

فاعلية البرنامج الاتصالي "لا حج بلا تصريح" دراسة ميدانية على عينة من حجاج الداخل

إعداد: علي محمد آل شيبان

إشراف: د/ زامل عباس أبوزنادة

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم الحملة الإعلامية لوزارة الداخلية السعودية (لا حج بلا تصريح) الموجهة للحد من الزحام والتكدس والضغط على عاهل خادمي حجاج بيت الله الحرام، من وجهة نظر حجاج الداخل، ومعرفة مدى أهمية الحملات الإعلامية التوعوية وبرامجها الاتصالية في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، ومعرفة الأسس العلمية التي تم عليها تخطيط وصياغة الحملة الإعلامية التوعوية "لا حج بلا تصريح" كما هدفت للكشف عن مدى فاعلية البرنامج الاتصالي الذي تنفذه وزارة الداخلية السعودية في تنظيم الحج، وعن طبيعة علاقته بمدى التزام حجاج الداخل بالأنظمة والتعليمات الخاصة بتنظيم أداء الحج، والوقوف على دور المتغيرات (العمر، والجنس، والجنسية، ومرات أداء فريضة الحج، والمستوى التعليمي، وطبيعة العمل) في تحديد وجهات نظرهم تجاه الحملة. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي الوصفي في الوصول إلى أهدافها؛ وقد تم تطبيق هذه الطريقة عن طريق المعاينة العشوائية البسيطة وتكونت عينة الدراسة من (٢٦٢) مبحوثاً، من حجاج الداخل لموسم الحج (١٤٣٩هـ). واعتمدت الدراسة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات من عينة الدراسة.

وقد خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج كان أهمها أن مستوى معرفة حجاج الداخل بالبرنامج الاتصالي "لا حج بلا تصريح" عالي (٦٦,٥٣%) وأن الرسائل النصية (SMS) كانت أهم الوسائل المستخدمة في التوعية بمفهوم لا حج بلا تصريح، تليها وسائل التواصل الاجتماعي (واتس آب - تويتر - فيس بوك... إلخ) ثم التليفزيون، تليه لوحات الطرق، وأخيراً الإذاعة. كما أظهرت النتائج أن درجة قبول أفراد العينة من حجاج الداخل لرسائل حملة لا حج بلا تصريح عالية، وذلك بمتوسط (٣,٤٣) وانحراف معياري (٠,٨٤). وأن درجة فاعلية قرار ترخيص الحج من وجهة نظر أفراد العينة من حجاج الداخل عالية. وأن فاعلية قرار ترخيص الحج حسب وجهة نظر أفراد العينة من حجاج الداخل تمثلت في كونه له دور بالغ في تنظيم الحج من حيث

تشريع العقوبات للمخالفين، وبالتالي المساهمة في التقليل من عدد الحجاج غير النظاميين، وتقليل المضايقة على الحجاج النظاميين وضيوف الرحمن من الخارج.

وبناء على ما توصلت اليه الدراسة من نتائج فقد أوصى الباحث بجملة من التوصيات أهمها: ضرورة الاهتمام بكيفية إعداد وتخطيط مثل هذه الحملات والاهتمام بطبيعة رسائلها، وصولاً إلى ضرورة دراسة الجمهور المستهدف الذي يمثل الهدف النهائي لأي عمل إعلامي توعوي. والاستفادة من الشبكات الاجتماعية في التواصل مع الجمهور، بما يخدم عملية التطوير في الاجراءات والأساليب للبرنامج الاتصالي الذي تتفذه وزارة الداخلية السعودية "لا حج بلا تصريح" والتعرف على ردة فعل الجمهور تجاه أي قرار، بالإضافة إلى سهولة التعرف على درجة رضائهم عن ما يقدم لهم من خدمات.

Abstract:
ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF THE COMMUNICATION
PROGRAM "NO HAJJ WITHOUT PERMISSION "

ALI MOHAMMED A ALSHIBAN
DR. Zamel Abu Znada

This study aims to evaluate the internal Saudi Arabia (not the Hajj Palastich) [Archive] - The Egyptian Financial Services Forum (for the Eastern and the Arab and the Arabian horses) the subject of the study and knowledge of the scientific foundations that were planned and formulated awareness campaign " The effectiveness of the communication program implemented by the Ministry of the Interior in organizing the Hajj, and the nature of its relation to the extent of commitment of pilgrims in the form of specialist theoretical (medical) analysis in higher education, King Abdulaziz University for Science and Technology, And the nature of the work) in determining their views on the campaign. The study was based on a descriptive descriptive approach to achieve its objectives. This method was applied by simple random sampling. The sample of the study consisted of (262) respondents, from pilgrims inside the Hajj season (1439). The study adopted the questionnaire as a key tool for collecting information from the study sample .

The study found many results, the most important of which is that the level of knowledge of pilgrims inside the program "No Hajj without a permit" is high (66.53%) and that text messages (SMS) were the most important means used to raise awareness of the concept of no Hajj without a permit, Watts - Twitter - Facebook ... etc) followed by Television, followed by road boards, and finally radio. The results also showed that the degree of acceptance of the sample of the pilgrims inside the letters of the campaign is not Hajj without a high permit, with an average of (3.43) and a standard deviation (0.84). And that the degree of effectiveness of the decision to license the pilgrimage from the point of view of the sample of pilgrims inside is high. And that the effectiveness of the decision to license the pilgrimage according to the point of view of the sample of the pilgrims entered the fact that it has an important role in organizing the Hajj "in terms of legislationAnd thus contribute to reducing the number of irregular pilgrims, and reducing harassment of regular pilgrims and pilgrims from abroad.

Based on the findings of the study, researcher recommended a number of recommendations, the most important of which are: the need to pay attention to how to prepare and plan such campaigns and attention to the nature of their messages, and the need to study the target audience which represents the ultimate goal of any media awareness work. And to benefit

from the social networks in communication with the public, in order to serve the process of developing procedures and methods of communication program implemented by the Saudi Ministry of the Interior "No Hajj without permission" and to identify the reaction of the public to any decision, as well as easy to identify the degree of satisfaction with what is provided to them from Services.