مجلة

البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد الطيب

رئيس التحرير

أ.د: محيى الدين عبد الحليم

مدير التحرير

أ.د: شعبان أبو اليزيد شمس

سكرتير التحرير

أ.د / جابر محمد الطماوى

المراسلات

توجه باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالى : جامعة الأزهر
كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام ت ٥١٠١٤٦٦

مجلة
البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

- تقييم الجمهور لأنماط المعالجة الصحفية للقضايا البيئية فى الصفحات المتخصصة بالصحف المصرية.
- اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية نحو أداء المواقع الصحفية الدينية على شبكة الإنترنت.
- الخطاب الدينى لفريضة الحج وشعائرها فى الصحافة العربية.
- استخدامات المراهقين من الجنسين لغرف الدردشة على الإنترنت وعلاقتها بصورة كل جنس لدى الآخر.

العدد
التاسع والعشرون
يناير ٢٠٠٨م

المجلد الأول

دار الاتحاد التعاونى
للطبع والنشر والتوزيع
ش سيدى بلال من مصطفى حافظ
جسر السويس
ت ٢٢٩٩٩٥٤٥

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية
٦٥٥٥

العدد التاسع والعشرون
يناير ٢٠٠٨م

الخطاب الديني لفريضة الحج وشعائرها في الصحافة العربية

إعـــداد

د/ صابر حارص محمد

أستاذ مساعد بجامعة سوهاج

مقدمـــــة :

ينصب اهتمام هذه الدراسة مباشرة على دراسة الخطاب الصحفي السائد في الصحافة العربية عن الحج وشعائره ومناسكه وآدابه ومنافعه والدروس والعبر المستفادة منه كفريضة وركن من أركان الإسلام يتميز بخصوصية إعلامية وأنشطة اتصالية ذات طابع اجتماعي وثقافي واقتصادي قد لا تتوافر في غيره من أركان الإسلام الأخرى، وتنظر إليه معظم أدبيات الإعلام الإسلامي على أنه أهم حدث إعلامي ودعوي في الدين الإسلامي وعند المسلمين أيضاً نظراً لثباته، واستمراريته إلى يوم القيامة، فضلاً عن ضخامة وتنوع خصائص جمهوره الفعلي من الحجيج وغيرهم من الجماهير المرتقبة التي تتابع مناسك الحج وتتمني تأدية فريضته .

إضافة إلى الثراء الديني والفقهي والدعوي والإعلامي الذي يتمتع به خطاب الحج ليس فقط في الصحافة العربية والعالمية بل في كل وسائل الإعلام والمعلومات، والاتصال التقليدية والحديثة والجديدة لكونه مُشتبكاً بكل أبعاد الدين (عبادات، عقيدة، معاملات، أخلاقيات، آداب، وغيرها) ومتفاعلاً مع جميع أوجه الحياة (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، تربوية، تعليمية، إعلامية، وغيرها) على المستويات الفردية والمؤسسية والمجتمع.

وبقدر ما تجتاز هذه الدراسة مجالاً بكراً على خريطة بحوث الحج – التي بدأها معهد أبحاث الحج بجامعة أم القرى ١٣٩٦هـ –نظراً لغياب دراسات الخطاب كلية، إلاّ أنها تجسد في الوقت ذاته نموذجاً تطبيقياً لتحليل الخطاب الإعلامي راعى فيه الباحث ربط الخطاب الصحفي بالواقع من جهة، والإرشادات المنهجية المصاحبة لإجراءات تحليل الخطاب من جهة أخرى. ولم تتوقف الدراسة عند حدود تفسير نتائج تحليل الخطاب بعوامل داخل المؤسسة الصحفية التي تقوم بإنتاجه ولكنها امتدت إلى مصادر الحدث

الإعلامي التي تقع خارج الوسيلة الإعلامية .

وعلى الرغم من حداثة هذه الدراسة إلاَّ أنها وظَّفت بحوث الحج من جانب وبحوث الخطاب الإعلامي من جانب آخر وبحوث الخطاب الديني من جانب ثالث في تحليل خطاب يجمع بين البعد الإعلامي، والبعد الديني في آن واحد (خطاب الحج)، ويتجاوز الاهتمام به الزمان والمكان والموضوع مقارنة بأي حدث آخر ينتهي بفترة زمنية محددة ولا يملك تكراره سنوياً وتداخله مع كافة أنشطة الحياة وأبعاد الدين الإسلامي ذاته.

ومن ثم تكتسب هذه الدراسة ثراءً منهجياً يتجدَّد مع تجدد موضوعها سنوياً وملائمة منهجها مع موضوعات أخرى تتسم بالعمومية والشمول.

الإطار المعـــرفي :

أولاً: الدراسات السابقة :

ونظراً لأن الدراسة الحالية هي الأولى عن تحليل خطاب الحج، فإن الدراسات السابقة تشمل نوعين: دراسات الحج قريبة الصلة، دراسات الخطاب وخاصة الديني:

أ- دراســـات الحج :

- دراسة أسامة صالح حريري(١٤١٦هـ) عن تطوير الاتصال الجماهيري من خلال قياس تعرض جماهير الحجيج لإذاعة التوعية بمنى[١] وخلصت إلى أهمية توظيف الإعلام السعودي لقادة الرأي في الدول الإسلامية لقربهم النفسي والتأثيري لجماهيرهم من قادة الرأي السعوديين.

- دراسة أسامة صالح حريري(١٤١٩هـ) عن مصادر معلومات جماهير الحجيج[٢] وأظهرت تفوق المسجد ومرشد المجموعة والأصدقاء والمحاضرات على وسائل الإعلام، وأن الجامعيين هم الأكثر اعتماداً على وسائل الإعلام من دونهم، وأن الصحافة أكثر ملاءمة للصفوة أو النخبة.

- دراسة عادل فهمي(١٤٢٣هـ) اتجاهات التغطية الإعلامية لأنشطة الحج[٣] وتبين منها أن: خدمات الدخول والخروج من المنافذ، ومدة الانتظار ووسائل النقل والسلامة، والخدمات الصحية والتوعية وخدمات الاتصال والتعامل مع الأضاحي من أكثر الموضوعات بروزاً في التغطية الصحفية.

- دراسة أسامة صالح حريري(١٤٢٣هـ) عن قياس رجع الصدى لإذاعة التوعية في الحج[٤] وتبين عزوف جماهير الحجيج عن الإعلام السعودي بكافة قنواته التلفازية والإذاعية والصحفية.

ب ــ دراسات الخطاب:

- دراسة Denis Everette(1991) عن ظروف العمل الصحفي وبيئته وقت الأزمات، وخلصت إلى أن الصحافة والصحفيين لا يمكنهم التغطية

بشكل شامل ولا التحقق من نشر جميع الأخبار وصدقها في ظل عدم توافر مصادر الأخبار وحدود الوقت المتاح[٥].

- دراسة Vanessa Greenwood (1994) حول تحليل الخطاب الإخباري بالقناة الأولى[٦] المحلية وأكدت أن النصوص الإخبارية تحمل خطاباً جدلياً شأنها شأن مواد الرأي، وانه يمكن تحليلها بهدف الوصف والتفسير والنقد، وانتهت الدراسة إلى رصد الموضوعات والمقولات الجدلية التي تضمنها الخطاب الإخباري وصيغه الأسلوبية.

- دراسة سها فاضل (٢٠٠٠) العوامل المؤثرة في تشكيل الخطاب الصحفي المتعلق بقضية الخصخصة[٧] وانتهت إلى أن الخطاب السياسي الرسمي والأيدلوجية الفكرية والسياسة التحريرية هي أهم العوامل، حيث جاء خطاب الأهرام مؤيد وخطاب العربي معارض وخطاب الأسبوع معارض لآليات التنفيذ ووضع الضوابط التي تضمن مصلحة الوطن، وفي حين كانت القوى الفاعلة في خطاب الأهرام وزراء وشخصيات رسمية وحكومية كانت في العربي والأسبوع قوى خارجية ضاغطة على الحكومة مثل صندوق النقد الدولي والبنك الدولي ونادي باريس، وفي حين كانت المبررات اجتماعية عند الأهرام والعربي جاءت اقتصادية عند الأسبوع، وبينما استندت الأهرام لأقوال المسئولين غابت الأطر المرجعية من العربي والأسبوع باستثناء بعض الإحالات القانونية ومقولات بعض المسئولين السابقين التي تؤيد توجههما.

- دراسة إيناس أبو يوسف(٢٠٠٢) عن الخطاب الصحفي العربي بين الذات والآخر بالتطبيق على الأزمة العراقية الأمريكية فبراير١٩٩٨ [٨] وأوضحت تأثر الخطابات الثلاثة(المصرية والعراقية والأمريكية) بالسياسة الخارجية، وتبني الخطاب المصري لمرتكزات الخطاب الأمريكي وإغفاله لمرتكزات الخطاب العراقي وكان أكثر مبالغة في رصد القوة الأمريكية متفوقاً على الخطاب الأمريكي.

- دراسة على القرني(٢٠٠٢) الخطاب الإعلامي العربي والسعودي نموذجاً[٩] وأظهرت تأثير القنوات الفضائية على الخطاب العربي الذي أصبح يتسم بالتجزيئية والفردية والفوضوية، وأن هناك أربعة خطابات كبرى

للخطاب الإعلامي السعودي (الخطاب التوحيدي، التضامني، التنموي، الشوري) ويرتكز على العقلانية والانفتاح والجماعية، وأن هناك آليات جديدة بدأت تأخذ طريقها في تشكيل الخطاب (المبادرة بدلاً من الدفاع والتبرير، التفسير بدلاً من غموض الرؤية، مركزية الشخصية السعودية عبر دورها في قيادة الأمة العربية والإسلامية).

- دراسة مرفت الطرابيشي ومها الطرابيشي(٢٠٠٣) معالجة الخطاب الديني لقضية الإرهاب الدولي بالصحف المصرية العامة والدينية[١٠] وأثبتت أن الخطاب الموضوعي يشكل ملامح الخطاب الديني في معالجة قضية الإرهاب الدولي بالصحف المصرية العامة والدينية على السواء، واعتماد الصحف الدينية على المسارات المنطقية أكثر من الصحف العامة، وانطلاق الصحف العامة من مرجعيات قانونية وثقافية وتاريخية بينما تنطلق الصحف الدينية من مرجعيات دينية وتاريخية وقانونية.

- دراسة هشام عطية عبد المقصود(٢٠٠٣) محددات تشكيل بنية الخطاب الديني في الصحف اليومية[١١]وخلصت إلى أن الخطاب الديني في صحيفتي الأخبار والوفد ذا مضمون صريح (عبادات وعقائد وأخلاق ودعوة...) أكثر منه مضمون مرجعي (سياسي، اقتصادي، اجتماعي...) وهو ما أعطى للخطابين سمة غالبة تميل للسكون وعدم التفاعل مع ما يفرزه الواقع من أحداث، وبما لا يتلاءم مع تواجدهما داخل إصدار صحفي موجه لجمهور موسع يسعى لتحقيق أهداف متنوعة، كما أن الخطابين انشغلا بمعالجة شئون سياسية خارجية على حساب قضايا سياسية داخلية ملحة تُسبب حرجاً للسلطة أو تناهض سياساتها، وهو ما كان مسئولاً عن محدودية انفتاح الخطابين على قضايا ذات مرجعية سياسية، فضلاً عن عشوائية المعالجات المتصلة بالقضايا الأخرى الاجتماعية والثقافية والعلمية والتعليمية (موضوعات متفرقة لم تعكس رؤية)، وعدم تبعية أي من الخطابين لمنظومة أفكار وتوجهات الخطاب الرسمي في أحداث الحادي عشر من سبتمبر وضرورة تجديد الخطاب الديني التي تواجدت بكثافة في الخطاب الرسمي عبر فعاليات الأزهر الشريف واللجنة الدينية بمجلس الشعب.

- دراسة علاء الشامي (٢٠٠٦) دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية[١٢] وكشفت عن وجود خطابين أحدهما مؤسسي، والآخر غير مؤسسي يضم الخطاب العلماني والأصولي واليسار الإسلامي والإصلاحي، وتباينت هذه الخطابات وفقاً لاختلاف المرجعيات الدينية والفكرية لمنتجيها وبروز اتجاهات التأييد في الخطابين الصحفي والتليفزيوني للقضايا مجال التطبيق (خيار المقاومة العراقية المسلحة للتعاطي مع قوات الاحتلال الأمريكي، العمليات الاستشهادية في فلسطين) عبر المضمون التنظيري لا التحريضي في الصحافة، وعبر أسلوبي التنظير والتحريض معاً في الخطاب التليفزيوني، وأن نمط التعليم هو الأكثر تأثيراً في الاتجاه نحو المقاومة (الأزهر ثم عين شمس فالجامعة الأمريكية) .

- دراسة صالح السيد عراقي (٢٠٠٦) أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية [١٣] وأظهرت الدراسة أن ٧٦.٧% من الخبراء والقائمين بالاتصال يشعرون بالرضا عن الخطاب الديني الحالي في القنوات الفضائية وأن جوانب القصور تتمثل في الانشغال بالشكليات والأمور الهامشية على حساب جوهر الإسلام، وميل الخطاب إلى رفض الحضارة الغربية، وأن أهم ضوابط تطوير الخطاب: الانطلاق من القرآن والسنة النبوية ثم اجتهاد العلماء والمفكرين وعدم التصادم مع النصوص الشرعية وتطوير القواعد العامة في الإفتاء.

- دراسة جمال عبد العظيم (٢٠٠٨) خطاب حوار الحضارات في الصحف العربية[١٤] وأوضحت أن خطاب جريدة الشرق الأوسط هو خطاب يتعارض تماماً مع طروحات هينتجنتون ويتسق مع نموذج تعايش الحضارات، بجانب اتفاقه مع أفكار الاتجاهين الليبرالي والإسلامي في العالم العربي بينما لا يتسق مع طروحات الاتجاه اليساري العربي الذي لا يجد جدوى من الحوار في ظل الهيمنة الغربية ويري أنه من الأجدى البدء بالحوار بين الجنوب والجنوب

تعقيب على الدراسات السابقة :

- جاءت بعض دراسات الخطاب أقرب لدراسات المعالجة والتغطية (إيناس أبو يوسف، ميرفت ومها الطرابيشي، على القرني) ، وجمع بعضها الآخر بين تحليل المضمون وتحليل الخطاب (هشام عطية) واقتصرت دراسات أخرى على تحليل الخطاب فقط(سها فاضل، جمال عبد العظيم) وتكشف الدراسات السابقة عن عمق دراسات الخطاب وقرب نتائجها من المصداقية أكثر من تحليل المضمون، فضلاً عن جمعها بين أسلوبي التحليل الكمي والكيفي (هشام عطية، جمال عبد العظيم) ، وإمكانية الاعتماد عليها بمفردها أو باللجوء إلى بعض فئات تحليل المحتوى (هشام عطية) ، بينما لا يمكن لتحليل المحتوى بمفرده التوصل إلى نتائج مرضية أو دقيقة.

- لا تقتصر دراسة الخطاب فقط على مواد الرأي كما هو شائع بمعظم الدراسات، بل يمكن أن يكون الخطاب جدلياً وإخبارياً في آن واحد Vanessa (Greenwood)، كما أن وقت الأزمات من أهم التحديات التي يواجهها الخطاب الصحفي نظراً لصعوبة التحقق من الأخبار وموضوعيتها (Denis Everette).

- يلتزم الخطاب الديني في الصحافة الدينية بمسارات منطقية ومرجعيات دينية أكثر من الصحافة العامة (ميرفت ومها الطرابيشي) ، ويتأثر الخطاب الصحفي بشكل عام بالخطاب الرسمي والسياسة الخارجية والمصالح الخاصة للصحفية، وسياسة التحرير، وشخصية رئيس التحرير (سها فاضل، إيناس أبو يوسف).

- ينشغل الخطاب الديني بشكليات وأمور هامشية على حساب جوهر الإسلام (صالح عراقي) ، وتؤثر الفضائيات سلباً على خطاب الصحافة الذي يميل للتنظير أكثر منه للتحريض (علاء الشامي) ، فضلاً عن تبنيه مفهوم ضيق للدين يحصره في العبادات والعقائد والأخلاق والدعوة على حساب مفهوم شامل وواسع يربط الدين بشئون سياسية واقتصادية واجتماعية وغيرها (هشام عطية)

ثانياً : الدراسة الاستطـلاعية :

شملت الدراسة الاستطلاعية مسارين؛ مسار بحوث الحج منذ بدايتها بمعهد أبحاث الحج١٣٩٦ هـ وحتى عام ١٤٢٨هـ وكشفت عن انتماء كل البحوث لدراسة جمهور الحجيج وغياب دراسات المضمون والقائم بالاتصال باستثناء دراسة واحدة عن التغطية الإعلامية، ومن ثم أصبحت دراسة الخطاب تشكل حاجة ماسة لأبحاث الحج ، خاصة وان الحج الموضوع الديني الأكثر ارتباطا بكل نواحي ونشاطات المجتمع من روحانيات وماديات واجتماعيات واقتصاديات وأمن وثقافة ووعي وإرشاد وإعلام وأنظمة وقوانين خلال فترة طويلة تبدأ من منتصف شوال وحتى نهاية محرم على الرغم من كونها عملية تواصلية طوال العام وخاصة في الصحافة السعودية[١٥] ، كما استخلص الباحث من هذا المسار أيضاً كل الخطابات الفرعية التي يجب تضمينها في الخطاب الصحفي نظراً لشمول أبحاث معهد الحج كل التخصصات ذات العلاقة بما فيها الدراسات البيئية والصحية والهندسية والعمرانية والفقهية والإعلامية والإرشادية والأمنية والمائية والكهربائية والغذائية وغيرها، ووظفها الباحث بمسميات صحفية في أجندة خطابات فرعية، يفترض أن تكون حاضرة في الصحافة العربية سعودية ومصرية، وعلى قدر حضورها تتحدد ملامح الخطاب وموضوعاته وأهدافه والأطر المرجعية التي انطلق منها والقوى الفاعلة فيه وأدوارها وطبيعة مسارات البرهنة التي اعتمد عليها.

أما المسار الثاني للدراسة الاستطلاعية فكان على عينة مما نشرته الصحف المصرية والسعودية (الأخبار والرياض) خلال موسم الحج من منتصف شوال إلى نهاية المحرم[١٦] وأكدت أهمية التعامل مع النصوص الإخبارية كجزء من مادة الخطاب بالإضافة لمواد الرأي والتفسير، وأن خطاب الحج اعتمد على النصوص الإخبارية بصورة أدت إلى تفاوتات شاسعة في أجندة الخطابات الفرعية التي انعكست على ملامح الخطاب

وأهدافه ودور القوى الفاعلة فيه سلباً أكثر منه إيجابي؛ حيث تغيب خطاب التهيئة النفسية والروحية في وقته المناسب وظهر متأخراً فيما بعد بشكل سريع وسطحي لحساب بروز وحضور خطابات أخرى تنظيمية وإجرائية وخدمية للحج تصب في اتجاه الترويج والدعاية للجهات المنظمة للحج والإعلام عن أنشطتها وتحركاتها واستعداداتها مع تراجع خطابات كبرى غاية في الأهمية كالخطاب الفقهي وخطاب المناسك وتعظيم الشعائر والخطاب الثقافي ومعالجة المشكلات والظواهر الكبرى وخطاب تقويم وتطوير الحج، وقد أدى ذلك إلى تزايد الاعتماد على مندوب الصحيفة في الأخبار المصرية ووكالة (واس) في الرياض السعودية وتمركز الخطاب في صفحات المحليات والنصوص الإخبارية والمتابعات بشكل طاغي على الصفحات الأخرى والنصوص التفسيرية ومواد الرأي، مما يعكس غياب فلسفة التعامل مع الحج كمناسبة وموسم شامل وتوظيفه دعوياً وثقافياً وسياسياً واقتصادياً ليس في خدمة الحجيج فقط بل في مراجعة أحوال الأمة كونه الظرف الأكثر مناسبة في تهيئة المجتمعات للتعاون على الخير والمنافع، كما ساهمت هذه الدراسة ومعها الدراسات السابقة في بلورة فئات تحليل المضمون وصياغة تعريفاتها الإجرائية.

ثالثاً: مشكلة الدراسة :

من قراءة الدراسات السابقة والدراسة الاستطلاعية بمساريها البحثي والصحفي يتبين عدم وجود أي دراسة عن خطاب الحج في الصحافة أو وسائل الإعلام الأخرى، واتجاه البحوث الإعلامية بمعهد أبحاث الحج إلى دراسة جمهور الحجيج ووسائله الإعلامية وقنواته الاتصالية، وغياب شبه كامل لدراسات القائم بالاتصال والرسالة الإعلامية على الرغم من أن نجاح الحج يتوقف على التعامل معه كعملية اتصال متكاملة تتكون من: قائمين بالاتصال، ورسائل، ووسائل، وجمهور مهتم، ومناخ وسياق مجتمعي تتم فيه عملية الحج وهو ما يتسق مع مفهوم الخطاب الذي يقوم بتحليل النص بعوامل

من داخله ومن خارجه ترصد مرجعيات النص ومُنتجيه والقوى الفاعلة فيه وأدوارها.

كما أن استقراء وتصنيف كل بحوث الحج أظهر وجود أبعاد عديدة يمكن أن تُشكّل خطاباً إعلامياً شاملاً لفريضة الحج وما يتصل بها من جوانب أخرى خدمية واقتصادية واجتماعية وأخلاقية ونفسية وإدارية وأمنية ومرورية وغيرها من الظواهر والمشكلات والسلوكيات التي ترتبط بعملية الحج، مما دفع الباحث إلى إدراك أهمية دراسة هذا الخطاب في الصحافة العربية للتعرف على أجندته وأنواعه وملامحه وجوانب القصور فيه وأطره المرجعية وقواه الفاعلة ومسارات البرهنة التي اعتمد عليها في مخاطبة جمهوره وغيرها من النقاط البحثية التي تجيب في النهاية على تساؤلين رئيسيين يجسدان مشكلة الدراسة: هل الصحافة العربية لديها وعي مخطط وشامل بأهمية الحج وأبعاده العديدة وهل انعكس ذلك في تنوع خطاباتها عن الحج ؟ وهل هذا الوعي المُخطط يبدأ زمنياً في وقت مناسب للحجاج ويتم بشكل كاف أم أن الصحافة تتعامل مع الحج كحدث ومناسبة تقليدية من قبيل عدم التجاهل فقط؟

رابعاً: أهمـــية الدراسة :

- تصديها لبعد غائب من أبعاد بحوث الحج التي اقتصرت على دراسة الجمهور مع غياب كامل لدراسات تحليل الخطاب التي تتسم بالشمول نتيجة تجاوزها تقييم النص الإعلامي إلى تفسيره بعوامل مهنية داخل المؤسسة الإعلامية وعوامل خارجية تتصل بمصدر الأحداث والمعلومات والأراء التي يتشكّل منها الخطاب .

- تقويمها لمهنية المؤسسات الصحفية في انتاجها لخطاب الحج مع تقديمها لخطة تتعامل مع فريضة الحج كأحد أهم الحملات الصحفية المتكررة سنويا بما يساهم في كيفية إنتاج الخطاب الإعلامي المصاحب لواقع الحج وخطابه الرسمي والشعبي بجوانبه المختلفة السياسية والإدارية والدينية.

– ارتباطها بالحج كحدث عالمي وإعلامي يمكن أن يُوظف في إبراز خطاب إسلامي محلي وقومي وعالمي يعكس قيم الوحدة والتضامن وبذل المال والجهد لطاعة الله سبحانه وتعالى ويُمثل للحجيج نقطة فاصلة أو مرحلة تحول تسمح لهم بأن يبدأوا حياتهم من جديد، فضلاً عن ارتباطها بالصحافة وخاصة الصحف العامة التي تعوّد المتعلمين والمثقفين على شرائها أو الحصول عليها مجاناً من العمل أو قرانتها من الزملاء وتواجدها بالأسرة العربية تمثل إحدى وسائل الإعلام التي تخاطب الفئات المستنيرة من الحجاج وتسمح لهم بالاحتفاظ بالمضمون وتكرار القراءة وإمكانية الرجوع إليه ومن ثم استيعاب المضمون وضمان وصول الرسالة الإعلامية المتنوعة وتداولها بين المتعلمين وانتقالها إلى الأميين.

– اهتمامها بتوصيف وتحليل وتفسير الرسالة الإعلامية بإيجابياتها وسلبياتها وجوانب القصور فيها وما توفره من رؤية مثالية لخطاب شامل عن الحج يبدأ مع أشهر الحج المعلومة وينتهي بتداعيات الحج الرسمية والشعبية بما يضمن للمؤسسات الصحفية والصحفيين خطة علمية مدروسة يُمكن الاهتداء بها إن لم يكن تطبيقها في مواسم الحج القادمة وهو الأمر الذي تفتقده الصحافة العربية والبحوث الإعلامية على السواء.

خامساً: أهداف الدراسة تساؤلاتها :

تسعى الدراسة لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية:

– الرصد الدقيق لملامح وسمات وأبعاد الخطاب الديني السائد في الصحافة العربية عن الحج من خلال التعرف على أجندة هذا الخطاب والأنساق الفرعية المكونة له (أنواع الخطاب) ووظائفه ومصادره وفنون الكتابة التي استخدمها في التعبير عن أفكاره، ومسارات البرهنة التي استند إليها في التأثير، والأطر المرجعية التي انطلق منها، والقوى الفاعلة فيه والأدوار المنسوبة إليها.

– تحديد العوامل الإعلامية والثقافية والسياسية والاجتماعية المؤثرة

على الخطاب من خلال المقارنة بين خطاب الصحافة المصرية وخطاب الصحافة السعودية.

- تقويم الخطاب القائم ووضع الأسس العلمية والفنية لتطويره، ومن ثم الخروج بملامح ومبادئ وثوابت لخطاب إعلامي دعوي مقترح لمواسم الحج القادمة يأخذ في اعتباره ما يطرأ من متغيرات ومستجدات دينياً ودنيوياً على المستويات المحلية والإقليمية والدولية ويستفيد من فترة الحج ليس فقط في تطوير الحج بل في تحريك الأمة نحو نهضتها.

ولتحقيق هذه الأهداف تطرح الدراسة مجموعة من التساؤلات:

- ما الخطابات الرئيسية المكونة لخطاب الحج في الصحافة العربية، وما أوزانها النسبية في أجندة الخطاب العام.

- ما الأوزان النسبية للمصادر التي استند إليها الخطاب في تقديم مضمونه وما دلالاتها على الخطاب بأبعاده المختلفة؟

- ما الأوزان النسبية لأنماط الخطاب الصحفي التي لجأ إليها للتعبير عن أهدافه وما دلالات ذلك على الخطاب؟

- ما الأوزان النسبية لوظائف خطاب الحج في الصحافة العربية، وإلى أي مدى تصب هذه الوظائف في أجندة الأهداف التي يفترض أن يرمي لتحقيقها الخطاب؟

- ما الاطر المرجعية التي ينطلق منها الخطاب في الاهتمام بخطاب فرعي على آخر، وما أوزانها النسبية في التأثير على أجندة الخطاب العام.

- ما نوعية مسارات البرهنة التي ركز عليها الخطاب أكثر من غيرها في التأثير على جمهوره، وإلى أي مدى تعتبر هذه المسارات كافية لوصف الخطاب بأنه خطاب تأثيري.

- ما القوى الفاعلة التي يتمحور الخطاب حولها وتشكل مرتكزاً يدور حوله مضمون الخطاب وما أوزانها النسبية وأدوارها داخل الخطاب؟

الإطار المفاهيمي والنظري :

أولاً: المفـــــاهيم :

الخطاب : الخطاب عامة هو جملة التصورات والمفهومات والاقتراحات المقدمة حول حدث أو أزمة أو قضية وصفاً وتحليلاً ونقداً واستشرافاً لمستقبله، ويتحدد الخطاب بخمسة أمور؛ اللغة المعبرة والمحتوى الفكري والشكل المنظم والسياق المحيط وأيدلوجية منتج الخطاب[١٧] ويُعبر الخطاب عن التطبيق العملي المقابل للفكر والنظريات لأنه يرتبط بممارسات اجتماعية تساعد في فهم الواقع وإدراك الهوية، ويتشكل منها المعرفة عبر الزمن[١٨].

الخطاب الإعلامي : هو طريقة معينة للتحدث عن الواقع وفهمه من وجهة نظر معينة عبر مجموعات متكاملة من النصوص والأحاديث (مكتوبة أو شفوية، مطبوعة أو مسموعة أو مرئية) تتناول موضوعاً معيناً أو فكرة معينة، وكذلك الممارسات الخاصة بإنتاج هذه النصوص والأحاديث وانتشارها واستقبالها واستهلاكها في زمن محدد ومجتمع معين[١٩].

ويلعب الخطاب الإعلامي دوراً مؤثراً في بناء العلاقات الاجتماعية وتحديد الهويات الاجتماعية والثقافية فهو عملية مستمرة ومعقدة يتفاعل فيها قوى ومتغيرات محلية ودولية تعكس أوضاع المجتمع وثقافته والمرحلة التاريخية التي يعيشها[٢٠].

الخطاب الصحفي : هو خطاب إعلامي يؤخذ به كمحور أساسي في الدراسات الإعلامية[٢١] ويتضمن نصوصاً مكتوبة تحمل معاني حول حدث أو قضية أو أزمة تم إنتاجها في ظروف بيئية خاصة لتحقيق هدف ما أو خلق توجه ما نحو موضوع الخطاب[٢٢].

الخطاب الإعلامي للحج في الصحافة العربية :

هو النصوص الصحفية المنشورة في الصحف العربية عن كل ما

يتعلق بالحج والحجاج والأشخاص والأماكن والمؤسسات والجهات المسئولة عن الحج سواء كانت نصوصاً عقدية وعبادية تتعلق بالمناسك والمشاعر والأحكام أو كانت نصوصاً اجتماعية واقتصادية وأخلاقية تتعلق بسلوك الحجاج وعاداتهم وتقاليدهم أو مشكلات تعترض الحجاج وسبل اقتراح علاجها أو كانت أنشطة إجرائية وإدارية وخدمية تُقدم من الأطراف المسئولة أو كانت نصوصاً عامة تتخذ من موسم الحج ومناسبته انطلاقة لنهضة الأمة في جميع جوانبها السياسية وغيرها.

ومن ثم فإن الخطاب الديني للحج ليس خطاباً دينياً بالمعنى التقليدي الذي يقتصر على الصفحات الدينية ولكنه معنى شامل يكتسب شموليته ليس فقط من شمولية الإسلام بل من شمولية وتنوع أبعاد الحج وأنشطته التي تُعنى بها الصحيفة بشكل عام.

تحليل الخطاب: ليس الخطاب هنا مجرد نص يتوقف الباحث عند ظاهره كما هو الحال في أدبيات أسلوب "تحليل المحتوى" ولكن الخطاب نص ينطلق من مرجعية فكرية وثقافة جغرافية واجتماعية وسياسية تسمح للباحث بالغوص في دلالات النص وتفسيره وفهم المعاني في سياقها الجزئي والكلي والظاهر والكامن والزمني والمكاني، وإدراك العلاقات الارتباطية بين أجزاء النص الواحد وبين النصوص السابقة واللاحقة عليه[٢٣]. وللخطاب كما هو للنص شكل ومضمون، ولكن مضمون الخطاب أكثر ثراءً لأنه يسمح بتفسير المضمون في علاقته بعملية إنتاج الخطاب والقوى الحاضرة فيها، وأيدلوجية المنتج وممارساته، والإجراءات والآليات التي تتبعها الصحيفة في سعيها لجمع المعلومات ومعالجتها للأحداث أو الأزمات أو القضايا، فضلاً عن تركيز تحليل الخطاب على دراسة فئات بعينها مثل: أنواع الخطاب، القوى الفاعلة فيه، الأطر المرجعية للخطاب، مسارات البرهنة التي اعتمد عليها في المخاطبة أو التأثير أو الإقناع[٢٤].

ثانياً: نظرية تحليل الخطاب الإعلامي :

تقوم عملية تحليل الخطاب في إطار الحقل الإعلامي على جمع كمية كبيرة من البيانات التي تدل الخلفية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتاريخية لموضوع الخطاب ومجموعة من النصوص أو أجزاء منها تتناول موضوعاً معيناً (موضوع الخطاب) ، وترى النظرية أن هناك مسافة بين الخطاب والواقع تتنوع باختلاف زوايا رؤية الخطاب لعناصر هذا الواقع ، أي أن هناك حلقة مفقودة بين أي واقع وأي خطاب إعلامي، لأن الخطاب ليس هو الواقع وإنما التحدث عن هذا الواقع بطريقة معينة ووجهة نظر معينة، وأن عملية إنتاج واستهلاك النصوص الإعلامية هي التي يتوقف عليها فهم هذه الحلقة المفقودة، لأن المعنى الكلي للنصوص وخاصة الإخبارية تتأثر إلى حد كبير بإجراءات روتينية ومهنية للصحفيين في محيط مؤسسي من ناحية، وبالمعالجات الإدراكية الفعالة للنصوص من المنتجين والمستهلكين من ناحية أخرى، كما تتأثر قراءة النصوص بالسياق الإدراكي والأيدلوجي لقارىء النص ومنتجه؛ فالصحفيون ومستخدمو وسائل الإعلام يملكون نماذج وتصورات ذهنية بشأن العالم(٢٥).

ومن ثم فإن تحليل الخطاب ليس تحليلاً كمياً ينزع لتفتيت النص وتحويله لمجرد أرقام وإحصاءات لا تكشف عن معنى النص والمعاني التي يحملها كما هو الحال في التحليل الكمي، ولا يتوقف عند فهم الواقع أو المعاني دون استكشاف كيف تم إنشاء هذه المعاني في مكان معين وزمان محدد كما هو الحال في التحليل الكيفي، ولكنه يتصدى لتحليل النصوص الإعلامية في علاقاتها المتشابكة والمعقدة بالرسائل السابقة ومع بنية المجتمع والقوى المهيمنة عليه، وهو بذلك يتجاوز تفسير الواقع إلى كيف تم إنتاج هذا الواقع عبر علاقة الخطاب بسياقات أوسع نطاقاً، بما يعني أن تحليل الخطاب يقدم فهماً أكثر عمقاً للمعاني والأهداف القابعة خلف النص، ويتعامل مع النصوص على أنها ليست مغلقة على ذاتها ولكنها نصوص مفتوحة على

مرجعيات خارج بيئة إنتاج الخطاب الداخلية تفرض شروطها على أجندة الخطاب ووظائفه وعناصر معالجته للأحداث والقضايا [٢٦].

ويؤثر الخطاب الإعلامي في تشكيل أنظمة الخطاب المجاورة له اجتماعياً ويتأثر بها، وتمثل هذه الأنظمة مع نظام الخطاب العام أساساً لفهم نظام الخطاب الإعلامي، ويتشكل الخطاب الإعلامي بواسطة التوتر القائم بين مصادره العامة من ناحية وأهدافه الخاصة من ناحية أخرى، وتدخل وسائل الإعلام تغييرات على الخطاب الأصلي من أجل الاستهلاك المحلي والتوزيع الجماهيري، ومن ثم يجب مراعاة خصوصية وجود النص داخل وسيط إعلامي له أغراض مُحددة؛ إذ أن إنتاج النص الإعلامي جزء منه داخلي والآخر خارجي يتصل بمصدر الحدث الذي يقع خارج الوسيلة الإعلامية، وقد يكون نظام الخطاب الإعلامي أحادي أكثر منه متنوع أو العكس، كما قد يكون جمهور الخطاب الإعلامي نفسه يميل إلى الأحادية أكثر من التعددية، ويحمل الخطاب الإعلامي أفكاراً وأيدلوجيات متعددة، ويتأثر ويؤثر في المجتمع لكنه في النهاية يخضع لقوى اجتماعية مسيطرة ومهيمنة سواء كانت هيمنة ناعمة فرضتها تكنولوجيا الاتصال المتطورة عبر التعدد والاختلاف الشكلي أو هيمنة عبر الإكراه كما كانت في الماضي[٢٧].

ويتضمن تحليل الخطاب الإعلامي: تحديد مضمون وموضوع النص، وصف كيفية عرض المضمون، تحليل معاني الرسالة في علاقتها بالسياق الاجتماعي والتاريخي، الربط بين الخطوات السابقة من أجل التوصل إلى استخلاصات عامة، وفي ضوء ذلك يشمل التحليل: تحليل البنية الكلية للخطاب، السياق اللفظي وغير اللفظي، وأخيراً التفسير النهائي الذي يضم: تحليل الرسالة والجمهور المستهدف، والأطر الأيدلوجية والاجتماعية للخطاب، والآثار المقصودة للخطاب، والملامح اللغوية لفهم الخطاب، مسارات البرهنة[٢٨].

وهناك إرشادات منهجية لتحليل الخطاب الإعلامي تشمل: ضرورة فهم

سياق النص والنصوص ذات الصلة، المقارنة بين التقارير والبيانات والوقائع الحية، التفرقة بين أبعاد التحليل (الأبعاد الناتجة من الخطاب، والأبعاد المُحيطة بالخطاب) ، تعريف شكل ومضمون الخطاب، تحليل الاستراتيجيات والتقنيات الجدلية، توضيح الارتباطات بين النتائج والملامح اللغوية، الوعي بأهمية تشكيل الفئات وليس مجرد اعتبارها أمر مُسلم به كما هو الحال في تحليل المضمون، الانتباه إلى التفسير المُشترك للفئات على مستويات متعددة (دور الباحث، موضوع البحث، المجتمع الأكاديمي، المجتمع ككل) ، تجنب الإفراط في الذاتية أو الصرامة في تقديس النص، لا توجد وصفة أو إجراءات روتينية يمكن تطبيقها عالمياً عند تحليل الخطاب، ولكنها يجب أن تتم وفقاً لاهتمامات الباحث وأهدافه ومضمون الخطاب، كما لا يمكن دراسة كافة نواحي الخطاب[٢٩].

الإطـــار المنهجـــي :

نوع الدراسة ومنهجها:

تتجاوز هذه الدراسة حدود الدراسات المسحية الأولية التي تتوقف فقط عند حد استكشاف ملامح خطاب الحج في الصحافة العربية لتدخل في نطاق المسوح الوصفية[٣٠] descriptive survey التي تعني برصد وتوصيف وتحليل أبعاد هذا الخطاب ومكوناته الفرعية ووظائفه وأطره المرجعية ومساراته البرهنية ومحاولة تفسيرها عبر مقارنتها في إطار سياقات ثقافية وسياسية واجتماعية متباينة من خطاب الصحافة المصرية إلى خطاب الصحافة السعودية .

وتعتمد على منهج المسح"للمضمون"[٣١] بشقيه الوصفي descriptive والتفسيري [٣٢] analytical الذي يتيح جمع المعلومات وتصنيفها وتوظيفها في توصيف الخطاب الإعلامي وتحليله وتفسيره بما يسمح بالتقييم والمساهمة في تطوير هذا الخطاب وفقاً لمعطيات ومتغيرات العصر، خاصة وأن الحج حدث لا ينفصل عن مجمل ما يحدث للمسلمين ويدور حولهم .

أدوات الدراسة وأساليب تحليلها:

جمعت الدراسة بين تحليل المضمون وتحليل الخطاب كأداتين لمسح النصوص ومن ثم جمع المعلومات والنتائج الكمية والاستشهادات الكيفية والحجج الدالة على فئات التحليل الظاهر والتحليل الكامن المرتبط بسياق موضوعي وخلفية ثقافية وزمان ومكان معين[٣٣].

وفي سبيل تحقيق ذلك لجأت الدراسة إلى: تحليل الخطاب[٣٤]، والتحليل الكمي والكيفي[٣٥]، والتحليل المقارن[٣٦] كأساليب بحثية في تحليل النصوص الصحفية حسبما تتطلب دراسات تحليل الخطاب من عمق في التحليل وتفسير المعاني الكامنة خلف النصوص وتشابكها وعلاقاتها بالسياقات الزمنية والمكانية والثقافية والاستعانة بالاستشهادات العاكسة انوعية مسارات البرهنة والقوى الفاعلة والأطر المرجعية دون التضحية بالمؤشرات الرقمية التي تضمن في النهاية نسبية الأحكام والنتائج بالعلوم الاجتماعية وإمكانية مقارنتها لتفسير التباينات بين خطاب الصحافة المصرية وخطاب الصحافة السعودية والخروج بتصور لتجديد وتطوير خطاب الحج في المستقبل.

الإطـــار الإجـــرائي :

مجتمع الدراسة واختيار عينة الصحف والمضمون والفترة الزمنية :

تفرض طبيعة الموضوع لختيار الصحافة السعودية مجتمعاً رئيسياً لهذه الدراسة باعتبارها صحافة الدولة المضيفة للحجيج والمسئولة عن تنظيم الحج، ويفترض أن تكون الأكثر إدراكاً من سائر الصحافة العربية بأهمية الحج كفريضة وحدث وموسم ونشاط اتصالي ومورد اقتصادي ودعم سياسي كبير لمكانة الدولة السعودية عربياً وإسلامياً ودولياً، وما يتطلبه ذلك من ضرورة وجود خطط وتصورات صحفية تعكس على الأقل ملامح خطاب إعلامي شامل له أهداف ومنطلقات وأساليب وآليات، ويتوازى مع أهمية الحج المُشار إليها أعلاه، إضافة إلى الصحافة المصرية باعتبارها صحافة المجتمع الذي يحتضن الأزهر الشريف صاحب العدد الأكبر من الحجيج

والعلماء والدعاة والنشاط الإسلامي المتنوع الرسمي وغير الرسمي.

وتتحدد عينة الصحف بصحيفتي الرياض السعودية والأخبار المصرية بما فيها العدد الأسبوعي الذي يصدر يوم السبت(أخبار اليوم) كونهما صحفاً يومية كبرى وعامة من بين الأكثر توزيعاً ومقروئية نتيجة اعتياد القراء على شرائهما أو تواجدها في أماكن العمل، وارتباطهما بالأحداث اليومية وتنوع وشمول مضمونهما الذي يفترض أن يتناسب مع الحج كحدث إعلامي وموسم دعوي ونشاط اتصالي عالمي ذا أبعاد روحية ومنافع مادية مشتبكة بكل أبعاد الدين (عبادات، عقيدة، معاملات، أخلاقيات، آداب، وغيرها) ومتفاعلة مع جميع أوجه الحياة (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، إعلامية، وغيرها) فضلاً عن ضخامة وتنوع خصائص جمهور الحجيج وغيرهم من الجماهير المرتقبة التي تتابع مناسك الحج وتتمنى تأدية فريضته.

أ- **وتحددت العينة الزمنية** ببداية شوال ليس فقط كونها نهاية العمرة وبداية موسم الحج وفقاً لما حددته وزارة الحج السعودية، ولكن باعتبارها أيضاً بداية أشهر الحج بما تحمله من معاني وتفسيرات ودلالات يفترض أن تعكس تمهيداً لخطاب ديني شامل في الصحافة العربية ينطلق من مرجعية القرآن ﴿ **الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَاتٌ** ﴾[٣٧] وتنتهي الفترة الزمنية بنهاية محرم (الشهر التالي لأشهر الحج) لاستيعاب ردود الأفعال ورجع الصدى الذي يحدثه الحج محلياً وإقليمياً ودولياً.

وقد تبنت الدراسة أسلوب الحصر الشامل في مسح المادة الصحفية حرصاً منها على دقة وسلامة النتائج المرتبطة بتحليل خطاب غاية في الأهمية كخطاب الحج، وتنوع موضوعاته وفقاً للتتابع أحداثه زمنياً من الاستعداد للحج إلى ما بعد الحج، وضماناً لعدم حجب أي موضوعات تؤثر مباشرة في تتبع مسارات البرهنة ورصد القوى الفاعلة وأدوارها التي ترتبط بهذا التتابع الزمني.

تصميم استمارة تحليل المضمون وتحليل الخطاب :

جمعت الاستمارة بين فئات تحليل الخطاب (أنواع الخطاب، أطره المرجعية، مساراته البرهنية، قواه الفاعلة وأدوارها) وبعض فئات تحليل المضمون (أنماط الخطاب الصحفي، مصادره، وظائفه) التي تخدم تحليل الخطاب وتكمله وفقاً لأهداف الدراسة، كما استخدمت كشوف خاصة بالتحليل الكيفي لرصد وتدوين استشهادات الفئات الفرعية لتحليل المضمون أو للتدليل على الفئات الفرعية لتحليل الخطاب.

وفي حين تبرز عملية العد والقياس كهدف رئيس في فئات تحليل المضمون تأتي كهدف ثان في فئات تحليل الخطاب وتتقدم عليها قراءة النص بعمق وتأمل على خلفية دراية الباحث بالمرجعيات الأيديولوجية والثقافية لبيئة إنتاج النص ومعايشته للواقع الاجتماعي والسياسي الذي خرج منه هذا النص، والوقوف على حقيقة ما يريد أن يقوله النص واستنباط بعض ما لم يقله وتوضيح نواياه الظاهرة والمُستترة.

• **فئات تحليل المضمون:** [٣٨] وتشمل: أنواع الخطاب، مصادر الخطاب الصحفي، أنماط الخطاب الصحفي، وظائف الخطاب[٣٩].

• **فئات تحليل الخطاب[٤٠] وتشمل:**

- تحليل الأطر المرجعية: وهي منطلقات تحدد طبيعة الرؤية التي تنظر بها المادة الصحفية للحج وتصيغ تصوراتها بناء عليها، ومن ثم يصطبغ بها الخطاب الصحفي[٤١]، وقد استخدمها الباحث في معرفة الهوية الحقيقية للخطابات الفرعية ومنتجيها ما إذا كانت تنطلق من مبادئ دينية أو سياسية أو اقتصادية أو إنسانية وهكذا، وتستهدف هذه الطريقة معرفة المنابع التي يستقي منها منتج الخطاب تصوره أو موقفه من موضوع الخطاب[٤٢].

- تحليل مسارات البرهنة: وهي المبررات أو الحجج والشواهد التي استعانت بها الخطابات الصحفية لإثبات صحة وصدق تصوراتها ومواقفها بهدف الإقناع والتأثير في الجمهور، كالمسارات العلمية والدينية والتاريخية

أو مسارات التحيز والتعميم والمبالغات وغيرها[٤٣].

- تحليل القوى الفاعلة والأدوار المنسوبة لها: وتعني برصد الأشخاص أو الجهات ذوي الأهمية في الخطاب، والحاضرة بأدوارها وأفعالها بهدف التعرف على الفاعلين المؤثرين وتقييم الأدوار المنسوبة إليهم ما إذا كانت إيجابية أو سلبية من وجهة نظر الخطاب[٤٤]، مثل: خادم الحرمين الشريفين وزارة الحج وغيرهم.

وقد قام الباحث بتحليلها على مستويين: كمي لمعرفة الأوزان النسبية لحضور الفاعلين في الخطاب وكذلك الأوزان النسبية لطبيعة الأدوار المنسوبة إليهم، وكيفي لمعرفة الأدوار ذاتها.

وحدات التحليل والقياس والعدّ :

وقد تم اختيار "وحدة الموضوع أو النص الصحفي" أيا كان شكله خبري أو تفسيري أو رأي كوحدة للتحليل سواء في تحليل المضمون أو تحليل الخطاب، وفى إطارها تم اختيار " وحدة الفكرة" كوحدة للقياس لأنها تمكن الباحث من معرفة الفكرة الرئيسية داخل النص أو التي يدور حولها الموضوع الصحفي، كما تم استخدام معيار التكرار وسيلة للعدّ.

إجراءات الصدق والثبات :

حيث استند الباحث في صدق التحليل على تعديل صحيفة التحليل عدة مرات بحذف بعض الفئات وإضافة البعض الآخر وإعادة صياغة بعض التعريفات الإجرائية ثم مراجعة الفئات بصورة أكثر تحديداً ووضوحاً بحيث لا تتداخل فئة مع فئة أخرى كما تم عرض الصحيفة والتعريفات على مجموعة من المحكمين من ذوى الخبرة والتخصص في موضوع البحث واستفاد من ملاحظاتهم وتم تعديل الاستمارة والوصول بها إلى شكلها النهائي.

أما بالنسبة لثبات التحليل فقد تم على مرحلتين : الأولى لقياس مدى

الاتساق بين مجموعة المحليين؛ حيث قام الباحث بتحليل عينة عشوائية (١٠%) من مادة الدراسة ثم تم الاستعانة بباحث آخر لتحليل نفس العينة بنفس الوحدات والفئات وفى الفترة الزمنية ذاتها، ومن مقارنة النتائج وجد أن نسبة الاتساق في الفئات المختلفة تتراوح ما بين ٩٥ إلى ١٠٠% مما يعنى وضوح الفئات وصلاحيتها للتحليل، والثانية لقياس الاتساق الزمني حيث قام الباحث بإعادة التحليل مرة أخرى بعد شهر لحساب معامل ثبات التحليل، ومن مقارنة النتائج المتوصل إليها وجد أن نسبة الاتساق بين الفترتين تتراوح من ٩٨% إلى ١٠٠% وهى نسبة كافية لبداية التحليل.

الإطار التطبيقي : تحليل خطاب الحج في الصحافة العربية :

بلغت المواد الصحفية التي تشكل منها خطاب الحج في الصحافة العربية (٥٥٢) موضوعاً صحفياً منها (٤٩٠) بجريدة الرياض، (٦٢) بجريدة الأخبار وأخبار اليوم، أي أن ما نشرته الصحيفة السعودية يبلغ تسعة أضعاف ما نشرته الصحيفة المصرية تقريباً (٨٨,٧٧%في مقابل١١,٢٣%) لكونها تمثل صحافة الدولة المُضيفة والمُنظمة لموسم الحج .

أولاً : أنواع خطاب الحج في الصحافة العربية :

بلغت خطابات الحج الفرعية تسعة عشر خطاباً في الصحافة العربية غطت كل ما يتصل بالحج كفريضة وحدث وموسم دعوى، ولكن أجندة هذه الخطابات تباينت لصالح الحج كحدث رسمي أكثر منه كحدث شعبي وفريضة دينية ذات أبعاد مجتمعية متداخلة مع كافة أنشطة الحياة.

فقد جاء الخطاب التنظيمي الذي تُبرز فيه الصحافة العربية جهود الحكومتين السعودية والمصرية في التنظيم لموسم الحج وإعداد كافة الترتيبات والتجهيزات اللازمة في الترتيب الأول (٢٢,٨٣%) ، واحتل نفس الخطاب الترتيب الأول في الصحيفتين، ولكنه بنسبة أكبر في الصحيفة المصرية (٢٩,٠٣%) ونسبة أقل في الصحيفة السعودية (٢٢,٠٤%) .

ومن الموضوعات الدالة على الخطاب التنظيمي في الصحيفة

المصرية ما نشرته الأخبار عن: خطة لتصعيد الحجاج المصريين للمشاعر المقدسة بمنى وعرفات[٤٥]، تنسيق تام بين البعثات المصرية لضمان سلامة الحجاج غداً بعرفات[٤٦].

كما أن أول الموضوعات الدالة على الخطاب التنظيمي في الصحيفة السعودية ما نشرته الرياض: ١٥ شوال نهاية موسم العمرة ولا تمديد للتأشيرة إلى الحج[٤٧]، التويجري يترأس اجتماع قيادات الدفاع المدني بالحج[٤٨]، بحث ضوابط ومعايير إسكان الحجاج في مشعر منى[٤٩].

وقد سجّل خطاب الخدمات الذي يُبرز ما قدمته الحكومتان المصرية والسعودية بالفعل من أجل راحة الحجاج وسلامتهم وتيسير أدائهم لمناسك وشعائر الحج وإقامتهم وتحركاتهم حتى عودتهم إلى ديارهم الترتيب الثاني (١٥,٢٢%) ولكنه بنسبة أكبر في الصحيفة السعودية (١٥,٥١%) من الصحيفة المصرية (١٢,٩٠%).

ومن موضوعاته في الصحيفة السعودية: الحج تُخصص رقماً مجانياً للرد على استفسارات حجاج الداخل[٥٠] لجنة السقاية والرفادة توزع سبعة ملايين وجبة على ضيوف الرحمن[٥١]، أما موضوعاته في الصحيفة المصرية فمنها: تأشيرات جديدة للحجاج الذين مُنعوا من السفر[٥٢]، الحجاج يشيدون بالتيسيرات غير المسبوقة[٥٣].

وفي الترتيب الثالث والرابع جاء الخطاب الدعائي (٩,١٨%)، والخطاب الإعلامي (٨,٩٨%) بالصحيفة السعودية فقط يروجان لنجاح الحكومية السعودية في تنظيمها لموسم الحج من جانب[٥٤].

والجهود الإعلامية الميذولة من جانب آخر[٥٥] بينما تراجع خطاب التوعية والإرشاد الذي يمثل أهم خطابات الحج[٥٦] للترتيب الخامس (٧,٠٧%) ولكنه جاء في آخر اهتمامات الصحيفة المصرية (١,٦١%) وفي خامس اهتمامات الصحيفة السعودية (٧,٧٦%).

وجاء الخطاب السياسي الذي يربط الحج بالزعماء والأحداث

السياسية[٥٧] في الترتيب السادس (٦,٧٠%) ولكنه بنسبة أكبر في الصحيفة المصرية (١١,٢٩%) عنها في الصحيفة السعودية (٦,١٢%) ثم الخطاب الصحي والبيئي الذي يستهدف الحفاظ على صحة الحجيج[٥٨] في الترتيب السابع (٥,٩٨%) ولكنه يأتي بنسبة أكبر في الصحيفة السعودية (٦,٥٣%) عنها في الصحيفة المصرية (١,٦١%).

ويتراجع خطاب المشاكل التي تواجه الحجاج [٥٩] إلى الترتيب الثامن (٤,٣٤%) وبنسب متقاربة في الصحيفتين (٤,٨٤%) للأخبار، (٤,٢٩%) للرياض، ويأتي الخطاب الأمني الذي يرصد حوادث الحجاج والجهود الأمنية [٦٠] في الترتيب التاسع (٣,٦٢%) ولكنه بنسبة أكبر في الصحيفة المصرية (٨,٠٦%) عنها في الصحيفة السعودية (٣,٠٦%)، ويتأخر الخطاب الفقهي والدعوي[٦١] رغم أهميته إلى الترتيب العاشر (٣,٤٤%) ولكنه بنسبة أكبر في الصحيفة المصرية (١٢,٩١%) عنها في الصحيفة السعودية (٢,٤٤%).

كما تتأخر بقية الخطابات رغم أنها الأكثر أهمية؛ فيأتي خطاب التعريف بالحج والتهيئة النفسية له[٦٢]، وخطاب الظواهر السلبية الكبرى المتكررة مع موسم الحج[٦٣] في الترتيب الحادي عشر (٢,٣٦%) لكل منها، ولكن خطاب التعريف والتهيئة يأتي في الصحيفة المصرية بنسبة أكبر (٨,٠٦%) عن الصحيفة السعودية (١,٦٣%) بينما لا يظهر خطاب الظواهر الكبرى إلا في الصحيفة السعودية فقط (٢,٦٥%).

ويأتي الخطاب الثقافي الذي يهتم بتوثيق وتاريخ الحج والجوانب النادرة في حياة الحجاج[٦٤] في الترتيب الثاني عشر (٢,٤٥%) مقتصراً على الصحيفة السعودية فقط، ثم خطاب تطوير الحج المعنى بتقديم المقترحات[٦٥] في الترتيب الثالث عشر (١,٩٩%) ولكنه بنسبة أكبر في الصحيفة المصرية (٣,٢٣%) عنه في الصحيفة السعودية (١,٨٤%)، ثم خطاب المناسك والشعائر[٦٦]، وخطاب تقويم الحج[٦٧]، والخطاب الإنساني[٦٨] المعنى بذوي الاحتياجات الخاصة والأطفال والكبار والحالات الحرجة في الترتيب الرابع

عشر (١,٢٧%) وتخلو الصحيفة المصرية من خطاب المناسك والشعائر ولكنها تهتم أكثر من الصحيفة السعودية بخطاب تقويم الحج والخطاب الإنساني (٣,٢٣% في مقابل ١,٢٢) لكل خطاب.

وفي الترتيب الأخير يأتي خطاب المنافع المادية والاقتصادية للحج[٦٩] (١,٢٢%) وخطاب تعظيم المشاعر والحرمان [٧٠] (١,٠٢%) في الصحيفة السعودية فقط.

ثانياً: مصادر خطاب الحج في الصحافة العربية:

اعتمد خطاب الحج في الصحافة العربية بشكل رئيس على تصريحات المسئولين[٧١] واجتماعاتهم وتحركاتهم والقرارات التنظيمية التي تصدر عنهم (٥٩,٢٠%) وبنسب متقاربة في الصحيفتين: السعودية (٥٩,٣٣%)، والمصرية (٥٨,٠٦%)، ثم تأتي المصادر الإعلامية والإعلاميون ومراكز الإعلام وإدارات العلاقات العامة[٧٢] في الترتيب الثاني (١٢,٢٦%) ولكنها بنسبة أكبر في الصحيفة السعودية (١٢,٥٧%) عن الصحيفة المصرية (٩,٦٨%).

-الجمهور من الحجيج وغيرهم [٧٣] (٦,٣٠%) وتعتمد عليه الصحيفة المصرية أكثر من الصحيفة السعودية (٦,٦٨% في مقابل ٣,٢٣%).

- وتأتي بقية المصادر كمصادر ثانوية مثل: المتخصصين كالدعاة والعلماء وأئمة المساجد وأساتذة ومشايخ الأزهر والأطباء وغيرهم[٧٤] (٦,٦٥%) واعتمد عليها خطاب الصحيفة المصرية أكثر من خطاب الصحيفة السعودية (١٦,١٢% في مقابل ٥,٥٠%).

- الخطب والندوات وورش العمل[٧٥] والتي اعتمد عليها خطاب الصحيفة السعودية فقط (٤,٥٢%)، النصوص الدينية [٧٦] (٣,٥٠%) وبنسب متقاربة في الصحيفتين: السعودية (٣,٥٤%)، والمصرية (٣,٢٣%).

- الانترنت، وثقافة الكاتب وخبراته الذاتية [٧٧] (٢,٤٥%) لكل منها،

إلاَّ أن خطاب الصحيفة المصرية لم يعتمد على الانترنت مطلقاً، بينما اعتمد على ثقافة الكاتب وخبراته الذاتية أكثر من خطاب الصحيفة السعودية (٩,٦٨%) في مقابل ١,٥٧%).

-النشرات والمطويات، والكتب والدراسات[٧٨] التي اعتمد عليها خطاب الصحيفة السعودية فقط (١,٧٧%) لكل منها.

ثالثاً: أنماط خطاب الحج في الصحافة العربية:

جاء خطاب الحج في الصحافة العربية خطاباً إخبارياً (٨٤,٧٨%) ولم تظهر خطابات التفسير، والرأي إلاَّ قليلاً (٧,٢٥%، ٦,٨٨%)، ويندر ما يلجأ الخطاب إلى الفتاوى وأسئلة ورسائل القراء (١,٠٨%)، إلاَّ أن اعتماد الصحيفة السعودية على الخطاب الخبري كان أكثر من الصحيفة المصرية (٨٧,٧٦% في مقابل ٦١,٢٩%) بينما اعتمدت الصحيفة المصرية على خطابات الرأي والتفسير أكثر من الصحيفة السعودية (١٦,١٣% في مقابل ٥,٧١%) لخطابات الرأي، (١٢,٩٠% في مقابل ٦,٥٣%) لخطابات التفسير، ولم يعتمد خطاب الصحيفة السعودية مطلقاً على رسائل القراء، أو الرد على أسئلتهم، بينما اعتمد عليهما خطاب الصحيفة المصرية بنسب قليلة (٦,٤٥%) للفتاوى والأسئلة، (٣,٢٣%) لرسائل القراء.

رابعاً: وظائف خطاب الحج في الصحافة العربية:

قدم خطاب الحج في الصحافة العربية عشرة وظائف لم تعكس في ترتيبها اهتمامات الجمهور بقدر ما عكست اهتمامات الجهات الرسمية المسئولة عن تنظيم الحج، حيث جاءت الوظيفة الإعلامية[٧٩] والوظيفة الدعائية[٨٠] لأنشطة الجهات المسئولة عن الحج في الترتيب الأول والثاني بنسب تجاوزت نصف ما قام به إجمالي الخطاب من وظائف (٢٨,٩٩%، ٢٧,١٧%)، ثم شغلت الوظائف الأخرى التي تعكس الاحتياجات الضرورية للحجيج الترتيبات من الثالث إلى العاشر بنسب تقل في إجمالها عن إجمالي الوظيفتين الإعلامية والدعائية؛ حيث تقع وظيفة التوعية والإرشاد[٨١] في

الترتيب الثالث (٢١,٢٠%)، ثم الوظيفة النقدية[٨٢] (٧,٤٣%)، وظيفة التثقيف[٨٣] (٤,٨٩%)، وظيفة رفع الروح الإيمانية[٨٤] (٣,٢٦%)، وظيفة المساهمة في تطوير الحج[٨٥] (٢,٥٤%)، وظيفة التهيئة المعرفية والنفسية للحجيج[٨٦] (٢,٣٥%)، الوظيفة الإنسانية[٨٧] (١,٩٩%)، وظيفة الإمتاع والترفية[٨٨] (٠,١٨%) مقتصرة على الصحيفة السعودية فقط.

ورغم أن هذه النتيجة العامة تنسحب على الخطابين المصري والسعودي، إلاّ أن خطاب الصحافة السعودية كان دعائياً أكثر (٢٩,٣٩%) في مقابل (٩,٦٨%)، بينما كان خطاب الصحافة المصرية إعلامياً أكثر (٥٠% في مقابل ٢٦,٣٣%).

أما الوظائف الأساسية التي تلبي الاحتياجات الضرورية للحج والحجيج، فقد كان اهتمام الخطاب المصري أكثر بوظيفة المساهمة في تطوير الحج، والتهيئة المعرفية والنفسية للحجيج (٨,٠٦%) لكل منها مقابل (١,٨٣%، ١,٦٣%) للخطاب السعودي، بينما جاء اهتمام الخطاب السعودي أكثر في وظائف: التوعية والإرشاد (٢١,٨٤% في مقابل ١٦,١٣%)، الوظيفة النقدية (٧,٩٦% في مقابل ٣,٢٣%)، وظيفة التثقيف التي اقتصرت على الخطاب السعودي (٥,٥١%)، وظيفة رفع الروح الإيمانية (٣,٢٧% في مقابل ٣,٢٣%). الوظيفة الإنسانية (٢,٠٤% في مقابل (١,٦١%)، وظيفة الترفيه والإمتاع التي اقتصرت على الخطاب السعودي فقط (٠,٢٠%).

خامساً: الأطر المرجعية لخطاب الحج في الصحافة العربية:

تنوعت الأطر المرجعية التي انطلقت منها خطابات الحج الفرعية في الصحافة العربية، وجاءت المرجعية الخدمية والأمنية التي تستهدف الحفاظ على سلامة الحجاج وتيسير سبل الراحة لهم[٨٩] في الترتيب الأول (٢٥,٣٦%) ثم المرجعية التنظيمية والإدارية (٢٠,١١%) التي تستهدف إحاطة الحجاج والمجتمع علماً بكل الإجراءات التنظيمية الخاصة بموسم الحج حتى وإن كانت تصب في وظائف إعلامية تُبرز نشاط المسئولين أكثر منها

توعية للحجاج والمجتمع[٩٠] وتشغل المرجعية الدينية التي تستهدف تهيئة الحجاج وتعريفهم بالحج[٩١] الترتيب الثالث (٩,٧٨%)، تليها المرجعية السياسية التي تستهدف توظيف موسم الحج والخدمات المقدمة لرؤساء الدول وبعض الحجاج على الحدود في إضفاء المكانة السياسية وتسجيل دور سياسي[٩٢] وذلك بنسبة (٩,٦٠%) ثم المرجعية الدعائية التي تستهدف الترويج والتضخيم للجهود المبذولة للحصول على شهادات الثناء والمديح[٩٣] في الترتيب الخامس (٨,١٥%) ومقتصرة على الخطاب السعودي فقط.

وتأتي المرجعية الإنسانية التي تستهدف مساعدة ذوي الحاجة من الأطفال والكبار والحالات الحرجة والاحتياجات الخاصة[٩٤] في الترتيب السادس (٦,٧٠%)، ثم المرجعية الطبية[٩٥] التي تستهدف صحة الحجاج في الترتيب السابع (٥,٦٢%)، يليها المرجعية الاقتصادية التي تستهدف إبراز المنافع المادية للحج [٩٦] (٣,٦٩%) ثم المرجعية الاجتماعية التي تُظهر سلوكيات تعامل الحجاج وتقاليدهم وثقافة جنسياتهم المختلفة[٩٧] في الترتيب الثامن (١,٢٧%)، فالمرجعية التاريخية عن أحوال الحج والحجيج في الماضي[٩٨] (٠,٩١%)، والمرجعية البيئية التي تُعني بسلامة البيئة (٠,٣٦%).

وثمة تباينات نسبية في أجندة الأطر المرجعية التي أنطلق منها خطاب الصحافة السعودية وخطاب الصحافة المصرية، حيث استند الخطاب المصري أكثر على: المرجعية الخدمية والأمنية (٣٨,٧١% في مقابل ٢٣,٦٧%)، والمرجعية السياسية (١٢,٩١% في مقابل٩,١٨%)، والمرجعية الدينية (١٦,١٣% في مقابل ٨,٩٨%) والمرجعية الاجتماعية (٦,٤٥% في مقابل ٠,٦١%)، بينما استند الخطاب السعودي أكثر على :

المرجعية التنظيمية (٢٠,٢١% في مقابل ١٩,٣٥%)، والمرجعية الإنسانية (٧,١٤% في مقابل ٣,٢٣%)، والمرجعية الطبية (٦,١٢% في مقابل ١,٦١%)، والمرجعية الاقتصادية (٤,٢٩% في مقابل ١,٦١%)، كما

استند الخطاب السعودي إلى مرجعيات لم يستند إليها الخطاب المصري كالمرجعية الدعائية (٩,١٨%)، المرجعية الإعلامية (٨,٩٨%)، المرجعية التاريخية (١,٠٢%)، المرجعية البيئة (٠,٤١%).

سادساً: مسارات البرهنة لخطاب الحج في الصحافة العربية :

توزعت مسارات البرهنة لخطاب الحج في الصحافة العربية على ثلاثة محاور: مسارات منطقية (٨٢,٤٢%)، مسارات غير منطقية (٨,١٩%)، مسارات غير مبرهنة (٩,٣٩%)، حيث استند الخطاب في غالبيته العظمى على أربعة مسارات أساسية لإثبات صحة توجهه والتدليل على مصداقية طرحه وهي: البرهنة العلمية التي تشمل الأرقام والإحصاءات والقوانين والنظم ونتائج البحوث والدراسات وتوصيات الندوات وورش العمل والخطط والتفكير المنطقي والراقعي[٩٩] وشغلت الترتيب الأول (٢٥,٩١%).

والوقائع والأحداث[١٠٠] التي شهدها موسم الحج والحجاج في الترتيب الثاني بنسبة (١٩,٦٩%)، وأقوال المسئولين وتصريحاتهم[١٠١] التي كانت تترجم ما تم فعله أو ما سيتم فعله (١٩,٣٩%)، المسارات الدينية [١٠٢] من نصوص قرآنية وأحاديث وسير وقصص وفتاوى وأحكام (١٤,٥٥%).

بينما لجأ الخطاب إلى المسارات الأخرى بشكل ثانوي:

التوثيق والخلفيات التاريخية للحج [١٠٣] (٢,٨٨%)، تعميم وتنميط المواقف والأوصاف وخاصة التي تنعت بها إنجازات الحكومة والمسئولين في نجاح موسم الحج وخدمة الحجاج[١٠٤] وخاصة أثناء أزمات وحوادث الحج[١٠٥] (٢,٧٣%)، المبالغات بالتهوين أو التهويل لأنشطة المسئولين أو لأفكار بعينها[١٠٦] (٢,٥٨%).

وعلى الرغم من توافق الخطابين المصري والسعودي مع هذه النتيجة العامة، إلاَّ أن ثمة تباينات بينهما يمكن ملاحظتها بوضوح، حيث يستند الخطاب المصري أكثر على: أقوال المسئولين (٤٢,٢٥% في مقابل ١٦,٦٤%)، والوقائع والأحداث (٣٣,٨٠% في مقابل ١٨%)، المسارات

الدينية (١٦,٩٠% في مقابل ١٤,٢٦%) بينما يستند الخطاب السعودي أكثر على: المسارات العلمية (٢٨,٥٢% في مقابل ٤,٢٣%) والمسارات التاريخية (٣,٠٥% في مقابل ١,٤١%) والمبالغات (٢,٧٢% في مقابل ١,٤١%).

وقد لجأ الخطاب السعودي إلى التعميم (٣,٢٣%)، والتحيز (٣,٠٥%) في حين لم يلجأ الخطاب المصري لذلك.

سابعاً: القوى الفاعلة وأدوارها في خطاب الحج بالصحافة العربية:

ثمة العديد من القوى الفاعلة في خطاب الحج نظراً لتشابكه مع كافة أجهزة المجتمع في الدولة المنظمة (السعودية) ومع بعض الجهات في مصر، حيث كشفت الدراسة عن وجود ثمانية قوى فاعلة مشتركة في الخطابين المصري والسعودي، وعشرة قوى فاعلة في الخطاب السعودي فقط، وأربعة في الخطاب المصري فقط.

ففي الخطاب المصري جاءت بعثة الحج الرسمية كأكبر قوة فاعلة في تنظيم الحج المصري والتنسيق مع الجهات السعودية المسئولة لضمان توافر المناخ الملائم لأداء المناسك والشعائر على أفضل وجه، وقد بلغ تكرارها (٢٤) موضوعاً صحفياً من أصل (٦٢) أي: ما نسبته (٢٤,١٩%) وكانت أدوارها جميعها إيجابية (١٠٠%) وبرزت خلالها شخصيات فاعلة كرئيس بعثة الحج الرسمية ورئيس الجهاز التنفيذي لحجاج مصر.

وفي الترتيب الثاني تأتي الشخصيات المعنية بالدعوة والتثقيف (١٦,١٣%) ومن أبرزها شيخ الأزهر، ووزير الأوقاف، والدكتور/ أحمد عمر هاشم ، وقد كانت أدوارهم في الخطاب إيجابية (١٠٠%) حيث قام شيخ الأزهر ووزير الأوقاف بتوديع أفواج الحجاج وخاصة حجاج البواخر وتوعيتهم بمكانة الحج وغرس الانتماء الوطني للحجاج عبر دعائهم لمصر بنعمة السلام والرخاء والأمان، كما أوضح الدكتور/ أحمد عمر هاشم في عدة مقالات علاقة الحج بالتوحيد، وحجة الوداع وحقوق الإنسان.

وجاءت مصر للطيران في الترتيب الثالث (١٢,٩٠%) لتقوم بأدوار

إيجابية كتوفير أماكن لكل الحجاج، وسرعة إجراءات سفرهم وسلامة الحجاج المسافرين، ومساعدة كبار السن والأميين في المطارات وداخل الطائرات، ثم وزارة التضامن الاجتماعي والجمعيات الخيرية في الترتيب الرابع (٩,٦٨%) وجاءت أدوارها جميعاً إيجابية، حيث استطاعت أن تنظم رحلة الحجة بنفس مزايا الحج الرسمي، وأفضل من الحج السياحي وبتكلفة أقل وتنسيق مستمر مع بعثة الحج الرسمية في كافة الاستعدادات والإجراءات التي تخدم الحجيج.

وفي الترتيب الخامس تأتي بعثة الحج السياحي (٦,٤٥%) ذات أدوار يراها خطاب الصحيفة المصرية كلها إيجابية وتدور في فلك تنظيم رحلة الحج السياحي والتنسيق مع البعثة الرسمية، وتوفير أفضل الخدمات للحجاج، ثم وزارة السياحة وشركاتها في الترتيب السادس (٤,٨٤%) وينسب لها الخطاب الصحفي أدواراً سلبية في تأخير سفر الحجاج، والارتباك الذي ساد الحجاج المسافرين قبل يوم عرفة لافتقاد شركات السياحة احتياطاتها بموعد عرفة وفقاً للرؤية السعودية، وعدم الالتزام برد المبالغ المستحقة للحجاج عوضاً عن تكاليف الأيام التي لم يقضوها في مكة المكرمة نتيجة للتأخير، كما يأتي المفتي في نفس الترتيب (٤,٨٤%) ليلعب في الخطاب دوراً مهماً بمرافقته للبعثة الرسمية وتقديمه دروساً في المدنية المنورة والمشاعر المقدسة بمكة المكرمة وخطبة يوم عرفة وفتاواه الميسرة حرصاً على سلامة الحجاج وأهمها إباحة رمي الجمرات طوال اليوم.

ثم ينسب الخطاب أدواراً ثانوية ولكنها إيجابية لكل من: القنصليات والبعثات المصرية في السعودية (٣,٢٣%) كاستقبال القنصل لوفد البعثة الرسمية وتسهيل الاتصال بالجهات السعودية المسئولة، القطاع الصحي (٣,٢٣%) الذي نُسب له دورٌ في التوعية الصحية فيما أسماه خطاب الأخبار "بحج بدون متاعب صحية"، وأدواراً أخرى لمحافظ سينا في تسهيله دخول الحجاج الفلسطينيين لغزة، ولصحيفة عرب نيوز السعودية لاقتراح منسوب إليها باستخدام القطارات لنقل الحجاج بين المناسك، ووزير الحج السعودي

لما نُسب إليه من أدوار لراحة الحجاج وسلامتهم وخاصة في رمي الجمرات عبر ثلاث طوابق، والرئيس مبارك ونظامه السياسي لما نُسب إليه من أدوار إيجابية في حل مشكلة الحجاج الفلسطينيين الذين كانت تمنع إسرائيل خروجهم من غزة واستضافتهم بعد عودتهم على الحدود المصرية وتأمين عودتهم ودخولهم مرة أخرى، وأدوار إيجابية منسوبة لحركة حماس عبر الإشادة بموقف مصر والرئيس مبارك تجاه الحجاج الفلسطينيين، وأدواراً إيجابيه للهلال الأحمر المصري لدوره الإنساني مع الحجاج.

أما في الخطاب السعودي، فقد نُسبت الأدوار بالترتيب لكل من:

١- وزارة الداخلية (٢١,٢٢%) وجاءت أدوارها جميعها إيجابية في: انخفاض نسبة المعتمرين المتخلفين[١٠٧] إنهاء إجراءات قدوم الحجيج[١٠٨]، المحافظة على سلامة حجاج بيت الله الحرام[١٠٩] رعاية أبناء الوطن وغرس الثقة بالنفس بتحجيج المتعافين من إدمان المخدرات[١١٠] مكافحة ظاهرة التسول في الحج[١١١] خدمة ضيوف الرحمن[١١٢] توعية الراغبين في الحج بشروط الحصول على التصريح[١١٣] مواجهة مشكلات الحجاج والحجاج كظاهرة الافتراش، والحجاج التائهين، ومراقبة حركة الحشود في المشاعر المقدسة والحرم وغيرها[١١٤].

٢- الدفاع المدني (١٢,٨٦%) وجاءت أدوارها جميعها إيجابية في: العمل على تلافي أي مخاطر على سلامة الحجاج[١١٥]، حماية الحجاج وقت الخطر[١١٦]، سبل الوقاية من الحريق[١١٧] مراقبة الحشود وخاصة أثناء رمي الجمرات والتدخل سريعاً لمواجهة أي خطر[١١٨] توعية الحجاج[١١٩] بتعليمات السلامة في جميع احتمالات الخطر.

٣- القطاعات الصحية (١٠,٦١%) وجاءت أدوارها كلها إيجابية في: الحرص على صحة وسلامة الأطفال المرافقين للحجاج[١٢٠] خدمة الاستعلام عن الحجاج المنومين والمتوفين عبر الانترنت[١٢١] إسعاف حالات التسمم والحالات الطارئة بشكل عام[١٢٢] التوعية بسبل الوقاية المبكرة قبل موسم

الحج من كافة الأمراض والأمراض المعدية والأمراض الجلدية، سلامة البيئة وتنظيف المشاعر المقدسة من الحشرات[١٢٣].

٤- وزارة الحج (٩,٨٠%) ونُسبت لها أدوار إيجابية (٩٣,٧٥) كالتحذير من الشركات الوهمية [١٢٤] ، تقديم كافة الخدمات والتسهيلات لحجاج بيت الله الحرام وتمكينهم من أداء الحج في أجواء مفعمة بالسكينة والطمأنينة[١٢٥] حماية الحجاج من عمليات الخداع والنصب[١٢٦] تشجيع الإعلاميين ليقوموا بدورهم الأمثل في توعية الحجاج[١٢٧] كما نُسبت لها أدوارٌ سلبية (٦,٢٥) تقليص أعداد الحجاج لحملات الداخل مما تسبب في ارتفاع أسعار الحج[١٢٨].

٥- الإمارات والمحافظات (٨,٩٨%) ونسب لها الخطاب أداوراً إيجابية: استقبال جميع الحجاج المارين على مناطق المملكة المختلفة وتقديم كافة الخدمات لهم على مدار الساعة[١٢٩].

٦- خادم الحرمين الشريفين (٥,٧١%) ونُسبت له أدوار كلها إيجابية: استضافة حجاج من كل قارات العالم، دعوة بعض رؤساء الدول للحج، توجيه كافة الأجهزة المعنية بالحج بتقديم أفضل ما لديهم لضيوف الرحمن، توجيه الشكر والتقدير لكافة الأجهزة والشخصيات الفاعلة في موسم الحج[١٣٠].

٧- وزارة الشئون الإسلامية (٥,٥١%) وقد نسب لها الخطاب أدواراً إيجابية (٧٤,٠٧%) من أهمها: المحاضرات التي نظمتها مكاتب الدعوة والإرشاد في مناطق المملكة، وضع الخطة التوعوية الجديدة، وإقامة شبكة اتصالات بين مراكز التوعية، الرد الآلي على أسئلة الحجاج[١٣١]، كما نسب لها الخطاب أدواراً سلبية (٢٥,٩٣%) كدورها التقليدي في الدعوة، وضعف تأثيرها على الحجاج[١٣٢].

٨- وسائل الإعلام والدعوة (٤,٩٠%) ونُسبت لها أدوار إيجابية (٨٧,٥%) التغطية الصحفية والإعلامية لموسم الحج وللمؤتمرات الصحفية

التي تعقدها القيادات، تزويد الحجاج بالمعلومات والمعرفة عن كافة جوانب الحج الدينية والأمنية والصحية وغيرها، استكمال موسوعة الحج التي تقدمها الإذاعة في حلقات، البث التوعوي بتقنية البولوتوث والشاشات، توزيع مليون ونصف مطوية دعوية على الحجاج، تقديم خدمات الانترنت مجاناً، هدية لكل حاج تتضمن المصحف الشريف وكل ما يتعلق بالحج، بيان مناسك الحج، إرسال الرسائل الترحيبية والتوعوية للحجاج فور وصولهم، نقل شعائر الحج إلى جميع الدول والشبكات العالمية على الهواء مباشرة وعلى تكلفة المملكة، استضافة الإعلاميين الوافدين لتغطية موسم الحج(١٣٣).

كما نُسبت بعض الأدوار السلبية لوسائل الإعلام والدعوة (١٢,٥%) لأنماطها التقليدية في الدعوة، وعجزها عن التعريف بالإسلام وإيضاح صورته ومُثله، وإهمالها دعوة أهل الكتاب والملحدين والوثنيين، وعدم تركيزها على القيم التي يعكسها الحج كتظاهرة إسلامية عالمية(١٣٤).

٩- المهتمون بالدعوة والتثقيف (٤,٤٩%) ومن أبرزهم المفتي العام، ووزير الشئون الإسلامية، والشيخ صالح الفوزان، والشيخ سعد البريك، وأئمة وخطباء المسجد الحرام ومدير ووكيل جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وقد نُسبت لهم أدوارٌ كلها إيجابية: تحذير الحجاج من البدع في أداء المناسك بحجة التقليد أو التعلق بالأولياء، بيان صفة الأنساك للحج وخاصة حجة الوداع، توجيه كلمة للحجاج والدول الإسلامية، دعوة الحجاج بالتزلم الخشوع والسكينة وحفظ قدسية مكة المكرمة، توعية رجال الأمن بأهمية الإخلاص في العمل والتسامح مع الحجاج، التوعية بفضائل الحج وأحكامه وتعظيم الشعائر والحرمات، إظهار رحمة الإسلام للعالم كله، والدعوة لتحقيق أهداف فريضة الحج، ومطالبة الدعاة في كل مكان بالتيسير على الحجاج في الإفتاء والرد على الأسئلة والاستفسارات، تقديم الخلفيات التاريخية عن الحج ومواقيته ومشاعره المقدسة في الحرم ومنى وعرفات ومزدلفة(١٣٥).

١٠- الطيران والخطوط الجوية السعودية (٢,٨٦%) وجاءت أدوارها إيجابية في نقل الحجاج من كافة الدول، وحسن معاملتهم واستقبالهم، وخدمة الأطفال والكبار والحالات المرضية داخل المطارات والطائرات[١٣٦].

١١- الحجاج (٢,٦٥%) وقد نسب لهم الخطاب أدواراً إيجابية (٦١,٥٤%) كالإشادة بالشعب السعودي والمعاملة الحسنة من موظفي المطار والجوازات وسرعة إنهاء الإجراءات، كما حثّ حجاج غزة المجتمع الدولي والعربي والإسلامي وعلى رأسهم مصر لتمكينهم من السفر لأداء أبسط حقوقهم بأداء الشعائر الدينية[١٣٧]. كما نسب الخطاب للحجاج أدواراً سلبية (٣٨,٤٦%) كالافتراش في المشاعر المقدسة وخاصة في منى وما يسببه ذلك من تعطيل السير، الجلوس في الأنفاق، إشعال اللهب في المخيمات، محاولات الحج غير النظامية كالاعتماد على التصاريح المزورة أو دخول مكة المكرمة بدون تصريح، عادة تكرار الحج وما تسبب من زحام[١٣٨].

١٢- دار الإفتاء والمفتي (٢,٤٥%) ونسبت لها أدوارٌ إيجابية في تقديم المحاضرات عن صفة الأنساك في الحج وإقامة الندوات التي توضح الحج من جميع جوانبه، وتوجيه الكلمات للحجاج وقادة ودول العالم الإسلامي، وانتقال المفتي ولجنة الإفتاء لمباشرة عملهم في مكة المكرمة، والانتقال لمنى يوم الثامن للرد على أسئلة الحجاج، فضلاً عن إصدار الفتاوى العامة التي تيسر على الحجاج أداء مناسكهم كجواز ارتداء السراويل التي تمنع التسلخات طوال فترة الإحرام[١٣٩].

١٣- البعثات والقنصليات (٢,٤٥%) ونسب لها الخطاب أدواراً إيجابية كالإشادة بتعامل الشعب السعودي والمسئولين مع الحجاج وبمستوى الخدمات المقدمة[١٤٠].

١٤- مؤسسات الطوافة التي تشرف على حجاج الخارج (١,٢٢%) ونسب لهم الخطاب أدواراً إيجابية (٥٠%) في حسن استقبالهم للحجاج

بالهدايا وتيسير إجراءات تنقلاتهم وإسكانهم وحثهم على الالتزام[١٤١]، كما نسب لهم أدواراً سلبية (٥٠%) في تدني الخدمات المقدمة، وعدم الوفاء بالالتزامات، والتعامل التجاري مع الحجاج على حساب خدمتهم وراحتهم[١٤٢].

١٥- لجان الحج التي تضم العديد من الجهات ذات الصلة (١,٢٢%) وتتبثق من لجنة الحج العليا التي يرأسها الأمير نايف وزير الداخلية، ونسب لها الخطاب أدواراً كلها إيجابية لأنها تبحث في كافة التدابير والضوابط والمعايير الخاصة بإسكان الحجاج وتنقلاتهم وسلامتهم وتقديم كافة التسهيلات لهم[١٤٣].

١٦- مؤسسات حجاج الداخل (١,٢٢%) وقد نسب لها الخطاب أدواراً كلها سلبية لارتفاع أسعارها الذي دفع الحجاج للافتراش، وأثرها السلبي على الاقتصاد الوطني، وحاجتها إلى التقويم والمراجعة، وإعفاء رئيس لجنة الكشف على مساكن الحجاج وتكليف أحد المهندسين بأعمال اللجنة[١٤٤].

١٧- معهد أبحاث الحج (٠,٨٢%) وينسب له الخطاب أدواراً إيجابية في تقديم البحوث والدراسات التي تعالج كل ظواهر ومشكلات الحج في كافة المجالات الهندسية والسكنية والنقل والبيئة والتوعية والإرشاد والافتراش والحشود وغيرها، بالإضافة إلى تنظيم ورش العمل والندوات والمشاركة في إعداد الرسائل الإرشادية مع الجهات الأخرى المعنية[١٤٥].

١٨- وهناك قوى فاعلة أخرى (١,٠٢%) نسب لها الخطاب أدوار إيجابية مثل: مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة الذي مكن الحجاج والمعتمرين ذوي الاحتياجات الخاصة من أداء مناسك الحج بكل يسر[١٤٦]، وزارة النقل التي يسرت حركة النقل والسير داخل مكة المكرمة وإليها والمشاعر المقدسة أيضاً، وتوعية الحجاج والمواطنين بالوسائل الإرشادية الجديدة من الشاشات الإلكترونية المحملة على الحافلات[١٤٧] ومصر للطيران التي أشادت بالسلطات السعودية في تسهيلات رحلات الحج[١٤٨].

الخاتمـــة

أولاً: النتائج العامة وتفسيرها :

١ ــ كشفت الدراسة عن اتساع الفجوة بين الخطاب الصحفي للحج، والواقع الذي يحمل الكثير من معاناة الحجاج على الأرض، حيث تقدمت الخطابات التي تبرز جهود الحكومتين المصرية والسعودية لتمثل الصدارة في الترتيب الأول والثاني (الخطاب التنظيمي، خطاب الخدمات) وتراجعت الخطابات التي تمثل احتياجاً ضرورياً لتطوير الحج والتي تعني بتقويم موسم الحج ومناقشة المشكلات التي تواجه الحجاج ومعالجة الظواهر الكبرى التي توطنت في الحج زماناً ومكاناً كالافتراش والسرقة والحجاج التائهين وتكرار كثير من الناس لفريضة الحج، والحج بدون تصريح، والتدافع والتزاحم أثناء تأدية المناسك، وتدني الحالة المعنوية والإيمانية من انسداد الحركة المرورية، وغيرها من مشكلات السكن والمعيشة ومخاطر الأمن والسلامة[١٤٩] التي يفترض أن تكون عناوين كبرى في الحج.

وحتى الخطابات التي عنيت بمعالجة المشكلات والظواهر الكبرى وقفت عند حدود الرصد والمناقشة السريعة والمعالجة المنقوصة التي لا تغطي كل جوانب وأطراف المشكلة.

والمسافة بين الخطاب الإعلامي والواقع هو أحد مقولات نظرية تحليل الخطاب التي ترى أن هناك حلقة مفقودة بين أي واقع وأي خطاب إعلامي، وتستند في ذلك إلى أن الخطاب ليس هو الواقع وإنما التحدث عن هذا الواقع بطريقة معينة وفقاً لتنوع اختلاف زوايا رؤية الخطاب لعناصر هذا الواقع[١٥٠].

- وأوضحت الدراسة تقدُّم الخطاب السياسي وتراجع كل الخطابات ذات البعد الديني (التهيئة، المناسك، تعظيم الحرمات)، رغم ما يحمله الحج من مدلول ديني في المقام الأول، وحتى مدلول الخطاب السياسي لم يكن

بالمعنى الإيجابي المرتبط بتوظيف موسم الحج في وحدة الأمة وجمع كلمتها، ولكنه مجرد إبراز للدور السياسي المصري والسعودي على خلفية تيسير دخول وخروج الحجاج الفلسطينيين من معبر رفح ومنحهم التأشيرات اللازمة، أو دعوة رؤساء الدول للحج.

- ومن النتيجتين السابقتين يتبين أن خطاب الحج في الصحافة العربية خطاب رسمي يشقيه الإداري والسياسي أكثر من كونه خطاباً دينياً بالمفهوم الشامل مما يعكس عدم إدراك المؤسسات الصحفية لفريضة الحج بمفهومها الشامل الذي يتجاوز مجرد حدث إلى ركن كبير في حياة الأمة يُجدد دعوتها ويبعث نهضتها ويُوحد قيمها وأفكارها ويجمع قادتها على الخروج من المأزق لنصرة شعوبها وإعلاء دينها وتمكينها في الأرض والقيام بدورها العالمي وهذا التباين في أجندة الخطابات الفرعية فسرتها نظرية تحليل الخطاب من أن إنتاج النصوص الإعلامية يتأثر بالإجراءات الروتينية والمهنية للصحفيين في إطار مؤسسي والتي تخلق لديهم نماذج وتصورات ذهنية ومهنية نحو معالجة الأحداث.

وقد برز ذلك في المؤسستين الصحفيتين المصرية والسعودية، حيث اعتمدت صحيفة الأخبار في الجانب الإخباري والتفسيري على محرر الحوادث بشكل رئيس بينما أعلنت صحيفة الرياض صراحة أن فريقها الإعلامي المكلف بتغطية الحج سيقدم للقراء كعادته مادة صحفية مميزة تعكس الجهود الكبيرة التي تبذلها الدولة لخدمة وراحة ضيوف الرحمن[٣٥١]. وليس رصد المشكلات التي تواجه الحجيج ومعالجتها صحفياً.

- وعلى صعيد التمايزات أبرزت الصحافة السعودية الخطابين الإعلامي والدعائي لكونها الدولة المنظمة للحج، وتراجع خطاب التوعية والخطاب الصحي لأخر اهتمامات الصحافة المصرية رغم أهميتهما القصوى للحجاج المصريين وهو ما يتسق مع دعاوي متكررة من جانب بعثة الحج الرسمية ومناقشات البرلمان المصري بضرورة توعية الحجاج على طريقة

حجاج جنوب شرق آسيا باعتبار أن مصر تتصدر المرتبة الأولى في أعداد الحجاج القادمين وافتقادهم للحد الأدنى التي تقدرها السلطات السعودية[١٥٢].

- ومن ثم فإن ترتيب الخطابات الفرعية للحج في الصحافة العربية يعكس أجندة النظام العربي الرسمي الذي لا يعنيه إلاّ توظيف الأحداث والمواسم في إبراز جهوده أمام الحجاج والمواطنين والاعتماد بشكل كبير على النشاط الإعلامي والدعائي في تضييق الفجوة بينه وبين الشعوب العربية بدلاً من رصد الاحتياجات والمشكلات الحقيقية للحجاج وتكثيف الجهود لمعالجتها خاصة وأنها تعود بمحفزات ومكاسب دينية ودنيوية يكفي منها شرف خدمة ضيوف الرحمن.

وهو ما يتفق مع نتائج دراسات سابقة للخطاب رغم اختلاف موضوعاتها حيث أكدت دراسة سها فاضل على تأثر الخطاب الصحفي بالخطاب السياسي الرسمي في موضوع اقتصادي (الخصخصة) [١٥٣] كما أوضحت إيناس أبو يوسف تأثر الخطاب المصري بالخطاب الأمريكي في السياسة الخارجية[١٥٤].

وهو ما تؤكده أيضاً نظرية تحليل الخطاب من أن الخطاب الإعلامي يتأثر بالخطابات المجاورة له ويؤثر فيها، وفقاً لمنطق وإدراك القوى السياسية والاقتصادية المهيمنة عليه، كما أن إنتاج النص الإعلامي يتأثر بمصدر الحدث الذي يقع خارج الوسيلة الإعلامية[١٥٥].

وبالتالي فإن المقولات المتكررة على لسان كل المسئولين بخدمة ضيوف الرحمن والحفاظ على أمنهم وسلامتهم وضمان تأديتهم للمناسك بخشوع واستقرار هي شعارات يتم تكرارها وإعادة إنتاجها في كل الخطابات الفرعية كأحد أساليب تشكيل رأي عام داعم لمكانة الحكومتين المصرية والسعودية على حساب الواقع الذي يشهد كثيراً من أوجه المعاناة الحجاج.

٢ ـ تؤكد عملية ترتيب المصادر التي تنمي إليها المعلومات والآراء داخل النصوص الصحفية عن صحة ما انتهت إليه النتائج السابقة بأن خطاب

الصحافة العربية للحج مجرد صدى مبالغ فيه للخطاب الرسمي بشقيه الإداري والسياسي، حيث تعكس النسبة الأكبر من المعلومات والآراء داخل نصوص الخطاب الصحفي اجتماعات وأنشطة المسئولين عن إدارة موسم الحج وتنظيمه والخدمات المقدمة للحجاج (٥٩,٢٠%)، في حين تراجعت بقوة المعلومات والآراء المنسوبة إلى مصادر تُمثل احتياجاً حقيقياً للحجيج كالنصوص الدينية والمتخصصين وخبرات الكتاب والكتب والدراسات والخطب والندوات وورش العمل واستطلاع آراء الحجاج وما تحمله مواقع الانترنت والمطويات والنشرات، إذ أن هذه المصادر جميعها تحمل نوعية من المعلومات والآراء المغايرة التي تصب باتجاه توعية الحجاج وإرشادهم وتثقيفهم وتهيئتهم ومناقشة مشكلاتهم وتطوير الحج بشكل عام، بينما تقتصر معلومات وآراء المسئولين على مجرد الترويج لأنشطتهم واستعداداتهم لموسم الحج والخدمات المقدمة أو التي ستقدم.

وعلى مستوى التمايزات، فإن الخطاب المصري يسجل غياباً تاماً لنوعية مهمة من المعلومات والآراء التي يمكن استيفائها من الكتب والدراسات والخطب والندوات والمطويات والنشرات وورش العمل مما يصب باتجاه إهمال الخطاب المصري بشقيه الرسمي والصحفي لأية أنشطة ثقافية أو علمية تستهدف توعية الحجاج وتعليمهم مناسكهم على نحو يتوافق مع مطالب بعثات الحج ومناقشات البرلمان المصري[١٥٦].

٣ــ تكشف عملية توظيف أنماط الكتابة الخبرية في التعبير عن معظم مضامين الخطابات الفرعية للحج بالصحافة العربية (٨٤,٧٨%) عن هيمنة ما يُسمى بالخطاب الإخباري على خطابات التفسير والرأي التي يُفترض أن تكون جاهزة بقوة في خطاب مثل الحج لكونه أحد الموضوعات العلمة المتشابكة مع الدين والدنيا، ومع التاريخ والحاضر والمستقبل، ومع كافة المعارف والأنشطة والثقافات والدول.

ولا يعكس هذا في حقيقة الأمر تأثراً بالخطاب الرسمي كما هو الحال

في النتائج السابقة، ولكنه يعكس غياباً للعمل الصحفي المنظم الذي ينطلق من خطة مسبقة تتعامل مع الحج كموضوع لأحد الحملات الصحفية التي تخضع لاجتماعات ومناقشات مسبقة بين كافة أقسام ومحرري الصحيفة لتحديد الأهداف واحتياجات الجماهير والموضوعات والأفكار التي تحققها، وتوزيع الأدوار وتوضيح آليات وأساليب المعالجة خاصة وأن موسم الحج معلوم ومُحدد، والفرص الصحيفة له مواتية بشكل كبير.

ويتوافق هذا التفسير مع ما ذهبت إليه نظرية تحليل الخطاب من أن الخطاب الإعلامي يتأثر بتصورات الصحفيين وملاك وسائل الإعلام وروتينية العمل الصحفي والمستوى المهني للصحفيين وصناع السياسة التحريرية بالمؤسسة[١٥٧]. كما يتسق مع ما ذهبت إليه دراسة سها فاضل من تأثر الخطاب الصحفي بالسياسة التحريرية[١٥٨]، والمبررات التي وردت بنتائج دراسة Dennis Everette من تأثر التغطية الصحفية بحدود الوقت المتاح في الأحداث والأزمات[١٥٩].

٤ ـ قلبت الصحافة العربية المعادلة المنطقية لأجندة الوظائف التي يُفترض أن يلتزم بها خطابها عن الحج، حيث هُمشت الوظائف الأساسية المتصلة بتطوير الحج وتهيئة الحجاج وتثقيفهم ورفع حالتهم الإيمانية ومعالجة مشكلاتهم وحالاتهم الإنسانية، واهتمت بالوظائف الهامشية المتصلة بالإعلام والدعاية عن أنشطة الأشخاص والجهات المسئولة عن الحج، بينما شغلت وظيفة التوعية موقعاً متوسطاً بينهما.

وإذا كان ترتيب هذه الأجندة نتيجة لتصورات مهنية قاصرة من جانب المؤسسة الصحفية في تعاملها مع الحج كمجرد حدث، لا يخضع لمعالجة شاملة ومتعمقة، فإنه يعكس في الوقت ذاته تراجعاً مهنياً وقيمياً للصحفيين الذين يؤثرون الجمود والركون لنمطية العمل الصحفي بدلاً من الأخذ بزمام المبادرة والقيام بأبسط الواجبات المهنية تجاه الحج كركن من أركان الإسلام وحدث عالمي وموسم إعلامي ودعوى لمراجعة أحوال الأمة وتحقيق مقاصد الحج بشكل عام.

ومن ثم فإن شعار "خدمة ضيوف الرحمن" لا يتم بحملة دعائية وإعلامية لاستعدادات وجهود الأشخاص والجهات المسئولة، بل يتم بإعادة ترتيب الأجندة الوظيفية للخطاب الصحفي لتصبح الوظائف الأساسية المُشار إليها هي الحاضرة والفاعلة خلال موسم الحج.

وعلى جانب التمايزات، فقد خلى الخطاب المصري من وظيفة التثقيف التي تزود الحاج بخلفية معلوماتية عن الأماكن المقدسة التي سيزورها والمشاعر التي يقوم فيها بمناسكه، وتاريخ الحج وتطوره عبر الزمن، وهو ما يتسق مع النتائج الخاصة بأجندة الخطابات الفرعية التي غاب منها الخطاب الثقافي وتراجع فيها خطاب التوعية لتفسر جمعيها سر معاناة الحجاج المصريين.

٥ ــ حملت الأطر المرجعية من بين أبعاد الخطاب الصحفي للحج بعض السمات الإيجابية التي تصب باتجاه حسن النوايا الصحفية، حيث انطلقت النصوص الصحفية- وفقاً لوجهة نظر الخطاب- من دافع رئيس يعكس حرصها على خدمة الحجاج وتوعيتهم بالأنظمة والتعليمات اللازمة لسلامتهم وأمنهم، رغم أن مضمون هذه النصوص كان يصب باتجاه إبراز نشاط الأشخاص والجهات المسئولة أكثر منها خدمةً للحجاج وتوعية لهم.

إذ أن خدمة الحجاج في الخطاب الصحفي لا تتم بمجرد إعادة ترديد شعار "خدمة ضيوف الرحمن" كدافع لأنشطة المسئولين، في ذات الوقت الذي تتصرف معظم الرسالة الصحفية باتجاه الإعلام والدعاية عن هذه الأنشطة.

وهو ما يمكن تفسيره بتأثر الخطاب الإعلامي بالخطابات المجاورة له سياسياً وتجاريا وثقافياً، لأن عملية إنتاج النصوص الصحفية لا تتم بمعزل عن بنيه المجتمع والقوى المهيمنة عليه [١٦٠] بما فيها القوى الصحفية ذاتها التي تربطها بالقوى السياسية والاقتصادية علاقات مصالح كما في الحالة المصرية، أو تربطها بها ثقافة مجتمع وتقاليد مهنية كما في الحالة السعودية.

إضافة إلى تأثر الخطاب الإعلامي بعملية إنتاج النصوص الذي يتم

جزءاً منها داخلي في إطار ميل الخطاب الصحفي الرسمي إلى الأحادية أكثر من التنوع، وجزءاً منها خارجي يتأثر بمصدر الحدث خارج الوسيلة الإعلامية[١٦١].

٦ ــ ونتيجة لغلبة الخطاب التنظيمي والخدمي الذي لجأ إلى الأنماط الإخبارية في التعبير عن تصوراته، وابتعد بمسافة كبيرة عن أنماط الرأي والتفسير التي تحتمل اللجوء لمسارات غير منطقية كالمبالغة والتعميم والتحيز لتبرير مواقفها، سادت الخطاب مسارات الإقناع التي تستند إلى منطق علمي أو ديني أو واقعي أو رسمي كنتائج البحوث وتوصيات الندوات وورش العمل وإحصاءات الجهات المختصة والنصوص الدينية والأنظمة والتعليمات.

وفي إطار التمايزات؛ جاء الخطاب المصري أكثر رسمية ونمطية باستناده إلى أقوال المسئولين والأحداث في معظم الخطابات الفرعية (٧٦,٠٥%) بينما كان الخطاب السعودي أكثر توازناً وأكثر استناداً إلى المسارات العلمية (٢٨,٥٢% في مقابل ٤,٢٣%) وهو فارق ملحوظ يكشف ثراء الخطاب السعودي وتنوع نصوصه الصحفية وتميزه بكثير من الإضافات التي حُرم منها الخطاب المصري في كثير من جوانبه، لكون الخطاب السعودي خطاب الدولة والمجتمع المضيف للحجاج والمسئول عن تنظيم الحج.

٧ ــ تأتي القوى الفاعلة كأهم أدوات تحليل الخطاب تمييزاً للهوية وإدراكاً للملاح التي تُميز خطاب ما على خطاب آخر؛ ففي حين كانت وزارة الداخلية والدفاع المدني والقطاعات الصحيفة ووزارة الحج وخادم الحرمين الشريفين أبرز القوى الفاعلة في الخطاب السعودي والمنسوب إليها الأدوار الرئيسية كالحفاظ على أمن الحجاج وسلامتهم وصحتهم وراحتهم وخدمتهم، جاءت بعثات الحج والشخصيات المهتمة بالدعوة وشركة مصر للطيران كأهم القوى الفاعلة في الخطاب المصري والمنسوب إليه تسهيل إجراءات الحجاج وتوفير المناخ الملائم لأداء المناسك وتوعيتهم بالحج ومقاصده.

وهو ما يفسر التمايز بين خطاب دولة تستقبل (٤) مليون حاج من كل دول العالم باختلاف ثقافتهم ويجري على أرضها كل أحداث الحاج ومناسكه، وبين خطاب دولة أخرى يقصد بعض مواطنيها بيت الله الحرام ومسجد نبيه صلى الله عليه وسلم.

٨ ــ ومما تقدم يمكن تحديد ملامح وسمات الخطاب الإعلامي للحج بالصحافة العربية في:

-خطاباً جزئياً وليس شاملاً يتعامل مع الحج كحدث إعلامي أكثر منه كحدث دعوي.

- خطاباً دينياً بالمفهوم الضيق القاصر على المناسك والشعائر أكثر منه خطاباً دينياً بالمفهوم الواسع يهتم بتداعيات الحج وانعكاساته سياسياً واقتصادياً واجتماعياً وأخلاقياً وإعلاميا ودعوياً وغيرها.

- خطاباً رسمياً يعتمد على نقل تحركات ونشاط وخدمات الأشخاص والجهات المسئولة عن الحج أكثر منه خطاباً شعبياً ونخبوياً يهتم بحصر تطلعات الحجاج واحتياجاتهم واستفساراتهم والعمل على إشباعها وتحقيقها والرد عليها عبر الجهات الرسمية المسئولة والأشخاص والجهات الدعوية المختصة كالعلماء وغيرهم.

- خطاباً دعائياً إعلانياً يركز على تغطية ( ) ما يقدم من خدمات للحجيج أكثر منه خطاباً إعلامياً استقصائياً يبحث في مشكلات الحجيج وجوانب القصور منهم ومن الجهات المسئولة ( ) سمية كانت أو دعوية وتوعوية وغيرها.

- خطاباً سطحياً ينزع الحج من جذوره التاريخية ومراحل تطوره عبر العصور وأبعاده الثقافية المتفاوتة من مجتمع لآخر أكثر منه خطاباً يتسم بالعمق والأصالة في ربط الحج ومناسكه ومقاصده الشرعية والاجتماعية بأصوله التاريخية (قصة الخلق وبناء الكعبة والبيت الحرام من أبينا آدم إلى أبو الأنبياء إبراهيم) وبالدلالات الفكرية والتفكيرية والرمزية التي يمكن أن

تراود عقول وقلوب الحجيج وما يترتب عليها من تحقيق مقاصدهم في الحج ومقاصد الحج لعامة المسلمين والتي ترتبط أيضاً بالتباينات الاجتماعية من عادات وتقاليد الحجيج سلباً وإيجاباً.

- خطاباً وصفياً تسجيلياً لما يحدث ويُقال عن الحج أكثر منه خطاباً تقويمياً يسمح بالنقد المتوازن بين سلبيات الحجيج في تعاملهم مع المشاعر والبيئة المحيطة ومع بعضهم البعض وبين سلبيات الجهات الإشرافية والخدمية للحج بغض النظر عن تحيزه لأي طرف من الطرفين.

- خطاباً لا يُعطي لآداب الحج وتعظيم الحرمات والمشاعر أهمية مناسبة في تحقيق التقوى، ولا يبرز المنافع الاقتصادية والاجتماعية في ربط الحج والحجاج وعامة المسلمين بالمنافع الخاصة والعامة للحج.

- خطاباً لا يساهم بشكل فاعل في حل المشكلات ومعالجة الظواهر الكبرى المعروفة سلفاً كالافتراش والتسول والسرقة وتخلف المعتمرين والحجاج والتدافع والاختناقات المرورية وتلوث البيئة وتوهان الحجاج ومراعاة الحالات الإنسانية وتحسين مستوى الخدمات وأسعار السكن وأسعار الحج بشكل عام.

- خطاباً تقليدياً لا يتضمن تجديداً أو إبداعاً عن السنوات الماضية رغم تنافس القنوات الفضائية وخاصة الدينية التي تملك خطاباً متجدداً بتجدد الدعاة ومهاراتهم الاتصالية في العرض والتأثير.

ثانياً: المقترحـــات:

تقترح الدراسة لإنتاج خطاب إعلامي دعوي لمواسم الحج القادمة:

- تشكيل لجنة من الصحفيين الذين يتوافر لديهم الوعي والإيمان بأهمية الحج فى حياة الأمة والدور الذي يمكن أن يلعبه الإعلام لتحقيق ذلك ، على أن يكون عمل هذه اللجنة طوال العام ، وتتبلور مهامها فى ما يلي:

١- متابعة ما يجري بخصوص الحج فى كافة جوانبه سواء من جانب

خادم الحرمين الشريفين وحكومته . الجهات المسئولة ، أو من جانب البحوث والدراسات والندوات وورش العمل التي تغطي كل احتياجات الحجاج وسبل تطوير الحج . أو من جانب مؤسسات الطوافة المعينة بخدمة حجاج الخارج أو حملات حج الداخل .

٢- حصر وأرشفة وتوثيق ما نشر عن الحج في السنوات السابقة لتقييمه واستكمال أوجه القصور فيه واعادة معالجة الموضوعات والمشكلات المزمنة أو التي لاتزال قائمة .

٣- يبدأ عمل هذه اللجنة مع نهاية موسم الحج ١٥ محرم إلى قبيل الموسم القادم ١٥ شوال على أن تقوم بالإشراف على وضع خطة تتعامل مع موسم الحج كأحد الحملات الصحفية التي تحدد أهدافها وجماهيرها وموضوعاتها وأساليب معالجتها عبر مختلف الصفحات والأبواب ذات الصلة بموضوع الحج، وتتبلور أهداف الحملة الصحفية في:

- إظهار سماحة الإسلام وإبراز صورته كدين ودولة وحضارة ونظام ومنهج
- الدعوة إلى وحدة المسلمين وجمع كلمتهم وتحسين صورتهم
- إبراز مكانة الحج وأهميته في الإسلام وللمسلمين ودوره في تجديد إيمان الأمة ومسارها نحو الإصلاح والنهضة
- مراجعة أحوال الأمة ومستقبلها وسبل نهضتها عبر التعامل مع الحج كحدث إعلامي وموسم دعوي
- إرشاد الحجاج بكافة السلوكيات التي يجب إتباعها أو تجنبها لسلامة الحاج وراحته والحفاظ على صحته
- التهيئة المعرفية والروحية والنفسية والإيمانية بالحج ومناسكه ومقاصده وشعائره ومنافعه
- شرح وتوضيح مناسك وشعائر الحج وخيفية أدائها والآراء الفقهية حولها

- رفع الروح المعنوية والإيمانية عبر إيقاظ النفوس وتعميق الشعور بتعظيم المشاعر والحُرمات

- تثقيف الناس والحجاج بالخلفيات التاريخية للحج والقصص وسير الأنبياء والمشاعر المرتبطة به وعادات وتقاليد الأعراق المختلفة للحجاج

- مناقشة ومعالجة كافة المشكلات التي تعترض راحة الحاج وسلامته وخشوعه

- تقويم موسم الحج من خلال إبراز إيجابيات وسلبيات كافة الأطراف المسئولة

- المساهمة في تطوير الحج من خلال نشر المقترحات ونتائج الدراسات وأراء الخبراء والمختصين في معالجة مشكلات الحج

- التخفيف عن الحجاج بنشر المواقف الطريفة والغريبة والمدهشة في حياة الحجاج وغيرهم .

- وتتبنى الحملة الصحفية في سبيل تحقيق ذلك خطاباً صحفياً شاملاً يرتب أجندته وفقاً للأهداف السابقة وليس انعكاسا للخطاب الرسمي بشقيه الإداري والرسمي كما هو قائم الآن ، بحيث تتبنى الخطابات الدينية وخطابات التهيئة والتوعية ومعالجة المشكلات وتطوير الحج قائمة الأجندة ، وتتوسطها الخطابات الثقافية والصحية والإنسانية وخطاب المنافع ، وتتراجع خطابات الدعاية والإعلام والخطابات الرسمية بأبعادها الأمنية والسياسية والإدارية والخدمية لأخر الأجندة، بحيث يأتي الخطاب الصحفي معبراً عن الواقع وليس على مسافة بعيدة منه، على أن يُولى الخطاب المصري أهمية قصوى لتوعية الحجاج المصريين، والدعوة لتدريبهم على أداء المناسك والشعائر قبل مغادرتهم مصر،ونمط المعيشة والتنقلات في الأماكن المقدسة، وجغرافية مكة المكرمة والمدينة المنورة فضلاً عن الجوانب المتصلة بالوقاية والصحة ومخاطر السلامة خاصة وأن كل هذه الموضوعات تم صياغتها في رسائل إرشادية بأكثر من وسيط إعلامي لدى الجهات السعودية ويمكن

الحصول عليها مجاناً.

- وتولي هذه الخطابات أهمية أكبر في تشكيل تصوراتها ومواقفها لمعلومات وأراء تمثل احتياجاً حقيقياً للحجيج وتنتسب إلى النصوص الدينية والمتخصصين وخبرات وتجارب الكتاب واستطلاع أراء الحجاج وفعاليات الندوات وورش العمل أكثر من معلومات وأراء لمسئولين وصناع قرار، وهو ما يتطلب توظيف كل أنماط الكتابة في التعبير عن الأفكار والمقترحات ومعالجة القضايا والموضوعات ونقل الأخبار والرسائل الإرشادية لتتوازن خطابات الرأي والتفسير مع الخطابات الإخبارية.

- يرتب الخطاب وظائفه ليُعلي من وظائف توعية الحجاج وتوعيتهم ورفع حالتهم الإيمانية ومعالجة مشكلاتهم ومراعاة حالاتهم الإنسانية على حساب وظائف الدعاية والإعلام عن أنشطة الأشخاص والجهات المسئولة عن الحج، على أن تتسق هذه الأجندة (الوظائف) مع أجندة الأطر المرجعية التي ينطلق منها الخطاب ، بحيث تأتي الأهداف مترجمة للدوافع ، لا أن يكون الدافع حسناً (خدمة الحجاج) بينما تستهدف الرسائل إبراز نشاط المسئولين .

-كما يجب أن تتسق الدوافع والأهداف مع مسارات الإقناع والتأثير التي يلجأ إليها الخطاب في البرهنة على صحة توجهه ، إذ أنه لا جدوى من الاستناد إلى البراهين العلمية والدينية والمنطقية والواقعية في خطابات أو رسائل تستهدف إبراز نشاط الأشخاص والجهات المسئولة على حساب الأهداف والوظائف الأساسية المُشار إليها سابقاً ، كما يجب أن تتسق كافة أبعاد الخطاب مع القوى الفاعلة فيه والأدوار المنسوبة لها ،بحيث تبرز قوى دينية وصحية كالمهتمين بالدعوة والتثقيف والتوعية والفقه وخدمة الحجاج أكثر من قوى رسمية كوزارة الداخلية وشركات السياحة ومؤسسات الطوافة وحملات الحج الداخلي التي تستهدف الدعاية أو تحقيق المصالح الخاصة، على أن تتعدد الأدوار المنسوبة لهما بين الأدوار الايجابية والأدوار السلبية

حتى يقوم الخطاب بدوره الأساسي عبر مسار التهيئة والتوعية والإرشاد والتثقيف والتطوير من جانب ومسار النقد والتقويم من جانب آخر.

- مراعاة الصحف للمحددات الزمنية لخطاب الحج التي تترك انعكاساتها على الخطاب الصحفي شكلاً ومضموناً وهي:

- مرحلة التهيئة المعرفية والنفسية والروحية التي تسبق الحج ويفترض أن تبدأ من أول شوال بداية أشهر الحج وحتى مغادرة الحجاج بلدانهم قاصدين مكة المكرمة (١٧ ذو القعدة أول فوج للحجاج المصريين) ثم تمتد في مكة المكرمة أو المدينة المنورة حتى قبيل بدء المناسك.
- مرحلة الحج التي تبدأ باليوم السابع من ذي الحجة تمهيداً ليوم التروية والمبيت بمنى يوم الثامن من ذي الحجة وحتى الانتهاء من تأدية المناسك والشعائر يوم الثالث عشر من ذي الحجة.
- مرحلة ما بعد الانتهاء من تأدية المناسك يوم الثالث عشر من ذي الحجة وحتى نهاية المحرم -رغم أن أشهر الحج تنتهي بنهاية ذي الحجة- ضماناً لاستيعاب كل تداعيات الحج وردود أفعاله ومناقشة السلبيات والايجابيات التي رافقته سواء من الحجيج أو الجهات المسئولة.

ثالثاً: الأفكار البحثية التي تثيرها الدراسة :

- تقويم النخبة الدينية والإعلامية لخطاب الحج فى الصحافة العربية
- معوقات نجاح وفاعلية الرسائل الإرشادية للحجاج
- القائم بالاتصال فى خطاب الحج الإعلامي
- دور خطاب الحج الإعلامي فى التهيئة المعرفية والنفسية للحجاج والراغبين فى الحج
- استخدامات واشباعات الحجاج لوسائل الاتصال والإعلام أثناء موسم الحج
- دور خطاب الحج فى تكوين الصور الذهنية عن السعودية والسعوديين
- اتجاهات الحجاج نحو أداء السلطات السعودية فى إدارتها لموسم الحج

- اتجاهات الحجاج نحو أداء وسائل الاتصال والإعلام فى تغطيتها لموسم وأحداث الحج
- دور الصحافة الدينية فى ترتيب أولويات الحجاج بالمجتمعات المسلمة
- دور خطاب الحج الإعلامي فى إيقاظ الجمهور بأهمية الدين فى حياة الشعوب.

الملاحـــق

ملحق رقم(١) التعريفات الإجرائية لفئات تحليل المضمون:

أ- أنواع الخطاب الإعلامي للحج

١- خطاب التعريف والتهيئة: ويستهدف خلق حالة إيمانية يعيشها الحاج قبل الحج بفترة كافية عبر موضوعات تهتم بالتعريف بالحج وفضائله ومكانته بحيث يصبح الحاج ملماً بالحج ومشتاقاً له ومتمثلاً حالته كما لوكان في الحج ذاته.

٢- خطاب التوعية: ويستهدف تجنب وقوع الحجاج في أخطاء أو مخالفات شرعية أو معيشية أو نظامية منذ عقد النية للحج وحتى عودته لوطنه.

٣- الخطاب الإعلامي: وهو ما يتصل بالأنشطة والجهود الإعلامية المبذولة خلال موسم الحج ومواقف وتغطيات وسائل الإعلام له.

٤- الخطاب الدعائي: وهو ما يبرز وصف وانطباعات الأفراد والبعثات بالإشادة بجهود المسئولين عن الحج والخدمات والتيسيرات المقدمة.

٥- خطاب المنافع: وهو ما يتصل بالرواج التجاري والمكاسب المادية والاقتصادية للأفراد والشركات والمؤسسات والبلدان خلال موسم الحج.

٦- الخطاب الإنساني: وهو ما يتعلق بالخدمات والمساعدات والإرشادات الخاصة بكبار السن والأطفال وذوي الاحتياجات الخاصة كالمعوقين وغيرهم، فضلاً عن الجوانب الإنسانية التي يقوم بها رجال الأمن في حالة الأزمات الفردية أو الجماعية.

٧- خطاب المناسك والشعائر: ويركز على شرح وتوضيح نسك الحج

٨- الخطاب الفقهي والدعوي: ويتصل بالفتاوى والأمور الخلافية وردود العلماء على استفسارات وأسئلة الحجاج في كيفية أداء النُسك؛ كمواعيد الرجم وحدود الاستطاعة فيه وحدود الإقامة بمنى جغرافياً وزمنياً وحج المرأة بدون محرم وتكرار الحج والحج بدون تصريح وما يجوز في زيارة مسجد النبي صلى الله عليه وسلم وغيرها، وما يتعلق بالدعاة وشئون الدعوة وأصولها.

٩- الخطاب الثقافي: ويعني بالأبعاد التاريخية للحج وتوثيقه وتطوره عبر الزمن والثقافات المتنوعة لجنسيات الحجيج.

١٠- خطاب المشاكل: ويرصد المشكلات التي تواجه الحجاج ويُسلط الضوء عليها بهدف المساهمة في حلها كمشاكل ارتفاع أسعار الحج ومستوى سكن الحجاج ونقص الخدمات وصعوبة التنقلات والخشوع في أداء الشعائر بسبب الزحام والتكدس والضوضاء، وغيرها.

١١- خطاب الظواهر الكبرى: وهي المشكلات المزمنة التي عجزت كافة الجهود المبذولة عن حلها سواء بسبب نقص التوعية لدى الحجاج وإصرارهم على السلوكيات الخاطئة أو بسبب تقاعس الجهات المسئولة مثل: ظاهرة الافتراش في منى، الحجاج التائهين،التسول، تخلف المعتمرين للحج أو للعمل، وغيرها.

١٢- خطاب تقويم الحج: ويُميز بين الإيجابيات والسلبيات سواء من جانب الحجيج أو المسئولين أو الدعاة بهدف تطوير الحج.

١٣- الخطاب التنظيمي والإداري: الذي ينقل اجتماعات وتحركات وانشطة المسئولين عن الحج وما تفضي إليه من خطط وبرامج وشروط وتعليمات ونظم واستعدادات.

١٤- خطاب المقترحات لتطوير الحج: ويعني بطرح الآراء والتصورات والتوصيات والمقترحات عبر البحوث والدراسات والمقالات والندوات وورش العمل والتقارير الميدانية بهدف تطوير الحج.

١٥- الخطاب الصحي والبيئي: ويتصل بالجهود الصحية المبذولة وطرق الوقاية من الأمراض المتوقعة فترة الحج وكيفية التعامل معها والتركيز على الحالات الخاصة ككبار السن والحوامل والأطفال وأصحاب الأمراض الثابتة كالسكر والضغط والحساسية وأمراض التنفس، فضلاً عن أمور النظافة والتلوث.

١٦- خطاب الخدمات: ويرصد الخدمات الفعلية المقدمة للحجاج من سائر الجهات والأفراد.

١٧- خطاب تعظيم المشاعر والحُرمات: ويُعلي من شأن الآداب والسنن والمُستحبات المرافقة للمناسك وأثناء التواجد في الأماكن المقدسة ومكة المكرمة والمدينة المنورة بشكل عام للوصول لمستوى إيماني أعلى﴿ ذَلِكَ وَمَن يُعَظِّمْ حُرُمَاتِ اللَّهِ فَهُوَ خَيْرٌ لَّهُ عِندَ رَبِّهِ﴾(١٦٢) ﴿ ذَلِكَ وَمَن يُعَظِّمْ شَعَائِرَ اللَّهِ فَإِنَّهَا مِن تَقْوَى الْقُلُوبِ﴾(١٦٣).

١٨- الخطاب السياسي: ويربط الحج والحجاج بالأحداث والعلاقات السياسية مثل دعوة الرئيس الإيراني للحج علي خلفية العلاقات بين البلدين وموقفهما من البرنامج النووي الإيراني، أو الدور المصري في إنهاء مشكلة الحجاج الفلسطينيين على معبر رفح.

١٩- الخطاب الأمني: ويرصد حوادث الحج والحجاج والجهود الأمنية المبذولة لسلامة الحجاج وأمنهم.

ب _ مصادر الخطاب الصحفي وهي المصادر الذي يتم إسناد المعلومات والآراء إليها داخل المادة الصحفية: وتشمل:

- المسئولون بمستوياتهم ورتبهم الوظيفية عن إدارة موسم الحج إشرافاً وتخطيطاً وتنظيماً ومتابعة وتقويماً وتوعية وإعلاما ودعوة من كافة الجهات ذات الصلة، مثل: وزير الحج، ووزير الدعوة والشئون الإسلامية، ووزير الداخلية وغيرهم في الجانب السعودي، رئيس بعثة الحج الرسمية، وزير التضامن الاجتماعي، وزير السياحة وغيرهم من

الجانب المصري.

- المتخصصون في الفقه والدعوة والطب والغذاء وغيرهم ممن يمتلكون معرفة أو خبرة في جانب معين يتصل بأنشطة الحج وخدمة الحجيج.
- النصوص الدينية من القرآن والأحاديث والسيرة والقصص القرآني والنبوي
- ثقافته الكاتب التي تتشكل من خبراته وتجاربه واهتماماته وقراءاته
- الجمهور من الحجيج وغيرهم من المتطلعين والمتابعين والمهتمين بالحج
- وسائل الإعلام كالصحف والإذاعات ومراكز الإعلام وإدارات العلاقات العامة
- الكتب والدراسات
- الخطب والندوات وورش العمل والملتقيات العلمية
- المطويات والنشرات
- الانترنت كالمواقع الالكترونية للجهات الحكومية المسئولة عن الحج، وغيرها من المواقع والمنتديات الدعوية والاتصالية المهتمة.
- أخري

ج- أنماط الخطاب الصحفي وهي تشمل :

- أنماط خبرية: كالأخبار والقصص الإخبارية
- أنماط تفسيرية:كالتقارير والتحقيقات والأحاديث، والدراسات الصحفية، عروض الدراسات العلمية، والمؤتمرات والاستفتاءات الصحفية.
- أنماط رأي: كالمقالات التحليلية والنقدية والعمودية والافتتاحية والكاريكاتير.
- رسائل القراء التي تصل إلى الباب المختص أو محرر الصفحة الدينية أو محرري الزوايا والأركان

- الفتاوى وردود العلماء على أسئلة الحجيج
- أخرى

د- وظائف الخطاب وتشمل:

- الوظيفة الإعلامية التي تُحيط الجمهور بما يحدث ويجري من الخطط والاستعدادات والترتيبات والتجهيزات الخاصة بموسم الحج، وكذلك الجهود والأنشطة والخدمات المقدمة دون مبالغة أو تعميم.
- الوظيفة الدعائية التي تبالغ في وصف الخدمات أو الأدوار أو الشعوب أو القادة، مثل: الفلسطينيون يهتفون باسم الرئيس مبارك لدوره في دخول الحجاج من معبر رفح، الحجاج يشيدون بالتيسيرات غير المسبوقة، الشعب السعودي يستقبل الحجاج والابتسامة تعلو محياهم، والسرعة في إنهاء الإجراءات لم تحدث في كل دول العالم.
- وظيفة التهيئة المعرفية والنفسية التي تُعنى بالتعريف بالحج ومكانته وفضله ومنافعه وكيفية الاستعداد له وغالباً ما تكون فترة ما قبل الدخول في المناسك.
- التوعية والإرشاد سواء في الجوانب الدينية كالتحذير من المخالفات والبدع والتقاليد التي تفسد الحج، أو في الجوانب الصحية والغذائية، أو في أمور السلامة والوقاية من المخاطر أثناء تأدية المناسك وطوال فترة الإقامة وخاصة في الخيام، فضلاً عن توعية المسئولين ورجال الأمن والمقيمين بالسلوك القويم في التعامل مع الحجيج.
- رفع الروح المعنوية والإيمانية عبر التركيز على خصوصية الحج وأسراره وحرمة المشاعر والأماكن المقدسة وتعظيمها وفضل الإقامة فيها ومخاطر الاستهانة بها وكل ما من شانه يوقظ النفوس والضمائر ويحرك القلوب والوجدان ويحفز الحاج على دوام طاعة الله وتقواه طول العمر.

- التثقيف عبر التركيز على الخلفيات والسياقات التاريخية لمناسك الحج ومشاعره ومواقيته، وقصص الأنبياء المرتبطة به، والأفكار والقيم المستوحاة منه والثباينات والتمايزات الاجتماعية والاقتصادية في عادات وتقاليد الحجيج.
- الوظيفة النقدية عبر مناقشة المشكلات والظواهر السلبية، ونقد المسئولين والحجاج أنفسهم وتقويم أنشطة وخدمات كل الجهات ذات الصلة بموسم الحج، والإشادة بالجوانب الايجابية وإبراز الجوانب السلبية والدعوة لمحاسبة المقصرين ومكافأة الجادين.
- المساهمة في تطوير الحج من خلال نشر المقترحات ونتائج الدراسات وآراء الخبراء والمختصين في تطوير الحج والارتقاء به على الدوام
- الوظيفة الإنسانية التي تعني براحة ومساعدة الحجيج من كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة والأطفال المرافقين
- وظيفة الترفيه والإمتاع من خلال نشر المواقف الطريفة والغريبة والمدهشة في حياة الحجاج وغيرهم طوال موسم الحج.

***

ملحق رقم(٢) التعريفات الإجرائية لفئات تحليل الخطاب

أ- الأطر المرجعية وتشمل: المرجعية الأمنية والخدمية، المرجعية القانونية والإدارية، السياسية، الدعائية، الدينية، الإعلامية، الإنسانية، الطبية، الاقتصادية، التاريخية، الاجتماعية، البيئية، أخرى.

ب ــ تحليل مسارات البرهنة وتشمل:

- المسارات المنطقية التي تضم: الحجج والشواهد العلمية (الإحصاءات، القوانين والأنظمة والتعليمات والضوابط، الواقع، نتائج البحوث والدراسات، توصيات الندوات وورش العمل، الخطط)، الوقائع والأحداث، أقوال المسئولين، الأدلة الدينية من القرآن والحديث والفتاوى

والأحكام والسيرة والقصص الإسلامي، الأدلة التاريخية كالأحداث والوقائع والتاريخية.

- المسارات غير المنطقية التي تضم: تعميم وتنميط المواقف والأوصاف التي تتعت بها إنجازات الحكومة والمسئولين في نجاح موسم الحج وخدمة الحجاج، مسارات التحيز سواء بتشويه أو تجاهل أسباب أو أبعاد أو أطراف في المعالجة الصحفية وخاصة أثناء الأزمات والحوادث، مسار المبالغة بالتهوين أو التهويل في الأنشطة والأفكار.

ج ــ القوى الفاعلة وقد قام الباحث بدمج الأشخاص مع الجهات التابعين لها أو التي يترأسوها – باستثناء خادم الحرمين الشريفين– منعاً للتكرار، فوزارة الحج أكثر دقة وشمولاً في نسب الأدوار إليها من وزير الحج، وهكذا.

وتشمل القوى الفاعلة المشتركة بين الخطابين المصري والسعودي: القطاعات الصحية، الإمارات والمحافظات، وسائل الإعلام والدعوة، المهتمون بالدعوة والتثقيف، الطيران المدني والخطوط الجوية، الحجاج، دار الإفتاء والمفتي، البعثات والقنصليات.

بينما تشمل القوى الفاعلة في الخطاب السعودي فقط على: وزارة الداخلية، الدفاع المدني، وزارة الحج، خادم الحرمين الشريفين، وزارة الشئون الإسلامية، مؤسسات الطوافة، لجان الحج، مؤسسات حجاج الداخل، معهد أبحاث الحج، وجهات أخرى.

وتشمل القوى الفاعلة في الخطاب المصري فقط على: وزارة التضامن الاجتماعي والجمعيات الخيرية، بعثة الحج الرسمية، وزارة الحج وشركاتها، بعثة الحج السياحي، وجهات أخرى.

ملحق رقم (٢) جداول البحث

جدول رقم (١) أنواع خطاب الحج في الصحافة العربية

الصحف / أنواع الخطاب	الرياض		الأخبار		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الخطاب التنظيمي والإداري	١٠٨	٢٢,٠٤	١٨	٢٩,٠٣	١٢٦	٢٢,٨٣
خطاب الخدمات والإنجازات	٧٦	١٥,٥١	٨	١٢,٩٠	٨٤	١٥,٢٢
الخطاب الدعائي	٤٥	٩,١٨	–	–	٤٥	٨,١٥
الخطاب الإعلامي	٤٤	٨,٩٨	–	–	٤٤	٧,٩٧
خطاب التوعية والإرشاد	٣٨	٧,٧٦	١	١,٦١	٣٩	٧,٠٧
الخطاب الصحي والبيئي	٣٢	٦,٥٣	١	١,٦١	٣٣	٥,٩٨
الخطاب السياسي	٣٠	٦,١٢	٧	١١,٢٩	٣٧	٦,٧٠
خطاب المشاكل	٢١	٤,٢٩	٣	٤,٨٤	٢٤	٤,٣٤
الخطاب الأمني	١٥	٣,٠٦	٥	٨,٠٦	٢٠	٣,٦٢
خطاب الظواهر الكبرى	١٣	٢,٦٥	–	–	١٣	٢,٣٦
الخطاب الثقافي	١٢	٢,٤٥	–	–	١٢	٢,١٧
الخطاب الفقهي والدعوي	١١	٢,٢٤	٨	١٢,٩١	١٩	٣,٤٤
خطاب المقترحات والتطوير	٩	١,٨٤	٢	٣,٢٣	١١	١,٩٩
خطاب التعريف والتهيئة	٨	١,٦٣	٥	٨,٠٦	١٣	٢,٣٦
خطاب المناسك والشعائر	٧	١,٤٣	–	–	٧	١,٢٧
خطاب المنافع	٦	١,٢٢	–	–	٦	١,٠٩
خطاب تقويم الحج	٥	١,٠٢	٢	٣,٢٣	٧	١,٢٧
الخطاب الإنساني	٥	١,٠٢	٢	٣,٢٣	٧	١,٢٧
خطاب تعظيم المشاعر والحرمات	٥	١,٠٢	–	–	٥	٠,٩٠
خطابات أخرى	–	–	–	–	–	–
المجموع	٤٩٠	%١٠٠	٦٢	%١٠٠	٥٥٢	%١٠٠

جدول رقم (٢) مصادر خطاب الحج في الصحافة العربية*

المصادر / الصحف	الرياض		الأخبار		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
مسئولون	٣٠٢	٥٩,٣٣	٣٦	٥٨,٠٦	٣٣٨	٥٩,٢٠
متخصصون	٢٨	٥,٥٠	١٠	١٦,١٢	٣٨	٦,٦٥
نصوص دينية	١٨	٣,٥٤	٢	٣,٢٣	٢٠	٣,٥٠
خبرات الكاتب وثقافته الذاتية	٨	١,٥٧	٦	٩,٦٨	١٤	٢,٤٥
الجمهور (حجيج وغيرهم)	٣٤	٦,٦٨	٢	٣,٢٣	٣٦	٦,٣٠
الإعلام والإعلاميون	٦٤	١٢,٥٧	٦	٩,٦٨	٧٠	١٢,٢٦
الكتب والدراسات	٩	١,٧٧	–	–	٩	١,٥٨
الخطب والندوات وورش العمل	٢٣	٤,٥٠	–	–	٢٣	٤,٠٣
المطويات والنشرات	٩	١,٧٧	–	–	٩	١,٥٨
الانترنت	١٤	٢,٧٥	–	–	١٤	٢,٤٥
أخرى	–	–	–	–	–	–
المجموع	٥٠٩	%١٠٠	٦٢	%١٠٠	٥٧١	%١٠٠

* عدد المصادر هنا قد يزيد عن عدد المواد لأن بعض أنماط التحرير كالتحقيق أو التقرير مثلاً تعتمد على مصادر متعددة :

- الإعلام والإعلاميون: مراكز إعلام وإدارات علاقات عامة بالوزارات والجهات ذات الصلة بالحج.
- مطويات وتعليمات الدفاع المدني وغيرها.

جدول رقم (٣) أنماط خطاب الحج في الصحافة العربية

الصحف / الأنماط	الرياض		الأخبار		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
خطاب خبري	٤٣٠	٨٧,٧٦	٣٨	٦١,٢٩	٤٦٨	٨٤,٧٨
خطاب تفسيري	٣٢	٦,٥٣	٨	١٢,٩٠	٤٠	٧,٢٥
خطابه رأي	٢٨	٥,٧١	١٠	١٦,١٣	٣٩	٦,٨٨
فتاوى وأسئلة	–	–	٤	٦,٤٥	٤	٠,٧٢
رسائل قراء	–	–	٢	٣,٢٣	٢	٠,٣٦
أخرى	–	–	–	–	–	–
المجموع	٤٩٠	%١٠٠	٦٢	%١٠٠	٥٥٢	%١٠٠

جدول رقم (٤) وظائف خطاب الحج في الصحافة العربية

الصحف / وظائف الخطاب	الرياض		الأخبار		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الوظيفة الدعائية	١٤٤	٢٩,٣٩	٦	٩,٦٨	١٥٠	٢٧,١٧
الوظيفة الإعلامية	١٢٩	٢٦,٣٣	٣١	٥٠,٠٠	١٦٠	٢٨,٩٩
وظيفة التوعية والإرشاد	١٠٧	٢١,٨٤	١٠	١٦,١٣	١١٧	٢١,٢٠
الوظيفة النقدية	٣٩	٧,٩٦	٢	٣,٢٣	٤١	٧,٤٣
وظيفة التثقيف	٢٧	٥,٥١	–	–	٢٧	٤,٨٩
وظيفة رفع الروح الإيمانية	١٦	٣,٢٧	٢	٣,٢٣	١٨	٣,٢٦
الوظيفة الإخبارية	١٠	٢,٠٤	١	١,٦١	١١	١,٩٩
المساهمة في تطوير الحج	٩	١,٨٣	٥	٨,٠٦	١٤	٢,٥٤
التهيئة المعرفة والنفسية	٨	١,٦٣	٥	٨,٠٦	١٣	٢,٣٥
أخرى (الترفيه والإمتاع)	١	٠,٢٠	–	–	١	٠,١٨
المجموع	٤٩٠		٦٢	%١٠٠	٥٥٢	%١٠٠

- الوظيفة الدعائية ويشارك في تحقيقها أكثر من خطاب (الدعائي، الخدمي،

الإعلامي، التنظيمي).

- الوظيفة الإعلامية ويشارك في تحقيها (الخطاب الإعلامي، التنظيمي، الخدمي).
- وظيفة التوعية والإرشاد يشارك في تحقيقها (خطاب التوعية، الخطاب الصحي والبيئي، خطاب المناسك والشعائر).
- الوظيفة النقدية يشارك في تحقيقها (خطاب المشكلات، خطاب التقويم، خطاب الظواهر الكبرى).
- وظيفة التثقيف يشارك في تحقيقها (الخطاب الثقافي، خطاب المنافع.
- وظيفة رفع الروح الإيمانية يشارك في تحقيقها (الخطاب الدعوي والفقهي، خطاب تعظيم المشاعر والحرمات).
- الوظيفة الإنسانية ويحققها الخطاب الإنساني والخطاب الأمني.
- وظيفة المساهمة في تطوير الحج ويحققها خطاب المقترحات والتطوير.
- وظيفة التهيئة ويحققها خطاب التهيئة.

جدول رقم (٥) الأطر المرجعية لخطاب الحج في الصحافة العربية

الصحف / الأطر المرجعية	الرياض		الأخبار		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
مرجعيات خدمية وأمنية	١١٦	٢٣,٦٧	٢٤	٣٨,٧١	١٤٠	٢٥,٣٦
مرجعيات تنظيمية وإدارية	٩٩	٢٠,٢١	١٢	١٩,٣٥	١١١	٢٠,١١
مرجعيات سياسية	٤٥	٩,١٨	٨	١٢,٩١	٥٣	٩,٦٠
مرجعيات دعائية	٤٥	٩,١٨	–	–	٤٥	٨,١٥
مرجعيات دينية	٤٤	٨,٩٨	١٠	١٦,١٣	٥٤	٩,٧٨
مرجعيات إعلامية	٤٤	٨,٩٨	–	–	٤٤	٧,٩٧
مرجعيات إنسانية	٣٥	٧,١٤	٢	٣,٢٣	٣٧	٦,٧٠
مرجعيات طبية	٣٠	٦,١٢	١	١,٦١	٣١	٥,٦٢
مرجعيات اقتصادية	٢١	٤,٢٩	١	١,٦١	٢٢	٣,٩٩
مرجعيات تاريخية	٥	١,٠٢	–	–	٥	٠,٩١
مرجعيات اجتماعية	٣	٠,٦١	٤	٦,٤٥	٧	١,٢٧
مرجعيات بيئية	٢	٠,٤١	–	–	٢	٠,٣٦
أخرى (تقنية)	١	٠,٢٠	–	–	١	٠,١٨
المجموع	٤٩٠	%١٠٠	٦٢	%١٠٠	٥٥٢	%١٠٠

- الخطاب الخدمي كان ينطلق من مرجعيات دينية وسياسية وإنسانية.
- خطاب التوعية ينطلق من مرجعيات انسانية وخدمية وأمنية ودينية.
- الخطاب الأمني ينطلق من مرجعية خدمية وأمنية خاصة بسلامة وإنسانية الحجاج .
- خطاب المشكلات ينطلق من مرجعيات خدمية واقتصادية وسياسية.
- خطاب الظواهر الكبرى ينطلق من مرجعيات خدمية وأمنية وإنسانية.
- خطابات التهيئة والمناسك والفقهي وتعظيم الحرمات تنطلق من مرجعيات دينية.

جدول رقم (٦) مسارات البرهنة التي اعتمد عليها خطاب الحج في الصحافة العربية*

	الصحف / مسارات البرهنة	الرياض		الأخبار		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
مسارات مطلقية	برهنة علمية (إحصاءات، قوانين، واقع، منطق، بحوث ودراسات، ندوات وورش عمل، خطط)	١٦٨	٢٨,٥٢	٣	٤,٢٣	١٧١	٢٥,٩١
	الوقائع والأحداث	١٠٦	١٨,٠٠	٢٤	٣٣,٨٠	١٣٠	١٩,٦٩
	أقوال مسئولين	٩٨	١٦,٦٤	٣٠	٤٢,٢٥	١٢٨	١٩,٣٩
	برهنة دينية	٨٤	١٤,٢٦	١٢	١٦,٩٠	٩٦	١٤,٥٥
	برهنة تاريخية	١٨	٣,٠٥	١	١,٤١	١٩	٢,٨٨
غير مطلقية	التعميم والتنميط	١٩	٣,٢٣	–	–	١٩	٢,٨٨
	التحيز (تجاهل أسباب أو أطراف، تشويه)	١٨	٣,٠٥	–	–	١٨	٢,٧٣
	المبالغات	١٦	٢,٧٢	١	١,٤١	١٧	٢,٥٨
	أخرى (بدون برهنة)	٦٢	١٠,٥٣	–	–	٦٢	٩,٣٩
	المجموع	٥٨٩	%١٠٠	٧١	%١٠٠	٦٦٠	%١٠٠

• تجاوزات مسارات البرهنة إجمالي عدد المواد لأن بعضها يجمع بين أكثر من مسار.

هوامش البحث :

1- أسامة صالح حريري، تطوير الاتصال الجماهيري من خلال قياس تعرض جماهير التجهيز لإذاعة التوعية بمنى، جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ١٤١٦هـ.

2- أسامة صالح حريري، مصادر معلومات جماهير الحجيج، جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ١٤١٦هـ.

3- عادل فهمي، اتجاهات التغطية الإعلامية لأنشطة الحج، جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ١٤٢٣هـ.

4- أسامة صالح حريري، قياس رجع الصدى لإذاعة التوعية في الحج، جامعة أم القرى، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج، ١٤٢٣هـ.

5- Denis Everette, the media at war: the press and the Persian Gulf conflicts(New York: Gannet Foundation Media Center, 1991)

6- Vanessa Greenwood, A critical discourse analysis of the Local Channel one, Jose State University, 1994.

7- سهاد فاضل، العوامل المؤثرة في تشكيل الخطاب الصحفي المتعلق بقضيه الخصخصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام ، العدد التاسع ، أكتوبر-ديسمبر ٢٠٠٠، ص ص ٨٥-١٠٦.

8- ايناس أبو يوسف، الخطاب الصحفي العربي بين الذات والآخر: دراسة تحليلية تطبيقية على الأزمة العراقية الأمريكية فبراير ١٩٩٨في صحف القادسية العراقية، النيويورك تايمز الأمريكية، الأهرام المصري، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد السادس عشر، يوليو-سبتمبر ٢٠٠٢، ص ص ٨٩-٢٠١.

9- على بن شويل القرني، الخطاب الإعلامي العربي والدعوي نموذجا، (الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠٠٢)

10- مرفت الطرابيشي وسهاد الطرابيشي، معالجه الخطاب الديني لقضية الإرهاب الدولي بالصحف المصرية الخاصة والحزبية في ظل المتغيرات الدولية، دراسة تحليلية مقارنة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد العشرون، يوليو-سبتمبر ٢٠٠٣،ص ص ١٥٥-١٨٦.

11- هشام عطية عبد المقصود، محددات تشكيل بنية الخطاب الديني في الصحف اليومية: دراسة تحليلية مقارنة لمضمون وسمات الصفحة الدينية في جريدتي الأخبار والوفد(٢٠٠١-٢٠٠٢)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الواحد

والعشرون، أكتوبر–ديسمبر ٢٠٠٣.
12- علاء الشامي، دور الخطاب الديني في وسائل الاتصال في تشكيل اتجاهات الشباب المصري نحو القضايا السياسية، دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام – جامعة القاهرة، ٢٠٠٦.
13- صلاح السيد عراقي، أساليب تطوير الخطاب الديني في القنوات الفضائية العربية: دراسة على عينة من الخبراء والقائمين بالاتصال في تلك القنوات، المؤتمر العلمي الثاني عشر لكلية الإعلام – جامعة القاهرة "الإعلام وتحديث المجتمعات العربية" ، ٢ – ٤ مايو ٢٠٠٦.
14- جمال عبد العظيم، خطاب حوار الحضارات في الصحف العربية دراسة حالة لجريدة الشرق الأوسط عامي ٢٠٠٥، ٢٠٠٦، مجلد أكاديمية أخبار اليوم لبحوث المؤتمر العلمي الرابع" للصحافة العربية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية"، القاهرة: ٢٢–٢٤أكتوبر٢٠٠٧م.
15- فهد الزومان ، ١٥شوال نهاية موسم العمرة ولا تمديد للتأشيرة إلى الحج ، الرياض، الأربعاء ٥ شوال ١٤٢٨هـ – ١٧ أكتوبر ٢٠٠٧م – العدد ١٤٣٥٩.
16- المرجع السابق.
17- سعيد إسماعيل، الخطاب الإسلامي: دلالة المصطلح، ضمن نخبة من الباحثين والكتاب في: الخطاب الإسلامي المعاصر.. دعوة للتقويم وإعادة النظر(قطر: مركز البحوث والدراسات بوزارة الأوقاف والشئون الإسلامية، ٢٠٠٦) ص١٣
18- إبراهيم غرايبة ومحمد أبو رمان، الخطاب الإسلامي تجديد أم تحول، مجلة الإسلام اليوم، ربيع الأول١٤٢٦هـ ص٣٠
19 -Andrew Tolson, mediation text and discourse in Media, Studies(London: Edward Arnold, 1996)pp. 126, 421
20 -Norman Fairclough, Media Discourse (London: Edward Arnold, 1995)pp.57-60
21- محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية، ط١(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،٢٠٠٧) ص ١٦٤.
22- مجدي محمد عبد الجواد، اتجاهات الخطاب الإعلامي في معالجة قضايا الأقليات الإسلامية في الصحافة العربية دراسة تحليلية على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من ١٩٩٠/١/١إلى ١٩٩٥/٢/٣١، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية آداب قنا، ٢٠٠٠)ص٩٠ .
23- عادل صادق، عادل صادق، دور الصحافة المصرية في إدارة الأزمات: دراسة مسحية على أزمة ١١ سبتمبر ٢٠٠١، رسالة دكتوراة، جامعة سوهاج، كلية الآداب، ٢٠٠٦، ص٤٤١.

24- أنظر: Norman Fairclough, op-cit, pp.29-30-

25- أنظر:

- Cunthea Kness, Heo Van Leo, "Multimodal Discourse: the Modes and the Media of contemporary communication", (London: Arnold, 2001),p.34.
- Yrjo Engeistrom, "Communication discourse and activity", Communication Review, Jan 1999, Vole.3, No. 1/2,p.4.
- Norman Fairclough, op-cit.

26- أنظر:

- عواطف عبد الرحمن، نادية سالم ، ليلى عبد المجيد، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية(القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ١٩٨٣)
- Cunthea Kness, Heo Van Leo, "Multimodal Discourse: the Modes and the Media of contemporary communication", (London: Edward Arnold, 2001),p. 4.

27- أنظر:

- محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي: أطر نظرية ونماذج تطبيقية، ط١(القاهرة: الدار المصرية اللبنانية،٢٠٠٧) ص ص ٩٥، ١٠٧-١١٣.
- Norman Fairclough. Op-cit.

28 -Kim Christian Schroeder, "Media Discourse Analysis: researching cultural meaning from inception to reception", Textual Cultures, Autumn2007, Vol.2, No.2, pp.77-99.

29 -Brett Dellinger, Critical discourse analysis of Media Texts, at: www.aber.ac.uk/media/section/texan02.html-11k.

30 -Earl Babbie, the practice of social research, 4th ed. (California: Wad worth publishing co. INC.) 1998, pp 113-117.

31- أنظر:

- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط١، (القاهرة:عالم الكتب،٢٠٠٠)، ص٢١٦.
- محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ط١، (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٢)ص ٩٣.

32 -D. wimmer and Joseph R. domiaick, mass media research: an introduction, 2nd ed., (California: Worth Publishing Company, 1987),pp87-102.

33- أنظر: عواطف عبد الرحمن ونادية سالم وليلى عبد المجيد، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، القاهرة، العربي للنشر، ١٩٨٣

34 -Kim Christian Schroeder, op-cit.

35 - Nelson Philips and Cynthia Hardy, Qualitative Research

Methods, (London: Sage Publication, 2002).
36 -Claire Selltiz et.al. Research Methods in social Relations, 4th ed.(New York : Holt Rinehart and Winston , 1993) pp 123-141

37- سورة البقرة، آية رقم ١٩٧.

38- اعتمدت الدراسة في تحديدها لفئات تحليل للمضمون على مصدرين؛ الدراسة الاستطلاعية التي سبق الإشارة إليها، الدراسات السابقة للحج ودراسات ومراجع مناهج البحث وتحليل المحتوى التي اعتمد عليها الباحث.

39- أنظر ملحق التعريفات الإجرائية بملاحق الدراسة رقم(١)

40- أنظر: ملحق التعريفات الإجرائية لفئات تحليل الخطاب في الملحق رقم(١)

41- مارلين نصر، التصور القومي في فكر جمال عبد الناصر ١٩٥٢-١٩٧٠: دراسة في علم المفردات والدلالة، ط١(القاهرة: المستقبل العربي، ١٩٨١) ص٥٣.

42- محمد منصور هيبة: القضايا الإسلامية في الصحافة المصرية، رسالة دكتوراة غير منشورة(جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٦) ص٢٩.

43- أنظر:

- نيفين مصطفى، دراسات في تحليل مضمون الصحف العربية، المستقبل العربي، العدد٢٠٠(بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٩٥) ص١٤٨.
- أمال سعد المتولي، معالجة الصحف الحزبية والمستقلة لقضايا السياسة الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٦)ص١٨

44- هشام عطية، تأثير السياسة الخارجية للدولة على المعالجة الصحفية للشئون الدولية: دراسة تحليلية مقارنة للصحف المصرية في الفترة من ١٩٩٠-١٩٦٠، رسالة ماجستير غير منشورة،)جامعة القاهرة: كلية الإعلام، ١٩٩٥) ص٥٢ .

45- الأخبار، ١ ذي الحجة ١٤١٨هـ، أخبار محلية.

46- الأخبار ٨ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، الصفحة الأولى.

47- الرياض، ١٥شوال ١٤٢٨هـ، الصفحة الأولى.

48- الرياض، ٣١شوال ١٤٢٨هـ محليات.

49- الرياض، ١١ذي القعدة ١٤٢٨هـ، متابعات.

50- الرياض، ١١ذي القعدة ١٤٢٨هـ، تابعات.

51- الرياض، ٧ ذي الحجة ١٤٢٨ هـ، محليات.

52- الأخبار، ٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، الصفحة الأولى.

53- الأخبار، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ أخبار محلية.

54- يركز الخطاب الدعائي على إبراز انطباعات وشكر الحجاج والبعثات بالخدمات المقدمة من حكومة وشعب المملكة من بداية استقبالهم وحتى توديعهم، كما يبرز

إشادة خادم الحرمين وولي عهده بنجاح موسم الحج وتوجيه الشكر والتقدير لكل الوزراء والجهات المعنية.

انظر: الرياض:

- رئيس البعثة التركية يشيد بالخدمات المقدمة للحجاج، ٢٠ ذي القعدة ١٤٢٨هـ
- الأمير نايف، النجاح القياسي لموسم الحج يعود بعد الله لدعم القيادة، ١٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، متابعات.
- الحجاج يشيدون بالتنظيم والتسهيلات في مكة المكرمة والمشاعر المقدسة، ١٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، متابعات.
- أكاديميون مصريون يشيدون بقدرة المملكة على تنظيم مواكب ضيوف الرحمن، ١٨ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
- حجاج بيت الله من ضيوف وزارة الحج يشيدون بالتطوير المستمر في المشاعر المقدسة: خادم الحرمين يحمل هم الأمة الإسلامية.. والمملكة قلبها النابض.. وحج هذا العام تميز بالسهولة والتنظيم، ١٨ ذي الحجة ١٤٢٨هـ محليات.

55- يبرز الخطاب الإعلامي الجهود والخدمات الإعلامية المقدمة من وسائل الإعلام أو المواقع الإلكترونية للجهات المعنية بالحج سواء كانت هذه الخدمات للحجاج أو الإعلاميين الوافدين.

انظر: الرياض:

- شاشات الكترونية على الحافلات كأفضل وسيلة إعلامية لحجاج بيت الله الحرام في المشاعر المقدسة، ١٦ ذي القعدة ١٤٢٨هـ محليات.
- "الرياض" راع إعلامي لحملة الجوازات في الحج، ٢٠ ذي القعدة ١٤٢٨هـ محليات.
- قنوات وصحف ووكالات أنباء دولية تغطي الشعائر، الأمير تركي بن سلطان يوجه المراكز الإعلامية بمضاعفة الجهود لخدمة الإعلاميين الوافدين لتغطية موسم الحج، ٧ ذي الحجة، ١٤٢٨هـ، متابعات.

56- يهتم خطاب التوعية بتحذير الحجاج من السلوكيات أو المعتقدات الخاطئة سواء في أداء المناسك والشعائر أو في المعيشة بالأماكن المقدسة وغيرها وكذلك التحذير من الشركات الوهمية للحجاج أو التصريحات والتأشيرات المزورة، ففي الخطاب المصري انظر: حجاج بيت الله مطالبون بالوفاء بعهدهم مع الله، الحج تدريب عملي على السلوك الذي يريده الله من عباده، ١٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ مساحة للرأي.

وفي الخطاب السعودي انظر الرياض:

- الحج تحذر من الشركات الوهمية، ١٨ شوال ١٤٢٨هـ، الصفحة الأخيرة.
- أخطاء يقع فيها الحاج، ٢٦ ذي القعدة ١٤٢٨هـ محليات.

- التركيز على الجانب التوجيهي في التعامل مع الحجاج: توزيع مليون مادة توجيهية بـ ٣٨ لغة، أول ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- المفتي العام يدعو الحجاج إلى الحرص على الابتعاد عن المخالفات الشرعية وما يعكر صفو شعيرة الحج، ٣ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- جهود توعوية مكثفة لخدمة الحجيج، أول ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

57- انظر توضيحات للخطاب السياسي بالصحيفة المصرية.
- أحمدي نجاد أول رئيس إيراني يؤدي مناسك الحج، طهران تتوقع بدء توليد الكهرباء من محطة بوشهر خلال ثلاثة أشهر، ١٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ. أخبار عربية وعالمية.
- الحجاج الفلسطينيون يشعلون النار في مخيماتهم بمدينة العريش: الشرطة المصرية تعمل على تأمين الحاج الفلسطينيين، ٢٣ ذي الحجة ١٤٢٨هـ أخبار عربية وعالمية.
- نقل الحجاج الفلسطينيين لرفح تمهيداً لعودتهم إلى غزة، ٢٥ ذي الحجة، الصفحة الأولى.

وانظر توضيحاً للخطاب السياسي بالصحيفة السعودية في:
- حجاج فلسطينيون يتظاهرون أمام معبر رفح مطالبين بفتحه لتمكينهم من أداء فريضةالحج ، ٢٠ ذي القعدة ١٤٢٨هـ شئون دولية.
- طهران: زيارة نجاد للمملكة لأداء الحج حققت نتائج مهمة وقيمة، ٢٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، شئون دولية.
- مصر سمحت بنقل حجاج غزة إلى العريش وسلطات الاحتلال تُصر على تفتيشهم، ٢٢ ذي الحجة، شئون دولية.
- غزة تناشد الحكومة المصرية رفض الضغوط والسماح للحجاج بالعودة عبر منفذ رفح، ٢١ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، متابعات.

58- انظر: توضيحاً للخطاب الصحي بالصحيفة المصرية في:
- حج بدون متاعب صحية، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، نساء ورجال.

وبالصحيفة السعودية في:
- نصائح عامة للمرأة الحامل الراغبة في الحج، ١٠ ذي الحجة، ١٤٢٨هـ، محليات.
- تشغيل مستشفى منى بسعة ٥٠ سريراً، ٢٦ ذي القعدة ١٤٢٨هـ محليات.
- مركز مراقبة صحي يقدم رعاية متواصلة للحجيج، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ محليات.
- الأصقة يحاضر عن الأمراض الشائعة في الحج، ٢٩ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، محليات.

- إرشادات تغذوية وصحية للحاج، أول ذي الحجة ١٤٢٨هـ، الطب.
- الاشتراطات الصحية الواجب توافرها في الحجاج، ٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، متابعات.

59- يتناول الخطاب المشاكل التي تواجه الحجاج بالصحيفة المصرية: سلبيات الحج السياحي، وارتفاع أسعاره، والجشع في التربح وتأخير التأشيرات، وارتباك في الحجوزات بسبب عدم الدقة في تحديد أول ذي الحجة ومن ثم يوم عرفات، وانعدام الرقابة الحكومية على شركات السياحة، ثم التكدس في منى وإقامة حجاج الداخل في مخيمات للحجاج النظاميين، نقص وعي الحجاج المصريين بمناسك الحج والنظام المتبع في المملكة العربية السعودية أسوة بما يتم لحجاج جنوب شرق آسيا، عدم توحيد الضوابط المنظمة للحج المصري سواء للسياحة أو الجمعيات أو القرعة. أنظر:

- تهاني إبراهيم، أخبار اليوم، الهجرة إلى الله، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، برلمان.
- رئيس البعثة الرسمية، ضرورة توحيد الضوابط، والتكدس في منى أمر طبيعي، ١٤ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، أخبار محلية.
- تهاني إبراهيم، أخبار اليوم، القضية في الثلاجة، ٤ محرم ١٤٢٩هـ، مساحة للرأي.

وانظر توضيحا لخطاب المشاكل بالصحيفة السعودية في:

- وزارة الحج لم تحرك ساكنا: تقليص أعداد الحجاج للحملات يساهم في ارتفاع أسعارها، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، تحقيق (محليات).
- ٤٥٠ حاجا أندونيسيا رفضوا السكن المستأجر من بعثة حجهم، ٤ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- د. هاشم عبده هاشم، صعود "إشراقة" أخطاء الحجاج، ١٧/٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، مقالات اليوم.
- حملة حج وهمية تتخلص من حجاجها وترفض تسليمهم التصاريح، ٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- حجاج يمتنعون عن السكن في مخيماتهم اعتقاداً أنها خارج حدود منى، ١١ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

60- انظر توضيحاً للخطاب الأملي في الصحيفة المصرية في:

- إلغاء سفر ١٠٢ حاج حصلوا على تأشيرات مزورة، ٢٩ ذي القعدة، الصفحة الأولى.
- مصرع وإصابة ٢٤ حاجاً مصرياً في السعودية، ١٠ ذي الحجة، الصفحة الأولى.

وفي الصحيفة السعودية:

- القبض على اندونيسي جمع أكثر من (٧٦) ألف ريال في حملة وهمية للحج بعسير، أول ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- تزوير تصاريح الحج، ٣ ذي الحجة، ١٤٢٨هـ، الاقتصادية.
- الوضع الأمني بين الحجاج مطمئن للغاية، ١٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- نشالون يرتدون الإحرام لخداع رجال الأمن والتمويه على المجني عليهم، ١٢ ذي الحجة١٤٢٨هـ، محليات.
- إحباط مخططات إرهابية لتعكير أمن الحج، ١٣ ذي الحجة، متابعات.
- ١٠,٣٣٠ رجال أمن يتولون تنظيم الحشود حول جسر الجمرات، ٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
- عدم الالتزام من بعض الحجاج بالزمن المحدد للرمي سبب رئيس للتزاحم، ١٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
- خطة مرورية متدرجة لعودة الحجاج إلى منى وقضاء أيام التشريق، ٨ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

61- انظر توضيحاً للخطاب الفقهي والدعوة بالصحيفة المصرية في:
- المفتي: الرجم على مدار اليوم، ٨ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، الصفحة الأولى.
- د. أحمد عمر هاشم، غفران الذنوب ثمرة الحج الصحيح، ١٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، مساحة للرأي.

والصحيفة السعودية في:
- الشيخ صالح الفوزان يحذر الحجاج من البدع في أداء المناسك بحجة التقليد أو التعلق بالأولياء، ٩ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- المفتي العام ووزير الشئون الإسلامية يطالبان الدعاة بالتيسير على الحجاج، ٥ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- المفتي أجاز للحجاج ارتداء سراويل لمنع التسلخات، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- خطبة عرفة رؤية ورسالة، ٩ ذي الحجة، صفحة الرأي.

62- انظر توضيحاً لخطاب التعريف بالحج والتهيئة النفسية له بالصحيفة المصرية في:
- رسالة الحج، ٢٠ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، رسالة إلى المحرر من يحيى السيد النجار – دمياط.
- تسمية عرفات وفضائلها، في معاني الحج، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، لقاء الإيمان.
- د. أحمد عمر هاشم، الحج رحلة التوحيد، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، مساحة للرأي.
- الشيخ آل طالب في خطبة الجمعة بالمسجد الحرام يتحدث عن أهمية الحج

ومكانته وفضائله ومناقبه، وقدسية مكة المكرمة وحرمتها ومكانتها عند الله وواجب المقيمين فيها وزوارها خاصة في مواسم الحج ورمضان، ١٤ ذي القعدة ١٤٢٨هـ محليات.

- إمام وخطيب المسجد الحرام يدعو ضيوف الرحمن إلى تحقيق أهداف فريضة الحج، ٥ ذي الحجة ١٤٢٨هـ محليات.
- د. عبد الله الشثري وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الشوق والحنين إلى البيت الحرام، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ

63- انظر توضيحاً لخطاب الظواهر الكبرى بالصحيفة السعودية فقط في:

- خيام المفترشين تعطل السير في عرفات، ١٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ محليات.
- حجاج الدول العربية يسجلون رقماً قياسياً في عدد التائهين، ١١ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- القبض على ٢٧٠٠ متسول في المشاعر، ١٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ الصفحة الأخيرة.
- لجان الحج التحضيرية تناقش ظاهرة افتراش الحجيج، ١٤ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.

64- انظر: توضيحاً للخطاب الثقافي بالصحيفة السعودية فقط في:

- كتاب يتناول جزءاً من طريق الحج في صدر الدولة الإسلامية، ١٢ شوال ١٤٢٨هـ، ثقافة اليوم.
- فيصل السعدون، أمن الحجاج هاجس المؤسس (الملك عبد العزيز آل سعود)، ٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
- ملف خاص بالحج على شبكة السنة النبوية وعلومها، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ
- راشد بن محمد بن عساكر، توثيق الحج في ميقات الحج (مجلة متخصصة)، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- يوسف الكويليت، لماذا لا نجعل الحج ميداناً لأفكارنا وأعمالنا، دعوة للحوار بالعقل للتفاهم مع الآخر المسلم والمتطرف والعنيف، ٩ ذي الحجة ١٤٢٨هـ كلمة الرياض.
- رقم يبحث عن موسوعة "جينس": مدهاس حج ٩٥ مرة خلال ١٢٤ عاماً، ١٥ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، الصفحة الأخيرة.

65- انظر توضيحا لخطاب تطوير الحج بالصحيفة المصرية في:

- قطارات لنقل الحجاج بين المناسك، ٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، الصفحة الأولى.

وبالصحيفة السعودية في:

- دراسة توصي بالإسراع في إدخال "القطار السريع" لنقل الحجاج من المشاعر المقدسة، ٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.

-دراسة لقياس مدى رضا الحجاج ومشرفي بعثات الحج عن الخدمات المقدمة، ١٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، متابعات.

66- انظر: توضيحا لخطاب المناسك والشعائر بالصحيفة السعودية فقط في:
-الشيخ عبد العزيز آل الشيخ يحاضر عن صفة الإنساك للحج، ٢٨ ذي القعدة ١٤٢٨هـ محليات.
-وزير الحج افتتح الندوة الإسلامية السنوية الكبرى بعنوان: حجة الوداع. شعائر وقيم، ٣ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
-مذكرة الحاج: أعمال يوم التروية، ٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
-مذكرة الحاج: التاسع من ذي الحجة، ٩ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

67- انظر توضيحا لخطاب تقويم الحج بالصحيفة المصرية في:
-المطالبة بحملة قومية لتوعية الحجاج وتوحيد الزي وزيادة التنسيق بين البعثات، ١٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ أخبار محلية.
والصحيفة السعودية في:
-ناصر الحجيلان، حملات الحج: مرحلة التقويم والمراجعة، ٢٨ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، مقالات يومية.
-عدنان الزاحل، قرار يستحق الوقوف والتأمل ! وهو إعفاء رئيس لجنة التكشف على مساكن الحجاج وتكليف أحد المهندسين بأعمال اللجنة، ٢٨ ذي الحجة ، صفحة الرأي.

68- انظر: توضيحا للخطاب الإنساني بالصحيفة المصرية في:
-الهلال الأحمر يقدم مساعدات فورية للحجاج الفلسطينيين، ٢٣ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، أخبار محلية.
-مساعدات عاجلة من الهلال الأحمر للأشقاء الحجاج الفلسطينيين، ٢٧ ذ والحجة ١٤٢٨هـ أخبار محلية.
وبالصحيفة السعودية في:
-مشروع حج ذوي الاحتياجات الخاصة بحاجة إلى الدعم ويشكو من التوقف، ٧ محرم ١٤٢٩هـ، محليات.
-استقبال حجاج غينيا وأثيوبيا بالهدايا، ٢٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، محليات.
-مواقف إنسانية فاقت حدود الواجب سطرها رجال الأمن في الحج (إسعاف الكبار وحمايتهم من الشمس، وانشال حجاج ضاق بهم الخناق، إرشاد الحجاج، إنقاذ أطفال من الاختناق بسبب الازدحام)، ١٥ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، متابعات.

69- انظر توضيحا لخطاب المنافع المادية والاقتصادية بالصحيفة السعودية فقط في:
-د. سليمان عبد الله الرويشد حملات الحج والعمرة.. الأثر السلبي على الاقتصاد الوطني ٣ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، مقالات اليوم الاقتصادية.

- ٣٠ مليون ريال دخل صوالين الحلاقة في مشعر منى اليوم، ١٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، محليات.
- استثمارات التجارة الخفيفة في الحج تفوق النظامية، ٤ مليارات ريال قيمة الحركة التجارية، موسم استثماري ربحي للجميع، رواج السلع يعادل عام كامل، ٣ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، الاقتصادية.
- أحمد عبد الرحمن الحبيب، اقتصاديات الحج ٢ المحرم ١٤٢٩هـ.

70- انظر: توضيحاً لخطاب تعظيم المشاعر والحرمان في الصحيفة السعودية فقط في:
- أ.د. سليمان أبا الخيل مدير جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، مكانة البلد الحرام وعقوبة الإلحاد فيه، ٤ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، صفحة رأي.

71- ومن المسئولين الذين اعتمد عليهم خطاب الحج بالصحيفة المصرية:
اللواء هشام السرساوي رئيس الهيئة العامة لموانئ البحر الأحمر، اللواء سيف الدين جلال رئيس لجنة الحج العليا محافظ السويس، علي المصيلحي وزير التضامن الاجتماعي، عاطف عبد الحميد رئيس شركة مصر للطيران، اللواء حمدي سرحان رئيس الجهاز التنفيذي لحجاج مصر ورئيس بعثة حج القرعة مساعد وزير الداخلية للشئون الإدارية، فضيلة الإمام الأكبر الدكتور/ محمد سيد طنطاوي شيخ الجامع الأزهر، الدكتور/ محمود حمدي زقزوق وزير الأوقاف، الدكتور/ عثمان محمد عثمان رئيس بعثة الحج الرسمية وزير التنمية الاقتصادية، أسامة العشري المشرف على الحج السياحي وكيل أول وزارة السياحة ورئيس قطاع الشركات، عبد العزيز حسن وكيل الوزارة للرقابة على الشركات السياحية، أحمد عبد العزيز رئيس بعثة حج الجمعيات الأهلية، الدكتور/ مصطفى المراغي رئيس البعثة الطبية لوزارة الصحة، الدكتور/ علي جمعة مفتي الديار المصرية، الدكتور/ فؤاد الفارس وزير الحج السعودي، اللواء أحمد عبد الحميد محافظ شمال سيناء (مشكلة دخول الحجاج الفلسطينيين إلى غزة عبر ميناء رفح).
ومن المسئولين الذين اعتمد عليهم خطاب الحج بالصحيفة السعودية:
مدير العلاقات العامة والإعلام بالدفاع المدني، وزير الحج الدكتور/ فؤاد عبد السلام الفارس، وزير الداخلية رئيس لجنة الحج العليا الأمير نايف بن عبد العزيز، أمين عام اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات مفرح سعد الحقباني، وزير الشئون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد الشيخ صالح بن عبد العزيز آل الشيخ، أمراء المناطق خاصة أمير منطقة مكة المكرمة وأمير المدينة المنورة ومديرو خدمات المناطق بالأمارات، عميد معهد أبحاث الحج بجامعة أم القرى الدكتور/ عاطف حسين أصغر، وزير النقل الدكتور/ جبارة عيد الصريصري، مدير مكتب مكافحة التسول بجدة سعد الشمراني، مدراء عموم الشئون الصحية بالمناطق، قائد قوة الحج بمطار الملك عبد العزيز بجدة العقيد سعود علي العون، رؤساء بعثات

للحج من البلدان المختلفة، وزير الصحة ووكلاء الوزارة ومدير عام الإدارة العامة للطوارئ والطب الوقائي، مدراء العلاقات العامة بالوزارات المختلفة، خادم الحرمين الشريفين، مديرو المديريات العامة للجوازات والأمن العام والدفاع المدني، رئيس مجلس أمناء مركز الأمير سلمان لأبحاث الإعاقة، مدير إدارة مستشفيات القوات المسلحة، الشيخ صالح بن حميد رئيس مجلس الشورى، إمام الحرم المكي الشريف الشيخ الدكتور/ عبد الرحمن السديس.

72- ومن المصادر الإعلامية (الإعلاميون، الوسائل، المراكز) التي اعتمد عليها خطاب الصحيفة المصرية:

-صحيفة "أراب نيوز) السعودية في دراسة جدوى لاستخدام قطارات النقل بين المناسك، ٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، الصفحة الأولى.

-صحيفة القدس الفلسطينية في: حماس تشيد بالموقف المصري لإنهاء معاناة الحجاج الفلسطينيين.

ومنها في الصحيفة السعودية:

مركز معلومات الإعلام الصحي، إذاعة الرياض في بثها لحلقات جديدة من موسوعة الحج، مطويات إدارة العلاقات العامة والإعلام التي تحمل إرشادات السلامة في الدفاع المدني، وحافلات نقل الحجاج، والصحة والتغذية، والمناسك والشعائر، والدفاع المدني.

73- ومن المتخصصين الذين اعتمد عليهم خطاب الحج بالصحيفة المصري:

الدكتور/ عبد المهدي عبد القادر الأستاذ بجامعة الأزهر، الدكتور/ زكي عثمان أستاذ الثقافة الإسلامية بجامعة الأزهر، الشيخ جمال قطب الرئيس الأسبق لنجنة الفتوى بالأزهر، عبد الرحمن- -إبراهيم استشاري الباطنة، الدكتور/ عبد الرحمن العدوي عضو مجمع البحوث الإسلامية، الدكتور/ طه أبو كريشة نائب رئيس جامعة الأزهر الأسبق.

ومن المتخصصين الذين اعتمد عليهم خطاب الحج بالصحيفة السعودية:

الدكتور/ صالح محمد الصالحي المدير الطبي لمستشفى الأطفال بمدينة الملك فهد الطبية بالرياض، الشيخ سعد عبد الله البريك، إمام وخطيب المسجد الحرام الشيخ صالح آل طالب، الشيخ صالح الفوزان عضو هيئة كبار العلماء، مدير عام الأمراض الطفيلية والمعدية بوزارة الصحة.

74- ومن آراء وانطباعات الحجاج الذين اعتمد عليهم خطاب الصحيفة المصرية ما ورد في: الحجاج يشيدون بالتيسيرات غير المسبوقة، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

ومن انطباعات وآراء ووقائع الحجاج الذين اعتمد عليهم خطاب الصحيفة السعودية ما وردت أسمائهم في موضوع انطباعات الحجاج القادمين في مطار الملك عبد العزيز بجدة، ١٦ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، وما جاء في ردود أفعال المواطنين

والمقيمين إزاء ارتفاع أسعار حملات حج الداخل في ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
وما عبر عنه حجاج العراق: السعادة تغمرنا بحسن الاستقبال ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

75- ومن الخطب والندوات وورش العمل التي اعتمد عليها الخطاب السعودي فقط:
ورشتا العمل اللتان تظمتهما وزارة الحج حول "التفويج على جسر الجمرات" ٢٥/٢٦ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، الملتقى العلمي الثامن لأبحاث الحج ٢٦ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، ندوة الحج (مسئولية وأمانة) التي أقامتها كلية الملك فهد الأمنية لمنسوبيها، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ الندوة الإسلامية السنوية الكبرى "حجة الوداع: شعائر وقيم" ٣ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

76- ومن المصادر الدينية التي اعتمد عليها خطاب الصحيفة المصرية ما جاء من آيات قرآنية وأحاديث وخطبة النبي صلى الله عليه وسلم بعرفات وأسئلة الصحابة له في:
-مقالات للدكتور/ أحمد عمر هاشم، حجة الوداع وحقوق الإنسان، ٥ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، غفران الذنوب ثمرة الحج الصحيح، ١٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
ومن المصادر الدينية بخطاب الصحيفة السعودية:
-صفة الإنساك بالحج، ٢٨ ذي القعدة.
-مكانة البلد الحرام وعقوبة الإلحاد فيه، ٤ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

77- ومن خبرات وتجارب الكتاب وثقافتهم الذاتية ما اعتمد عليه الخطاب المصري في مقالات الكاتبة الصحفية بأخبار اليوم تهاني إبراهيم، الهجرة إلى الله، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، القضية في الثلاجة، ٤ محرم ١٤٢٩هـ.
وما اعتمد عليه الخطاب السعودي في مقالات:
-د. عبد الرحمن يحيى القحطاني، خادم الحرمين ودعوة لحج معولم إعلامياً، ١٩ شوال ١٤٢٨هـ.
-د. سليمان عبد الله الرويشد، مرجع سابق.
-يوسف الكويليت، مرجع سابق.
-ناصر الحجيلان، مرجع سابق.
ومن مواقع الانترنت التي استند إليها خطاب الصحيفة السعودية فقط.
-شبكة السنة النبوية وعلومها، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

78- ومن الكتب والدراسات التي اعتمد عليها خطاب الصحيفة السعودية فقط:
-عرض كتاب "طريق الحج البصري بين النباح والرتمى" لعوض بن صالح السرور، ١٢ شوال ١٤٢٨هـ، مطوية مهام وواجبات الدفاع المدني.
-دراسة جدوى لاستخدام القطار السريع في نقل الحجاج بين المشاعر المقدسة ٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
-مطوية مفكرة الحاج ٧-١٣ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

79- من الوظائف الإعلامية التي قام بها الخطاب المصري: إعلام الحجاج وذويهم والمجتمع بشكل علم عن موعد مغادرة الحجاج وموعد عودتهم وتحركاتهم بين المشاعر المقدسة وما يحدث للحجاج المصريين من إصابات أو حالات وفاة، والخدمات المقدمة من البعثة المصرية الرسمية والجهات السعودية:
انظر: ١٦ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، ١٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، ٢٥ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
ومن الوظائف الإعلامية التي قام بها الخطاب السعودي إشعار المجتمع والحجاج بالاستعدادات لموسم الحج والخدمات المقدمة للحجيج والأنشطة والجهود التي تقوم بها الأجهزة المعنية بالحج، ورصد أحداث موسم الحج وزيارات الوفود وبعثات الحج للقنصليات والسفارات، فضلاً عن كافة الأنشطة الإعلامية الخاصة بتغطية موسم الحج.
انظر: ١٩ شوال ١٤٢٨هـ، ٢٦ شوال ١٤٢٨هـ، ٣٠ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، ٧/٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

80- انظر نماذج للوظائف الدعائية التي قام بها الخطاب المصري:
- الحجاج يشيدون بالتيسيرات غير المسبوقة، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
- الحجاج الفلسطينيون يهتفون باسم مصر والرئيس مبارك ويشكرون جميع المسئولين لعبورهم من رفح ٢٥ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
وانظر نماذج لنفس الوظيفة بالخطاب السعودي في النماذج المشار إليها بالخطاب الدعائي.

81- انظر نماذج لوظيفة التوعية والإرشاد بالصحيفتين المصرية والسعودية في النماذج المشار إليها بالخطاب التوعوي والخطاب الدعوي.

82- انظر نماذج للوظيفة النقدية بالصحيفتين المصرية والسعودية في النماذج المشار إليها في خطاب المشكلات، خطاب التقويم، خطاب الظواهر الكبرى.

83- انظر نماذج لوظيفة التثقيف بالصحيفة السعودية فقط في النماذج المشار إليها في الخطاب الثقافي، وخطاب المنافع.

84- انظر نماذج لوظيفة رفع الروح الإيمانية بالصحيفتين المصرية والسعودية في النماذج المشار إليها بخطاب تعظيم المشاعر والحرمات.

85- انظر نماذج لوظيفة المساهمة في تطوير الحج بالصحيفتين المصرية والسعودية في النماذج المشار إليها بخطاب المقترحات والتطوير.

86- انظر نماذج لوظيفة التهيئة المعرفية والنفسية بالصحيفتين المصرية والسعودية في النماذج المشار إليها بخطاب التهيئة.

87- انظر نماذج للوظيفة الإنسانية بالصحيفتين المصرية والسعودية في النماذج المشار إليها بالخطاب الإنساني.

88- انظر نموذج لوظيفة الترفيه والإمتاع بالصحيفة السعودية فقط فيما نقلته بعنوان: الحج يكشف لخمسينية أن أسرتها لم تقيم لها عقيقة، ٢٤ شوال ١٤٢٨هـ وهي طرفة من داخل أسرة سعودية تكشف عن دهشة امرأة خمسينية وسط ضحكات وتعليقات أبنائها وأحفادها حين تلقيها خبر والدتها المدوي بعدم إقامة مناسبة العقيقة لها منذ صغرها وهي سنة مستحبة لمن عزم الحج.

89- انظر نماذج للمرجعية الخدمية والأمنية في النماذج المشار إليها بالخطاب الخدمي، والخطاب الأمني وبعض موضوعات خطاب المشكلات وخطاب الظواهر الكبرى.

90- انظر نماذج للمرجعية التنظيمية والإدارية في النماذج المشار إليها بالخطاب التنظيمي والإداري.

91- انظر نماذج للمرجعية الدينية في النماذج المشار إليها بالخطاب الفقهي والدعوي، وخطاب تعظيم المشاعر والحرمات، وخطاب التهيئة.

92- انظر نماذج للمرجعية السياسية في النماذج المشار إليها بالخطاب السياسي.

93- انظر نماذج للمرجعية الدعائية في النماذج المشار إليها بالخطاب الدعائي.

94- انظر نماذج للمرجعية الإنسانية في النماذج المشار إليها بالخطاب الإنساني.

95- انظر نماذج للمرجعية الطبية في النماذج المشار إليها بالخطاب الصحي.

96- انظر نماذج للمرجعية الاقتصادية في النماذج المشار إليها بخطاب المنافع.

97- انظر نماذج للمرجعية الاجتماعية في الخطاب المصري في:

-اجتماع المسلمين من مختلف الألوان والأجناس في بقعة واحدة، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ

-الحجاج المصريون سعداء بمدينة الخيام البيضاء، ١١ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

وفي الخطاب السعودي انظر:

-طرفة اجتماعية داخل أسرة سعودية تكشف عن أهمية إقامة العقيقة ليكتمل صحة الحج في موضوع بعنوان: الحج يكشف لخمسينية أن أسرتها لم تعمل لها عقيقة، ٢٤ شوال ١٤٢٨هـ.

98- انظر نماذج للمرجعية التاريخية في الخطاب السعودي فقط حينما يستند إلى أهمية ضمان الأمن للحجيج بالعودة إلى الأصول التاريخية له في مقال لـ: فيصل السعدون، أمن الحجاج هاجس (المؤسس الملك عبد العزيز آل سعود)، ٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

وانظر أيضاً الدعوة لأهمية توثيق الحج في مجلة متخصصة استناداً إلى وجود مجلة إيرانية تفعل ذلك 'ميقات الحج' انطلاقاً من أن الدولة السعودية أولى في القيام بهذا العمل، راشد محمد صاكر، توثيق الحج في ميقات الحج، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

99- انظر نماذج للبرهنة العلمية في الخطاب المصري:

-خطة لتصعيد الحجاج المصريين للمشاعر المقدسة بمنى وعرفات، ١/٥ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

-دراسة جدوى لإنشاء خمسة خطوط سكة حديدية لنقل الحجاج، ٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

-لجأ المفتي إلى مسار منطقي وليس مسار ديني في إجازة الرجم على مدار اليوم، حيث قال: حفاظاً على أرواح الحجيج من الزحام، ٨ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

وانظر نماذج للبرهنة العلمية في الخطاب السعودي:

-لجأ الكاتب في دعوته لحج معولم إعلامياً إلى مسارات منطقية وواقعية، حيث برهن على أهمية ذلك في إيضاح صورة الإسلام ومثله في العدالة والمحبة بين شعوب العالم، ودعوة مؤثرة وعميقة لأهل الكتاب والملحدين والوثنيين لإعمال العقل والفكر والعودة للفطرة الجلية للبحث عن الإله الحق، د. عبد الرحمن القحطاني، خادم الحرمين.. ودعوة لحج معولم إعلامياً، ١٩ شوال ١٤٢٨هـ.

-وحينما ألقى تحايق صحفي المسئولية على وزارة الحج في ارتفاع أسعار الحج بحملات الداخل لجأ إلى الأرقام والشهود والحقائق المنسوبة لوزارة الحج في تقليصها أعداد ، جاج حملات الداخل ومواقعها في منى بسبب مشروع رمي الجمرات الجديد ،مما أدى إلى ارتفاع الأسعار بنسب تتراوح من ١٠-٣٠%.

100- انظر نماذج لمسارات الوقائع والأحداث في الخطاب المصري:

- حينما لجأت الكاتبة تهاني إبراهيم في مقالين لها إلى الاستشهاد بالوقائع والأحداث في نقدها للحج السياحي وارتفاع أسعاره إلى أربعين ألف جنيه كحد أدنى والمتاجرة بالتأشيرات والجشع في تخفيض عدد أيام الحج والارتباك في مواعيد الحجز التي تتوقف على رؤية الهلال بالسعودية، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، ٤ محرم ١٤٢٩هـ. وانظر نماذج لمسارات الوقائع والأحداث في الخطاب السعودي.

-حين لجأ الدكتور/ هاشم عبده هاشم في مقالين له عن أخطاء الحجاج كعامل أساسي في نجاح أو فشل موسم الحج فاستند إلى العديد من الوقائع التي تحول الحج إلى مجرد عادة عند كثير من المواطنين والمقيمين وأثرياء عرب من حجاج الخارج، وأن أكثر من ٥٠% من الحجاج أدوا هذه الفريضة أكثر من عشر مرات مما يُضاعف معوقات الحج، كما أن تقارير المتابعة والتقييم لم تكن شفافة وواقعية وتركز على الإيجابيات وتخلو من السلبيات والعيوب، ٦ ، ١٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

101- انظر نماذج لأقوال المسئولين كمسارات برهنة في الخطاب المصري:

-حينما لجأت صحيفة الأخبار في افتتاحيتها ٢٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ لتصريحات وأقوال أحد زعماء حماس في الإشادة بموقف مصر بتأمين عودة الحجاج بشكل

وصفته محطة تليفزيون تابعة لحماس بأنه انتصار، كما استندت إلى تصريحات المتحدث الرسمي أيمن طه لراديو "بي بي سي".

وانظر نماذج أخرى بالخطاب السعودي:

- حينما يلجأ إلى تصريحات، وأقوال رئيس شركة مصر للطيران ليبرهن على أداء السلطات السعودية وطيرانها المدني وتقديمها لكافة التسهيلات والتصاريح المطلوبة، ١٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
- ويلجأ للعلماء والمسئولين في التدليل على أهمية الضربة الاستباقية لإحباط محاولة "إرباك الحج" ، ١٤ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

102- انظر: نماذج للنصوص الدينية كمسارات برهنة في الخطاب المصري:

- حينما يطالب الحجاج بالوفاء بعهدهم مع الله يستشهد الدكتور/ طه أبو كريشة بقول الله عز وجل: ﴿ وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدتُّمْ وَلَا تَنقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا﴾[النحل:٩١] ، وقوله: ﴿ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا﴾ [الإسراء: ٣٤]، ١٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
- وانظر نماذج أخرى لأنواع النصوص الدينية كمسارات للبرهنة في الخطاب الفقهي وخطاب تعظيم المشاعر والحرمات سواء في الخطاب المصري أو الخطاب السعودي.

وانظر نماذج أخرى بالخطاب السعودي:

- حينما يدعو خطيب المسجد الحرام بحفظ قدسية مكة المكرمة فيلجأ إلى القصص القرآني: (الكعبة أول بيت وضع للناس ليتعبدوا فيه، والصلاة فيها مضاعفة، ومكة أمنة ليوم القيامة، ولا يدخلها المسيح الدجال) ويلجأ أيضاً إلى الحديث: (من أتى هذا البيت فلم يرفث ولم يفسق رجع كيوم ولدته أمه)، ١٤ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
- وانظر نماذج أخرى لأنواع النصوص الدينية كمسارات للبرهنة في الخطاب الفقهي وخطاب تعظيم المشاعر والحرمات بوجه عام سواء في الخطاب المصري أو الخطاب السعودي.

103- انظر نماذج لمسارات البرهنة التاريخية بالخطاب المصري:

حينما يورد أسباب تسمية عرفات بهذا الاسم فيلجأ إلى أدلة التاريخ؛ حيث تعرف فيها سيدنا آدم على أمنا حواء بعد هبوطه من الجنة، وعرف سيدنا إبراهيم المناسك فوقها من جبريل عليه السلام .

وانظر نماذج أخرى بالخطاب السعودي:

حينما لجأ فيصل السعدون في مقاله: أمن الحجاج هاجس المؤسس ٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ إلى الأحداث والوقائع التاريخية لإثبات أن أمن الحجاج والأماكن المقدسة كان الهاجس الأول للملك عبد العزيز مؤسس الدولة السعودية، حيث كانت

الأماكن المقدسة تشهد صراعاً بين الأشراف والدولة العثمانية، فضلاً عن صراع القبائل وانعكاس ذلك على تعرض الحجيج للقتل والسلب والجوع والعطش مما دفع المؤسس إلى إبرام اتفاق مع القبائل بعدم التعرض للحجيج ثم أوكل العسكر والخفر بهذه المهمة ثم أعلن عن توفر الأمن للحجاج من الداخل والخارج.

104- انظر نموذجاً للتعميم والتنميط في الخطاب السعودي فقط:

حينما يعبر الخطاب عن لسان الحجاج بأنهم "في ضيافة شعب طيب استطاع أن يقدم لنا كل جهده من أجل راحتنا، ولن نستطيع أن نصف شعورنا لهذا الجهد الكبير من قبل موظفي المطار والجوازات، لقد زرنا دولاً عديدة لم تجد فيها تلك السرعة في إنهاء الإجراءات في: انطباعات الحجاج، ١٤٢٨/١١/٢٠هـ(من المعروف أن تكدس الحجاج في المطار وتأخير إنهاء إجراءاتهم من المشكلات المزمنة في موسم الحج والسلطات المسئولة تبذل قصارى جهدها ولكن أعداد الحجاج كبيرة، ومع افتراض أن الكلام صحيح، فهل سلوك موظفي المطار يمكن تعميمه على الشعب السعودي كله.

105- انظر نماذج للتحيز بالخطاب السعودي فقط في العديد من الموضوعات والتحقيقات التي قدمت جانباً واحداً من مشهد الحج، وهو الإشادة والمديح في المملكة وشعبها والتسهيلات والخدمات المقدمة دون أي إشارة لسلبيات أو تقصير من جانب المسئولين أو الموظفين أو رجال الأمن وغيرهم، ومن هذه النماذج.

- أكاديميون مصريون يشيدون بقدرة المملكة على تنظيم مواكب ضيوف الرحمن، ١٨ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
- الحجاج يشيدون بالتنظيم والتسهيلات في مكة المكرمة والمشاعر المقدسة، ١٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

106- انظر نماذج للمبالغة بالخطاب المصري في:

- الحجاج يشيدون بالتيسيرات غير المسبوقة، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
- الحجاج الفلسطينيون يهتفون باسم مصر والرئيس مبارك لعبورهم من معبر رفح، ٢٥ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

107- الرياض، ١٥ شوال نهاية موسم العمرة ولا تمديد للتأشيرة إلى الحج، ١٥ شوال ١٤٢٨هـ.

108- الرياض، تنظيم استخدام وسائل النقل في نقل المواشي إلى العاصمة المقدسة خلال موسم الحج، أول ذي القعدة ١٤٢٨هـ، محليات.

109- الرياض، ٨٥٠ يعملون على مدار الساعة لإنهاء إجراءات قدوم الحجاج، ٢٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

110- الرياض، الأمير نايف يوجه بتحجيج (٢٠٠) متعافي من إدمان المخدرات، ٢٦ شوال ١٤٢٨هـ محليات.

111- الرياض، ٣ جهات حكومية تكثف جهودها لمطاردة المتسولين في الحج، ١٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، محليات.

112- الرياض، شرطة الرياض تقيم برنامجاً توعياً لـ ١٦٠٠ فرد مشاركين في خدمة الحجاج، ١٤ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، محليات.

113- الرياض، الجوازات تدعو الراغبين في الحج بالحصول على التصاريح، ٢٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

114- الرياض، القبض على ٢٧٠٠ متسول في المشاعر، ١٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، ٢١٠٠ جوال وكشاف لإرشاد التائهين من الحجاج، ١٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، ٦٦٩ كاميرا لمراقبة حركة الحشود البشرة في المشاعر المقدسة والحرم، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

115- الرياض، التويجري يترأس قيادات الدفاع المدني بالحج، ١٩ شوال ١٤٢٨هـ.

116- الرياض، سيارات برمائية لحماية الحجاج عند اجتياح السيول، ٢٦ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

117- الرياض، مهام الدفاع المدني وشروط العمالة في مؤسسات الطوافة، ٢٧ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

118- الرياض، قائد قوات الدفاع المدني: عدم الالتزام من بعض الحجاج بالزمن المحدد للرمي سبب رئيس للتزاحم، ١٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

119- الرياض، الدفاع المدني يستخدم تقنية البولوتوث لتوعية الحجاج، ١٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

120- الرياض، المدير الطبي لمستشفى الأطفال بمدينة الملك فهد الطبية: سبل وقاية الأطفال من البرد والالتهاب وأمراض الصدر، ٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

121- الرياض، الصحة تدخل خدمة الاستعلام عن الحجاج المنومين والمتوفين عبر الانترنت، ٢٣ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

122- الرياض، وجبة غذائية تصيب ١٥ حاجاً وحاجة اندونسيين بتسمم غذائي في مكة المكرمة، ٢٥ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

123- الرياض، خطة وقائية مبكرة قبل موسم الحج، مراكز طوارئ بجسر الجمرات، مراكز صحية في منافذ المملكة الجوية والبحرية والبرية، ٥ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

124- الرياض، الحج تحذر من الشركات الوهمية، ١٨ شوال ١٤٢٨هـ.

125- الرياض، بحث ضوابط ومعايير إسكان الحجاج في مشعر منى، ١١ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

126- الرياض، الحج تخصص رقماً مجانياً للرد على استفسارات حجاج الداخل، ١١ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

127- الرياض، وزارة الحج تكرم الفائزين بجائزة أفضل صحافي في ١٤ الشهر المقبل،

١٦ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

128- الرياض، وزارة الحج لم تحرك ساكناً: تقليص أعداد الحجاج للحملات يساهم في ارتفاع أسعارها.

129- انظر الرياض:

- بتوجيهات من الأمير فيصل بن بندر: تجهيز مدينة حجاج البر بالقصيم، ٥ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
- الأمير مشعل بن سعود يوجه الجهات الحكومية في نجران باتخاذ كافة الاستعدادات لاستقبال الحجاج، ١٦ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
- المرافق الخدمية في مدينة الحجاج بالجوف تكثف خدماتها على مدار الساعة، ١٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
- مياه مكة المكرمة توفر (٥٠) ألف متر مكعب للحجاج يوم التروية، ١٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
- المدينة المنورة تستقبل ضيوف الرحمن قبل مغادرتهم بلدانهم، ١٩ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

130- انظر: الرياض:

- استضافة ٢٠٠ حاج من تتارستان ضمن ضيوف خادم الحرمين لأداء الحج، ١٠ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
- خادم الحرمين يأمر باستضافة ١٠٠٠ شخص يمثلون قارات العالم لأداء فريضة الحج، ٢٣ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
- خادم الحرمين يشكر وزير الداخلية وكل الوزراء القائمين في موسم الحج، ٢١ ذي الحجة، ٢٣ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

131- الرياض: ٢٤ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، ٦ ذي الحجة ١٤٢٨هـ، ٢٤ ذي القعدة، ٢٨ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

132- د. عبد الرحمن يحيى القحطاني، خادم الحرمين.. ودعوة لحج معولم إعلامياً، ١٩ شوال ١٤٢٨هـ.

133- الرياض في: ١١ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، ١٤ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، ٢٤ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، ٢/٧/٨/١٠ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

134- الرياض، ١/٩/٢٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

135- د. عبد الرحمن يحيى القحطاني،مرجع سابق.

136- الرياض، ١٣ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.

137- الرياض، ٢٠ ذي القعدة١٤٢٨هـ.

138- الرياض، ٣/٧/١٠/١٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

139- الرياض، ٢٨ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، ٢/٧/١١ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.

140- الرياض، رئيس البعثة التركية يشيد بالخدمات المقدمة للحجاج، قنصل ساحل العاج: شعرت بالفخر عندما استقبلت الحجاج، ٢٠ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
141- الرياض، استقبال حجاج غينيا وأثيوبيا بالهدايا، ٢٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
142- الرياض، ٤٥٠ حاجا أندونسيا رفضوا السكن المستأجر من بعثة حجهم، ٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
143- الرياض، ١١ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
144- الرياض، ٣/١٠/٢٨ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
145- الرياض، ٢٥-٢٨ ذي القعدة ١٤٢٨هـ، ١٠ ذي القعدة، ١٤٢٨هـ.
146- الرياض، ٢٤ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
147- الرياض، ١٩/١٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
148- الرياض، ١٢ ذي القعدة ١٤٢٨هـ.
149- وردت هذه المشكلات في نتائج العديد من دراسات معهد بحوث الحج بجامعة أم القرى التي خضعت لدراسة استطلاعية من الباحث. انظر: موقع المعهد على الانترنت www.hajj.ebu.sa
150- Cunthea Kness, Heo Van Leo, op-cit.
- Yrjo Engeistrom, op-cit.
151- تركي السويهري، فريق الرياض الصحفي يستقر في منى، الرياض، ٧ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
152- المطالبة بحملة قومية لتوعية الحجاج وتوحيد الزي وزيادة التنسيق بين البعثات، الأخبار، ١٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
153- سها فاضل، مرجع سابق.
154- ايناس أبو يوسف، مرجع سابق.
155- Normman fairclough, op-cit.
156- الأخبار، ١٢ ذي الحجة ١٤٢٨هـ.
157 -Cunthea Kness, Heo Van Leo, op-cit.
- Yrjo Engeistrom, op-cit.
158- سها فاضل، مرجع سابق.
159 -Denis Everette, op-cit.
160- انظر: محمد شومان، مرجع سابق.
- Norman Fairclough. Op-cit.
161- المرجع السابق نفسه.
162- الحج آية: ٣٠.
163- الحج آية: ٣٢.