اعتماد الحجاج والمعتمرين على الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال كمصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية خلال الأزمات

د. وجدي حلمي عيد عبدالظاهر(*)

مقدمة:

إن الحج إلى بيت الله الحرام في مكة المكرمة هو أحد أركان الإسلام، ويفد إليه مئات الألوف من المسلمين في كل عام إستجابة لامر الله بفريضته علي المستطيع منهم وتحقيقاً لنداء نبي الله إبراهيم – عليه السلام – بدعوته للناس للقدوم إلي الحج فيشهدوا منافع لهم ويذكروا اسم الله في أيام معدودات. وإن من أعظم منافع الحج إقامة والتفاعل مع قضاياهم وهمومهم وآمالهم والآمهم، وقضاء بعض المنافع الدنيوية التي لايخلو منها إجتماع للبشر حينما يلتقون من بلدان متفرقة ولمدة زمنية محددة(١). وتشكِّل أعداد الحجاج والمعتمرين التي تفد كل عام إلى أرض الحرمين الشريفين تجمعاً بشرياً كبيراً في حيز مكاني محدد، فضلاً عن تميز هذه الحشود بتنوع فئاتها وأجناسها وجنسياتها؛ وهو ما يعني تبايناً في العادات والطبائع والسلوكيات والأعراف والمستويات الثقافية والاقتصادية.

أصبح الإعلام في عصر العولمة ــ وبفضل التطور التكنولوجي الهائل في المجالات الاتصالية المختلفة ــ يشغل موقعاً مركزياً في الاستراتيجيات والسياسات والاقتصاديات للنظام الجديد الذي بدأ يتشكل في العقدين الأخيرين من القرن العشرين، والمنظومة الإعلامية أصبحت تنافس المؤسسات التربوية والتعليمية في تلقين النشء والأجيال الجديدة أنماط سلوكية ومعرفية مختلفة. (٢)

وتعتبر عملية نشر المعلومات أحد المهام التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيرية للتأثير على المعرفة والفهم لدى الجمهور المتلقي (٣)، كما أن الحصول على المعلومات ظاهرة اجتماعية ارتبطت بحياة الإنسان منذ محاولاته الأولى للتعرف على البيئة المحيطة به. (٤)

وتعتبر الصورة المرئية أكثر تأثيراً في نقل الرسالة الإعلامية وبخاصة اذا اعتمدت علي تفاهم بين المرسل والمستقبل، ويأتي بعدها الرسم أو الاشارة المبسطة لشكل معين، و اخيراً اللغة المكتوبة. وليس هذا غريباً، فاللغة إن لم تتداول بين

(*) أستاذ مساعد بجامعة أم القرى، كلية العلوم الاجتماعية.

أصحاب الثقافة الواحدة فهي فاقده لمعناها، أما بالنسبة للصورة فقد تتعدي أصحاب الثقافة الواحدة مخترقةً حواجز اللغة محدثةً أثراً كبيراً في الفهم يتباين بين شخص وآخر، أكثر بكثير من اللغة المكتوبة.

وتبعاً لما سبق فإن استخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيا الحديثة لتوعية المسلمين في أداء مناسك حجهم وإرشادهم لما يسهل عليهم هذا الحج ويوفر لهم قدراً كبيراً من السلامة والأمان أثناء الأزمات لا قدّر الله منذ مغادرتهم لبلادهم وحتي عودتهم إليها بسلام وامان. كما إن التغطية الحية بوسائل التكنولوجيا الحديثة مثل استخدام الكاميرات العنكبوتية (التي تستخدم في مباريات كاس العالم وغيرها من المناسبات والمهرجانات الدولية) لشعائر الحج وأحوال الحجاج والمعتمرين وتنقلاتهم في المشاعر المقدسة، سوف تسهم في إنتشار الدعوة الإسلامية وتحقق الطمأنينة لأهالي الحجاج والمعتمرين وتظهر للعالم المعاني الإسلامية الراقية المتمثلة في أداء مناسك الحج والعمرة، بالاضافة للشاشات التليفزيونية العملاقة، وهى هي أربعة شاشات تلفزيونية بحجم (٨×٥م) ولوحة خامسة عند مدخل الجمرات بحجم (٢,٥×١٦م) تم توزيعها على خمسة مناطق رئيسية في مشعر منى بحيث تغطي جميع مسارات تحرك الحجاج المشاة في توجههم إلى الجمرات والتي تستخدم في مشاعر الحج[٥]، لتوعية الحجاج من خلال المعلومات التوعوية والإرشادية التي تقدمها هذه الشاشات العملاقة.

مشكلة الدراسة:

تم تحديد مشكلة الدراسة بناءاً على نتائج الدراسات السابقة التي قام الباحث بعمل مسح علمي لها حيث اتضح من نتائج إحدى الدراسات التي ربطت بين الصورة المرئية وتأثيرها علي الجمهور، بأن هناك تأثيراً كبيراً عليهم نتيجة لاستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة للإتصال في نقل الصورة المرئية ومجالات التصوير والاخراج المتمثلة في (الشاشات التليفزيونية العملاقة والكاميرات العنكبوتية) والشاشات التليفزيونية (Led Screen) ، والاطار المعرفي والنظري للدراسة، بالاضافة الى بعض ماتوصلت إليه مؤشرات الدراسة الإستطلاعية [*] وهى: أن الشاشات التليفزيونية العملاقة تساعد الحجاج والمعتمرين في معرفة معلومات توعوية إرشادية عن الحج والعمرة بنسبة ٧٥%.

(*) أجرى الباحث دراسة إستطلاعية على عينة من المعتمرين مكونة من ٤٠٠ مفردة (من الجنسيات المختلفة) في الفترة ٢٠ شعبان ١٤٣٢هـ وحتى نهاية شهر رمضان ١٤٣٢هـ.

وحيث أن ثقافة التعامل مع الحشود من جانب الحجاج تكـاد تكـون مفقـودة إضافة إلى تباين الخلفيات الاجتماعية والعادات والتقاليد بين الحجاج القادمين مـن دول مختلفة، لذا ينبغي أن نهتم بتوعية الحشود في مسار موازي لتقـديم الخدمـة ذاتها وذلك لاعتبارات عدة:

١- طبيعة الحشود وما ينتاب الإنسان فيها من توتر وخوف على نفسه وتحفظ في السلوك والتصرف.

٢- الزحام وما يصاحبه من ضغط نفسي وتوتر عصبي يؤدي إلى رد فعل سـلبي وهو ما يحتمل حدوثه إذا لم يحصل الحاج والمعتمر على التوعية والإرشـاد الملائم الذي يساعد على ضبط وتوجيه سلوكه إلى المسار الصحيح بما يمكنه من أداء الأنساك بيسر وبما يتفق مع القواعد الشرعية.

٣- المواقف والظروف الطارئة التي من الوارد أن يتعرض لها أي حاج ومعتمر والتصرفات الملائمة لهذه المواقف والظروف الطارئة حتـى يـؤمن لنفسـه ولمصاحبيه السلامة دون خروج عن الإطار الشرعي لأداء الأنساك.

٤- تخفيف العبء الأمني والصحي والإداري عن الجهات الرسـمية المسـؤولة عنها.

وبناءاً عليه تتحدد المشكلة البحثية فيما يلي:

مدى مسـاهمت الوسـائل التكنولوجيـة الحديثـة للإتصـال (الشاشـات التليفزيونية العملاقة والكاميرات العنكبوتية) في تسهيل وصول الرسالة الإعلامية في أوقات الأزمات (السيول – الحرائق – الإزدحام الشديد أثناء رمي الجمـرات) وكيفية التعامل معها، بالإضافة إلي التعرف على عوامل الجذب اللازمـة لنجـاح العملية الإتصالية، ومدى إعتماد الحجـاج والمعتمـرين علـى هـذه الوسـائل التكنولوجية الحديثة أوقات الأزمات في الحج والعمرة.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الاعتبارات التالية:

١- ندرة الدراسات التي اهتمت بـدور التكنولوجيـا الحديثـة (شاشـات العـرض التليفزيونية العملاقة - الكـاميرات العنكبوتيـة) لإمـداد الحجـاج والمعتمـرين بالمعلومات الإرشادية والتوعوية أثناء الأزمات والحج والعمرة، والتعرف علـى أهمية الدور الحقيقي للتكنلوجيا الحديثة في المجتمع.

٢- تقييم لأداء الوسائل التكنولوجية الحديثة للإتصال المتمثلة في شاشات العرض التليفزيونية العملاقة - والكاميرات العنكبوتية لمعرفة أوجه القوة والضعف، بحيث يسهم ذلك في تطوير أداء هذه التكنولوجيا الحديثة مستقبلاً.

٣- تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، في بنائها الفكري والمعرفي إنطلاقاً من مفاهيمها وفروضها وصولاً إلى التطبيقات العملية لهذه النظرية.

٤- الوقوف على أهمية الدور الذي تقوم به التكنولوجيا الحديثة المتمثلة في شاشات العرض التليفزيونية العملاقة - الكاميرات العنكبوتية في نشر المعلومات الإرشادية والتوعوية أثناء الأزمات في الحج والعمرة لدى الحجاج والمعتمرين.

أهداف الدراسة:

١- التعرف على دور الوسائل التكنولوجية الحديثة للإتصال المتمثلة في شاشات العرض التليفزيونية العملاقة - الكاميرات العنكبوتية في إمداد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات الإرشادية والتوعوية.

٢- التعرف على مدى قيام الوسائل التكنولوجية الحديثة للإتصال (شاشات العرض التليفزيونية العملاقة - الكاميرات العنكبوتية) بشر المعلومات الإرشادية والتوعوية تجاه بعض الموضوعات والقضايا أثناء الأزمات.

٣- تزويد صانع القرار بمعلومات يعدل في إطارها سياسات هذه التكنولوجيا الحديثة.

٤- التعرف على واقع الجهود التي تبذلها الجهات المعنية بشؤون الحج والعمرة سواء حكومية كانت أم خاصة في مجال توعية الحشود بالمنطقة المركزية والمشاعر المقدسة، للحصول على تصور علمي واضح عن هذه الجهود من خلال وسائل التكنولوجيا الحديثة.

٥- دراسة مدى تأثير عدد من المتغيرات الوسيطة كالنوع، التعليم، المستوى الإجتماعي الإقتصادي، وغيرها من المتغيرات وبين مستوى الإعتماد على التكنولوجيا الحديثة (شاشات العرض التليفزيونية العملاقة - الكاميرات العنكبوتية) وأيضاً دراسة مستوى معلومات الحجاج والمعتمرين أثناء الأزمات في الحج والعمرة.

٦- تقييم أداء التكنولوجيا الحديثة المتخصصة في الإعلام في مكة المكرمة،

وحيث أنهذه التجربة تعد تجربة حديثة نسبياً إلا أن الهدف منها الاطلاع على سلبيات وايجابيات الإعلام فيها وتحديد نقاط قوته وضعفه . وبعد ذلك يتم تطوير المشروع في الأعوام القادمة بناء على مقاييس البحث العلمي التي ترصده هذه الدراسة.

الدراسات السابقة:

أولاً: دراسات خاصة بتكنولوجيا الإتصال:

١) **دراسة امستردامسكا واجسمان Amsterdamska and Wajcman (٢٠١٠)**[٧]. استهدفت هذه الدراسة اختبار العلاقة بين المفاهيم السائدة حول العلاقة السببية في مجال التكنولوجيا والمجتمع العلاقات؛ وعملية تطوير التكنولوجيا؛ والعواقب الاجتماعية للتغيير التكنولوجي في كل الميادين، وانتجهت منهجاً تقليدا مهماً من التحقيق في دراسات الاتصالات لعرض التقنيات وفقا لخصائصها الفنية، ولا سيما تلك التي تدعم أو توسع الإدراك الحسي والفعل التواصلي للإنسان حيث أنه كان عبر الزمان والمكان هو القتدر على استخدام الرموز واللغة والكتابة للتعبير عن الشكل والفكر والخبرة. وخلصت الدراسة إلى أن وسائل الاعلام التي استخدمت التكنولوجيا الحديثة لها تاثيراً كبيراً على معرفة المجتمع، وتشكيل البناء الاجتماعي. كما أشارت النتائج إلى أن وسائل الإعلام الجديدة مثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات كانت أكثر الوسائل تأثيراً.

٢) **دراسة جورج سيدو Jörg Sydow (٢٠٠٨)**[٨]. تهتم الدراسة الحالية بأهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج التليفزيوني علي السلوك، وارتباط هذا التأثير بتدخل العديد من المؤسسات الإجتماعية الأخرى في المانيا. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط قوية بين استخدام التكنولوجيا الحديثة في الإنتاج التليفزيوني والسلوك الإنساني. وأن أكثر المصادر للحصول على المعلومات التوعوية لدى الجمهور هي وسائل التكنولوجيا الحديثة.

٣) **دراسة محمد بن علي الشريف و محمد محمد جاهين (٢٠٠٨)**[٩]. حاولت الدراسة التعرف على احتياجات المعتمرين التوعوية، وبالتالي تحديد أنسب الأساليب لحصولهم على المعلومات الإرشادية، وتنفيذ الخطوات الإجرائية بطريقة أسرع؛ مما يخفف العبء على منفذي الخدمات، وتمكينهم من استقبال أكبر الأعداد في أسرع الأوقات وبأقل التكاليف، وقام الباحث باستخدام المسح

الميداني علي عينة من الحجاج قوامها **١١٩٤** مفردة عام ٢٠٠٨. وكان من أهم نتائجها أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة يرون أن مستوى الاستفادة من اللوحات الإرشادية خارج الحرم في الاستدلال منها على المواقع التي تهم الحجاج في أداء النسك وقضاء معاشهم وخدمتهم من كافة النواحي، كان بدرجة "فعالة" حيث كان متوسط العام ٢,٢١%، وقد كانت قيم الانحراف المعياري محدودة إزاء كل عنصر من العناصر المقترحة بما يدل على أن هناك درجة اتفاق كبيرة في إجابات المبحوثين حول هذه العناصر. كما أشارت النتائج بأن المشكلات التي يمكن أن تواجه حشود الحجاج نتيجة عدم فاعلية اللوحات الإرشادية في المنطقة المركزية وعدم كفايتها تظهر بشكل "بارز" حيث بلغ المتوسط العام ٢,٢٣.

٤) **دراسة محمد بن علي الشريف (٢٠٠٧)** [١٠]. حاولت الدراسة التعرف على احتياجات المعتمرين التوعوية، وبالتالي تحديد أنسب الأساليب لحصولهم على المعلومات الإرشادية، وتنفيذ الخطوات الإجرائية بطريقة أسرع ؛ مما يخفف العبء على منفذي الخدمات، وتمكينهم من استقبال أكبر الأعداد في أسرع الأوقات وبأقل التكاليف، وقام الباحث باستخدام المسح الميداني علي عينة من المعتمرين قوامها ٩٨٤ مفردة عام ٢٠٠٧. وتوصلت الدراسة إلى أن ٦٨,٢% من المبحوثين يعتمدون على المرشد الديني من بلدهم في الحصول على المعلومات الإرشادية التي يحتاجونها أثناء تأدية النسك، ثم يأتي بعد ذلك أحد المرافقين، ومرشد مؤسسة العمرة، والكتب الإرشادية، ومرشدو التوعية في المملكة، والمحاضرات،ووسائل الإعلام المختلفة، كما أشارت النتائج إلى أن المعتمرين يحتاجون إلى معلومات في جميع المجالات المختلفة؛ لذا لابد 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.

٥) **دراسة اسامة بن صالح حريري (٢٠٠٧)** [١١]. سعت الدراسة للتعرف على قياس رجع الصدى أو التغذية المرتدة لمشروع التوعية عبر الشاشات الضخمة وتلفزيون المخيمات، وجاءت هذه الدراسة أيضاً لقياس مدى فاعلية هذا المشروع الإعلامي ولمعرفة سلبياته وإيجابياته، وقام الباحث باستخدام المسح الميداني علي عينة من المعتمرين قوامها ١٥٠٠ مفردة عام ٢٠٠٧. وخلص الباحث إلى أن ٥٧% من الحجاج تعتمد على الشاشات الضخمة بشكل كبير

جداً، وأن ١٣% يعتمدون عليها بشكل متوسط، في حين أجاب ١١,٦% بأنهم لايعتمدون عليها. وأن ٨٩% من العينة أشارت بأنها استفادت من الشاشات الضخمة وقد أجاب ٢٥% بأنهم لم يستفدوا منها . وهذه مؤشر آخر إيجابي كبير في حق المشروع رغم أنه كان في سنته الأولي. وتظل نسبة عدم الاستفادة مؤشر وحاجة مستقبلية لمعرفة السبب في عدم وجود الفائدة.

٦) **دراسة فريده ابراهيم Faridah Ibrahim (٢٠٠٧)**[١٢]. سعت الدراسة للتعرف على دور وسائل الاعلام الماليزية في تشكيل الصورة الذهنية عن الحرب والازمات، وقامت الباحثة باستخدام المسح الميداني على عينة قوامها ٦٠٠ مفردة. والتي أظهرت نتائجها ارتفاع في التغطية الاخبارية لاحداث الحروب وبخاصة في العراق وافغانستان ولبنان في القنوات الاخبارية الفضائية. وأظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباطية بين التغطية الاخبارية للحروب والازمات واتجاهات الجمهور الماليزي نحو تلك الازمات.

٧) **دراسة باسيفكا جوريك Pavica Juric (٢٠٠٦)**[١٣]. سعت الدراسة الي التعرف على دور وسائل الاعلام ومدى الاعتماد عليها اثناء الكوارث الطبيعية، واستهدفت الدراسة التليفزيون بأنه هو المصدر الأساسي للحصول على هذه المعلومات وقام الباحث بإستخدام العينة العشوائية على ٤٠٠ مفردة من الجمهور. وأظهرت النتائج أن عينة الدراسة إعتمدت على التليفزيون بشكل رئيسي في الحصول على المعلومات الخاصة بالكوارث الطبيعية. كما أظهرت احتلال التليفزيون المرتبة الأولى من حيث التغطية الخاصة بالكوارث التي إعتمدت عليها عينة الدراسة، ثم الإنترنت في المرتبة الثانية، وتلاها الجوال في الترتيب الثالث.

٨) **دراسة اندرو براون Arnold Brown (٢٠٠١)**[١٤]. سعت الدراسة للتعرف على مدى تأثير تكنولوجيا الإتصال على الهوية الإجتماعية والثقافية للمجتمعات وإستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة في الحياة اليومية للشباب الهندي، وطبقت الدراسة على ٣٠٠ مفردة. وتوصلت الدراسة إلى أن استخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة قد أحدث تغييراً كبيراً في العادات والتقاليد الإجتماعية مثل تغيير عادات الزواج في الهند. وأن تكنولوجيا الإتصال الحديثة قد أسهمت في تغيير الهوية الإجتماعية والثقافية في الهند.

٩) **دراسة ثروت السيد حجازي (١٩٩٤)**[١٥]. سعت الدراسة للتعرف على فكرة

تداول الرموز الدالة على الخدمات من قبل المملكة العربية السعودية، والمقدمة لحجاج بيت الله الحرام، متفحصاً جدوى مثل هذه الرموز لتيسير الخدمة والدلالة عليها، وقام الباحث باستخدام المسح الميداني علي عينة من الحجاج قوامها ١٠٠٠ مفردة من الجنسيات المختلفة عام ١٩٩٤. وتوصل الباحث إلى أن التجاوب مع الشكل المرسوم أسرع في الفهم ولكن التعبير عنه يستغرق وقتاً، وتجاوبت عينة الدراسة مع الرموز وذلك لأهميتها خاصة من ناطقي اللغات غير العالمية مثل السواحلي- الهوسا – الطاجكستاني وغيرها. كما توصل إلى حدوث التباس غير مقصود في بعض الرموز التي لها دلالة معينة علي بعض الشعوب مثل الهلال الذي يشير إلى الإسعاف فاعتبره البعض من الباكستان علم دولتهم، وكذلك البعض من تركيا وتونس.

ثانياً: الدراسات الخاصة بتطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام خلال الأزمات:

يعرض الباحث فيما يلي لأهم الدراسات العربية والأجنبية التي اعتمدت في أطرها النظرية على فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام خلال الأزمات.

١) **دراسة رشيد العبيدي (٢٠١٠)**[١٦]. سعت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على القيم الإخبارية التي تعكسها الفضائيات العراقية وعلاقتها بالجمهور في حالة حدوث أزمات وكوارث طبيعية، واستكشاف المناخ الذي تعمل من خلاله القنوات الفضائية العراقية لاسيما الإخبارية منها، واستخدام منهج المسح للمضمون الإخباري بقنوات الدراسة الشرقية والعراقية باستخدام استمارة تحليل المضمون، وقد شملت العينة التحليلية للدراسة ٣٦ نشرة إخبارية بمعدل ١٢نشرة إخبارية لكل قناة من ٢٠٠٩/٩/١ حتى ٢٠٠٩/١١/٣٠، واعتمدت الدراسة أيضاً على استمارة ميدانية، وبلغ حجم العينة ٤٠٠ مفردة.وكان من أهم نتائجها ارتفاع نسبة القنوات الفضائية العراقية كمصدر يستقي منه المبحوثين الأخبار عن العراق بنسبة (٨٨,٥%)، ثم الفضائيات العربية، وفي الترتيب الثالث الإنترنت. كما توصل الباحث الى زيادة اعتماد المبحوثين على النشرات الإخبارية في القنوات الفضائية العربية في حالة حدوث أزمات وكوارث طبيعية بنسبة (٨٢,٥%).

٢) **دراسة نهى عاطف العبد (٢٠٠٩)**[١٧]. سعت الدراسة إلى التعرف على اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهه باللغة العربية في

أوقات الأزمات بالتطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة، وطبقت علي عينة عملية قوامها ٤٠٠ مفردة. وكان من أهم نتائجها إن أهم المصادر التي يعتمدون عليها الجمهور للحصول على المعلومات أثناء الأزمات هي: الصحف والمجلات، والقنوات الفضائية العربية، والندوات والمؤتمرات، والقنوات الفضائية الأجنبية.كما توصلت الباحثة الى وجود علاقة ارتباط دالة احصائياً بين معدلات تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية، ومعدلات اعتمادهم عليها للحصول على معلومات حول أزمة غزة .

٣) **دراسة غادة اليماني (٢٠٠٨)**[١٨]. سعت الباحثة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية كمصدر للمعلومات أثناء أزمة المحلة الكبرى، في ظل فرضية زيادة أهمية الاعتماد على وسائل الإعلام أثناء الأزمات علي عينة قوامها ٤٠٠ مفردة و انتهت الدراسة الى وجود علاقة دالة احصائياً ارتباطية بين اعتماد المبحوثين على الصحف كمصادر للمعلومات والتماسهم لموضوعات أحداث المحلة الكبرى، كما أكدت النتائج وجود علاقة دالة احصائياً بين اعتماد المبحوثين على الصحف المختلفة وبين ثقتهم فيها كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات، وأثبت الدراسسة ايضا وجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على الصحف والنوع والسن والمستوى التعليمي للمبحوثين ، في حين لم تثبت وجود علاقة بين محل الإقامة ودرجة الاعتماد.

٤) **دراسة حسن اللقان (٢٠٠٨)**[١٩]. استهدفت هذه الدراسة تحديد علاقة الجمهور الفلسطيني بالقنوات التليفزيونية الفلسطينية أثناء الأزمات ودرجة اعتماده عليها، وقد أجرى الباحث دراسة ميدانية على عينة قوامها (٤٣٥) مفردة من سكان فلسطين، وتوصلت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل مشاهدة المبحوثين لقناة فلسطين بنسبة (٣٧,٥%)، وتلتها قناة الاقصى الفضائية بنسبة (٣٧,٤). كما أشارت النتائج إلى إعتماد المبحوثين على القنوات الفلسطينية في الحصول على المعلومات أثناء الازمات بنسبة كبيرة جداً.

٥) **دراسة حسين أبو شنب وماجد تربان (٢٠٠٨)**[٢٠]. هدفت الدراسة إلى التعرف علي على مدى اعتماد طلاب الجامعات الفلسطينية علي وسائل الإعلام إثناء الأزمات ، وكانت العينة ٤٠٠ مفردة موزعة علي الجامعات الأربعة (الإسلامية، الأزهر، الأقصى، فلسطين)، وخلصت الدراسة إلى أن التليفزيون الفلسطيني كان المصدر الأول حيث جاء بنسبة ٦٣,٥% من حيث الاعتماد

علي على وسائل الإعلام في الحصول علي المعلومات أثناء الأزمات تلته الفضائيات العربية بنسبة ٦١,٥%، كما أشارت النتائج أيضا بأن المواقع الإلكترونية لحركة فتح قد احتلت المرتبة الأولي من درجة الثقة في وسائل الإعلام أثناء الأزمات، يليها التليفزيون الفلسطيني، يليه الصحف الدولية والمحلية، ثم الإذاعات العربية والدولية.

٦) **دراسة رفعت الضبع (٢٠٠٧)**[٢١]. هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب معلومات عن أزمة أنفلونزا الطيور في مصر وطبقت الدراسة علي عينة عشوائية منتظمة قوامها ٧٠٠ مفردة من الجمهور المصري وانتهت الى وجود علاقة دالة احصائياً بين مجموعات المبحوثين وفقا لنوعية القنوات التليفزيونية التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات حول أزمة أنفلونزا الطيور، وأثبت الدراسة أنه كلما ازداد الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات كلما زاد مستوى المعرفة حول أزمة أنفلونزا الطيور، كما وجدت علاقة دالة احصائيا بين نوعية الصحف والمحطات الإذاعية في الحصول على المعلومات ومستوى المعرفة حول أزمة أنفلونزا الطيور.

٧) **دراسة أيمن موسى (٢٠٠٦)**[٢٢]. استهدفت الدراسة التعرف على إعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٤٠٠ من الجمهور المصري. وكان من أبرز نتائجها احتلال قناة الجزيرة المرتبة الأولى لأسباب الاعتماد عليها في اوقات الأزمات، تلتها في الترتيب قناة النيل للأخبار، ثم قناة النيل الدولية في الترتيب الثالث. وأشارت الدراسة إلى أن "التغطية الحية للأحداث في موقعها فور وقوعها" كان السبب الدائم لحرص المبحوثين على مشاهدة هذه القنوات والاعتماد عليها في الترتيب الاول.

٨) **دراسة شيماء ذو الفقار (٢٠٠٦)**[٢٣]. سعت هذه الدراسة الى محاولة التعرف على مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وبالتحديد التليفزيون وذلك لمعرفة أخبار الكوارث – وخاصةً كارثة غرق عبارة السلام ٩٨وعلاقة ذلك بمستوى السخط السياسي، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها ٤١٤ مفردة من محافظات الجمهورية . وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة ايجابية بين مستوى الإعتماد على أخبار الكوارث في القنوات الفضائية وبين مستوى

السخط السياسي. كما أثبتت وجود فروق ذات دلالة إحصائية جزئيا بين متغيرات مستوى المعرفة السياسية ومستوى الإهتمام السياسي وسن المبحوث علي شدة العلاقة الإرتباطية بين مستوى الاعتماد على القنوات الفضائية ومستوى السخط السياسي، بينما لم يثبت في المتغيرات الوسيطة الاخرى.

٩) **دراسة ابراهيم فرج (٢٠٠٦)**[٢٤]. هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى دور اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات " وخاصة أزمة تفجيرات دهب" وقد طبقت الدراسة عينة ٤٠٠ مفردة من الشباب الجامعي المصري. وخلصت الدراسة الى أن القنوات الفضائية احتلت الترتيب الاول من مصادر المعلومات التي يعتمد عليها افراد العينة، ثم تلتها الصحف القومية والتليفزيون المصري والصحف الحزبية والانترنت علي التوالي. كما أوضحت الدراسة وجود فروق دالة احصائيا بين الشباب الجامعي واعتمادهم على وسائل الإعلام المختلفة بشان الأزمة لصالح الذكور.

١٠) **دراسة وفاء عبد الخالق ثروت (٢٠٠٦)**[٢٥]. سعت الدراسة إلى رصد أبعاد علاقات اعتماد الجمهور المصري على التليفزيون المصري والتأثيرات التي يمكن أن تنجم عن هذا الاعتماد أثناء الأزمات بالتطبيق على حادث شرم الشيخ، وتعد من الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح، وتطبيق الدراسة باستخدام استمارة ميدانية على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من البالغين في مدينة المنيا. واوضحت نتائجها الى عدم وجود علاقة ارتباطية سالبة بين الاعتماد على التليفزيون المصري كمصدر للمعلومات عن حادث شرم الشيخ والاعتماد على القنوات الفضائية العربية والأجنبية، والإذاعات والصحف الأجنبية والإنترنت حيث يقل الاعتماد على التليفزيون عند توافر هذه المصادر. كما أوضحت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة موجبة بين درجة اعتماد الجمهور علي مصادر المعلومات المختلفة وخصائص الجمهور من حيث النوع والمستوي التعليمي والمستوي الاجتماعي والاقتصادي، ولم تتحقق صحة هذا الفرض علي مستوى متغير السن.

١١) **دراسة باتريشيا موي وآخرون Patricia Moy et. al (٢٠٠٥)**[٢٦]. سعت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين الاعتماد على وسائل الإعلام والمشاركة السياسية، وطبقت الدراسة على ٢٧٧ مفردة من الشباب الأمريكي. حيث توصلت إلى وجود اختلاف في درجة الاعتماد على الصحف

والتليفزيون وفقاً لكل قضية. كما توصلت الدراسة إلى أن اختلاف اعتماد الجمهور على الصحف والتليفزيون ينتج عنه تأثيرات مختلفة على المعرفة والثقة في WTO.

١٢) **دراسة ولسون لوواي Wilson Lowey (٢٠٠٤)**[٢٧]. سعت الدراسة للتعرف على اعتماد الجمهور الامريكي قبل وبعد حدوث أزمة الحادي عشر من سبتمبر. وأظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط ايجابية بين درجة الاعتماد على وسائل الاعلام قبل وبعد أحداث ١١ سبتمبر والسن. وأثبتت الدراسة أن أفراد العينة قد اعتمدوا بدرجة كبيرة على وسائل الاعلام قبل أحداث الحادي عشر من سبتمبر، في حين اعتمدوا بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر على الاتصال الشخصي .

١٣) **دراسة براصر رهاراتي Prasar Bharati (٢٠٠٤)**[٢٨]. هدفت الدراسة إلى التعرف على اعتماد الجمهور على الخدمات الإعلامية ونشرات الأخبار كمصادر للمعلومات والمعرفة،وطبقت الدراسة علي عينة قوامها ٣٥٠ مفردة من نيودلهي، وأوضحت النتائج وجود علاقة ذات دلالة احصائية بيت التعرض لنشرات الأخبار في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات وبين درجة الاعتماد عليها، وأشارت النتائج الى أن الابتعاد عن الجانب الأخلاقي في نشر المعلومات أثناء الأزمات يعتبر جريمة.

١٤) **دراسة عادل عبد الغفار (٢٠٠٣)**[٢٩]. استهدفت هذه الدراسة تحديد مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث ١١ سبتمبر وتوابعها، وقد أجرى الباحث دراسة ميدانية على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة من طلاب الجامعات. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التليفزيون المصري والصحف القومية جاءا كأهم مصادر المعلومات الوطنية التي تم الاعتماد عليها في متابعة هذه الأحداث، تلاهما قناة الجزيرة كأهم مصدر عربي، وقناة CNN، وإذاعة BCC كأهم المصادر الأجنبية. كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين الاعتماد على مصادر المعلومات وخصائص الطلاب التعليمية، في حين لم يثبت ذلك لباقي الخصائص الديموجرافية.

١٥) **دراسة إيمان الصياد (٢٠٠٣)**[٣٠]. استهدفت الدراسة التعرف على مدى اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الاعلام في وقت الازمات - دراسة مقارنة بين وسائل الاعلام المصرية والدولية والمحلية في الحصول على

المعلومات أثناء الازمات بالتطبيق على ازمة الشرق الاوسط، وقامت الباحثة بتطبيق الدراسة على عينة قوامها ١٢٠ مفردة من الصفوة المصرية. وأشارت الدراسة إلى احتلال التليفزيون المرتبة الاولى بين المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون خلال أزمة السلام في الشرق الأوسط، ثم جاءت الصحف في الترتيب الثاني، ثم الاذاعة في المرتبة الثالثة. كما أشارت الدراسة إلى أنه كلما زاد اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الاعلام الدولية في الحصول على المعلومات وقت الأزمات قل اعتمادهم على وسائل الإعلام المحلية.

١٦) **دراسة كريستين رودروجو Christin M. Rodrrgue (٢٠٠٢)**[٣١]. حاولت هذه الدراسة التعرف علي اعتماد الشعب الامريكي على الصحف الأمريكية في الحصول على المعلومات الخاصة بإدراة أزمة تفجير مركز التجارة العالمي والهجوم على مقر البنتاجون في الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١م ، وخلصت الدراسة بأن الصحف الأمريكية اهتمت بالجانب المأساوي للحدث وآثاره الانسانية دون تقديم تفسيرات ودوافع، كما اشارت النتائج الى أن الشعب الأمريكي اعتمد في الحصول المعلومات الخاصة بتلك الأزمة على الصحف المحلية أكثر من الصحف الدولية.

١٧) **دراسة هبة شاهين (٢٠٠١)**[٣٢]. استهدفت هذه الدراسة تحديد علاقة الجمهور المصري بالقنوات الفضائية المصرية من حيث دوافع تعرض الجمهور لهذه القنوات واهتماماته واستخداماته لمضامينها المختلفة ودرجة اعتماده عليها، وقد أجرت الباحثة دراسة تحليلية لمضمون ما تقدمه هذه القنوات، ودراسة أخرى ميدانية من خلال منهج المسح بالعينة على عينة قوامها (٤٠٠) مفردة في محافظة القاهرة الكبرى. وتوصلت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات العربية بنسبة (٩٩,٥%) سواء تم ذلك في صورة منتظمة بنسبة (٥٠,٢%)، أو بصورة غير منتظمة بنسبة (٤٩,٣%). كما أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطيه بين معدل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية العربية والاعتماد على هذه القنوات كمصادر إخبارية في حالة الأزمات.

١٨) **دراسة مها الطرابيشي (٢٠٠١)** [٣٣]. هدفت هذه الدراسة اختبار العلاقة بين التعرض للصحف المصرية ودرجة الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات عن حادث سقوط الطائرة المصرية كمتغير مستقل وربطها بمتغير النوع (ذكور،

إناث) كمتغيرات وسيطة، وأسباب اعتماد الجمهور المصري على الصحف المصرية والآثار الناتجة عنها ، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٣٨٦) مفردة بمحافظة القاهرة وتم استخدام المسح الميداني على عينة الدراسة. وأثبتت الدراسة زيادة اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام المصرية في الحصول على معلومات حادثة سقوط الطائرة المصرية، كما جاءت درجة الاعتماد على وسائل الإعلام المصرية بنسبة (٦٦,٧%) للذكور مقابل (٦٣,٦%) للإناث. كما أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق إحصائية بين النوع وبين نوعية الاعتماد على وسائل الإعلام المصرية والأجنبية على المعلومات الخاصة بحادث سقوط الطائرة المصرية.

١٩) **دراسة السيد بهنسي (٢٠٠٠)**[٣٤]. هدفت الدراسة إلى التعرف على أبعاد علاقات اعتماد طلاب الجامعات على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات وترتيب أهميتها لدى الجمهور وأسباب اعتماده عليها ومدى زيادة ثقته بها والعلاقة بين هذه الثقة وشدة الاعتماد، والتأثيرات المختلفة المترتبة على اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات، وتم جمع بيانات الدراسة عن طريق استمارة ميدانية لعينة طبقية قوامها ٤٠٠ مفردة من طلاب الجامعات المصرية المختلفة: (جامعة القاهرة- جامعة طنطا- جامعة المنيا- جامعة الإسكندرية) خلال الفترة من مارس وأبريل ٢٠٠٠. وانتهت الدراسة الى احتلال التليفزيون المصري ثم الصحف المصرية، ثم الإذاعات المصرية على الترتيب الأول في مقدمة وسائل الإعلام التي تعتمد عليها عينة الدراسة أثناء الأزمات. وأشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام المصرية الثلاثة – فيما يتعلق بأسباب اعتماد الجمهور عليها أثناء الأزمات. وأظهرت الدراسة أيضاً وجود فروق دالة إحصائياً بين الوسائل الثلاثة أثناء الأزمات بشأن شدة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات.

استفادة الباحث من الدراسات السابقة فيما يلي:

١- تحديد الإطار النظري للدراسة باستخدام نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام.

٢- تحديد المتغيرات الديموجرافية والشخصية للحجاج والمعتمرين عينة الدراسة.

٣- التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة.

٤- صياغة التساؤلات والفروض على النحو السليم.

٥- تحديد المفاهيم والتعريفات الإجرائية للدراسة المتعلقة بالمعلومات الإرشادية والتوعوية للحجاج والمعتمرين.

٦- اختيار الأسلوب المناسب في جمع البيانات والتحديد الأمثل لحجم العينة.

٧- المساعدة في تصميم صحيفة الاستقصاء.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد هذه الدراسة في بلورة مشكلتها البحثية وبناء فروضها على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency، حيث يستهدف البحث التعرف على علاقة تعرض الحجاج والمعتمرين للشاشات التليفزيونية العملاقة والكاميرات العنكبوتية وإعتمادهم عليهما كمصدر في الحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية خلال الأزمات في إطار الفروض العلمية للنظرية .

ويعتبر الاعتماد على وسائل الإعلام ضرورة أساسية في المجتمعات الحديثة، حيث يستطيع الفرد إدراك هذا الاعتماد بالتدريج ، منذ الحاجة إلى معرفة أفضل المشتريات في الأسواق وانتقالاً إلى احتياجات أكثر شمولاً واكثر تعقيداً كالرغبة في الحصول على معلومات عن العالم الخارجي لكي يتفاعل معه [٣٥].

ويمكن تلخيص الفكرة الأساسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على النحو التالي "أن قدرة وسائل الاتصال على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي، سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف، وهذا الاحتمال سوف تزيد قوته في حالة تواجد عدم استقرار بنائي في المجتمع بسبب الصراع والتغيير. بالإضافة إلى ذلك فإن فكرة تغيير سلوك ومعارف ووجدان الجمهور يمكن أن تصبح تأثيراً مرتداً لتغيير كل من المجتمع ووسائل الاتصال، وهذا هو معني العلاقة الثلاثية بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع [٣٦].

ويمكن النظر إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بأنها [٣٧].

١- نظرية ذات منشأ سيسيولوجي وظيفي.

٢- نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، فهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة وكبيرة ببعضها، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فما يتعلق بتلك العلاقات.

٣- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نموذج طارئ Contingency من حيث

كون أي تأثير محتمل من جراء ذلك الاعتماد يعتمد بشكل ما على الظروف المصاحبة لموقف محدد.

٤- النظرية جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية.

الفروض الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دوراً هاماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدي الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيداً ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام [٣٨].

كما يقوم النموذج على عدة فروض فرعية أخرى هي: [٣٩]

١- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد أو قلته على مصادر معلومات وسائل الإعلام، وكلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد الاعتماد لدى الأفراد على وسائل الأعلام.

٢- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.

٣- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية.

المميزات الخاصة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تتمتع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمجموعة من المزايا أهمها[٤٠]:

١- تعتبر نظرية الاعتماد نموذج مفتوح لمجموعة من التأثيرات المحتملة، وتجنب النموذج عدم وجود تأثيرات لوسائل الإعلام، ووجود تأثير غير محدود، لذلك يطلق عليها نظرية شاملة، حيث تقدم نظرية كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع [٤١].

٢- تهتم نظرية الاعتماد بالظروف التاريخية والبناء الاجتماعي أكثر من

المتغيرات الشخصية والفردية، لذلك فهي أكثر ملائمة في التعامل مع النظام الاجتماعي بصورة أكبر من النماذج الأخرى المرتبطة بوسائل الإعلام.

٣- تؤكد نظرية الاعتماد على أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، يؤدي إلى التأثير على النظام الإجتماعي وعلى نظام وسائل الإعلام نفسها، وبالتالي فإن أداء وسائل الإعلام، قد يؤدي إلى المطالبة بالتغيير أو إصلاح نظامها ، سواء من خلال النظام السياسي أو من خلال آلية السوق الحر أو من خلال ظهور وسائل إعلام بديلة.

الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تعرضت نظرية الاعتماد لمجموعة الانتقادات يمكن تلخيصها على النحو التالي:

١- يبالغ نموذج الاعتماد في تصوير حجم الاعتماد الفعلى للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام، واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالباً ما تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع(٤٢).

٢- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإداركية والسلوكية على الفرد، فإنه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية هي تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث أن الأفراد يتأثروا بالأصدقاء والمعارف وغيرهم (٤٣).

٣- رغم أنه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساساً الاعتماد على مستوي النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوي الفردي فقط، بمعني أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة، مع هذا لا تزال (روكيتش) ترى أن المستقبل سيكون للتركيز على أهداف الجماعات من الاعتماد (٤٤).

٤- معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائياً بالتعرض، رغم انه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها(٤٥)، فعلى سبيل المثال قد يتعرض الفرد لفترة طويلة في مشاهدة التليفزيون في حين يعتمد على وسيلة أخرى مثل الصحف في اكتسابه للمعلومات السياسية، أو أي موضوع آخر.

- **تساؤلات وفروض الدراسة:**

أ) تساؤلات الدراسة:

١- ما الوسائل الإتصالية الحدثية المفضلة في التوعية لدى الحجاج والمعتمرين ؟ أسباب تفضيلها؟

٢- ما نوعية المواد الإعلامية والإرشادية المصورة عن الحج والعمرة لدى الحجاج والمعتمرين ؟ وأفضل الطرق للحصول عليها ؟

٣- ما الوسائل الأمثل للمبحوثين للتغلب على الأزمات ؟ وأسرعها ؟

٤- ما تأثير تقديم هذه المعلومات ومتابعتها عبر الشاشات التليفزيونية العملاقة ؟

٥- ما أفضل وسيلة لمعرفة الأوقات المناسبة لأداء مناسك الحج والعمرة أو زيارة الحرم النبوي وغيرها للمناسك ؟

٦- ما المصادر التي تعتمد عليها عينة الدراسة في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات ؟ ومعدل الإعتماد عليها ؟

٧- ما الاكثر مصداقية من وجهة نظر المبحوثين أثناء مشاهد مشاعر الحج علي شاشات التليفزيون ؟

٨- ما نوعية المعلومات والمعارف التي تقدمها شاشات العرض التيفزيونية العملاقة في أماكن مناسك الحج والعمرة ؟

٩- ما المهام والوظائف التي تقدمها الشاشات التيفزيونية العملاقة والكاميرات العنكبوتية ؟

١٠- ما الآثار الناتجة عن الإعتماد على الشاشات التليفزيونية العملاقة أثناء الأزمات والحج والعمرة ؟

١١- ما الآثار الناتجة عن الإعتماد على الكاميرات العنكبوتية أثناء الأزمات والحج والعمرة ؟

ب) فروض الدراسة:

<u>الفرض الأول</u>: تختلف معدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة باختلاف المتغيرات الديموجرافية:

أ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من الذكور والإناث ومعدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة.

ب)توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من المستويات التعليمية المختلفة و معدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة.

ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من الفئات العمرية المختلفة ومعدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة.

د) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من الجنسيات المختلفة ومعدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة.

هـ) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من المهن المختلفة ومعدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة.

<u>الفرض الثاني</u>: توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين حجم التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة كمصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية أثناء الأزمات والحج والعمرة ودرجة الاعتماد عليها.

<u>الفرض الثالث</u>: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين و التأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة باختلاف المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين:

أ) توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من **الذكور والإناث** والتأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

ب) توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من **المستويات التعليمية المختلفة** والتأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

ج) توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من **الفئات العمرية المختلفة** والتأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

د) توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من **المهن المختلفة** والتأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير " بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

هـ) توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من **الجنسيات المختلفة** والتأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

- **التعريفات الإجرائية للدراسة:**

التعرض:

ويقصد به الباحث مدى مشاهدة الحجاج والمعتمرين للشاشات التليفزيونية العملاقة الموجودة في شوارع واماكن الحج والعمرة بمكة المكرمة والمدينة المنورة، والكاميرات العنكبوتية التي تنقل شعائر الحج علي الهواء مباشرة، ودرجة الإستفادة من هذه المشاهدة.

التكنولوجيا الحديثة:

ويقصد بها الباحث الشاشات التليفزيونية العملاقة والكاميرات العنكبوتية التي تستخدم في الحج والعمرة.

الأزمات:

الأزمة هي لحظة حاسمة، ووقت حرج، وحالة من عدم الاستقرار، تنبىء بحدوث تغيير حاسم ووشيك، كما أنها تضاعف من معاناة الناس، وحدوثها يقع في الغالب في توقيتات لا يختاره المتأثرون بها، لذلك لا يستطيع أحدا الفرار منها وتجاهلها، كما يمكن ان تكون سبباً للتغيير في الاتجاهين السلبي أو الايجابي بسبب ما قد تفرزه من نتائج ووفقا للتعامل معها.(٤٦)

بناء علي ذلك فان الباحث يرى ان تعريف الازمات في هذا البحث بأنها المواقف الصعبة التي يتعرض لها الحجاج والمعتمرين نتيجة للتغيرات التي تحدث في موسم الحج والعمرة مثل السيول – الحرائق – تدافع الحجاج والمعتمرين نتيجة للازدحام الشديد.

الشاشات التليفزيونية العملاقة (Led Screen):

بدأت تقنية شاشات الديود المضيء LED (يستخدم البعض عبارة الدايود الباعث للضوء) وهي اختصار عبارة light-emitting diode ، تنتشر في منتجات كثيرة مثل التلفزيونات وشاشات الكمبيوتر، و يعتبر الديود diode أصغر أنواع أشباه الموصلات وبدلاً من التحكم بتدفق الإلكترونات كما هو حال الترانزستور، يتولى الديود تمرير الكهرباء باتجاه واحد ويحجب مرورها بالاتجاه الآخر، ويصنع الديود من أشباه الموصلات مثل عنصر أرسنايد الغاليوم ونترات غاليوم مع مواد أخرى لكن هذه التقنية شقت طريقها مؤخرا إلى شاشات التلفزيون والكاميرات والكمبيوترات الدفترية .إذ أن بعضها يعمل مئات الآلاف من الساعات دون أعطال فضلا عن كفاءتها في توفير استهلاك الطاقة.و تستخدم لتعزيز السطوع وتقديم إضاءة خلفية فيها[٤٧]، وهذه الشاشات التليفزيونية العملاقة تتراوح مساحتها مابين (٤×٦متر) الطول في العرض والسمك يتراوح ما بين ١- ١٥ سم أو حسب الاحجام و المساحات المطلوبة في الاماكن التي توضع بها، وهناك نوع أخر من هذه الشاشات يمكن ان ترى الاشياء التي بخلفها تسمى Tube screen.

و تتميز هذه الشاشات بالآتي:

- بأنها لا تشغل حيزاً كبيراً او مساحات كبيرة في اماكن تثبيتها.
- ذات جودة فائقة ودقة عالية في الصورة، تعطي شكل جمالي وحضاري.
- تعمل هذه الشاشات في جميع الظروف المناخية المختلفة (بوضع اجهزة تبريد بهذه الشاشات).
- تختلف مساحة هذه الشاشات وفقاً للمساحات المطلوبة ووفقاً للاماكن المختلفة.

وبناء علي ذلك فان الباحث يرى ان تعريف الشاشات التليفزيونية العملاقة في هذا البحث هي الشاشات الكبيرة في الحجم والتي توضع في اماكن الحج والعمرة التي يعرض عليها أفلام توعوية وإرشادية للحجاج والمعتمرين. وتستخدم هذه الشاشات في الازمات وقت وقوعها مثل (السيول – الحرائق – الازدحام الشديد اوقات رمي الجمرات وغيرها)، ويتم من خلالها عرض المعلومات التي تريد امانة العاصمة المقدسة بثها للجمهور (سواء المواطنين أو حجاج بيت الله الحرام) في كيفية التعامل مع هذه الازمات او الاحتياطات اللازمة للوقاية من مخاطر هذه الازمات، وتسهل للحجاج او المعتمرين معرفة الاوقات المناسبة لعمل

طواف الافاضة او زيارة الحرم النبوي، وكما يتم عرض عليها أيــة تعليمــات او تنبيهات او تحذيرات للحجاج والمعتمرين فترات الحج والعمرة.

الكاميرا العنكبوتية : Spider Cam

وهي الكاميرا التي تتدلى من أعلى منطقة في المكان المراد التصوبر بهــا، مثل الكاميرا الموجودة في مبارايات كرة القدم، ويتم التحكم بها عن بعــد، وتــوفر مشاهد عائمة غاية في الروعة والجمال.والكاميرا معلقة في أركان الملعب أو فــي الأمكان التي يتم التصوير بها ، وتوصل الكاميرا بأربعة أسلاك، ومعها سلك ألياف ضوئية (فايبرأوبتيكس) لنقل أوامر التحكم بالكاميرا ــ وعمليات التقريب والتركيز (الزووم والفوكس)، وكذلك لنقل الصورة بوجودة عالية نظام HD [٤٨]

- **نوع الدراسة والمنهج والمتغيرات:**

نوع البحث:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية Descriptive، التــي تصــف ظاهرة معينة، وهى ظاهرة استخدام التكنولوجيا الحديثة المتمثلــة فــي الشاشــات التليفزيزنية العملاقة والكاميرات العنكبوتيــة فــي إمــداد الحجــاج والمعتمــرين بالمعلومات الإرشادية والتوعوية أثناء الأزمات في الحج والعمرة، حيث تم جمــع البيانات الظاهرة وتصنيفها وتسجيلها، وفسرت هذه البيانات وحللت تحليلاً شــاملاً، فتم استخلاص النتائج والدلالات التي يمكن أن تبني عليها فــروض ايضــاحية أو تفسيرية[٤٩]، يتم الإستفادة منها في بحوث أخرى.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي الذي يقوم بوصف الظاهرة الإعلامية، وهى ظاهرة اعتماد جمهور الحجاج والمعتمرين على الوسائل الإعلامية التكنولوجية الحديثة (الشاشات التليفزيونية العملاقة والكــاميرات العنكبوتيــة) فــي إطار مسح الوسيلة من خلال خصائصها التكنولوجية الحديثــة، ومســح جمهــور وسائل الإعلام المتمثل في الحجاج والمعتمرين.

- **أسلوب جمع البيانات:**

تم جمع بيانات هذه الدراسة عن طريق صحيفة الاستقصاء، وقد تم إعــدادها بحيث تغطي أهداف الدراسة وقياس فروضها، واشتملت الاستمارة على ٢٥ سؤالاً، ومرت صحيفة الاستقصاء عند إعدادها بعدة مراحل: منها تحديد مشــكلة البحــث

وأهدافه وفروضه، والإطلاع على الدراسات السابقة، كما اشتملت أسئلة الاستمارة على نوعية من الأسئلة لقياس صدق المبحوث في إجاباته المختلفة(*).

- **اختبار الصدق:**

ولقياس صدق الصحيفة تم اتباع الخطوات التالية:

١- للتأكد من صدق الاستمارة في قياس متغيرات الدراسة، عرضت الاستمارة على مجموعة من المتخصصين(**)، في مجالات الإعلام وعلم النفس وعلم الاجتماع للحكم على صلاحية الاستمارة في قياس متغيرات الدراسة وتحقيق أهدافها، ومراجعة العبارات والأسئلة، ومدى كفايتها في تغطية جميع أبعاد المشكلة وموضوع الدراسة. وأجرى الباحث التعديلات التي اقترحها السادة محكموا الاستمارة لتصبح صالحة في صورتها النهائية.

٢- قام الباحث بإجراء اختبار قبلي Pre-Test على الاستمارة من منطلق أن الاختبار القبلي لاستمارة الاستقصاء يعمل على الحد من الغموض والأخطاء التي توجد فيها(٥٠). وأجرى الباحث اختباراً قبلياً للاستمارة على عينة قوامها ١٢٠ مفردة من الجاج والمعتمرين الذين يتعرضون للشاشات التليفزيونية العملاقة والكاميرات العنكبوتية في الحصول على المعلومات الارشادية والتوعوية خلال الازمات والحج والعمرة بنسبة ١٠% من عينة الاستمارة الأصلية، للتأكد من سهولة الأسئلة واستيعابها لدى المبحوثين، وتم تعديل

(*) الأسئلة التي تم من خلالها قياس صدق المبحوث هي التي أرقامها: ١٦، ١٨ باستمارة الاستبيان.

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

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

٢- أ. د/ صابر سليمان عسران أستاذ الإعلام بكلية العلوم الإجتماعية – قسم الإعلام – جامعة الملك سعود.

٣- د/ محمد علي غريب أستاذ الإعلام المشارك بكلية العلوم الإجتماعية – قسم الإعلام – جامعة أم القرى.

٤- د/ فيفيان أحمد فؤاد أستاذ مساعد بقسم علم النفس – كلية الآداب– جامعة حلوان.

٥- د/ الامير فايز الصحصاح أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الإجتماعية – قسم الإعلام – جامعة أم القرى.

٦- د/ أحمد زكريا مدرس بكلية الأداب – قسم الإعلام – جامعة المنصورة.

بعض الأسئلة وصياغتها وفقاً لما لاحظه الباحث أثناء الاختبار القبلي، وتم وضع الاستمارة في شكلها النهائي لتصبح جاهزة للتطبيق.

- **اختبار الثبات:**

يتسم تقدير قيمة الثبات بأنه تقدير كمي، حيث يقوم على التعامل مع نتائج الرصد سواء كانت لاختبارين أو أكثر، أو قام بالاختبار الواحد باحثان أو أكثر، ويتطلب الأمر لتقدير قيمة الثبات حساب معامل الارتباط بين النتائج التي تعكس مستوى ثبات المقياس أو الأداة أو إجراءات القياس وأسلوب توظيف الأداة(٥١). وتم إجراء اختبار الثبات لقياس مدى اتساق إجابات المبحوثين عبر فترة زمنية من إجاباتهم عليها، وذلك من خلال إعادة تطبيق الاستمارة Re- Test بعد أسبوعين من تطبيق الاستمارة، بنسبة ٥% من إجمالي عينة الدراسة الأصلية، وقد روعي عند اختيار عينة الثبات على أن تكون من دول وجنسيات ومستويات اجتماعية مختلفة، وبلغت نسبة معامل الارتباط ٠,٨٤% وهي نسبة مرتفعة تؤكد صلاحية الاستمارة ومدى قابليتها للتطبيق.

- **الإجراءات المنهجية للدراسة:**

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في الحجاج والمعتمرين من جميع الجنسيات المختلفة والذين يقيمون في مكة بالمملكة العربية السعودية خلال فترة الحج أو العمرة.

عينة الدراسة:

طبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية بسيطة Simple Random Sample قوامها (١٢٠٠) من الحجاج والمعتمرين الذين يتعرضون للتكنولوجيا الحديثة (شاشات العرض التليفزيونية العملاقة – والكاميرات العنكبوتية) كمصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية أثناء الأزمات والحج والعمرة وتم تقسيم **عينة الدراسة** على النحو التالي:

- توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات:

جدول رقم (١)

توزيع عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات

المتغيرات		ك	%
النوع	ذكر	٨٥٨	٧١,٥
	أنثي	٣٤٢	٢٨,٥
	الاجمالي	**١٢٠٠**	**١٠٠**
الجنسية	أسيوي (ناطق باللغة العربية وغير ناطق باللغة العربية)	٥٠٠	٤١,٧
	أفريقي (ناطق باللغة العربية وغير ناطق باللغة العربية)	٥٠٠	٤١,٧
	أوروبي	٥٠	٤,٢
	أمريكي	١٠٠	٨,٣
	أسترالي	٥٠	٤,٢
	الاجمالي	**١٢٠٠**	**١٠٠**
السن	أقل من ٢٠	٥٩	٤,٩
	من ٢٠ – لأقل من ٣٠	٣٢٨	٢٧,٣
	من ٣٠ – لأقل من ٤٠	٤٧٧	٣٩,٨
	من ٤٠ – لأقل من ٥٠	٢٤٦	٢٠,٥
	من ٥٠ فأكثر	٩٠	٧,٥
	الاجمالي	**١٢٠٠**	**١٠٠**
التعليم	أمي	٦٧	٥,٦
	ابتدائي	٢٤٥	٢٠,٤
	متوسط	٢٨٧	٢٣,٩
	ثانوية	٢١٣	١٧,٨
	تعليم جامعي	٣٠٥	٢٥,٤
	دراسات عليا	٨٣	٦,٩
	الاجمالي	**١٢٠٠**	**١٠٠**
المهنة	رجل أوسيدة أعمال	١٨٠	١٥
	موظف قطاع عام	١٨٦	١٥,٥
	موظف قطاع خاص	٢٣٩	١٩,٩
	طبيب –مهندس	٨٧	٧,٣
	محامي –محاسب	٥٦	٤,٧
	حرفي	٩١	٧,٦
	لايعمل	٣٦١	٣٠,١
	الاجمالي	**١٢٠٠**	**١٠٠**

الإطار الزمني لتطبيق الاستمارة:

قام الباحث بتطبيق استمارة الاستقصاء على مرحلتين، المرحلة الأولى في الأول من رمضان ١٤٣٢هـ (الموافق ١ أغسطس ٢٠١١) واستمرت حوالي شهر، والمرحلة الثانية في ٨ ذو الحجة ١٤٣٢هـ (الموافق ٤ نوفمبر ٢٠١١) واستمرت حوالي أسبوع وقد استعان الباحث بعدد من الباحثين ممن لهم خبرة في جمع البيانات البحثية.

- **متغيرات الدراسة:**

يعد التعرض لوسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة المتمثلة في (شاشات العرض التليفزيونية العملاقة - الكاميرات العنكبوتية) هو **المتغير المستقل**، والحصول على المعلومات الارشادية والتوعوية في الحج والعمرة اثناء الازمات هى **المتغير التابع**، **والمتغيرات الوسيطة** هى: النوع، السن، الجنسية، والحالة التعليمية، المهنة.

- **المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:**

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم ترميز كل استمارة على حدة، حيث تم اعطاء رقم متسلسل لكل مفردة من مفردات البحث، ثم جرت معالجتها وتحليليها واستخراج النتائج الإحصائية وذلك من خلال استخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية" والمعروف باسم "SPSS" اختصارا لـ Statistical Package of The social seines

وذلك باللجوء إلى المعاملات والإختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

٢- اختبار كا^{٢} لجداول الاقتران (contingency – Tables Chi-square test) لمعرفة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي (Nominal).

٣- معامل التوافق (Contingency Coefficient) الذي يقيس شدة العلاقة بين متغيرين اسميين في جدول أكثر من ٢× ٢، وقد اعتبرت العلاقة قوية إذا زادت قيمة المعامل عن ٠,٧٠، ومتوسطة إذا كانت قيمة معامل التوافق ما بين ٠,٣٠ – ٠,٧٠، وضعيفة إذا قلت عن ٠,٣٠.

٤- اختبار (ت) T-Test للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-test لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين من المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval or Ratio)، حيث تم استخدام هذا الاختبار، لاختبار معنوية الفروق في معدلات كفاءة القائم بالاتصال في استخدام تكنولوجيا الاتصال بناء على متغير النوع.

٥- تحليل التباين ذو الاتجاه الواحد One way- ANOVA لاختبار معنوية الفروق ودلالتها في المتوسطات الحسابية لمتغير الكفاءة التكنولوجية بين مجموعات المبحوثين بناء على متغير معين مثل (السن، المستوى التعليمي، وعدد سنوات الخبر).

وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥ فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠,٠٥ فأقل.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة:

١) معدل تعرض عينة الدراسة للرسائل الإرشادية التوعوية عن الحج والعمرة والازمات عبر الشاشات التليفزيونية العملاقة:

أ) مشاهدة عينة الدراسة للرسائل الإرشادية التوعوية عن الحج و العمرة أثناء الرحلة من منفذ الوصول إلى السكن بمكة عبر الشاشات التليفزيونية العملاقة:

جدول رقم (٢)

مدى التعرض للرسائل الإرشادية التوعوية عن الحج و العمرة

مدى التعرض للرسائل إرشادية توعوية عن الحج و العمرة	ك	%
نعم	١٠٧٠	٨٩,٢
لا	١٣٠	١٠,٨
ن	**١٢٠٠**	**١٠٠**

تعكس بيانات الجدول السابق أن نسبة ٨٩,٢% من عينة الدراسة شاهدت

المواد التعليمية التوعوية والتدريبية أثناء قدومهم من منفذ الوصول إلى السكن بمكة، في حين أشار ١٠,٨% بأنهم لم يشاهدوا هذه المواد التعليمية من خلال الأماكن والميادين التي وضعت بها.

وتعكس هذه النتائج مدى حرص المشاهدين الدائم علي التعرض للرسائل الإرشادية والتوعوية عن الحج والعمرة حتى يتمكنوا من أداء مناسكهم علي أكمل وجه، ويأتي ذلك ضمن اهتمام المملكة العربية السعودية وحرصها الدائم علي توفير الرسائل الإرشادية التوعوية المختلفة الخاصة بالحج والعمرة عبر الشاشات التليفزيونية العملاقة نظرا لما تتميز به هذه الشاشات من دقة عالية ووضوح الصورة بها.

ب) درجة مشاهدة المبحوثين للرسائل الإرشادية التوعوية عن الحج والعمرة والأزمات التي تعرض على الشاشات التليفزيونية العملاقة بمكة:

جدول رقم (٣)

درجة مشاهدة المبحوثين للرسائل الإرشادية التوعوية عن الحج والعمرة والأزمات التي تعرض على الشاشات التليفزيونية

درجة المشاهدة	ك	%
دائما	٦٣٣	٥٢,٨
أحيانا	٤٢٩	٣٥,٨
نادرا	١٣٨	١١,٥
ن	**١٢٠٠**	**١٠٠**

توضح بيانات الجدول السابق أن أكثر من نصف المبحوثين تقريباً (٥٢,٨%) يشاهدون دائماً الرسائل الإرشادية التوعوية عن الحج والعمرة والأزمات التي تعرض على الشاشات التليفزيونية العملاقة بمكة، مقابل (٣٥,٨%) يشاهدون أحياناً، (١١,٥%) يشاهدون نادراً. وهي نتيجة تشير إلى أن التعرض للشاشات العملاقة التليفزيونية الموجودة بمكة مفعل لما تتميز به هذه الشاشات من اعطاء تفاصيل دقيقة وواضحة للصورة، وهذا يفسر زيادة حجم المشاهدة.

ج) كثافة تعرض المبحوثين لمشاهدة الرسائل الارشادية التوعوية عبر الشاشات التليفزيونية العملاقة في اليوم:

جدول رقم (٤)

كثافة تعرض المبحوثين لمشاهدة الرسائل الارشادية التوعوية عبر الشاشات التليفزيونية العملاقة في اليوم

كثافة التعرض	ك	%
من ٥- ١٠ دقيقة	٦٢١	٥١,٨
من ١٠- ١٥ دقيقة	٢٩٢	٢٤,٣
من ١٥- ٢٠ دقيقة	١٨٨	١٥,٧
من ٢٠ دقيقة فأكثر	٩٩	٨,٣
ن	**١٢٠٠**	**١٠٠**

توضح بيانات الجدول السابق بأن أكثر من نصف المبحوثين (٥١,٨%) يشاهدون الشاشات التليفزيونية العملاقة الموجودة بمكة من (٥-١٠دقيقة) يومياً، مقابل (٢٤٣.%) يشاهدون من (١٠-١٥دقيقة) يوميا، و (١٥,٧%) يشاهدون من (١٥-٢٠دقيقة) يومياً وأخيراً (٨,٣%) يشاهدون من ٢٠ دقيقة فأكثر.

ويمكن تفسير ذلك بأن المبحوثين يقضون جميع الأوقات في المسجد الحرام أو في تأدية مناسك الحج والعمرة، كما أن هذه المدة تعتبر مدة كافية لمشاهدة الرسائل التوعوية الإرشادية التي تعرضها الشاشات التليفزيونية العملاقة وذلك لأن معظم الرسائل التي تعرض على هذه الشاشات تتراوح مدتها ما بين (٣٠-٦٠ ثانية) حتى تتمكن هذه الرسالة الإرشادية من الوصول للحاج أو المعتمر بسهولة ووضوح وفي أقصر وقت.

٢) مدى استفادة المبحوثين من تعرضهم للرسائل التوعوية المعروضة عبر الشاشات التلفزيونية:

جدول رقم (٥)

مدى استفادة المبحوثين من تعرضهم للرسائل التوعوية المعروضة عبر الشاشات التلفزيونية

مدى الاستفادة من التعرض للرسائل الارشادية والتوعوية المعروضة عبر الشاشات التلفزيونية	ك	%
أستفد كثيرا	٧٦٠	٦٣,٣
أستفد أحيانا	٣٦٥	٣٠,٤
لا استفيد	٧٥	٦,٣
ن	**١٢٠٠**	**١٠٠**

توضح بيانات الجدول السابق أن أكثر المبحوثين يستفيدون كثيراً من مشاهدة الرسائل التوعوية المعروضة عبر الشاشات العملاقة التليفزيونية حيث بلغت نسبتهم (٦٣,٣%)، في حين يستفيد منها أحيانا (٣٠,٤%) مقابل (٦,٣%) فقط لا يستفيدون منها على الإطلاق.

وهذا يؤكد أهمية الدور الذي تلعبه الشاشات العملاقة في عرض الرسائل التوعوية، إضافة إلى طبيعة الإعلام المرئي وما يمتلكه من أدوات توضيحية وتفسيرية أبرزها قدرة الصورة التليفزيونية على شرح التفاصيل الإرشادية والتوعوية وتبسيطها للحجاج والمعتمرين، الأمر الذي تؤكده كثيراً من الدراسات السابقة والتي تشير إلى أن الشاشات التليفزيونية لها مميزات كثيرة كوسيلة مرئية يسهل الحصول عليها وما تتسم به من بساطة وملائمة في الاستخدام نظراً لوجودها في الشوارع والميادين العامة، كل هذه الخصائص ساعدت على الاستفادة منها كوسيلة إرشادية وتوعوية جيدة.

٣) الاشكال الفنية التي يفضل المبحوثين مشاهدة المعلومات الإرشادية التوعوية من خلالها:

جدول رقم (٦)

الأشكال الفنية التي يفضل المبحوثين مشاهدة المعلومات الإرشادية التوعوية من خلالها؟

الاشكال الفنية	ك	%
معلومات مصورة	٣٩٧	٣٤,٤٦
معلومات مقروءة	٣٩٧	٣٤,٤٦
معلومات مكتوبة على لوحات ثابتة	٣٩٣	٣٤,١١
معلومات مسموعة	٣٧٠	٣٢,١٢
كتيبات مطبوعة	٤٨	٤,١٧
ن*	١١٥٢	

وعن الأشكال الفنية التي يفضل المبحوثين مشاهدة المعلومات الإرشادية التوعوية من خلالها: احتلت كلاً من المعلومات المصورة والمعلومات المقروءة على مقدمة الأشكال الفنية التي يفضلها المبحوثين بنسبة ٣٤,٤٦%، في حين جاءت المعلومات المكتوبة على لوحات ثابتة في الترتيب الثاني بنسبة ٣٤,١١%، وكما جاء في الترتيب الثالث المعلومات المسموعة بنسبة ٣٢,١٢% وأخيراً في الترتيب الرابع الكتيبات المطبوعة بنسبة ٤,١٧%.

وهذا يؤكد أن المعلومات المصورة والمقروءة معاً من أفضل الأشكال الفنية في الحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية وذلك لأن الصورة تعطي تفاصيل أكثر من خلال تدعيمها بالمعلومات المقروءة، وهذا يؤكد أن الصورة المرئية تعطي واقعية ومصداقية للمعلومات.

* يشير هذا الرقم الى من تعرضوا لرسائل توعوية منذ وصولهم لمكة.

٤) نوعية الرسائل الارشادية التوعوية التي يشاهدها المبحوثين عبر هذه الشاشات العملاقة:

جدول رقم (٧)

نوعية الرسائل الارشادية التوعوية التي يشاهدها المبحوثين عبر هذه الشاشات العملاقة

نوعية الرسائل الارشادية التوعوية	ك	%
معلومات عن مناسك الحج والعمرة	٦٧٦	٥٦,٣
معلومات أمنية عن سلامة الحجاج في المخيمات	٥٥٩	٤٦,٦
معلومات عن الازمات وكيفية مواجهتها (السيول – الحرائق – الإزدحام عند الجمرات وغيرها)	٤٧٧	٣٩,٨
معلومات صحية (الانفلونزا – الأمراض المعدية – الحمى)	٤٥٨	٣٨,٢
معلومات مرورية (اماكن الاختناق – والشوارع المزدحمة في الحج)	٣٥٧	٢٩,٨
معلومات بيئية (نظافة المخيمات – القمامة)	٢٨١	٢٣,٤
ن	١٢٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن المعلومات عن مناسك الحج والعمرة قد جاءت كأهم أنواع الرسائل الإرشادية التوعوية التي يشاهدها المبحوثين عبر الشاشات العملاقة بنسبة (٥٦,٣%) في الترتيب الأول، وهذه نتيجة طبيعية لأن الحاج والمعتمر دائماً يبحث عن المعلومات الدينية التي تساعده على أداء الحج والعمرة على أكمل وجه. وجاء في المرتبة الثانية المعلومات الأمنية عن سلامة الحجاج في المخيمات بنسبة (٤٦,٦%) وإذا كانت المعلومات عن المناسك من أولويات الحاج والمعتمر، فإن المعرفة الأمنية على سلامة الحجاج في المخيمات يلقى اهتمام بالغ لدى الحجاج والمعتمرين وهذا يفسر أن هذه النتيجة تتماشى مع أولويات المبحوثين وأهميتهم في الحصول عليها وهو المنتج الطبيعي لهذه النتيجة. كما جاء في المرتبة الثالثة والرابعة على التوالي وبنسب متقاربة معلومات عن الأزمات وكيفية مواجهتها (السيول – الحرائق – الازدحام عند الجمرات وغيرها) ومعلومات صحية (الانفلونزا – الأمراض المعدية – الحمى) (٣٩,٨%)، (٣٨,٢%) وربما تعود هذه النتائج إلى أن الوقاية من الأزمات وكيفية مواجهتها والوقاية من الأمراض يبقى من الدوافع الأساسية للتعرض عليها والحصول على هذه النوعية من المعلومات. في حين جاء في المرتبة الخامسة المعلومات المرورية (أماكن الاختناق الشوارع المزدحمة في الحج) بنسبة ٢٩,٨%، وربما يعود تراجع

هذه الفئة إلى المرتبة الخامسة كون المعلومات المرورية تهم المتخصصين في المرور ومؤسسات الحج. وجاء في المرتبة الأخيرة معلومات بيئية (نظافة المخيمات – القمامة بنسبة ٢٣,٤%)، وهذه نتيجة طبيعية لأن هذا يهم مكاتب الحج والعمرة.

٥) تفضيل المبحوثين لمشاهدة الرسائل التوعوية الإرشادية عن الحج والعمرة من خلال شاشات العرض التيلفزيونية العملاقة (Led Screen) بمكة المكرمة:

جدول رقم (٨)

تفضيل المبحوثين لمشاهدة الرسائل التوعوية الإرشادية عن الحج والعمرة

تفضيل المبحوثين لمشاهدة الرسائل التوعوية الإرشادية	ك	%
نعم	١٠٩٣	٩١,١
لا	١٠٧	٨,٩
ن	**١٢٠٠**	١٠٠

تعكس بيانات الجدول السابق أن ٩١,١% من عينة الدراسة أشارت إلى أنها تفضل مشاهدة الرسائل التوعوية الإرشادية عن الحج والعمرة من خلال رسائل تكنولوجية حديثة في الشوارع بمكة المكرمة، في حين أجاب ٨,٩% أنهم لا يشاهدون المواد التوعوية الإرشادية عن الحج والعمرة.

وتؤكد هذه النتائج مدى حرص عينة المبحوثين إلى متابعة الرسائل التوعية بالحج والعمرة من خلال شاشات العرض التليفزيونية العملاقة (Led Screen)، نظراً لأن هذه الشاشات تتميز بكبر حجمها وتعطي صورة واضحة للأشياء والأحداث، وهذا يعكس أهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة في وسائل الاتصال الحديثة وتفضيل عينة المبحوثين من الحجاج والمعتمرين لهذه النوعية الجديدة من التكنولوجيا.

٦) أوجه استفادة المبحوثين من الشاشات التليفزيونية العملاقة:

جدول رقم (٩)

أوجه استفادة المبحوثين من الشاشات التليفزيونية العملاقة

أوجه استفادة المبحوثين من الشاشات التليفزيونية العملاقة	ك	%
تعطي صورة واضحة وكبيرة عن الاشياء التي أشاهدها	٦٢٣	٥٧,٠٠
تنقل الحدث أثناء حدوثه أو وقوعه	٤٥٢	٤١,٣٥
تساعد علي وصول المعلومة بسرعة	٤١٨	٣٨,٢٤
تساعد علي معرفة المعلومة أو الحدث في أي وقت وأي مكان	٤٠٨	٣٧,٣٣
تساعد الحجاج والمعتمرين علي معرفة أهاليهم ومعارفهم التائهين من خلال عرض صورهم علي هذه الشاشات	٣١٣	٢٨,٦٤
تساعد علي معرفة الخدمات التي تقدمها الاجهزة المختصصة أثناء فترة الحج أو العمرة	٢٥٥	٢٣,٣٣
تغنيني عن قراءة المطبوعات الورقية	٢٤١	٢٢,٠٥
توفر الوقت للعبادة وتغني عن سؤال الأخرين	٢٢٠	٢٠,١٣
ن*	١٠٩٣	

وعن أسباب تفضيل عينة المبحوثين لهذه الوسائل التكنولوجية المتمثلة في شاشات العرض التليفزيونية العملاقة: أظهرت النتائج أن المرتبة الأولي وبنسبة ٥٧% من إجابات المبحوثين تتشير إلى هذه الشاشات التليفزيونية العملاقة تعطي صورة واضحة وكبيرة عن الأشياء . و في الترتيب الثاني بنسبة ٤١,٣٥% من عينة المبحوثين قالوا بأن هذه الوسائل تنقل الأحداث أثناء حدوثها أو وقوعها. كما أشار ٣٨,٢٤% من عينة المبحوثين أن هذه الوسائل تساعد على وصول المعلومة بسرعة وأتوا في الترتيب الثالث. وفي الترتيب الرابع بنسبة ٣٧,٣٣% من عينة المبحوثين أشاروا إلى أن هذه الوسائل تساعد على معرفة المعلومة أو الحدث في أي وقت وأي مكان. وقد احتل على الترتيب الخامس والسادس بنسبة ٢٨,٦٤%، ٢٣,٣٣% على التوالي كلاً من مساعدة الحجاج والمعتمرين على معرفة أهاليهم ومعارفهم التائهين من خلال عرض صورهم على هذه الشاشات أو المساعدة على معرفة الخدمات التي تقدمها الأجهزة المختصة أثناء فترة الحج أو العمرة.

* يشير هذا الرقم إلى ممن يفضلون مشاهدة الرسائل التوعوية من خلال الشاشات العملاقة.

٧) الطريقة التي يفضلها المبحوثين في الحصول على المعلومات الارشادية والتوعوية في الحج والعمرة أثناء الأزمات عبر الشاشات العملاقة:

جدول رقم (١٠)

الطريقة التي يفضلها المبحوثين في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات عبر الشاشات العملاقة

الطريقة التي يفضلها المبحوثين للحصول على المعلومات في الأزمات	ك	%
مكتوبة ومصورة معاً	٦٤٩	٥٩,٣٨
مصورة	٢٦٢	٢٣,٩٧
رسوم توضيحية	١٥٨	١٤,٤٦
مكتوبة فقط	١٣١	١١,٩٩
ن*	١٠٩٣	

وعن الشكل أو الطريقة التي يفضل المبحوثين الحصول من خلالها على المعلومات أثناء الأزمات: جاءت رغبتهم في الحصول عليها مكتوبة ومصورة معاً في المقدمة بنسبة ٥٩,٣٨% ثم مصورة في الترتيب الثاني بنسبة ٢٣,٩٧%، ثم رسوم توضيحية في الترتيب الثالث بنسبة ١٤,٤٦%، ثم مكتوبة فقط في الترتيب الأخير بنسبة ١١,٩٩%. وتعكس هذه النتائج أهمية الحصول على المعلومات أثناء الأزمات مكتوبة ومصورة معاً، حيث أثبتت نتائج الدراسات السابقة أن الصورة تأتي أولاً ثم تأتي التحليلات أوالتفسيرات التي لا تستطيع الصورة أن تقوم بتحليلها مثل الأرقام أوالإحصاءات المفسرة لهذه الأحداث.

* يشير هذا الرقم الى ممن يفضلون مشاهدة الرسائل التوعوية من خلال الشاشات العملاقة.

٨) أسرع وأفضل وسيلة لوصول المعلومات أثناء الأزمات أثناء شعائر الحج والعمرة من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم (١١)

أسرع وأفضل وسيلة لوصول المعلومات أثناء الأزمات في شعائر الحج والعمرة

أسرع وأفضل وسيلة لوصول المعلومات	ك	%
شاشات العرض التليفزيونية العملاقة (Led Screen)	٥٢٤	٤٣,٧
السماعات أو الميكروفونات (مكبرات الصوت)	٢٠٤	١٧
المرشد في رحلات الحج أو العمرة	١٩٦	١٦,٣
الجوال	١٦٨	١٤
المعارف والزملاء في رحلة الحج و العمرة	١٥٣	١٢,٨
الانترنت	١٢٢	١٠,٢
التلفزيون السعودي	٨٥	٧,١
الصحافة السعودية	١٩	١,٦
الاذعة السعودية	١٨	١,٥
ن	١٢٠٠	

وعن أسرع وأفضل وسيلة لوصول المعلومات أثناء الأزمات أثناء شعائر الحج والعمرة: أظهرت النتائج أن ٤٣,٧% من المبحوثين يرون أن شاشات العرض التليفزيونية العملاقة Led screen هي أسرع وأفضل الوسائل لوصول المعلومات عن الأزمات أثناء الحج والعمرة ، في حين أجاب ١٧% من عينة المبحوثين بأن السماعات أو الميكروفونات (مكبرات الصوت) قد جاءت في المرتبة الثانية. وأشارت نسبة ١٦,٣% من عينة المبحوثين بأن المرشد في رحلات الحج أو العمرة يسهم في وصول المعلومات للحجاج والمعتمرين أثناء الأزمات وجاء ذلك في الترتيب الثالث. كما جاء الاعتماد على الجوال المحمول في الترتيب الرابع بنسبة ١٤% كوسيلة لوصول المعلومات عن الأزمات أثناء شعائر الحج والعمرة، وتلاها في المرتبة الخامسة الاعتماد على المعارف والزملاء في رحلة الحج والعمرة بنسبة ١٢,٨%.

ويفسر الباحث ذلك أنه قديماً كان المرشد في رحلات الحج والعمرة هو مصدر الاعتماد الأول والأسرع في تزويد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات

المختلفة بالحج والعمرة، بينما في ظل التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات مثل شاشات العرض التليفزيونية العملاقة Led screen أصبح الاعتماد عليها سمة العصر وهي المصدر الأول والأسرع في الحصول على هذه المعلومات وقت حدوثها.

٩) الأثار الناتجة عن الإعتماد على شاشات العرض التلفزيونية العملاقة (Led Screen) أثناء الأزمات والحج والعمرة:

جدول رقم (١٢)

الأثار الناتجة عن الإعتماد على شاشات العرض التلفزيونية العملاقة (Led Screen) أثناء الأزمات والحج والعمرة.

الأثار الناتجة عن الإعتماد على شاشات العرض التلفزيونية العملاقة	ك	%
تزودني بتعليمات للتعامل مع هذه الأزمات	٥٢٨	٤٤
تساعدني علي معرفة الأزمات في أماكن فلا أتوجه اليها.	٤٧٩	٣٩,٩
تعطيني الأمان والاطمئنان بأن المسؤولين والجهات الأمنية القائمة تتعامل معها بسرعة وفعالية	٤٠٣	٣٣,٦
أتابعها بإهتمام من خلال تركيزي مع ماتقدمه	٢٠٥	١٧,١
أقترب منها لمتابعتها بشكل أكبر	١٥٩	١٣,٣
أسأل عن الأوقات التي تقدم فيها المعلومات أكثر مما تقدمه في أوقات	٧١	٥,٩
لا اعرف	٣٨	٣,٢
ن	١٢٠٠	

وعن الآثار الناتجة عن الاعتماد على شاشات العرض التليفزيونية العملاقة Led screen: أوضحت بيانات الجدول أن الترتيب الأول وبنسبة ٤٤% من العينة يرون أنها تزودهم بتعليمات للتعامل مع هذه الأزمات ، في المرتبة الثانية وبنسبة ٣٩,٩% يرون أنها تساعدهم على معرفة الأزمات في أماكن فلا أتوجه إليها، وفي الترتيب الرابع وبنسبة ٣٣,٦% يرون أنها تعطيهم الأمان والاطمئنان بأن المسئولين والجهات الأمنية القائمة تتعامل معها بسرعة وفعالية وفي الترتيب الخامس على التوالي وبنسبتي ١٧,١%، ١٣,٣% فئتي (أتابعها باهتمام من خلال تركيزي مع ما تقدمه)، و(أقترب منها لمتابعتها بشكل أكبر).

وتعكس هذه النتائج بأهمية شاشات العرض التليفزيونية العملاقة Led screen ومدى الاعتماد عليها نتيجة لتأثيرها الفعال والحيوي وهذا ما أكدته إجابات

المبحوثين من خلال عرض ما سبق، بالإضافة إلى أهمية الدور الذي تلعبه هذه الشاشات التليفزيونية العملاقة في نقلها للأحداث أثناء الأزمات لحظة وقوعها، كما تقي الجمهور من بعض العواقب والآثار السيئة المحتمل حدوثها.

١٠) المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في جمع المعلومات أثناء أزمة أو حدث طارئ في فترة تأدية الحج والعمرة، ومعدلات الاعتماد عليها:

جدول رقم (١٣)

المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في جمع المعلومات أثناء الازمات في الحج والعمرة

درجة الإعتماد / المصدر	درجة ضعيفة		درجة متوسطة		درجة كبيرة		الانحراف المعياري	متوسط الوزن المرجح	الرتب
	ك	%	ك	%	ك	%			
شاشات العرض التلفزيونية العملاقة	٢١٥	١٧,٩	٤١٠	٣٤,٢	٥٧٥	٤٧,٩	٠,٦٣٥٣٩	٢,٥٤	١
السماعات أو الميكروفونات (مكبرات الصوت)	١٨٩	١٥,٨	٤٧٣	٣٩,٤	٣٢٢	٢٦,٨	١,٠٦٨٦٥	١,٧٦	٤
المعارف والزملاء في رحلة الحج والعمرة	١٦٣	١٣,٦	٤١٢	٣٤,٣	٤٠١	٣٣,٤	١,١١٢٢٦	١,٨٠	٣
المرشد في رحلات الحج والعمرة	١٤٢	١١,٨	٣٩٤	٣٢,٨	٤٣٩	٣٦,٦	١,١١٨١٣	١,٨٦	٢
التليفزيون السعودي	٢٣٦	١٩,٧	٣٢١	٢٦,٨	٣٩٢	٣٢,٧	١,١٥١٢٨	١,٧٢	٦
الاذاعة السعودية	٢٦٠	٢١,٧	٣١٨	٢٦,٥	٣٦٠	٣٠,٠	١,١٣٦٢٩	١,٦٦	٧
الصحافة السعودية	٢٩٠	٢٤,٢	٣١٤	٢٦,٢	٣٢٩	٢٧,٤	١,١٢٤٦٣	١,٥٩	٩
الانترنت	٢٦٥	٢٢,١	٣٤٩	٢٩,١	٣٣٤	٢٧,٨	١,١١٥٠٥	١,٦٢	٨
الجوال (رسائل مكتوبةSMS)	٢٦٣	٢١,٩	٣٢٤	٢٧	٣٩٤	٣٢,٨	١,١٢٠٦٧	١,٧٣	٥

تشير بيانات الجدول السابق إلى حصول شاشات العرض العملاقة على المرتبة الأولى من بين الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات الارشادية، حيث جاءت بانحراف معياري (٠,٦٣٥٣٩) بمتوسط حسابي (٢,٥٤) وهو ما يشير على الاعتماد الكبير من جانب المبحوثين على تلك الوسيلة في حصولهم على المعلومات اثناء فترة الحج والعمرة وهو ما يدل على أهميتها وضرورة التوسع في استخدامها ونشرها في كل أماكن الحج والعمر. وجاء المرشد في رحلات الحج والعمرة في الترتيب الثاني بانحراف معياري (١,١١٨١٣) ومتوسط حسابي (١,٨٦). وجاء المعارف والزملاء في رحلة الحج والعمرة في الترتيب الثالث بانحراف معياري (١,١١٢٢٦) ومتوسط حسابي (١,٨٠). وجاءت السماعات أو الميكروفونات (مكبرات الصوت) في الترتيب الرابع بانحراف معياري (١,٠٦٨٦٥) ومتوسط حسابي (١,٧٦)، بينما في الترتيب الخامس الجوال (رسائل مكتوبة SMS) عند انحراف معياري (١,١٢٠٦٧) ومتوسط حسابي (١,٧٣). ثم جاء التليفزيون السعودي، والاذاعة السعودية، والانترنت في الترتيب السادس والسابع والثامن علي التوالي. وهذا يؤكد مدى إنشغال الحجاج والمعتمرين بأداء مناسك الحج والعمرة على اكمل وجه ولاتشغلهم وسائل إتصال إعلامية أخرى، وليس لديهم أي وقت لأنهم يقضون كل الاوقات في هذه المناسك الدينية.

وهذا **يتفق مع دراسة جورج سيدو Jorg Sydow**[٥٢] بوجود علاقة ارتباط قوية بين استخدام التكنولوجيا الحديثة لوسائل الاعلام و السلوك الإنساني. وأن أكثر المصادر للحصول على المعلومات التوعوية لدى الجمهور هي وسائل التكنولوجيا الحديثة، **كما تختلف هذه النتيجة مع دراسة علاء الشامي (٢٠٠١)**[٥٣] بأن الاعتماد على العلاقات الشخصية جاء في المرتبة الأولى وبنسبة (٣٧,٥%) كمصدر للحصول على المعلومات التوعوية لدى الجمهور ، ثم الكتب والموسوعات العلمية بنسبة (٢٣%)، ثم التليفزيون بنسبة (٢١,٨%)، ثم الصحف والمجلات (١٣,٧%). وهذا يفسر التقدم التكنولوجي الهائل في وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة خلال السنوات الماضية بشكل كبير وهائل، وحرص الجمهور علي استخدامها والاستفادة منها.

١١) نوعية و درجة مشاهدة المبحوثين للرسائل التوعوية المذاعة على الشاشات العملاقة:

جدول رقم (١٤)

نوعية ودرجة مشاهدة المبحوثين للرسائل التوعوية المذاعة على الشاشات العملاقة.

درجة المشاهدة / نوعية الرسالة	دائما		أحيانا		لا أشاهدها		الانحراف المعياري	متوسط الوزن المرجح	الترتيب
	ك	%	ك	%	ك	%			
حمل الحقائب يؤذي الآخرين	٣٩٣	٣٢,٨	٤٢٣	٣٥,٣	١٧٩	١٤,٩	٠,٥٦	٢,٦٨	١
اصطحاب الأطفال إلى كوبري الجمرات يعرضهم للخطر	٥٠٠	٤١,٧	٣٣٥	٢٧,٩	١٧٨	١٤,٨	٠,٨٠	٢,٣٥	٣
ترك الأطفال وكبار السن في المخيم أمان لهم	٤٨٥	٤٠,٤	٣٥١	٢٩,٣	١٦٨	١٤,٠	٠,٨٣	٢,٢٩	٤
الطرقات هي أنسب مكان للبيع	٣٧٨	٣١,٥	٣٦٥	٣٠,٤	٢١٩	١٨,٣	٠,٩١	٢,٠٨	١٣
أن افتراش الطرق تصرف غير حضاري	٥٥٦	٤٦,٣	٣٣٠	٢٧,٥	١٢٠	١٠,٠	٠,٨٣	٢,٣٥	٢
افتراش الطرقات يعوق وصول سيارات الإسعاف	٤٨٧	٤٠,٦	٣٦١	٣٠,١	١٥٤	١٢,٨	٠,٨٤	٢,٢٥	٥
حمل الحقائب على كوبري الجمرات يؤذي الآخرين	٤٦٧	٣٨,٩	٣٨٢	٣١,٨	١٤١	١١,٨	٠,٨٦	٢,٢٤	٦
حمل الحقائب للمشاة يتسبب في حوادث	٤٢٧	٣٥,٦	٣٩١	٣٢,٦	١٦٣	١٣,٦	٠,٨٧	٢,١٩	٨
ترك الحقائب في المخيم أكثر أمان لها	٤٣٣	٣٦,١	٣٦٥	٣٠,٤	١٨٩	١٥,٨	٠,٨٦	٢,٢٠	٧
اصطحاب الأطفال إلى كوبري الجمرات خطر عليهم	٣٩٨	٣٣,٢	٣٩٥	٣٢,٩	١٨٢	١٥,٢	٠,٨٨	٢,١٣	١٠
مخالفة اتجاه السير على كوبري الجمرات تعرضك للخطر	٣٩٣	٣٢,٨	٤٢٣	٣٥,٣	١٧٩	١٤,٩	٠,٨٥	٢,١٢	١١
اصطحاب العربات في كوبري الجمرات يعرضك للخطر	٣٦٢	٣٠,٢	٤٣١	٣٥,٩	١٩٢	١٦,٠	٠,٨٤	٢,٠٩	١٢
بقاء الأطفال في المخيم أمان لهم	٣٥٩	٢٩,٩	٤٠٠	٣٣,٣	٢٠٨	١٧,٣	٠,٨٧	٢,٠٦	١٥
هل بذل الجهد والتعب ضروري للحصول على الأجر	٣٢٨	٢٧,٣	٤١٦	٣٤,٧	٢١٥	١٧,٩	٠,٨٨	١,٩٩	١٧
على أصحاب العربات الرجم من الدور العلوي	٣٢٧	٢٧,٣	٣٧٤	٣١,٢	٢٦٧	٢٢,٣	٠,٩٠	١,٩٧	١٨
النظافة داخل الخيام	٣٨٧	٣٢,٣	٤٠٩	٣٤,١	٢٠١	١٦,٨	٠,٨٧	٢,٠٧	١٤
عدم استعمال البوتاجاز الصغير أثناء فترة الحج	٤٢٥	٣٥,٤	٣٩٦	٣٣,٠	١٧٦	١٤,٧	٠,٨٦	٢,١٦	٩
السرعة الزائدة أثناء قيادة السيارة	٣٦١	٣٠,١	٣٤٤	٢٨,٧	٢٧٤	٢٢,٨	٠,٩٢	٢,٠٠	١٦
التطعيم ضد شلل الأطفال	٣٦٢	٣٠,٢	٢٨٦	٢٣,٨	٣١٧	٢٦,٤	٠,٩٥	١,٩٤	٢١
كيفية من أمراض الأنفلونزا	٣٣٥	٢٧,٩	٣٧٦	٣١,٣	٢٦٤	٢٢,٠	٠,٩١	١,٩٥	١٩
رسائل عن السيول والإمطار	٣٣٣	٢٧,٨	٣٦٤	٣٠,٣	٢٨٨	٢٤,٠	٠,٩٠	١,٩٤	٢٠
رسائل عن الحرائق	٣١٩	٢٦,٦	٣٥٥	٢٩,٦	٣٠٥	٢٥,٤	٠,٩١	١,٩١	٢٢
التدخين وأضراره	٣٢١	٢٦,٨	٣٤٠	٢٨,٣	٣٤٤	٢٨,٧	٠,٩٠	١,٨٥	٢٣

توضح بيانات الجدول السابق أن رسالة إن حمل الحقائب يـؤذي الآخـرين جاءت في الترتيب الأول بمقدمة الرسـائل التوعويـة المذاعـة علـى الشاشـات التليفزيونية العملاقة التي يشاهدها الحجاج والمعتمرين بانحراف معيـاري (٠,٥٦) ووزن مرجح (٢,٦٨)، تلتها في المرتبة الثانية رسالة أن افتراش الطرق تصـرف غير حضاري بانحراف معياري (٠,٨٣) ووزن مرجح (٢,٣٥)، وجاء في الترتيب الثالث رسالة أن اصطحاب الأطفال إلى كـوبري الجمـرات يعرضـهم للخطـر بانحراف معياري (٠,٨٠) ووزن مرجح (٢,٣٥)، وفي المرتبة الرابعة رسالة ترك الأطفال وكبار السن في المخيم أمان لهم، بانحراف معياري (٠,٨٣) ووزن مرجح (٢,٢٩) وفي الترتيب الخامس رسالة أن افتراش الطرقات يعوق وصول سـيارات الإسعاف بانحراف معياري (٠,٨٤) ووزن مرجح (٢,٢٥).

١٢) الصورة الأكثر تأثيراً ومصداقية أثناء مشاهدتك للحجاج والمعتمرين على التلفزيون:

جدول رقم (١٥)

الصورة الأكثر تأثيراً ومصداقية أثناء مشاهدتك للحجاج والمعتمرين على التلفزيون.

الصورة الأكثر تأثيراً ومصداقية أثناء مشاهدتك للحجاج والمعتمرين على التلفزيون	ك	%
صورة الوجوه القريبة جدا من الشاشة لأنها تعطي تفاصيل ومشاعر اكثر	٦١٠	٥٠,٨
صورة الوجوه متوسطة القرب من الشاشة	٤٦٣	٣٨,٦
صورة الوجوه البعيدة عن الشاشة	١٢٧	١٠,٦
ن	**١٢٠٠**	**١٠٠**

وعن الصورة الأكثر تأثيراً ومصداقية لدى المبحوثين من خلال مشاهدة الحجـاج والمعتمرين على التليفزيون

- صورة الوجوه القريبة جداً من الشاشة لأنها تعطي تفاصيل ومشـاعر أكثـر بنسبة ٥٠,٨%.
- صورة الوجوه متوسطة القرب من الشاشة بنسبة ٣٨,٦% .
- صورة الوجوه البعيدة عن الشاشة ١٠,٦% .

وتفسر هذه النتائج أن اللقطات القريبة جداً تنقل انفعالات ومشاعر الحجاج والمعتمرين الحقيقية بدقة ووضوح للمشاهدين ولتصلهم أحاسيسهم ، بينما اللقطات البعيدة لا تعطي هذه الأحاسيس والمشاعر ولكنها مرتبطة فقط بالمكان حيث أنها لا تظهر التفاصيل القريبة للأشخاص وانفعالاتهم أثناء هذا الحدث العظيم والجلل.

١٣) مشاهدة المبحوثين لمناسك الحج والعمرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم:

جدول رقم (١٦)

مدى مشاهدة المبحوثين لمناسك الحج والعمرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية

مدى مشاهدة المبحوثين لمناسك الحج والعمرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية	ك	%
نعم	٥٦٣	٤٦,٩
لا	٦٣٧	٥٣,١
ن	**١٢٠٠**	**١٠٠**

وعن مدى مشاهدة عينة المبحوثين لمناسك العمرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية: أجاب ٥٣,١% من منهم بأنهم لم يشاهدوا هذه المناسك من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية. كما أجاب ٤٦,٩% من تلك العينة بأنهم شاهدوا مناسك الحج والعمرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية.

١٤) تاثير "الكاميرا العنكبوتية "مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة:

جدول رقم (١٧)

تاثير "الكاميرا العنكبوتية" على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة

تاثير "الكاميرا العنكبوتية" على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة	ك	%
لها تأثير ايجابي	٨٦٥	٧٢,١
لها تأثير محايد	٢٢٨	١٩,٠
لا اعرف	٥٩	٤,٩
لها تأثير سلبي	٤٨	٤
ن	**١٢٠٠**	**١٠٠**

وعن تأثير الصورة الخاصة واللقطات المنقولة عبر القنوات الفضائية التليفزيونية من خلال التقنيات الحديثة مثل الكاميرات العنكبوتية التي كانت موجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم:

- أجاب ٧٢,١% من عينة المبحوثين بأن لها تأثير إيجابي وجاء ذلك في الترتيب الأول.

- وأجاب ١٩% من عينة المبحوثين بأن لها تأثير محايد، وكان ذلك في الترتيب الثاني.
- وأجاب ٤,٩% من عينة المبحوثين بأنها لا تعرف تأثير هذه الكاميرات العنكبوتية وكانوا في الترتيب الثالث.
- وأخيراً في الترتيب الرابع وبنسبة ٤% أشاروا بأن لها تأثير سلبي.

وهذا يؤكد أهمية استخدام الكاميرات العنكبوتية في تصوير مشاعر الحج والعمرة، حيث أن التصوير بهذه الكاميرات يعطي رؤية واضحة وشاملة لكل تفاصيل الحدث، علاوة على إمكانيات تحريك هذه الكاميرات في جميع الأماكن وبخاصة الأماكن المزدحمة التي يصعب فيها تحريك الكاميرات العادية.

١٥) الآثار الناتجة عن الإعتماد على تصوير الأزمات ومناسك الحج والعمرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية:

جدول رقم (١٨)

الآثار الناتجة عن الإعتماد على تصوير الأزمات ومناسك الحج والعمرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية

الآثار الناتجة عن الإعتماد على تصوير الأزمات ومناسك الحج والعمرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية	ك	%
نقل تفاصيل الحج والعمرة التي لا تنقلها الكاميرات العادية	٣٧١	٣٠,٩
نقل التفاصيل الدقيقة والمشاعر الحقيقية للحجاج والمعتمرين	٢٥٦	٢١,٣
الكاميرات العنكبوتية يمكن أن تنزل للحجاج والمعتمرين وتوضح لي حركاتهم وكيف يقومون بتأدية مناسك الحج والعمرة كما نشاهده في مباريات كرة القدم	١٩٧	١٦,٤
التصوير من خلال الكاميرات العنكبوتية يعطي احساساً بأنني داخل الحدث	١٥٧	١٣,١
-معرفة بعض الأخطاء التي يقع بها الحجاج حتى أتفاداها أثناء تادية هذه المناسك	١٤٠	١١,٧
ن*	**٥٦٣**	

توضح بيانات الجدول السابق أن نقل تفاصيل الحج والعمرة التي لا تنقلها الكاميرات العادية جاءت في مقدمة الآثار الناتجة عن الاعتماد على تصوير الأزمات ومناسك الحج والعمرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية بنسبة (٣٠,٩%)، تلاها نقل التفاصيل الدقيقة والمشاعر الحقيقية للحجاج والمعتمرين

* يشير هذا الرقم الى ممن شاهدوا مناسك الحج والعمرة من خلال الكاميرات العنكبوتية.

بنسبة (٢١,٣%)، ثم الكاميرات العنكبوتية يمكن أن تنـزل للحجـاج والمعتمـرين وتوضح لي حركاتهم وكيف يقومون بتأدية مناسك الحج والعمرة كما أشاهده فـي مباريات كرة القدم بنسبة (١٦,٤%)، تلاهـا التصـوير مـن خـلال الكـاميرات العنبكوتية يعطي إحساساً بأنني داخل الحدث بنسبة ١٣,١%)، ثم أخيـراً معرفـة بعض الأخطاء التي يقع بها الحجاج حتى أتفاداها أثناء تأدية هذه المناسـك بنسـبة (١١,٧%).

وتتفق هذه النتائج مع دراسة امستردامسكا و واجسمان **Amsterdamska and Wajcman**[٥٤] في أن وسائل الاعلام التي استخدمت التكنولوجيا الحديثـة لها تاثيراً كبيراً علي معرفة المجتمع، وتشكيل البناء الاجتماعي. كما أشارت النتائج إلى أن وسائل الإعلام الجديدة مثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتكنولوجيـا المعلومات كانت أكثر الوسائل تأثيراً.

وهذا يؤكد أهمية الاعتماد على التصوير بالكاميرات العنكبوتية في الأزمـات ومناسك الحج والعمرة لما تتميز به هذه النوعية من الكاميرات عن غيرهـا مـن الكاميرات العادية.

١٦) تفضيل المبحوثين لمشاهدة مناسك الحج والعمـرة المصـورة بالكـاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم:

جدول رقم (١٩)

تفضيل المبحوثين لمشاهدة مناسك الحج والعمرة المصورة بالكاميرات العنكبوتية

مدى تفضيل المبحوثين لمشاهدة مناسك الحج والعمرة المصورة بالكاميرات العنكبوتية	ك	%
نعم	٩٨٠	٨١,٧
لا	٢٢٠	١٨,٣
ن	**١٢٠٠**	**١٠٠**

وعن مدى تفضيل مشاهدة عينة الدراسة لمناسك الحج والعمرة مـن خـلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية: أجاب ٨١,٧% من عينة المبحوثين بأنهم يفضلون مشاهدة مناسك الحج والعمرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية، في حـين أجاب ١٨,٣% من عينة المبحوثين بأنهم لم يفضلوا مشاهدة مناسك الحج والعمـرة من خلال التصوير بالكاميرات العنكبوتية. وهذا يفسـر مـدى أهميـة اسـتخدام الكاميرات العنكبوتية في تصوير مناسك الحج والعمرة، وذلك للمزايا التي تتمتع بها هذه الكاميرات عن غيرها من الكاميرات العادية.

١٦) أسباب تفضيل المبحوثين للتصوير بالكاميرات العنكبوتية:

جدول رقم (٢٠)

أسباب تفضيل المبحوثين للتصوير بالكاميرات العنكبوتية

أسباب التفضيل	ك	%
تصويرها افضل من الكاميرا ت العادية	٥٠٩	٥١,٩
تتحرك في جميع الاتجاهات	٥٠٧	٥١,٧
تعطيني زوايا وأحجام لقطات مختلفة عن الحدث	٣٧٤	٣١,٢
ن*	٩٨٠	

وعن أسباب تفضيل عينة المبحوثين للكاميرات العنبكوتية: جاء في الترتيب الأول بأن تصويرها أفضل من الكاميرات العنكبوتية بنسبة ٥١,٩%، واحتلت المرتبة الثانية أن هذه الكاميرات تستطيع أن تتحرك في جميع الاتجاهات بنسبة ٥١,٧%، وأخيراً في الترتيب الثالث أن الكاميرات العنبكوتية تعطي زوايا وأحجام لقطات مختلفة عن الحدث بنسبة ٣١,٢%.

وتعكس هذه النتائج أن الكاميرا العنكبوتية تتميز بأنها تتحرك في جميع الاتجاهات المختلفة ، وبسرعات مختلفة نظرا لان التحكم بها يتم عن بعد ، كما يوجد بها جودة عالية من العدسات ، وكذلك تستطيع أن تظهر للمشاهد جميع أحجام اللقطات والزوايا المختلفة للتصوير في وقت واحد، ممايعكس مدى الواقعية والمصداقية أثناء التصوير بهذه النوعية من الكاميرات.

* يشير هذا الرقم الى المبحوثين ممن يفضلون مشاهدة مناسك الحج والعمرة عبر الكاميرات العنكبوتية.

ثانياً: نتائج اختبار الفروض:

<u>الفرض الأول</u>: تختلف معدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة بـــاختلاف المتغيرات الديموجرافية:

<u>الفرض الأول الفرعي (أ)</u>: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بـــين المبحـــوثين من الذكور والإناث ومعدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة.

جدول رقم (٢١)

إختبار (ت) T-Test الإختبار الفرق بين الذكور والإناث ومعدل التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة

النوع	ن	متوسط حسابي	انحراف معياري	درجة حرية	قيمة ت	مستوى معنوية
ذكر	٥٨٥	١,٥٩	٠,٦٨٩	١١٩٨	٠,٣٥٦	٠,٧١٥
أنثى	٣٤٢	١,٥٧	٠,٦٨٣			

توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة، حيث بلغت قيمة (ت) (٠,٣٥٦)، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية (٠,٧١٥) ودرجة حرية ١١٩٨. وبذلك يرفض الفرض الأول الفرعي (أ) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين الذكور والإناث ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة ، **وتختلف هذه النتيجة** مع دراسة العنود ناصر (٢٠١٠) [٥٥] حيث أشارت نتائج دراستها الى أن الإناث أكثر اعتماداً على مشاهدة وسائل الإعلام وبخاصة التليفزيون حيث يشاهدن التليفزيون بشكل دائم، وتختلف أيضا مع **دراسة وجدي حلمي (٢٠٠٥)** [٥٦] بوجود فروق دالة بين الذكور والإناث في معدل تعرضهم للتليفزيون.

<u>الفرض الأول الفرعي (ب)</u>: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من المستويات التعليمية المختلفة و معدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة.

جدول رقم (٢٢)

إختبار تحليل التباين ANOVA لإختبار الفروق بين من المستويات التعليمية المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	١,٦٢٣	٥	٠,٣٢٥	٠,٦٨٦	٠,٦٣٤
داخل المجموعات	٥٦٥,١٨٩	١١٩٤	٠,٤٧٣		
الاجمالي	٥٦٦,٨١٣	١١٩٩			

توضح بيانات الجدول السابق

- عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين من المستويات التعليمية المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة، حيث بلغت قيمة (ف) (٠,٦٨٦) عند مستوى معنوية (٠,٦٣٤) ودرجتي حرية (٥، ١١٩٤). وبذلك يرفض الفرض الأول الفرعي (ب) القائل بوجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين من المستويات التعليمية المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة.

<u>الفرض الأول الفرعي (ج)</u>: توجد فروق ذات دلالة إحصائيا بين المبحوثين من **الفئات العمرية المختلفة و** معدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة.

جدول رقم (٢٣)

إختبار تحليل التباين ANOVA لإختبار الفروق بين من المراحل العمرية المختلفة و معدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٧,٥٤	٤	١,٨٨	٤,٠٣	٠,٠٠٣
داخل المجموعات	٥٥٩,٢	١١٩٥	٠,٤٦٨		
الاجمالي	٥٦٦,٨	١١٩٩			

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين من المراحل العمرية المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة، حيث بلغت قيمة (ف) (٤,٠٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٣) عند درجتي حرية (١١٩٥,٤).

- ولمعرفة مصدر التباين بين المبحوثين من المراحل العمرية المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة، قام الباحث بإجراء اختبارات بعدية بطريقة أقل من حيث الفرق المعنوي كما يوضحها الجدول التالي:-

جدول رقم (٢٤)

مصدر التباين بين معدل التعرض للشاشات العملاقة والعمر طبقا طبقاً لطريقة الاختبارات البعدية post hoc test

معدل التعرض للشاشات العملاقة	المجموعة الاولى	المجموعة المقارنة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	مستوى معنوية
	أقل من ٢٠	أقل من ٢٠	٥٩	١,٦٦	٠,١١٤	–	–
		من ٢٠ – لأقل من ٣٠	٤٠	٠,٠١٠	٠,٠٩٧	٤	٠,٩١٥
		من ٣٠ – لأقل من ٤٠	١٦٤	٠,٠٧٤	٠,٠٩٤		٠,٤٣٢
		من ٤٠ – لأقل من ٥٠	١٤٠	٠,٢٢٣	٠,٠٩٩		٠,٠٢٥
		من ٥٠فأكثر	٥٢	٠,١٦٧	٠,١١٥		٠,١٤٦
	من ٢٠ – لأقل من ٣٠	من ٣٠ – لأقل من ٤٠	١٦٤	٠,٠٦٤	٠,٠٤٩		٠,١٩٣
		من ٤٠ – لأقل من ٥٠	١٤٠	٠,٢١٢	٠,٠٥٨		٠,٠٠٠
		من ٥٠ فأكثر	٥٢	٠,١٥٧	٠,٠٨١		٠,٠٥٥
	من ٣٠ – لأقل من ٤٠	من ٤٠ – لأقل من ٥٠	١٤٠	٠,١٤٨	٠,٠٥٤		٠,٠٠٦
		من ٥٠ فأكثر	٥٢	٠,٠٩٣	٠,٠٧٩		٠,٢٣٩
	من ٤٠ – لأقل من ٥٠	من ٥٠ فأكثر	٥٢	-٠,٠٥٦	٠,٠٨٤		٠,٥٠٨

توضح بيانات الجدول السابق

وجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين من المراحل العمرية المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة على النحو التالي:-

المبحوثون (أقل من ٢٠) والمبحوثون (من ٤٠ – لأقل من ٥٠)، حيث بلغ المتوسط الحسابي (٠,٢٢٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٢٥) وهذا الفرق لصالح

المجموعة المقارنة بينما المجموعة الأولى كان متوسطها الحسابي (١,٦٦)، بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائيا بين باقي المجموعات.

المبحوثون (من٢٠-لأقل من ٣٠) (من ٤٠- لأقل من ٥٠)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما (٠,٠١٠) (٠,٢١٢) على التوالي عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهذا الفرق لصالح المجموعة المقارنة.

المبحوثون (من ٢٠ – لأقل من ٣٠) (من ٥٠ فأكثر)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما (٠,٠١٠) (٠,١٥٧) على التوالي عند مستوى معنوية (٠,٠٥٥) وهذا الفرق لصالح المجموعة المقارنة، بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائيا بين باقي المجموعات.

المبحوثون (من ٣٠ – لأقل من ٤٠) (من ٤٠ – لأقل من ٥٠)، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما (٠,٠٦٤) (٠,١٤٨) على التوالي عند مستوى معنوية (٠,٠٠٦) وهذا الفرق لصالح المجموعة المقارنة، بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائيا بين باقي المجموعات.

- وبذلك يقبل الفرض الأول الفرعي (ج) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من المراحل العمرية المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة.

<u>الفرض الأول الفرعي (د)</u>: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من **الجنسيات المختلفة** ومعدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة.

جدول رقم (٢٥)

إختبار تحليل التباين ANOVA لإختبار الفروق بين الجنسيات المختلفة و معدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣٢,٦٢	٤	٨,٢	١٨,٢	٠,٠٠٠
داخل المجموعات	٥٣٤,٢	١١٩٥	٠,٤٤٧		
الاجمالي	٥٦٦,٨	١١٩٩			

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الجنسيات المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة، حيث بلغت قيمة (ف) (١٨,٢)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) ودرجات حرية (٤، ١١٩٥، ١١٩٩).

- ولمعرفة مصدر التباين أجرى الباحث الأختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي (L.S.D)، كما يوضح ذلك الجدول التالي:

جدول رقم (٢٦)

مصدر التباين بين معدل التعرض للشاشات العملاقة والجنسيات

	المجموعة الاولى	المجموعة المقارنة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	مستوى معنوية
معدل التعرض للشاشات العملاقة	آسيوي	آسيوي	٥٠٠	١,٧٤	٠,٧٢٢	–	–
		افريقي	٥٠٠	١,٣٩	٠,٦١٩	٤	٠,٠٠٠
		اوروبي	٥٠	١,٦٤	٠,٦٣١		٠,٢٦٧
		أمريكي	١٠٠	١,٦٥	٠,٦٤١		٠,١٨١
		استرالي	٥٠	١,٧٢	٠,٦٧١		٠,٧٧٨
	افريقي	اوروبي	٥٠	١,٦٤	٠,٦٣١		٠,٠١٤
		أمريكي	١٠٠	١,٦٥	٠,٦٤١		٠,٠٠١
		استرالي	٥٠	١,٧٢	٠,٦٧١		٠,٠٠١
	أوروبي	أمريكي	١٠٠	١,٦٥	٠,٦٤١		٠,٩٣١
		أسترالي	٥٠	١,٧٢	٠,٦٧١		٠,٥٥٠
	أمريكي	أسترالي	٥٠	١,٧٢	٠,٦٧١		٠,٥٤٦

توضح بيانات الجدول السابق وجود علاقة بين الحجاج والمعتمرين من الجنسيات الأسيوية والحجاج والمعتمرين من الجنسيات الأفريقية، حيث بلغ المتوسط الحسابي (١,٣٩) بمستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى وهي الجنسيات الآسيوية، حيث كان متوسطها الحسابي (١,٧٤) بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين باقي المجموعات.

ثم بعد ذلك يأتي الحجاج والمعتمرين من الجنسيات الأفريقية والحجاج والمعتمرين من الجنسيات الأوربية والأمريكية والاسترالية حيث بلغت لديهم

المتوسطات الحسابية (١,٦٤)، (١,٦٥)، (١,٧٢) على التوالي عند مستويات معنوية (٠,٠١٤)، (٠,٠٠١)، (٠,٠٠١) أيضاً على التوالي وذلك لصالح المجموعات من الجنسيات الإوربية والأمريكية والاسترالية بينما كانت المجموعة الأولى متوسطها الحسابي (١,٣٩)

وبذلك يقبل الفرض الأول الفرعي (د) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الجنسيات المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات العملاقة ولصالح الجنسيات الأوربية.

<u>الفرض الأول الفرعي (هـ)</u>: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من المهن المختلفة ومعدلات التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة.

جدول رقم (٢٧)

إختبار تحليل التباين ANOVA لإختبار الفروق بين أصحاب المهن المختلفة و معدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	١٨,٦٩٠	٦	٣,١١٥	٦,٧٨٠	٠,٠٠٠
داخل المجموعات	٥٤٨,١٢٢	١١٩٣	٠,٤٥٩		
الاجمالي	٥٦٦,٨١٣	١١٩٩			

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين وفقاً لاختلاف مهنتهم ومعدل تعرضهم للشاشات العملاقة، حيث بلغت قيمة (ف) (٦,٧٨٠) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) عند درجتي حرية (١١٩٣،٦). ولمعرفة مصدر التباين بين المبحوثين من المهن المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة، قام الباحث بإجراء إختبارات بعدية بطريقة أقل فرق معنوي كما يوضحها الجدول التالي:-

جدول رقم (٢٨)

مصدر التباين بين معدل التعرض للشاشات العملاقة والجنسيات

طبقاً لاختبار pos- Hoc. (L.S.D)

	المجموعة الاولى	المجموعة المقارنة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	مستوى معنوية
معدل التعرض للشاشات العملاقة	رجل أوسيدة اعمال	رجل أو سيدة اعمال	١٨٠	١,٧٥	١,٦٠١٥	–	-
		موظف في قطاع عام	١٨٦	١,٤٠٨٦	٠,٦٠١٥٦	٦	٠,٠٠٠
		موظف في قطاع خاص	٢٣٩	١,٧٢٣٨	٠,٦٧٩١٤		٠,٦٩٦
		طبيب – مهندس	٨٧	١,٦٧٨٢	٠,٧٠٧٠١		٠,٤١٧
		محامي – محاسب	٥٦	١,٥١٧٩	٠,٦٠٢٧٥		٠,٠٢٥
		حرفي	٩١	١,٤٧٢٥	٠,٦٥٥٥٩		٠,٠٠١
		لا يعمل	٣٦١	١,٥٢٦٣	٠,٦٨٣١٣		٠,٠٠٠
	موظف في قطاع عام	موظف في قطاع خاص	٢٣٩	١,٧٢٣٨	٠,٦٧٩١٤	٦	٠,٠٠٠
		طبيب –مهندس	٨٧	١,٦٧٨٢	٠,٧٠٧٠١		٠,٠٠٢
		محامي –محاسب	٥٦	١,٥١٧٩	٠,٦٠٢٧٥		٠,٢٩١
		حرفي	٩١	١,٤٧٢٥	٠,٦٥٥٥٩		٠,٤٦١
		لا يعمل	٣٦١	١,٥٢٦٣	٠,٦٨٣١٣		٠,٠٥٥
	موظف في قطاع خاص	طبيب – مهندس	٨٧	١,٦٧٨٢	٠,٧٠٧٠١	٦	٠,٥٩٠
		محامي – محاسب	٥٦	١,٥١٧٩	٠,٦٠٢٧٥		٠,٠٤١
		حرفي	٩١	١,٤٧٢٥	٠,٦٥٥٥٩		٠,٠٠٣
		لا يعمل	٣٦١	١,٥٢٦٣	٠,٦٨٣١٣		٠,٠٠٠
	طبيب – مهندس	محامي – محاسب	٥٦	١,٥١٧٩	٠,٦٠٢٧٥	٦	٠,١٦٨
		حرفي	٩١	١,٤٧٢٥	٠,٦٥٥٥٩		٠,٠٤٣
		لا يعمل	٣٦١	١,٥٢٦٣	٠,٦٨٣١٣		٠,٠٦١
	محامي – محاسب	حرفي	٩١	١,٤٧٢٥	٠,٦٥٥٥٩	٦	٠,٦٩٤
		لا يعمل	٣٦١	١,٥٢٦٣	٠,٦٨٣١٣		٠,٩٣١
	حرفي	لا يعمل	٣٦١	١,٥٢٦٣	٠,٦٨٣١٣	٦	٠,٤٩٩

توضح بيانات الجدول السابق

- وجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين من المهن المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة على النحو التالي:-
- المبحوثون من رجال الأعمال والمبحوثون الذين يعملون في القطاع العام حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما (١,٧٥)، (١,٤٠٨٦) على التوالي عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى.

- المبحوثون من رجال الأعمال والمبحوثون الذين يعملون في المحاماه والمحاسبة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٧٥)، (١,٥١٧٩) عند مستوى معنوية (٠,٠٢٥) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى.
- المبحوثون من رجال الأعمال والمبحوثون الحرفيون حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١٠,٧٥)، (٠,٦٥٥٥٩) عند مستوى معنوية (٠,٠٠١) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى.
- المبحوثون من رجال الأعمال والمبحوثون الذين لا يعملون حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١٠٧٥) (١٠٥٢٦٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى . بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائيا بين باقي المجموعات.
- المبحوثون الذين يعملون في القطاع العام والمبحوثون الذين يعملون في القطاع الخاص حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٤٠٨٦) (١,٧٢٣٨) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهذا الفرق لصالح المجموعة المقارنة.
- المبحوثون الذين يعملون في القطاع العام والمبحوثون من الأطباء والمهندسين حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٤٠٨٦) (١,٦٧٨٢) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٢) وهذا الفرق لصالح المجموعة المقارنة
- المبحوثون الذين يعملون في القطاع العام والمبحوثون الذين لا يعملون حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٤٠٨٦) (١,٥٢٦٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٥٥) وهذا الفرق لصالح المجموعة المقارنة
- المبحوثون الذين يعملون في القطاع الخاص والمبحوثون الذي يعملون في المحاماة والمحاسبة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما (١,٧٢٣٨) (١,٥١٧٩) عند مستوى معنوية (٠,٠٤١) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى.
- المبحوثون الذين يعملون في القطاع الخاص والمبحوثون الحرفيون، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٧٢٣٨) (١,٤٧٢٥) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٣) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى
- المبحوثون الذين يعملون في القطاع الخاص، والمبحوثون الذين لا يعملون، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٧٢٣٨) (١,٥٢٦٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى، بينما أظهرت الاختبارات البعدية عدم وجود فروق غير دالة إحصائيا بين باقي المجموعات.

- **وبذلك يقبل الفرض الأول الفرعي (هـ) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من المهن المختلفة ومعدل تعرضهم للشاشات التليفزيونية العملاقة أثناء الأزمات في الحج والعمرة.**

<u>الفرض الثاني:</u> توجد علاقة ارتباطية ايجابية بين حجم التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة كمصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية أثناء الأزمات في الحج والعمرة ودرجة الاعتماد عليها.

جدول رقم (٢٩)

العلاقة بين حجم التعرض للشاشات العملاقة

كمصدر للحصول على المعلومات ودرجة الاعتماد عليها.

مدى التعرض / درجة الاعتماد	دائما		أحيانا		نادرا	
	ك	%	ك	%	ك	%
كبيرة	٢٨٨	٤٦	٢١٥	٤٩,٤	٧٢	٥٢,١
متوسطة	٢١٨	٣٤,٨	١٥٣	٣٥	٣٩	٢٨,٣
ضعيفة	١٢٠	١٩,٢	٦٨	١٥,٦	٢٧	١٩,٦
الإجمالي	٦٢٦	١٠٠	٤٣٦	١٠٠	١٣٨	١٠٠
قيمة كا٢ = ٨,٥٤ مستوى معنوية = ٠,٠٥ درجة حرية = ٤						

يتضح من الجدول السابق

- جاء الإعتماد على حجم التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة بدرجة كبيرة للذين يتعرضون لها بصفة دائماً بنسبة ٤٦% من حيث مدى التعرض للشاشات التليفزيونية وذلك في الترتيب الأول، في حين جاءت متوسطة وضعيفة في الترتيب الثاني والثالث على التوالي بنسبتي ٣٤,٨%، ١٩,٢%
- **وتتفق هذه النتائج** مع دراسة د.اسامه الحريري[٥٧] بأن ٥٧% من الحجاج يعتمدون على الشاشات الضخمة بشكل كبير جداً، وأن ١٣% منهم يعتمدون عليها بشكل متوسط، كما **تتفق هذه النتيجة مع دراسة رغدة عيسى (٢٠٠٩)**[٥٨] بوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تعرض الجمهور للإذاعة والتليفزيون ودرجة اعتمادهم على برامج الإذاعة والتليفزيون في الحصول على المعلومات، وتتفق أيضاً مع **دراسة رفعت الضبع (٢٠٠٧)**[٥٩] حيث أنه كلما ازداد الاعتماد على وسائل الإعلام كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات كلما زاد مستوى المعرفة حول الأزمة، **وتتفق أيضا مع دراسة محمد**

هلال (٢٠٠٧)[٦٠] الذي يشير إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض المبحوثين للقنوات الفضائية وبين درجة الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات. وأنه كلما زادت درجة اعتماد المبحوثين على هذه الوسائل في الحصول على المعلومات زادت معها التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي يحدثها هذا الاعتماد.

- وهذا يؤكد مدى أهمية دور الشاشات التليفزيونية العملاقة في توصيل المعلومات الإرشادية والتوعوية للحجاج والمعتمرين، وذلك لإنشغال الحجاج والمعتمرين في أداء مناسكهم الدينية وليس لديهم أوقات للاطلاع على المعلومات أو رؤيتها من خلال الشاشات التليفزيونية، وأيضاً لما تتميز به الشاشات بتكنولوجيا عالية وانتشارها في أماكن مناسك الحج والعمرة.

وبذلك توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض للشاشات العملاقة ومعدل الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات الارشادية اثناء الحج والعمرة، حيث أنه كلما زاد حجم التعرض للشاشات كلما زاد الاعتماد عليها، وحيث جاءت قيمة كا^{٢} = ٨,٥٤ عند مستوى معنوية ٠,٠٥ وهو ما يدلل صحة الفرض الثاني.

وبذلك يقبل الفرض الثاني القائل بوجود علاقة ارتباطية ايجابية بين حجم التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة كمصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية أثناء الأزمات والحج والعمرة ودرجة الاعتماد عليها.

<u>الفرض الثالث</u>: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين و التأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير "بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة باختلاف المتغيرات الديموجرافية للمبحوثين:

<u>الفرض الثالث الفرعي (أ)</u>: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من **الذكور والإناث** والتأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

جدول رقم (٣٠)

إختبار (ت) T-Test الإختبار الفرق بين الذكور والإناث ومدى تأثير التصوير" بالكاميرات العنكبوتية"

النوع	ن	متوسط حسابي	انحراف معياري	درجة حرية	قيمة ت	مستوى معنوية
ذكر	٨٥٨	١,٤٤	٠,٨٢	١١٩٨	٢,٠١٨	٠,٠٤٤
أنثي	٣٤٢	١,٣٤	٠,٦٧			

توضح بيانات الجدول السابق

- وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين المبحوثين من الأعمار المختلفة ومدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل المجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة، حيث بلغت قيمة (ت) (٢,٠١٨) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٤٤) ودرجة حرية (١١٩٨).
- **وبذلك يقبل الفرض الثالث الفرعي (أ) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الذكور والإناث في رؤيتهم لمدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة**

<u>الفرض الثالث الفرعي (ب):</u> توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من **المستويات التعليمية المختلفة** والتأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير" بالكاميرا العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

جدول رقم (٣١)

إختبار تحليل التباين ANOVA لإختبار الفروق بين المستويات التعليمية المختلفة ومدى تأثير التصوير "بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٩,٠٥	٥	١,٨١١	٢,٩٥	٠,٠١٢
داخل المجموعات	٧٣٢,٨	١١٩٤	٠,٦١٤		
الاجمالي	٧٤١,٨	١١٩٩			

توضح بيانات الجدول السابق

- وجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين على اختلاف مستوياتهم التعليمية ورؤيتهم لمدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة حيث بلغت قيمة (ف) (٢٠٩٥)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (٠,٠١٢) عند درجتي حرية (٥، ١١٩٤).
- **ولمعرفة مصدر التباين بين المبحوثين من المستويات التعليمية في رؤيتهم لمدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة، أجرى الباحث الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي (pos- Hoc. (L.S.D كما يوضحها الجدول التالي:**

جدول رقم (٣٢)

مصدر التباين بين مدى تأثير التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة والتعليم

	المجموعة الأولى	المجموعات المقارنة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	مستوى معنوية
مدى تأثير التصوير" بالكاميرات العنكبوتية"	أمي	أمي	٦٧	١,٢٢	٠,٧٦	–	–
		ابتدائي	٢٤٥	١,٣٤	٠,٦٢	٥	٠,٢٨٨
		متوسط	٢٨٧	١,٤٧	٠,٨٩		٠,٠٢٢
		ثانوية	٢١٣	١,٣٨	٠,٧٢		٠,١٥٤
		تعليم جامعي	٣٠٥	١,٥٢	٠,٨٧		٠,٠٠٥
		دراسات عليا	٨٣	١,٣٤	٠,٨٦		٠,٣٧٨
	ابتدائي	متوسط	٢٨٧	١,٤٧	٠,٨٩		٠,٠٦٠
		ثانوية	٢١٣	١,٣٨	٠,٧٢		٠,٥٧٢
		تعليم جامعي	٣٠٥	١,٥٢	٠,٨٧		٠,٠٠٦
		دراسات عليا	٨٣	١,٣٤	٠,٨٦		٠,٩٨٩
	متوسط	ثانوية	٢١٣	١,٣٨	٠,٧٢		٠,٢٢٢
		تعليم جامعي	٣٠٥	١,٥٢	٠,٨٧		٠,٣٧١
		دراسات عليا	٨٣	١,٣٤	٠,٨٦		٠,١٨٥
	ثانوية	تعليم جامعي	٣٠٥	١,٥٢	٠,٨٧		٠,٠٣٩
		دراسات عليا	٨٣	١,٣٤	٠,٨٦		٠,٦٧٢
	تعليم جامعي	دراسات عليا	٨٣	١,٣٤	٠,٨٦		٠,٠٥٤

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من المستويات التعليمية المختلفة ومدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مع الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة على النحو التالي:

- المبحوثون الأميون والمبحوثون الحاصلون على الثانوية العامة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١٠٢٢) (١٠٤٧) عند مستوى معنوية (٠,٠٢٢) وهذا الفرق لصالح المجموعة المقارنة.
- المبحوثون الأميون، والمبحوثون الحاصلون على تعليم جامعي، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما (١٠٢٢) (١,٥٢) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٥) وهذا الفرق لصالح المجموعة المقارنة، بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين باقي المجموعات.
- المبحوثون الحاصلون على تعليم ابتدائي والمبحوثون الحاصلون على تعليم جامعي، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١٠٣٤) (١,٥٢) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٦) وهذا الفرق لصالح المجموعة المقارنة، بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين باقي المجموعات.
- المبحوثون الحاصلون على الثانوية والمبحوثون الحاصلون على تعليم جامعي، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٣٨) (١,٥٢) عند مستوى معنوية (٠,٠٣٩) وهذا الفرق لصالح المجموعة المقارنة، بينما أظهرت الأختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين باقي المجموعات.
- المبحوثون الحاصلون على تعليم جامعي والمبحوثون الحاصلون على دراسات عليا، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٥٢) (١,٣٤) عند مستوى معنوية (٠,٥٤) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى.
- **وبذلك يقبل الفرض الثالث الفرعي (ب) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من المستويات التعليمية ومدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.**

<u>الفرض الثالث الفرعي (ج):</u> توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من **الفئات العمرية المختلفة** والتأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

جدول رقم (٣٣)

إختبار تحليل التباين ANOVA لإختبار الفروق بين الفئات العمرية المختلفة ومدى تأثير التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣,٠٣٣	٤	٠,٧٥٨	١,٢٢٧	٠,٢٩٨
داخل المجموعات	٧٣٨,٧٩٩	١١٩٥	٠,٦١٨		
الاجمالي	٧٤١,٨٣٣	١١٩٩			

توضح بيانات الجدول السابق

- عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين المبحوثين من المراحل العمرية المختلفة ومدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة، حيث بلغت قيمة (ف) (١٠٢٢٧)، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية (٠,٢٩٨) ودرجتي حرية (١١٩٥,٤).
- **وبذلك يرفض الفرض الثالث الفرعي (جـ) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الأعمار المختلفة في رؤيتهم لمدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.**

<u>الفرض الثالث الفرعي (د):</u> توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من **الجنسيات المختلفة** والتأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

جدول رقم (٣٤)

إختبار تحليل التباين ANOVA لإختبار الفروق بين الجنسيات المختلفة ومدى تأثير التصوير" بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣,٦٤٥	٤	٠,٩١١	١,٤٧٥	٠,٢٠٧
داخل المجموعات	٧٣٨,١٨٨	١١٩٥	٠,٦١٨		
الاجمالي	٧٤١,٨٣٣	١١٩٩			

توضح بيانات الجدول السابق

- عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الجنسيات المختلفة للحجاج والمعتمرين في رؤيتهم لمدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة، حيث بلغت قيمة (ف) (١,٤٧٥)، وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية (٠,٢٠٧) ودرجتي حرية (٤، ١١٩٥).
- **وبذلك يرفض الفرض الثالث الفرعي (د) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين ذوي الجنسيات المختلفة في رؤيتهم لمدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.**

<u>الفرض الثالث الفرعي (هـ):</u> توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المبحوثين من **المهن المختلفة** والتأثيرات الناتجة عن الإعتماد على التصوير "بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

جدول رقم (٣٥)

إختبار تحليل التباين ANOVA لإختبار الفروق بين المهن المختلفة ومدى تأثير التصوير" بالكاميرا العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٩,٩٥٥	٦	١,٦٥٩	٢,٧٠٤	٠,٠١٣
داخل المجموعات	٧٣١,٨٧٨	١١٩٣	٠,٦١٣		
الاجمالي	٧٤١,٨٣٣	١١٩٩			

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين على اختلاف مهنهم ومدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة، حيث بلغت قيمة (ف) (٢,٧٠٤)، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (٠,٠١٣) عند درجتي حرية (٦، ١١٩٣).

ولمعرفة مصدر التباين بين المبحوثين على اختلاف مهنهم في رؤيتهم لمدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة، أجرى الباحث الاختبارات البعدية بطريقة أقل فرق معنوي كما يوضحها الجدول التالي:-

جدول رقم (٣٦)

مصدر التباين بين مدى تأثير التصوير "بالكاميرات العنكبوتية" مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة والجنسيات طبقاً لاختبار pos- Hoc. (L.S.D)

	المجموعة الأولى	المجموعات المقارنة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	مستوى معنوية
مدى تأثير التصوير "بالكاميرات العنكبوتية"	رجل أو سيدة أعمال	رجل أو سيدة أعمال	١٨٠	١,٤٠	٠,٧٦	–	–
		موظف قطاع عام	١٨٦	١,٤٤	٠,٧٥	٦	٠,٦١٦
		موظف قطاع خاص	٢٣٩	١,٥٣	٠,٩٩		٠,٠٧٧
		طبيب – مهندس	٨٧	١,٥٧	٠,٩١		٠,٠٧٨
		محامي – محاسب	٥٦	١,٢٣	٠,٧١		٠,١٧٦
		حرفي	٩١	١,٤٣	٠,٧٥		٠,٧٣٥
		لا يعمل	٣٦١	١,٣٣	٠,٦٥		٠,٣٨٦
	موظف قطاع عام	موظف قطاع خاص	٢٣٩	١,٥٣	٠,٩٩		٠,٢١١
		طبيب – مهندس	٨٧	١,٥٧	٠,٩١		٠,١٧١
		محامي – محاسب	٥٦	١,٢٣	٠,٧١		٠,٠٨٩
		حرفي	٩١	١,٤٣	٠,٧٥		٠,٩٤٥
		لا يعمل	٣٦١	١,٣٣	٠,٦٥		٠,١٤٥
	موظف قطاع خاص	طبيب – مهندس	٨٧	١,٥٧	٠,٩١		٠,٦٥٩
		محامي – محاسب	٥٦	١,٢٣	٠,٧١		٠,٠١٠
		حرفي	٩١	١,٤٣	٠,٧٥		٠,٢٨٧
		لا يعمل	٣٦١	١,٣٣	٠,٦٥		٠,٠٠٢
	طبيب – مهندس	محامي – محاسب	٥٦	١,٢٣	٠,٧١		٠,٠١١
		حرفي	٩١	١,٤٣	٠,٧٥		٠,٢١٤
		لا يعمل	٣٦١	١,٣٣	٠,٦٥		٠,٠١٠
	محامي – محاسب	حرفي	٩١	١,٤٣	٠,٧٥		٠,١٤٠
		لا يعمل	٣٦١	١,٣٣	٠,٦٥		٠,٣٧٣
	حرفي	لا يعمل	٣٦١	١,٣٣	٠,٦٥		٠,٢٩٥

توضح بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين على اختلاف مهنهم في رؤيتهم لمدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية على الصورة المنقولة لمناسك الحج والعمرة، وهي على النحو التالي:-

- المبحوثون الذين يعملون في القطاع الخاص والمبحوثون الذين يعملون في المحاماه والمحاسبة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٤٠) (١,٢٣) عند مستوى معنوية (٠,٠١٠) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى.
- المبحوثون الذين يعملون في القطاع الخاص والمبحوثون الذين لا يعملون، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٥٣) (١,٣٣) عند مستوى معنوية (٠,٠٠٢) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى، بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين باقي المجموعات.
- المبحوثون الذين يعملون في الهندسة والطب، والمبحوثون الذين يعملون في المحاماة والمحاسبة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٥٧) (١,٢٣) عند مستوى معنوية (٠,٠١١)، وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى.
- المبحوثون الذين يعملون في الهندسة والطب، والمبحوثون الذين لا يعملون حيث بلغ المتوسط الحسابي لهما على التوالي (١,٥٧) (١,٣٣) عند مستوى معنوية (٠,٠١٠) وهذا الفرق لصالح المجموعة الأولى، بينما أظهرت الاختبارات البعدية وجود فروق غير دالة إحصائياً بين باقي المجموعات.
- **وبذلك يقبل الفرض الثالث الفرعي (هـ) القائل بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من المهن المختلفة ومدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم على الصورة الخاصة واللقطات المنقولة لمناسك الحج والعمرة.**

- **خلاصة نتائج الدراسة والتوصيات:**

أولاً: نتائج الدراسة العامة:

سعت الدراسة إلى اختبار فروض نظرية الاعتماد ومدى مساهمت وسائل التكنولوجيا الحديثة للإتصال (الشاشات التليفزيونية العملاقة والكاميرات العنكبوتية) في تسهيل وصول الرسالة الإعلامية أوقات الأزمات (السيول – الحرائق – الإزدحام الشديد أثناء رمي الجمرات) وكيفية التعامل معها، بالإضافة إلي التعرف على عوامل الجذب اللازمة لنجاح العملية الإتصالية، ومدى إعتماد الحجاج والمعتمرين على هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة أوقات الأزمات في الحج والعمرة، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

١) اوضحت النتائج أن أكثر من ٤٣,٧% من المبحوثين يعتبرون شاشات العرض التليفزيونية العملاقة Led screen هي أسرع وأفضل الوسائل لوصول المعلومات عن الأزمات أثناء الحج والعمرة، في حين أجاب ١٧% من عينة المبحوثين بأن السماعات أو الميكروفونات (مكبرات الصوت) قد جاءت في المرتبة الثانية، وأشارت نسبة ١٦,٣% من عينة المبحوثين بأن المرشد في رحلات الحج أو العمرة يسهم في وصول المعلومات للحجاج والمعتمرين أثناء الأزمات وجاء ذلك في الترتيب الثالث

٢) بينت النتائج حصول شاشات العرض العملاقة على المرتبة الأولى بين الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات الارشادية

٣) وجود فروق دالة إحصائياً في المراحل العمرية المختلفة ، و الجنسيات المختلفة، و المهن المختلفة للمبحوثين، بينما لم يتم قبول الفرض فيما يتعلق بالذكور والإناث، و المستويات التعليمية المختلفة.

٤) وجود علاقة ارتباطية ايجابية بين حجم التعرض للشاشات التليفزيونية العملاقة كمصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية أثناء الأزمات والحج والعمرة ودرجة الاعتماد عليها.

٥) وجود فروق دالة إحصائياً في **الذكور والإناث**، والمستويات التعليمية، والجنسيات المختلفة، والمهن المختلفة للمبحوثين ومدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية مثل الموجودة في مباريات كأس العالم لكرة القدم علي الصورة المنقولة لمناسك الحج والعمرة ، بينما لم يتم قبول الفرض فيما يتعلق بالأعمار المختلفة، و المهن المختلفة.

- **أهم التوصيات**

١- ضرورة تكثيف عدد الشاشات التليفزيونية العملاقة Led screen في جميع أماكن مناسك الحج، وامكانية تزويد الطرق والميادين العامة بهذه الشاشات أيضاً.

٢- ضرورة توظيف الشاشات التليفزيونية العملاقة Led screen والاستفادة المثلى منها في استخدامها اوقات الازمات مثل (السيول – الحرائق – وغيرها) في توجيه المواطنين وكيفية التصرف تجاه هذه الازمات والتغلب عليها واعطائهم صورة حية للطرق المتواجدين بها علي الهواء مباشرة حتي

يتم التغلب علي هذه الازمات، كما أنها تساعد المسؤولين علي اعطاء صـــورة حقيقية للاحداث ونقلها علي الهواء مباشرة للحجاج في فترات (التفويج – رمي الجمرات) لتوضيح الطرقات المزدحمة، وامكانية توجيههم لاماكن او طـــرق اخري ليست مزدحمة.

٣- إمكانية وضع هذه الشاشات العملاقة عند مداخل مكة والمدينة لربط الحجـــاج والمعتمرين في مداخل مكة والمدينة بالاذكار والتسابيح من خلال مشـــاهدتهم لهذه الشاشات العملاقة التي تعرض علي الهواء مباشرة لقناتي القرأن الكـــريم والسنة النبوية، و يتم عرض عليها أي تعليمات للحجاج.

٤- الاستفادة من الكاميرات العنكوتية، وذلك لانها تنقل الاحداث الدولية بطريقـــة واقعية ومشوقه.

٥- إعداد دورات تدريبية للكفاءات الإعلامية البشـــرية علـــي كيفيـــة التصـــوير بالكاميرات العنكبوتية والاستفادة من امكانيات ومزايا هذه النوعية الجديدة من التكنولوجيا.

٦- ضرورة إيجاد مركز إعلامي تليفزيوني في منطقة منى، يزود بأفضل واحدث الإمكانيات التكنولوجية الحديثة والبشرية المتنوعة لتغطية فترة الحج والعمـــرة تغطية وافية

٧- ضرورة إيجاد خطة وافية ومعده بعناية في نقل البث الحي من منطقة عرفات وغيرها من الاماكن المقدسة للحج، ويراعى فيها إســـتخدام أحـــدث التقنيـــات الحديثة، ومخاطبة الجماهير المسلمة وغير المسلمة باللغـــات المختلفـــة بمـــا يتناسب مع الأوضاع والمستجدات.

٨- ضرورة تشكيل لجنة دائمة خاصة لتقييم الرسائل التوعوية الارشـــادية التـــي تعرض على الشاشـــات التليفزيونية العملاقـــة وكـــذلك اســـتخدام الاســـاليب المبتكرة في التكنولوجـــيا الحديثة، ويتم إختيار أعضاؤها من كافـــة الجهـــات ذات العلاقة بوزارة الحج ورابطة العالم الإسلامي ووزارة الشئون الإسلامية، ووزارة الإعـــلام وأساتذة الإعلام المتخصصة في هذه المجـــالات، وإمكانيـــة الإستعانة ببعض المخرجين الممارسين لهذه النوعية الجديدة من التكنولوجيـــا الحديثة.

٩- الدعوة الى عقد لقاءات مباشرة مع الجهات الإعلامية ذات الثقل والنفوذ في مجالات إستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة، والاستفادة من خبراتهم السابقة في هذا المجال

١٠- الإكثار من إنتاج رسائل إرشادية توعوية مختلفة عن الحج والعمرة والأزمات من خلال عرض الصور والشرائح التوضيحية المصاحبة للصوت، ووضعها على إسطوانات ممغنطة وتوزيعها علي كل حاج ومعتمر، وإمكانية ارسالها على هيئة رسائل تليفونية مصورة على جوالات الحجاج والمعتمرين، بعد اذاعتها على الشاشات العملاقة التلفيزيونية مسبقاً.

مراجع الدراسة

(١) أحمد بن سيف الدين، التلفاز في الحج – **دراسة تحليلية تقويمية لأداء التلفاز السعودية في الحج وسبل تطوير**،(جامعة أم القرى، مركز أبحاث الحج – ١٤١٦ هـ) ص ٢.

(٢) إيناس أبو يوسف، الصورة الذهنية للانتفاضة الفلسطينية لدى النشء: دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ المرحلة الإعدادية بمحافظة الجيزة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الرابع أكتوبر ــ ديسمبر ٢٠٠١) ص١.

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

(٤) مصطفى عبد الفتاح، أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجارية في التليفزيون في تزويد المشاهدين بالمعلومات والأفكار مع دراسة تطبيقية على المشاهدين في دولة قطر، **رسالة** دكتوراه غير منشورة (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ١٩٨٧) ص ٤٧.

(٥) اسامة بن صالح حريري، **قياس رجع الصدى للتوعية عبر الشاشات الضخمة وتلفزيون المخيمات** (السعودية، مكة المكرمة، جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج،١٤٢٩هـ) ص ٥.

(٦) محمد بن علي الشريف، محمد جاهين، **مدى فعالية اللوحات الإرشادية والتوعوية للحشود في المنطقة المركزية والمشاعر المقدسة السعودية، مكة المكرمة** (جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ١٤٣٠ هـ) ص٤.

(7) E.J. Hackett, O. Amsterdamska, M. Lynch and J. Wajcman (Eds.), "Bridging Communication Studies and Science and Technology Studies: Scholarship on Media and Information Technologies" Forthcoming in **the New Handbook of Science and Technology Studies**, (Cambridge, MA: MIT Press , 2010)

(8) Jörg Sydow, "Path Dependencies in Project-Based Organizing: Evidence from Television Production in Germany", **Journal of Media Business Studies**", (Germany, 6(4):123-139, 2009) P.124

(٩) محمد بن علي الشريف و محمد محمد جاهين، **مدى فعالية اللوحات الإرشادية والتوعوية للحشود في المنطقة المركزية والمشاعر المقدسة** (السعودية: جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ٢٠٠٨ – ١٤٣٠هـ).

(١٠) محمد بن علي الشريف، **دراسة إحتياجات المعتمرين التوعوية** (السعودية: جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ٢٠٠٧ –١٤٢٩هـ).

(١١) اسامة بن صالح حريري، **قياس رجع الصدى للتوعية عبر الشاشات الضخمة وتلفزيون المخيمات** (السعودية: جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ٢٠٠٧ -١٤٢٩هـ).

(12) Faridah Ibrahim, Media Stereotyping war and terrorism, http://www.webevents.Bernam.com (3./11/2011).

(13) Pavica Juric, "**Mass Media During Annual Disaster: LSU College students and Hurrican** (Katrina, MS, University of Zagreb, 2006)**.**

(14) Arnold Brown, Relationships, **community and identity in the new virtual society** (Futurist, Mar- Apr. 2001, vol.45, Issue 2)**.**

(١٥) ثروت السيد حجازي، **الأشكال والرموز الأكثر فعالية في إرشاد الحجاج بالمشاعر** (السعودية: جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ١٩٩٤ - ١٤١٦هـ).

(١٦) وليد رشيد العبيدي، العوامل المؤثرة على القيم الإخبارية التي تعكسها الفضائيات العراقية وعلاقتها بالجمهور، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (معهد البحوث والدراسات العربية: قسم الدراسات الإعلامية، ٢٠١٠).

(١٧) نهى عاطف العبد، اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهه باللغة العربية في أوقات الأزمات بالتطبيق على أزمة العدوان الإسرائيلي على غزة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، العدد الثالث والثلاثون، يناير/ يونيه ٢٠٠٩).

(١٨) غادة عبد التواب اليماني، الاعتماد على الصحف المصرية في الأزمات الداخلية – أحداث المحلة الكبرى أبريل ٢٠٠٨ نموذجاً، **مجلة البحوث الإعلامية** (القاهرة: جامعة الأزهر، المجلد الأول، العدد الثلاثون، أكتوبر٢٠٠٨).

(١٩) حسن اللقان، "إعتماد الجمهور على القنوات التليفزيونية الفلسطينية أثناء الأزمات، **رسالة ماجستير غير منشورة** (القاهرة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، ٢٠٠٨).

(٢٠) حسين أبو شنب وماجد تربان ، اعتماد طلاب الجامعات الفلسطينية علي وسائل الإعلام الجديدة في الحصول على المعلومات إثناء الأزمات – دراسة تطبيقية علي الأزمة الداخلية الفلسطينية، **المؤتمر العلمي الرابع لشعبة الإعلام: وسائل الإعلام الجديدة وأفاق المستقبل**، (القاهرة، الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام، ٢٠٠٨).

(٢١) رفعت عارف الضبع، اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام لاكتساب المعلومات

عن أزمة أنفلونزا الطيور، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام** (جامعة القاهرة ،كلية الإعلام، العدد الثامن والعشرون ، أكتوبر/ ديسمبر٢٠٠٧).

(٢٢) أيمن موسى، اعتماد المشاهد المصري على القنوات الفضائية خلال الأزمات، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٥).

(٢٣) شيماء ذو الفقار زغيب، الاعتماد على التليفزيون في معرفة أخبار الكوارث وعلاقته بمستوى السخط السياسي لدى الجمهور المصري- دراسة حالة على كارثة غرق العبارة المصرية السلام ٩٨، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد السابع، العدد الثاني، يوينو/ ديسمبر ٢٠٠٦).

(٢٤) ابراهيم محمد ابو الفرج، دور اعتماد الشباب الجامعي على وسائل الإعلام أثناء الأزمات "أزمة تفجيرات دهب"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، (القاهرة: جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد السابع، الثاني، يونيو/ ديسمبر٢٠٠٦).

(٢٥) وفاء عبد الخالق ثروت، اعتماد الجمهور على التليفزيون المصري أثناء الأزمات بالتطبيق على حادث شرم الشيخ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٢٦، يناير- مارس ٢٠٠٦، ص ص ٤٧٩- ٥١٦.

(26) Patricia Moy, et. al., "Knowledge or trust? in investigating linking's between media reliance and political participation", **Communication Research**, Vol. 32, No.1, 2005, pp. 59-85.

(27) Wilson Lowey, "Media dependency during a large-scale social disrution: The case September 11", **Communication Research**, Vol. 7, No. 3, 2004, pp. 339-357.

(28) Prasar Bharati,services of Methods of information collection for India news channel: program of goodK Available: http./www.newT.Vchannels.com . (13-5-2011)

(٢٩) عادل عبد الغفار، " مصادر معلومات طلاب الجامعات المصري عن أحدث انتفاضة الأقصى، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام،المجلد الثاني ، العدد الثاني ، أبريل/ يونه ٢٠٠٣).

(٣٠) إيمان الصياد، اعتماد الصفوة المصرية على وسائل الإعلام في وقت الازمات: دراسة مقارنة بين وسائل الإعلام المصرية والدولية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، (جامعة عين شمس، كلية الاداب، قسم الاعلام، ٢٠٠٣).

(31) Christin M. Rodrrgue " Media cover age of the terrorist attack on the

world trafe center and Pentagon, Available:
http://www.csalb.edu/rodrigue/Aegposter20.pp1. (11-5-2011)

(٣٢) هبة أمين شاهين، "استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ــ دراسة تحليلية ميدانية، **رسالة دكتوراه غير منشورة** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠١).

(٣٣) مها الطرابيشي، "مدى اعتماد الجمهور على الصحف المصرية في معالجتها للأزمات الطارئة: دراسة حالة على حادث سقوط الطائرة المصرية "، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثالث، ٢٠٠١) ص ١٧٣ــ ٢,٤.

(٣٤) السيد بهنسي حسن، مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات في: **المجلة المصرية لبحث الرأي العام**، (جامعة القاهرة، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، ٢٠٠٠) ص ص ٣- ٣٢.

(35) Melvin L. Defleur & Sandra Ball – Rokeach: "**Theories of Mass Communication**" , 3rd edition, (Longman: New York and London, 1977) p. 261.

(٣٦) محمود حسن إسماعيل، **مرجع سابق**، ص ٢٧٩.

(٣٧) عربي محمد المصري، الأخبار السلبية في التليفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسي للشباب اللبناني: دراسة مسحية، **رسالة ماجستير غير منشورة** (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠٠) ص ١٨٣.

(38) Baran, Stanly, Davis and Dennis: "**Mass Communication Theory, Ferment and Future**" , (California: Wadsworth Publishing Company, 1995) pp. 226- 227.

(39) Melvin Defleur and Sandra Ball-Rokeach**:** "**Theories of Mass Media Effects**"**Communication Research**, (vol. 13, 1976) pp. 4-16.

(40) Denis Mcquil & Sven Windahl: **Op. cit** , pp. 114-115.

(٤١) محمود حسن إسماعيل، **مرجع سابق**، ص ٢٨٢.

(42) Denis Mcquail & Sven Windahl: **Op. cit**, p. 115.

(٤٣) ملفين ل. ديفلير وساندرا بول روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، **مرجع سابق**، ص ٤٢٩.

(٤٤) عربي محمد المصري، **مرجع سابق**، ص ١٩٩.

(٤٥) عربي محمد المصري، **المرجع السابق**، ص ٢٠٠.

(46) http://www.dhal3.com/vb/showthread.php?t=22233 (2-5-2011)

(47) http://staysawa.wordpress.com/2.1./.3/26/plasma-vs-lcd-vs-led-vs-oled-vs-dlp-tvs/#wrapper (23.-5-2011)

(48) http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=.85495.9cbcf9de9&pli=1 (2-5-2011)

(٤٩) سمير محمد حسين، **بحوث الإعلام: دراسات في مناهج البحث العلمي.** ط ٢ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٥) ص ١٣١-١٣٢.

(*) الأسئلة التي تم من خلالها قياس صدق المبحوث هي التي أرقامها: ١٦، ١٨ باستمارة الاستبيان.

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

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

٢- أ. د/ صابر سليمان عسران أستاذ الإعلام بكلية العلوم الإجتماعية – قسم الإعلام – جامعة الملك سعود.

٣- د/ محمد علي غريب أستاذ الإعلام المشارك بكلية العلوم الإجتماعية – قسم الإعلام – جامعة أم القرى.

٤- د/ فيفيان أحمد فؤاد أستاذ مساعد بقسم علم النفس – كلية الآداب– جامعة حلوان.

٥- د/ الامير فايز الصحصاح أستاذ الإعلام المساعد بكلية العلوم الإجتماعية – قسم الإعلام – جامعة أم القرى.

٦- د/ أحمد زكريا مدرس بكلية الأداب – قسم الإعلام – جامعة المنصورة.

(50) George Comtock, Maxwell E. Mc Combs, "Survey Research", in: Gudioh H. Stempel, Bruce H. Westley, **Research Methods in Mass Communication**, (Englewood Cliffs: Prentice-Hall, Inc, 1981), pp. 145-166.

(٥١) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط٢، (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤)، ص٢٢٩.

(52) Jörg Sydow , **op.cit**,.P.130.

(٥٣) علاء عبد المجيد يوسف الشامي، دور الاتصال المباشر والراديو والتليفزيون في نشر

المعلومات الصحية العامة بين الشباب المصري، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠١).

(54) E.J. Hackett, O. Amsterdamska, M. Lynch and J. Wajcman (Eds.), **op.cit**, p.91 .

(٥٥) العنود ناصر إبراهيم الرشيد، دور وسائل الاتصال في تنمية وعي الشباب الكويتي بقضية المخدرات، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (القاهرة: كلية الإعلام– قسم العلاقات العامة، جامعة القاهرة،٢٠١٠).

(٥٦) وجدي حلمي عبد الظاهر، دور قناة نفرتيتي في إمداد الجمهور المصري بالمعلومات الصحية في إطار نظريتي فجوة المعرفة والاعتماد، **رسالة ماجستير غير منشورة،** (جامعة المنيا: كلية الآداب: قسم الإعلام، ٢٠٠٥).

(٥٧) اسامة بن صالح حريري، **مرجع سابق،** ص٣٢.

(٥٨) رغدة محمد عيسى، معالجة الإذاعة والتليفزيون لقضايا العمل في المجتمع المصري ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور، **رسالة دكتوراه غير منشورة،** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٩).

(٥٩) رفعت عارف الضبع (٢٠٠٧)، **مرجع سابق.**

(٦٠) محمد هلال محمد سيد، دور القنوات الفضائية في إمداد الجاليات العربية في مصر بالمعلومات السياسية، **رسالة دكتوراه غير منشورة،** (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ٢٠٠٧).