، ووسائل الإعلام المختلفة.

### أوجه الاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بالدراسة وإطارها النظري:

- 1- استفادت الباحثة من نتائج الدراسات السابقة في تحديد النظرية المستخدمة والتي تمثلت في نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، و التعرف على المنهج المستخدم لكون أغلب الدراسات من نوع الدراسات الوصفية.
- 2- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد المشكلة وصياغتها بشكل أدق وتوضيح أهميتها وأهدافها وتساؤلاتها و منهجيتها.
- 3- كما تمكنت الباحثة من التعرف على حجم وطرق سحب العينة، وكيفية تحديد متغيرات الدراسة، وصياغة الفروض، وكذلك كيفية صياغة أسئلة استمارة الاستبيان.

4- ساعدت الدراسات السابقة الباحثة في تحديد الإطار النظري المناسب لمضمون الدراسة، و تحديد الأساليب الاحصائية الملائمة للبحث.

#### سادساً- تساؤلات الدراسة:

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

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

- (10) ما الاقتراحات التي يقدمها الجمهور لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم؟
- (11) ما الاقتراحات التي يقدمها الجمهور لزيادة فاعلية التطبيقات الإذاعية بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين؟

#### **سابعاً- فروض الدراسة:**

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

#### **ثامناً: مصطلحات الدراسة:**

#### **الفاعلية التوعوية (تعريف إجرائي)**

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

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

### التطبيقات الإذاعية (تعريف إجرائي)

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

### أجهزة الإعلام الجديد (تعريف إجرائي)

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

### تاسعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

(أ) **نوع الدراسة ومنهجها:** تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية والتي من خلالها تسعى الباحثة الى التعرف على الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي.

(ب) **مجتمع وعينة الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في حجاج بيت الله الحرام وتمثلت عينة الدراسة في عينة عشوائية قوامها (400) مفردة وتمثل خصائص العينة فيما يلي:

### **جدول رقم (1) يوضح خصائص عينة الدراسة**

(ن = 400)		العينة المتغيرات	
%	ك		
50	200	ذكور	النوع
50	200	إناث	
100	400	المجموع	
2	8	أقل من 20 سنة	العمر
13.5	54	من 20 إلى 30 سنة	

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

38	152	من 30 إلى 40 سنة	التعليم
25	100	من 40 إلى 50 سنة	
21.5	86	من 50 سنة فأكثر	
100	400	المجموع	
5.75	23	أمي	
15.5	62	يقرأ ويكتب	
24	96	متوسط	
24.25	97	ثانوية	
26	104	جامعي	
4.5	18	دراسات عليا	
100	400	المجموع	
53.5	214	الدول العربية	
5.25	21	جنوب شرق آسيا	
30	120	جنوب آسيا	
0.75	3	تركيا والدول الأوربية	
6	24	أفريقيا غير العربية	
4.5	18	إيران	
100	400	المجموع	
70	280	مرة واحدة	عدد مرات الحج والعمرة
18.75	75	مرتين	
11.25	45	ثلاث مرات فأكثر	
100	400	المجموع	

(ج) أدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على صحيفة الاستقصاء تضمنت الجوانب المختلفة التي تسعى الدراسة للتعرف عليها وفقاً لأهداف وفروض الدراسة، وقد تم تطبيق الاستبيان من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين، وهو ما يعطي الفرصة للتأكد من فهم المبحوث للأسئلة الواردة من ناحية، ومواجهة ما قد يطرأ من صعوبات أثناء التطبيق من ناحية أخرى، وللتأكد من صدق وثبات الاستمارة قامت الباحثة أولاً بعرضها على مجموعة من المحكمين<sup>(34)</sup> وفي ضوء توجيهاتهم تم التعديل في صياغة بعض الأسئلة وإضافة البعض الآخر وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات، بالإضافة إلى ذلك قامت الباحثة بإجراء

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

اختبار قبلي pre -test على عينة قوامها (10%) من المبحوثين عينة الدراسة من أجل التأكد من سلامة صحيفة الاستبيان وما تتضمنه من أسئلة، وأيضاً للتأكد من ثبات البيانات استخدمت الباحثة أسلوب إعادة الاختبار testRe- Test على عينة قوامها (10%) من العينة بعد فترة تمثلت في أسبوعين من تطبيق الاستبيان وأوضحت نتائج التطبيق تطابق الاستقصاء في الحالتين وهو ما يشير إلى معدل مرتفع للثبات 90% مما يشير إلى صلاحية الاستمارة ودقتها.

#### **(د) المعالجة الإحصائية للبيانات:**

أساليب المعالجة الإحصائية:-

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

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:-

- (1) التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- (3) معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين المتغيرات.
- (4) اختبار كا<sup>2</sup> Chi Square Test . لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- (5) معامل كرامرز في Cramer, S V . والذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من 2×2 واعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل اقل من 0.30 ومتوسطة إذا تراوحت بين 0.30 – 0.70 وقوية إذا زادت عن 0.70

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

(6) اختبار T- Test وهو أسلوب إحصائي بارامترى لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

### عاشراً-نتائج الدراسة

#### أولاً: نتائج الدراسة الميدانية

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

جدول رقم (2) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث لامتلاك جهاز اعلام جديد به تطبيق اذاعي

الدالة د ح 1	كا2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع معدل الامتلاك
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.082 غير دالة	3.020	75.3	301	71.5	143	79	158	نعم
		24.7	99	28.5	57	21	42	لا
		100	400	100	200	100	200	الجملة

يتضح من الجدول السابق:-

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

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

مما سبق نلاحظ :-

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

ارتفاع نسبة امتلاك عينة الدراسة (ذكور - إناث) لأجهزة الاعلام الجديد المزودة بتطبيق إذاعي ويرجع ذلك لانتشار تلك الأجهزة وانخفاض أسعارها.

## 2- معدل استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي.

جدول رقم (3) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث لمعدل استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي

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

يتضح من الجدول السابق:-

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

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

- تتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة **Wolf& Schnauber** (2014) <sup>(35)</sup> حيث أكدت أن المبحوثين يستخدمون الهاتف المحمول لتلقى الأخبار بشكل أكبر من الصحف التقليدية، كذلك اتفقت مع نتائج دراسة **Chun et al** (2013) <sup>(36)</sup> حيث أظهرت نتائج الدراسة أن معظم مستخدمي الهواتف الذكية لديهم رضا عن تطبيقات هواتفهم، كما اتفقت مع نتائج دراسة **BILLRose, JoeLen SKI** (2008) <sup>(37)</sup> حيث أظهرت

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

النتائج أن حوالي 33 مليون مستمع أمريكي يستمعون لراديو الانترنت  
بنسبة 13% من السكان.

### 3- أسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي

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

جدول رقم (4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي

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

#### يتضح من الجدول السابق:-

أن أبرز أسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي التي تبث على أجهزة الإعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) في الترتيب الأول هي الاستماع إلى إذاعة القرآن الكريم بنسبة 73.7% ، يليها في الترتيب الثاني الاستماع إلى البرامج الدينية المختلفة بنسبة 64.5%، يليها في الترتيب الثالث الاستماع إلى الأحاديث الشريفة والأدعية بنسبة 39.5%، يليها في الترتيب الرابع التعرف على الخدمات التي تقدم للحجيج والمعتمرين بالحرم المكي بنسبة 26.3%، يليها في الترتيب الخامس الاستماع إلى البرامج الصحية بنسبة 23%، وجاء في الترتيب السادس التعرف على حركة المرور بمكة المكرمة بنسبة 15.8%، يليها في الترتيب السابع التعرف على المعلومات التوعوية

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

بأماكن الرعاية الصحية بعرفات بنسبة 15.1%، يليها في الترتيب الثامن الاستماع إلى التوجيهات المختلفة المتعلقة بحركة الحجج اثناء رمي الجمرات، وأيضا الاستماع الى خطب المشايخ والعلماء بنسبة 14.5%، يليها في الترتيب التاسع التعرف على معلومات الحجج التائهين بنسبة 10.5%، يليها في الترتيب العاشر والأخير تعلم مناسك الحج والعمرة الصحيحة بنسبة 7.2%.

- اختلفت نتائج الدراسة الحالية عن دراسة **Ziani, Elareshi** (38) (2015) حيث أثبتت أن معظم الباحثين يستخدمون هواتفهم النقالة لتلقي الأخبار من مصادر مختلفة، كذلك اختلفت مع نتائج دراسة **Frans Kozamernik and Michael Mullane** (2005) (39) حيث أثبتت أن أهم أسباب الاستماع لراديو الانترنت هي الاستماع إلى مواد صوتية ليست موجودة في أي وسيلة بنسبة 17%، يليها التحكم في اختيار أو تشغيل المواد الموسيقية بنسبة 15%.

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

### جدول رقم (5) قيمة Z لأسباب استخدام (عينة الدراسة) للتطبيق الإذاعي

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

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

أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائياً بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في استخدام التطبيق الإذاعي الذي يبيت على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل – تابلت- أي باد – أي فون) على النحو الآتي:

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن سبب استخدام التطبيق الإذاعي الذي يبيت على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل – تابلت- أي باد – أي فون) هو الاستماع إلى البرامج الصحية بنسبة (14.1%) للذكور في مقابل نسبة (36.7%) للإناث ، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (3.215) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%)، وقد يرجع ذلك إلى سهولة استخدام الإناث لشبكة الانترنت داخل المنزل و الموبايل، ورغبتهم في معرفة كل ما هو جديد.

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن سبب استخدام التطبيق الإذاعي الذي يبيت على أجهزة الإعلام الجديد (موبايل – تابلت- أي باد – أي فون) هو التعرف على معلومات الحجاج التائهيين بنسبة (15.2%) للذكور في مقابل نسبة (3.3%) للإناث ، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (2.326) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

#### 4- أسباب عدم استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي:

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

جدول رقم (6) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب عدم استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي

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

#### يتضح من الجدول السابق:-

أن أبرز أسباب عدم استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) في الترتيب الأول لا يوجد لدي وقت بنسبة 36.9% ، يليها في الترتيب الثاني لدي طرق أخرى للحصول على المعلومات بنسبة 32.2%، يليها في الترتيب الثالث أفضل استخدام الانترنت في البحث عما احتاجه من معلومات حول حركة المرور وغيرها بنسبة 22.8%، وأخيراً لعدم بث برامجه بلغتي بنسبة 7.4%.

- اختلفت نتائج الدراسة الحالية عن نتائج دراسة Frans Kozamernik and Michael Mullane (2005) (40) حيث أثبتت أن أهم أسباب عدم الاستماع لراديو الانترنت هي استخدام وسائل أخرى بنسبة 12%.

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

جدول رقم (7) قيمة Z لأسباب عدم استخدام (عينة الدراسة) للتطبيق الإذاعي

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

أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائياً بين الذكور والإناث (عينة الدراسة) في عدم استخدام التطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الإعلام الجديد (موبايل - تابلت - أي باد - أي فون) على النحو الآتي:

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن سبب عدم استخدام التطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الإعلام الجديد (موبايل - تابلت - أي باد - أي فون) هو أفضل استخدام الانترنت في البحث عما احتاجه من معلومات حول حركة المرور وغيرها بنسبة (40.9%) للذكور في مقابل نسبة (8.4%) للإناث ، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (4.676) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%) .

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

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

**5- معدل اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات المختلفة:**

جدول رقم (8) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث لمعدل استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي

الدلالة د ح 1	كا2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع معدل الاستخدام
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.161 غير دالة	1.963	40.5	122	36.4	52	44.3	70	نعم
		59.5	179	63.6	91	55.7	88	لا
		100	301	100	143	100	158	الجملة

**يتضح من الجدول السابق:-**

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

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

**مما سبق نلاحظ :-**

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

## 6- نوع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي

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

جدول رقم (9) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لنوع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي

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

### يتضح من الجدول السابق:-

أن أبرز أنواع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي التي تبث على أجهزة الإعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) في الترتيب الأول فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة بنسبة 58.2% ، يليها في الترتيب الثاني معلومات عن مناسك الحج والعمرة الصحيحة بنسبة 49.2%، يليها في الترتيب الثالث معلومات عن طرق النظافة الشخصية بنسبة 47.5%، وأخيراً معلومات عن كيفية التواصل مع الدفاع المدني في حالات الطوارئ بنسبة 15.6% .

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

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

جدول رقم (10) قيمة Z لنوع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي

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

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

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن نوع المعلومات التي اكتسبتها من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل – تابلت- أي باد – أي فون) هو فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة بنسبة (42.8%) للذكور في مقابل نسبة (78.8%) للإناث، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (3.969) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن نوع المعلومات التي اكتسبتها من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي الذي يبيث على

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

أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) هو معلومات عن أماكن الرعاية الصحية المقدمة للحجاج والمعتمرين بنسبة (50%) للذكور في مقابل نسبة (21.2%) للإناث، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (3.238) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن نوع المعلومات التي اكتسبتها من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) هو معلومات عن حركة المرور بمكة المكرمة بنسبة (25.7%) للذكور في مقابل نسبة (5.7%) للإناث ، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (2.874) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن نوع المعلومات التي اكتسبتها من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) هو معلومات عن الخدمات التي تقدمها الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام بنسبة (34.3%) للذكور في مقابل نسبة (15.4%) للإناث ، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (2.337) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- وتتفق نتائج الدراسة الحالية مع نتائج دراسة أسامة صالح الحريري<sup>41</sup> (2004) حيث أثبتت ارتفاع نسبة الاتصال الرباني وكذلك هدف القدوة و التي وصلنا المعلومات الشرعية في المجتمع السعودي الذي يؤكد على البعد الرباني في الاتصال وعلى القدوة كوسيلة للوصول إلى هذا الهدف، كذلك ارتفاع نسبة الاتصال الذاتي والتي وصلت إلى 75.3% هو مؤشر جيد لمسار المعلومات، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة الحالية حيث جاءت فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة في مقدمة المعلومات التي اكتسبها عينة الدراسة من التطبيق الإذاعي بنسبة 58.2%.

**7- أسباب عدم اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات**

(7- أ) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب عدم اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات  
جدول رقم (11) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب عدم اعتماد عينة الدراسة على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات

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

**يتضح من الجدول السابق:-**

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

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

جدول رقم (12) قيمة Z لأسباب عدم اعتماد الذكور والإناث (عينة الدراسة) على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات

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

أوضحت النتائج التفصيلية لدلالة الفروق إحصائياً بين الذكور والإناث (عينه الدراسة) في أسباب عدم اعتمادهم على التطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الإعلام الجديد (موبايل - تابلت - أي باد - أي فون) للحصول على المعلومات على النحو الآتي:

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اعتمادهم على التطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الإعلام الجديد (موبايل - تابلت - أي باد - أي فون) هو لأن لديهم مصادر أخرى للحصول على المعلومات بنسبة (75%) للذكور في مقابل نسبة (49.4%) للإناث، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (3.511) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اعتمادهم على التطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت - أي باد - أي فون) هو لا يقدم لي معلومات جديدة بنسبة (30.7%) للذكور في مقابل نسبة (9.9%) للإناث ، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (3.460) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اعتمادهم على التطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الاعلام

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

الجديد (موبايل – تابلت- أي باد – أي فون) هو أخرى تذكر (لا أعرف استخدامه) بنسبة (11.4%) للذكور في مقابل نسبة (26.4%) للإناث، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (3.393) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اعتمادهم على التطبيق الإذاعي الذى يثبت على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل – تابلت- أي باد – أي فون) هو لأنني لا أثق بما يقدم بها من معلومات بنسبة (3.4%) للذكور في مقابل نسبة (19.8%) للإناث ، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (2.552) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

### 8- معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي.

جدول رقم (13) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث لمعدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي

الدالة د ح 1	كا2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع معدل الاهتمام
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.001 دالة	11.919	47.5	143	37.1	53	56.9	90	نعم
		52.5	158	62.9	90	43.1	68	لا
		100	301	100	143	100	158	الجملة

### يتضح من الجدول السابق:-

أن نسبة 56.9% من أفراد العينة الذكور يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد (موبايل – تابلت- أي باد – أي فون)، وأن نسبة 43.1% منهم لا يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي ، في حين أن نسبة 37.1% من أفراد العينة الإناث يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد ، وأن نسبة 62.9% منهن لا يهتمون بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي،

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

ومن ثم نجد أن قوة العلاقة باستخدام اختبار كرامرز في S V،Cramer = 0.199 وهي دالة عند مستوى 0.001، وكذلك يتضح أيضا وجود فروق ذات دلالة إحصائية ضعيفة بين أفراد العينة الذكور والإناث في اهتمامهم بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) ، حيث كانت قيمة كا = 11.919، وهي دالة عند مستوى دلالة 0.001.

### مما سبق نلاحظ :-

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

### 9- أسباب اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي

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

جدول رقم (14) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي

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

### يتضح من الجدول السابق:-

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

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

جدول رقم (15) قيمة Z لأسباب اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي

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

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

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

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

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

## 10- أسباب عدم اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي

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

جدول رقم (16) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب عدم اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي

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

### يتضح من الجدول السابق:-

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

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

جدول رقم (17) قيمة Z لأسباب عدم اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي

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

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

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اهتمامهم بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) هو أنهم يفضلون الجلوس بالحرم وقراءة القرآن والاستماع لمشايخ الحرم بنسبة (32.3%) للذكور في مقابل نسبة (10%) للإناث، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (3.492) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اهتمامهم بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي الذي يبيث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) هو أنها غير مهمة بالنسبة لي بنسبة (22.1%) للذكور في مقابل نسبة (48.9%) للإناث، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة

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

(3.441) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اهتمامهم بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي الذى يبيث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) هو لأنها تسبب ضياع الكثير من الوقت في الاستماع لها بنسبة (33.8%) للذكور في مقابل نسبة (14.4%) للإناث، والفارق دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (2.992) وهى أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم اهتمامهم بالمعلومات التوعوية المقدمة عبر التطبيق الإذاعي الذى يبيث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل - تابلت- أي باد - أي فون) هو لأنها لا تقدم معلومات غير كافية بنسبة (42.6%) للذكور في مقابل نسبة (31.3%) للإناث، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (1.490) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

#### 11- معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.

جدول رقم (18) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث لمعدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم

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

يتضح من الجدول السابق:

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

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

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

### مما سبق نلاحظ :-

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

### 12- اسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماع راديو لاسلكية توزع عليهم : وتتضمن الجداول الآتية:.

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

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

جدول رقم (19) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم

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

يتضح من الجدول السابق:-

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

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

جدول رقم (20) قيمة Z لأسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم

مدى الدلالة	قيمة z	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع الأسباب
		%	ك	%	ك	%	ك	
داله	3.944	46.4	170	56.2	108	35.6	62	قلة عدد الحجاج ممن يستخدمون بصورة منتظمة أجهزة الإعلام الجديد
غير داله	1.657	67.5	247	71.4	137	63.2	110	لضمان استخدامها برامج تبث بلغات مختلفة

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

تنوع البرامج التي سببت بها لتوصيل المعلومة	117	67.2	142	81.6	259	70.8	1.409	غير داله
ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى	140	80.4	145	75.5	285	77.9	1.135	غير داله
جملة من سئلوا	174	192	366					

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

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم هو قلة عدد الحجاج ممن يستخدمون بصورة منتظمة أجهزة الإعلام الجديد بنسبة (35.6%) للذكور في مقابل نسبة (56.2%) للإناث، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (3.944) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم هو لضمان استخدامها برامج تبث بلغات مختلفة بنسبة (63.2%) للذكور في مقابل نسبة (71.4%) للإناث، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (1.657) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم هو تنوع البرامج التي سببت بها لتوصيل المعلومة بنسبة (67.2%) للذكور في مقابل نسبة (81.6%) للإناث، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت

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

قيمة (Z) المحسوبة (1.409) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعه راديو لاسلكية توزع عليهم هو ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى بنسبة (80.4%) للذكور في مقابل نسبة (75.5%) للإناث، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (1.135) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

**13- اسباب عدم موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعه راديو لاسلكية توزع عليهم: وتتضمن الجداول الآتية:.**

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

جدول رقم (21) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب عدم موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعه راديو لاسلكية توزع عليهم

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

**يتضح من الجدول السابق:-**

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

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

(13- ب) قيمة Z لأسباب عدم موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماع راديو لاسلكية توزع عليهم  
جدول رقم (22) قيمة Z لأسباب عدم موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماع راديو لاسلكية توزع عليهم

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

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

- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب عدم موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماع راديو لاسلكية توزع عليهم هو لأنني احصل على كافة المعلومات التي احتاجها من المطوف في الحملة بنسبة

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

#### 14- معدل تفضيل عينة الدراسة للأجهزة في الحصول على المعلومات

##### التوعوية.

جدول رقم (23) يوضح قيمة كا2 لدلالة الفروق بين الذكور والإناث لمعدل تفضيل عينة الدراسة للأجهزة في الحصول على المعلومات التوعوية

الدالة د ح 1	كا2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع معدل التفضيل
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.014 دالة	6.088	76.2	305	81.5	163	71	142	بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم
		23.8	95	18.5	37	29	58	التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد
		100	400	100	200	100	200	الجملة

##### يتضح من الجدول السابق:-

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

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

**مما سبق نلاحظ :-** ارتفاع نسبة من يفضلون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم لدى أفراد العينة (ذكور - إناث) ، إلا أنه يلاحظ ارتفاع نسبة التفضيل على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم

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

لدى عينة الإناث بصورة كبيرة في مقابل أفراد عينة الذكور، بنسبة 81.5% في مقابل 71% لصالح أفراد العينة الإناث .

**15- أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي: وتتضمن الجداول الآتية:.**

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

جدول رقم (24) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي

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

**يتضح من الجدول السابق:-**

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

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

جدول رقم (25) قيمة Z لأسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي

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

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

- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي هو عدم ضمان الحصول على سماعة راديو الحج اذا تم تطبيقها بنسبة (48.3%) للذكور في مقابل نسبة (62.2%) للإناث، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (1.317) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).
- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي هو لسهولة استخدامه بنسبة (70.7%) للذكور في مقابل نسبة (62.2%) للإناث، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (0.860) وهي أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).
- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي هو لا أجد فرق سيحدث باستخدام وسيلة غيره بنسبة (29.3%) للذكور في مقابل نسبة (21.6%) للإناث، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة

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

(0.825) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي هو لضمان تواجده معي بنسبة (72.4%) للذكور في مقابل نسبة (70.3%) للإناث ، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (0.225) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).
- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي هو لإمكانية الاستماع بالقنوات المذاعة عبر الانترنت بنسبة (18.9%) للذكور في مقابل نسبة (18.9%) للإناث، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (0.006) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

**16- اسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماع راديو لاسلكية توزع عليهم وتتضمن الجداول الآتية:.**

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

**جدول رقم (26) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لأسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماع راديو لاسلكية توزع عليهم**

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

### يتضح من الجدول السابق:-

أن أبرز أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعه راديو لاسلكية توزع عليهم جاء في الترتيب الأول السبب القائل لأنها ستقدم معلومات توعوية مركزة وقوية عن الحج والعمرة بنسبة 79.6%، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل لأنها ستنتقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج بنسبة 56.1%، يليها في الترتيب الثالث السبب القائل لأنني سأستمع من خلالها لجميع مشايخ الحرم بنسبة 52%، وأخيراً السبب القائل أخرى تذكر (توافرها في تناول جميع الحجاج) بنسبة 27.6% .

(16- ب) قيمة Z لأسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعه راديو لاسلكية توزع عليهم  
جدول رقم (27) قيمة Z لأسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعه راديو لاسلكية توزع عليهم

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

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

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

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم هو لصعوبة شحن البطارية أيام الحج بنسبة (56.3%) للذكور في مقابل نسبة (36.2%) للإناث، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (4.112) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).
- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم هو لأنها ستنقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج بنسبة (45.1%) للذكور في مقابل نسبة (70.5%) للإناث، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (3.554) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).
- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم هو لأنها ستقدم برامج المحظورات التي يقع فيها الحجيج بالحج بنسبة (44.4%) للذكور في مقابل نسبة (62.6%) للإناث، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (2.352) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).
- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم هو لأنني سأستمع من خلالها لجميع مشايخ الحرم بنسبة (47.2%) للذكور في مقابل نسبة (60.7%) للإناث، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z)

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

المحسوبة (1.552) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي هو لضمان تواجد معي بنسبة (72.4%) للذكور في مقابل نسبة (70.3%) للإناث ، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (0.225) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من أسباب تفضيل عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي هو لإمكانية الاستماع بالقنوات المذاعة عبر الانترنت بنسبة (18.9%) للذكور في مقابل نسبة (18.9%) للإناث، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (0.006) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

## 17- مقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين وتتضمن الجداول الآتية:.

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

جدول رقم (28) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لمقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين

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

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

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

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

جدول رقم (29) قيمة Z لمقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين

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

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

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات زيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين هو تعدد اللغات المستخدمة بنسبة (65%) للذكور في مقابل نسبة (52.5%) للإناث ، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (2.536) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

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

- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائمين بأن من مقترحات زيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين هو التركيز على محظورات الحج والعمرة بنسبة (15%) للذكور في مقابل نسبة (22.5%) للإناث ، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (1.919) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).
- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائمين بأن من مقترحات زيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين هو الاهتمام بالفتاوى والبرامج التوعوية بنسبة (16.5%) للذكور في مقابل نسبة (16%) للإناث ، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (0.135) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).
- يتقارب نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائمين بأن من مقترحات زيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين هو ضمان المصداقية فيما يبث من معلومات بنسبة (23.5%) للذكور في مقابل نسبة (23%) للإناث، والفارق غير دال إحصائيا حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (0.118) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

### **18- مقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم: وتتضمن الجداول الآتية:-**

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

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

جدول رقم (30) التكرارات والنسب المئوية والمتوسط والترتيب لمقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم

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

**يتضح من الجدول السابق:-** أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم في الترتيب الأول المقترح القائل استخدام كل لغات العالم بنسبة 43.8%، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل توفير سبل لشحن البطارية بنسبة 28.5%، يليها في الترتيب الثالث المقترح القائل أن توزع السماعات مجاناً بنسبة 24%، يليها في الترتيب الرابع المقترح القائل أن تكون سهلة الاستخدام بنسبة 21.8%، وأخيراً المقترح القائل أن توزع السماعات على مسئول الحملة وتزود أماكن الحملات بسماعات كبيرة لبث برامجها بنسبة 13.8%.

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

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

جدول رقم (31) قيمة Z لمقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم

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

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

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات تفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم هو استخدام كل لغات العالم بنسبة (59.5%) للذكور في مقابل نسبة (28%) للإناث ، والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (6.342) وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (99%).

- تزداد نسبة أفراد العينة الذكور والإناث عينة الدراسة القائلين بأن من مقترحات تفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق

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

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

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

الحملة وتزود أماكن الحملات بسماعات كبيرة لبث برامجها بنسبة (16.5%) للذكور في مقابل نسبة (11%) للإناث، والفارق غير دال إحصائياً حيث بلغت قيمة (Z) المحسوبة (0.118) وهى أقل من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة (95%).

#### ثانياً: اختبار صحة الفروض ومناقشتها

الفرض الأول: " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي تعزى للنوع".

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

جدول رقم (32) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث لمعدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي .

الدلالة د-ح 299	ت	إناث (ن=143)		ذكور (ن=158)		النوع المعدل
		ع	م	ع	م	
دالة 0.005	2.848	0.495	1.42	0.495	1.58	معدل الاستخدام

#### يتضح من الجدول السابق :-

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.01 تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور .

#### مما سبق نلاحظ

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

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

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

### **الفرض الثاني**

" توجد فروق ذات دلالة احصائية في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد في الحصول على المعلومات المختلفة تعزى للنوع." .  
وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات أفراد العينة (الذكور - الإناث)، وأستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

جدول رقم (33) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث لمعدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة

الدلالة د-ح 299	ت	إناث (ن=143)		ذكور (ن=158)		النوع المعدل
		ع	م	ع	م	
0.162 غير دالة	1.401	0.483	1.36	0.498	1.44	معدل الاعتماد

**يتضح من الجدول السابق :-**

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05 .

### **مما سبق نلاحظ**

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

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

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

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

#### الفرض الثالث:

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

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

جدول رقم (34) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث لمعدل الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك

الدلالة د-ح 299	ت	إناث (ن=143)		ذكور (ن=158)		النوع المعدل
		ع	م	ع	م	
0.001 دالة	3.511	0.485	1.37	0.497	1.57	معدل الاهتمام

#### يتضح من الجدول السابق :-

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في معدلات الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.001 تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور.

#### مما سبق نلاحظ

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

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

ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الثالث قد تحقق كلياً.

#### الفرض الرابع

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

ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

جدول رقم (35) يوضح العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي وبين معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي

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

يتضح من الجدول السابق :

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

ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الرابع قد تحقق كلياً.

#### الفرض الخامس

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

ونستعرض لمدي تحقق هذا الفرض من خلال الجدول التالي:.

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

جدول رقم (36) يوضح العلاقة بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي وبين زيادة اعتمادهم على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات المختلفة.

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

يتضح من الجدول السابق :

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

ومن ثم يمكننا القول بأن الفرض الخامس قد تحقق كليا.

الفرض السادس

" توجد فروق ذات دلالة إحصائية في معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم تعزى للنوع".

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

جدول رقم (37) يوضح قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطي درجات الذكور والإناث لمعدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.

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

يتضح من الجدول السابق :-

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

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات أفراد العينة الذكور وأفراد العينة الإناث في معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.001 تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث .

### مما سبق نلاحظ

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور - إناث) في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث.

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

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

- 1- توجد فروق إحصائية في معدلات استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الذكور.
- 2- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور - إناث) في معدل الاعتماد على التطبيق الإذاعي بجهازك في الحصول على المعلومات المختلفة.
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة (ذكور - إناث) في معدل الاهتمام بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي بجهازك لصالح الذكور.
- 4- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي وبين معدل اهتمام عينة الدراسة بالمعلومات التوعوية المقدمة بالتطبيق الإذاعي.
- 5- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام المبحوثين للتطبيق الإذاعي وبين زيادة اعتمادهم على التطبيق الإذاعي في الحصول على المعلومات المختلفة.

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

- 6- توجد فروق إحصائية في معدل موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم تعزى للمتغيرات الديموجرافية لصالح الإناث .
- 7- أن نسبة 75.3% من أفراد العينة لديهم جهاز اعلام جديد.
- 8- أن نسبة 50.5% من أفراد العينة يستخدمون التطبيق الإذاعي بأجهزة الاعلام الجديد.
- 9- أن أبرز أسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيق الإذاعي التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل – تابلت- أي باد – أي فون) في الترتيب الأول هي الاستماع إلى إذاعة القرآن الكريم بنسبة 73.7% ، يليها في الترتيب الثاني الاستماع إلى البرامج الدينية المختلفة بنسبة 64.5%، يليها في الترتيب الثالث الاستماع إلى الأحاديث الشريفة والأدعية بنسبة 39.5%، يليها في الترتيب الرابع التعرف على الخدمات التي تقدم للحجيج والمعتمرين بالحرم المكي بنسبة 26.3%، بينما جاء في الترتيب الاخير تعلم مناسك الحج والعمرة الصحيحة بنسبة 7.2%.
- 10- أن أبرز أنواع المعلومات التي اكتسبتها عينة الدراسة من خلال تعرضها للتطبيق الإذاعي التي تبث على أجهزة الاعلام الجديد (موبايل – تابلت- أي باد – أي فون) في الترتيب الأول فتاوى دينية متعلقة بموضوعات مختلفة بنسبة 58.2% ، يليها في الترتيب الثاني معلومات عن مناسك الحج والعمرة الصحيحة بنسبة 49.2% .
- 11- أن نسبة 91.5% من أفراد العينة يوافقون على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم.
- 12- أن أبرز أسباب موافقة عينة الدراسة على بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم في الترتيب الأول السبب القائل ضمان صحة ما يبث بها من معلومات وفتاوى بنسبة 77.9%، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل تنوع البرامج التي ستبث بها لتوصيل المعلومة بنسبة 70.8%.

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

- 13- أن أبرز أسباب تفضيل عينة الدراسة بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم جاء في الترتيب الأول السبب القائل لأنها ستقدم معلومات توعوية مركزة وقوية عن الحج والعمرة بنسبة 79.6%، يليها في الترتيب الثاني السبب القائل لأنها ستقل شعائر الحج وتقدم المساعدات للحجاج بنسبة 56.1%.
- 14- أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لزيادة فاعلية التطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين في الترتيب الأول المقترح القائل تعدد اللغات المستخدمة بنسبة 58.8%، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل ضمان المصداقية فيما يبيث من معلومات بنسبة 23.3%.
- 15- أن أبرز مقترحات عينة الدراسة لتفعيل بث قناة راديو خاصة بالحجاج والمعتمرين عن طريق سماعة راديو لاسلكية توزع عليهم في الترتيب الأول المقترح القائل استخدام كل لغات العالم بنسبة 43.8%، يليها في الترتيب الثاني المقترح القائل توفير سبل لشحن البطارية بنسبة 28.5%، يليها في الترتيب الثالث المقترح القائل أن توزع السماعات مجاناً بنسبة 24%.

### رابعاً: التوصيات المقترحة

- 1- أن يتم توزيع سماعات على مطوفي الحملات بحيث يكونوا مسؤولين عن تسليمها للحجاج واستلامها منهم في نهاية مناسك الحج والعمرة، وأن يكون مسئول عن تسليمها للجهات المسؤولة.
- 2- أن تكون السماعات بتكلفة رمزية للحجاج والمعتمرين.
- 3- توفير سماعات في مناطق معروفة تباع بأسعار رمزية، حتى يتوفر للحجاج بديل في حين فقدانها أو تلفها ولا تسترد.
- 4- توفير سماعات صوت في أماكن الحملات موصلة بالقناة حتى يستطيع الحجاج الاستماع إليها في حين ضعف شحن البطارية فقدها.
- 5- أن تكون السماعات سهلة الاستخدام لمراعاة الفروق بين الحجاج ففيهم الأمي والضعيف التعلم.

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

- 6- إعداد مسح ميداني لمعرفة أكثر اللغات المنتشرة بين الحجاج حتى يتسنى استخدامها في الراديو حيث يصعب استخدام كل لغات العالم.
- 7- استخدام الإعلانات عن سماعات الراديو اللاسلكي من بلد الحاج بحيث يعرف بها قبل وصوله.
- 8- تكثيف الإعلانات عن الراديو اللاسلكي في أماكن مختلفة بالحرم المكي الشريف حتى يعرف بها كل حاج ومعتمر.
- 9- استخدام سماعات صوت بالمشاعر المقدسة حتى يستطيع الحجاج الاستماع لها.
- 10- الاستعانة بمشايع الحرم في برامج توعوية للجمهور.

## مراجع الدراسة

- (1) <http://etudiantdz.com/vb/t21511.html>. 3/1/2018.9:00pm.
- (2) اسامة محمد عبدالرحمن . " علاقة تعرض المراهقين للتلفزيون المصري باتجاهاتهم نحو الهجرة غير الشرعية"، رسالة ماجستير غير منشورة، (القاهرة : جامعة عين شمس، معهد الدراسات العليا للطفولة، 2010)، ص63.
- (3) حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد : الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط1(القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 1998)، ص314.
- (4) John .C.p, Lyhette . Lee. S. & Nicholas .p.l. Jr:" us and Japanese source reliance for environmental", **Journalism quarterly** , vol.65,no4, 1988, pp954\_908.
- (5) محمد عبد الحميد : نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط1 ( القاهرة : عالم الكتب ، 1997م) ، ص 235-234
- (6) <http://www.asskeenh.com/Gallery/text/ViewBooks.aspx?View=Tree&NodeID=2&Page No=1&BookID=28&pageID=2>.2/1/2018.8:27pm.
- (7) <http://www.alsahfe.com/index.php?id=2%7C1319&task=show>. 3/1/2018.8:46pm.
- (8) محمود خليل : " دور الصحف الحزبية في تشكيل اتجاهات الشباب " ، دراسة تطبيقية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، العدد3 ( القاهرة : جامعة القاهرة - كلية الإعلام ، 1998) ، ص2.
- (9) اسامة محمد عبدالرحمن . مرجع سابق ، ص63.
- (10) Denis McQuail Svin Windhal : "**Communication Models: for the Study Of communication**, 2ed New York (Longman , 1995) p115.
- (11) Oscar H. Gandy, Jr. Paula. W. Matabon, and john. O. Omachonu; "Media use reliance, and active participation, exploring student awareness of south Africa conflict", **communication research** , 1987,vol .14 , No.6 , p644.
- (12) أماني السيد فهمي : " الاتجاهات العالمية الحديثة لنظريات التأثير في الراديو والتلفزيون " ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** ، العدد السادس ، ( القاهرة : جامعة القاهرة - كلية الإعلام ، أكتوبر - ديسمبر 1999) ، ص231.
- (13) Denis Mc quail svin windhal : " Communication Models: for the Study Of communication" ، **OP Cit** ، p113.
- (14) وائل صلاح نجيب:"مدى اعتماد المراهقين على التلفزيون المحلي في التعرف على القضايا المحلية"، رسالة ماجستير غير منشورة ، ( القاهرة : جامعة عين شمس - معهد الدراسات العليا للطفولة ، 2004)، ص 59 .
- (15) <http://etudiantdz.com/vb/t18184.html> .2/1/2018.5:00pm.
- (16) عبيد الرحباني . " استخدامات الإعلام الجديد وانعكاساته على الصحف الورقية اليومية في الأردن - صحافة الموبايل ، دراسة ميدانية " رسالة دكتوراه غير منشورة ، ( الخرطوم : جامعة الزعيم الأزهرى الحكومية ، 2016).

- (17) Ziani, A ,Elareshi ,M& Gunter ,B .The Use of mobile phone and the internet in obtaining Local News in GCC Regions : university students, perspectives , **Donnish Journal of Media and communication studies**,2015.
- (18) Dube , S & Helkkula , T " Service Experiences beyond the Direct Use : Indirect Customer Use Experiences of Smart phone Apps , **The Journal of Business** , 2015 , Vol . 2 , No .11 , pp 4- 45.
- (19) إيمان عبد الرحيم الشرقاوي . " جدلية العلاقة بين الإعلام الجديد والممارسات الإرهابية. دراسة تطبيقية على شبكات التواصل الاجتماعي " مؤتمر دور الإعلام العربي في التصدي لظاهرة الإرهاب ، ( الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ،2014).
- (20) Weiman, Gabriel ."New Terrorism and New Media . Washington D.C: Wilson Ceter, Commons Lab, **Research Series** ,2014,Vol 2 , pp:1-17.
- (21) Wolf C, Schnauber, A ." The Role of Media Devices and Traditional Journalism Content within the users Information Repertoire . **paper presented at News Consumption in the Mobile Era, digital journalism** , 2014 , 14 ,pp 759-776.
- (22) Chun, S, Chung D. Shin ,Y .Are Students Satisfied with Use of Smart Phone APPs?, Inssues In **Information System** , 2013 , Vol 14 Issue ,2.pp23-33.
- (23) BILL Rose, JoeLen SKI , The infinit Dial , Radio s Digital Platforms . U.S.A , New York: Arbitron Inc, 2008. Available [www.portlandadfed.com/reources/articles/digital\\_radio\\_study\\_25/12/2017\\_9:21 P.M](http://www.portlandadfed.com/reources/articles/digital_radio_study_25/12/2017_9:21_P.M)
- (24) Frans Kozamernik and Michael Mullane, **An introduction to Internet Radio, EBU Technical Review, 26 October 2005, Available** <http://www.ebu.ch/fr/technical/trev304-contents.html> 26/12/2017 7:30 P.M
- (25) وجدي حلمي ، محمد غريب" دور الإعلام الأمني في دعم صورة المملكة العربية السعودية لدى الحجاج والمعتمرين والتصدي للحملات الإعلامية الموجهة من الخارج " **الملتقى العلمي السابع عشر لأبحاث الحج والعمرة**، (جامعة أم القرى : معهد خادم الحرمين الشريفين ، 10-11 مايو 2017).
- (26) وجدي حلمي عيد . " دور مواقع الانترنت المرئية في امداد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة واتجاهاتهم نحوها " **الملتقى العلمي الرابع عشر لأبحاث الحج والعمرة والزيارة**، (جامعة أم القرى : معهد خادم الحرمين الشريفين ، 23-24 أبريل 2014).
- (27) 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 : ع 5، أكتوبر – ديسمبر 2014)
- (28) عثمان بكر قزاز . " الدور الاتصالي لخطباء المساجد في تزويد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات حول مناسك الحج والعمرة : دراسة ميدانية " **مجلة بحوث العلاقات العامة للشرق الأوسط**، (الجمعية المصرية للعلاقات العامة ، ع 3، يونيو 2014)
- (29) عثمان بكر قزاز ، أحمد البدوي طه" تقييم برنامج التطوير المركزي الخاص بالهيئة التنسيقية لمؤسسات أرباب الطوائف في حج عام 2014م " **مجلة بحوث الإعلام** ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 2014).

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

- (30) وجدي حلمي عبد الظاهر. "دوافع تعرض الحجاج والمعتمرين لقناتي القرآن الكريم والسنة النبوية في تنمية الوعي بالثقافة الدينية والإشباع المتحققة منها" *مجلة بحوث الإعلام* ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 2013).
- (31) وجدي حلمي عبد الظاهر. "دور مواقع الانترنت المرئية في إمداد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات الخاصة بمناسك الحج والعمرة وأتجاهاتهم نحوها" *مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية*، ( جامعة أم القرى ، مج 6 ، ع 1 ، 2013).
- (32) أسامة صالح حريري. " تحليل البث الإذاعي لقناة الاتصال الجماهيري ( إذاعة الحج بمنى) من خلال منظور الخماسية " *مجلة بحوث الإعلام* ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 2004).
- (33) محمد بن علي الشريف. " *احتياجات المعتمرين التوعوية*" *مجلة بحوث الإعلام* ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 2004).
- (34) أسماء السادة المحكمين مرتبة ترتيباً أبجدياً:
- 1- د/ أحمد منصور هبية مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى
  - 2- د/ رشا عبد الرحيم مزروع مدرس الإعلام – كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة
  - 3- أ.م.د/ زكريا الدسوقي أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام بمعهد الدراسات العليا للطفولة- جامعة عين شمس.
  - 4- د/ عثمان بكر قزاز مدرس الإعلام ورئيس قسم البحوث الاعلامية بمعهد خادم الحرمين الشريفين.
  - 5- أ.م.د / عزة مصطفى الكحكي أستاذ الإعلام المساعد – كلية التربية النوعية – جامعة المنصورة
  - 6- ا.د / محمد غريب استاذ الاعلام - كلية الآداب – جامعة الزقازيق
  - 7- د/ منى محمد طوخي سالم مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى
  - 8- د/ هويدا محمد لطفي مدرس الإعلام - كلية الآداب – جامعة الزقازيق
  - 9- د/ وجدي حلمي عبد الظاهر مدرس الإعلام بكلية العلوم الاجتماعية- بجامعة ام القرى.
  - 10- د/ وديع محمد سعيد العززي أستاذ مساعد بقسم الإعلام – كلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى
  - 11- د/ فيصل أحمد الشميري مدرس الإعلام - كلية العلوم الاجتماعية – جامعة أم القرى
- (35) Wolf C, Schnauber, A. . Opcit.
- (36) Chun ,S, Chung D. Shin ,Y. Opcit.
- (37) BILL Rose , JoeLen SKI. Opcit.
- (38) Ziani ,A ,Elareshi ,M& Gunter ,B. Opcit.
- (39) Frans Kozamernik and Michael Mullane. Opcit.
- (40) Frans Kozamernik and Michael Mullane. Opcit..
- (41) أسامة صالح حريري . مرجع سابق .