

## البوابات الإلكترونية ودرها في توعية وإرشاد المعتمرين

### وزوار بيت الله الحرام

دراسة مقارنة لمواقع الجوازات والشؤون الإسلامية والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام والمسجد النبوي

د. عثمان قزاز\*

#### ملخص

البوابات الإلكترونية ودرها في توعية وإرشاد المعتمرين وزوار بيت الله الحرام (دراسة مقارنة لمواقع الجوازات والشؤون الإسلامية والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام والمسجد النبوي)

هدفت الدراسة التعرف على اللغة المستخدمة في البوابات الإلكترونية لتقديم المعلومات، ومعرفة القوالب الفنية المستخدمة في تقديم المعلومات بالبوابات الإلكترونية ورصد نوع المعلومات المقدمة، كذلك تحديد هدف البوابات الإلكترونية من المعلومات التي تقدمها لزائريها، ومعرفة أساليب الإقناع والاستمالات المستخدمة بالبوابات الإلكترونية، تنتمي الدراسة للدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح بشقه التحليلي، وقد تم تطبيق البحث على عينة وثائقية تمثلت في ثلاث مواقع / موقع الجوازات السعودية، موقع الشؤون الإسلامية (الرئاسة العامة للبحوث العلمية والإفتاء)، وموقع الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام، وذلك باستخدام استمارة تحليل مضمون، وتمثلت أهم نتائج الدراسة في:

- 1- استخدمت المواقع عينة الدراسة اللغة العربية الفصحى المبسطة بنسبة 100%.
- 2- أثبتت نتائج الدراسة أن المواقع محل الدراسة قد قامت بالتغطية الجغرافية على مستوى عالمي بنسبة 100%.
- 3- أثبتت نتائج الدراسة أن المواقع استخدمت الوقائع والحقائق في مقدمة أشكال المعلومات التي تقدمها بنسبة 100% يليها في المرتبة الثانية الآراء بنسبة 66.7% وقد استخدمه موقعي الشؤون الإسلامية والرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام
- 4- جاءت الخدمات التي يقدمها المواقع الاستشارات في المرتبة الأولى بنسبة 66.7%
- 5- استخدمت المواقع محل الدراسة استمالات الإقناع الدينية المتمثلة في الآيات القرآنية والحديث الشريف والقواعد الشرعية بنسبة 66.7% بالمرتبة الأولى.
- 6- جاءت استمالات التفسير في مقدمة استمالات تقديم الأدلة والشواهد التي استخدمتها المواقع محل الدراسة بنسبة 100%

\* أستاذ مشارك بقسم البحوث الإعلامية بمعهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج

## **A summary of the research of electronic portals and their role in raising awareness and guiding pilgrims and visitors to the House of God**

**(A comparative study of the websites of Passports, Islamic Affairs and the General Presidency for the Affairs of the Grand Mosque and the Prophet's Mosque)**

The study aimed to identify the language used in electronic portals to provide information, know the technical templates used in providing information in electronic portals and monitor the type of information provided, as well as determine the goal of electronic portals from the information they provide to their visitors, and knowing the methods of persuasion and solicitation used in electronic portals, the study belongs to descriptive studies used Analytical flat survey method, The research was applied to a documentary sample represented in three websites / the Saudi passports website, the Islamic Affairs website (the General Presidency for Scientific Research and Ifta), and the General Presidency for the Affairs of the Grand Mosque, using a content analysis form, and the most important results of the study were:

- 1- The study sample websites used 100% of the simplified standard Arabic language.
- 2- The results of the study proved that the sites under study had 100% geographical coverage on a global level.
- 3- The results of the study proved that the websites used facts and facts at the forefront of the forms of information they provide by 100%, followed by opinions with a percentage of 66.7%. The websites of Islamic Affairs and the General Presidency for the Affairs of the Grand Mosque used it
- 4- The services provided by the consulting websites came in the first place with 66.7%
- 5- The sites under study used religious persuasion in the form of Quranic verses, hadith, and legal rules, with a percentage of 66.7% in the first place.
- 6- Explanation quests came at the forefront of the quests to provide evidence and evidence that were used by the sites under study by 100%.

## مقدمة

إن من نعم الله - عز و جل - التي حباها لبلادنا المباركة وجود الحرمين الشريفين بها، والذذان يتوجه إليهما الزوار على مدار العام من كل فج عميق وخاصة خلال شهر رمضان وخلال موسم الحج، وانطلاقاً من عظم الأمانة فقد شرعت بعض الجهات الحكومية في تقديم بعض خدماتها عبر البوابة الالكترونية الخاصة بها، سعياً منها في تطبيق الحكومة الالكترونية ضمن استراتيجيات محددة والعمل على توفير معلومات توعوية للمعتمرين والزوار.

ومن أهم أهداف هذه الدراسة توفير بيئة توعية آمنة والعمل على توفير المعلومات التي تسهل وتقلص الوقت المبذول حالياً للحصول على الخدمات وتفاذي السلبات التي قد يواجهها المعتمرين قبل وصولهم لمكة والمدينة. ومن أهم فوائد الدراسة معرفة مدى الاستفادة من البوابات الالكترونية من قبل مراجعي الجهات المعنية بالدراسة فيما يتعلق بخدمات العمرة والزيارة من الناحية الشرعي والتنظيمية.

### أولاً: مشكلة الدراسة وتساؤلاتها :

نظراً لتعدد واختلاف المعلومات التي يتم بثها عبر البوابات الالكترونية ، من خلال أشكال تقديم المعلومات المختلفة من توعية وإرشاد وفتاوى وتسجيلات صوتية وغيرها ، والتي انتشرت بصورة كبيرة في الآونة الأخيرة ، وأصبحت في متناول يد الغالبية العظمى من الحجاج والمعتمرين، لذا وجد الباحث ضرورة التعرف على البوابات الالكترونية ودورها في توعية الحجاج والمعتمرين وتوضيح الفرق بين تلك البوابات من خلال الدراسة المقارنة بينها.

ومن هنا يمكن بلورة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

" ما دور البوابات الالكترونية في توعية وإرشاد المعتمرين والزوار؟"

### تساؤلات الدراسة :

- 1- ما اللغة المستخدمة في البوابات الالكترونية لتقديم المعلومات؟
- 2- ما القوالب الفنية المستخدمة في تقديم المعلومات بالبوابات الالكترونية؟
- 3- ما نوع المعلومات التي تقدمها البوابات الالكترونية لزائريها ؟
- 4- ما هدف البوابات الالكترونية من المعلومات التي تقدمها لزائريها؟
- 5- ما أساليب الإقناع التي استخدمتها البوابات الالكترونية في تقديم المعلومات لزائريها؟
- 6- ما الاستمالات المستخدمة في المعلومات التي تقدمها البوابات الالكترونية لزائريها؟

### ثانياً: أهمية الدراسة :

- (1) المكانة الخاصة للمسجد الحرام في قلوب المسلمين.
- (2) أهمية الدور التوعوي للبوابات الإلكترونية والتي هي من وسائل الإعلام الحديث.
- (3) تكديس الحجاج والمعتمرين من زائري المسجد الحرام والذي يزداد كل عام حتى يتعدى المليار زائر، مما يزيد من أهمية معرفة دور البوابات الإلكترونية في توعية وإرشاد المعتمرين والزوار .

### ثالثاً: أهداف الدراسة :

- 1- التعرف على اللغة المستخدمة في البوابات الإلكترونية لتقديم المعلومات.
- 2- معرفة القوالب الفنية المستخدمة في تقديم المعلومات بالبوابات الإلكترونية.
- 3- رصد نوع المعلومات التي تقدمها البوابات الإلكترونية لزائريها .
- 4- تطوير محتوى وطريقة عرض الرسائل بالبوابات الإلكترونية
- 4- تحديد هدف البوابات الإلكترونية من المعلومات التي تقدمها لزائريها.
- 5- التعرف على أساليب الإقناع التي استخدمتها البوابات الإلكترونية في تقديم المعلومات لزائريها.
- 6- معرفة الاستمالات المستخدمة في المعلومات التي تقدمها البوابات الإلكترونية لزائريها .

### رابعاً: الدراسات السابقة

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

### (1) دراسة : فريق البحث العلمي 1411هـ

بعنوان : دراسة لاستجابة الحجاج لوسائل التوعية والإعلام

هدفت الدراسة إلى التعرف على أكثر الوسائل الإعلامية فعالية في توعية الحجاج، وكذلك التعرف على أفضل أماكن وأوقات إيصال التوعية ، وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، وتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات .

**وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:**

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

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

**بعنوان " مصادر معلومات جماهير الحج "**

هدفت الدراسة إلى محاولة لاستقصاء مصادر المعلومات لدى الحجاج لمعرفة تأثيرها في سلوكهم ، و قد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، وتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات

**وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:**

- إن أكثر مصدر للمعلومات لجماهير الحجاج هو المحاضرات في المملكة ، أما في بلادهم فإن الشئون الإسلامية قد استحوذت على أكبر نسبة ؛ وهذا مؤشر على الجهة الأهم للتنسيق المستقبلي قبل قدوم الحاج ، وكذلك الاستعانة بقيادة الرأي ومرشدي المجموعات لإلقاء المحاضرات<sup>(2)</sup>.

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

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

**هدفت الدراسة إلي:**

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

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

- 1- أن نسبة الحجاج الذين تلقوا توعية في بلادهم بلغ 47.5% أفاد نسبة 52.3% أنهم لم يتلقوا أي توعية في بلادهم .
- 2- بالنسبة لمدى مساهمة وسائل الاتصال والأعلام في توعية الحجاج في بلادهم فقد بلغ متوسط من تلقوا التوعية من خلال المراكز الإسلامية في بلادهم 3.21% وتلي ذلك من تلقى التوعية من خلال برامج خاصة تقدمها بعثات الحج بمتوسط بلغ 3.08% ومن ثم الدورات التدريبية حيث بلغ المتوسط 3.07% . أما وسيلة ( التلفزيون والصحافة والإذاعة ) لم تنل درجة كبيرة من المساهمة في إيصال التوعية.
- 3- أما بالنسبة لوسائل الاتصال والإعلام التي يرى المبحوث أهميتها في إيصال التوعية الوقائية إليه في بلدة فقد احتلت بعثات الحج المركز الأول حيث بلغ متوسط من أفاد بأهميتها 3.70% وتلي هذه الوسيلة التلفزيون بمتوسط 3.56% ومن ثم الإذاعة بمتوسط 3.48% ومن ثم المحاضرات والندوات بمتوسط 3.46% .
- 4- أما توعية الحجاج أثناء انتقالهم إلى المملكة ( طائرة ، سفينة ، سيارة ) فقد أفاد نسبة 70.1% أنهم لم يتلقوا أي توعية أثناء انتقالهم إلى المملكة و 28.1% تلقوا توعية أثناء انتقالهم .
- 5- أما بالنسبة لوسائل الاتصال والإعلام التي يرى المبحوث أهميتها في إيصال التوعية الوقائية إليه أثناء الانتقال من بلدة إلى المملكة فقد احتلت وسيلة المرشد المرافق مع البعثة المرتبة الأولى تلي هذه الوسيلة النشرات والكتيبات في المرتبة الثانية ومن ثم أشرطة الفيديو وأخيراً أشرطة الكاسيت.
- 6- أما بالنسبة لتوعية الحجاج أثناء تواجدهم في محطات القدم ( الميناء ، المطار ) فقد أفاد نسبة 58.3% أنهم لم يتلقوا توعية أثناء تواجدهم في محطات القدم كما أفاد نسبة 39.6% أنهم قد تلقوا توعية .
- 7- أما بالنسبة لأفضل الوسائل التي يرى المبحوث إمكانية نشر التوعية من خلالها في محطات القدم فقد احتلت اللوحات الإرشادية المرتبة الأولى ثم النشرات ثم المرشد ثم الإذاعة ثم الفيديو وأخيراً رجال الأمن والجمارك .
- 8- أما بالنسبة لتوعية الحجاج أثناء تواجدهم في المملكة العربية السعودية فقد أفاد نسبة 48.6% أنهم قد تلقوا توعية أثناء تواجدهم في المملكة كما أفاد نسبة 47.6% أنهم لم يتلقوا أي توعية . وبالسؤال عن كيفية الحصول على هذه التوعية أفادوا عن طريق بعثة الحج ثم اللوحات الإرشادية ثم المحاضرات والندوات ثم مرشد

مؤسسات الطوافة ثم الأصدقاء ثم أئمة المساجد ثم النشرات الخاصة بالحج ثم رجال الأمن .

9-أما بالنسبة لوسائل الاتصال والإعلام التي يرى المبحوث إمكانية نشر التوعية من خلالها بالمملكة مرتبة حسب أهميتها فقد احتلت اللوحات الإرشادية المرتبة الأولى ثم النشرات والكتيبات ثم الصحف السعودية بلغة الحاج ثم إذاعات خاصة بالحج ثم المحاضرات والندوات ثم مؤسسات الطوافة ثم أئمة المساجد ثم رجال الأمن<sup>(1)</sup>.

#### (4) دراسة : محمد بن علي الشريف (1425هـ)

##### بعنوان : احتياجات المعتمرين التوعوية

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

وقد استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة، و تكون مجتمع الدراسة من المعتمرين الذين أدوا مناسك العمرة خلال شهري : شعبان ورمضان من عام 1424هـ، وتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات.

##### وتمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي:

1-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.

2-أكثر المصادر فعالية في 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<sup>(2)</sup>.

##### خامساً: نوع ومنهج الدراسة:

##### نوع الدراسة :

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، ويسعى الباحث من خلالها إلى معرفة دور البوابات الالكترونية في توعية وإرشاد المعتمرين والزوار.

### منهج الدراسة :

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة بشقه التحليلي.

سادساً: مصطلحات الدراسة :

### البوابات الالكترونية (تعريف إجرائي)

يقصد به الباحث في هذه الدراسة لمواقع الالكترونية الرسمية والمتمثلة في موقع الجوازات وموقع الشؤون الإسلامية وموقع الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام.

### التوعية (تعريف إجرائي)

يقصد به الباحث في هذه الدراسة المعلومات التي تقدمها البوابات الالكترونية للمعتمرين والزوار لتوعيتهم وإرشادهم بأمر الدين وأمور الحياة العامة بما يهتمون به.

### سابعاً: عينة الدراسة

قام الباحث بتطبيق البحث على عينة وثائقية من البوابات الالكترونية تمثلت في ثلاث مواقع هي :

1- موقع الجوازات



2- موقع الشؤون الإسلامية



(الرئاسة العامة للبحوث العلمية والإفتاء)

3- موقع الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام



### ثامناً: أدوات الدراسة

-استمارة تحليل مضمون

تاسعاً: المعاملات الإحصائية

التكرارات والنسب المئوية.



## عاشرا: الإطار النظري

### البوابات الإلكترونية

مع بداية اختراع الويب كان عدد الصفحات قليلاً وكان الوصول إلى المعلومات يجري في المقام الأول على طريق الاستعراض , أو ما يسمى بالإبحار من عقدة إلى أخرى , عن طريق الروابط الفائقة . وللقيام بهذا الإبحار كان لا بد من وجود نقطة بداية . في بداية الأمر قامت المستعرضات بتوفير نقطة البداية هذه و ذلك بتقديم مجموعة من الروابط المنظمة تنظيماً موضوعياً , والتي تسمح للمستخدم بالوصول إلى المعلومات المطلوبة، لكن ... مع زيادة وعي الشركات والمؤسسات والمنظمات لأهمية هذه البيئة الجديدة , قامت تلك الجهات بنشر معلوماتها ضمن هذا النظام نشراً متسارعاً جداً , ولأغراض وأهداف مختلفة تتوافق مع طبيعة الجهة الناشرة لتلك المعلومات , كإثبات الذات أو نشر المعرفة أو القيام بأعمال تجارية أو حتى إيصال الزوار إلى مواقع مفيدة أخرى... وتتوعد مواقع الويب لتشمل كافة مجالات الحياة , وأصبح من الممكن تصنيف تلك المواقع إلى:

#### \*المواقع الشخصية

:وهي المواقع الموجهة للاهتمامات الشخصية والعائلية والهوايات والصور والأصدقاء والمعتقدات الشخصية

#### \*المواقع السياسية :

غالباً ما تتضمن تلك المواقع بعض التوجهات وطرق التفكير الخاصة بمجموعة سياسية معينة، تقوم هذه الصفحات بتثقيف الزائر بمواضيعها واتجاهاتها , ولكنها غالباً ما تتضمن معلومات منحازة... الهدف الأساسي من هذه المواقع أو الصفحات هو تقديم معلومات لتغيير معتقدات , أو كسب أصوات , أو الحصول على تأييد سياسي

#### \*المواقع الثقافية :

تقدمها بعض المنظمات والمؤسسات العلمية والثقافية بهدف نشر ثقافة موضوعية معينة نشراً ربحياً أو غير ربحي.

#### \*المواقع التجارية :

الهدف الأساسي من هذه الصفحات هو الحصول على الربح المادي عن طريق مباشر باستخدام تقنيات التجارة الإلكترونية , أو عن طريق غير مباشر بالترويج لمنتج معين

ومع هذا التضخم الانفجاري في حجم المعلومات وعدد الصفحات في الويب أصبح من الصعب بل حتى من المستحيل بالتصفح فقط، الوصول إلى المعلومات التي نحتاج إليها. فظهرت الأدلة الإلكترونية ومحركات البحث وأصبح الجهد المبذول للوصول إلى المعلومة ينقسم إلى 90% بحث و10% تصفح.<sup>(1)</sup>

### تعريف البوابات الإلكترونية أو الـ «بورتال»

في أبسط تعريف لها من الممكن القول أن البوابة الإلكترونية أو الـ «بورتال Portal» عبارة عن موقع على شبكة الانترنت يجمع المعلومات من مصادر متنوعة ويعرضها وفق طريقة معينة، أو عبارة مدخل موحد لمجموعة كبيرة من الخدمات الإلكترونية ومن التعريفات التي أعجبتني تعريف «جاكوب نيلسن» Jakob Nielsen الذي يعرف البوابة بأنها: «الواجهة أو فاترينة العرض للموقع vitrine، والتي يجب أن تكون البوابة مختلفة عن بقية صفحات الموقع. فمن الطبيعي أن يكون شكل البوابة هو نفس شكل بقية صفحات الموقع الداخلية الأخرى ولكن مع بعض الفروق الطفيفة. ذلك يعني أن البوابة أو الـ «بورتال» تمثل الصفحة الرئيسية للموقع ونقطة التجمع للمصادر والمعلومات التي يحتوي عليها الموقع.<sup>(2)</sup>

والبوابة (portal) هي موقع «ويب» الذي يشكل نقطة البداية للاتصال بمواقع الويب الأخرى. وقد جاء اسم البوابة من وظيفتها كباب مفتوح يُطل المرء منه على عالم المعلومات والفعاليات الأخرى التي يوفرها الإنترنت. وتتميز البوابة عن مواقع «الويب» بدرجة عالية جداً من التنظيم، إذ تُتيح خدماتها المتكاملة الولوج بسهولة وسرعة إلى أهم المواضيع التي تحظى باهتمام الناس. وتحصل أغلب البوابات على تمويلها من الروابط الإعلانية التي تظهر فيها، وتقود هذه الروابط زوار البوابة إلى مواقع المعلنين أنفسهم.

وكلمة البوابة مأخوذة من المصطلح الإنجليزي Portal ويعني المدخل أو الباب، والبوابة في مفهوم الإنترنت يعني موقعاً إلكترونياً يمتلئ بالبيانات والمعلومات الخاصة بموضوع معين، ومنها ما هو خاص بشخص أو فرد معين، حيث يتطلب الوصول إلى بعض هذه المعلومات أن يكون المستخدم مسجلاً ضمن المستخدمين لهذا الموقع. والبوابة في قاموس الإنترنت هي نقطة انطلاق المستخدم، عندما يشرع في الإبحار نحو مواقع الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب) وهي في الوقت ذاته المرفأ الذي يلقي ذلك المستخدم مرساته كي ينعم بالخدمات التي يحتاجها والمعلومات التي يبحث عنها. والبوابات أنواع، فمنها الأفقي والعمودي، وتلك الخاصة بمعلومات المؤسسة.

وعن بدايات ظهور البوابات يؤكد الدكتور فهد بن ناصر العبود أن البعض يعتقد أن مصطلح البوابات الإلكترونية (Portals) مصطلح حديث نسبياً، ولكن الحقيقة أن

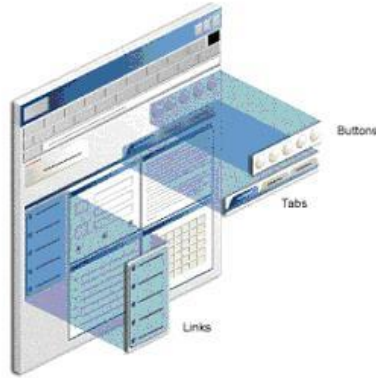
ظهر هذا المصطلح تزامناً مع البدايات الأولى لظهور علم الحاسب الآلي. وكانت البوابات بدائية جداً في طرق تصميمها ومحتوياتها، وتختلف كثيراً عما هو متعارف عليه اليوم، وتعريفاتها كثيرة، منها:

جمع المعلومات والخدمات وإتاحتها من موقع واحد (Website)، وهذا التعريف أسهل وأقرب إلى الفهم. وقد ترافق ظهور فكرة البوابات عام 1994 مع تطوير مستعرض «نيتسكيب نافيجيتر» (Netscape Navigator) الذي فتح الباب أمام ثورة الويب التي نعيشها الآن، إذ أنشأ ديفيد فيلو وجيري يانغ اللذان كانا مرشحين لمنصب أستاذ دكتور في الهندسة الكهربائية بجامعة ستانفورد- دليلاً بمواقع الويب المفضلة لديهما (بحسب المواضيع).

ودعي ذلك في بداية الأمر دليل «جيري يانغ» لشبكة الويب العالمية (WWW). وقد أدى الانتشار الواسع لهذا الدليل بين مستخدمي الويب، في جانب العائدات الكبيرة التي حققها، إلى تشجيع العديد من الشركات لدعم هذا الدليل ورعايته. وشكّل هذا الدليل النواة لموقع ياهو (Yahoo!) الغني عن التعريف.<sup>(1)</sup>

#### الوظائف الأساسية للبوابات

#### \*البحث و الملاحه



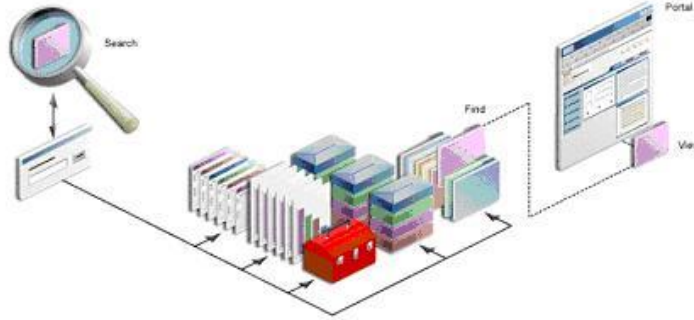
هي الوظيفة الأساسية لمعظم البوابات العامة، ويجري ذلك عن طريق الأزرار والروابط، ولذا يجب على البوابة:

- عرض المعلومات المناسبة للمستخدم (آليا)

- اقتراح معلومات إضافية للمستخدم والسماح له بالاختيار من بين المعلومات المقدمة

-تمكين المستخدم من البحث عن المعلومات غير المعروفة له سلفاً والمناسبة لوظيفته  
\*إدارة المعرفة وتكامل المعلومات

تجمع البوابة المعلومات من المصادر الداخلية والخارجية وتربط بينها معتمدةً على السياق أو المعنى الموجود ضمن تلك الوثائق.



### \* الخصوصية وقابلية التخصيص

تعتبر الخصوصية الأساس في توزيع المعلومات المناسبة لمستخدمي البوابة, بمعنى أن كل مستخدم يحصل فقط على المعلومات التي يريدها ويحتاج إليها. فالخصوصية تعتمد على احتياجات المستخدم إضافةً إلى تفضيلاته، وتوجد هنا ثلاثة أنواع للتخصيص:

-تخصيص الملاحة والإبحار

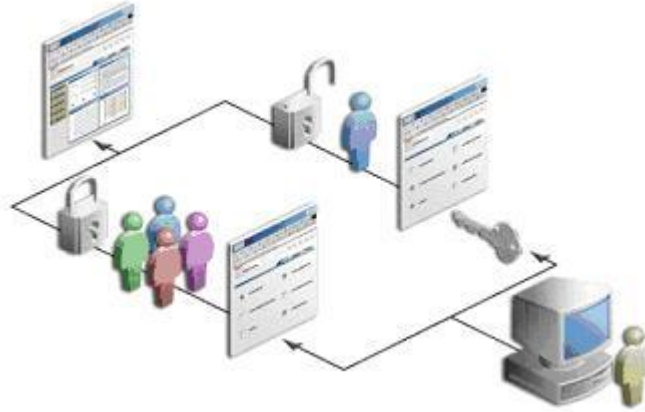
-تخصيص البيانات والمحتوى

-تخصيص العرض، أي تحديد طريقة عرض المعلومات من حيث النمط واللون والحجم...



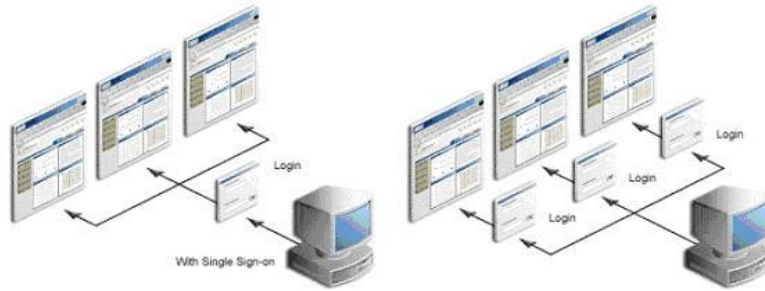
### \*توفير السرية وإدارة السماحيات

تصنف البوابة المستخدمين إلى مجموعات (أدوار) معتمدةً على الوظائف والاهتمامات المشتركة للأشخاص، مما يسمح بتسهيل إدارة سماحيات الوصول والتحكم بعرض المحتوى من خلال التخصيص .



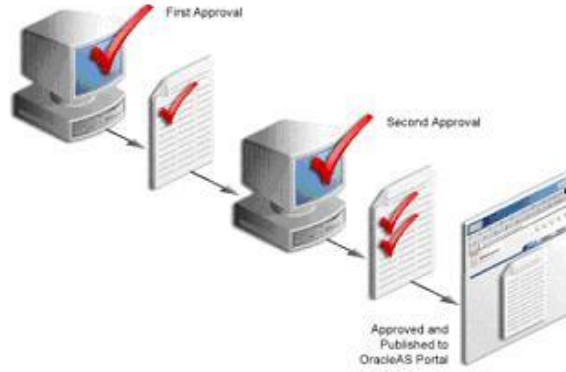
### \*التسجيل مرةً واحدة

يسمح للمستخدم بتسجيل دخوله مرة واحدة لاستخدام التطبيقات والحصول على المعلومات من مصادر مختلفة.



### \*إدارة المهام وتدقيق العمل

تزود البوابات غالباً بخدمة إدارة المهام وتدقيق العمل , التي تسمح لمستخدم البوابة بالمشاركة في إدارة بعض المهام أو إتمام بعض المعاملات المؤتمتة. كما تقدم البوابة الدعم والتوجيه لمستخدميها عند تنفيذ بعض المهام .



### أشهر أنواع البوابات الإلكترونية

يمكن توضيح التسلسل الهرمي لتصنيف البوابات الإلكترونية بالمخطط التالي:



### البوابات المتخصصة

وهي البوابات التي صممت لتكون متخصصة بمجال أو موضوع معين، وغالباً ما تكون هذه البوابات شاملة في شمولها الموضوعي لهذا المجال. ينظم هذه البوابات المختصون أو الخبراء في مجال التخصص، وعادة ما تكون موجهة للباحثين من الدارسين والباحثين في مجالات معينة. تقدم هذه البوابات الفائدة للمستخدمين وذلك بتنظيم المعلومات وتصنيفها في فئات رئيسية وأخرى فرعية بغية تسهيل التصفح والبحث عن المعلومات.

### بوابات التسويق أو البوابات التجارية

الهدف الأساسي لهذه البوابات هو دعم الأعمال التجارية الإلكترونية سواء بالترويج للمنتجات وتقديم المعلومات عنها, وجعل إمكان البحث والوصول إلى هذه المعلومات ممكناً, أو بتقديم الخدمات التجارية الإلكترونية كالبيع والشراء بواسطة بطاقات الائتمان, والمشاركة في المنتديات الإلكترونية التي تناقش الموضوعات المتعلقة بالمنتجات وآليات البيع والشراء.

### بوابات الويب العامة

أهم ما يميز هذه البوابات هو سهولة الاستخدام وفعالية الخدمات المقدمة للعموم والتي تشمل:

- محرك البحث الفعال ونظام الملاحة البسيط
- عرض طيف واسع من الخدمات الفعالة والبسيطة
- تقديم نقطة بداية فعالة وميسرة للإبحار في الويب

وتقسم تلك البوابات بدورها إلى قسمين:

### \*البوابات العمودية

التي تتناول شريحة محددة من المستخدمين, إذ تركز على هدف محدد كالبوابات الموجهة للأطباء أو تلك الموجهة للمبرمجين...



### البوابات الأفقية:

التي تقدم مجموعة واسعة ومتنوعة من المواد والمواضيع ذات الطابع العام, والتي تشمل طيفاً واسعاً من المستخدمين. وهي أكثر أنواع البوابات شيوعاً, لأنها موجهة للمستخدمين في الإنترنت بوجه عام, ونذكر منها yahoo و msn و Excite و AOL و Netscape و Lycos وغيرها.



### البوابات المؤسسية

وتدعى أحياناً بالبوابات المشتركة، تزود هذه البوابات بوصول شخصي إلى مجال مخصص من المعلومات عن شركة ما. دعيت هذه البوابات بدايةً ببوابات الإنترنت لوجودها على بيئة الشبكة الداخلية للمؤسسة , ثم تطورت تلك البوابات وتوسعت لتشمل الإنترنت والإنترنت , وأصبحت من أهم التقنيات الجديدة في مجال الأعمال. تقدم هذه البوابات الفائدة لموظفي الشركة, وذلك بتقديم المعلومات المفيدة والاتصال بشركاء العمل والزبائن, إضافةً إلى تقديم مكان عمل فعلي لكل موظف في الشركة , سواء الموظفين أو المديرين أو المزدودون, أي إن هذه البوابات صممت لتتيح لكل فرد يستخدمها الوصول إلى كل المعلومات والتطبيقات والخدمات التي تخوله الصلاحيات الممنوحة له الوصول إليها وعلى كافة المستويات:

- المستوى المعرفي
- نظم أتمتة المكاتب
- نظم إدارة الموارد البشرية (الذاتية)
- النظم الإدارية بمستوياتها المختلفة
- نظم التخطيط ودعم القرار

### البوابات الحكومية

أصبحت البوابات الإلكترونية جزء لا يتجزأ من مشروع البنية التحتية الأساسية لأي حكومة إلكترونية , لأنها تمثل الإطار الذي يضم جميع المكونات والنظم الأخرى الضرورية للمواطن والحكومة على حد سواء... مما دفع معظم الحكومات المهمة بمجال الحكومة الإلكترونية إلى بناء منفذ أو بوابة حكومية متكاملة تدعمها عدة تطبيقات خلفية, تتكامل فيما بينها وتتحد في شكل واجهة تطبيق تهتم بالمواطن, وتركز



على المستثمر، بحيث يتمكن بواسطتها من الحصول على جميع الخدمات الحكومية التي يحتاج إليها، مما يحقق للمواطن الشعور بالرضا عن الخدمة ووفائها بمتطلباته وملاءمتها له. ويتكون هذا المنفذ أو البوابة من عدة محركات: محرك بحث، محرك تسجيل وتحقق من الهوية، ومحرك تتبّع معاملات؛ وموصلات بمزودي الخدمة ويدعمها محرك سداد. نذكر من تلك البوابات بوابة حكومة دبي الإلكترونية وبوابة حكومة رأس الخيمة وبوابة الحكومة المصرية وغيرها الكثير... (1)



### مزايا البوابة

تُقدّم البوابة العديد من الخدمات التي تُضاف إلى خدمات دليل الويب ومحرك البحث، ونذكر منها على سبيل المثال:

1. البريد الإلكتروني، والحوار الحي (real-time chat)، إضافة إلى لوحات الرسائل (message boards).
2. الأخبار العالمية اليومية إلى جانب التغطية الآنية لأهم أحداث الساعة.
3. معلومات عن الأحوال الجوية السائدة عالمياً ومحلياً.
4. أسعار الأسهم (stock quotes)، وخدمات الأعمال الصغيرة.
5. الرياضة (sports)، والأبراج (horoscope).
6. خرائط الدول والبلدان (maps).
7. خدمة التقسيم الزمني للأعمال.
8. التسوق (shopping) والتسويق (marketing) الإلكتروني.
9. صفحات شخصية مجانية (1).

## نتائج الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على البوابات الالكترونية ودرها في توعية وإرشاد المعتمرين وزوار بيت الله الحرام ، من خلال التطبيق على عينة من البوابات الالكترونية متمثلة في موقع الجوازات والشؤون الإسلامية والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام والمسجد النبوي، وفي إطار منهج المسح بالعينة تم ملء استمارة تحليل المضمون ، وفيما يلي يعرض الباحث لأهم نتائج الدراسة التحليلية التي أجريت على عينة الدراسة ، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة ، مما يساعد في معرفة البوابات الالكترونية ودرها في توعية وإرشاد المعتمرين وزوار بيت الله الحرام

- نتائج تطبيق استمارة تحليل المضمون .

### (1) اللغة المستخدمة في المواقع محل الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	اللغة المستخدمة
100	3	الفصحى المبسطة
66.7	2	الانجليزية
33.3	1	أخرى
	3	الإجمالي

مما سبق يتضح أن :

استخدمت المواقع عينة الدراسة اللغة العربية الفصحى المبسطة في المرتبة الأولى بنسبة 100% يليها في المرتبة الثانية اللغة الإنجليزية بنسبة 66.7% بينما جاء في المرتبة الأخيرة لغات أخرى بنسبة 33.3% تمثلت في (اللغة الفرنسية – الإسبانية- الاندونيسية – التركية- الفارسية – الفارسية- أردو – صينية ) وقد اتضح أن موقع الشؤون الإسلامية هو الوحيد الذي استخدم لغات أخرى كما اتضح أن موقع الجوازات لم يستخدم أي لغة أخرى غير اللغة العربية

### (2) النطاق الجغرافي الذي تقوم بتغطيته البوابات الالكترونية محل الدراسة

أسفرت النتائج علي أن جميع البوابات الالكترونية غطت مشاهدا النطاق العالمي بنسبة 100%، وذلك لأن مضمون البوابات موجه لكافة أفراد العالم .

### (3) القوالب الفنية المستخدمة في البوابات الالكترونية

النسب المئوية	التكرار	القوالب الفنية
33.3	1	الصوتيات
33.3	1	صور
33.3	1	فيديوهات
66.7	2	أخرى ( لم تستخدم)
	3	الإجمالي

## مما سبق يتضح أن :

أثبتت الدراسة أن المواقع لم تستخدم أي قوالب فنية في المرتبة الأولى بنسبة 66.7% وتمثل ذلك في موقعي الجوازات ووزارة الشؤون الإسلامية بينما جاء في المرتبة الثانية كلاً من الصوتيات والصور والفيديوهات بنسبة 33.3% حيث استخدمها موقع الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام ، مما يثبت أنه الموقع الوحيد الذي اعتمد القوالب الفنية في تقديم المعلومات.

## (4) شكل المعلومات المقدمة في البوابات الإلكترونية

شكل المعلومات	التكرار	النسب المئوية
وقائع وحقائق	3	100
آراء	2	66.7
إحصائيات	1	33.3
أخرى (تعليمات)	1	33.3
الإجمالي	3	

## مما سبق يتضح أن :

أثبتت نتائج الدراسة أن المواقع استخدمت الوقائع والحقائق في مقدمة أشكال المعلومات التي تقدمها بنسبة 100% يليها في المرتبة الثانية الآراء بنسبة 66.7% وقد استخدمه موقعي الشؤون الإسلامية والرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام، بينما جاء في المرتبة الثالثة كلاً من الإحصائيات بنسبة 33.3% حيث استخدمها موقع الرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام وكذلك في نفس المرتبة شكل آخر تمثل في التعليمات واستخدمها موقع الجوازات.

## (5) تفاعل الجمهور مع المعلومات بالبوابات الإلكترونية

تفاعل الجمهور	التكرار	النسب المئوية
متاح	2	66.7
غير متاح	1	33.3
الإجمالي	3	

## مما سبق يتضح أن :

أوضحت نتائج الدراسة أن المواقع تتيح التفاعل الجمهور مع المعلومات في المرتبة الأولى بنسبة 66.7% وذلك في موقعي وزارة الشؤون الإسلامية والرئاسة العامة لشؤون المسجد الحرام ، بينما جاء في المرتبة الثانية غير متاح بنسبة 33.3% وذلك في موقع الجوازات.

## (6) تحديث المعلومات بالبوابات الإلكترونية

أثبتت نتائج الدراسة أن تحديث المعلومات بالمواقع محل الدراسة غير محدد بنسبة 100%.

### (7) الشخصيات التي استعانت بها البوابات الالكترونية في عرض المعلومات

الشخصيات	التكرار	النسب المئوية
مسئولين	1	33.3
مشايخ	2	66.7
الإجمالي	3	

مما سبق يتضح أن:

تمثلت الشخصيات التي استعان بها المواقع في عرض المعلومات في المشايخ بالمرتبة الأولى بنسبة 66.7% وذلك في موقعي الشؤون الإسلامية ، والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام ، يليه في المرتبة الثانية المسئولية بنسبة 33.3% وذلك في موقع الجوازات فقط.

### (8) نوع المعلومات التي تقدمها البوابات الالكترونية

نوع المعلومات	التكرار	النسب المئوية
دينية	2	66.7
أمنية	2	66.7
صحية	2	66.7
أخرى (تعليمية)	1	33.3
الإجمالي	3	

مما سبق يتضح أن:

أثبتت نتائج الدراسة أن نوع المعلومات التي يقدمها المواقع محل الدراسة جاءت كلاً من المعلومات الدينية والأمنية و الصحية في المرتبة الأولى بنسبة 66.7% حيث استخدم موقع الجوازات المعلومات الأمنية والصحية فقط بينما استخدم موقع الشؤون الإسلامية المعلومات الدينية فقط بينما استخدم موقع الرئاسة العامة المعلومات الدينية والصحية والأمنية ، وجاء في المرتبة الثانية معلومات أخرى تمثلت في المعلومات التعليمية بنسبة 33.3% وذلك في موقع الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام.

### (9) الخدمات التي تقدمها البوابات الالكترونية

الخدمات	التكرار	النسب المئوية
استشارات	2	66.7
خدمات دعوية	1	33.3
أسئلة وأجوبة	2	66.7
أخرى (إرشادات)	1	33.3
الإجمالي	3	

مما سبق يتضح أن:

جاءت الخدمات التي يقدمها المواقع الاستشارات في المرتبة الأولى بنسبة 66.7% حيث استخدم موقعي الجوازات والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام وفي نفس

المرتبة جاء الأسئلة والأجوبة حيث استخدمها موقعي الشئون الإسلامية والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام بينما جاء في المرتبة الثانية كلاً من خدمات دعوية بنسبة 33.3% استخدمها موقع الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام وكذلك خدمات أخرى تمثلت في الإرشادات حيث استخدمها موقع الجوازات.

#### (10) مدى مواكبة المعلومات المقدمة بالبوابات الالكترونية للأحداث الجارية بالمجتمع

جاءت جميع المعلومات المقدمة مواكبة للأحداث الجارية بالمجتمع بنسبة 100%.

#### (11) الجمهور المستهدف من المعلومات المقدمة بالبوابات الالكترونية

تمثل الجمهور المستهدف من المعلومات المقدمة بالمواقع في الإناث والذكور معاً بنسبة 100%.

#### (12) هدف البوابات الالكترونية من المعلومات المقدمة

الهدف	التكرار	النسب المنوية
تقديم معلومات	1	33.3
توعية	3	100
إرشاد	3	100
توجيه	3	100
الإجمالي	3	

مما سبق يتضح أن :

أثبتت نتائج الدراسة أن هدف البوابات الالكترونية من المعلومات جاء في المرتبة الأولى كلاً من التوعية والإرشاد والتوجيه بنسبة 100% لكلاً منهم حيث استخدمها كل المواقع عينة الدراسة ، بينما جاء في المرتبة الثانية تقديم معلومات بنسبة 33.3% حيث استخدمها موقع الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام .

#### (13) اسلوب البوابات الالكترونية في معالجة الهدف

استخدمت البوابات الالكترونية محل الدراسة الأسلوب المباشر في معالجة الأهداف بنسبة 100%.

#### (14) اسلوب الإقناع المستخدم في البوابات الالكترونية

اسلوب الإقناع	التكرار	النسب المنوية
الإسلوب الإقناعي	1	33.3
الإسلوب العقلي والعاطفي	2	66.7
الإجمالي	3	

مما سبق يتضح أن:

جاء اسلوب الإقناع الذي استخدمته المواقع عينة الدراسة الأسلوب العقلي والعاطفي معاً في المرتبة الأولى بنسبة 66.7% حيث استخدمها موقعي الشئون الإسلامية والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام بينما جاء في المرتبة الثانية الأسلوب العقلي فقط بنسبة 33.3% حيث استخدمها موقع الجوازات فقط.

### (15) الأسلوب الخطابي للمعلومات المقدمة بالبوابات الالكترونية

النسب المنوية	التكرار	الاسلوب الخطابي
66.7	2	بلاغي
33.3	1	تهديد
66.7	2	إقناعي
66.7	2	تفسيري
	3	الإجمالي

مما سبق يتضح أن:

أثبتت نتائج الدراسة أن الأسلوب الخطابي للمعلومات المقدمة بالبوابات الالكترونية تمثل في الأسلوب الإقناعي والتفسيري وسرد المعلومات في المرتبة الأولى بنسبة 66.7% لكلاً منهم حيث استخدمهم موقعي الشئون الإسلامية والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام وكذلك جاء في نفس المرتبة الأسلوب البلاغي واستخدمه موقعي الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام والجوازات يليها في المرتبة الثانية اسلوب التهديد بنسبة 33.3% حيث استخدمها موقع الجوازات فقط.

### (16) الاستمالات العاطفية المستخدمة بالبوابات الالكترونية

(أ) استمالات التخويف

#### (1) اسلوب التخويف المستخدم بالبوابات الالكترونية

استخدمت البوابات الالكترونية محل الدراسة اسلوب التخويف بشكل مباشر بنسبة 100%.

#### (2) أنماط التخويف المستخدم بالبوابات الالكترونية

النسب المنوية	التكرار	أنماط التخويف
100	3	التحذير
33.3	1	مخاطر صحية
66.7	2	مخاطر دينية
33.3	1	أخرى (أمنية)
	3	الإجمالي

مما سبق يتضح أن:

تمثلت أنماط التخويف في التحذير بالمرتبة الأولى بنسبة 100% ، حيث استخدمتها كافة المواقع محل الدراسة يليها في المرتبة الثانية في مخاطر دينية بنسبة 66.7%

حيث استخدمها موقعي الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام والشؤون الإسلامية ، يليها في المرتبة الثالثة كلاً من مخاطر صحية ومخاطر تمثلت في مخاطر أمنية بنسبة 33.3% لكلاً منهما حيث استخدم كلاً منهم موقع الجوازات فقط.

### (ب) استمالات الترغيب

#### (1) اسلوب الترغيب المستخدم بالبوابات الالكترونية

استخدمت البوابات الالكترونية محل الدراسة اسلوب الترغيب بشكل مباشر بنسبة 100%.

#### (2) أنماط الترغيب المستخدم بالبوابات الالكترونية

استخدمت المواقع محل الدراسة أنماط الترغيب المتمثلة في الإحساس بالمسئولية والإحساس بالرضا بتأدية المناسك بشكل صحيح ، وتعظيم البلد الحرام بنسبة 100%.

### (ج) استمالات عقلانية

#### (1) استمالات إقناع دينية

استمالات إقناع دينية	التكرار	النسب المئوية
آية قرآنية	2	66.7
حديث شريف	2	66.7
قواعد شرعية	2	66.7
أخرى (لم تستخدم)	1	33.3
الإجمالي	3	

مما سبق يتضح أن:

استخدمت البوابات الالكترونية محل الدراسة استمالات الإقناع الدينية المتمثلة في الآيات القرآنية والحديث الشريف والقواعد الشرعية بنسبة 66.7% بالمرتبة الأولى حيث استخدمها موقعي الشؤون الإسلامية والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام بينما جاء استمالات أخرى تمثلت في لم يستخدم في المرتبة الثانية بنسبة 33.3% حيث لم يستخدم موقع الجوازات أي استمالات إقناع دينية .

#### (2) استمالات تقديم الأدلة والشواهد

استمالات تقديم الأدلة	التكرار	النسب المئوية
تساؤل وإجابة	2	66.7
تفسير	3	100
استخدام الأدلة والبراهين	1	33.3
استخدام الصور الواقعية	2	66.7
الاستشهاد بشخصيات ذات مصداقية عالية	2	66.7
الإجمالي	3	

مما سبق يتضح أن:

جاءت استمالات التفسير في مقدمة استمالات تقديم الأدلة والشواهد التي استخدمتها المواقع محل الدراسة بنسبة 100% حيث استخدمها كافة المواقع يليها في المرتبة الثانية كلاً من استمالات التساؤل والإجابة واستخدام الصور الواقعية والاستشهاد بشخصيات ذات مصداقية عالية بنسبة 66.7% حيث استخدمها موقعي الشئون الإسلامية والرئاسة العامة للشئون المسجد الحرام ، يليها في المرتبة الثالثة استخدام الأدلة والبراهين بنسبة 33.3% حيث استخدمها موقع الرئاسة العامة للشئون المسجد الحرام فقط.

#### أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- 1- استخدمت المواقع عينة الدراسة اللغة العربية الفصحى المبسطة في المرتبة الأولى بنسبة 100% يليها في المرتبة الثانية اللغة الإنجليزية بنسبة 66.7% بينما جاء في المرتبة الأخيرة لغات أخرى بنسبة 33.3% تمثلت في (اللغة الفرنسية – الإسبانية-الاندونيسية – التركية- الفارسية –الفارسية- أردو – صينية ) وقد اتضح أن موقع الشئون الإسلامية هو الوحيد الذي استخدم لغات أخرى كما اتضح أن موقع الجوازات لم يستخدم أي لغة أخرى غير اللغة العربية
- 2- أثبتت نتائج الدراسة أن المواقع محل الدراسة قد قامت بالتغطية الجغرافية على مستوى عالمي بنسبة 100%.
- 3- أثبتت نتائج الدراسة أن المواقع استخدمت الوقائع والحقائق في مقدمة أشكال المعلومات التي تقدمها بنسبة 100% يليها في المرتبة الثانية الآراء بنسبة 66.7% وقد استخدمه موقعي الشئون الإسلامية والرئاسة العامة للشئون المسجد الحرام، بينما جاء في المرتبة الثالثة كلاً من الإحصائيات بنسبة 33.3% حيث استخدمها موقع الرئاسة العامة للشئون المسجد الحرام وكذلك في نفس المرتبة شكل آخر تمثل في التعليمات واستخدامها موقع الجوازات.
- 4- أوضحت نتائج الدراسة أن المواقع تتيح التفاعل الجمهور مع المعلومات في المرتبة الأولى بنسبة 66.7% وذلك في موقعي وزارة الشئون الإسلامية والرئاسة العامة للشئون المسجد الحرام ، بينما جاء في المرتبة الثانية غير متاح بنسبة 33.3% وذلك في موقع الجوازات.
- 5- تمثلت الشخصيات التي استعان بها المواقع في عرض المعلومات في المشايخ بالمرتبة الأولى بنسبة 66.7% وذلك في موقعي الشئون الإسلامية ، والرئاسة العامة للشئون المسجد الحرام ، يليه في المرتبة الثانية المسئولية بنسبة 33.3% وذلك في موقع الجوازات فقط.
- 6- أثبتت نتائج الدراسة أن نوع المعلومات التي يقدمها المواقع محل الدراسة جاءت كلاً من المعلومات الدينية والأمنية و الصحية في المرتبة الأولى بنسبة 66.7%



حيث استخدم موقع الجوازات المعلومات الأمنية والصحية فقط بينما استخدم موقع الشئون الإسلامية المعلومات الدينية فقط بينما استخدم موقع الرئاسة العامة المعلومات الدينية والصحية والأمنية ، وجاء في المرتبة الثانية معلومات أخرى تمثلت في المعلومات التعليمية بنسبة 33.3% وذلك في موقع الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام.

7- جاءت الخدمات التي يقدمها المواقع الاستشارات في المرتبة الأولى بنسبة 66.7% حيث استخدم موقعي الجوازات والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام وفي نفس المرتبة جاء الأسئلة والأجوبة حيث استخدمها موقعي الشئون الإسلامية والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام بينما جاء في المرتبة الثانية كلاً من خدمات دعوية بنسبة 33.3% استخدمها موقع الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام وكذلك خدمات أخرى تمثلت في الإرشادات حيث استخدمها موقع الجوازات.

8- أثبتت نتائج الدراسة أن هدف المواقع من المعلومات جاء في المرتبة الأولى كلاً من التوعية والإرشاد والتوجيه بنسبة 100% لكلاً منهم حيث استخدمها كل المواقع عينة الدراسة ، بينما جاء في المرتبة الثانية تقديم معلومات بنسبة 33.3% حيث استخدمها موقع الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام .

9- استخدمت المواقع محل الدراسة استمالات الإقناع الدينية المتمثلة في الآيات القرآنية والحديث الشريف والقواعد الشرعية بنسبة 66.7% بالمرتبة الأولى حيث استخدمها موقعي الشئون الإسلامية والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام بينما جاء استمالات أخرى تمثلت في لم يستخدم في المرتبة الثانية بنسبة 33.3% حيث لم يستخدم موقع الجوازات أي استمالات إقناع دينية .

10- جاءت استمالات التفسير في مقدمة استمالات تقديم الأدلة والشواهد التي استخدمتها المواقع محل الدراسة بنسبة 100% حيث استخدمها كافة المواقع يليها في المرتبة الثانية كلاً من استمالات التساؤل والإجابة واستخدام الصور الواقعية والاستشهاد بشخصيات ذات مصداقية عالية بنسبة 66.7% حيث استخدمها موقعي الشئون الإسلامية والرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام ، يليها في المرتبة الثالثة استخدام الأدلة والبراهين بنسبة 33.3% حيث استخدمها موقع الرئاسة العامة لشئون المسجد الحرام فقط.

### التوصيات المقترحة

1- استخدام البوابات الإلكترونية للعديد من لغات العالم .

- 2- ضرورة اعتماد البوابات الإلكترونية على القوالب الفنية في تقديم المعلومات لزيورها حتى تستطيع جذب انتباههم وبصفة خاصة موقعي الجوازات والشئون الإسلامية .
- 3- أن تتيح البوابات الإلكترونية فرصة لتفاعل الجمهور مع المعلومات التي تقدمها لهم والتواصل مع القائمين على الموقع.
- 4- ضرورة تحديث المعلومات بصورة دورية بالبوابات الإلكترونية ونشر ذلك للجمهور وتحديد مواعيد التحديث.
- 5- ضرورة تنوع المعلومات المقدمة بالبوابات الإلكترونية وعدم اقتصرها على المعلومات الدينية فقط أو الأمنية فقط بل كل ما يهتم به المعتمرين وزائريها من الجمهور.
- 6- تنوع الخدمات التي تقدمها البوابات الإلكترونية وعدم اقتصرها على الإرشادات والاستشارات فقط.
- 7- استخدام الاستمالات الإقناعية بمختلف صورها العاطفية والعقلية والقرآنية والأدلة والشواهد في كافة ما تقدمه البوابات الإلكترونية لزيورها.

## المراجع

### أولاً : الأبحاث غير المنشورة

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

### ثانياً: الأبحاث المنشورة

- (1) فريق البحث العلمي . "دراسة لاستجابة الحجاج لوسائل التوعية والإعلام" بحث منشور،(مجلس الدفاع المدني ، 1411 هـ).
- أسامة صالح حريري. " مصادر معلومات جماهير الحج " بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 1419 هـ).
- (2) محمد بن علي الشريف . " احتياجات المعتمرين التوعوية" بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 1425 هـ).

### ثالثاً: مواقع لأبحاث منشورة على الانترنت

- (1) <http://infomag.news.sy/index.php?inc=issues/showarticle&issuenb=9&id=137>
- (2) <http://blog.naseej.com/2013/05/02/portals>
- (3) <http://www.albayan.ae/science-today/education-com/2012-06-24-1.1674956>
- (4) <http://ahmadfarag.bbflash.net/t185-topic>

ملاحق الدراسة

استمارة تحليل المضمون

أ- من حيث الشكل ( كيف قيل )

الناطق الجغرافي الذي يغطيه الموقع			اللغة المستخدمة في الموقع				عدد المواقع التي تم تحليلها	اسم الموقع
عالمي	إقليمي	قومي	أخرى	اللغة الانجليزية	اللغة العربية			
					اللغة الفصحى المبسطة	اللغة العامية	اللغة الفصحى	

شكل المعلومات المقدمة بالموقع					القوالب الفنية المستخدمة في تقديم المعلومات بالموقع					
أخرى	نقاشات	تقرير	إحصائيات	آراء	وقائع وحقائق	أخرى	فيديوهات	صور	صوتيات	رسوم
الشخصيات التي استعان بها الموقع في عرض المعلومات			تحديث المعلومات				تفاعل الجمهور مع المعلومات			
أخرى	مسؤولين	مشايخ	أخرى	شهري	اسبوعي	يومي	غير متاح	متاح		

ب- من حيث المضمون ( ماذا قيل )

الخدمات التي يقدمها الموقع					نوع المعلومات التي يقدمها الموقع					
أخرى	أسئلة وأجوبة	خدمات دعوية	استشارات	فتاوى	أخرى	بيئية	اقتصادية	صحية	أمنية	دينية

الجمهور المستهدف من المعلومات			مدى مواكبة المعلومات المقدمة للأحداث بالمجتمع			
الإثنان معا	إناث	ذكور	أخرى	تعرض لأول مرة	غير مواكبة للأحداث	تواكب الأحداث

اسلوب الموقع في معالجة الأهداف		هدف الموقع من المعلومات المقدمة							
اسلوب غير مباشر	اسلوب مباشر	أخرى	توجيه	إرشاد	توعية	تقديم معلومات			
الاسلوب الخطابي للمعلومات المقدمة				اسلوب الإقناع المستخدم					
أخرى	سرد المعلومات	تفسيري	إقناعي	تهديد	بلاغي	حماسي	الاتقان معا	الاسلوب العاطفي	الاسلوب العقلي

البوابات الإلكترونية ودرها في توعية وإرشاد المعتمرين وزوار بيت الله الحرام

الاستمالات المستخدمة في المعلومات المقدمة بالموقع							
استمالات عاطفية							
استمالات الترغيب		استمالات التخويف				اسلوب التخويف	
اسلوب الترغيب		أنماط التخويف				غير مباشر	مباشر
غير مباشر	مباشر	أخرى	مخاطر دينية	مخاطر بينية	مخاطر صحية	تحذير	مباشر

استمالات عقلانية				تابع استمالات الترغيب			
استمالات إقناع دينية				أنماط الترغيب			
أخرى	قواعد شرعية	حديث شريف	آية قرآنية	أخرى	تعظيم البلد الحرام	الإحساس بالرضا بتأدية المناسك بشكل صحيح	الإحساس بالمسئولية

تابع الاستمالات العقلية						
استمالات تقديم الأدلة والشواهد						
أخرى	الاستشهاد بشخصيات ذات مصداقية عالية	استخدام الصور الواقعية	استخدام الأدلة والبراهين	تفسير	تساؤل وإجابة	تقديم أرقام وإحصائيات

## هوامش البحث

- (1) فريق البحث العلمي. "دراسة لاستجابة الحجاج لوسائل التوعية والإعلام" بحث منشور، (مجلس الدفاع المدني ، 1411هـ).
- (1) أسامة صالح حريزي. "مصادر معلومات جماهير الحج" بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 1419هـ).
- (1) فهد عبدالله النفيعي: "دور الاتصال والإعلام في توعية الحجاج بأمر السلامة خلال موسم حج عام 1416هـ"، رسالة ماجستير غير منشورة ، (الرياض:أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، 1420هـ).
- (2) محمد بن علي الشريف. "احتياجات المعتمرين التوعوية" بحث منشور ( جامعة أم القرى ، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج ، مكة المكرمة، 1425هـ).
- (1)  
<http://infomag.news.sy/index.php?inc=issues/showarticle&issuenb=9&id=137>  
18-8-2014 10:00p.m
- (2) <http://blog.naseej.com/2013/05/02/portals>  
18-8-2014  
10:15 p.m
- (1) <http://www.albayan.ae/science-today/education-com/2012-06-24-1.1674956>  
18-8-2014 11:00p.m
- (1)  
<http://infomag.news.sy/index.php?inc=issues/showarticle&issuenb=9&id=137>  
19-8-2014 8:00p.m
- (1) <http://ahmadfarag.bbflash.net/t185-topic> 20-8-2014 7:30p.m