

دور حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X

في نشر التوعية لحجاج الداخل

The role of the accounts of domestic pilgrims service Institutions on the X platform and its impact on spreading awareness to domestic pilgrims

عبد الله بن سعيد سليم الزهراني¹ - طلال بن زين حسين العتيبي^{2*}

1- جامعة الملك عبد العزيز. جدة (المملكة العربية السعودية)، assz1407@gmail.com

2- جامعة الملك عبد العزيز. جدة (المملكة العربية السعودية)، assz1407@gmail.com

تاريخ القبول: 2024/12/21

تاريخ المراجعة: 2024/12/10

تاريخ الإرسال: 2024/11/22

ملخص: هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى التعرف على دور حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X في نشر التوعية لحجاج الداخل ومعرفة المعوقات التي تواجههم عند استخدامها لهذه الحسابات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع المعلومات، والتي طبقت على عينة قوامها (313) حاج من مجتمع الدراسة والذي تمثل في حجاج الداخل عام 1444 هـ. وتوصلت الدراسة إلى أنَّ المحتوى التوعوي المنشور من قبل الحسابات الرسمية على منصة إكس X له دورٌ بارزٌ في إثراء تجربة الحجاج وزيادة وعيهم بمختلف الجوانب المتعلقة بالحج. واجه الحجاج بعض المعوقات عند استخدام الحسابات على المنصة، مثل صعوبة التواصل مع إدارة الحساب وضعف شبكة الإنترنت في بعض المناطق. وأوصى الباحثان بضرورة تحسين آليات التواصل مع إدارة الحسابات على منصة إكس X لضمان تقديم الدعم اللازم للحجاج في الوقت المناسب، والعمل على تنوع أنواع المحتوى المنشور على حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل ليشمل الفيديوهات التعليمية والصور التوضيحية.

الكلمات المفتاحية: توعية، حجاج الداخل، خدمة الحجاج، منصة إكس، منشآت خدمة حجاج الداخل

Abstract:

This study aimed to identify the role of the accounts of establishments serving national pilgrims on the X-platform in raising awareness among national pilgrims and to know the obstacles they face when using these accounts. The study relied on the descriptive analytical approach and used the questionnaire as an information collection tool, which was applied to a sample of (313) pilgrims from the study population, which represented the national pilgrims in 1444 AH. The study concluded that the awareness-raising content published by the official accounts on the X-platform plays an important role in enriching the pilgrims' experience and in raising their awareness of the various aspects related to the Hajj. They also indicated that pilgrims face certain obstacles when using accounts on the platform, such as the difficulty of communicating with the account management and the weakness of the Internet in certain areas. The researchers recommended improving the communication mechanisms with the management of X-platform accounts to ensure timely support for pilgrims and diversify the type of content posted on the pilgrim service facilities from the interior of the country, including educational videos and illustrations.

Keywords: Awareness, pilgrims inside, pilgrims Service, X-platform, pilgrims service facilities inside

1. مقدمة :

الحج هو أحد أركان الإسلام الخمسة، ويُعتبر فرضاً على كل مسلم مكلف وقادر مادياً وبدنياً. وبالنظر إلى أهمية هذا الركن العظيم، تتوافد ملايين المسلمين إلى الأراضي الطاهرة كل عام لأداء هذه الشعيرة. وفي ظل التطور في وسائل الإعلام الرقمي، بات من الضروري استخدام الوسائل الموائمة لهذا التطور لتوعية الحجاج أمنياً وصحياً ودينياً وكذلك الخدمات المقدمة لهم، ومواجهة التحديات المختلفة التي قد يواجهونها أثناء أداء مناسكهم.

يعتبر التحول الرقمي نقلة نوعية لتعزيز التقنية الذكية وتوظيف التحول الرقمي لتعزيز الخدمات المقدمة لضيوف الرحمن من خلال أتمتة اتخاذ القرار وحوكمة المخاطر، وتبني التحول الرقمي في الحج والعمرة، فضلاً عن حوكمة التحول الرقمي لزيادة الكفاءة في منظومة الحج وتوفير نظام رقمي وإقامة شراكات استراتيجية وفق رؤية 2030، وفي عصر وفرة المعلومات، يُمكن للحجاج الوصول إلى كميات هائلة من المعلومات حول الحج، ولكن هذه الوفرة قد تكون نتائجها عكسية وتحتاج إلى مزيدٍ من التوضيح؛ فالكثير من المصادر قد تقدم معلومات غير رسمية، مما قد يؤدي إلى عدم الاستفادة الإيجابية من المحتوى التوعوي.

ولا شك أن جودة المعلومات المتاحة متفاوتة فبعض المصادر قد تقدم معلومات غير دقيقة أو مضللة، سواء كان ذلك بقصد أو بدون قصد. هذا قد يضع الحجاج في مواقف صعبة ويعرضهم للوقوع في أخطاء قد تؤثر على صحة حجهم (شويل، 2022). لذلك، هناك حاجة ملحة لتقديم توعية موجهة ودقيقة وموثوقة لحجاج الداخل، والتأكد من قدرتهم على فهم وتنفيذ المناسك بشكل صحيح. وهنا يأتي دور المنصات الرقمية لنشر التوعية مثل منصة "إكس"، التي تسعى ملء هذه الفجوة وتقديم التوعية اللازمة لحجاج الداخل (عبدالعزیز، العمري، 2022). منصة إكس إحدى أهم منصات الإعلام الجديد وقد أطلقت بالمسمى القديم "تويتر" في يوليو عام 2006م. وصل عدد مشتركها في عام 2022م إلى 1.3 مليار حساب و229 مليون مستخدم نشط يوميا. تعتبر المملكة العربية السعودية الأولى عربياً والتاسعة عالمياً في استخدام منصة إكس X حيث يبلغ عدد المستخدمين في المملكة العربية السعودية 14.5 مليون مستخدم نشط (الهلاي، 2023م).

أصبحت منصة إكس من أكثر المنصات الإلكترونية التي لها دور مركزي في تأثيرها على السلوكيات والمعرفة لدى الحجاج حيث تعتبر عملية التوعية ونشر المعلومات أحد المهام الرئيسية للمنصات الإلكترونية في توعية المسلمين بأداء مناسك الحج وتوجيههم لتسهيل عملية الحج وضمان سلامتهم وأمانهم خلال الأزمات، وتغطية الشرائح الحرجية وحالة الحجاج والمعتمرين وتنقلاتهم في المشاعر المقدسة (Shambour, 2021).

بالرغم من وجود العديد من القنوات التوعوية، قد يواجه الحجاج بعض التحديات في الوصول إلى المعلومات الدقيقة والموثوقة، لذا تسعى منصة إكس لسد هذه الفجوة من خلال تحليل مشاركات الحجاج من خلال متابعة المشاركات والتعليقات التي يتم نشرها على منصات التواصل الاجتماعي من قبل الحجاج، يمكن لمنصة إكس تحليل ردود الفعل والاحتياجات والمشكلات التي يواجهها الحجاج. (Shambour, 2021)

2.1. - مشكلة الدراسة:

يُعد إثراء تجربة حجاج الداخل، وتحسين الخدمات المقدمة لهم محور اهتمام كل العاملين في منظومة الحج. رغم أنَّ حجاج الداخل يأتون من مناطق مختلفة، ومع تنوع المذاهب الفقهية والثقافة المجتمعية والسلوك والمعارف وفي فترة زمنية محدودة داخل منطقة جغرافية محصورة لأداء مناسكهم الدينية، تعمل كل الجهات المقدمة للخدمة من أجل إرضائهم، وتقديم أجود الخدمات لهم.

ومع التطور التقني السريع، وتوسع وسائل الإعلام الرقمي، قد يعتقد البعض أنَّ بناء وصناعة المحتوى التوعوي حول مناسك الحج أصبح أمرًا سهلًا وبسيطًا، لكن يشهد الواقع أنَّ هناك العديد من التحديات، التي تواجه المسؤولين عن حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X من أبرزها رسمية المصادر التي تقدم المحتوى التوعوي، وصعوبة استخدام التكنولوجيا الحديثة، أو الجهل باللغة العربية.

وفي ظل التقدم في وسائل التواصل وتدفق المعلومات، يمكن للحجاج الوصول إلى كمية ضخمة من المعلومات حول الحج، ولكن هذا الكم الهائل قد يسبب الإرباك بدلاً من التوضيح، فقد تقدم بعض الحسابات غير الرسمية معلومات متضاربة أو متناقضة، مما يضع الحجاج في حيرة بشأن المعلومة الصحيحة التي تسهم في إتمام النسك بكل يسر وسهولة، وبطريقة صحيحة.

بالإضافة إلى أنَّ المحتوى التوعوي في حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل قد لا يتم العمل عليه باستراتيجية واضحة؛ وقد يكثر فيه الاجتهاد غير المخطط له لعدم وجود أدلة إرشادية أو حوكمة لحسابات منشآت خدمة حجاج الداخل يتم الاعتماد عليها في نشر المحتوى التوعوي لحجاج الداخل، وقد لا تكون الوسائل التوعوية المستخدمة مناسبة لجميع الحجاج.

لذلك، تبقى هناك حاجة ملحة لتوفير توعية موجهة ودقيقة وموثوقة لحجاج الداخل، في المجال الديني والصحي والأمني والخدمات المقدمة لهم، وبيان دور المحتوى التوعوي على منصة إكس X في نشر المعارف والسلوكيات الصحيحة لحجاج الداخل، وهنا يأتي دور حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة "إكس"، التي تسعى إلى نشر وتقديم التوعية اللازمة لحجاج الداخل. من هنا تمخضت مشكلة الدراسة التي تهدف إلى الإجابة على سؤال محوري مرده:

ما دور حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X في نشر التوعية لحجاج الداخل؟

3.1. أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من الاهتمام الذي توليه حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل وحرصها على مواكبة التطور في وسائل الإعلام الرقمي وإيماناً بالدور المهم لحسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X والآثار المعرفية والسلوكية والوجدانية التي يسهم في تعزيزها. يعزز هذا التوجه ما توليه حكومة المملكة العربية السعودية لخدمة ضيوف الرحمن وحرصها على سلامة الحجاج حتى يؤدوا مناسكهم على أكمل وجه.

4.1. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على تويتر "منصة إكس" في توعية الحجاج الداخل.

- التعرف على دور حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X في نشر التوعية لحجاج الداخل
- الكشف عن المحتوى التوعوي الذي تنشره حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X.
- بيان معايير جودة المحتوى التوعوي الذي تنشره حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X.
- معرفة المعوقات التي تواجه حجاج الداخل عند استخدامهم حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X.
- توضيح الآثار المترتبة على استخدام منصة إكس في نشر التوعية لحجاج الداخل X.

5.1. مصطلحات الدراسة:

1.5.1-الدور:

يُعرّف بأنه: سلوك متوقع من أحد أفراد المجتمع، ويتم تحديده من خلال توقعات الأفراد الآخرين (بدوي، 1993)، فهو أسلوب الفعل في البناء الذي تحدده معايير المجتمع، وله مضمون من الأغراض والأفعال والتوقعات والالتزامات، ويتكون من: عناصر ثقافة المجتمع، وقيمه، ومجموعة المعايير التي تلقي عليها الصفة المعيارية، ولذا فأداء الدور ليس عملية آلية، لكن تحكمه معايير وتوقعات ممكنة (الجديبي، 2016). ويُعرّف إجرائيًا بأنه: مجموعة الوظائف والإسهامات المأمولة التي تقوم بها منشآت خدمة حجاج الداخل، من أجل دعم وتقديم الخدمات من إعاشة وتسكين وتنقلات خلال فترة أداء فريضة الحج للحجاج من داخل المملكة العربية السعودية.

2.5.1- منشآت خدمة حجاج الداخل:

هي: "مؤسسات وشركات خدمة حجاج الداخل المرخص لها بالخدمة من الوزارة" (وزارة الحج والعمرة، 1444هـ/2022، ص2). وتُعرّف إجرائيًا بأنها: الشركات والمؤسسات التي تتقدم لوزارة الحج والعمرة حسب الشروط واللوائح للحصول على الترخيص بتقديم الخدمات (الإعاشة، والتسكين، والتنقل بين المشاعر خلال المدة الزمنية لرحلة الحج) لعدد من حجاج الداخل حسب التصريح المعتمد من وزارة الحج والعمرة.

3.5.1- حجاج الداخل

"المواطنون والمقيمون إقامة نظامية في البلاد" (وزارة الحج والعمرة، 1444هـ/2022، ص2). وهم الحجاج من داخل المملكة العربية السعودية من المواطنين والمقيمين، والذين تتولى المؤسسات التي حصلت على تراخيص وفقاً لنظام خدمة الحجاج تقديم الخدمة لهم من داخل المملكة. ويقصد بحجاج الداخل في هذه الدراسة: المواطنون والمقيمون الذين يؤدون فريضة الحج من خلال التسجيل الرسمي عبر الشركات والمنشآت المرخصة من وزارة الحج والعمرة لتقديم الخدمات والباقات المعتمدة من الوزارة.

4.5.1- منصة إكس X:

يمكن تعريف منصة تويتر (منصة إكس X) إجرائياً بأنها: موقع تواصل اجتماعي وموقع إخباري على شبكة الإنترنت، يتواصل من خلاله الأشخاص عبر رسائل قصيرة تُسمى التغريدات، ينشرها أي مستخدم لأي شخص يتابعه، وهو موقع سهل الاستخدام والتصفح؛ لأنَّ كل تغريدة مقيدة بعدد معين من الحروف، وبالتالي أصبح تويتر (منصة إكس X) متداولاً ومشهوراً بين الناس، ومن أكثر المواقع استخداماً في المملكة العربية السعودية.

6.1- الدراسات السابقة:

- دراسة (سالم وآخرون، 2023) بعنوان: فاعلية البرامج الاتصالية الرقمية لوزارة الحج والعمرة ودورها في تعزيز الصورة الذهنية لمساهمة قطاع الحج والعمرة في ضوء رؤية 2030

دراسة استكشافية وصفية، يتم استخدام استمارة الاستبيان، ويهدف الرئيس للدراسة في رصد البرامج الاتصالية الرقمية التي تقدمها وزارة الحج والعمرة عبر حساباتها، من حيث طبيعتها والخصائص الشكلية لها، وتحديد معايير قياس فاعلية البرامج الاتصالية الرقمية بوزارة الحج والعمرة ومدى إمكانية إسهامها في تعزيز الصورة الذهنية لمساهمة قطاع الحج والعمرة، وتظهر أهمية تلك الدراسة من خلال الأهمية القصوى التي تحظى بها وزارة الحج والعمرة في ظل رؤية المملكة 2030 ضمن محورها الأساسي خدمة ضيوف الرحمن، كما تظهر الأهمية من خلال الدور المهم الذي يمكن أن تؤديه البرامج الاتصالية الرقمية في تعزيز الصورة الذهنية لمساهمة قطاع الحج والعمرة من عدة زوايا، كما تستمد الدراسة أهميتها من ندرة الدراسات الإعلامية التي تناولت أوجه تطبيق وزارة الحج والعمرة للبرامج الاتصالية الرقمية.

- دراسة (SHOWAIL, 2022) بعنوان: حل تحديات الحج والعمرة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: دراسة مسحية

هدفت الدراسة إلى البحث عن حلول لتحديات الحج والعمرة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. لقد قام الباحثون في مختلف مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وحاولوا الاستفادة من خبراتهم في حل التحديات والقضايا المتعلقة بالحج والعمرة. وقد استطلعت الدراسة الجهود المبذولة لاستخدام التكنولوجيا في أبحاث الحج والعمرة، ولم يكن أي منها شاملاً. وقام الباحث في هذا البحث بتصنيف الجهود البحثية التي استخدمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في حلها للوقوف على تحديات الحج والعمرة على مدى 33 عاما الماضية بناء على تطبيقاتها في 10 فئات. لقد حدد أيضا أكثر من 30 تقنية يستخدمها الباحثون في جميع أنحاء العالم لمعالجة قضايا وجماعات الحج والعمرة، الجهود البحثية القائمة على هذه التقنيات لسهولة الوصول إليها. علاوة على ذلك، تمت مناقشة التحديات المفتوحة وتم اقتراح تقنيات جديدة يمكن استخدامها لمواجهة هذه التحديات.

- دراسة (الحريجي، 2022) بعنوان: رقمنة دعم اتخاذ القرار كنواة لبرامج التحول الرقمي في خدمات الحج وأعماله.

تهدف هذه الدراسة إلى فهم تأثير رقمنة دعم اتخاذ القرار على برامج التحول الرقمي في خدمات وأعمال الحج، والتحديات والانعكاسات الاستراتيجية والتغييرات التنظيمية المطلوبة لإدارة برامج التحول الرقمي في القطاعات المشاركة؛ من أجل تمكين بناء المخازن الرقمية الموحدة لأعمال الحج، مع الأدوات التحليلية المتقدمة نحو دعم عمليات اتخاذ القرار على جميع المستويات التشغيلية والإدارية والتنظيمية والاستراتيجية. تبنت هذه الدراسة المنهج الوصفي الاستقرائي لتحليل البيانات النصية، واعتمدت على الوثائق والتقارير المنشورة على شبكة الإنترنت التي تم جمعها من مصادر مختلفة وذات علاقة بالتحول الرقمي في المملكة العربية السعودية، وقد تمت مراجعة هذه المنشورات والوثائق وتحليلهما وفقاً لأهداف الدراسة، بغرض فهم التحديات الحالية في تطوير برامج التحول الرقمي للقطاعات المشاركة بالحج، وبصورة تخدم منظومة صناعة القرار في أعمال اللجان المركزية العليا، وصياغة الحلول المختلفة في بناء استراتيجية وطنية للتحول الرقمي لخدمة صنّاع القرار في أعمال اللجان العليا المركزية للحج؛ بأمل أن تكون هذه الحلول في هذه الدراسة مثمرة ومفيدة للمسؤولين عن قطاع أعمال الحج في المملكة العربية السعودية.

- دراسة (شكور، قطب، 2022) بعنوان: تقدم تكنولوجيا إنترنت الأشياء وتطبيقاتها في خدمة الحج والعمرة.

هدف البحث إلى دراسة تحليلية للتكنولوجيات وتطبيقاتها التي تم تطبيقها في نظام الحج والعمرة. تم تصنيف الدراسات المستعرضة وفقاً لخدماتها المستهدفة (مجال التركيز) إلى أربعة فروع رئيسية، بما في ذلك دراسات الحرمين الشريفين والمواقع المقدسة، ودراسات الزوار قبل الوصول، ودراسات السكن والخدمات، ودراسات النقل وإدارة التجمعات. تم تحليل الدراسات المصنفة وفقاً لمجال البحث، وأداة البحث، والأسلوب الإحصائي، وطبيعة البيانات الإحصائية، وأدوات جمع البيانات، واستشهادات البحث وقدم هذا البحث دراسة تحليلية للتقنيات وتطبيقاتها في نظام

الحج والعمرة خلال السنوات الخمس الأخيرة (2016-2020). كشفت نتيجة الدراسة عن اتجاهات بحثية عملية جديدة تم اختيارها استنادًا إلى نظرة عامة شاملة للتكنولوجيات الحالية، والتي يجب أن يتم الأخذ بها لتحسين خدمات الحج والعمرة لتتماشى مع تكنولوجيا اليوم، بالإضافة إلى مناقشة قضايا أخرى تحتاج إلى بحث أعمق.

1.6.1- التعليق على الدراسات السابقة:

باستقراء الدراسات السابقة يمكن استخلاص العديد من المؤشرات المهمة وذلك على النحو التالي:

- أجمعت نتائج العديد من الدراسات السابقة على ضرورة التحول الرقمي في قطاع الحج وتحقيق المنفعة من توظيف التقنية في إدارته.
- اعتمدت الدراسات السابقة على عدة مداخل نظرية لفهم مراحل التحول الرقمي واستخدام التقنيات الحديثة في منظومة الحج والعمرة من منطلق خدمة ضيوف الرحمن.
- أوضحت الدراسات السابقة أهمية تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات، لما في ذلك من تأثير كبير على مدى متابعة الأفراد للمؤسسات.

وفي دراسة دور حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X في نشر التوعية لحجاج الداخل، هذه بعض النقاط التي تسلط الضوء على أهمية هذه المراجعة:

فهم أبعاد المشكلة البحثية: يمكن للباحث من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة أن يفهم طبيعة المشكلة التي يدرسها وأبعادها المختلفة، كما يمكنه تحديد أهمية المشكلة وأهدافها الرئيسية والفرعية.

تفسير نتائج الدراسة الميدانية: تساعد الدراسات السابقة الباحث على تفسير نتائجه ومقارنتها مع النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة، وذلك لمعرفة مدى تطابق أو اختلاف هذه النتائج.

تحديد الإطار النظري المناسب: الدراسات السابقة تساعد الباحث على تحديد الإطار النظري الذي يمكن أن يعتمد عليه في دراسته، وهو الإطار الذي يحدد المفاهيم والنظريات المتعلقة بالموضوع.

تحديد الأساليب الإحصائية المناسبة: من خلال مراجعة الدراسات السابقة، يمكن للباحث معرفة الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في الدراسات المشابهة، واختيار الأسلوب الأمثل لدراسته.

تحديد المتشابه والمختلف بين الدراسات: من خلال مراجعة الدراسات السابقة، يمكن التعرف على النقاط المشتركة والاختلافات بين الدراسات، وهذا يمكن الباحث من تحديد الفجوات في الأبحاث السابقة ومحاولة ملء هذه الفجوات في دراسته.

لتحديد المتشابه والمختلف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية التي تعنى بالتعرف على دور حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس وأثرها في نشر التوعية لحجاج الداخل. قد تتطرق بعض الدراسات السابقة إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى في التوعية، بينما قد تركز الدراسة الحالية خصيصًا على منصة إكس X، وقد تم جمع البيانات في الدراسات السابقة باستخدام استبيانات أو مقابلات بينما تقوم الدراسة الحالية

إضافة إلى الاستبانة تقوم بجمع البيانات من خلال تحليل مضمون حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل، وفي معظم الدراسات قد تتم مراجعة تجارب الحجاج الفردية لفهم احتياجاتهم، بينما قد يتم التركيز على تغريدات المؤسسات الرسمية لقياس مدى فعالية جهود التوعية والتوجيه.

تشير الدراسات السابقة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي واستخدام التطبيقات التكنولوجية تلعب دورًا حيويًا في توعية الحجاج. وهو ما تؤكد الدراسة الحالية فيم يتعلق باستراتيجيات توعية الحجاج. يمكن الاستفادة من الدراسات السابقة:

- على المستوى المعرفي: ساعدت الدراسات السابقة في تحديد المشكلة البحثية، وصياغة تساؤلات الدراسة، وتطوير الفروض العلمية بشكل أكثر دقة، بالإضافة إلى تحديد العينة والعوامل الإحصائية اللازم اعتمادها في هذه الدراسة.
- على المستوى النظري: أثرت الدراسات السابقة معرفة الباحثين حول أهمية البرامج الاتصالية الرقمية والاستراتيجيات التي تتبناها وزارة الحج والعمرة. ساعدت الدراسات السابقة في توضيح جوانب النظرية وأهم المتغيرات التي يعتمد عليها الباحثون في اختباراتهم لفروض الدراسة.
- على المستوى التطبيقي: استفاد الباحثون من طريقة تطبيق الدراسات السابقة على عينات مختلفة. كما ساعدت على استخلاص النتائج لدعم الجوانب التطبيقية لهذه الدراسة. بالإضافة إلى تسهيل مقارنة الفروق بين نتائج الدراسات السابقة والحالية مما يساعد على وضع التوصيات.

ثانيا-الاطار النظري:

2. مفهوم النظرية في البحوث الإعلامية:

إطار مفاهيمي يحاول تفسير الظواهر في مجال الاتصال والإعلام وهي خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني الجماهيري بهدف تفسير الظواهر ومحاولة التحكم بها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع تُبنى النظريات العلمية على مجموعة من الحقائق والفرضيات التي يتم اختبارها من خلال البحث العلمي (سلامة، 2022).

1.2- نظرية ثراء الوسيلة:

إن جوهر نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية هو أنه كلما زادت درجة الغموض والالتباس في العملية الاتصالية كلما ازدادت الحاجة إلى استخدام وسائل اتصالية ثرية بالمعلومات لتقوم بهذه المهمة وبشكل مناسب حيث تقدم إطارًا نظريًا لفهم كيفية تأثير خصائص الوسيلة الإعلامية على كفاءة وفعالية الاتصال وتستند النظرية إلى فكرة أن كل وسيلة إعلامية لها خصائصها الفريدة التي تؤثر على قدرة المرسل على نقل المعلومات إلى المستقبل (عبد، 2022) تم اختيار نظرية ثراء وسائل الإعلام نظرًا لتشابهها مع نظرية الحضور الاجتماعي، حيث تعتمد كلتا النظريتين على تعزيز العلاقات الاجتماعية من خلال وسائل الاتصال المختلفة، وهو ما يتماشى مع متطلبات موسم الحج من تفاعل مع الحشود الكبيرة.

وعلى هذا الاساس يمكن ان نشير الى ان نظرية ثراء وسائل الإعلام هي كل قناة اتصال لها خصائص معينة تجعلها أقل أو أكثر ثراءً. والغاية من اعتماد نظرية ثراء وسيلة الاتصال هو تقليل غموض الرسالة، فكلما زاد غموض الرسالة، زادت الحاجة إلى إشارات ومعطيات إضافية لفهمها. تعكس نظرية ثراء الوسيلة قدرتها على نقل رسالة معقدة بكفاءة. على سبيل المثال، يمكن نقل رسالة بسيطة تتعلق بترتيب موعد ومكان لقاء عبر رسالة قصيرة عبر البريد الإلكتروني، بينما تكون الرسالة الأكثر فاعلية لو تم نقلها من خلال اتصال مباشر وجهاً لوجه.

1.1.2- فروض نظرية ثراء الوسيلة:

الفرضية الأولى:

أن الوسائل الاتصالية بتقنياتها المختلفة تمتلك القدرة على نقل أنواع المضمون المختلفة بكافة أشكال الاتصال التي نستطيع عن طريقها تقديم المعلومات والبيانات التي تعمل على ازالة الغموض لدى المستخدم حول الموضوعات المختلفة.

الفرضية الثانية:

أن هناك أربعة معايير لقياس ثراء الوسيلة الاتصالية وهي:

- رد فعل سريع للمتلقي: إمكانية حصول القائم بالاتصال على رجع صدى سريع.
- تعدد الرموز: إمكانية تقديم أشكال مختلفة من الاتصال باستخدام تقنيات متعددة.
- الخصوصية: الاهتمام الشخصي من المتلقي باستخدام الوسيلة ومدى ملائمة الوسيلة لتلبية احتياجات المتلقي.
- استخدام اللغة الطبيعية: استخدام لغة الاتصال الملائمة للجمهور الذي تخاطبه الوسيلة (حفناوي، 2022)

2.1.2- مزايا وعيوب نظرية ثراء الوسيلة (أبو سنة، 2020)

- تساعد على فهم كيفية تأثير الوسيلة الإعلامية على الجمهور.
- تساعد على مقارنة التأثيرات المختلفة للوسائل الإعلامية المختلفة .
- تساعد على تطوير أساليب وأدوات جديدة للبحث الإعلامي.

3.1.2- عيوب نظرية ثراء الوسيلة:

- إهمال بعض الجوانب المؤثرة على كيفية اختيار المتلقي.
- أن النظرية عاجلت وسائل الإعلام كخصائص ثابتة دون الأخذ بالاعتبار التطور التكنولوجي.

4.1.2- نماذج لدراسات إعلامية وظفت نظرية ثراء الوسيلة:

قام الزهراني (2022) بإعداد بحث بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي البيئي لدى السعوديين من خلال دراسة فاعلية حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة على شبكة تويتر، تناول من خلاله الاعتماد على المسوغات العلمية لاختيار هذه النظرية كدليل استرشادي ملائم لقياس ثراء وسائل الاعلام الجديدة التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب وعلى رأسها شبكات التواصل الاجتماعي التي تتميز بسمات فريدة كوفرة المعلومات والتفاعلية ورقمنة الواقع. الدراسة توظف هذه النظرية من أجل معرفة مدى تنوع المعارف والمعلومات البيئية. توصيف جوانب ثراء حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة السعودية على شبكة تويتر من حيث قدرته على معالجة المعلومات الوفيرة و إتاحتها للمستخدمين والحرص على دقتها وسهولتها وسرعتها ومرونتها وإبراز معانيها ودلالاتها. الهدف من توظيف النظرية هو قياس مدى ثراء حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة السعودية على شبكة تويتر ومدى ملائمته لتواصل مستخدميه ومدى نجاحه في إيصال الرسائل البيئية التي يتوقع أن تؤثر إيجابا على المكونات المعرفية والإدراكية والوجدانية والسلوكية لمستخدميه وتكون لديهم وعيا بيئيا فرديا وجماعيا.

أجرى مساوى (2023) دراسة بعنوان: دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر في إدراك الشباب السعودي خطط التنمية المستدامة، وهي دراسة ميدانية حيث وظف الباحث نظرية ثراء الوسيلة لمعرفة مدى التنوع في تقديم المحتويات المختلفة حول تلك الخطط ورصد ما بموقع تويتر من الادوات التفاعلية ومدى تحقيقه لمعايير الثراء. تفسير مدى ثراء تويتر بالمعلومات المختلفة ومدى استخدامه للتقنيات التفاعلية الحديثة والتي بدورها تقدم معلومات وتحقق التفاعل لدى الشباب السعودي.

2. الخلفية النظرية للدراسة:

1.2- نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

هي نظرية تركز على العلاقة بين الأفراد ووسائل الإعلام وكيف يعتمد الأفراد على هذه الوسائل للحصول على المعلومات والتأثير على معتقداتهم وسلوكهم تمثل هذه النظرية واحدة من النظريات الرئيسية في مجال الإعلام والاتصال وقد أطلقها ساندراس بالما، وميلتون غابرييل في عام 1976م (عثمان، 2023). استنادًا إلى تصنيف كل من

بلاك و بيرنت، تم اختيار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث اعتبر هذان الباحثان هذه النظرية من النظريات المتكاملة للأسباب التالية:

1. تضم هذه النظرية عناصر ومفاهيم من علم الاجتماع وعلم النفس.
 2. تفسر العلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، مما يسهم في تكامل هذه الأنظمة.
 3. تجمع بين العناصر الأساسية لنظرية الاستخدام والإشباع من جهة، ونظريات التأثير التقليدية من جهة أخرى. لا يركز اهتمام هذه النظرية على معرفة التأثير بحد ذاته، بل على تفسير تباين التأثير بين القوة والضعف، والمباشر وغير المباشر.
 4. تقدم رؤية فلسفية تجمع بين الاهتمام بمحتوى الرسائل والتأثير الذي يتعرض له الجمهور نتيجة التعرض لهذا المحتوى.
- تهدف النظرية إلى استكشاف العلاقة بين الإعلام والجمهور، حيث تسعى للإجابة على سؤال: لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق أهداف معينة؟ كما تهدف إلى تحليل العلاقة بين الأجزاء الصغيرة والكبيرة في النظام الاجتماعي لفهم سلوك كل جزء وتوضيحه في سياق العلاقة بين عناصر النظام ككل. ونظرًا لأن الإعلام يعد جزءًا من هذا النظام الاجتماعي، فإن النظرية تركز على العلاقة التي يطورها الأفراد مع وسائل الإعلام، وهو ما نسعى لتحقيقه في دراستنا.

1.1.2 - مفاهيم النظرية:

- **الاعتماد:** يشير إلى الاعتماد الذي يقوم به الأفراد على وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم الإعلامية والمعلوماتية.
- **الرهان:** يتعلق بدرجة الاعتماد على وسائل الإعلام ومدى تأثيرها على الأفراد.
- **الفعالية:** تشير إلى قدرة وسائل الإعلام على تشكيل آراء ومعتقدات الجماهير والمجتمع.
- **الاستقلال:** يشير إلى مدى قدرة الأفراد على توليد المعلومات بشكل مستقل دون الاعتماد على وسائل الإعلام.

2.1.2- فروض النظرية: (محمود، د. ت)

- كلما كانت المعلومات التي تبث عبر وسائل الاعلام ذات أهمية للأفراد زاد اعتمادهم على الوسائل لاستقاء تلك المعلومات.

- كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام في استقاء المعلومات زادت التأثيرات المعرفية والسلوكية والوجدانية.

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات أما في حال وجود مصادر أخرى خارجية سيقبل الاعتماد على وسائل الاعلام.

- تؤثر دوافع الفرد نحو قضايا معينة في درجة اعتماده على وسيلة معينة.

- يختلف الجمهور في درجة اعتماده باختلاف أهدافه الشخصية ومصالحه وحاجاته.

- حالات التغيير وعدم الاستقرار والازمات تزيد من اعتماد الافراد على وسائل الاعلام.

- كلما زادت درجة المركزية في التقديم لوسائل الاعلام تزيد درجة الاعتماد.

3.1.2- مزايا وعيوب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: (مساوي، 2023)

- توفير المعلومات: وسائل الإعلام توفر وصولاً سهلاً وسريعاً إلى معلومات متنوعة ومتعددة، مما يمكن الأفراد من فهم العالم بشكل أفضل.

- تواصل اجتماعي: تسهم وسائل الإعلام في تعزيز التواصل الاجتماعي والتفاعل بين الأفراد من خلال وسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الدردشة عبر الإنترنت.

4.1.2- عيوب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

- التأثير السلبي: يمكن أن تؤدي وسائل الإعلام إلى نقل معلومات غير دقيقة أو مغلوطة، مما يؤثر سلباً على فهم الأفراد للأحداث.

- إساءة الاستخدام: يمكن استخدام وسائل الإعلام بشكل سلبي للترويج للعنف أو التحريض على الكراهية.

5.1.2- نماذج لدراسات إعلامية وظفت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

أجريت دراسة من قبل أبو سنة (2022) بعنوان: "اعتماد الفتاة السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز معارفها حول ريادة الأعمال في إطار رؤية 2030 وتمكين المرأة السعودية". وقد استعرض الباحث أسباب ملائمة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لهذه الدراسة. وأوضح أن تطبيق هذه النظرية يمكن أن يساعد في فهم متى ولماذا وإلى أي مدى تعتمد الفتاة السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى كيفية مساهمتها في تطوير معارفها في مجال ريادة الأعمال، والتأثيرات الناتجة عن هذا الاعتماد، سواء كانت معرفية أو وجدانية أو سلوكية.

وقام الحفناوي (2022) بدراسة بعنوان: "اعتماد كبار السن على الصحف الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على معلومات حول الفيروسات (فيروس كورونا نموذجاً)"، حيث هدفت الدراسة إلى اختبار مدى اعتماد كبار السن على الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات المتعلقة بفيروس كورونا من خلال منصات التواصل الاجتماعي. كما سعت إلى التعرف على أسباب هذا الاعتماد والآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن متابعة هذه المنصات. وأظهرت النتائج تأكيد نظرية الاعتماد على العلاقات المتبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور، حيث تولي هذه الوسائل أهمية كبيرة للأحداث والأزمات، مثل أزمة فيروس كورونا، وحالة عدم الاستقرار التي قد يمر بها المجتمع نتيجة أزمة معينة.

بينما أجرى (محمود، 2021) دراسة بعنوان: دوافع اعتماد طلبة السادس الإعدادي على فيديوهات اليوتيوب التعليمية دراسة على وفق نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، حيث بحثت الدراسة عن جانب اعتماد أفراد الجمهور وهم طلبة السادس الإعدادي على ما تقدمه وسائل الاتصال في مواقع التواصل الاجتماعي وبالتحديد اليوتيوب من مضامين لاسيما في الظروف غير الاعتيادية التي تواجههم إذ أنهم في مرحلة منتهية وتحدد مسيرتهم الدراسية على ما يحصلون عليه من درجات في الامتحانات النهائية فلذلك قد يتوجهون إلى اليوتيوب لأجل كشف الغموض الذي من الممكن أن ينتج إما عن نقص في المعلومات التي لديهم أو لتفسيره كما أن الاعتماد على ما يبثه اليوتيوب من فيديوهات تعليمية يعمل على اتساع معتقدات الطلبة إذ يساهم في توسيع المعتقدات التي يدركونها لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من هذه المواقع.

2.2- الخدمات المقدمة لحجاج الداخل من منشآت خدمة حجاج الداخل:

تتنوع الباقات والخدمات المقدمة لحجاج الداخل في حج 1444هـ في أربع باقات وفقاً لموقع نسك؛ حيث تقدم للحجاج خدمات متنوعة في السكن في مشعر منى وعرفة مع تقديم خدمات النظافة وحمل الأمتعة وتوفير دورات ومنها ما هو مجهز لذوي الإعاقة، بالإضافة إلى الحراسات الأمنية والعيادات الطبية المجهزة، وخدمة الانترنت (Wi- Fi)،

وخدمة العملاء، والإرشاد الديني والتفويج والحلاقة، وخدمة الكراسي المتحركة لكبار السن، كما تشمل الخدمات النزول في أرض مشعر مزدلفة؛ حيث دورات مياه، والأرضية المفروشة بالعشب الصناعي أو السجاد. وتقدم للحجاج خدمات الإعاشة في المشاعر من وجبات يومية متنوعة، والمشروبات الساخنة والباردة على مدار الساعة.

1.2.2 - منصة إكس X

هي إحدى أهم منصات الإعلام الجديد وقد أطلقت بالمسمى القديم "تويتر" في يوليو عام 2006م. ونالت شعبية عالمية كبيرة حيث أن عدد المشتركين في منصة إكس X في عام 2022م وصل إلى 1.3 مليار حساب و229 مليون مستخدم نشط يوميا و465 مليون مستخدم نشط شهرياً وتعتبر المملكة العربية السعودية الأولى عربياً والتاسعة عالمياً في استخدام منصة إكس X حيث يبلغ عدد المستخدمين في المملكة العربية السعودية 14.5 مليون مستخدم نشط (الهلاي، 2023م). وتمثل شبكة تويتر (منصة إكس X) أشهر المدونات الموجودة على شبكة الإنترنت تحت شعار (أفضل طريقة لاكتشاف الجديد في عالمك)، وقد تم اطلاق الموقع من قبل مهندس الإعلام الأمريكي جاك دروسي في مارس 2006 تحت مسمى (تويلوغ twit log) ليدخل حيز الخدمة الرسمية في يوليو 2006 (الزهراني، 2022).

تُعتبر منصة تويتر المعروفة أيضاً باسم إكس (X) واحدة من شبكات التواصل الاجتماعي التي شهدت انتشاراً واسعاً في السنوات الأخيرة، حيث لعبت دوراً مهماً في العديد من الأحداث السياسية، خاصة في منطقة الشرق الأوسط. استمد تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد"، واختار العصفورة كرمز له. تتيح هذه المنصة للمستخدمين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتجاوز (10000) حرف لكل رسالة. يمكن لأي شخص يمتلك حساباً على تويتر تبادل التغريدات مع أصدقائه. (حمودة، 2013)، (المنصور 2012: 22).

يشير (Bernardo, online) إلى أن تويتر تُعتبر منصة اجتماعية يستخدمها ملايين الأشخاص حول العالم للبقاء على تواصل مع أصدقائهم وأقاربهم وزملاء العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر والهواتف المحمولة. تتيح واجهة تويتر نشر رسائل قصيرة تصل إلى 140 حرفاً، يمكن لمستخدمي الموقع قراءتها. يمكن للمستخدمين متابعة شخصيات معينة، وفي الوقت نفسه، يتلقى هؤلاء الشخصيات إشعاراً عند نشر محتوى جديد. تُعد تويتر شبكة معلوماتية آنية منتشرة عالمياً، تتيح للمستخدمين مشاركة واكتشاف الأحداث الجارية، حيث يطرح الموقع في واجهته السؤال: "ماذا يحدث الآن؟"، مما يتيح للإجابات الانتشار بسرعة إلى الملايين حول العالم. (Jeffrey, 2012: 331).

وتعد منصة تويتر من بين التكنولوجيات الجديدة للإعلام الاجتماعي التي تسمح بنشر عدد من المعلومات على الإنترنت من مصادر رسمية أو غير رسمية، ويعتبر "تويتر" موقع تدوين مصغر برز في نشر وتنظيم المعلومات حول

الأحداث الكبرى مثل حرائق كاليفورنيا 2008 والانتخابات الرئاسية الأمريكية في نفس العام واحتجاجات الانتخابات الإيرانية عام 2009. ولقد أصبح التويتر جزءاً من نظم وسائل الإعلام المختلفة، حيث يمكن المستخدمين من استقبال تدفق المعلومات الواردة من كل وسائل الإعلام. (Alfred, P. 279)

1.1.2.2- مميزات (التويتر) (X) :

للتدوين عبر موقع (التويتر) مميزات مفيدة وعديدة أهمها:

- سهل وسريع: هو أسرع وسيلة لطرح التساؤلات عن الأصدقاء، وتلقي إجابة فورية سريعة، فهو خدمة تساعد على التواصل عبر تبادل أجوبة سريعة لسؤال بسيط، هو ماذا تفعل الآن. (الشهري، 1434هـ: 33)
- محمول ومتحرك: فموقع (تويتر) يعتبر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين وإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.
- مجاني: لإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية المحمول، وهي خاصة مكنت الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات عبر حياتهم وهذا ما ساهم في نشر تويتر حقا.
- أداة فعالة للتواصل مع العالم: يمثل شبكة تواصل اجتماعي يمكن المستخدم فتح حساب يربطه بالآخرين من خلال خاصية التتبع (المحارب، 2011: 118).

2.2.2- توعية الحجاج في موسم الحج:

تولي حكومة المملكة العربية السعودية اهتماماً كبيراً بخدمة ضيوف الرحمن، حيث تسعى جاهدة لضمان سلامتهم وسلامة ممتلكاتهم، مما يجعل هذا الهدف من أولوياتها. وقد كلفت الوزارات المعنية بالتعاون مع مؤسسات الطوافة بالإشراف والمراقبة على مخيمات الحجاج، بالإضافة إلى توفير وسائل السلامة المناسبة داخل هذه المخيمات، خاصة خلال موسم الحج. كما تعمل المؤسسات الحكومية المختصة على توعية الحجاج بأهمية الالتزام بالتعليمات والإرشادات المقدمة لهم للحفاظ على أمنهم وسلامتهم. وتقوم هذه المؤسسات بمتابعة المخالفات التي قد تصدر عن الحجاج ومعالجتها لضمان سلامتهم.

نظراً لأهمية الدور الذي تلعبه الحكومة الرشيدة في تقديم خدمات متميزة، خاصة بعد إنجاز مشروع الخيام الجديدة، تبرز أمامهم مهمة كبيرة تتمثل في السعي لتوفير أعلى مستويات السلامة خلال موسم الحج. يتطلب ذلك استغلال جميع الوسائل المتاحة لتحقيق هذا الهدف، بما في ذلك توعية الحجاج بأهمية الالتزام بتعليمات السلامة

والإرشادات التي تُقدم لهم، لضمان سلامتهم بعد توفيق الله. تسعى الإدارة العامة للسلامة والإطفاء إلى استكشاف أساليب حديثة لتعزيز التوعية في الحج، مستفيدة من الدروس المستفادة من الماضي لتطوير الحاضر، مع التركيز على بعض النقاط الأساسية:

1. نوعية التعليمات وكيفية إيصالها للحجاج.

2. المتابعة والتوجيه لتطبيق تلك التعليمات.

3. دور مؤسسات الطوافة.

ثالثا: منهجية الدراسة:

ثالثا- منهجية الدراسة:

1.3- منهج الدراسة

تقتضي طبيعة هذه الدراسة استخدام المنهج الوصفي التحليلي؛ لمناسبة وقدرة هذا المنهج على تفسير وتحليل المعلومات؛ بهدف الوصول إلى النتائج المرجوة من خلال هذه الدراسة.

2.3- أداة الدراسة:

تستخدم هذه الدراسة الاستبانة كأداة للدراسة.

1.2.3- تصميم الاستبانة:

تم إعداد الاستبانة بالرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة التي استخدمت الاستبانة كأداة للدراسة مثل دراسات: (سالم وآخرون، 2023)، (قزاز، سعد، 2023)، (SHOWAIL, 2022). تكونت الاستبانة في جزءها الأول من البيانات الديموجرافية والجزء الثاني يشمل حملات التوعية على منصة اكس والخدمات التي تقدم لنشر التوعية الدينية. تصميم الاستبانة وفقاً لأسلوب الأسئلة المغلقة (Closed Questionnaire) متعددة الاختيارات بحسب مقياس (ليكرت) الحماسي (1- موافق بشدة، 2- موافق، 3- محايد، 4- غير موافق، 5- غير موافق بشدة).

أولاً: الصدق:

لحساب صدق الاتساق الداخلي تم حساب معامل الارتباط بيرسون بين درجات كل عبارة والمتوسط الكلي للمجال الذي تنتمي إليه العبارة، ويوضح الجدول التالي نتائجها.

جدول (1): معاملات ارتباط الاستبيان

المحور الأول: دور حسابات المنشآت في نشر التوعية		المحور الثاني: جودة المحتوى التوعوي الذي تنشره حسابات المنشآت على منصة إكس X		المحور الثالث: الآثار المترتبة على استخدام حسابات المنشآت على منصة إكس X		المحور الرابع: المعوقات التي تواجه الحجاج عند استخدام حسابات المنشآت على منصة إكس X	
العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط
11	0.632	11	0.768	11	0.676	11	0.614
22	0.752	22	0.848	22	0.792	22	0.813
33	0.727	33	0.643	33	0.782	33	0.619
44	0.670	44	0.836	44	0.601	44	0.829
55	0.854	55	0.757	55	0.605	55	0.735
66	0.739	66	0.683	66	0.717	66	0.709
77	0.677	77	0.654	77	0.707	77	0.747
88	0.782	88	0.689		--	--	--
99	0.669	--	--		--	--	--
110	0.775	--	--	-	--	--	--
111	0.660	--	--	--	--	--	--

من خلال الجدول السابق، يتضح أن معاملات ارتباط العبارات بالمتوسط الكلي لكل مجال من مجالات الاستبيان الذي تنتمي إليه العبارة جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01). حيث تراوحت معاملات ارتباط عبارات المحور الأول (دور حسابات المنشآت في نشر التوعية) بالمتوسط الكلي للمحور بين (0.632 – 0.854). في حين كانت معاملات ارتباط عبارات المحور الثاني (جودة المحتوى التوعوي الذي تنشره حسابات المنشآت على منصة إكس X) بالمتوسط الكلي للمحور بين (0.643 – 0.848). أما معاملات ارتباط المحور الثالث (الآثار المترتبة على استخدام حسابات المنشآت على منصة إكس X في نشر التوعية لحجاج الداخل) بالمتوسط الكلي للمحور بين (0.601 – 0.792). وكانت معاملات ارتباط عبارات المحور الرابع (المعوقات التي تواجه الحجاج عند استخدام حسابات المنشآت على منصة إكس X) بالمتوسط الكلي للمحور بين (0.614 – 0.829)، مما يدل على توافر درجة مقبولة من صدق الاتساق الداخلي للاستبيان.

ثانياً: الثبات

قام الباحثان بقياس ثبات أداة البحث باستخدام معامل ثبات الفا كرونباخ.

جدول (2): معامل الثبات ألفا كرونباخ

الفكرونباخ	الاستبيان
0.891	المحور الأول: دور حسابات المنشآت في نشر التوعية
0.882	المحور الثاني: جودة المحتوى التوعوي الذي تنشره حسابات المنشآت على منصة إكس X
0.868	المحور الثالث: الآثار المترتبة على استخدام حسابات المنشآت على منصة إكس X في نشر التوعية لحجاج الداخل
0.876	المحور الرابع: المعوقات التي تواجه الحجاج عند استخدام حسابات المنشآت على منصة إكس X

يتضح من جدول السابق (2) أن أداة البحث (الاستبانة) تتمتع بثبات عالي إحصائياً، حيث بلغت قيمة ألفا كرونباخ لكل محور من محاور بين (0.868 – 0.891)، وهذا يعني أن معاملات الثبات مرتفعة.

3.3. مجتمع وعينة الدراسة:

3.3.1- مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في حجاج الداخل عام 1444هـ.

3.3.2- عينة الدراسة: وتتمثل عينة الدراسة الأساسية في (313) حاج من مجتمع الدراسة. وقد استخدم الباحثان أسلوب العينة العشوائية الطبقية في اختيار مفردات العينة.

3.3.1.2- خصائص عينة الدراسة

تم حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغيرات الدراسة

جدول (3): التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة

المتغيرات	العدد	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	57.51%
	أنثى	42.49%
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	19.17%
	من 30 إلى 40 سنة	47.28%
	من 40 إلى 50 سنة	23.96%
	أكثر من 50 سنة	9.58%
المستوى التعليمي	الثانوية العامة أو أقل	18.53%
	البكالوريوس	52.40%
	الدراسات العليا	17.89%
	أخرى (دبلوم-معهد)	11.18%
الوظيفة	قطاع حكومي	50.16%
	قطاع خاص	24.28%
	قطاع غير ربحي	4.79%
	غير موظف	20.45%
المجموع	313	100.00%

يتضح من الجدول (3) أن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس يُظهر تفوق الذكور بنسبة (57.51%) مقارنة بالإناث اللواتي يمثلن (42.49%) من إجمالي العينة. بالنسبة للفئات العمرية، نجد أن الفئة العمرية من 30 إلى 40 سنة تمثل النسبة الأعلى بين المشاركين (47.28%). أما على صعيد المستوى التعليمي، فإن أغلبية العينة من حملة شهادة البكالوريوس بنسبة (52.40%). بالنظر إلى التوزيع الوظيفي، نلاحظ أن النسبة الأكبر من العينة تعمل في القطاع الحكومي (50.16%).

2.2.3.3- الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بناء على طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS): التكرارات والنسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، معامل الارتباط بيرسون، معامل الفاكرونباخ، معادلة المدى. تم تحديد درجة الاستجابة على النحو التالي: (موافق بشدة = 5 درجات)، و(موافق = 4 درجات)، و(محايد = 3)، و(معارض = 2)، و(معارض بشدة = 1).

رابعا- نتائج الدراسة:

1.4- مستوى استخدام عينة الدراسة لمنصة إكس X

جدول (4): امتلاك حساب على منصة إكس X

العدد	النسبة المئوية (%)	امتلاك حساب على منصة إكس X
285	91.05%	نعم
28	8.95%	لا
313	100.00%	المجموع

يتضح من الجدول (4) أن الغالبية العظمى من المستجيبين (91.05%) يمتلكون حساباً على منصة إكس X. العدد القليل (8.95%) لا يمتلكون حساباً.

جدول (5): عدد ساعات استخدام منصة إكس X خلال رحلة الحج

العدد	النسبة المئوية (%)	الفئة الزمنية
226	72.20%	أكثر من ثلاث ساعات
50	15.97%	من ساعتين لثلاث ساعات
37	11.82%	أقل من ساعتين
312	100.00%	المجموع

يتضح من الجدول (5) أنه خلال رحلة الحج، يستخدم غالبية المستجيبين (72.20%) المنصة لأكثر من ثلاث ساعات، مما قد يعكس دور المنصة في توفير المعلومات أو الاخبار السريعة خلال هذه الفترة.

2.4- امتلاك منشآت خدمة حجاج الداخل حساب على منصة إكس X

جدول (6): امتلاك منشآت خدمة حجاج الداخل حساب على منصة إكس X

الإجابة	العدد	النسبة المئوية (%)
نعم	195	62.30%
لا أعلم	88	28.12%
لا	30	9.58%
المجموع	313	100.00%

يتضح من الجدول (7) أن (62.30%) من عينة الدراسة يعلم أن منشآت خدمة حجاج تمتلك حساب على منصة إكس X.

جدول (7): المحتوى التوعوي الأكثر انتشارا خلال الحج على منصة إكس X

نوع المحتوى التوعوي	العدد	النسبة المئوية (%)	النسبة المئوية (%) من إجمالي التكرارات
المحتوى التوعوي الأمني	142	45.37%	24.57%
المحتوى التوعوي الصحي	125	39.94%	21.63%
المحتوى التوعوي الديني	130	41.53%	22.49%
المحتوى التوعوي بالخدمات المقدمة	118	37.70%	20.42%
لا أعلم	63	20.13%	10.90%
المجموع	578	-	100.00%

يكشف الجدول (7) السابق بأن المحتوى التوعوي الأمني يتميز بأعلى نسبة ظهور من حيث الردود الفردية (45.37%) وثاني أعلى نسبة من إجمالي التكرارات (24.57%)، مما يدل على أن التوعية الأمنية تعتبر أولوية خلال الحج. يظهر المحتوى التوعوي الصحي بنسبة (39.94%) من الردود و(21.63%) من التكرارات، مما يعكس التركيز القوي على الصحة العامة والوقاية خلال المناسك. ونجد أن المحتوى التوعوي الديني يمثل (41.53%) من الردود و(22.49%) من التكرارات، ما يؤكد على الدور الأساسي للتوعية الدينية في إرشاد الحجاج. أما المحتوى التوعوي بالخدمات المقدمة يُظهر نسبة (37.70%) من الردود و(20.42%) من التكرارات، وهو ما يدل على أهمية توفير معلومات عن الخدمات المتاحة للحجاج. في حين أن النسبة المئوية لمن لا يعلمون نوع المحتوى التوعوي الذي قابله هي (20.13%) من الردود و(10.90%) من التكرارات، مما قد يشير إلى حاجة لزيادة الوضوح وتحسين التواصل حول المحتوى المتوفر.

3.4- دور حساب المنشأة التي أدت فريضة الحج معها على منصة إكس X في نشر المحتوى لحسابات الجهات الرسمية

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور حساب المنشأة التي أدت فريضة الحج معها على منصة إكس X في نشر المحتوى لحسابات الجهات الرسمية

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	درجة الاستجابة
3	نشر المحتوى التوعوي الديني من الحسابات الرسمية	4.19	0.937	1	اتفق
1	نشر المحتوى التوعوي الصحي من الحسابات الرسمية	4.17	1.046	2	اتفق
4	نشر المحتوى التوعوي في مجال الخدمات المقدمة من الحسابات الرسمية	4.09	0.950	3	اتفق
2	نشر المحتوى التوعوي الأمني من الحسابات الرسمية	4.08	0.939	4	اتفق
المتوسط الكلي للمحور		4.13	0.970	-	-

يوضح الجدول السابق بأن المحتوى التوعوي المنشور من قبل الحسابات الرسمية على منصة إكس X له دور بارز في إثراء تجربة الحجاج وزيادة وعيهم بمختلف الجوانب المتعلقة بالحج. حيث بلغ المتوسط الكلي للمحور (4.13) بدرجة استجابة اتفقت عليها عينة الدراسة.

جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور حساب المنشأة التي أدت فريضة الحج معها على منصة إكس X في نشر المحتوى من حسابها الخاص

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	درجة الاستجابة
1	قدمت محتوى توعوي مناسب يلبي احتياجي	4.06	0.917	1	اتفق
3	عززت التوعية الأمنية لدي	4.01	1.009	2	اتفق
4	عززت التوعية الدينية لدي	4.00	0.981	3	اتفق
5	عززت التوعية لدي بالخدمات المقدمة من قبل المنشأة	3.97	0.906	4	اتفق
7	الرد على استفسارات الحجاج	3.95	1.109	5	اتفق
6	ساهمت في إثراء تجربتي لرحلة الحج ثقافياً وتاريخياً	3.94	1.066	6	اتفق
2	عززت التوعية الصحية لدي	3.89	0.915	7	اتفق
المتوسط الكلي للمحور		3.97	0.989	-	اتفق

يوضح الجدول السابق بأن دور حساب المنشأة التي أدت فريضة الحج معها على منصة إكس (X) في نشر المحتوى من حسابها الخاص كان له تأثير إيجابي وملحوظ على تجربة الحاج. حيث بلغ المتوسط الكلي للمحور (3.97) بدرجة استجابة اتفق عليها عينة الدراسة.

4.4 - نوع المحتوى الذي تم نشره في حساب المنشأة التي أدت فريضة الحج معها على منصة إكس X

جدول (10): نوع المحتوى الذي تم نشره في حساب المنشأة التي أدت فريضة الحج معها على منصة إكس X

نوع المحتوى	التكرارات	النسبة المئوية (%) من إجمالي 313	النسبة المئوية (%) من إجمالي التكرارات
المحتوى المكتوب	138	44.09%	32.70%
الصور	109	34.82%	25.83%
الفيديوهات	133	42.49%	31.52%
البودكاست	23	7.35%	5.45%
المساحات الصوتية	19	6.07%	4.50%
المجموع	422	-	100.00%

يكشف الجدول (10) أن المحتوى المكتوب هو الأكثر شيوعاً على حسابات المنشآت التي أدت فريضة الحج معها على منصة إكس (X)، حيث يمثل (44.09%) من استجابة عينة الدراسة و(32.70%) من إجمالي التكرارات. هذا يعكس أهمية المحتوى المكتوب كوسيلة رئيسية لنشر المعلومات والتوجيهات للحجاج، نظراً لسهولة الوصول إليه وقراءته. بينما تأتي الصور في المرتبة الثانية بنسبة (34.82%) من إجمالي عينة الدراسة و(25.83%) من إجمالي التكرارات. الصور تعتبر وسيلة قوية للتواصل البصري، مما يجعلها مفيدة في شرح الإجراءات والمواقع بشكل مرئي وسريع، وهذا يساهم في تقديم معلومات بصرية واضحة للحجاج. ونجد أن الفيديوهات تمثل (42.49%) من استجابة عينة الدراسة و(31.52%) من إجمالي التكرارات، مما يجعلها وسيلة فعالة للتعليم والتوجيه. الفيديوهات توفر تعليمات مرئية وصوتية، مما يساعد على شرح العمليات المعقدة بطريقة أكثر وضوحاً وشمولية.

جدول (11): الآثار المترتبة على استخدام حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X في نشر التوعية لحجاج الداخل

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	درجة الاستجابة
1	تعزيز التوعية لدى الحجاج	4.21	0.899	1	اتفق
7	سرعة وصول المعلومة لدى الحجاج	4.15	0.886	2	اتفق
3	تقليل الأخطاء التي يقع فيها الحجاج	4.14	0.904	3	اتفق
5	تعزيز ثقة الحجاج بالمنشأة	4.11	0.842	4	اتفق
4	تحسين عملية التواصل مع المسؤولين بالمنشأة	4.07	0.922	5	اتفق
6	إثراء التجربة الثقافية والتاريخية لدى الحجاج	4.05	0.972	6	اتفق
2	تحسين سلوك الحجاج	3.99	0.866	7	اتفق
المتوسط الكلي		4.10	0.806	-	اتفق

يكشف الجدول (11) السابق أن الآثار المترتبة على استخدام حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس (X) في نشر التوعية لحجاج الداخل كانت إيجابية ومؤثرة، حيث بلغ المتوسط الكلي للمحور (4.10) بدرجة استجابة اتفق عليها عينة الدراسة.

5.4- المعوقات التي تواجه الحجاج عند استخدام حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X

جدول (12): المعوقات التي تواجه الحجاج عند استخدام حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارة	درجة الاستجابة
1	صعوبة التواصل مع إدارة الحساب	3.64	1.447	1	اتفق
6	ضعف شبكة الإنترنت في بعض المناطق	3.52	1.502	2	اتفق
3	ضعف الاستجابة من خدمة العملاء	3.47	1.512	3	اتفق
2	ضعف الثقة في المعلومات المنشورة	3.35	1.389	4	محايد
4	صعوبة التعامل التقني مع المنصة	3.33	1.472	5	محايد
5	هناك أكثر من حساب للمنشأة	3.29	1.400	6	محايد
7	توفر المحتوى بلغة لا أجيدها	3.20	1.610	7	محايد
المتوسط الكلي		3.40	1.496	-	محايد

يكشف الجدول (12) السابق أن هناك عدة معوقات تواجه الحجاج عند استخدام حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس X حيث بلغ المتوسط الكلي للمحور (3.40) بدرجة استجابة (محايد) عليها عينة الدراسة.

خامسا- ملخص النتائج والتوصيات:

1.5- ملخص النتائج:

أظهرت الدراسة مجموعة من النتائج المهمة حول دور حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس (X) في نشر التوعية لحجاج الداخل، حيث كشفت النتائج عن:

-نسبة كبيرة من المشاركين (91.05%) يمتلكون حسابًا على منصة إكس، مما يعكس انتشار استخدام المنصة بين الحجاج.

-يقضي غالبية المستخدمين (61.02%) أكثر من ثلاث ساعات على المنصة يوميًا، بينما تزداد هذه النسبة إلى (72.20%) خلال فترة الحج، مما يشير إلى أهمية المنصة في تقديم المعلومات والتوجيهات السريعة.

-يعلم 62.30% من المشاركين بامتلاك منشآت خدمة الحجاج حسابات على منصة إكس.

- أنواع المحتوى الأكثر شيوعًا هي المحتوى المكتوب (44.09%) والفيديوهات (42.49%)، بما يشير إلى أهميتها، ويعكس تفضيل الحجاج للمحتوى المرئي والمكتوب لتلقي المعلومات.

- يلعب المحتوى التوعوي المنشور على الحسابات الرسمية دورًا بارزًا في زيادة وعي الحجاج، حيث كانت الاستجابة عالية لجميع أنواع المحتوى (الديني، الصحي، الأمني، والخدمات المقدمة).

- نشر المحتوى من حساب المنشأة التي أدى معها الحاج فريضة الحج كان له تأثير إيجابي على تجربتهم، حيث أكد معظم المشاركين تلقيهم محتوى يلبي احتياجاتهم التوعوية.

- حصلت معايير جودة المحتوى على درجات استجابة عالية، حيث كانت "صحة المحتوى التوعوي" و"موثوقية المصادر" من أبرز المعايير.

- كان لاستخدام الحسابات على منصة إكس تأثير إيجابي في تعزيز التوعية لدى الحجاج، وتسريع وصول المعلومات، وتقليل الأخطاء، وتعزيز ثقة الحجاج بالمنشآت.

-أبرز المعوقات التي واجهت الحجاج تتمثل في صعوبة التواصل مع إدارة الحساب، وضعف شبكة الإنترنت في بعض المناطق، وضعف الاستجابة من خدمة العملاء.

- تواجد حسابات متعددة للمنشأة وعدم توفر المحتوى بلغات يجيدها الحجاج كانت أيضاً من المعوقات التي تحد من فعالية استخدام المنصة.

2.5- التوصيات:

- ضرورة تحسين آليات التواصل مع إدارة الحسابات على منصة إكس (X) لضمان تقديم الدعم اللازم للحجاج في الوقت المناسب. يمكن تحقيق ذلك من خلال توفير قنوات تواصل متعددة مثل الرد الفوري والدعم عبر الرسائل المباشرة والبريد الإلكتروني، بالإضافة إلى تخصيص فرق دعم متاحة على مدار الساعة خلال فترة الحج.

- تنوع أنواع المحتوى المنشور على حسابات منشآت خدمة حجاج الداخل ليشمل الفيديوهات التعليمية والصور التوضيحية والبودكاست والمساحات الصوتية، بجانب المحتوى المكتوب. هذا سيساعد في جذب مختلف شرائح الحجاج وتلبية احتياجاتهم التوعوية بشكل شامل.

- توفير المحتوى التوعوي بلغات متعددة تلبي احتياجات مختلف الجنسيات والفئات. هذا سيساهم في تسهيل فهم المعلومات والتوجيهات من قبل الحجاج الذين لا يجيدون اللغة العربية.

التأكيد على توثيق الحسابات الرسمية لمنشآت خدمة حجاج الداخل على منصة إكس لضمان مصداقيتها؛ الأمر الذي يساعد على رفع مستوى ثقة الحجاج بها. هذا يمكن تحقيقه من خلال التعاون مع إدارة منصة إكس لتوثيق الحسابات المعنية.

6. المراجع العربية:

- (1) ابن منظور (2007). لسان العرب، دار المعارف، القاهرة، مصر.
- (2) باز، مُجدد، والعمرى، جهاد؛ والشمراني، مازن؛ والزين، مُجدد؛ والحارثي، نَشان (2021). تطوير نظام لدعم اتخاذ القرار في مجال إسكان ضيوف الرحمن في مكة المكرمة باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي، كلية الحاسبات وتقنية المعلومات، جامعة الطائف.
- (3) الجمل، محمود (2021). التنبؤ بأعداد المعتمرين في رمضان باستخدام تقنية DeepLearning ومقارنتها بالطرق الأخرى، الملتقى العلمي الأول لأبحاث الحج والعمرة، جامعة أم القرى.
- (4) حفناوي، مُجدد إبراهيم أحمد حسن. (2022). اعتماد كبار السن للصحف الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي للحصول معلومات عن الفيروسات (فيروس كورونا نموذجاً). المجلة العلمية لبحوث الصحافة, 2022(23), 712-651.
- (5) حمدي مُجدد أبو سنة، نورة. (2020). اعتماد الفتاة السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية معارفها نحو ريادة الأعمال في ضوء رؤية (2030) وتمكين المرأة السعودية. مجلة البحوث الإعلامية, 55(55-ج2), 804-755.
- (6) حموده، أحمد يونس مُجدد (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، 2013م، جامعة القاهرة.
- (7) الخريجي، عبد الله بن إبراهيم (2022). رقمنة دعم اتخاذ القرار كنواة لبرامج التحول الرقمي في خدمات الحج وأعماله، مجلة البحوث الأمنية، دورية - علمية - محكمة، مركز الدراسات والبحوث بكلية الملك فهد الأمنية، العدد (83).
- (8) الرحيلي، بيان؛ والضحوي، هناء (2021). إدارة منظومة الحج الذكي تحقيقاً لرؤية المملكة 2030، دراسة حالة، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 40.
- (9) الزهراني، أحمد علي. (2023). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تكوين الوعي البيئي لدى السعوديين من خلال دراسة فاعلية حساب وزارة البيئة والمياه والزراعة على شبكة تويتر. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام, 22(2), 311-271.
- (10) سالم، رعاء فتحى؛ وملياني، خلود عبد الله؛ والجعيد، بندر، (2023). فاعلية البرامج الاتصالية الرقمية لوزارة الحج والعمرة ودورها في تعزيز الصورة الذهنية لمساهمة قطاع الحج والعمرة في ضوء رؤية 2030، مجلة بحوث عربية في مجالات التربية النوعية، العدد الثلاثون، ابريل 2023.
- (11) سلامة، مي وليد. (2022). دور موقع التواصل الاجتماعي تويتر في تشكيل اتجاهات المرأة السعودية نحو إدراك خطط التنمية المستدامة. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال, 2022(9), 109-69.
- (12) القاضي مُجدد بن عبد الله أبو بكر بن العربي المعافري الاشيلي المالكي (2003). أحكام القرآن، دار الكتب العلمية، بيروت - لبنان.
- (13) الشهري، حنان شعشوع (٢٠١٣). أثر استخدام شبكات التواصل الإلكترونية على العلاقات الاجتماعية "الفيس بوك وتويتر نموذجاً"، دراسة ميدانية على عينة من طالبات جامعة الملك عبد العزيز بجدة، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم علم الاجتماع والخدمة الاجتماعية، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز بجدة.
- (14) شويل، أحمد. (2022). حل تحديات الحج والعمرة باستخدام تقنية المعلومات والاتصالات: مسح شامل. المجلة العربية لعلوم الحاسب والهندسة, 14(2), 1273-1253.
- (15) عبد الظاهر، وجدي حلمي عيد (2013) "اعتماد الحجاج والمعتمرين على الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال مصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية خلال الأزمات". المجلة المصرية لبحوث الرأي العام 12.1 (2013): 421-349.

- 16) عبد المحسن، إيمان فتحي (2017). دور الحملات الإعلانية في التوعية بالخدمات التي تقدمها الرئاسة العامة لشؤون المسجد النبوي لزيارته. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان . 2017(10), 221-280 .
- 17) عبدالعزيز، أسماء والعمرى، سميه. (2022). إدارة المملكة العربية السعودية لموسم الحج من خلال الذكاء الاصطناعي والاستدامة. المجلة العربية لعلوم الحاسب والهندسة، 14(3)، 1273-1253.
- 18) عبده أحمد، رضوى. (2022). توظيف الإنفوجرافيك في مواقع الصحف الاقتصادية العربية: دراسة تحليلية في ضوء نظرية ثراء الوسيلة. المجلة العلمنة لكلية الآداب-جامعة أسيوط، 27(82)، 199-248.
- 19) العريشي، جبريل حسن؛ والقحطاني، سارة حمد (2019). دور انترنت الأشياء في الإدارة الذكية لحشود الحجيج، المؤتمر السنوي الخامس والعشرون لجمعية المكتبات المتخصصة فرع الخليج العربي، أبو ظبي، الإمارات.
- 20) علاء الدين، أبو بكر بن مسعود الكاساني الحنفي الملقب بـ «بملك العلماء» (1328). بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، الطبعة: الأولى، مطبعة شركة المطبوعات العلمية بمصر، مطبعة الجمالية بمصر.

المراجع الأجنبية:

- Shambour, M. K. (2021). Progress of IoT research technologies and applications serving Hajj and Umrah. Arabian Journal for Science and Engineering, 1-21
- Alshalani, H. J., Alnaghaimshi, N. I., & Eljack, S. M. (2020). ICT System for crowd management: Hajj as a case study, International Conference on Computing and information Technology (ICCIT-1441), P1-5. IEEE
- Khan, E. A., & Shambour, M.K.Y (2018). An analytical study of mobile applications for Hajj and Umrah services. Applied computing and informatics, 14(1), 37-47.
- Yassein Mohammed Seddik, Alharthi Namshan (2016). A review of tracking technologies in Hajj and Umrah, Research 17th Scientific forum for the research of Hajj, Umrah and Madinah visit-Scientific portal for 1438AH.