مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ. د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير : أ. د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير : أ.م. د / سامح عبدالغني - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ. د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية
- أ. د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ. د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ. د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ. د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية

سكرتيرو التحرير:

د / إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.
د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.
أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد الثالث والسبعون- الجزء الأول - رجب ١٤٤٦هـ - يناير ٢٠٢٥م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.

٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة عين شمس.

٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)

أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.

٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)

أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.

٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)

أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.

٦. أ.د/ وديع العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا للقواعد الآتية:

- **يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.**
- **ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمرًا علميًا.**
- **لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة ... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.**
- **يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.**
- **يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.**
- **يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر .. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.**
- **لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها .... وتحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.**
- **تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر .**
- **ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.**

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

محتويات العدد

- دور الدبلوماسية الثقافية في بناء سمعة الدول- دبلوماسية الطلاب أنموذجًا-، دراسة على الطلاب الدوليين بجامعة الملك سعود
  أ.م.د/ مطلق بن سعود المطيري — ٩

- تأثير برنامج تدريبي للتعريف بتقنيات الذكاء الاصطناعي بغرف الأخبار على إدراك طلاب الإعلام التربوي لها (دراسة شبه تجريبية)
  أ.م.د/جيهان سعد عبده المعبي — ٦٣

- انعكاسات المتابعة الإعلامية للحرب الإسرائيلية في قطاع غزة ٢٠٢٣ م على الآثار النفسية للجمهور الفلسطيني أ.م.د/حسين عبد الله سعد — ١٢٩

- بنية خطاب تعليقات القراء إزاء أدلجة الدين في المجال العام للصفحات الإسرائيلية الناطقة باللغة العربية بعد طوفان الأقصى (٢٠٢٣م) (دراسة تحليلية على صفحتي إسرائيل تتكلم بالعربية وأفيخاي أدرعي بالفيسبوك نموذجًا) د/ حسن محمد فرحات — ١٥٩

- تأثير استخدام المشاعر الإلكترونية (الإيموجي) في الاتصالات الرقمية على بناء العلاقات تجاه العلامة التجارية... دراسة شبه تجريبية
  د/ سمية عبد الراضي أحمد محمد — ٢٥٩

- توظيف طلاب الإعلام بالجامعات المصرية لأدوات الذكاء الاصطناعي في تعزيز أداء المهام التعليمية د/ نهلة محمد نشأت، د/ آية طارق عبد الهادي — ٣٤٥

- الاتجاه نحو فاعلية توظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مراكز ووحدات الابتكار وريادة الأعمال بالجامعات المصرية ٤٥٩
  د/ هناء حسين قرني

- التربية الإعلامية الرقمية وعلاقتها بمستوى تحصين وعي طلاب الإعلام التربوي بمخاطر تطبيقات التزييف العميق في إطار نظرية دافع الحماية ٥٨١
  د/ مصطفى محمود أحمد

- التماس الجمهور المصري للمعلومات من دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة وانعكاسه على مدركاته حول فريضة الحج ٦٧٣
  د/ محمد فيض محمد إسماعيل

- دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج السياحي في فلسطين- محافظة طولكرم نموذجًا ٧٥١
  محمد عبد اللطيف فريد أبو سفاقة
  محمد عبد اللطيف فريد أبو سفاقة - د/ إيهاب أحمد رؤوف عويس

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة – الآية ١٠٥

الافتتاحية

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواجد أمين

رئيس التحرير

مجلة البحوث الإعلامية ..الأولى عربيًا

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله

وبعد ،،

القراء والباحثين الأعزاء ..

نقدم لكم العدد الثالث والسبعين من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدر عن كلية الإعلام جامعة الأزهر ، وقد حصلت المجلة على سمعة طيبة – بفضل الله تعالى - بين الباحثين وأساتذة الإعلام على مستوى مصر والوطن العربي، حيث صنفت وفقا لتقييم المجلس الأعلى للجامعات وللعام الرابع على التوالي بأعلى درجة تقييم ، وكانت من أولى المجلات التي تحصل على سبع نقاط ، وحصلت على تصنيف فئة Q١ وفقًا لمعامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية"أرسيف"، وهي الفئة الأعلى في المجلات العلمية ، حيث تعد المجلة وفقًا للتقرير السنوي للمجلات العربية لعام ٢٠٢٤ هي الأولى عربيًا في تخصص الإعلام والاتصال ، والسادسة على مستوى بقية المجلات العلمية في التخصصات الأخرى للعام ٢٠٢٤ م ، وهي مرتبة متقدمة تليق بالمجلة ، لأنها نتاج جهد وتوفيق من الله تعالى ، وأعتقد أن وراء هذا التميز مجموعة من الأسباب :

أولا: المجلة لديها نظام صارم في قبول أو عدم قبول الأبحاث العلمية ، إذ تخضع الدراسات لنظام تحكيم معمى من اثنين من المحكمين لا تقل رتبتهم عن درجة أستاذ ، وفي التخصص الدقيق للبحث .

ثانيا : تضم قائمة المحكمين كل أساتذة الإعلام بفروعه وتخصصاته الدقيقة المختلفة من جامعة الأزهر والجامعات المصرية الذين يقرؤون البحوث العلمية بعناية ، ويقومون بإعداد قائمة طويلة من التعديلات التي تستهدف تقوية البحث ، مما يعود بالنفع على الباحث والمجلة .

ثالثا: وجود درجة ثقة عالية من الباحثين للنشر في مجلة البحوث الإعلامية ، لما يلمسونه من جدية في الإجراءات والمراحل المختلفة للتعامل مع البحث والباحث من قبل هيئة تحرير المجلة ، وانتشرت مقولة مهمة بين الباحثين : أنهم يدخرون الأبحاث القوية للنشر في مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر .

رابعا : لابد هنا من الإشادة بالمستوى الاحترافي الذي يقوم به أعضاء هيئة تحرير المجلة ابتداء من التأكد من اتباع أخلاقيات النشر العلمي ، وانتهاء بإتاحة المجلة بأوعيتها الرقمية والورقية ، ومرورا بكل مراحل التعامل مع البحث والباحث ، ومما تجدر الإشارة إليه أن النظام الإلكتروني في المجلة سجل رفض نشر ١٤١ بحثا خلال الثلاث سنوات الأخيرة ، إما لرفض المحكمين للبحث أو لعدم استيفاء شروط النشر العلمي وفق ضوابط النشر في المجلة .

خامسا : الإتاحة الرقمية لأكثر من ٩٥ ٪ من أبحاث المجلة التي نشرت بها منذ العام ١٩٩٣م ، وكانت النتيجة وفقا للإحصائيات المتوفرة في موقع المجلة الإلكتروني أن المجلة تتيح رقميا أكثر من ١١٨٠ بحثا علميا بنظام الإتاحة المجانية open access ، تم تحميلها من قبل الباحثين والمهتمين لحوالي ١٣٠٠٠٠٠ مرة تحميل (مليون وثلاثمائة ألف تحميل لملفات ال PDF الخاصة بأبحاث المجلة) كما تم استعراض هذه البحوث – بدون تحميل – لأكثر من سبعمائة وخمسين ألف مرة ، وهي أرقام تؤشر لأهمية وثراء ونوعية البحوث المنشورة في المجلة .

وفي الختام أود أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى قيادات جامعة الأزهر : الأستاذ الدكتور سلامة داود رئيس الجامعة والأستاذ الدكتور محمود صديق نائب رئيس الجامعة للدراسات العليا والبحوث ، و لشركاء النجاح من الباحثين والأساتذة المحكمين وهيئة تحرير المجلة ، ونسأل الله تعالى دوام التوفيق ، وأن يستعملنا في طاعته ومرضاته ، إنه ولي ذلك والقادر عليه .

وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

والحمد لله رب العالمين .

أ.د/ رضا عبد الواجد أمين

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

و رئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنه	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الاعلام	2536-9393	2735-4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-914X	2682-4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536-9237	2735-4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9158	2682-4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9131	2682-4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110-5836	2682-4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة،كلية الإعلام، مركز بحوث الراى العام	1110-5844	2682-4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357-0407	2735-4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الاعلام العربية	2356-9891	2682-4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314-8721	2314-873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735-3796	2735-377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812-4812	2812-4820	2023	7

التماس الجمهور المصري للمعلومات من دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة وانعكاسه على مدركاته حول فريضة الحج

The Egyptian Public's Seeking Information About the Connotations of the Television Image of the Standing on Arafah and Its Reflection on Its Perceptions of the Hajj

د/ محمد فيض محمد إسماعيل

مخرج بقطاع القنوات الإقليمية- الهيئة الوطنية للإعلام

Email: m2020_fid@yahoo.com

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة لمعرفة طبيعة التماس الجمهور المصري للمعلومات من دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، وانعكاس ذلك على مدركاته الدينية والحياتية حول فريضة الحج؛ ومن ثم سعت لتحليل أبرز دلالات هذه الصورة، ورصد سمات واستراتيجيات الجمهور في التماسه للمعلومات من خلالها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح وعلى الأسلوب المقارن، كما اعتمدت على المنهج السيميائي، وأفادت من نظرية التماس المعلومات، ومن إسهامات «رولان بارث» في مجال سيميائية الصورة، وفي إطار جمع البيانات تم استخدام استمارة تقطيع تقني للفيديو؛ لتحديد عينة الدراسة التحليلية والتي تبلورت في ثلاثة مشاهد مختارة لعينة عمدية بلغت 12 صورة، تمثل مواقف مختلفة للبث المباشر لوقفة عرفة عبر قناة السعودية عام (1445هـ- 2024م)، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة متاحة بلغت 200 مفردة من المصريين متابعي الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، وتوصلت الدراسة لنتائج، من أبرزها: أظهرت الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة الأعداد الكبيرة للحجاج وأوضحت تباينهم، وكشفت عن ملامح البيئة والمكان والمناخ بعرفة، وأكدت على أن لغة الجسد في الصورة التلفزيونية لم تعبر بشكل واضح عمّا يواجهه الحجاج من مشقة وتعب أثناء رحلة الحج، وأكدت النتائج أن متابعة المبحوثين جاءت بمستويات عالية من حيث المدى والدرجة، وكشفت عن وجود علاقة ارتباط دالة بين درجة متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة ومدركاتهم الدينية والحياتية حول فريضة الحج.

الكلمات المفتاحية: الصورة التلفزيونية، وقفة عرفة، سيميائية الصورة، التماس المعلومات.

Abstract

The study aimed to determine the nature of the Egyptian public's Information Seeking One of the implications of the television image of the Standing on Arafah, and its reflection on his religious and life perceptions of the Hajj. Therefore, it sought to analyze the most prominent implications of this image and monitor the characteristics and strategies of the public in seeking information through it. The study relied on the survey method, the comparative method, and the semiotic method. To collect data the researcher used a form to cut the video, this was to determine the sample for the analytical study, which was crystallized in three selected scenes from a sample of 12 images for the live broadcast of the Standing on Arafah by the Saudi Channel in the year (1445 AH - 2024 AD). On the other hand, the field study was applied to an available sample of 200 individuals from Egyptians who followed the television image of the Standing on Arafah. The study achieved many results, the most notable of which is that the television image of the Standing on Arafah showed the large numbers of pilgrims and made clear their disparity. It revealed the features of the environment, place, and climate in Arafah. The results confirmed that the follow-up of the respondents reached high levels in terms of extent and degree. It revealed the existence of a significant correlation between the degree to which the respondents followed the television image of the Standing on Arafah and their religious and life perceptions about the Hajj.

Keywords: television image, Standing on Arafah, image semiotics, information seeking.

مقدمة:

يؤدي كثير من المسلمين كل عام فريضة الحج كركن أساس من أركان الإسلام الخمس، وللحج أركانه ومناسكه، ولقد أجمع العلماء على أن الوقوف بعرفة ركن لا يصح الحج بدونه، وأن وقت الوقوف ينتهي بطلوع فجر يوم النحر[1]، وكحدث مهم تحظى فريضة الحج باهتمام مختلف وسائل الإعلام بما في ذلك القنوات التلفزيونية، والتي عادة ما تحرص على رصد مختلف الفعاليات والأحداث أثناء أداء هذه الفريضة، ويُلاحظ اعتماد كثير من القنوات التلفزيونية على البث المباشر لوقفة عرفة، والذي أتاح نقل أحداثها وفاعليتها لحظة بلحظة، ومن جانب آخر بات إدراك الصورة شبيهًا بإدراك الواقع [2]، ويزداد الأمر أهمية مع الصورة التلفزيونية؛ بما يميزها من خصائص كاعتمادها على التقنيات التكنولوجية المتطورة والمستمرة في التطور يومًا بعد يوم، إضافة إلى توظيف حجم اللقطة وحركات الكاميرا وزوايا التصوير لجذب الجمهور، ولتوصيل المعاني والدلالات، فالصورة هي جوهر المضمون التلفزيوني كما أنها بمثابة ركيزة أساسية لقراءة الجمهور لهذا المضمون؛ إذ يتلقاها المشاهد بمختلف الخيارات والحواس كوحدة تركيبية معقدة غير قابلة للاختصار؛ وهو ما يستدعي البحث عن طرق وأدوات منهجية تعد الأنسب لتحليل هذه الصورة بما تشمله من معانٍ ودلالات مختلفة [3]، وفي هذا الإطار شاع استخدام المنهج السيميائي في الكثير من المجالات للكشف عن المعاني والدلالات، ولقد حظيت السيميائية باهتمام الكثير من الدراسات الإعلامية كمنهج كيفي يمكن من خلاله الوصول إلى نتائج يصعُب الكشف عنها بالمنهج الكمي، ومنذ زمن بعيد اهتم بالسيميائية الكثير من العلماء والباحثين من مختلف دول العالم، ولقد أسهم كثير من علماء العرب في هذا المجال كابن خلدون، والغزالي، وابن سينا، والفارابي، والجرجاني.. وغيرهم، كما عُرفت السيمياء بعلم أسرار الحروف عند متصوفة الإسلام [4]، ويجدر

الإشارة إلى أن هناك الكثير من آيات القرآن الكريم دعت إلى التفكر، والتدبر، والتعقل، والتبصر، وغيرها من العمليات التي يمكن من خلالها التعرف على الدلالات المختلفة، وهناك من يرى أن الكثير من الآيات الكريمة* تشتمل على مصطلحات تشير إلى السيمياء، مثل: سيماهم، ومسومة، ومسومين، وغيرها، ويؤكد الواقع بأن الجمهور لا يزال يعتمد على القنوات التلفزيونية كمصدر أساس للمعلومات، وهذه المعلومات تؤثر على مدركاته؛ فمدركات الإنسان هي نتاج للثقافة وهذه الثقافة لا تُورث؛ فهي عملية بناء لذاكرة معلوماتية تم جمعها وتبادلها وتخزينها، ولأنها عملية اجتماعية؛ فهي قابلة للتغيير، ومن جانب آخر فإن السيميائية توجد في كل شيء وترتبط بثقافة الإنسان ومدركاته بما تم التوافق عليه من رموز وعلامات [5]، وتأتي الدراسة الحالية في إطار التعرف على طبيعة التماس الجمهور المصري للمعلومات مِمّا يستنبطه من دلالات للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، وانعكاس ذلك على مدركات هذا الجمهور حول فريضة الحج من خلال شقين: الأول تحليلي يهتم بالقراءة السيميائية للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، والآخر ميداني للتعرف على طبيعة التماس الجمهور للمعلومات من هذه الصورة التلفزيونية وتأثيره على مدركاته فيما يتعلق بفريضة الحج.

- **المشكلة البحثية:**

تعد الصورة واحدة من أبرز العناصر التي توظفها وسائل الإعلام في تقديم رسائلها المختلفة؛ وذلك لما تتميز به من قدرة على حمل الكثير من المعلومات الظاهرة والضمنية، وبطبيعة عمل التلفزيون فإن الصورة تعد عنصراً أساسياً لا غنى عنه، من جانب آخر يعد يوم عرفة من أبرز أيام الحج الذي تحرص فيه الكثير من القنوات التلفزيونية على رصد فاعلياته وأحداثه، وتعد الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة نموذجاً واضحاً لرصد أحد أكبر التجمعات البشرية على مستوى العالم، إن لم يكن أكبرها على الإطلاق، يأتي ذلك في الوقت الذي أصبحت فيه الصورة واقعاً متحققاً في حياتنا، كما أنها أداة تعبيرية ارتبطت وظيفتها بمختلف أشكال الاتصال والتواصل باعتبارها بنية بصرية دالة لتقديم المعاني والأفكار [6]، ومن جانب آخر يوجد اتفاق على أن علم الدلالة يبحث عن المعنى المُدرك الذي يتمركز في عقل الإنسان [7]؛ فمن ثم تتحدد المشكلة البحثية في التعرف على طبيعة

التماس الجمهور المصري للمعلومات من دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، وانعكاس ذلك على مدركاته حول فريضة الحج.

- **أهمية الدراسة:**

أ. الأهمية النظرية:

1. رغم تعدد الدراسات السيميائية في مجال الإعلام، تندر الدراسات التي تهتم بدلالات الصورة التلفزيونية للفرائض والطاعات الدينية الإسلامية.
2. يعد من الأهمية إبراز دلالات الوقوف بعرفة كركن أساس من أركان الحج وكشعيرة دينية إسلامية يتطلع إلى أدائها أغلب المسلمين.
3. قد تفتح الدراسة آفاقًا جديدة لمزيد من الدراسات التي تهتم بطبيعة تأثر الجمهور بالدلالات الظاهرة والضمنية للرصد الإعلامي للأحداث المهمة.

ب. الأهمية التطبيقية:

1. قد تفيد مخرجات الدراسة القائم بالاتصال في التغطية الإعلامية لمناسك الحج.
2. تزايد الوعي بأهمية العناصر المرئية في المجال التنظيمي [8]؛ ومن ثم قد تساعد مخرجات هذه الدراسة الجهات المعنية بإدارة وتنظيم شؤون الحج.

- **الدراسات السابقة:**

قام الباحث بمراجعة الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية، وتم حصر أبرز هذه الدراسات وتقسيمها إلى محورين، وترتيبها زمنيًا وفقًا للأحدث على النحو التالي:

- **المحور الأول: دراسات اهتمت بالعلاقة بين الإعلام والحج:**

سعت دراسة (**رقية بنت عبد الله محمد العسيري**، 2023) [9] لمعرفة علاقة الإعلام الرقمي بالسياسة الشرعية للحج وضوابط استخدامه، ودوره في إبراز مقاصد الحج، واهتمت بتوضيح الدور التكاملي لتوظيف الإعلام الرقمي في الحج، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وخلصت نتائجها إلى أن الرسالة الإعلامية ظهرت منذ عهد النبوة الأول بما يميزه من خطب تعد بمثابة لبنة أولى لبناء إعلام راقٍ، وأكدت أن توظيف الإعلام الرقمي يظهر بوضوح من خلال استخدام التقنيات الحديثة في مجال الفتوى، إضافة إلى التطور الهائل والسريع لوسائل الإعلام من حيث نقل الخبر لمختلف الأقطار

وبصورة صحيحة. وفي سياق آخر حاولت دراسة (**وجدي حلمى عيد عبد الظاهر، 2021**) [10] التعرف على مدى إسهام وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة في تسهيل إيصال الرسائل الإعلامية، ومدى اعتماد كل من الحجاج والمعتمرين على تلك الوسائل أثناء الأزمات، وهي من البحوث الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الاستقصاء لجمع البيانات، وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 1200 حاج ومعتمر، وأظهرت النتائج أن شاشات العرض العملاقة تأتي في المرتبة الأولى من حيث اعتماد المبحوثين عليها للحصول على المعلومات الإرشادية، كما تبين وجود فروق إحصائية دالة بين المبحوثين من حيث مستواهم التعليمي ومهنهم المختلفة بمدى تأثير التصوير بالكاميرات العنكبوتية لمناسك الحج والعمرة، مع عدم وجود هذه الفروق من حيث جنسية وعمر المبحوثين. من جانب آخر هدفت دراسة (**عثمان بن بكر قزاز، 2021**) [11] إلى رصد دور الخطباء وأئمة المساجد باعتبارهم قادة للرأي في مجال الاتصال لتزويد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات والمعارف حول فريضة الحج ومناسك العمرة، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، واستخدمت الاستقصاء بالمقابلة لجمع البيانات، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية منتظمة بلغت 1253 مفردة من الحجاج والمعتمرين عام 1434هـ، وتوصلت لعدد من النتائج، أبرزها: أن هناك علاقة طردية ضعيفة بين تواجد المبحوثين بالمساجد واستماعهم للحلقات العلمية التي يقدمها خطباء المساجد، وأن هناك فروقًا ذات دلالة إحصائية بين كثافة تواجد المبحوثين للإفادة من خطباء المساجد وفقًا لمتغيرات: النوع، العمر، المستوى التعليمي والاجتماعي والاقتصادي، وبينت وجود علاقة طردية متوسطة بين درجة فهم واستيعاب المبحوثين للمعلومات وتنوع أسلوب ولغة الخطباء، وأظهرت عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين عدد لقاءات المبحوثين بخطباء المساجد وفهم وإدراك الموضوعات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة. وحاولت دراسة (**إيمان فتحى عبد المحسن حسين، 2021**) [12] التعرف على مدى فاعلية اللوحات والشاشات الإرشادية لتوعية الحجاج بمشعر مزدلفة، وهدفت لمعرفة معدل تعرض الحجاج لهذه اللوحات والشاشات، ومدى وضوحها واستفادتهم بما تقدمه من معلومات، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات

الوصفية والتي استخدمت المسح بالعينة، كما استخدمت صحيفة استقصاء تم تطبيقها من خلال المقابلة الشخصية على عينة عشوائية قوامها 400 مفردة من الحجاج، ومن أبرز النتائج: ارتفاع معدل تعرض المبحوثين للوحات الإرشادية بمشعر مزدلفة، وإفادتهم منها بدرجة كبيرة، كما أظهرت وجود علاقة إحصائية دالة بين درجة تعرض الحجاج للوحات الإرشادية بمزدلفة ودرجة إفادتهم منها، وكذلك وجود علاقة ارتباطية بين تعرض الحجاج لتلك اللوحات الإرشادية وتقييمهم لمواصفاتها ودرجة وضوحها. كما سعت دراسة (**على محمد آل شيبان وزامل عباس أبو زنادة**، 2020) [13] للكشف عن تقييم حجاج الداخل للحملة الإعلامية (لا حج بدون تصريح) والتي أطلقتها وزارة الداخلية السعودية؛ لمواجهة الزحام والتكدس والضغط على الحجاج، وذلك في إطار تحديد مدى نجاح الحملات الإعلامية، وكيفية زيادة كفاءة وفاعلية مثل هذه الحملات بمواسم الحج المستقبلية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، وطُبقت على عينة عشوائية بسيطة قوامها 262 مفردة من حجاج الداخل لعام 2018م، وأظهرت النتائج: أن لدى حجاج الداخل معرفة عالية بحملة (لا حج بدون تصريح)، وأن من أهم الوسائل التي تم استخدامها لتوعيتهم بشعار هذه الحملة هي بالترتيب: الرسائل النصية SMS، وسائل التواصل الاجتماعي، التلفاز، لوحات الطرق، الإذاعة، كما بينت أن معدل تعرض المبحوثين لهذه الحملة بواسطة الوسائل الاتصالية والإعلامية المختلفة جاء بدرجة عالية، وأكدت النتائج أن وسائل الاتصال والإعلام المختلفة بشكل عام أسهمت بمستوى قوي جدًا في رسائل هذه الحملة. وهدفت دراسة (**أحمد إسماعيل حسين محمد**، 2020)[14] للكشف عن المعوقات التي تواجه الفضائيات العربية في إنتاج برامج تبادل تلفزيوني تهتم بعملية إرشاد الحجاج وتدريبهم على أداء مناسك الحج، وتندرج ضمن الدراسات الوصفية والتي اعتمدت على الملاحظة، وعلى استبانة طُبقت على عينة عمدية قوامها 60 مفردة من خبراء فقه العبادات بالجامعات السودانية، ومن العاملين بالبرامج الدينية بقنوات فضائية سودانية، وأظهرت النتائج: متابعة المبحوثين بأسلوب مستمر للبرامج الدينية بالفضائيات العربية، وتباين آرائهم حول طبيعة اهتمام هذه البرامج من حيث توعية الحجاج بمناسك الحج وتدريبهم عليها، وبينت أن برامج التمثيل الدرامي هي

الشكل الأنسب في عملية تدريب الحجاج لأداء مناسك الحج، وأن تقديم مقاطع الفيديو عبر الهاتف المحمول يدعم من تأثير برامج التبادل التلفزيوني الخاصة بتدريب الحجاج. كما حاولت دراسة (**آلاء بنت بكر على الشيخ**، 2020) [15] رصد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام لتشكيل اتجاهات راغبي العمرة نحو القرار الذي اتخذته المملكة العربية السعودية بتعليق العمرة مع بداية جائحة كورونا، وعلاقة ذلك بالصورة الذهنية للمملكة، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح بالعينة، واستخدمت الاستبانة والتي طُبقت على عينة عمدية بلغت 300 مفردة من راغبي أداء العمرة لعام 1441هـ، وكشفت النتائج: أن وسائل التواصل الاجتماعي جاءت في الصدارة من حيث متابعة المبحوثين؛ لمعرفة الأخبار المتعلقة بمصير الحج والعمرة، وفيما يتعلق بتأثير قرار تعليق العمرة على صورة المملكة، فإن اتجاهات المبحوثين جاءت إيجابية؛ على أساس أن هذا القرار من شأنه تحقيق الصالح العام؛ وهو ما انعكس إيجابيًا على الصورة الذهنية للمملكة، كما تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين رأي المبحوثين فيما يتعلق بقرار وزارة الحج والعمرة بتعليق العمرة وتقييمهم لبعض قرارات وأعمال هذه الوزارة. وفي سياق آخر هدفت دراسة (**شارع بن مزيد البقمى**، 2020) [16] إلى قياس التأثير المعرفي لحملات التوعية الإلكترونية على الجمهور بالتطبيق على النسخة الثانية عشر للحملة الوطنية الإعلامية لتوعية ضيوف الرحمن (الحج عبادة وسلوك حضاري) عام 1440هـ/ 2019م، وهي من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي، كما اعتمدت على الاستبانة الإلكترونية، وطُبقت الدراسة على عينة طبقية من الجمهور السعودي قوامها 300 مفردة، وتوصلت للعديد من النتائج، أبرزها: ارتفاع معدل تعرض عينة الدراسة للحملة ومستوى الاهتمام بها، وتعدد دوافع التعرض لها، وكشفت بأنه كلما زاد التعرض النشط لحملة التوعية الإلكترونية؛ زاد المستوى المعرفي للجمهور حول موضوع الحملة، وأظهرت وجود علاقة دالة إحصائيًا بين مستوى الاستجابة السلوكية للحملة واتجاه الجمهور نحوها.

وحاولت دراسة (Jahanzeeb Qurashi & Richard A. Sharpley, 2018) [17] الكشف عن تأثير استخدام مختلف خدمات الوسائط الذكية (SMT) كتطبيقات الحج

والأساور الإلكترونية للحجاج وخدمة WiFi المجانية على التجربة الروحية للحجاج، والكشف كذلك عن مدى قدرة الحجاج على الإفادة من مواقع التواصل الاجتماعي المخصصة لهم، وتم جمع بيانات الدراسة باستخدام المقابلة شبه المنظمة، وكذلك المقابلة المتعمقة مع حجاج من دول نامية وأخرى متقدمة، مع إجراء مقابلات بممثلين عن قطاع الاتصالات بمكة المكرمة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك إقبالًا من الحجاج على شراء بطاقات (SIM) للإفادة من خدماتها المختلفة، وأنه شاع بين الحجاج التقاط الصور الشخصية وتسجيل الأحداث والتواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما أظهرت أن هذه الخدمات لها القدرة على الوصول إلى المعلومات مع تنمية الشعور بالسلامة والأمان، وأكدت الدراسة أن البوابات الإلكترونية الدينية والتطبيقات الخاصة بالحج تساعد الحجاج اجتماعيًا وتكنولوجيًا، ولكنها تؤثر بالسلب على تجربتهم الروحية للحج.

كما سعت دراسة (**إيمان فتحى عبد المحسن حسين**، 2018)[18] لمعرفة طبيعة التطبيقات الإذاعية للإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي ومدى فاعليتها التوعوية، وهي من الدراسات الوصفية والتي اعتمدت على صحيفة الاستقصاء، وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية بلغت 400 مفردة من حجاج بيت الله الحرام، وأظهرت النتائج: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية من حيث معدل اعتماد المبحوثين على التطبيق الإذاعي للحصول على المعلومات المختلفة، في حين توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدامهم للتطبيق الإذاعي ومعدل اهتمامهم بالمعلومات التوعوية التي يقدمها هذا التطبيق من حيث النوع لصالح الذكور. وفي سياق مختلف هدفت دراسة (Nadia Caidi et al, 2018)[19] إلى رصد ظاهرة عرفها الباحثون بـ "السيلفي المقدس" للتعبير عن ظاهرة التقاط الصورة الشخصية أثناء الحج أو العمرة وتبادلها بين الحجاج بمكة المكرمة، والتي يتم نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ولقد تم تحليل المحتوى المرئي والنصي لعينة مكونة من 100 صورة منشورة عبر موقع تويتر، وفيلكر، وانستجرام، والمدونات الصغيرة، وشمل التحليل رصد التسميات التوضيحية وأبرز العلامات بهذه الصور، مع التعرف على مكان الصورة وعدد الأشخاص في الصورة، وجنسهم، وأعمارهم التقريبية، وتعبيرات الوجه وغيرها، مع تحديد طبيعة الحج (حج أم

عمرة) بشكل أساس من خلال المعلومات النصية المصاحبة للصورة إضافة إلى ملابس الأشخاص، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج، ومنها: لا يرى الكثير من الحجاج أن التقاط مثل هذه الصور أمر خاطئ أو منفصل عن رحلتهم الروحانية، بل إنهم يعتبرونها مهمة، كما أشار التحليل المرئي والنصي أن الحجاج يلتقطون هذه الصور كنوع من التوثيق وللتواصل مع آخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وبأن الصور أظهرت جماليات بصرية متسقة من خلال اختيار وتصوير مواقع ورموز إسلامية معينة كالكعبة، وجبل عرفات، والمسجد الحرام، وملابس الإحرام، ورؤوس الرجال الحليقة، وأغطية رؤوس النساء وغيرها، كما أكدت أن منصات التواصل الاجتماعي يمكن أن تساعد على تعزيز بيئات يستطيع من خلالها الأشخاص التعبير عن هويّاتهم الأيديولوجية والدينية.

- **المحور الثاني: دراسات حول سيميائية الصورة في وسائل الإعلام:**

أولًا: دراسات اهتمت بسيميائية الصورة التلفزيونية:

سعت دراسة (Mahendra Bodiguptha Bandra Wijekoon, 2024)[20] للتعرف على سيميائية الفيلم السينمائي ومعرفة خصائصه وبنيته السردية، واهتمت بتحليل الإشارات البصرية والسمعية التي يتم توظيفها بالفيلم، واعتمدت الدراسة على نظرية "تودوروف" السردية؛ للكشف عن الأساليب الكامنة التي يتم من خلالها تشكيل رواية القصص السينمائية، وتم تحليل فيلم "مريض نفسي" "Psycho" لألفريد هيتشكوك "Alfred Hitchcock's"، كما تم كذلك تحليل فيلم "لاهث" "Breathless" لجان لوك جودار "Jean-Luc Godard's"، وتوصلت الدراسة إلى اعتماد فيلم "Psycho" على رموز ذات معانٍ تدل على العنف والضعف، وتنمي الشعور بالرعب والارتباك، كما توصلت أن فيلم "Breathless" وظف رموزًا ثقافية تُظهر سمة التمرد بشكل واضح، وأكدت الدراسة على أن السيميائية لها القدرة على توفير أدوات قوية من شأنها تحليل الأفلام؛ وذلك بالكشف عن الهياكل الأساسية وأنظمة الإشارة التي يتم من خلالها تشكيل الروايات والمعاني، مع قدرتها على نقل الرسائل الثقافية. وحاولت دراسة (**أمينة نبيل عبد الحميد حايس**، 2023) [21] التعرف على أبعاد السيميولوجيا في الأفلام الوثائقية وعلاقتها بمستوى فهم الصَّمِّ للمضمون الذي يتم تقديمه بهذه الأفلام، كما حاولت التعرف على أنماط ودوافع التعرض وأهم المضامين التي يتم تقديمها للصَّمِّ، وتأثير

الصورة بالأفلام الوثائقية على فهمهم للمضمون المقدم، وهي من الدراسات الوصفية والتي اعتمدت على الاستبانة بالمقابلة، والذي تم تطبيقها على عينة قوامها مائة مفردة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية قوية بين كثافة تعرض المبحوثين وفهمهم للمضمون المقدم، ووجود علاقة طردية متوسطة بين كثافة تعرض المبحوثين ودوافعهم للتعرض. وسعت دراسة (**بسنت خيرت حمزة، وإنجى خيرت حمزة**، 2023) [22] لمعرفة الصورة التي تعكسها الدراما للمرأة المنتقبة، وذلك باستخدام التحليل السيميولوجي للدلالات التعيينية والتضمينية بمسلسل "غرابيب سود" والذي تناول تنظيم داعش وتواصله مع الشباب والشابات، وهي دراسة وصفية تحليلية اعتمدت على مقاربة "رولان بارث"، ولقد تم التحليل بمستويات ثلاثة، هي: الوصفي والتعييني والتضميني، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية لمقاطع المسلسل، وتوصلت لعدد من النتائج منها: قدم مسلسل "غرابيب سود" صورة المنتقبة بالاعتماد على اقتباسات من صور واقعية لعدد من النساء ينتمون لتنظيم داعش، وجاءت دلالة المكان بصورة معبرة، مع الاعتماد على عدد قليل من الشخصيات، وأوضحت أن من بين دوافع ارتداء النقاب الظروف الاقتصادية والاجتماعية والاستجابة لرغبة الأزواج، وكشفت النتائج أن المسلسل قدَّم عدداً من القيم الاجتماعية السلبية للمنتقبات المنتميات للتنظيم كالبحث عن المال والفرار من حياة يائسة وغيرها. وحاولت دراسة (**حيدر حميد مهدي السامرائى وآخرون**، 2023) [23] التعرف على طبيعة تمثيل القيم الثقافية بقناتي السومرية وقناة إم بي سي عراق MBC Iraq، ومعرفة الرموز الاجتماعية والفنية والأيديولوجية التي يتم توظيفها في الإعلانات التلفزيونية لهاتين القناتين، وذلك بالاعتماد على منهج التحليل السيميولوجي، وأفادت الدراسة من إسهامات "دي سوسير" حول سيميائية الصورة، كما اعتمدت على نظرية التأطير الإعلامي، وتم تحليل عينة عمدية لإعلانات بُثت على تلك القناتين، وبينت النتائج أن إعلانات قناة السومرية ركزت على قيم أخلاقية من أهمها طاعة الأب وموالاته، إضافة إلى الأصالة والتمسك بالتقاليد، مع رفض عادات شعبية سيئة كالزواج المبكر للفتيات، كما توصلت إلى أن قناة MBC Iraq ركزت على قيم الحرية والمكانة الاجتماعية مع اهتمامها بالمشاهير والأزياء والموضة، وأكدت على اهتمام كلتا القناتين بالتراث والتقاليد

البغدادية. وفي سياق آخر هدفت دراسة (**سارة عبد الفتاح السيد**، 2021) [24] إلى معرفة الدلالات التي تتضمنها الصورة الإعلانية السياحية بالصحف الإلكترونية المصرية، وهي من الدراسات النوعية التي اعتمدت على المنهج الكيفي باستخدام التحليل السيميائي لهذه الإعلانات، وذلك من خلال الوصف العام للإعلان والتحليل الشكلي للصورة التي يتضمنها، ودلالة الألوان، والوضعيات، والحركات، والإيماءات، إضافة إلى التحليل النصي والتحليل السوسيوثقافي للصورة، ولقد تم تطبيق الدراسة على عينة عمدية لعدد أربعة إعلانات، إعلانين بصحيفة "أخبار اليوم" وآخرين بصحيفة "اليوم السابع"، وكشفت النتائج أن الإعلانات السياحية أسهمت بقدر كبير في بلورة الفكرة الأساسية للإعلان من حيث المعاني والدلالات والإيحاءات، وأن اعتماد الإعلانات على اللغة العربية الفصحى ساعد على وضوح رسالتها، كما كشفت أن الصور جاءت على شكل مستطيل باستثناء صورة واحدة جاءت على شكل مربع، وأكدت على تباين نوع اللقطة مع الاعتماد على الحركة الثابتة للكاميرا والزاوية العادية، مع الاعتماد كذلك على الشخصيات البارزة داخل الإعلانات، وفي الإطار العام ركزت الصور على السياحة الثقافية والعلاجية والترفيهية بمصر.

وسعت دراسة (Maria Giulia Dondero, 2019) [25] للكشف عن العلاقة بين التحليل السيميائي والتحليل الكمي لصور مجاميع صغيرة وواسعة تحت اسم "الإعلام التصور" من إنتاج "ليف مانوفيتش" Lev Manovich ومختبر التحليلات الثقافية؛ باعتبار أن هذه الصور تعد مجموعة متكاملة لها خصائصها العملية التي تتخطى حدودها المرئية، واستخدمت الدراسة المنهج السيميائي، وخاصة السيميائية البصرية؛ وذلك بالتركيز على جانبين، هما: المونتاج والرسم التخطيطي للصور، كما اعتمدت على الأسلوب المقارن؛ وذلك بين قراءة المجاميع الصغيرة في إطار السيميائية البصرية وقراءة المجموعات الصغيرة في إطار التحليل الكمي، وأوضحت النتائج أن التصور الإعلامي هو عملية فوق بصرية؛ لأنه لا يعمل على مجموعات الصور الصغيرة فقط، بل يعمل أيضاً على المجموعات الواسعة من الصور. كما سعت دراسة (**محمد فيض محمد إسماعيل**، 2019) [26] للكشف عن بعض العناصر السيميولوجية التي توظفها الفضائيات العربية

والأجنبية الموجهة عبر مواقعها الإلكترونية في تناولها لقضايا النزاع المسلح، ومعرفة علاقة ذلك باتجاهات الجمهور نحو تلك القضايا، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي، ومنهج التحليل السيميولوجي، وعلى الأسلوب المقارن، وإفادة من نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كما أفادت من نموذج "رولان بارث" لتحليل الفيلم، وضمن إجراءات الدراسة التحليلية تم اختيار 25 تقريراً مصوراً بأسلوب الأسبوع الصناعي، بواقع 13 تقريراً بقناة "الحدث" السعودية، و 12 تقريراً بقناة روسيا اليوم، كما تم استخدام الاستبانة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، والتي طُبقت على عينة عمدية قوامها 400 مفردة من متابعي قضايا النزاع المسلح عبر المواقع الإلكترونية للفضائيات، ومن أبرز النتائج: احتلت القضية السورية المرتبة الأولى من حيث مدة التقارير وعددها عبر موقعي القناتين، وأن القناتين تتشابهان في توظيف عناصر سيميولوجية تستهدف إظهار الدمار الناتج من النزاع المسلح، وكذلك في استخدام كثير من المصطلحات التي تتناسب مع طبيعة النزاع المسلح كالسلاح، والمقاتلات، والطائرات، وغيرها، وبينت بأن هناك اختلافاً بين القناتين من حيث وصف أطراف النزاع، في حين كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن "سوريا" تعد أكثر مناطق الصراع التي تم متابعة المبحوثين لأحداثها، وأن هناك الكثير من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة من متابعة المبحوثين لقضايا النزاع المسلح. وفي سياق آخر حاولت دراسة (**إيمان عرفات**، 2017) [27] معرفة صورة أطراف النزاع السوري التي تقدمها وسائل الإعلام الغربية، وهي من الدراسات الوصفية الاستطلاعية والتي اعتمدت على منهج المسح والأسلوب المقارن، كما استخدمت أداة التحليل السيميائي، وطُبقت الدراسة على عينة من صور تقارير صحفية لمدة شهر بمواقع إلكترونية غربية هي: (قناة CNN الأمريكية، قناة BBC البريطانية، صحيفة الجارديان البريطانية، صحيفة واشنطن بوست الأمريكية)، وأظهرت النتائج أن الصور حملت الكثير من الأنماط للقوى الفاعلة جاءت بالترتيب كما يلي: (النظام السوري، الشعب السوري، كل من الطرف التركي والطرف الروسي، المقاومة السورية، الطرف الأمريكي، تنظيم داعش)، وكشفت عن قيام مواقع الدراسة بإلصاق 13 دوراً إيجابياً مقابل 8 أدوار سلبية للنظام السوري، في حين جاءت جميع أدوار الطرف الروسي كقوى

فاعلة إيجابية باستثناء دورين سلبيين، وجاءت أدوار الطرف التركي في 7 أدوار إيجابية و7 أخرى سلبية، وحصلت ما وصفته الباحثة بالمقاومة السورية على دور واحد فقط إيجابي مقابل10 أدوار سلبية؛ حيث تم تقديمهم كمتطرفين وإرهابيين، كما تبين تراجع دور الطرف الأمريكي والذي جاء بنسبة 8.4٪ بالنسبة للأدوار المقدمة بواقع 5 أدوار إيجابية و3 أدوار سلبية، وفيما يتعلق بتنظيم داعش فإن جميع أدواره جاءت سلبية.

وسعت دراسة (Sadik Madani Alaoui, 2016) [28] للتعرف على السيميائية البصرية وتفسيرها بالإعلانات التلفزيونية المغربية؛ وذلك من منطلق أن الإعلان التلفزيوني يعد مجالًا اتصاليًا تصبح فيه الصورة تمثيلًا للحياة، واعتمدت الدراسة على منهج التحليل السيميائي؛ بهدف تحليل وتفسير مختلف أنماط بناء المعاني والدلالات، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية مكونة من إعلانين تم عرضهما على قناة M2 المغربية، وأكدت النتائج أن السيميائية البصرية للصورة تجعل الأفراد أكثر اعتمادًا على أنفسهم بواسطة طرق مختلفة، كالتعلم والترجمة الفورية، وأكدت الدراسة أن التحليل السيميائي للإعلان التلفزيوني يمكن بواسطته تحديد أنماط المعاني والعناصر الدلالية التي تساعد على الوعي وإزالة الغموض، كما بينت أن التعلم البصري في المجتمعات الحديثة له قدرة على الإنجاز تعادل قدرة التعلم اللفظي.

ثانيا: دراسات اهتمت بسيميائية الصورة في وسائل إعلامية أخرى:

سعت دراسة (Jane Davison, Elena Gionvannoni, 2023) [29] إلى فهم عملية توظيف السيميائية البصرية في إدارة المدن، وذلك بتحليل لوحات تنتمي لما قبل الحداثة، وهي لوحات تُعرف باسم لوحات "بيشيرنا" Biccherna في مدينة سيينا Siena والتي تقع جنوب توسكانا بإيطاليا، وتتضمن هذه اللوحات موضوعات دينية وتاريخية وكلاسيكية، اعتمدت الدراسة على مقاربة "أمبرتو إيكو" للسيميائية البصرية، وقام الباحثان بفحص المحفوظات الأولية والمصادر الثانوية لفهم السياق التاريخي لمدينة سيينا، وتم فحص 134 لوحة وتصنيفها إلى فئات، كما أُجري تحليل سيميائي مفصل للحوكمة البصرية فيما يتعلق بأنظمة الإشارة الأيقونية كالخط والتكوين التصويري لكل وحدة على حدة، وكشفت النتائج: أن لوحات "بيشيرنا" أسهمت في الحوكمة البصرية

بالاعتماد على إدارة الانطباع البصري؛ مما أدى لبناء الثقة في آليات الحكم المدني، كما أنها استطاعت توضيح التعاون في العلاقات بين المدينة والكنيسة، وأظهرت كذلك الجهود المتضافرة في عملية التواصل البصري السياسي، وبينت بأن هناك عناصر تتكامل مع بعضها البعض بصرياً كالألوان، والعلامات، والشعارات، تمكن من التعرف على بعض المعلومات حول المسؤولين كهويتهم وفترات عملهم وغيرها. وحاولت دراسة (**إسراء صابر عبد الرحمن**، 2022) [30] رصد سيميائية التغطية الصحفية المصورة لأزمة سد النهضة بالمواقع الإخبارية في الصحف العربية والأجنبية؛ وهدفت لمعرفة مدى التباين والتوافق بالنسبة للصور التي تقدمها هذه المواقع، وهي دراسة وصفية تحليلية اعتمدت على منهج المسح الإعلامي ومنهج التحليل السيميولوجي، إضافة إلى الأسلوب المقارن، واستخدمت أداة التحليل السيميائي لتحليل الصور؛ للتعرف على معانيها الظاهرة والخفية بالإفادة من مقاربة "رولان بارث"، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية بلغت 12 صورة صحفية من أربع مواقع إلكترونية؛ اثنان يمثلان المواقع العربية، وهما: موقع صحيفة "الأهرام" المصرية وموقع صحيفة "الرأي" الأردنية، وآخران يمثلان المواقع الأجنبية، هما: موقع صحيفة "نيويورك تايمز" الأمريكية وموقع صحيفة "الجارديان" البريطانية، وأظهرت النتائج: أن الصور الخبرية احتلت المرتبة الأولى من حيث تناول أزمة سد النهضة، يليها الصور الموضوعية، ثم الصور الشخصية، وأوضحت أن وكالات الأنباء تعد أهم مصادر الصور التي اعتمدت عليها المواقع الإلكترونية في تناولها لأزمة سد النهضة، وكشف التحليل السيميولوجي أن الصور حملت رسائل ضمنية للصحف كأطماع إسرائيل في مياه النيل والتهديد بتفجير السد وسيناريوهات الحل وغيرها، إضافة إلى اعتمادها على الرموز وعلامات مختلفة كالأزياء العسكرية وأعلام الدول أطراف النزاع، وأنه تم توظيف ألوان الصور بشكل مخطط، مع الاعتماد على سيميائية لغة الجسد والتعبيرات الخاصة بالوجه وسيميائية الملابس وغيرها.

وسعت دراسة (**عمرو محمد جلال محمد**، 2022) [31] لمعرفة الكيفية التي يمكن من خلالها تحقيق التنمية المستدامة للثقافة البصرية لدى المصور الإعلامي وتنمية إدراكه البصري؛ بهدف رفع مستواه المهني وصياغة النصوص البصرية الإعلامية بالاعتماد على

المنهج الوصفي التحليلي؛ ولقد أُجري التحليل السيميائي لمجموعة صور صحفية حول الأنفلونزا الإسبانية وجائحة كورونا، والتي رصدت المستشفيات وحالة الحظر والإجراءات الوقائية الحكومية والممارسات الوقائية الفردية والاستعدادات الشرطية، وبينت النتائج: أن الصور الصحفية ذات الدلالات والرموز تعد جاذبة للجمهور أكثر من الصور المباشرة، وأن السيميوطيقا تعد عنصراً مهماً لخلق المعاني والرموز داخل الصورة، وأن لأحجام اللقطات وزوايا التصوير دورها الكبير لإبراز المعاني والرموز، وبينت أن الاعتماد على السيميوطيقا في الصور الصحفية يجذب الانتباه بالتفاعل مع الحدث بواسطة استخراج الكثير من الدلالات والرموز. وهدفت دراسة (**إبراهيم على بسيونى محمد**، 2021) [32] إلى معرفة سيميائية التغطية الصحفية المصورة، وذلك فيما يتعلق بالعدوان الإسرائيلي على غزة خلال شهر مايو 2021م بمواقع إخبارية صحفية عربية وأجنبية، ومعرفة مدى تباين وتوافق تلك الصور بهذه المواقع، مع تفسير ما تضمنته الصور من علامات وإشارات ودلالات حول العدوان الإسرائيلي على غزة وذلك وفقًا للمضمون الاتصالي البصري، وهي من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، كما استخدمت أداة التحليل السيميولوجي بالاستعانة بمقاربة "رولان بارث"، وطُبقت الدراسة على أربعة مواقع صحفية عربية وأجنبية، وهي: (الأهرام المصرية، الرياض السعودية، الواشنطن بوست الأمريكية، التايمز البريطانية)، وبلغت عينة الدراسة 192 صورة صحفية، وتوصلت لعدد من النتائج، أبرزها: احتل موقع صحيفة الرياض المرتبة الأولى من حيث الاهتمام بنشر الصور التي تناولت العدوان الإسرائيلي على غزة، وجاء موقع صحيفة الأهرام في المرتبة الثانية، ثم موقع صحيفة الواشنطن بوست في المرتبة الثالثة، ويليه موقع صحيفة التايمز في المرتبة الرابعة، كما تبين أن الصورة الصحفية مجهولة المصدر جاءت في المرتبة الأولى من حيث اعتماد المواقع عينة الدراسة عليها في تناولها للعدوان الإسرائيلي على غزه، كما أكدت النتائج أن صور قصف المباني والمؤسسات الفلسطينية جاءت في المرتبة الأولى من حيث المضامين التي تم نشرها عبر مواقع الدراسة. كما سعت دراسة (**محمد محفوظ الزهري**، 2020) [33] للتعرف على ماهية الأبعاد السيميائية للصورة الإعلانية الظاهرية والضمنية فيما يتعلق باحتياجات

المرأة من المواقع الإلكترونية، وهي من الدراسات الكيفية التي استخدمت المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، كما اعتمدت على تحليل الخطاب السيميائي، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية لعدد خمس صور إعلانية، وكشفت النتائج: اعتماد الشركات الإعلانية على الصور أكثر من اعتمادها على الكلمات، وتركيزها على الجوانب العاطفية في رسائلها الإعلانية الموجهة للمرأة، مع اعتماد أغلب الصور على زوايا مستوية عادية؛ مما ساعد على جذب انتباه المشاهد، وبينت تنوع حجم اللقطات ما بين طويلة ومتوسطة وقصيرة، إضافة إلى تعدد الألوان التي تم استخدامها بشكل احترافي لجذب الانتباه، وأكدت على تركيز المستوى التضميني بالصور على الوظيفة الاتصالية للإعلان لجذب الانتباه بواسطة العلامة التجارية وصور المنتج، مع استخدام آليات بلاغية وبصرية للتأثير والإمتاع والإقناع.

وحاولت دراسة (Euphrosyne Efthimiadou, 2020) [34] التعرف على سيميائية الصور من خلال معالجة الأنواع المختلفة للعمليات العقلية وتفسيرها الدلالي، وذلك وفقًا لإسهامات "كانط" في مجال سيميائية الصورة، ونظرية "كولر" في مدرسة "الجشطالت" فيما يتعلق بالربط بين السيميولوجيا البصرية والتفسير الوظيفي للإدراك، واهتمت بتحليل 6 عمليات عقلية، وهي: الإدراك، تحديد الهوية، الاستدلال، فك التشفير، تكوين الأفكار، تقييم واختيار الأفكار، وكشفت النتائج: أن سيميائية الصورة تتميز بارتباطها الوثيق بين شكل التعبير وشكل المحتوى، وذلك بربط الدال بالمدلول والذي يقود إلى تفسيرات متعددة، وإلى الدلالة الترابطية التي تعتمد على عمليات عقلية معقدة، وتبين أن عملية تسلسل الأفكار وتجاورها من شأنها إنتاج ارتباطات أصلية؛ وهو ما يؤكد على جاذبية الخيال الإبداعي، وأكدت النتائج أنه يمكن ترميز الصورة بواسطة المنهج السيميولوجي؛ وذلك بالاعتماد على الكثير من العمليات العقلية، وكذلك يمكن توليد التفسيرات الدلالية على نطاق جمعي اعتماداً على الإبداعات البصرية. وسعت دراسة (**هنادي أمين أحمد بدوي**، 2018) [35] إلى تحليل المحتوى الفني للصورة الرقمية والكشف عن دلالاتها التعبيرية والرمزية، بالاعتماد على المنهج التاريخي والمنهج الوصفي، وقامت الباحثة بتحليل بعض الأعمال الفنية وهي عبارة عن صور رقمية تتناول عدداً من

قضايا المجتمع السعودي، منها ما يخص فئات مختلفة كالمرأة والشباب والطفولة، وتم التحليل من خلال ثلاث خطوات هي وصف العمل والتحليل الفني له ثم تفسيره، وتمثلت هذه الأعمال في عدة مسميات، منها: الحرية المقيدة، نظرة أمل، الطفولة المشوهة، العلاقات الحديثة، وأظهرت النتائج: أن للصورة الرقمية دلالاتها التعبيرية، والتي نجحت في تنظيم عناصرها بأسلوب جمالي عالٍ، يدفع المتلقي للتواصل بين مفرداتها والتعمق في بنائية الموضوع، وكشفت عن توظيف الصورة الرقمية للعلامات والرموز والدلالات التي ترتبط جذورها بقضايا اجتماعية وفكرية سائدة في المجتمع، وأكدت على صعوبة فك وتحليل رموز الصورة الرقمية بواسطة الخبرة الفنية؛ نظراً لما تحمله من دلالات متعددة وما تنقله من رسائل متنوعة ذات رموز محددة. وهدفت دراسة (**معاذ إشتية وزياد بنى شمسة**، 2017) [36] إلى تحليل الصور الكاريكاتيرية لـ "ناجي العلي"، وذلك بتحليل الأدوات التعبيرية المختلفة كالخط، والكتلة، والفراغ، والموضوع، والمضمون، والحركة، ورصد أبعادها التاريخية والدينية والأسطورية والشعبية المعبرة عن الرؤى الاجتماعية والسياسية، واعتمدت الدراسة على المنهج السيميائي، وتمثلت عينة الدراسة في عدة كتب من أعمال "ناجي العلي"، وأظهرت النتائج: أن الخطاب الكاريكاتوري لهذه الأعمال هو عبارة عن نص مفتوح يحمل إشارات تتصل بأنساق ثقافية وتاريخية وأسطورية، والتي تعمق من الخطاب ودلالاته، إضافة إلى أن النص يحمل إشارات منها ما هو تقريري ظاهري، ومنها ما هو إيحائي تأويلي، وهذه الإشارات أسهمت في بناء وتأويل الخطاب السياسي والاجتماعي الجمعي الفلسطيني، وبينت أن دلالات العلامات الاجتماعية والسياسية تتحد مع بعضها البعض لتشكل وحدة واحدة.

واهتمت دراسة (Tao Chen, 2016)[37] بخصائص ودلالة الصور التي يتم نشرها عبر المدونات، ومعرفة العلاقة بينها وبين النص، كما حاولت التعرف على آليات التعلم وبناء السياق عبر الأساليب الضمنية؛ وذلك بالاعتماد على دراسة الحالة، وبالتطبيق على عدد من التغريدات عبر مدونات صغيرة كموقع "تويتر" Twitter ومدونة "سينا ويبو" Sina Weibo أحد أشهر المدونات الصينية، وفي إطار تحليل الصور والكشف عن علاقتها بالنص؛ اهتمت الدراسة بالعلاقة بين الجوانب البصرية والعاطفية والسياقات

الخارجية، مع إجراء مقارنة بين دلالة صور المدونات والصور الفوتوغرافية التقليدية، ومن أبرز نتائج هذه الدراسة: وجود اختلاف وبنطاق واسع بين صور المدونات وغيرها من الصور وفقًا للسياق الذي توضع فيه، وأن هناك حاجة لإجراء تحسينات كثيرة على هذه الصور لكي تتوافق مع سياق النص. من ناحية أخرى حاولت دراسة (Diana Njiric, Ivica Miloslavic, 2016)[38] معرفة طبيعة التأثير السيميائي على الاتصال البصري بالتركيز على التصوير الفوتوغرافي؛ وذلك نظرًا لأهمية الصور التي يتعرض لها الإنسان في العصر الحديث أكثر مما مضى من خلال اللوحات الإعلانية والمجلات وغيرها، واعتمدت الدراسة على المنهج السيميائي لفك رموز صور فوتوغرافية لعينة عمدية من الإعلانات، وتوصلت لعدد من النتائج، أبرزها: أن الصور التي يتم استخدامها كإعلانات لها دورها الأساس في عملية جذب انتباه الجمهور بإثارة المشاعر الإيجابية، والتي تتم بالتعريف بالمنتج ثم نقل الرسائل مجازيًا، مع تجنب الرسائل المباشرة، كما كشفت أن هناك سمة مشتركة لهذه الصور وهي تشجيع المشاهد على رد الفعل.

- **التعقيب على الدراسات السابقة:**

من خلال ما تم عرضه من دراسات سابقة يتضح ما يلي:

- **بالنسبة لدراسات المحور الأول:** اهتمت دراسات هذا المحور بدرجة كبيرة بتطبيقات تكنولوجية حديثة واستخداماتها المختلفة في الحج والعمرة لتوجيه وإرشاد الحجاج، وركزت على فاعلية هذه التطبيقات في مساعدة الحجاج لأداء فريضة الحج، كما اهتمت دراسات بفاعلية كل من الحملات الإعلامية والاتصال المباشر والإعلام التقليدي أثناء رحلة الحج، وتندرج أغلب هذه الدراسات ضمن الدراسات الوصفية، والتي اعتمد أغلبها على منهج المسح الإعلامي، كما تنوعت أدوات جمع البيانات التي تم استخدامها كصحيفة الاستقصاء والمقابلة والملاحظة، واعتمدت أغلب هذه الدراسات على العينة العمدية التي تباين حجمها من حيث العدد منها ما تجاوز 1200 مفردة، وأكدت أغلب هذه الدراسات على أهمية توظيف وسائل الإعلام أثناء الحج.

- **بالنسبة لدراسات المحور الثانى:** اهتمت دراسات المحور الثاني بسيميائية أنواع مختلفة من الصور، وحاولت الكشف عن دلالاتها الظاهرة والخفية، وتتدرج أغلب هذه الدراسات ضمن الدراسات الوصفية، والتي اعتمدت على عدة مناهج كالمنهج الوصفي، والتحليلي، والمنهج التاريخي، والأسلوب المقارن، كما اعتمدت على التحليل السيميولوجي بمقاربات مختلفة أبرزها مقاربة "رولان بارث"، وتم تطبيق أغلب هذه الدراسات على عينة عمدية لعدد من الصور المختلفة من الصحافة والدراما والمدونات والكتب وغيرها، وكشفت عن دلالات كثيرة تم قراءتها واستنباطها للصور، والتي أكدت على قدرة الصورة لحمل الكثير من المعلومات بواسطة عناصر وآليات عديدة كالألوان، وزوايا التصوير، وحركة الكاميرا، والأزياء، وتعبيرات الوجه، ولغة الجسد.. وغيرها.

- **أوجه الإفادة من الدراسات السابقة:**

أفاد الباحث من خلاله اطلاعه على دراسات كلا المحورين في التزود بالمعلومات والبيانات حول موضوع الدراسة والتأكيد على أهميته، والمساعدة على تحديد الإجراءات المنهجية المناسبة بما في ذلك أداة جمع البيانات ونوع وحجم العينة ومقاربة التحليل السيميائي، وترجع أهمية هذه الدراسة بالنسبة للدراسات السابقة في تناولها لوقفة عرفة أحد أركان فريضة الحج، كحدث يحظى باهتمام الكثيرين، والذي يرى الباحث أنه يتطلب دراسته بشكل مركز من خلال الاعتماد على التحليل السيميائي لدلالات الصورة التي يتم تقديمها عبر القنوات التلفزيونية؛ للخروج بنتائج من شأنها التعرف على انعكاس دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة على مدركات الجمهور حول فريضة الحج.

الإطار النظري للدراسة:

أولًا: نظرية التماس المعلومات Information Seeking:

ترتكز هذه النظرية على الحاجة لتغيير الحالة المعرفية الراهنة للأشخاص؛ فالتماس المعلومات عملية عمدية تستهدف التوصل لأي شيء يتم بواسطته تغيير المعرفة [39]؛ ومن ثم فإن سلوكيات هذا الالتماس هو بحث عن المعلومات بأسلوب هادف؛ لتحقيق أهداف، ولاتخاذ قرارات، ولحل مشكلات في وقت محدد [40]، أو لمقارنة الفرد ذلك بقيمه ومعارفه السابقة؛ لكي يمتلك قدرة للتعامل مع مواقف جديدة، مع التأكيد على وجود عوامل أخرى

تتعلق بهذه المواقف والتي لها تأثيرها على عملية البحث عن المعلومات كمحدودية الوقت وقيوده، وطبيعة المعلومات السابقة المتوفرة، كما تهتم هذه النظرية بتحديد مصادر المعلومات الرسمية كالخبراء والكتب مثلًا، وغير الرسمية كالأقران والجماعات المرجعية، وتهتم أيضًا بتحديد النقطة التي يكتفي فيها الفرد بما لديه من معلومات تمكنه من اتخاذه لقرارات مناسبة، يلي ذلك قيامه بسلوك ما كتدعيمه أو تغييره لمعتقدات موجودة، أو مراجعته لصورة الواقع بناءً على ما توفر لديه من معلومات جديدة [41]. وتتمثل متغيرات نظرية التماس المعلومات فيما يلي [42]:

1. **ملتمس المعلومات**: ويعد وحدة مستقلة من حيث نماذجه الذهنية، ويمكن أن يتباين من حيث خبراته وقدراته وإمكانياته وتفضيلاته. وللبنية المعلوماتية لهذا الملتمس دورها المهم والمؤثر على أداءه لحل المشكلات، وتنفيذه لمهامه المطلوبة.
2. **المهمة المطلوبة**: ويُقصد بها المشكلة التي يعلن ملتمس المعلومات أنها تواجهه؛ ومن ثم تدفعه لالتماس المعلومات.
3. **نظام البحث**: وهو عبارة عن النظام الذي يتم استخدامه كمصدر للمعرفة.
4. **حقل المعرفة** : ويُعرف بالكيان المادي للمعرفة والذي يتكون من تقسيمات وعلاقات عدة تختلف من حيث درجة تعقيدها.
5. **محيط الاستخدام**: ولهذا المحيط شقَّان: الأول مادي يتعلق بتكلفة التماس المعلومات، ومدى الشعور بالراحة أو الارتباط وقت القيام بالتماس المعلومات، والشق الثاني معنوي ويرتبط بالجوانب النفسية والاجتماعية.
6. **المخرجات**: وتتمثل في نتائج الاستخدام للمعلومات.

وتستهدف نظرية التماس المعلومات المتلقي؛ ومن ثم تركز على سلوك الأفراد في عملية البحث عن المعلومات، ومعرفة العوامل المؤثرة على هذا السلوك، ولقد ظهرت عدة نماذج لهذه النظرية والتي حاولت تفسير السلوك المعلوماتي، وبحثت في خطواته والتي تكون متعاقبة في أغلبها ومتوازية في بعض الأحيان [43]، ولعملية التماس المعلومات عدة مراحل ويمكن توضيحها كما يلي [44]:

1. **البدء أو الشروع**: وهي مرحلة تُسهم في تحديد أهداف تسعى إلى تحقيقها عملية التماس المعلومات.
2. **الاختيار**: ومن خلالها يتم تحديد جميع المشاركين في عملية التماس المعلومات، مع إمكانية تقسيمهم قبل البدء في هذه العملية.
3. **الاستكشاف**: ويوضع خلالها قائمة للأسئلة الضرورية لفريق العمل الخاص بعملية التماس المعلومات.
4. **الصياغة**: وهي مرحلة جوهرية لبلورة عملية البحث عن المعلومات.
5. **الجمع**: ويتم خلالها إجراء عمليات للبحث عن المعلومات بمختلف الطرق والأساليب.
6. **العرض والتقديم**: وهي بمثابة استجابة للأفراد نتيجة تعرضهم للمعلومات والبيانات التي تم تجميعها حول الموضوعات المرغوبة والمطروحة.

وتتعدد فروض نظرية التماس المعلومات ويمكن صياغة أبرزها كما يلي[45]:

1. يستخدم الفرد استراتيجية البحث المجازف المعتمدة على عدة مصادر أساسية، أو على مصدر محدد، ثم يقوم بالتصنيف والتحليل لربط ذلك بخبرته السابقة.
2. يقوم الفرد بسلوك ما بسبب المعلومات الجديدة، أو تدعيمه لمعتقدات جديدة، أو تغييرها.
3. يوجد حوافز ومنبهات تجعل الفرد يسعى للحصول على المعلومات؛ وذلك لمواجهة مشكلة ما أو لمقارنتها بمعارفه السابقة؛ ليكون لديه قدرة للتعامل مع مواقف جديدة.

ثانيا: "رولان بارث" وسيميائية الصورة:

اهتم "بارث" بقراءة الصورة بهدف استخراج تمثلاتها الذهنية والتي تتحكم في السلوكيات والقيم، مستفيداً في ذلك من ثنائيات "فرديناند دي سوسير" الدال/ المدلول، اللسان/ الكلام، ومن مصطلحات "بلمسلاف" السيميائية من حيث التعيين/ الإيحاء، كما استفاد أيضاً من "بيرس" فيما يتعلق بالأيقون، واهتم "بارث" بالصورة في إطار الكشف عن السلطة المتحكمة بها من خلال بُعدين: الأول تحليلي ويسمي بالبعد التقريري، أما البعد الثاني فيعتمد على الإيحاء كنظام، ويشمل الدوال والمدلولات ويسمى بالبعد الإيحائي[46]؛ فالتحليل السيميائي لدى "بارث" هو بحث دقيق وعميق للرسالة من حيث بعديها اللساني

والأيقوني [47]؛ ونظراً لتعدد وسائل الاتصال البصري؛ فإن سيميائية الصورة تتداخل مع غيرها من المجالات البحثية، مثل سيميائيات الرسوم، والسينما، والتلفزيون، وغيرها، وهي أنساق تتطلب التعرف على معنى وطبيعة الصورة، وتعتمد سيميائية الصورة عند "بارث" على خطوتين أو وظيفتين أساسيتين: الأولى هي الوظيفة التعيينية والتي تحاول الإجابة عن ماذا تقول الصورة؟ والثانية هي الوظيفة الإيحائية وتحاول أن تجيب عن كيف قالت الصورة؟ أو ما قالته الصورة؟ [48]. ويمكن توضيح هاتين الخطوتين كما يلي:

أ. **القراءة التعيينية**: وخلالها يتم وصف الصورة وتفاصيلها، وتحويل ما هو أيقوني أو بصري إلى لغة منطوقة أو مكتوبة للتوصل إلى الدلالة، فوفقًا لـ "بارث" فإن العالم أخرس ولا يستطيع الدلالة إلا بواسطة اللغة، وأن الصورة تحمل الكثير من الدلالات والتي تبثها عبر رسائل لفظية لغوية.

ب. **القراءة التضمينية**: ويُقصد بها أيضًا القراءة الإيحائية؛ حيث يتم البحث عن الدلالات والمعاني الإيحائية العميقة، والتي من خلالها يتم التطرق لعناصر تولد بلاغة وإيحائية بالصورة، كزوايا وحجم اللقطة، والألوان، والحركة، والإضاءة، وغيرها، وللكشف عن المعاني يركز "بارث" على ما تستند إليه الصورة من أنساق أيديولوجية وسوسيو ثقافية، والتي يمكن من خلالها التعرف على ما يميز مجتمع عن غيره من حيث الخلفية المعرفية والثقافية [49].

وتستفيد الدراسة من هذه النظرية، في التعرف على طبيعة التماس الجمهور للمعلومات من خلال متابعته للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، ورصد دوافع التماسه للمعلومات، والاستراتيجيات المختلفة التي يعتمد عليها قبل وأثناء وبعد التماس المعلومات، مع رصد أبرز المعوقات التي قد تزعجه في عملية التماس المعلومات، كما تستفيد الدراسة من مقاربة "رولان بارث" في قراءة أبرز دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، مع محاولة فك الرموز وتفسير العلامات المختلفة من خلال القراءة التعيينية والقراءة التضمينية لدلالات الصورة.

- **الإجراءات المنهجية للدراسة:**

أولًا: نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج الدراسة الحالية ضمن الدراسات الوصفية؛ إذ تبحث في خصائص وسمات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، وتهتم بوصف سمات وخصائص الجمهور وطبيعة التماسه للمعلومات من خلال هذه الصورة، كما تحاول معرفة تأثير ذلك على مدركاته حول فريضة الحج، وتعتمد الدراسة على منهج المسح والذي يستهدف مسح جمهور وسائل الإعلام ومعرفة آرائه ودوافعه واتجاهاته وغيرها [50]، إضافة إلى اعتماد الدراسة على الأسلوب المقارن؛ وذلك بمقارنة سمات وخصائص عينة الدراسة والتعرف على عادات وأنماط تعرضها للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، وأوجه الشبه والاختلاف في التماسها للمعلومات من دلالات هذه الصورة، من جانب آخر تعتمد الدراسة على منهج التحليل السيميائي للكشف عن دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة؛ وذلك بالاعتماد على مقاربة "رولان بارث"؛ فرغم أن هناك الكثير من المقاربات السيميائية في مجال الصورة، إلا أن "رولان بارث" يعد أحد أبرز المهتمين بسيميائية الصورة، وتتسع مقاربته لتشمل دلالة مختلف الأنساق والممارسات، كما أنه قام بتقديم الكثير من الدراسات التي أكدت على أن الصورة تعد نسقًا سيميائيًا مليئًا بدلالات وأنظمة تحددها عدد من العناصر للكشف عن قيم دلالية [51].

ثانيا: أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في معرفة مدى التماس الجمهور للمعلومات من دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، وتأثيره على مدركاته حول فريضة الحج. **ويتفرع من هذا الهدف الرئيس الأهداف التالية:**

1. تحليل أبرز دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.
2. التعرف على طبيعة تعرض الجمهور للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.
3. تحديد مدى التماس الجمهور للمعلومات حول فريضة الحج.
4. معرفة دوافع التماس الجمهور للمعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة حول فريضة الحج.
5. التعرف على مراحل التماس الجمهور للمعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.

6. رصد استراتيجيات الجمهور في التماسه للمعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.
7. تحديد أبرز الدلالات التي يستنبطها الجمهور من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.
8. الكشف عن مدركات الجمهور حول فريضة الحج نتيجة متابعة الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.

ثالثًا: تساؤلات الدراسة:

للدراسة تساؤل رئيس هو: ما مدى التماس المبحوثين للمعلومات من دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة؟ وما دور ذلك على مدركاتهم حول فريضة الحج؟ ويتفرع من هذا التساؤل التساؤلات التالية:

1. ما أبرز دلالات الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة؟
2. ما طبيعة تعرض المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة؟
3. ما مدى التماس المبحوثين للمعلومات حول فريضة الحج؟
4. ما دوافع التماس المبحوثين للمعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة حول فريضة الحج؟
5. ما مراحل التماس المبحوثين للمعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة؟
6. ما استراتيجيات المبحوثين في التماسهم للمعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة؟
7. ما أبرز الدلالات التي يستنبطها المبحوثون من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة؟
8. ما مدركات المبحوثين حول فريضة الحج نتيجة متابعة الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة؟

رابعا: فروض الدراسة:

- **الفرض الأول:** توجد فروق دالة إحصائيًا بين درجة متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة وفقًا لخصائصهم الديموجرافية: (النوع، العمر، المؤهل التعليمي، الحالة الاجتماعية، العمل، الإقامة).

- **الفرض الثانى**: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خبرات المبحوثين فيما قاموا به من بعض الطاعات: (أداء الحج- أداء العمرة- اعتياد صيام يوم عرفة) ومعدل بحثهم عن المعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.
- **الفرض الثالث**: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في القنوات التلفزيونية التي يتابعون من خلالها الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة ومعدل بحثهم عن المعلومات حول فريضة الحج عبر هذه القنوات.
- **الفرض الرابع**: توجد علاقة دالة إحصائيًا بين الدلالات المدركة للمبحوثين حول فريضة الحج ومعدل بحثهم عن المعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.
- **الفرض الخامس**: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة ومدركاتهم (الدينية والحياتية) حول فريضة الحج.

خامسا: مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور المصري متابعي وقفة عرفة عبر القنوات التلفزيونية المختلفة، في حين يتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في الصور التلفزيونية التي تهتم برصد فعاليات وأحداث وقفة عرفة، والتي اطلع الباحث على الكثير منها عبر عدة قنوات تلفزيونية؛ لمعرفة أساليب المعالجة الإعلامية التي تنتهجها هذه القنوات وللتزود بالمعلومات والبيانات. **ويمكن توضيح عينة الدراسة كما يلى:**

أ. **عينة الدراسة التحليلية**: في إطار تحديد عينة الدراسة التحليلية؛ قام الباحث بتسجيل التغطية التلفزيونية لوقفة عرفة يوم التاسع من ذي الحجة 1445هـ- الخامس عشر من يونيو 2024م، وذلك اعتباراً من قبل فجر هذا اليوم وحتى غروب الشمس ونفير الحجاج إلى مزدلفة، وتتمثل عينة الدراسة التحليلية في عدد (12) صورة تم اختيارها بطريقة عمدية من قناة السعودية، وهي قناة حكومية سعودية تابعة لهيئة الإذاعة والتلفزيون السعودية [52]، كما أنها تعد من أبرز القنوات المهتمة بتغطية مناسك الحج، ولقد تم تقسيم الصور إلى ثلاثة مشاهد كل مشهد يتكون من أربع صور، المشهد الأول يوضح وقفة عرفة بوجه عام، أما المشهد الثاني فيرصد

خطبة عرفة وصلاتي الظهر والعصر جمعًا وقصرًا، والمشهد الثالث يركز على استغفار ودعاء عدد من الحجاج.

ب. **عينة الدراسة الميدانية:** تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة متاحة قوامها (200) مفردة من المصريين الذين يحرصون على متابعة وقفة عرفة عبر القنوات التلفزيونية، وتتمثل العينة من فئات عديدة كالطلاب، والمدرسين، وأعضاء هيئة التدريس، والعاملين في وسائل الإعلام، إضافة إلى رواد مراكز الشباب ومن الجمهور العام، وتم بدء تطبيق الدراسة في الأسبوع الأخير من شهر ذي الحجة 1445هـ وحتى الأسبوع الأخير من شهر محرم 1446هـ؛ وذلك لكي يتمكن الباحث من الحصول على معلومات وبيانات حديثة حول طبيعة المتابعة، ويمكن توضيح الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة الميدانية من خلال الجدول التالي:

جدول (١) خصائص عينة الدراسة

الخصائص		ك	%
النوع	ذكر	١٠٠	٥٠,٠
	أنثى	١٠٠	٥٠,٠
العمر	من ١٨إلى ٢١ سنة	٣٩	١٩,٥
	أكبر من ٢١ إلى ٣٠ سنة	٤١	٢٠,٥
	أكبر من ٣٠ إلى ٤٥ سنة	٤٤	٢٢,٠
	أكبر من ٤٥ سنة	٧٦	٣٨,٠
المؤهل التعليمي	أقل من جامعي	١٤	٧,٠
	جامعي	١٠٧	٥٣,٥
	أعلى من جامعي	٧٩	٣٩,٥
الحالة الاجتماعية	أعزب	٨٤	٤٢,٠
	متزوج	١٠٤	٥٢,٠
	أرمل	٤	٢,٠
	مطلق	٨	٤,٠
العمل	أعمل	١٤٢	٧١,٠
	لا أعمل	٥٨	٢٩,٠
الإقامة	قرية	٣٤	١٧,٠
	مدينة	١٦٦	٨٣,٠
ن= ٢٠٠			

سادسا: أداة جمع البيانات:

اعتمد الباحث على استمارة "آلان رونيه" للتقطيع التقني والتي يتم من خلالها تقسيم الفيديو إلى شريطين: الأول للصورة والآخر للصوت [53]، والتي سهلت للباحث فصل اللقطات، وتكوين المشاهد الثلاثة من خلال الصور المختارة، ولجمع بيانات الدراسة الميدانية تم الاعتماد على استمارة الاستبانة والتي تم تطبيقها وتوزيعها إلكترونيًّا، وكذلك من خلال المقابلة الشخصية مع بعض المبحوثين، وتضمنت الاستمارة على أسئلة مغلقة من حيث الخيارات، وأخرى تسمح بالاختيار لأكثر من بديل، إضافة إلى أسئلة مفتوحة تسمح للمبحوثين الاختيار وإضافة آراء وبدائل أخرى، واشتملت الاستمارة على خمس محاور بما يضمن الإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار صحة الفروض، وتتمثل محاورها فيما يلي:

- **المحور الأول**: طبيعة تعرض المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.
- **المحور الثانى**: تفضيلات المبحوثين من حيث المتابعة.
- **المحور الثالث**: طبيعة التماس المبحوثين للمعلومات.
- **المحور الرابع**: أبرز الدلالات المدركة حول فريضة الحج.
- **المحور الخامس**: مدركات المبحوثين حول فريضة الحج.

سابعا: المقاييس المستخدمة في الدراسة:

تشتمل الدراسة على ثلاثة مقاييس، **ويمكن توضيحها كما يلى:**

أولًا: مقياس أسباب متابعة المبحوثين لوقفة عرفة:

ويتكون من 10 عبارات تستهدف التعرف على دوافع متابعة المبحوثين لوقفة عرفة، ولقد تم إدراج عدد من الأسباب يركز أغلبها على الحاجة إلى المعرفة الدينية، والرغبة في الحصول على المعلومات، وتعود المتابعة، ووقت الفراغ، وأهمية الحدث والرغبة في التعايش معه.

ثانيا: مقياس الدلالات المدركة للمبحوثين حول فريضة الحج نتيجة للمتابعة:

ويستهدف قياس مجموعة من الدلالات فيما يتعلق بفريضة الحج والتي يمكن أن تستنبطها عينة الدراسة من متابعتهم للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، ويشتمل على 12

عبارة تتعلق بخصائص وسمات برحلة الحج كملابس الحجاج، والدعاء والتزاحم والأعداد، وحالة الطقس، والألوان، وغيرها.

ثالثًا: مقياس مدركات المبحوثين حول فريضة الحج بسبب المتابعة:

واشتمل على 19 عبارة تقيس مدركات المبحوثين حول فريضة الحج نتيجة المتابعة، منها مدركات دينية، ومنها مدركات حياتية، **ويمكن توضيحها كما يلي:**

1. **مقياس مدركات المبحوثين الدينية حول فريضة الحج:** واشتمل على 7 عبارات تهتم بالمعلومات الدينية المكتسبة وتأثيرها على أفكار وسلوكيات المبحوثين.
2. **مقياس مدركات المبحوثين الحياتية حول فريضة الحج:** ويشمل 12 عبارة تهتم بالإجراءات الوقائية، والجهود التنظيمية، وجوانب اقتصادية، واجتماعية، وغيرها.

ويجدر الإشارة إلى أنه تم الاعتماد على مقياس "ليكرت" Likert Scale الثلاثي؛ للتعرف على أنماط استجابة المبحوثين على مقاييس الدراسة والتي قُسمت لثلاث فئات: (موافق، موافق إلى حد ما، غير موافق) وتم تكويد فئة موافق بدرجة 3، وفئة موافق إلى حد ما بدرجة 2، وفئة غير موافق بدرجة 1، ويتحدد اتجاه أنماط استجابة المبحوثين حسب المتوسط الحسابي لكل عبارة من عبارات المقياس على حدة ويتم حساب الاتجاه وفقًا للقيم التالية: (3-2.34) لصالح فئة موافق، (2.33- 1.67) لصالح فئة موافق إلى حد ما، (1.66 -1) لصالح فئة غير موافق.

ثامنًا: الصدق والثبات:

للتأكد من صدق استمارة الاستبانة اعتمد الباحث على الصدق الظاهري؛ حيث تم عرض الاستمارة على عدد من الأساتذة المحكمين** من ذوي الاختصاص والخبرة؛ لإبداء الرأي والملاحظات حول مدى ملائمة الاستمارة مع موضوع وأهداف الدراسة، ومدى وضوحها وصدقها للكشف عن المعلومات، وبشكل عام أقر المحكمون بصلاحية الاستمارة بعد إبدائهم لبعض التعديلات والملاحظات والتي قام الباحث بإجرائها، كما تم إعادة تطبيق الاستمارة على 25 مبحوثًا وتبين وضوح الاستمارة، كما جاءت استجابات المبحوثين بدرجة ثبات مرتفعة، وللتحقق من ثبات مقاييس الدراسة واتساقها الداخلي؛ تم حساب قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ "Cronbach' Alpha" لقياس متوسط

الارتباط بين عبارات كل مقياس على حدة، وجاء معامل ألفا كرونباخ بقيم مرتفعة على النحو الذي يوضحه الجدول التالي:

جدول (2)

قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ لمقاييس الدراسة

المقياس		عدد العبارات	قيمة معامل ألفا كرونباخ
أسباب متابعة المبحوثين لوقفة عرفة		10	0.708
الدلالات المدركة للمبحوثين حول فريضة الحج نتيجة للمتابعة		12	0.747
مدركات المبحوثين حول فريضة الحج بسبب المتابعة	مدركات المبحوثين الدينية	7	0.851
	مدركات المبحوثين الحياتية	12	0.878
	مجمل مدركات المبحوثين	19	0.911

تاسعا: المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحث عدة اختبارات ومعاملات إحصائية، وهي: التكرارات البسيطة والنسب المئوية، ومعامل الثبات ألفا كرونباخ Cronbach' Alpha، وحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمجموعة من أنماط استجابات المبحوثين، واستخراج الأوزان المرجحة لبعض أنماط استجابة المبحوثين، وللتعرف على دلالة فروق المتوسطات؛ تم استخدام اختبار Independent- Samples T Test لمعرفة الفروق بين مجموعتين مستقلتين، إضافة إلى استخدام تحليل التباين الأحادي One- Way ANOVA لمعرفة دلالة فروق بعض المتوسطات لأكثر من مجموعتين، من جانب آخر تم استخدام اختبار كا^2 Chi- square للتعرف على دلالة العلاقة بين المتغيرات، كما تم حساب معامل الارتباط الرتبي سبيرمان Spearman لمعرفة الارتباط بين درجة الثقة في الوسيلة، ومعدل البحث عن المعلومات من خلال هذه الوسيلة، وتم كذلك حساب معامل ارتباط بيرسون Pearson لقياس علاقة الارتباط بين درجة متابعة المبحوثين ومدركاتهم الحياتية والدينية المتحققة من هذه المتابعة.

عاشرا: مفاهيم الدراسة:

أ. **الصورة** Image: ترادف في أصولها الإغريقية واللاتينية كلمة "أيقون" ويُقصد بها المشابهة والمماثلة، والصورة مشتقة من الكلمة اللاتينية "Imago" وتُعني الشكل وهي كل ما يتم تصويره، وفي المعاجم السيميائية هي رسالة تتكون من علامات أيقونية؛

مما جعلها تقدم إسهامات كبيرة في مجال التواصل البشري [54]. ودلالات الصورة التلفزيونية في الدراسة الحالية يُقصد بها: ما تشمله من معاني يمكن استنباطها بواسطة العلامات والرموز والإشارات؛ وهو ما يتطلب الاهتمام بدراسة مختلف عناصر الصورة كالمكان، والأشخاص، والألوان، والأزياء، وزوايا التصوير، وحركة الكاميرا، وغيرها.

ب. **وقفة عرفة:** عَرَفَة بفتح العين والراء والفاء يُقصد بها أرض الموقف أي موقف الحج[55]، وكل عرفة موقف فيصح وقوف الحاج في أي جزء من عرفات سهلًا كان أم جبلًا [56]، ولا يوجد إجماع على سبب تسمية عرفات بهذا الاسم؛ فهناك من يُرجع التسمية بسبب أن آدم وحواء قد التقيا بعرفة، وهناك قول بأن جبريل علم آدم (عليهما السلام) مناسك الحج، فعند وقوفه بعرفات قال له أعرفت؟ كما روي أيضًا أن جبريل انطلق بإبراهيم (عليهما السلام) إلى عرفات وقال له: عرفت؟ وهناك من يرى أيضًا أن السبب في التسمية هو أنه مكان مقدس ومعظم كأنه قد عُرف، وأن الله سبحانه وتعالى يتعرف فيه على الحاج بالرحمة والمغفرة، وهناك من ذهب إلى أنه من الاعتراف؛ فوقوف الحاج بعرفات فيه اعتراف للحق بالربوبية والجلال. وهناك من يرى أيضًا أنه من العَرف أي الرائحة الطيبة، وغيرها من أسباب التسمية[57].

ج. **السيميائية** Semiotics: تعد السيميائية منهجًا ثقافيًّا يهتم بدراسة الاتصال ويمتد لدراسة جميع العمليات الثقافية، وهي مجال بحثي متعدد التخصصات؛ مما جعلها إطارًا واسعًا ليشمل اللغة اللفظية وغير اللفظية، وتعتمد على فك الشفرات للوصول إلى المعنى الدلالي، وللسيميائية روادها في العصر الحديث مثل: (فرديناند دي سوسير، رومان جاكوبسون، أمبرتو إيكو، رولان بارث، بيرس، موريس، وغيرهم) [58]. ومصطلح السيمياء لغويًا يقابله العلامة والعلامات، والتي منها الإشارات والرموز[59]، كما أن هناك اتفاق على أن السيميائية علم لدراسة العلامات وأنظمة الإشارة بمختلف أنواعها، وبأنها تركز على عملية التواصل من خلال العلامات، وبأن الصورة تعد جزءًا أساسيًا من نظام إشارات يرتبط بالاتصال الجماهيري [60].

د. **الإدراك** Perception: هي عملية يتم خلالها اختيار وتنظيم وتفسير معطيات حواسية، والتعرف على العالم الخارجي، وتُسهم المعرفة المختزنة خلال عملية الإدراك في تحديد معاني ودلالات المدركات الحسية؛ فمن ثم تعد مركزًا للالتقاء بين المعرفة والواقع [61]. ويُقصد بالمدركات في الدراسة الحالية تصورات الجمهور حول فريضة الحج نتيجة متابعتهم للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.

- **نتائج الدراسة:**

أولًا: نتائج الدراسة التحليلية:

فيما يلي نتائج الدراسة التحليلية لكل مشهد على حدة، بالإفادة من إسهامات "رولان بارث" حول سيميائية الصورة، من حيث القراءة التعيينية لكل صورة من صور المشهد، إضافة إلى القراءة التضمينية بما في ذلك التعرف على حجم ومضمون اللقطة وزوايا التصوير [62] والألوان ولغة الجسد، **والتي يمكن توضيحها فيما يلي:**

المشهد الأول: وقوف الحجاج بعرفة:

مشهد (1) صور توضح وقوف الحجاج بعرفة

أ. **القراءة التعيينية للمشهد الأول:** يوضح المشهد الأول وقوف الحجاج بعرفات، وتبين الصور الأعداد الغفيرة للحجاج، والتي تبدو بشكل منظم كحشود وجموع كبيرة،

وتُظهر الصورة (1) ملامح البيئة الصحراوية للمكان، وتبين أن جبل الرحمة يشغل جزءًا صغيرًا من حيث مساحة عرفة، وأنه رغم صخور هذا الجبل الوعرة هناك الكثير من الحجاج يعتلونه، كما يظهر الكثير من مراوح رذاذ الماء في مختلف أرجاء سهل عرفة، والصورة (2) لجزء من جبل الرحمة يعتليه عدد كبير من الحجاج، ويظهر أسفلهم ساحة عرفة تحتضن تجمعًا كبيرًا ومنظمًا قد يندر تكراره في أماكن أخرى، كما يُلاحظ وجود مساحة خالية على شكل مثلث بالقرب من جبل الرحمة، إضافة إلى ظهور عدد من القمم الجبلية حول المكان، ويجدر الإشارة إلى وجود شعار بعنوان "يسر وطمأنينة" أعلى يسار الصورة، وفي سياق متصل تبين الصورة (3) الأعداد الكبيرة والمنظمة للحجاج وكأنها مرصوصة في ممر بعرفة تحيط به الأشجار، ويظهر بهذا الممر أعمدة للإنارة ولوحة إرشادية كبيرة، كما توجد لوحة إرشادية أخرى مدون عليها الرقم 3، وتستعرض الصورة (4) عددًا كبيرًا من الحجاج أعلى قمة جبل الرحمة ويُمسك أغلبهم بالمظلات، كما يظهر شاخص*** وهو عبارة عن بناية ذات شكل عمودي أعلى قمة الجبل مرسوم عليه بعض الصور، ويُلاحظ التزاحم الكبير للحجاج حول هذا الشاخص.

ب. **القراءة التضمينية للمشهد الأول**: هناك الكثير من الدلالات التي يمكن قراءتها لبعض عناصر الصورة **<u>ويمكن توضيحها كما يلي:</u>**

1. **حجم ومضمون اللقطة**: تم الاعتماد بشكل واضح على اللقطات التي تؤطر للمكان؛ فالصورة (1) هي لقطة عامة تحمل الكثير من الدلالات لعل أبرزها البيئة الصحراوية للمكان، وأن جبل الرحمة ليس جبلًا مرتفعًا، وأنه يمثل الجزء الأصغر من حيث المساحة بالنسبة لمساحة عرفة، وتدل الصورة على أن عرفات مكان له القدرة على استيعاب الأعداد الغفيرة من الحجاج، والذي يتطلب اتخاذ إجراءات احترازية وتنظيمية، أما انتشار مراوح رذاذ الماء يدل على ارتفاع درجة حرارة المكان؛ ومن ثم يتم استخدامها لتلطيف الجو، والصورة (2) هي أيضًا لقطة عامة تدل على شغل الحجاج لجميع بقاع عرفة، كما أنها تُظهر روعة المشهد وخاصة من أعلى جبل الرحمة، وتؤكد على الزحام بجبل الرحمة، مع حرص الكثيرين على صعوده؛ وهو ما

يدل على أنه يحمل مكانة خاصة في نفوس الحجاج الذين على ما يبدو يتسابقون في الوصول إليه والمكوث به، أما المساحة الخالية التي تظهر على شكل مثلث فإنها تؤكد على الإجراءات التنظيمية لضبط حركة الحجاج بالقرب من جبل الرحمة؛ وبما يُنذر بأن ترك هذا الحيز بدون تنظيم قد ينتج عنه تدافع للحجاج بما يمثل خطورة عليهم، ولعل شعار "يسر وطمأنينة" جاء للتأكيد على أن مناسك الحج تسير دون ما يستدعي القلق من أي معوقات، وهذا الشعار بمثابة رسالة للدلالة على اتخاذ إجراءات مُسبقة ومدروسة لتذليل أي عقبات قد تواجه الحجاج، من جانب آخر فإن الصورة (3) هي لقطة الجزء الكبير وترصد حجاج وحولهم أشجار خضراء، وهو ما يدل على أن الأرض بعرفة خصبة وصالحة للزراعة، وبأن هذه الأشجار مكان يصلح لوقاية الحجاج من حرارة الشمس، من جانب آخر تدل أعمدة الإنارة على أن مشعر عرفة مُهيَّأ للزيارة في النهار وفي الليل، أما اللوحة الإرشادية فهي إجراء تنظيمي لتوجيه الحجاج، في حين أن الرقم 3 الذي يظهر على إحدى اللوحات يدل على التعدد سواء لطرق أو لممرات أو لغير ذلك، والصورة (4) هي لقطة الجزء الصغير لحجاج أعلى قمة جبل الرحمة، وتدل على حرص الكثيرين للوصول إلى هذه القمة، وهو ما قد يتطلب سلامة بدنية وصبر وتبكير في الوصول إلى المكان، أما الصور التي تظهر على الشاخص قد تشير إلى أنه يُوظف في إرشاد وتوجيه الحجاج.

2. **زوايا التصوير**: جاءت جميع صور المشهد الأول بزوايا تصوير مرتفعة باستثناء الصورة (4) والتي جاءت بزاوية منخفضة وهي عادة ما تستهدف التعظيم، من ناحية أخرى ساعدت زوايا التصوير المرتفعة على توضيح ملامح المكان وإبراز الأعداد الكبيرة للحجاج.
3. **الألوان**: يعد اللون الأبيض هو أكثر الألوان شيوعًا؛ حيث يستحوذ على مساحة كبيرة من المشهد؛ وذلك بسبب ملابس الإحرام التي تبدو وكأنها كست جميع أرض عرفة، كما يظهر بوضوح اللون البني للجبال واللون الأخضر للأشجار، وتظهر ألوان أخرى بالمشهد كالأصفر والبرتقالي والأسود، ولكن بدرجات بسيطة، ولهذه الألوان دلالاتها الخاصة، فاللون الأبيض هو لون محبب للنفس، كما أنه يبعث راحة وطمأنينة، ويدل

على الطهر والنقاء، وفي السياق ذاته يرمز اللون الأخضر إلى الأمل والخير والسلام والأمان [63]، أما اللون البُنّي فهو من الألوان الدافئة والتي تدل على القوة [64]. ويجدر الإشارة إلى أن اللون الأبيض الموحد لملابس الإحرام دليل على عدم التفرقة فالكل سواسية في المظهر، وهناك من يشبه ملابس الإحرام بالكفن فالإثنين ليس بمخيط، وأن حال الموت والوقوف أمام الله (عز وجل) تبعث الخشوع والتذلل في النفوس [65].

4. **لغة الجسد**: لم تظهر بشكل واضح لغة الجسد في المشهد الأول؛ فاللقطات المختارة ركزت على ملامح المكان، إلا أنه يمكن ملاحظة أن أغلب الحجاج في وضعية الوقوف باستثناء البعض فوق جبل الرحمة؛ فمنهم من يجلس على صخور الجبل، في حين أن وقوف الحجاج في شتى بقاع عرفة يحمل الكثير من الدلالات كالخشوع، والثبات، والقوة، واغتنام الوقت، والذي حتماً سينتهي لمواصلة مناسك الحج اللاحقة لوقفة عرفة.

المشهد الثاني: خطبة عرفة وصلاتى الظهر والعصر جمعا وقصرا:

مشهد (2) صور توضح خطبة عرفة وصلاتى الظهر والعصر جمعا وقصرا

أ. **القراءة التعيينية للمشهد الثانى**: يرصد المشهد الثاني خطبة عرفة بمسجد "نمرة" وتأدية الحجاج لصلاتي الظهر والعصر جمعًا وقصرًا داخل وخارج المسجد، ففي الصورة (1) يظهر إمام وخطيب المسجد الحرام الشيخ "ماهر بن حمد المعيقلي" مُعتليًا منبر مسجد "نمرة"، ومرتديًا ملابس الإحرام، ويظهر أمامه عدد ستة ميكروفونات وزجاجة من المياه، وتستعرض الصورة (2) ملامح مسجد "نمرة" ومحيطه من الخارج، حيث يكتظ المكان بالحجاج أثناء الخطبة، وتبين الصورة مآذن المسجد وأشجار ولوحة إرشادية كبيرة ومرتفعة، كما يظهر بعض القمم الجبلية البعيدة، ويجدر الإشارة إلى أن الصورتين (1)، (2) يظهر بهما مترجم لغة الإشارة أسفل الشاشة، في حين ترصد صورة (3) عددًا كبيرًا من الحجاج يؤدون الصلاة داخل مسجد "نمرة"، والذين يظهرون بشكل منظم؛ حيث يفصل بينهم مساحات من الفراغ، والتي يرى الباحث أنها تسمح بسهولة ويسر الحركة داخل المسجد، وتُظهر الصورة (4) الحجاج وبأعداد كبيرة وهم سجود خارج مسجد "نمرة"؛ مما جعل أرض عرفة تبدو وكأنها قد اكتست بقباب بيضاء.

ب. **القراءة التضمينية للمشهد الثانى**: هناك الكثير من الدلالات التي يمكن **توضيح أبرزها فيما يلى:**

1. **حجم ومضمون اللقطة**: تنوعت اللقطات بين التأطير للمكان والتأطير للأشخاص؛ فالصورة (1) هي لقطة مقربة للصدر يظهر فيها بوضوح ملامح وجه الشيخ "المعيقلي"، بما في ذلك لحيته السوداء وسمة السجود التي على جبهته، وهو ما قد يدل على بعض من سماته ككثرة السجود والاقتداء بالسنة من حيث إطلاق اللحية، من جانب آخر تعدد الميكروفونات قد يشير لوصول الصوت لمختلف الأماكن بعرفة، أما وضع زجاجة المياه أمام الخطيب تشير إلى أنه ليس صائمًا، وفي ذلك أيضًا دلالة على الاقتداء بسنة النبي (صلى الله عليه وسلم)؛ فلقد شرب من حلاب**** قُدم له وهو في موقف عرفة، وإفطار الحاج يوم عرفة له فوائده، كزيادة نشاطه، كما أنه يتقوى على الدعاء والتضرع والتذلل لله تعالى [66]، وكذلك مساعدته على تحمل المشاق والجهد المبذول،

وسُن الصيام لغير الحاج في هذا اليوم؛ فليوم عرفة فضل عظيم؛ ففيه شرع الله (عز وجل) للحجاج الوقوف بعرفات واختصهم بالمزيد من الفضل، وفيه يباهي بهم ملائكته، وفيه خير الدعاء [67]. وفي إطار عام يهتم المشهد بخطبة منبرية، وبالتدبر في الخطب المنبرية، فإنه يُلاحظ الاعتماد عليها في الصلوات الأكثر جمعًا كصلاة الجمعة وصلاة العيد؛ فمن ثم يمكن القول إن خطبة عرفة تمثل تجمعًا واتحادًا للمسلمين من شتى بقاع الأرض، وفيما يتعلق بالصورة (2) فهي لقطة عامة لمسجد "نمرة" من الخارج والتي كشفت عن ملامح المكان؛ حيث يظهر قمم جبلية أكدت على الملامح الجغرافية لمحيط عرفات، في حين أن مسجد "نمرة" يظهر بطراز معماري حديث؛ بما يشير إلى أنه تم بناؤه في العصر الحديث، واللوحة الإرشادية للمسجد تأتي في إطار التوجيه والإرشاد بما يُسهل على الحاج الوصول إلى المسجد، من جانب آخر فإن الاعتماد على مترجم الإشارة أسفل الشاشة، يوضح الحرص على أن تصل خطبة عرفة لذوي الاحتياجات الخاصة أسوة بغيرهم، والصورة (3) هي لقطة الجزء الصغير وتبين جزء داخلي من مسجد "نمرة"، ويظهر الحجاج فيها بوضعية التشهد في الصلاة، كما أن مساحات الفراغ داخل المسجد تدل على اتخاذ إجراءات تنظيمية لدخول المسجد بأعداد محددة؛ ومن ثم هناك حرص على تجنب التدافع والتزاحم، أما الصورة (4) فهي لقطة الجزء الكبير، وتظهر كلوحة جمالية يمكن تفسيرها بمدلولات متباينة من حيث الشكل؛ إلا أن دلالتها تؤكد على الخضوع والتقرب لله (عز وجل).

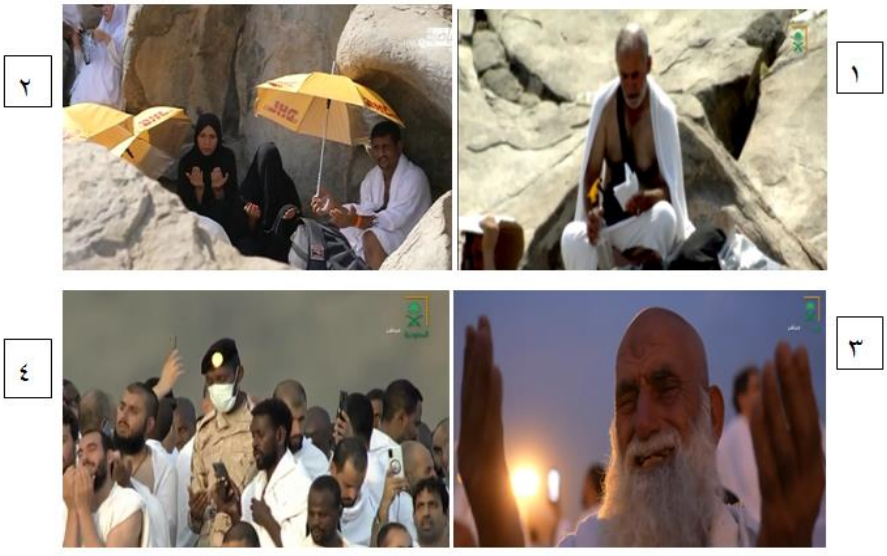
2. **زوايا التصوير**: يُلاحظ أن الصورة (1) جاءت بزاوية منخفضة للشيخ "المعيقلي" وهو ما يتناسب مع تعظيم الإمامة، وجاءت الصورة (2) بزاوية مستوية بالنسبة لمسجد "نمرة"؛ بما ساعد على توضيح ملامحه وطرازه ومحيطه، في حين جاءت نفس الصورة بزاوية مرتفعة بالنسبة للحجاج؛ مما ساعد على توضيح أعدادهم الكبيرة، كما جاءت الصورة (3) بزاوية مرتفعة والتي بينت تأدية الصلاة بشكل منظم بما في ذلك التساوي في الصفوف، وجاءت الصورة (4) بزاوية مرتفعة

للحجاج وهم سجود وكأن المكان يمتلئ بقباب بيضاء، وتكوين هذه الصورة فيه الكثير من الدلالات كالأضرحة البيضاء، والخشوع والعظمة وغيرها.

3. **الألوان**: من المُلاحظ أن اللون الأبيض استحوذ على أغلب المساحات في الصور الأربعة، ويظهر بوضوح اللون الأصفر في الصورة (1) كخلفية للخطيب، والأصفر أقرب الألوان بالنسبة للضوء؛ ومن ثم يدل على الحكمة والتنوير، إضافة إلى الثقة والوضوح.. وغيرها [68]، وهو ما يتناسب مع الخطبة التي تعد رسالة تعليمية وتنويرية، ويُلاحظ ظهور الكثير من الألوان بالمشهد كالبُني للجبل، والأخضر للأشجار، واللون البرتقالي واللون الأسود باللوحة الإرشادية في الصورة (2)، كما توجد ألوان أخرى، ولكن بدرجة طفيفة.

4. **لغة الجسد**: ظهرت لغة الجسد بشكل واضح في أداء الشيخ "المعيقلي" من خلال حركة العين وحركات الرأس؛ وقد يهدف من ذلك إلى لفت انتباه الحاضرين للخطبة، كما يظهر المُصلون ونظرهم متجه نحو الأرض؛ بما قد يشير إلى حرصهم للخشوع في الصلاة، وعدم انشغالهم بأي شيء سواها.

المشهد الثالث: الاستغفار والدعاء:



مشهد (3) صور توضح استغفار ودعاء عدد من الحجاج

أ. **القراءة التعيينية للمشهد الثالث**: يجتهد الحاج في الذكر والدعاء والتضرع؛ إذ يُستحب الدعاء في يوم عرفة، بل أن خير الدعاء هو دعاء يوم عرفة [69]، ويركز المشهد الثالث على استغفار ودعاء عدد من الحجاج، فالصورة (1) لحاج مُسن يجلس أعلى جبل الرحمة وبجواره أمتعته الملقاة على الأرض، في حين يُمسك الحاج بورق في يده اليسرى، كما يُمسك ببخاخ مياه بيده اليمنى، والصورة (2) لرجل وامرأتين يرفعون أكفهم للدعاء وللاستغفار وهم مستظلون بصخور جبل الرحمة وبالمظلات، كما يظهر بجوارهم حقيبة أمتعة ملقاة على الأرض، والصورة (3) هي لحاج مُسن يظهر باكيًا ورافعًا كفيه بالدعاء والاستغفار وقت الغروب، أما الصورة (4) فترصد عددًا من الحجاج وقت الغروب يرفع أغلبهم الأكفّ بالدعاء والاستغفار، كما يُلاحظ أن بعضهم يستخدم الهاتف النقال لالتقاط الصور أو لقراءة الأدعية، كما يمكن ملاحظة أحد أفراد الأمن يرفع الكفين للدعاء والاستغفار.

ب. **القراءة التضمينية للمشهد الثالث**: يشتمل المشهد الثالث على دلالات عديدة **ومن أبرزها ما يلي**:

1. **حجم ومضمون اللقطة**: جميع صور المشهد الثالث هي لقطات تؤطر للأشخاص، فالصورة (1) هي لقطة متوسطة للحاج المُسن والتي تدل على خبرته السابقة في رحلة الحج؛ فاستخدامه للبخاخ قد يحافظ على المياه من الهدر حال استخدامها لترطيب الفم من العطش، أو لتبريد الجسم من حرارة الشمس، كما يُلاحظ أن هذا الحاج يجلس في مكان مكشوف للشمس دون مظلة تقيه حراراتها، وهو ما يوضح قدرته على تحمل المشاق، ومن المُلاحظ أيضًا أنه يعلق حقيبة صغيرة على جسمه، والتي قد تكون مُخصصة لحفظ متعلقات مهمة كالأوراق الثبوتية والمال الذي قد يحتاجه في رحلته، أما ظهور أمتعة الحاج ملقاة على الأرض، فتدل على تفرغه للعبادة وعدم الانشغال بغيرها، والصورة (2) هي لقطة متوسطة تحمل دلالات عديدة فجميع من في الصورة يبدون في حالة إرهاق رغم صغر سنهم عن الحاج المُسن في الصورة (1)؛ وهو ما يدل على

عدم ارتباط قوة التحمل بالسن، كما أن ملابس المرأتين مقارنة بغيرهن من الحاجّات، تدل على أنه من حيث الشكل: ليس لجميع النساء لباس يُخصص للإحرام دون غيره، من جانب آخر وفيما يتعلق بالمظلات يُلاحظ أنه مدون عليها DHL وهو اسم لشركة عالمية للبريد السريع؛ مما يشير إلى أن الشركات الكبرى تروج لنفسها أثناء الحج بتقديم خدمات للحجاج، وفيما يتعلق بالصورة (3) فهي لقطة قريبة لحاج مُسن يبكي بحرقة وندم؛ بما يدل على تباين مشاعر الحجاج وطريقتهم في الدعاء والاستغفار، وهو ما أكدته الصورة (4) وهي لقطة مقربة للصدر لحجاج وقت الغروب يدعون الله ويستغفرونه وكأنهم في سباق مع الزمن، وهو ما أكده أيضًا قيام أحد أفراد الأمن بالدعاء والاستغفار، وتدل الصورة على أهمية وقت غروب الشمس في الدعاء والاستغفار؛ والذي قد يرجع ذلك لشعور الحجاج بأن وقت الوقوف بعرفة قرب على الانتهاء.

ويجدر الإشارة إلى أنه من المُلاحظ تعدد استخدامات الهاتف النقال أثناء وقفة عرفة، كالتواصل، والقراءة، والتقاط الصور التذكارية، وغيرها؛ والذي يتطلب تحديد معايير تهتم بحدود توظيف الحجاج للهواتف النقالة أثناء رحلة الحج؛ بما لا يعطلهم عن أداء المناسك بالشكل الأمثل، ويتفق ذلك جزئيًا مع نتائج دراسة (Jahanzeeb Qurashi & Richard A. Sharpley, 2018) والتي أظهرت شيوع التقاط الحجاج للصور الشخصية وتسجيلهم للأحداث، ويتفق ذلك جزئيًا أيضًا مع نتائج دراسة (Nadia Caidi et al, 2018) من حيث إن الحجاج يقومون بالتقاط الصور للتوثيق وللتواصل مع آخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

2. **زوايا التصوير**: جاءت جميع زوايا تصوير المشهد الثالث مستوية؛ والتي ساعدت على تقديم صورة تلفزيونية واضحة وصريحة لدعاء واستغفار الحجاج، كما ساعدت على توضيح ملامح الوجه والتعبير عن المشاعر، والكشف عن تباين الأداء في دعاء واستغفار الحجاج.

3. **الألوان**: يعد اللون البُنِّي للصخور الجبلية هو أبرز ألوان هذا المشهد، وكالعادة يظهر اللون الأبيض لملابس الحجاج، إضافة إلى اللون الأزرق للسماء والذي يرمز عادة إلى الوفاء [70]، كما يظهر بوضوح اللون الأسود وخاصة في الصورة (2)، إضافة إلى ألوان أخرى أبرزها اللون الأصفر للمظلات ولأشعة الشمس.
4. **لغة الجسد**: تظهر لغة الجسد بوضوح؛ نظراً لطبيعة لقطات هذا المشهد التي اهتمت برصد الأشخاص، وهناك نوع من الاتزان والهدوء يظهر في الصورة (1) التي توضح قدرة الحاج المُسن على ضبط وضعية جلوسه على الصخرة، وإمساكه بورق وبخاخ مياه بثقة وثبات، ليبدو وكأنه اعتاد التغلب على مشاق وتعب رحلة الحج، ومظاهر المشاق والتعب لرحلة الحج تعكسها ملامح الأشخاص بالصورة (2) من حيث تظللهم بصخور جبل الرحمة، ووضعية جلوسهم التي تدل على الإنهاك، في حين عبرت ملامح وجه الحاج المُسن بالصورة (3) على الحزن واللهفة والشوق، كما تباينت دلالات لغة الجسد في الصورة (4) إلا أنها عبرت عن الرغبة في اغتنام الرحمة والمغفرة، ودلت على اقتراب وداع الحجاج لمشعر عرفة، وهو أكده كثرة وطريقة الدعاء والاستغفار، وتسجيل اللحظات الأخيرة للوقوف بعرفات قبل النفير منها نحو مشعر "مزدلفة".

- **النتائج العامة للدراسة التحليلية:**

1. أظهرت الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة الأعداد الكبيرة للحجاج، وأوضحت التباين بينهم من حيث النوع، والعمر، والقدرة على التحمل.. وغيرها، كما أكدت الحشود والجموع على الإقبال الشديد لأداء فريضة الحج.
2. كشفت الصورة عن ملامح البيئة بعرفة والتي تنوعت بين بيئة صحراوية، وجبلية، وزراعية.
3. تتميز عرفات بملامح قديمة للمكان تدل على عبق التاريخ، كما تظهر ملامح حديثة، كمسجد "نمرة" بطرازه المعماري المتميز، والإجراءات التنظيمية المتطورة.

4. أبرزت الصورة بعض الجهود والإجراءات الخاصة بتنظيم الحج كالتواجد الأمني، والإرشاد والتوجيه من خلال اللوحات، والتشجير، وأعمدة الإنارة، ورشاشات رذاذ المياه، وغيرها.
5. يحرص الكثير من الحجاج على صعود جبل الرحمة والوصول إلى قمته، مع مكوث الكثيرين عليه أغلب وقت يوم عرفة.
6. يتنوع حجم ومضمون اللقطات التي تم الاعتماد عليها في عملية رصد فاعليات وقفة عرفة، ما بين لقطات تؤطر للمكان، وأخرى تؤطر للأشخاص.
7. يظهر بوضوح الاعتماد على اللقطات الثابتة لرصد الحجاج، إضافة إلى توظيف حركات الكاميرا المختلفة باستخدام أدوات تكنولوجية حديثة في عملية التصوير، كطائرات الدرون والتي استطاعت رصد مختلف التفاصيل للمكان ولسلوك الحجاج.
8. هناك اعتماد بشكل كبير على زوايا الكاميرا المرتفعة، يليها زوايا الكاميرا المستوية، ثم زوايا الكاميرا المنخفضة، ولقد حملت هذه الزوايا دلالات عديدة من خلال: إظهار الحشود الكبيرة، وتعبيرات الوجه، ولغة الجسد، ووضع صبغة محددة للبيئة، وتعظيم المكان. وغيرها.
9. هناك الكثير من الألوان بالصورة والتي لها العديد من الدلالات، إلا أن ملابس الإحرام جعلت اللون الأبيض بما يحمله من دلالات حميدة هو اللون السائد والأكثر وضوحاً.
10. رغم الكثير من الدلالات التي ظهرت من خلال لغة الجسد للكثير من الحجاج، إلا أنها لم تعبر بشكل واضح عما يتعرضون له من مشقة وتعب أثناء رحلة الحج.

وفي الإطار العام ومن خلال قراءة أبرز دلالات المشاهد الثلاثة، **يجدر الإشارة إلى ما يلي:**

- العدد الكبير للحجاج الذين يؤدون فريضة الحج لعام (1445هـ – 2024م)، وسعة المكان بعرفة بما يتناسب مع عدد حجاج هذا العام؛ إلا أن ذلك يتطلب وضع استراتيجية من شأنها استيعاب الأعداد الأكبر مستقبلًا، حيث إن الأعداد تتباين عاماً تلو الآخر، فوفقًا لبيانات قناة السعودية: فإن عدد الحجاج لعام (1445هـ–

2024م) تجاوز مليون وثمانمائة ألف حاج، ومن جانب آخر فإن أعداد الحجاج منذ القدم تميز بكبر الحجم؛ فهناك من يؤكد أن عدد من حجوا مع الرسول (صلى الله عليه وسلم) قارب المئة ألف أو أكثر من الجزيرة العربية، في حين أن أعداد حجاج الخارج بلغ 180.000 عام (1324هـ- 1905م)، واستمرت الزيادة حتى زاد العدد في مطلع القرن الحالي على مليون حاج، كما أنه يتجاوز هذا العدد بكثير في وقتنا الحالي، في حين أنه في عام 1917م والذي اندلعت فيه الحرب العالمية الأولى بلغ عدد الحجاج 8.500 حاج فقط [71]؛ وهو ما يشير إلى تأثر عدد الحجاج بالأحداث الجارية، وذلك ما يمكن ملاحظته خلال ذروة جائحة كورونا، ومن ثم فإن أعداد الحجاج غير ثابتة وتتأثر بعوامل مختلفة، إلا أن الحاجة إلى وضع استراتيجية لاستيعاب أكبر عدد ممكن تعد ضرورة ملحة خاصة في ظل الزيادة السكانية المستمرة.

- يعد جبل الرحمة من الأماكن التي يتطلع كثير من الحجاج للوقوف به، وهناك من يحرص للوصول إلى قمته، ويبدو أن البعض يعتقد أن لذلك ميزة دينية، وهذا ليس بصحيح؛ حيث لم يُشرع صعود جبل عرفات أو جبل الرحمة، ولا يختص الوقوف عليه بأي فضيلة زائدة عن أي مكان بأرض عرفة، وأن المشروع هو الوقوف بعرفات، وهناك من يرى أن سعي الكثير لصعود جبل الرحمة يرجع لعدة أسباب: فهو أبرز معلم قريب من موقف الرسول (صلى الله عليه وسلم) والذي أشار علماء إلى أفضلية الوقوف بهذا الموقف أو الاجتهاد في القرب منه، إضافة إلى التقليد، كما أن تسمية الجبل بجبل الرحمة؛ جعل بعض الناس تفهم بأن رحمة رب العالمين بالعباد تنزل يوم عرفة على هذا الجبل، إلا أن ذلك يترتب عليه الزحام والاختلاط والمشقة، إضافة إلى الوقوع بمخالفات شرعية كتعظيم الجبل والتبرك به والتمسح بأجزائه، كما يضيع معه وقت الوقوف؛ ومن ثم الانشغال بما لم يُشرع على ما هو مشروع [72].

- **ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية:**

أ. **طبيعة تعرض المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة:**

جدول (3)

مدى متابعة المبحوثين لوقفة عرفة عبر القنوات التلفزيونية

مدى المتابعة	ك	٪	الرتبة
دائما	138	69.0	1
أحيانًا	42	21.0	2
نادرًا	2	1.0	4
حسب الظروف	18	9.0	3
ن= 200			

توضح بيانات الجدول (3) أن مدى المتابعة بفئة "دائما" احتلت المرتبة الأولى بنسبة 69.0٪، يليها "أحيانًا" للمرتبة الثانية بنسبة 21.0٪، ثم "حسب الظروف" للمرتبة الثالثة بنسبة 9.0٪، في حين جاءت المتابعة "نادرًا" في المرتبة الرابعة بنسبة 1.0٪؛ ومن ثم يتضح أن أغلب المبحوثين اعتادوا المتابعة بشكل دائم، وهو ما يتفق إلى حد ما مع نتائج دراسة (**أحمد إسماعيل حسين محمد**، 2020)، والتي كشفت عن أن متابعة المبحوثين للبرامج الدينية بفضائيات عربية جاء بأسلوب مستمر.

جدول (4)

درجة متابعة المبحوثين لوقفة عرفة عبر القنوات التلفزيونية

درجة المتابعة	ك	٪	الرتبة
مرتفعة جدًا	66	33.0	2
مرتفعة	79	39.5	1
متوسطة	44	22.0	3
منخفضة	6	3.0	4
منخفضة جدًا	5	2.5	5
ن= 200			

توضح بيانات جدول (4) أن المتابعة بدرجة "مرتفعة" احتلت المرتبة الأولى بنسبة 39.5٪، يليها في المرتبة الثانية المتابعة بدرجة "مرتفعة جدًا" بنسبة 33.0٪، ثم المتابعة بدرجة "متوسطة" في المرتبة الثالثة بنسبة 22.0٪، وجاءت المتابعة بدرجة "منخفضة" في المرتبة الرابعة بنسبة 3.0٪، ويليها المتابعة بدرجة "منخفضة جدًا" في المرتبة الخامسة بنسبة 2.5٪؛ ومن ثم يتبين أن درجة المتابعة جاءت لصالح الدرجات الأعلى، وهو ما يتفق

نسبيًا مع ما توصلت إليه دراسة (**على محمد آل شيبان وزامل عباس أبو زنادة**، 2020) والتي أظهرت بأن معدل تعرض المبحوثين لحملة (لا حج بدون تصريح) جاء بدرجة عالية.

جدول (5)

الوقت الذي يقضيه المبحوثون في المتابعة

الوقت	ك	٪	الرتبة
أقل من ساعة	58	29.0	1
من ساعة إلى أقل من ساعتين	53	26.5	2
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	39	19.5	4
أكثر من ثلاث ساعات	41	20.5	3
مدد أخرى	9	4.5	5
ن= 200			

تُظهر بيانات جدول (5) تباين الوقت الذي يقضيه المبحوثون في المتابعة على مدار يوم عرفة؛ حيث جاءت فئة "أقل من ساعة" في المرتبة الأولى بنسبة 29.0٪، يليها في المرتبة الثانية فئة "من ساعة إلى أقل من ساعتين" بنسبة 26.5٪، ثم فئة "أكثر من ثلاث ساعات" في المرتبة الثالثة بنسبة 20.5٪، وجاءت فئة "من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات" في المرتبة الرابعة بنسبة 19.5٪، ثم فئة "مدد أخرى" في المرتبة الخامسة بنسبة 4.5٪ والتي جاءت بعدة ردود من المبحوثين كطوال اليوم، ومن بداية اليوم إلى المغرب، ومن قبل الظهر حتى المغرب وغيرها.

جدول (٦) أنماط استجابة المبحوثين حول أسباب متابعتهم لوقفة عرفة

م	أسباب المتابعة	نمط الاستجابة (نسب مئوية)			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن المرجح	الاتجاه
		موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق				
١	لمعرفة أمور دينية	٧٧,٥	١٨,٥	٤,٠	٢,٨٤	٠,٤٠٩	١٥٥١	موافق
٢	لأنني اعتدت على متابعتها	٦٩,٥	٢٣,٥	٧,٠	٢,٦٤	٠,٦٠٨	١٤٤٤	موافق
٣	لأنها حدث مهم	٨٧,٠	١٢,٠	١,٠	٢,٨٨	٠,٣٥٣	١٥٧٥	موافق
٤	لدي وقت فراغ	١٥,٠	٣٢,٥	٥٢,٥	١,٦٤	٠,٧٤١	٨٩٧	غير موافق
٥	لأن المشهد يبهرني	٨٢,٠	١٥,٠	٣,٠	٢,٨١	٠,٤٥٦	١٥٣٥	موافق
٦	لأنني أنوي تأدية فريضة الحج	٧١,٠	٢٠,٠	٩,٠	٢,٦٧	٠,٦٠٦	١٤٦٢	موافق
٧	للحصول على المعلومات	٧٠,٥	٢١,٠	٨,٥	٢,٦٩	٠,٥٨٣	١٤٧٠	موافق
٨	للتعايش مع الحدث العظيم	٩١,٠	٨,٠	١,٠	٢,٩٢	٠,٣٠٩	١٥٩٥	موافق
٩	لتقليد الحجاج في التلبية	٦٩,٠	٢٤,٠	٧,٠	٢,٦٦	٠,٥٨٨	١٤٥٤	موافق
١٠	لمساعدتي على الدعاء والاستغفار	٨٣,٠	١٤,٥	٢,٥	٢,٨٤	٠,٤٠٩	١٥٥٤	موافق
المتوسط		٧١,٥	١٨,٩	٩,٦	٢,٦٦	٠,٥٠٦	١٤٥٣,٧	موافق

تكشف بيانات جدول (6) أن أنماط الاستجابة على أسباب المتابعة جاءت بمتوسط حسابي 2.66 وانحراف معياري بلغ 0.506 وباتجاه لصالح فئة "موافق"، وذلك بمتوسط مجموع نقاط 1453.7، وتُظهر البيانات أن فئة "موافق" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 71.5٪، ثم فئة "موافق إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة 18.9٪، يليها في المرتبة الثالثة فئة "غير موافق" بنسبة 9.6٪، وفي الإطار العام ترتفع نسب أنماط الاستجابة بفئة "موافق" حول مختلف أسباب المتابعة، ومنها قيمة الحدث، وارتباط المبحوثين به وجدانياً، والرغبة في التعلم والحصول على المعلومات وغيرها. وتشير البيانات إلى ارتفاع نسب أنماط الاستجابة بهدف التوعية، وهو ما يتفق مع ما توصلت إليه دراسة (**إيمان فتحى عبد المحسن حسين**، 2018) والتي أظهرت: أن هناك علاقة دالة بين معدل استخدام المبحوثين لأحد التطبيقات الإذاعية، ومعدل اهتمامهم

بالمعلومات التوعوية التي يتم تقديمها عبر هذا التطبيق، ورغم ارتفاع نسب الموافقة على أسباب المتابعة، إلا أن عبارة "لديَّ وقت فراغ" جاءت بنسبة منخفضة؛ مما قد يقلل من قيمة هذا السبب مقارنة بغيره من الأسباب؛ وهو ما قد يعطي مؤشراً للمخطط الإعلامي على عدم التعويل على وقت الفراغ بشكل أساس عند وضع الخطط الإعلامية للرسائل الإعلامية والتي تستهدف فئات عديدة من الجمهور؛ ويرى الباحث أن ذلك قد يرجع إلى التطور المتلاحق في وسائل الإعلام؛ بما قد يؤدي بمثل هذا السبب الذي اعتبره الكثير سبباً رئيساً للتعرض لوسائل الإعلام، لأن يصبح سبباً ثانوياً للتعرض، إلا أنه وفي الإطار العام يتضح تعدد أسباب متابعة المبحوثين لوقفة عرفة وهو ما يتفق مع دراسة (**شارع بن مزيد البقمى**، 2020) والتي توصلت إلى تعدد دوافع تعرض الجمهور لحملة توعية ضيوف الرحمن (الحج عبادة وسلوك حضاري).

جدول (7)

درجة ثقة المبحوثين في القنوات التلفزيونية التى يتابعون من خلالها وقفة عرفة

درجة الثقة	ك	٪	الرتبة
مرتفعة جداً	61	30.5	2
مرتفعة	93	46.5	1
متوسطة	43	21.5	3
منخفضة	3	1.5	4
منخفضة جداً	0	0	0
ن= 200			

توضح بيانات الجدول (7) أن درجة الثقة "مرتفعة" جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 46.5٪، يليها في المرتبة الثانية درجة الثقة "مرتفعة جداً" بنسبة 30.5٪، ثم درجة "متوسطة" في المرتبة الثالثة بنسبة 23.5٪، ثم درجة "منخفضة" في المرتبة الرابعة بنسبة 1.5٪، ويتضح أن درجات الثقة الأعلى هي السائدة بين المبحوثين؛ مما يشير لوجود ارتباط بين درجة ثقتهم في القنوات التلفزيونية ومعدل المتابعة.

جدول (8)
أسباب ثقة المبحوثين

أسباب الثقة	ك	٪	الرتبة
السهولة في الوصول إلى المعلومات	85	42.5	2
دقة معلوماتها	58	29.0	4
الالتزام بالموضوعية في نقل المعلومات	67	33.5	3
الاعتماد على الخبراء والمتخصصين في تقديم المعلومات	47	23.5	5
عرض مختلف الآراء	25	12.5	7
توفير البيانات والإحصاءات	43	21.5	6
البث الحي للأحداث	120	60.0	1
ن= 200			

ومن بيانات الجدول (8) يتضح أن "البث الحي للأحداث" يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 60.0٪ من حيث أسباب الثقة، يليها في المرتبة الثانية "السهولة في الوصول إلى المعلومات" بنسبة 42.5٪، وجاءت عبارة "الالتزام بالموضوعية في نقل المعلومات" في المرتبة الثالثة بنسبة 33.5٪، ثم "دقة معلوماتها" في المرتبة الرابعة بنسبة 29.0٪، ويليها في المرتبة الخامسة "الاعتماد على الخبراء والمتخصصين في تقديم المعلومات" بنسبة 23.5٪، ثم "توفير البيانات والإحصاءات" في المرتبة السادسة بنسبة 21.5٪، ثم "عرض مختلف الآراء" في المرتبة السابعة بنسبة 12.5٪، وتعكس هذه النتائج مدى اهتمام المبحوثين بالتماس المعلومات، ومدى حرصهم للحصول على معلومات موضوعية ودقيقة ومتنوعة.

ب. تفضيلات المبحوثين من حيث المتابعة:

جدول (9)

نوع القنوات التلفزيونية التى يتابع المبحوثون من خلالها وقفة عرفة

نوع القنوات	ك	٪	الرتبة
قنوات دينية	128	64.0	1
قنوات إخبارية	52	26.0	3
قنوات عامة	96	48.0	2
ن= 200			

تكشف بيانات جدول (9) أن "القنوات الدينية" تحتل المرتبة الأولى بنسبة 64.0٪، ثم "القنوات العامة" في المرتبة الثانية بنسبة 48.0٪، ويليها "القنوات الإخبارية" في المرتبة الثالثة بنسبة 26.0٪، ويمكن التعرف على أبرز هذه القنوات من خلال الجدول التالي:

جدول (10)

أبرز القنوات التى يتم متابعة المبحوثين لوقفة عرفة من خلالها

القنوات	ك	٪	الرتبة
السعودية الإخبارية	53	26.5	4
الجزيرة مباشر	44	22.0	5
النيل للأخبار	30	15.0	9
الحدث	21	10.5	11
السعودية الفضائية	40	20.0	7
الفضائية المصرية	56	28.0	3
الناس	41	20.5	6
الرسالة	27	13.5	10
مكة	59	29.5	1
الحج السعودية	36	18.0	8
اقرأ	57	28.5	2
ن= 200			

ومن خلال بيانات الجدول (10) يتضح تنوع القنوات التلفزيونية التي يتم بواسطتها متابعة المبحوثين لوقفة عرفة، ولقد احتلت فيها القنوات السعودية مراتب متقدمة كقناة "مكة" و"اقرأ"، وجاءت "الفضائية المصرية" في المرتبة الثالثة بنسبة 28.0٪، وحظيت قنوات إخبارية بنسب عالية كقناة "السعودية الإخبارية" وقناة "الجزيرة مباشر"، ويمكن القول بأن هناك تنوعًا ملحوظًا في تفضيلات المبحوثين للقنوات التلفزيونية التي يتابعون من خلالها وقفة عرفة من حيث نوع القناة وتبعيتها. ويمكن ملاحظة تنوع هذه القنوات

بين القنوات العامة والقنوات الدينية والقنوات الإخبارية، إلا أنه تجدر الإشارة إلى أن أغلب هذه القنوات- إن لم يكن جميعها- تنقل البث المباشر من خلال قنوات سعودية، إلا أنها قد تختلف في آليات التغطية كالضيوف، والخبراء، والتعليقات، والمداخلات، واللقاءات، وغيرها، والتي عادة ما تتم بين فقرات البث المباشر.

جدول (11)

الأشكال التلفزيونية المفضلة للمبحوثين في متابعة وقفة عرفة

الأشكال التلفزيونية	ك	٪	الرتبة
البث المباشر	186	93.0	1
التقارير الإخبارية	31	15.5	3
البرامج الدينية	32	16.0	2
الفقرات التسجيلية	20	10.0	4
ن= 200			

ومن خلال بيانات جدول (11) يتبين أن "البث المباشر" يأتي في المرتبة الأولى بنسبة 93.0٪ من حيث الأشكال التلفزيونية المفضلة في المتابعة، يليها "البرامج الدينية" في المرتبة الثانية بنسبة 16.0٪، ثم "التقارير الإخبارية" في المرتبة الثالثة بنسبة 15.5٪، وجاءت "الفقرات التسجيلية" في المرتبة الرابعة بنسبة 10.0٪؛ ومن ثم يتضح أن البث المباشر يحظى بتفضيل أغلب المبحوثين، وقد يرجع ذلك لما يتميز به من آنية في نقل الأحداث.

جدول (12)

أبرز عناصر الجذب بالقنوات التلفزيونية التى يتم عبرها متابعة المبحوثين لوقفة عرفة

عناصر الجذب	ك	٪	الرتبة
الألوان	48	24.0	5
الكتابات التوضيحية	60	30.0	3
حركة الكاميرا	106	53.0	1
زوايا التصوير	106	53.0	1
الصوت	87	43.5	2
المؤثرات الصوتية	57	28.5	4
ن= 200			

تكشف بيانات جدول (12) أن "حركة الكاميرا" و"زوايا التصوير" جاءتا في المرتبة الأولى بنسبة 53.0٪ لكل منهما على حدة، كأبرز عناصر الجذب، وجاء "الصوت" في المرتبة الثانية بنسبة 43.5٪، ثم "الكتابات التوضيحية" في المرتبة الثالثة بنسبة 30.0٪، وجاءت "المؤثرات الصوتية" في المرتبة الرابعة بنسبة 28.5٪، ثم "الألوان" في المرتبة الخامسة بنسبة 24.0٪، وتوضح النتائج تنوع عناصر الجذب في التغطية التلفزيونية، واهتمام المبحوثين بالكاميرا سواء من حيث الحركة أو زوايا التصوير.

ج. **طبيعة التماس المبحوثين للمعلومات.**

جدول (13)

معدل بحث المبحوثين عن المعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة

معدل البحث عن المعلومات	ك	٪	الرتبة
مرتفع جدًا	28	14.0	3
مرتفع	64	32.0	2
متوسط	79	34.5	1
منخفض	20	10.0	4
منخفض جدًا	9	4.5	5
ن= 200			

توضح بيانات جدول (13) أن معدل البحث عن المعلومات جاء إلى حد ما لصالح المعدلات الأعلى؛ حيث جاء معدل البحث "متوسط" في المرتبة الأولى بنسبة 34.5٪، يليه "مرتفع" في المرتبة الثانية بنسبة 32.0٪، ثم "مرتفع جدًا" في المرتبة الثالثة بنسبة 14.0٪، في حين جاءت المعدلات الأدنى بنسب أقل؛ حيث جاء معدل "منخفض" في المرتبة الرابعة بنسبة 10.0٪، ثم "منخفض جدًا" في المرتبة الخامسة بنسبة 4.5٪، وتؤكد هذه النتائج على أن الرغبة في الحصول على المعلومات يعد من الأسباب الرئيسة للمتابعة.

جدول (14)
مستوى المعلومات المكتسبة للمبحوثين من المتابعة

مستوى المعلومات	ك	٪	الرتبة
مرتفع جداً	36	18.0	3
مرتفع	82	41.0	1
متوسط	63	31.5	2
منخفض	11	5.5	4
منخفض جداً	8	4.0	5
ن= 200			

يوضح جدول (14) أن مستوى "مرتفع" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 41.0٪ من حيث المعلومات المكتسبة للمبحوثين من متابعتهم للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، ثم مستوى "متوسط" في المرتبة الثانية بنسبة 31.5٪، يليه مستوى "مرتفع جداً" في المرتبة الثالثة بنسبة 18.0٪، وجاء مستوى "منخفض" في المرتبة الرابعة بنسبة 5.5٪، ثم مستوى "منخفض جداً" في المرتبة الخامسة بنسبة 4.0٪، ويُلاحظ التباين إلى حد ما بين درجات البحث عن المعلومات ودرجات اكتساب المعلومات؛ وهو ما قد يشير إلى أن هناك عوامل تتحكم في عملية التحصيل المعلوماتي أثناء المتابعة، والتي قد يكون من ضمنها الفروق الشخصية.

جدول (١٥) نوع المعلومات المكتسبة للمبحوثين من المتابعة

نوع المعلومات	ك	%	الرتبة
معلومات حول مناسك الحج	١٥١	٧٥,٥	١
معلومات حول جهود المملكة العربية السعودية لتنظيم الحج	٦٦	٣٣,٠	٤
معلومات عن الحجاج كأعدادهم وجنسيتهم وأعمارهم	٨٣	٤١,٥	٢
معلومات حول سلامة وأمان الحجاج	٧٨	٣٩,٠	٣
معلومات حول المكان كالتاريخ والتضاريس والمكان	٦٤	٣٢,٠	٥
ن= ٢٠٠			

تُظهر بيانات جدول (15) أنه من حيث المعلومات المكتسبة: جاءت "معلومات حول مناسك الحج" في المرتبة الأولى بنسبة 75.5٪، ثم "معلومات عن الحجاج كأعدادهم وجنسياتهم وأعمارهم" في المرتبة الثانية بنسبة 41.5٪، وجاءت "معلومات حول سلامة وأمان الحجاج" في المرتبة الثالثة بنسبة 39.0٪، يليها "معلومات حول جهود المملكة

العربية السعودية لتنظيم الحج" في المرتبة الرابعة بنسبة 33.0٪، ثم "معلومات حول المكان كالتاريخ والتضاريس والمكان" في المرتبة الخامسة بنسبة 32.0٪؛ ومن ثم يتضح اهتمام المبحوثين بشكل كبير بالمعلومات المتعلقة برحلة الحج من حيث تعلم المناسك والتعرف على الإجراءات التنظيمية وسبل الأمان.

جدول (١٦) استراتيجيات المبحوثين قبل التماس المعلومات من متابعة الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة

الاستراتيجيات	نمط الاستجابة						الوزن المرجح	الرتبة
	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق			
	ك	%	ك	%	ك	%		
أقوم بتحديد المعلومات التي أود معرفتها	٩٥	٤٧,٥	٧٢	٣٦,٠	٣٣	١٦,٥	١٢٤٤	٣
أبحث عن معلومات من خلال مصادر أخرى كالإنترنت	١٢١	٦٠,٥	٦٠	٣٠,٠	١٩	٩,٥	١٣٤٠	١
أتجنب التركيز في الموضوعات التي أعتقد أنها لن تفيدني	١٢٣	٦١,٥	٥٣	٢٦,٥	٢٤	١٢,٠	١٣٢٩	٢
أحرص على الحصول على كافة المعلومات دون استثناء	٨٩	٤٤,٥	٧٤	٣٧,٠	٣٧	١٨,٥	١٢٢٨	٤
المتوسط	١٠٧	٥٣,٥	٦٤,٨	٣٢,٤	٢٨,٣	١٤,١	١٢٨٥,٣	-
ن= ٢٠٠								

توضح بيانات جدول (16) أنماط استجابة المبحوثين حول استراتيجيات يقومون بها قبل التماسهم للمعلومات والتي جاءت بنسب وأوزان مرجحة مختلفة إلى حد ما، ولقد جاءت في المرتبة الأولى عبارة "أبحث عن معلومات من خلال مصادر أخرى كالإنترنت" بوزن مرجح بلغ 1340 من مجموع الأوزان المرجحة، ثم "أتجنب التركيز في الموضوعات التي أعتقد أنها لن تفيدني" في المرتبة الثانية بمجموع نقاط 1329، ويليها "أقوم بتحديد المعلومات التي أود معرفتها" في المرتبة الثالثة بمجموع نقاط 1244، ثم "أحرص على الحصول على كافة المعلومات دون استثناء" في المرتبة الرابعة بمجموع 1228، وجاء

متوسط أنماط استجابة المبحوثين لصالح فئة "موافق" والتي احتلت المرتبة الأولى بنسبة 53.5٪، ويليها فئة "موافق إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة 32.4٪، ثم فئة "غير موافق" في المرتبة الثالثة بنسبة 28.3٪، كما بلغ متوسط الوزن المرجح 1285.3 نقطة، وتشير هذه النتائج إلى وجود أهداف محددة لدى كثير من المبحوثين قبل التماسهم للمعلومات، والتي تتضح في نسبة الموافقة المرتفعة على تجنب المبحوثين التركيز في الموضوعات غير المفيدة بالنسبة لهم.

جدول (١٧) استراتيجيات المبحوثين أثناء التماس المعلومات...

الاستراتيجيات	نمط الاستجابة						الوزن المرجح	الرتبة
	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق			
	ك	%	ك	%	ك	%		
أنتبه لمختلف الموضوعات التي يتم تناولها	١١٣	٥٦,٥	٧٦	٣٨,٠	١١	٥,٥	١٣٥١	٥
أركز في تفاصيل الصورة التي يتم عرضها	١٣٣	٦٦,٥	٦١	٣٠,٥	٦	٣,٠	١٤١١	٢
أصغي لكل الأصوات التي يمكنني سماعها	١٢١	٦٠,٥	٧١	٣٥,٥	٨	٤,٠	١٣٧٥	٤
استمع بإمعان لآراء الحجاج حول تجربتهم في أداء فريضة الحج	١٥	٦٤,٥	٥٦	٢٨,٠	١٢٩	٧,٥	١٣٨٣	٣
أتطلع لمعرفة تصريحات المسئولين السعوديين فيما يتعلق بتنظيم الحج	١٠٤	٥٢,٠	٥٤	٢٧,٠	٤٢	٢١,٠	١٢٥٦	٦
أتزود بما يقدمه الخبراء من معلومات حول فريضة الحج	١٣٢	٦٦,٠	٥٨	٢٩,٠	١٠	٥,٠	١٤١٨	١
المتوسط	١٠٣	٦١,٠	٦٢,٧	٣١,٣	٣٤,٣	٧,٧	١٣٦٥,٧	–
ن= ٢٠٠								

وفيما يتعلق باستراتيجيات المبحوثين أثناء التماسهم للمعلومات، تُظهر بيانات جدول (17) أنه جاءت في المرتبة الأولى عبارة "أتزود بما يقدمه الخبراء من معلومات حول فريضة الحج" بمجموع نقاط بلغ 1418، ثم "أركز في تفاصيل الصورة التي يتم عرضها" في المرتبة الثانية بمجموع نقاط 1411، ويليها "أستمع بإمعان لآراء الحجاج حول تجربتهم في أداء فريضة الحج" في المرتبة الثالثة بمجموع نقاط 1383، وجاءت في المرتبة الرابعة عبارة "أصغي لكل الأصوات التي يمكنني سماعها" بمجموع نقاط بلغ 1375، ثم "أنتبه لمختلف الموضوعات التي يتم تناولها" في المرتبة الخامسة بمجموع نقاط

1351، وجاءت في المرتبة السادسة عبارة "أتطلع لمعرفة تصريحات المسؤولين السعوديين فيما يتعلق بتنظيم الحج" بمجموع نقاط 1256، في حين جاء متوسط أنماط استجابة المبحوثين بفئة "موافق" في المرتبة الأولى بنسبة 61.0٪، ثم فئة "موافق إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة 31.3٪، وجاءت فئة "غير موافق" في المرتبة الثالثة بنسبة 7.7٪، وذلك بمتوسط وزن مرجح بلغ 1365.7 نقطة؛ وتوضح هذه النتائج كثافة الجهد المبذول لأغلب المبحوثين في عملية المتابعة، مع عدم اهتمام أغلبهم بتجارب غيرهم من الحجاج السابقين.

جدول (١٨) استراتيجيات المبحوثين بعد التماس المعلومات...

الاستراتيجيات	نمط الاستجابة						الوزن المرجح	الرتبة
	موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق			
	ك	%	ك	%	ك	%		
أتأكد من صحة المعلومات التي حصلت عليها	١٠٨	٥٤,٠	٦١	٣٠,٥	٣١	١٥,٥	١٢٨٨	٤
أقوم بمحاولة تفسير ما حصلت عليه من معلومات	١١١	٥٥,٥	٦٨	٣٤,٠	٢١	١٠,٥	١٣٢٨	٣
أتناقش مع الآخرين حول المعلومات التي حصلت عليها	١١٣	٥٦,٥	٦٥	٣٢,٥	٢٢	١١,٠	١٣٣٤	٢
استفيد من المعلومات التي حصلت عليها في توجيه سلوكياتي	١٣٧	٦٨,٥	٥٥	٢٧,٥	٨	٤,٠	١٤٦١	١
المتوسط	١١٧,٣	٥٨,٦	٦٢,٣	٣١,١	٢٠,٥	١٠,٣	١٣٥٢,٨	–
ن= ٢٠٠								

ومن بيانات جدول (18) يتضح أن عبارة "أستفيد من المعلومات التي حصلت عليها في توجيه سلوكياتي" جاءت في المرتبة الأولى ضمن استراتيجيات المبحوثين بعد التماسهم للمعلومات بمجموع نقاط 1461، ويليها في المرتبة الثانية "أتناقش مع الآخرين حول المعلومات التي حصلت عليها" بمجموع نقاط 1334، وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة "أقوم بمحاولة تفسير ما حصلت عليه من معلومات" بمجموع نقاط 1328، ثم "أتأكد من صحة المعلومات التي حصلت عليها" في المرتبة الرابعة بمجموع نقاط 1288، في حين

احتل متوسط نمط استجابة المبحوثين بفئة "موافق" المرتبة الأولى بنسبة 58.6٪، ثم فئة "موافق إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة 31.1٪، وجاء متوسط فئة "غير موافق" في المرتبة الثالثة بنسبة 20.5٪، وذلك بمتوسط مجموع نقاط بلغ 1352.8، وتشير النتائج إلى وجود تأثيرات سلوكية متحققة لدى المبحوثين نتيجة التماسهم للمعلومات، ويرى الباحث أنها قد تنتج بفعل تأثيرات وجدانية ومعرفية لهذه المعلومات.

جدول (19)

العناصر الأكثر إزعاجا للمبحوثين عند التماسهم للمعلومات

العناصر	ك	٪	الرتبة
قطع البث الحي لاستضافة الخبراء والمحللين	130	65.0	1
التكرار المستمر لأحجام اللقطات وزوايا التصوير	66	33.0	5
النمطية في تقديم المعلومات	72	36.0	4
استغلال الحدث للدعاية بمختلف أنواعها	91	45.5	3
عدم التناول بشكل كاف للأزمات والمخاطر التي تحدث	94	47.0	2
ن= 200			

يبين جدول (19) العناصر الأكثر إزعاجاً عند التماس المبحوثين للمعلومات، ولقد جاء "قطع البث الحي لاستضافة الخبراء والمحللين" في المرتبة الأولى بنسبة 65.0٪، ثم "عدم التناول بشكل كاف للأزمات والمخاطر التي تحدث" في المرتبة الثانية بنسبة 47.0٪، يلى ذلك "استغلال الحدث للدعاية بمختلف أنواعها" في المرتبة الثالثة بنسبة 45.5٪، ثم "النمطية في تقديم المعلومات" في المرتبة الرابعة بنسبة 36.0٪، وجاء "التكرار المستمر لأحجام اللقطات وزوايا التصوير" في المرتبة الخامسة بنسبة 33.0٪؛ وتتطلب هذه النتائج مراعاة القائم بالاتصال تجنب مثل هذه العناصر التي قد تعوق العملية الاتصالية في التغطية التلفزيونية لوقفة عرفة بشكل خاص، ومختلف الرصد التلفزيوني للأحداث والفاعليات بصفة عامة.

- **نتائج اختبار فروض الدراسة:**

الفرض الأول: توجد فروق دالة إحصائيا بين درجة متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة وفقا لخصائصهم الديموجرافية: (النوع، العمر، المؤهل التعليمى، الحالة الاجتماعية، العمل، الإقامة).

جدول (٢٠) الفروق بين درجة متابعة المبحوثين وفقًا لخصائصهم الديموغرافية

الخصائص الديموغرافية		ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة المعامل	مستوى المعنوية	الدلالة
النوع	ذكر	١٠٠	٢,٠٦	٠,٩١٩	ت= ٠,٥٢١	٠,٦٠٣	غير دالة
	أنثى	١٠٠	١,٩٩	٠,٩٨٠			
العمر	من ١٨إلى ٢١ سنة	٣٩	٢,٠٥	٠,٩٤٤	ف= ٠,٩٧١	٠,٤٠٩	غير دالة
	أكبر من ٢١ إلى ٣٠ سنة	٤١	٢,٢٢	١,١٩٤			
	أكبر من ٣٠ إلى ٤٥ سنة	٤٤	٢,٠٢	٠,٨٤٩			
	أكبر من ٤٥ سنة	٧٦	١,٩١	٠,٨٥١			
المؤهل التعليمي	أقل من جامعي	١٤	١,٨٦	٠,٥٣٥	ف= ١,٤٦٠	٠,٢٣٥	غير دالة
	جامعي	١٠٧	٢,١٣	٠,٩٩١			
	أعلى من جامعي	٧٩	١,٩١	٠,٩٣٦			
الحالة الاجتماعية	أعزب	٨٤	٢،١٠	١,٠٣٧	ف= ١,٦٣٩	٠,١٨٢	غير دالة
	متزوج	١٠٤	١,٩٢	٠,٨٤٤			
	أرمل	٤	٢,٠٠	٠,٠٠			
	مطلق	٨	٢,٦٣	١,٣٠٢			
العمل	أعمل	١٤٢	٢,٠٤	٠,٩١٠	ت= ٠,٢٢٥	٠,٣٧٩	غير دالة
	لا أعمل	٥٨	٢,٠	١,٠٤٣			
الإقامة	قرية	٣٤	١,٩٧	١,٠	ت= ٠,٣٥٢	٠,٦٧٠	غير دالة
	مدينة	١٦٦	٢,٠٤	٠,٩٤٠			
ن= ٢٠٠							

توضح بيانات الجدول (20) الفروق بين درجة متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة وفقًا للخصائص الديموجرافية، ولقد جاءت النتائج كما يلي:

- **بالنسبة للنوع:** بلغت قيمة معامل T-Test= 0.521 وذلك عند مستوى معنوية 0.603 أي لا توجد فروق دالة.
- **بالنسبة للعمر:** بلغت قيمة معامل ANOVA = 0.971 بمستوى معنوية 0.409 وهي قيمة غير دالة.

- **بالنسبة للمؤهل التعليمى**: جاءت قيمة ANOVA = 1.460 وبمستوى معنوية 0.235؛ ومن ثم يتبين عدم وجود فروق دالة إحصائيًا.
- **بالنسبة للحالة الاجتماعية**: يتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية؛ فلقد بلغت قيمة ANOVA = 1.639 عند مستوى معنوية 0.182.
- **بالنسبة للعمل**: بلغت قيمة T-Test=0.225 عند مستوى معنوية 0.379 وهي قيمة غير دالة إحصائيًا.
- **بالنسبة للإقامة**: تُظهر البيانات أنه لا توجد وجود فروق دالة إحصائية من حيث الإقامة؛ حيث بلغت قيمة T-Test= 0.352 بمستوى معنوية 0.670

ومن ثم يثبت عدم صحة الفرض الأول كليًا، ويتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية من حيث درجة متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة وخصائصهم الديموغرافية: (النوع، العمر، المؤهل التعليمي، الحالة الاجتماعية، العمل، الإقامة). وتتفق هذه النتائج جزئيًا مع نتائج دراسة (**وجدي حلمى عيد عبد الظاهر**، 2021) والتي توصلت إلى عدم وجود فروق دالة إحصائيًا بين المبحوثين من حيث الجنس والعمر ومدى تأثير التصوير لمناسك الحج والعمرة بكاميرات عنكبوتية.

وتجدر الإشارة إلى أن ما توصلت إليه الدراسة من عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية من حيث الخصائص الديموجرافية ودرجة المتابعة لا يقلل من أهمية هذه الخصائص في عملية المتابعة والتعرض بشكل عام؛ فلقد أكدت كثير من الدراسات على تأثير هذه الخصائص على عملية التعرض، وأن التباين بين هذه الخصائص كثيرًا ما ينتج عنه فروقًا من حيث درجة التعرض، إلا أن ذلك لم يتحقق مع حالة الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الحدث باعتباره شأنًا دينيًّا تهتم به مختلف الفئات.

الفرض الثانى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خبرات المبحوثين فيما قاموا به من بعض الطاعات: (أداء الحج- أداء العمرة- اعتياد صيام يوم عرفة) ومعدل بحثهم عن المعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.

جدول (21)

العلاقة بين فعل بعض الطاعات ومعدل البحث عن المعلومات

الطاعات	نمط الاستجابة (نسب مئوية)		المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	كا^2	مستوى المعنوية	الدلالة
	نعم	لا					
أداء فريضة الحج	23.0	77.0	1.77	0.422	3.418	0.490	غير دالة
أداء العمرة	36.0	64.0	1.64	0.481	3.821	0.431	غير دالة
اعتياد الصيام يوم عرفة	95.5	4.5	1.05	0.208	4.014	0.404	غير دالة
على مستوى مجمل الطاعات كا^2= 12.820 مستوى المعنوية= 0.382 غير دالة							

وتفترض الدراسة أن فعل الطاعات السابقة التي ترتبط بوقفة عرفة لها علاقة بمعدل البحث عن المعلومات من الصورة التلفزيونية، كأداء المبحوثين لفريضة الحج؛ بما قد يدفعهم لزيادة معدل البحث لأسباب عديدة: كالتذكرة برحلتهم، ومقارنة التغيرات التي حدثت للمكان، كما أن أداء المبحوثين للعمرة قد يزيد رغبتهم في أداء فريضة الحج؛ ومن ثم زيادة معدل بحثهم عن المعلومات، وتفترض الدراسة أن اعتياد صيام يوم عرفة كسنة لغير الحاج قد يكون دافعًا لمتابعة وقفة عرفة والبحث عن المعلومات من خلال الصورة التلفزيونية، ومن حيث العلاقة بين فعل هذه الطاعات ومعدل البحث عن المعلومات، تُظهر بيانات الجدول (21) النتائج التالية:

- **بالنسبة لأداء فريضة الحج:** بلغت قيمة كا^2= 3.418 بمستوى معنوية 0.490 وهي قيمة غير دالة.
- **بالنسبة لأداء العمرة:** جاءت قيمة كا^2= 3.821 وبمستوى معنوية 0.431، ومن ثم يتضح عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية.
- **بالنسبة لاعتياد صيام يوم عرفة:** يتبين عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا؛ حيث بلغت قيمة كا^2=4.014 عند مستوى معنوية.
- **بالنسبة لمجمل الطاعات المدرجة:** بلغت قيمة كا^2= 12.820 عند مستوى معنوية 0.382؛ ومن ثم يتبين عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية.

ومما سبق يتضح عدم ثبوت صحة الفرض الثاني كلياً؛ ويتبين أنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين خبرات المبحوثين فيما قاموا به من بعض الطاعات: (أداء الحج- أداء العمرة- اعتياد صيام يوم عرفة) ومعدل بحثهم عن المعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة؛ ومن ثم يمكن القول إن بعض الخبرات السابقة في فعل الطاعات لا تؤثر على معدل البحث عن المعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، وهو ما يشير إلى أن معدل البحث عن المعلومات تتحكم فيه عوامل أخرى، أو أن الجمهور بشكل عام يلجأ إلى وسائل إعلامية أخرى؛ للبحث عن المعلومات.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة ثقة المبحوثين في القنوات التلفزيونية التى يتابعون من خلالها الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة ومعدل بحثهم عن المعلومات حول فريضة الحج عبر هذه القنوات.

جدول (22)

الارتباط بين درجة الثقة ومعدل البحث عن المعلومات حول الحج

معدل البحث عن المعلومات	درجة الثقة في الوسيلة				المجموع
	مرتفعة جدا	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	
مرتفع جدا	18	9	0	1	28
مرتفع	22	42	10	0	74
متوسط	14	34	21	0	69
منخفض	5	4	9	2	20
منخفض جدا	2	4	3	0	9
المجموع	61	93	43	3	200
ر=0.336	مستوى المعنوية=0.000		دالة		

توضح بيانات جدول (22) الارتباط بين درجة ثقة المبحوثين في القنوات التلفزيونية التي يتابعون من خلالها الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة ومعدل بحثهم عن المعلومات حول فريضة الحج عبر هذه القنوات، ويجدر الإشارة إلى أنه تم الاعتماد على مقياس "ليكرت" الخماسي لكلا المتغيرين (درجة الثقة- معدل البحث عن المعلومات)؛ إلا أنه تنعدم درجة ثقة المبحوثين بفئة "منخفضة جداً"، وتبين النتائج أن معامل الارتباط سبيرمان بلغ 0.336 وذلك عند مستوى معنوية=0.000؛ ومن ثم يثبت صحة الفرض الثالث، ويتبين وجود ارتباط طردي موجب بين درجة ثقة المبحوثين في القنوات التلفزيونية

التي يتابعون من خلالها الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة ومعدل بحثهم عن المعلومات حول فريضة الحج عبر هذه القنوات.

الفرض الرابع: توجد علاقة دالة إحصائيا بين الدلالات المدركة للمبحوثين حول فريضة الحج ومعدل بحثهم عن المعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.

جدول (٢٣) العلاقة بين الدلالات المدركة ومعدل البحث عن المعلومات

م	الدلالات المدركة	نمط الاستجابة (نسب مئوية)			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	كا٢	مستوى المعنوية	الدلالة
		موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق					
١	ملابس الحجاج تدل على أنهم سواسية	٩٢,٥	٦,٠	١,٥	١,٠٩	٠,٣٢٥	٢٩,٩١٦	٠,٠٠٠	دالة
٢	الإخلاص في دعاء الحجاج سمة أساسية ليوم عرفة	٩١,٥	٨,٥	٠,٠	١,٠٩	٠,٢٨٠	٨,٦٦٩	٠,٠٧٠	غير دالة
٣	تزاحم الحجاج بعدد كبير يشعرني بأنهم يسعون إلى جائزة كبرى	٨٨,٠	١٠,٠	٢,٠	١,١٤	٠,٤٠٢	١٠,١١٨	٠,٢٥٧	غير دالة
٤	المسلمون كثيرون	٨٦,٠	١٢,٥	١,٥	١,١٦	٠,٤٠٢	٣١,٦١٦	٠,٠٠٠	دالة
٥	الحج مشقة وتعب	٤٨,٥	٢٨,٠	٢٣,٥	١,٧٥	٠,٨١٣	٧,٩٤٠	٠,٤٣٩	غير دالة
٦	إمساك الحجاج بمظلة يشير إلى مناخ غير مستقر	٥٣,٠	٣٦,٠	١١,٠	١,٥٨	٠,٦٨٣	١٥,٢٧٣	٠,٠٠٥	دالة
٧	اللون الأبيض لملابس الإحرام تدل على الطهر والنقاء	٨٨,٥	١٠,٠	١,٥	١,١٣	٠,٣٧٩	١٦,٣٣١	٠,٠٣٨	دالة
٨	شاهدت في مشهد عرفة موقف تؤكد على أن هناك رحمة بكبار السن	٧٦,٥	١٩,٥	٤,٠	١,٢٨	٠,٥٣٠	١٣,٧٠٧	٠,٩٠	غير دالة
٩	صوت تلبية الحجاج يؤكد على استجابة الحجاج لأداء الفريضة	٨٦,٠	١١,٥	٢,٥	١,١٦	٠,٤٣٤	١١,٥٢٤	٠,١٧٤	غير دالة
١٠	تدل مشاهد عرفة على عبادة الله خوفًا وطمعًا	٨٤,٥	١٢,٥	٣,٠	١,١٩	٠,٤٦٠	٦,٢١٨	٠,٦٢٣	غير دالة
١١	جمع الحجاج لصلاة الظهر والعصر قصرًا يدل على أن الحجاج في حالة سفر يوم عرفة	٧٦,٠	١٧,٥	٦,٥	١,٣٠	٠,٥٨٦	٤٣,٠٢٩	٠,٠٠٠	دالة
١٢	وقفة عرفة صورة مصغرة للأمة الإسلامية	٨٢,٠	١٣,٠	٥,٠	١,٢٣	٠,٥٢٨	١٧,٠٦٠	٠,٠٢٩	دالة
	المتوسط	٧٩,٤	١٥,٤	٥,٢	١,٣	٠,٤٩			
	على مستوى مجمل الدلالات:	كا٢= ١٢٢,٩٩٥ مستوى المعنوية ٠,٠٠٠							دالة

توضح بيانات جدول (23) العلاقة بين الدلالات المدركة للمبحوثين ومعدل بحثهم عن المعلومات من خلال الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، وتمثلت هذه الدلالات بعدد من

العبارات كل منها يمثل دلالة محددة، وتُظهر بيانات الجدول أن متوسط أنماط الاستجابة حول هذه الدلالات جاءت بفئة "موافق" في المرتبة الأولى بنسبة 79.4٪، يليها في المرتبة الثانية فئة "موافق إلى حد ما" بنسبة 15.4٪، ثم فئة "غير موافق" في المرتبة الثالثة بنسبة 5.2٪، وذلك بمتوسط حسابي 1.3 وانحراف معياري بلغ 0.49، في حين تباينت قيمة كا^2 المحسوبة ومستوى المعنوية وفقًا لكل دلالة على حدة، وتباينت النتائج بين ثبوت وعدم ثبوت العلاقة بين الدلالات المدركة للمبحوثين حول فريضة الحج ومعدل بحثهم عن المعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة. وتجدر الإشارة إلى أن كا^2 المحسوبة لبعض الدلالات جاءت بقيم مختلفة وبمستوى معنوية غير دال إحصائيًا، كدلالة الإخلاص في الدعاء، والرحمة بكبار السن، والدلالة على أن رحلة الحج بها مشقة وتعب، وغيرها من الدلالات المُبينة في الجدول السابق، إلا أنه على مستوى مجمل الدلالات المدركة بلغت قيمة كا^2 المحسوبة= 122.995 عند مستوى معنوية بلغ 0.000؛ ومن ثم يتضح ثبوت صحة الفرض الرابع، وهو ما يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مجمل الدلالات المدركة للمبحوثين حول فريضة الحج ومعدل بحثهم عن المعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة ومدركاتهم (الدينية والحياتية) حول فريضة الحج.

أ. المدركات الدينية:

جدول (٢٤) الارتباط بين المدركات الدينية حول فريضة الحج ودرجة المتابعة

م	مدركات دينية	نمط الاستجابة (نسب مئوية)			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
		موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق					
١	وسعت معلوماتي العامة حول فريضة الحج	٧٢,٠	٢١,٥	٦,٥	١,٣٤	٠,٥٩٨	٠,٢٤٢	٠,٠٠١	دالة
٢	حصلت على معلومات دينية كنت في حاجة إليها	٥٨,٠	٣٢,٥	٩,٥	١,٥١	٠,٦٦٥	٠,١٨٧	٠,٠٠٨	دالة
٣	حفزتني للسعي نحو تأدية فريضة الحج في أقرب وقت ممكن	٧٢,٥	٢٣,٥	٤,٠	١,٣٢	٠,٥٤٥	٠,١٦٩	٠,٠١٦	دالة
٤	تيقنت أن الحج تربية تحث على الصبر والمثابرة	٨٣,٥	١٤,٥	٢,٠	١,١٨	٠,٤٣٨	٠,١٧٠	٠,٠١٦	دالة
٥	تعلمت المزيد من الأدعية	٦٩,٥	٢٢,٥	٨,٠	١,٣٩	٠,٦٣١	٠,١١٨	٠,٠٩٦	غير دالة
٦	عرفتني محظورات شرعية لم أكن أعرفها والتي يجب تجنبها عند تأدية فريضة الحج	٥٧,٠	٣٢,٥	١٠,٥	١,٥٣	٠,٦٧٩	٠,٠٧٣	٠,٣٠٦	غير دالة
٧	أدركت أن الحج فرصة سنوية مستمرة للم شمل المسلمين	٧٦,٥	١٨,٠	٥,٥	١,٢٩	٠,٥٦٣	٠,١٦٥	٠,٠١٩	دالة
المتوسط		٦٩,٩	٢٣,٦	٦,٦	١,٤	٠,٥٩			
على مستوى مجمل المدركات الدينية		**معامل الارتباط بيرسون = ٠,٢١٦**				**مستوى المعنوية ٠,٠٠٢**			**دالة**

تُظهر بيانات الجدول (24) أن قيم معامل الارتباط بيرسون جاءت بنسب ومستويات معنوية متباينة، إلا أن أنماط الاستجابة على أغلب العبارات التي تمثل المدركات الدينية للمبحوثين حول فريضة الحج نتيجة للمتابعة جاءت بقيم دالة إحصائياً، ولقد احتل متوسط أنماط استجابة المبحوثين بفئة "موافق" المرتبة الأولى بنسبة 69.9٪، وجاءت فئة "موافق إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة 23.6٪، ثم فئة "غير موافق" في المرتبة

الثالثة بنسبة 6.6٪، وذلك عند متوسط حسابي بلغ 1.4 وانحراف معياري قيمته 0.59، في حين بلغ قيمة بيرسون= 0.216 عند مستوى معنوية 0.002؛ وذلك على مستوى مجمل المدركات الدينية المدرجة في المقياس؛ ومن ثم يتبين وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين درجة متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة ومدركاتهم الدينية حول فريضة الحج.

ب. المدركات الحياتية:

جدول (25)

الارتباط بين المدركات الحياتية حول فريضة الحج ودرجة المتابعة

م	مدركات حياتية	نمط الاستجابة (نسب مئوية)			المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
		موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق					
1	أبرزت جهود المملكة العربية السعودية لتوفير سبل الراحة للحجاج	54.5	36.0	9.5	1.55	0.663	0.178	0.012	دالة
2	زودتني بأفكار جديدة لمواجهة مشاق ومتاعب رحلة الحج	60.5	32.0	7.5	1.47	0.633	0.148	0.037	دالة
3	أفادتني بإجراءات وقائية يجب اتخاذها عند تأدية فريضة الحج	63.0	31.0	6.0	1.43	0.606	0.156	0.027	دالة
4	أدركت أنني في حاجة إلى تعلم الإسعافات الأولية لمواجهة حالات الطوارئ	58.0	35.0	7.0	1.49	0.626	0.182	0.010	دالة
5	جعلتني أكثر اهتماما بالمناخ وحالة الطقس	52.5	33.0	14.5	1.62	0.727	0.109	0.126	غير دالة
6	بينت لي أن الحج ينمي القدرة في التعامل مع الآخرين	62.0	30.0	8.0	1.46	0.641	0.196	0.005	دالة

م	مدركات حياتية	نمط الاستجابة (نسب مئوية)			المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	معامل الارتباط بيرسون	مستوى المعنوية	الدلالة
		موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق					
7	أدركت أن الحج يفتح آفاقًا جديدة لفرص العمل الموسمية	50.0	33.0	17.0	1.67	0.751	0.110	0.119	غير دالة
8	تباعد الأماكن والازدحام والوقوف بعرفات أكد لي أهمية اغتنام وتنظيم الوقت عند تأدية فريضة الحج	73.0	22.5	4.5	1.31	0.554	0.186	0.008	دالة
9	يمكن أن يسهم موسم الحج في تشجيع المنتجات العربية والإسلامية	57.5	30.5	12.0	1.54	0.700	0.085	0.230	غير دالة
10	تعدد جنسيات الحجاج ينعش معاملات البنوك وشركات الصرافة	63.5	28.5	8.0	1.44	0.640	0.156	0.028	دالة
11	معاناة كبار السن في يوم عرفة جعلتني أتيقن من أهمية الحج في الصغر	70.0	22.5	7.5	1.38	0.622	0.069	0.330	غير دالة
12	كشفت لي عن الدور الكبير الذي تقوم به لوسائل الإعلام أثناء الحج	69.0	25.5	5.5	1.36	0.586	0.137	0.05	دالة
	المتوسط	61.1	30.0	8.9	1.5	0.61			
على مستوى مجمل المدركات الحياتية معامل الارتباط بيرسون= 0.215 **مستوى المعنوية** 0.002 **دالة**									

تكشف بيانات جدول (25) أن متوسط أنماط الاستجابة بفئة "موافق" جاء في المرتبة الأولى بنسبة 61.1٪، ثم فئة "موافق إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة 30.0٪، ويليها فئة "غير موافق" في المرتبة الثالثة بنسبة 8.9٪، عند متوسط حسابي 1.5 وانحراف معياري 0.61، وعلى مستوى مجمل المدركات الحياتية جاءت قيمة بيرسون= 0.215 بمستوى معنوية 0.002؛ ومن ثم يتضح وجود علاقة ارتباط دالة

إحصائيًا بين درجة متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة ومدركاتهم الحياتية حول فريضة الحج.

وفي الإطار العام تجدر الإشارة إلى أن هناك مدركات دينية توضح بيانات الجدول السابق عدم وجود ارتباط دال إحصائيًا بينها وبين درجة المتابعة، كتعلم مزيد من الأدعية، وتعريف المبحوثين بمحظورات شرعية تتعلق بأداء فريضة الحج لم تكن معروفة لهم من ذي قبل، وكذلك من حيث زيادة اهتمام المبحوثين بالمناخ وحالة الطقس، وإدراكهم بأن الحج من شأنه فتح الآفاق الجديدة لتوفير فرص العمل الموسمية، وبأن موسم الحج يُسهم في تشجيع المنتجات العربية والإسلامية، إضافة إلى الإدراك بأهمية الحج في الصغر؛ نتيجة لما يتم عرضه من معاناة للحجاج كبار السن في يوم عرفة، إلا أنه على مستوى مجمل مدركات المبحوثين يتضح ثبوت صحة الفرض الخامس؛ ويتبين وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين درجة متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة ومدركاتهم الدينية والحياتية حول فريضة الحج. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (**إيمان فتحى عبد المحسن حسين**، 2021)، والتي كشفت عن وجود علاقة إحصائية دالة بين درجة تعرض الحجاج للوحات الإرشادية بمزدلفة ودرجة استفادتهم منها، كما تتفق مع نتائج دراسة (**شارع بن مزيد البقمى**، 2020) والتي أكدت على أنه كلما زاد تعرض المبحوثين النشط لحملة التوعية الإلكترونية؛ كلما زاد معها مستواهم المعرفي فيما يتعلق بموضوع هذه الحملة، في حين تختلف هذه النتيجة مع دراسة (**عثمان بن بكر قزاز**، 2021)، والتي توصلت لعدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين فهم المبحوثين وإدراكهم للموضوعات التي تتعلق بمناسك العمرة والحج، وعدد لقاءات هؤلاء المبحوثين بخطباء المساجد.

- **النتائج العامة للدراسة الميدانية:**

1. تتميز متابعة المبحوثين لوقفة عرفة عبر القنوات التلفزيونية بمستوياتها العالية من حيث مدى ودرجة المتابعة.
2. تتعدد أسباب متابعة المبحوثين للصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، ويأتي في مقدمتها أسباب المتابعة بهدف التوعية والحصول على المعلومات.

3. بالنسبة للقنوات التلفزيونية التي يتم بواسطتها متابعة المبحوثين لوقفة عرفة فإنها تحظى لديهم بدرجات ثقة أغلبها مرتفعة ومرتفعة جدًا، وذلك لعدة أسباب، أبرزها البث الحي للأحداث، وموضوعية ودقة المعلومات وسهولة الوصول إليها.

4. تتنوع تفضيلات المبحوثين من حيث نوع وتبعية القنوات التلفزيونية في متابعتهم لوقفة عرفة، مع تفضيل أغلبهم متابعة القنوات الدينية، وفي مقدمتها قناة "مكة" وقناة "اقرأ".

5. يعد البث المباشر هو أفضل الأشكال التلفزيونية المفضلة للمبحوثين في متابعة وقفة عرفة.

6. رغم تعدد عناصر الجذب في التغطية التلفزيونية لوقفة عرفة، إلا أن أنماط استجابة المبحوثين حول حركة الكاميرا وزوايا التصوير جاءت بنسب موافقة مرتفعة عن غيرها من عناصر الجذب الأخرى.

7. يهتم أغلب المبحوثين بشكل كبير باكتساب المعلومات حول فريضة الحج، وتعلم مناسكها، ومعرفة ما يتم اتخاذه من إجراءات تنظيمية، وسبل الأمان.

8. يوجد تباين نسبي بين أنماط استجابة المبحوثين حول معدل بحثهم عن المعلومات من الصورة التلفزيونية لوقفة عرفة، ومستوى اكتسابهم للمعلومات من خلال هذه الصورة.

9. تتميز استراتيجيات المبحوثين في التماس المعلومات بأنها محددة الأهداف، وتتطلب بذل الجهد، وتأثيرها الواضح على سلوكهم.

10. توجد عناصر تزعج المبحوثين في التماسهم للمعلومات، كقطع البث الحي، وعدم التركيز على تناول الأزمات والمخاطر، واستغلال الحج في الدعاية.

- **توصيات ومقترحات الدراسة:**

أ. **توصيات تتعلق بالتغطية التلفزيونية لوقفة عرفة:**

1. زيادة التوازن بين رصد المكان من جانب، ورصد سلوكيات الحجاج من جانب آخر.
2. تجنب عناصر تزعج الجمهور في المتابعة، كالدعاية، وقطع البث الحي بدون ضرورة.

3. التركيز على ما قد يتعرض له الحجاج من مشاق ومعاناة، وتوضيح سبل الوقاية منها.

ب. مقترحات بإجراء دراسات مستقبلية:

1. دراسات حول التغطية الإعلامية للحج، وتأثيرها على النمو الاقتصادي بالمملكة العربية السعودية.
2. دراسات تركز على آليات الاتصال المباشر والجماهيري في إرشاد وتوجيه الحجاج.
3. دراسات تهتم بطبيعة توظيف التطبيقات الإعلامية التكنولوجية الحديثة في رحلة الحج.

مراجع الدراسة:

(1) سعيد بن علي بن وهف القحطاني، مناسك الحج والعمرة في الإسلام في ضوء الكتاب والسنة، ط2، المملكة العربية السعودية، مركز الدعوة والإرشاد بالقصب، شوال 1431ه، 2010م، 423.

(2) Diana Njiric, Ivica Miloslavic, The semiotics of the television image Semiotic Effect in Visual Communication, European Journal of Multidisciplinary Studies, Vol.1 Nr. 2, 2016, p309.

(3) سامية عواج، خطوات تحليل الفيلم الإشهاري- من أسلوب تحليل المضمون إلى أسلوب التحليل السيميولوجي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، ع22، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2017م، ص332: 334.

(4) خلود جبار، السيمياء والتواصل الاجتماعي، مجلة الباحث الإعلامي، ع 24-25، جامعة بغداد، كلية الإعلام، العراق، 2014م، ص 200.

*ومن هذه الآيات الكريمة: { 273 سورة البقرة- 14 سورة آل عمران- 125 سورة آل عمران- 46 سورة الأعراف- 48 سورة الأعراف- 83 سورة هود- 30 سورة محمد- 34 سورة الذاريات }.

(5) Jinshun Long, Jun He, Cultural Semiotics and the Related Interpretation, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, vol 586, Proceedings of the International Conference on Public Relations and Social Sciences, Icprss, 2021, p1268.

(6) محمد حسين محمد عيسى، سيميائية الصورة الفوتوغرافية في الملصق السينمائي، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، مج3، ع10، الجمعية المصرية للحضارة والفنون الإسلامية، القاهرة، 2018م، ص540.

(7) شهرزاد بن يونس، محاضرات في علم الدلالة، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة1، كلية الآداب واللغات، الجزائر، 2020م، ص7.

(8)Jane Davison, Elena Giovannoni, City governance and visual impression management: Visual semiotics and the Biccherna panels of Siena, Sage journals, human relations, Vol. 76(11), 2023, p: 1771.

(9) رقية بنت عبد الله محمد العسيري، دور الإعلام الرقمي في إبراز السياسة الشرعية في الحج من خلال مقاصده، مجلة الدراسات العربية، مج48، ع1، كلية دار العلوم، جامعة المنيا، 2023م، ص193- 216.

(10) وجدي حلمي عيد عبد الظاهر، اعتماد المعتمرين والحجاج على الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال كمصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية خلال الأزمات، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج12، ع1، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2013م، ص ص349- 421.

(11) عثمان بن بكر قزاز، الدور الاتصالي لخطباء المساجد في تزويد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات حول مناسك الحج والعمرة- دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، ع22، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2021م، ص131- 187.

(12) إيمان فتحي عبد المحسن حسين، فاعلية اللوحات والشاشات الإرشادية في توعية الحجاج بمشعر مزدلفة لعام 1442، مجلة البحوث الإعلامية، ع59، ج4، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 2021م، ص1636- 1680.

(13) علي محمد آل شيبان وزامل عباس أبو زنادة، فاعلية البرنامج الاتصالي (لا حج بدون تصريح)، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مج4، ع2، المركز القومي للبحوث بغزة- دولة فلسطين،2020م، ص63- 85.

(14) أحمد إسماعيل حسين محمد، التبادل البرامجي التلفزيوني بين دول العالم الإسلامي وأهميته في الإرشاد والتدريب لحجاج بيت الله الحرام- دراسة مسحية استطلاعية للدعاة والمختصين في السودان 2019م، مجلة علوم الاتصال، ع6، جامعة أم درمان، السودان، 2020م، ص245- 264.

(15) آلاء بنت بكر على الشيخ، دور الإعلام في تشكيل اتجاهات راغبي العمرة نحو قرار المملكة بتعليقها مع بداية جائحة كورونا وعلاقته بالصورة الذهنية للمملكة العربية السعودية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع29، ج1، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، القاهرة، 2020م، ص131- 191.

(16) شارع بن مزيد البقمي، التأثير المعرفي لحملات التوعية الإلكترونية على الجمهور السعودي- دراسة تطبيقية على حملة الحج عبادة وسلوك حضاري، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع29، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية، يونيو 2020م، ص190- 231.

(17) Jahanzeeb Qurashi & Richard A. Sharpley, The Impact of SMART Media Technologies (SMT) on the Spiritual Experience of Hajj Pilgrims, International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, Vol. 6, Issue 3, 2018, p37- 48.

(18) إيمان فتحي عبد المحسن حسين، الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، ع1، جمعية كليات الإعلام العربية، جامعة القاهرة، 2018م، ص31- 102.

(19) Nadia Caidi, Susan Beazley, Laia Colomer Marquez, Holy Selfies: Performing Pilgrimage in the Age of social media, The International Journal of Information, Diversity, & Inclusion, 2(1-2), 2018, p8- 31.

(20) Mahendra Bodiguptha Bandra Wijekoon, Film Structuralism and Semiotics: A Comprehensive Examination, Conference: Film Structuralism and Semiotics, National Institute of education Sri lanka, June 2024.

(21) أمينة نبيل عبد الحميد حايس، سيميولوجيا الأفلام الوثائقية وعلاقتها بمستوى فهم الصُّمِّ للمضمون المقدَّم، مجلة البحوث الإعلامية، ع65، ج1، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 2023م، ص632- 670.

(22) بسنت خيرت حمزة وإنجي خيرت حمزة، الصورة الذهنية للنقاب كما تعكسها الدراما التليفزيونية تحليل سيميولوجي ل مسلسل "غرابيب سود"، المجلة العلمية لكلية الآداب، مج 28، ع86، كلية الآداب، جامعة أسيوط، 2023م، ص437- 510.

(23) حيدر حميد مهدي السامرائي، حسين مهرباني فر، مجيد مبيني مقدس، تمثيل القيم الثقافية في الإعلانات التلفزيونية: دراسة مقارنة لقناتي السومرية و mbc عراق، مجلة الدراسات المستدامة، مج5، ع2، الجمعية العلمية للدراسات التربوية المستدامة، العراق، 2023م، ص1725- 1756.

(24) سارة عبد الفتاح السيد، التحليل السيميولوجي للصورة الإعلانية السياحية في الصحف الإلكترونية المصرية، مجلة البحوث الإعلامية، ع58، ج4، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 2021م، ص1865- 1902.

(25) Maria Giulia Dondero, Visual semiotics and automatic analysis of images from the Cultural Analytics Lab: How can quantitative and qualitative analysis be combined?, Semiotic, Issue 230, 2019, Available online at https://2u.pw/8NTjX9bA, Date of access: 20/6/2024.

(26) محمد فيض محمد إسماعيل، توظيف العناصر السيميولوجية لقضايا النزاع المسلح بمواقع الفضائيات العربية والموجهة وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحو تلك القضايا- دراسة تحليلية سيميولوجية مقارنة، رسالة دكتوراه، غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنيا، 2019م.

(27) إيمان عرفات، سيميائية الصورة الناقلة لأطراف الصراع السوري على المواقع الإلكترونية للصحف والقنوات التلفزيونية الغربية، المؤتمر الإعلامي الدولي: الإعلام بين خطاب الكراهية والأمن الفكري، كلية الصحافة والإعلام، جامعة الزرقاء، الأردن، 2017م، ص455- 473.

(28) Sadik Madani Alaoui, Visual Semiotics and Interpretation in the Moroccan Television Advertisements: The Case of 'Garlic Cube Knor' and 'Prince Biscuit', Revue Sciences, Langage et Communication, Vol 1, N°2,2016, p1-11. Available online at https://2u.pw/EKbuumyt , Date of access: 19/6/2024.

(29) Jane Davison, Elena Giovannoni, Op. cit., p 1767–1801.

(30) إسراء صابر عبد الرحمن، سيميائية الصورة الصحفية لأزمة سد النهضة في المواقع الإلكترونية للصحف العربية والأجنبية دراسة سيميولوجية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، ع24، ج2، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2022م، ص515- 556.

(31) عمرو محمد جلال محمد، دور التحليل السيميوطيقي للصور الإعلامية في تنمية الإدراك البصري للمصور وتنمية قدراته المهنية (الصور الصحفية للأنفلونزا الإسبانية وجائحة كورونا نموذجًا)، مجلة التراث والتصميم، مج2، ع10، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، القاهرة، 2022م، ص256- 272.

(32) إبراهيم علي بسيوني محمد، سيميائية الصورة الصحفية للعدوان على غزة- مايو2021- في المواقع الإخبارية للصحف العربية والأجنبية- دراسة سيميولوجية، مجلة البحوث الإعلامية، مج59، ع3، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 2021م.

(33) محمد محفوظ الزهري، سيميائية الصورة الإعلانية لاحتياجات المرأة بين تجليات الظاهر وتحليل الضمني، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، مج7، ع3، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم، الجزائر، 2020م، ص33- 62.

(34) Euphrosyne Efthimiadou, Semiotics of the Image: Addressing the Different Types of Mental Operation and Their Sematic Interpretation, Education, Society and Human Studies, Vol. 1, No. 1, 2020, p68- 74.

(35) هنادي أمين أحمد بدوي، سيميائية الصورة الرقمية وتحليل دلالاتها التعبيرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث التربوية والنوعية، مج3، ع4، كلية التربية النوعية، جامعة بنها، 2018م، ص187- 204.

(36) معاذ إشتية وزياد بني شمسة، الصورة الكاريكاتيرية: أبعادها ودورها في تشكيل الخطاب السياسي والاجتماعي عند ناجي العلي (دراسة سيميائية)، مجلة آداب ذي قار، ع23، كلية الآداب، جامعة ذي قار، العراق، 2017م، ص77- 124.

(37) Tao Chen, Analyzing Image Tweets in Microblogs, PHD, National University of Singapore, School of Computing, 2016.

(38) Diana Njiric, Ivica Miloslavic, Op. cit., p308: 317.

(39) كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، ط1، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020م، ص156.

(40) أمل رمضان عبد الواحد محمد، وحيد عيسى موسى، حاتم أنور، سلوكيات التماس المعلومات: المداخل والأسس، المجلة المصرية لعلوم المعلومات، مج10، ع1، كلية الآداب، جامعة بني سويف، 2023م، ص479، 480.

(41) حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط12، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2016م.

(42) كمال الحاج، مرجع سابق، ص156، 157.

(43) مي مصطفى عبد الرازق، التماس الجمهور المصري للمعلومات عن الأحداث الجارية من حسابات وكالات الأنباء بمواقع التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج15، ع4، مركز بحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016م، ص292.

(44) أمل رمضان عبد الواحد محمد وآخرون، مرجع سابق، ص487، 488.

(45) غادة مصطفى البطريق، التماس الشباب الجامعي للمعلومات عن رؤية 2030 للمملكة العربية السعودية من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمستوى إدراكهم لها، مجلة البحوث الإعلامية، ع55، ج1، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 2020م، ص486.

(46) خالد خالدي، سامية غشير، سيميولوجيا الصورة في الخطاب الفوتوغرافي (قراءة في صور مختارة)، مجلة دراسات فنية، مج8، ع1، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، مخبر الفنون والدراسات الثقافية، الجزائر، 2022م، ص206.

(47) عبد النور بوصابة، بلاغة الخطاب الإشهاري التلفزيوني وقدرته على التأثير، مجلة الخطاب، ع19، جامعة مولود معمري، مخبر تحليل الخطاب، الجزائر، 2015م، ص259، 260.

(48) سامية عواج، خطوات تحليل الفيلم الإشهاري- من تحليل المضمون إلى أسلوب التحليل السيميولوجي، مرجع سابق، ص 336.

(49) خالد خالدي، سامية غشير، مرجع سابق، ص206، 207.

(50) سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ط2، دار الكتاب الجامعي، لبنان، 2020م، ص 163.

(51) عواطف منصور، الجسد/ الصورة في الخطاب الإعلاني- دراسة سيميائية (رولان بارت)، مجلة جيل الدراسات الأدبية والفكرية، ع26، مركز جيل البحث العلمي، لبنان، 2017م، ص53.

(52) للمزيد، الموقع الرسمي لقناة السعودية، https://saudiatv.sa/Home ، تاريخ الاطلاع، 10/7/ 2024م.

(53) فاطمة طلحي، صورة إفريقيا في السينما الأمريكية تحليل نصي سيميولوجي لفيلم "دموع الشمس" Tears of The sun، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، الجزائر، 2015م، ص 32.

** أسماء الأساتذة المحكمين ترتيبًا أبجديًا:

- أ. د/ أشرف جلال حسن- أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ. د/ عادل فهمي البيومي- أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ. د/ عزة عثمان- أستاذ الصحافة والإعلام الإلكتروني بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة سوهاج.
- أ. د/ صابر عسران- أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ. د/ وجيه محمود أحمد- أستاذ الدراسات الإسلامية بكلية الآداب- جامعة المنيا.

(54) حسين تروش، دور الصورة التلفزيونية في تفعيل الإدراك الذاتي والمعرفي عند الأطفال، مجلة الطفولة العربية، مج18، ع71، الجمعية الكويتية لتقدم الطفولة العربية، الكويت، 2017م، ص81، 82.

(55) الحافظ محمد بن موسى الحازمي، الأماكن، ج1، إعداد: حمد الجاسر، دار اليمامة للبحث والترجمة والنشر، المملكة العربية السعودية، 1415ه، ص669.

(56) سليمان بن أحمد الملحم، الأحكام الفقهية المتعلقة بجبل عرفة- المعروف بجبل الرحمة- مجلة البحوث الإسلامية، ع116، الأمانة العامة لهيئة كبار العلماء، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1440ه، ص82: 84.

(57) عمرو سراج أبو رزيزة، محمد عبد الغني القميري، مشعر عرفات... رؤية علمية في ضوء الكتاب والسنة، مجلة قطاع أصول الدين، مج10، ج1، كلية أصول الدين، جامعة الأزهر، 2015م، ص596، 597.

(58) Evangelos Kourdis, Semiotics, In book: The Routledge Handbook of Translation and Methodology, Routledge, 2022, p139: 141. Available online at: https://2u.pw/dK1xa5na , Date of access: 18/6/2024.

(59) أياد عبد الله، أديبة سليمان محمد، هشام الدين أحمد، محمد نجيب جعفر، نور حميمي زين الدين، كريمبوي راشد عبد الحميد، لبنى عبد الرحمن، الدراسات السيميائية للقرآن الكريم، مجلة قرآنيكا، مج8، ع1، مركز بحوث القرآن، جامعة ماليزيا، ماليزيا، 2016م، ص99، 100.

(60) Sadik Madani Alaoui, Op. cit. p2.

(61) هاني خليل الفران، المحددات المنهجية وآلية إدراك الصورة الضوئية لأعمال التصميم الداخلي، مجلة التصميم الدولية، مج10، ع3، الجمعية العلمية للمصممين، القاهرة، 2020م، ص32.

(62) تم الرجوع إلى:

- نهلة عيسى، الإخراج الإذاعي والتلفزيوني، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020م، ص182: 191.
- إنجي حلمي محمود، فاعلية برنامج مقترح لتنمية بعض مهارات التصوير التليفزيوني لدى طلاب قسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، ع6، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016م، ص219: 221.
- رستم أبو رستم، جماليات التصوير التلفزيوني، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014م، ص87: 89.
- وليد قادري، صورة الإسلاميين في السينما المصرية تحليل سيميولوجي لفيلمي "يعقوبيان" و"مرجان أحمد مرجان"، رسالة ماجستير، غير منشورة، قسم علوم الإعلام، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2012م، ص 115، 116.
- سامية عواج، خطوات تحليل الفيلم الإشهاري- من تحليل المضمون إلى أسلوب التحليل السيميولوجي، مرجع سابق، ص 346، 347.
- محمد فيض محمد إسماعيل، مرجع سابق، ص35، 36.

*** وفقًا للعديد من المصادر، فإن هذا الشاخص حديث وليس من زمن النبي (صلى الله عليه وسلم) أو الصحابة، وطول هذا الشاخص 7 أمتار وهو بمثابة علامة إرشادية لتعريف الحجاج بقمة الجبل، وقد دار جدال كبير حول بقائه بسبب سلوكيات لبعض الحجاج قد تُوقع في المحظورات كالتبرك به مثلًا.

(63) حنان عبد الفتاح محمد مطاوع، الألوان ودلالتها في الحضارة الإسلامية مع تطبيق على نماذج من المخطوطات العربية، مجلة الاتحاد العام للأثاريين العرب، مج18، ع1، المجلس العربي للاتحاد العام للآثاريين العرب واتحاد الجامعات العربية، القاهرة، 2017م، 423، 424.

(64) كلثوم مدقن، سيميائية اللون ورمزيته الدلالية، مجلة ريحان للنشر العلمي، ع7، مركز فكر للدراسات والتطوير، سوريا، 2021م، ص334.

(65) دليل الحج والعمرة، مركز الأزهر العالمي للفتوى الإلكترونية، قسم الفتاوى النصية والتواصل الإلكتروني، ص29، متاح على الموقع الإلكتروني: https://www.azhar.eg/Portals/0/dalil_hajj_2019.pdf، تاريخ الاطلاع: 2024/7/29م.

**** الحلاب هو عبارة عن إناء يحلب فيه.

(66) سعيد بن علي بن وهف القحطاني، مرجع سابق، 451، 452.

(67) هناء بنت ناصر بنت عبد الرحمن الأحيدب، التعريف بغير عرفة، مجلة الجمعية الفقهية السعودية، ع60، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2023م، ص164.

(68) حنان عبد الفتاح محمد مطاوع، مرجع سابق، ص425.

(69) سعيد بن علي بن وهف القحطاني، مرجع سابق، 427، 428.

(70) كلثوم مدقن، مرجع سابق، ص338.

(71) عمرو سراج أبو رزيزة، محمد عبد الغني القميري، مرجع سابق، ص622، 633.

(72) سليمان بن أحمد الملحم، مرجع سابق، ص106، 107.

References

- Alqahtani, S. (2010). manasik alhaji waleumrat fi al'iislam fi daw' alkitaab walsunati, ta2, almamlakat alearabiat alsaeudiati, markaz aldaewat wal'iirshad bialqasab.
- Diana Njiric, Ivica Miloslavic, The semiotics of the television image Semiotic Effect in Visual Communication, European Journal of Multidisciplinary Studies, Vol.1 Nr. 2, 2016, p309.
--Awaj, S. (2017), khutuat tahlil alfilm al'iishhari- min 'uslub tahlil almadmun 'iilaa 'uslub altahlil alsiymyuluji, majalat eulum al'iinsan walmujtamaei, jamieat muhamad khaydar bisakrati, kuliyat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, Aljazayr, 22(3).
-Jabar, K. (2014). alsiymia' waltawasul alaijtimaeia, majalat albahith al'iielamii, e 24-25, jamieat Baghdad, kuliyat al'iielami, Iraq.
- Jinshun Long, Jun He, Cultural Semiotics and the Related Interpretation, Advances in Social Science, Education and Humanities Research, vol 586, Proceedings of the International Conference on Public Relations and Social Sciences, Icprss, 2021, p1268.
-Issa, M. (2018), simiayiyat alsuwrat alfutughrafiat fi almalsaq alsiynamayiy, majalat aleimarat walfunun waleulum al'iinsaniati, muj3, ea10, aljameiat almisriat lilhadarat walfunun al'iislamiati, Alqahirati.
-Yunus, S. (2020). muhadirat fi eilm aldilalati, jamieat al'iikhwat minturi qisnatinatun1, kuliyat aladab wallughati, Aljazayar.
(72)Jane Davison, Elena Giovannoni, City governance and visual impression management: Visual semiotics and the Biccherna panels of Siena, Sage journals, human relations, Vol. 76(11), 2023, p: 1771.
-Al-Asiri, R. (2023). dawr al'iielam alraqamii fi 'iibraz alsiyasat alshareiat fi alhaji min khilal maqasidihi, majalat aldirasat alearabiati, mij48, ea1, kuliyat dar aleulumi, jamieat Alminya.
-Abd alzaahir, W. (2013). aietimad almuetamirin walhujaaj ealaa alwasayil altiknulujiat alhadithat lilaitisal kamasdar lilhusul ealaa almaelumat al'iirshadiat waltaweawiat khilal al'azmati, almajalat almisriat libuhuth alraay aleama, markaz buhuth alraay aleami, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahira, 3(2). 349- 421.
-Qazaz, O. (2021), aldawr alaitisalia likhutaba' almasajid fi tazwid alhujaaj walmuetamirin bialmaelumat hawl manasik alhaji waleumrati- dirasat maydaniati, almajalat aleilmiat libuhuth alealaqat aleamat wal'iielani, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahira, 22(3), 131- 187.
- Husayn, E. (2021). faeiliat allawhat walshaashat al'iirshadiat fi taweiat alhujaj bimashear muzdalifat lieam 1442, majalat albuhuth al'iielamiati, ,kuliyat al'iielami, jamieat Al'azhar, 59(3), 1636- 1680.
- Shiban, A. (2020), faeiliat albarnamaj alaitisalii (la hajun bidun tasrihi), majalat aleulum al'iinsaniat walaijtimaeiati, almarkaz alqawmii lilbuhuth bi Gaza- dawlat Filastin, 2(3).

- Muhamad, A. (2020). altabadul albaramijiu altilfizyuniu bayn dual alealam al'iislamii wa'ahamiyatih fi al'iirshad waltadrib lihujaj bayt allah alharami- dirasat mushiat aistitlaeiatan lildueaat walmukhtasiyn fi alsuwdan 2019ma, majalat eulum alaitisali, jamieat Om darman, Alsuwdan, 6(2), 245- 264.
- Alshaykhi, A. (2020). dawr al'iielam fi tashkil aitijahat raghibi aleumrat nahw qarar almamlakat bitaeliqiha mae bidayat jayihat kuruna waealaqatih bialsuwrat aldhihniat lilmamlakat alearabiat alsaeudiati, majalat buhuth alealaqat aleamat alsharq al'awsat, aljameiat Almisriat lilealaqat aleamati, alqahirati, 29(4), 131- 191.
- Albaqami, S. (2020). altaathir almaerifiu lihamalat altaweiat al'iiliktruniat ealaa aljumhur alsaeudii- dirasat tatbiqiat ealaa hamlat alhaji eibadat wasuluk hadari, almajalat alearabiat libuhuth al'iielam walaitisali, kuliyat al'iielami, jamieat Al'ahram Alkanadia, 29(4). 190- 231.
- Jahanzeeb Qurashi & Richard A. Sharpley, The Impact of SMART Media Technologies (SMT) on the Spiritual Experience of Hajj Pilgrims, International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, Vol. 6, Issue 3, 2018, p37- 48.
- Nadia Caidi, Susan Beazley, Laia Colomer Marquez, Holy Selfies: Performing Pilgrimage in the Age of social media, The International Journal of Information, Diversity, & Inclusion, 2(1-2), 2018, p8- 31.
- Mahendra Bodiguptha Bandra Wijekoon, Film Structuralism and Semiotics: A Comprehensive Examination, Conference: Film Structuralism and Semiotics, National Institute of education Sri lanka, June 2024.
- Hayis, A. (2023). simiulujia al'aflam alwathayiqiat waealaqatuha bimustawaa fahm alssmm lilmadmun almqddam, majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat Al'iielami, jamieat Al'azhar, 56(6), 632- 670.
- Hamza, B. (2023). alsuwrat aldhihniat lilniqab kama taekisuha aldirama altilifizyuniat tahlil simyulujiin l musalsal "ghrabib sud", almajalat aleilmiat likuliyat aladab, kuliyat aladab, jamieat Assut, 86(3).
-Al-Samarra'i, H. (2023)., tamthil alqiam althaqafiat fi al'iielanat altilfizyuniati: dirasat muqaranat liqanatay alsuwmariat w mbc eiraqi, majalat aldirasat almustadamati, aljameiat aleilmiat lildirasat altarbawiat almustadamati, Iraq, 2(4), 1725- 1756.
-Al-Sayed, S. (2021). altahlil alsiymiulujiu lilsuwrat al'iielaniat alsiyahiat fi alsuhuf al'iiliktruniat almisriati, majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat Al'iielam, jamieat Al'azhar, 58(2). 1865- 1902.
- Maria Giulia Dondero, Visual semiotics and automatic analysis of images from the Cultural Analytics Lab: How can quantitative and qualitative analysis be combined?, Semiotic, Issue 230, 2019, Available online at https://2u.pw/8NTjX9bA, Date of access: 20/6/2024..
- Ismaeil, M. (2019). tawzif aleanasir alsiymiulujiat liqadaya alnizae almusalah bimawaqie alfadayiyaat alearabiat walmuajahat waealaqatiha biaitijahat aljumhur nahw tilk alqadaya- dirasat tahliliat simiulujiatan muqaranati, risalat dukturah, ghayr manshuratin, qism al'iielami, kuliyat aladab, jamieat Alminya.

-Arafat, I. (2017). simiayiyat alsuwrat alnaaqilat li'atraf alsirae alsuwrii ealaa almawaqie al'iiliktruniat lilsuhuf walqanawat altilfizyuniat algharbiati, almutamar al'iielamiu alduwali: al'iielam bayn khitab alkarahiat wal'amn alfikri, kuliyat alsahafat wal'iielami, jamieat Alzarqa', Al'urdun

- Sadik Madani Alaoui, Visual Semiotics and Interpretation in the Moroccan Television Advertisements: The Case of 'Garlic Cube Knor' and 'Prince Biscuit', Revue Sciences, Langage et Communication, Vol 1, N°2,2016, p1-11. Available online at https://2u.pw/EKbuumyt , Date of access: 19/6/2024.

- Jane Davison, Elena Giovannoni, Op. cit., p 1767–1801.

- Abd alrahman, I. (2022). simiayiyat alsuwrat alsahafiat li'azmat sadi alnahdat fi almawaqie al'iiliktruniat lilsuhuf alearabiat wal'ajnabiat dirasat simyulujiatan, almajalat aleilmiat libuhuth alsahafati, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahira, 24(4). 515- 556.

- Muhamad, A. (2022). dawr altahlil alsiymyutiqii lilsuwar al'iielamiat fi tanmiat al'iidrak albasarii lilmusawir watanmiat qudratih almihnia (alsuwar alsahufiat lil'anflwanza al'iisbaniat wajayihat kuruna nmwdhjan), majalat alturath waltasmimi, aljameiat alearabiat lilhadarat walfunun al'iislamiati, Alqahira, 10(3), 256- 272.

- Muhamad, I. (2021). simiayiyat alsuwrat alsahufiat lileudwan ealaa ghazata-mayu2021- fi almawaqie al'iikhbariat lilsuhuf alearabiat wal'ajnabiati- dirasat simiulujiat, majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat al'iielami, jamieat Al'azhar, 3(1).

- Aluzahri, M. (2020). simiayiyat alsuwrat al'iielaniat liaihtiajat almar'at bayn tajaliyat alzaahir watahlil aldimni, almajalat alduwaliat lilaitisal alaijtimaeii, jamieat eabd alhamid bin badis- Mustaghanim, Aljazayar, 3(1).

- Euphrosyne Efthimiadou, Semiotics of the Image: Addressing the Different Types of Mental Operation and Their Sematic Interpretation, Education, Society and Human Studies, Vol. 1, No. 1, 2020, p68- 74.

- Badwi, H. (2018). simiayiyat alsuwrat alraqamiat watahlil dilalatiha altaebiriati, almajalat aleilmiat lildirasat walbuhuth altarbawiat walnaweiati, mj3, ea4, kuliyat altarbiat alnaweiati, jamieat Binha, 4(1).187- 204.

-Ishtia, M. (2017). alsuwrat alkarikatirit: 'abeaduha wadawruha fi tashkil alkhitab alsiyasii walaijtimaeii eind naji aleali (dirasat simiayiyatun), majalat adab dhi qar, kuliyat aladab, jamieat Dhi Qar, Iraq, 23(1).

- Tao Chen, Analyzing Image Tweets in Microblogs, PHD, National University of Singapore, School of Computing, 2016.

- Diana Njiric, Ivica Miloslavic, Op. cit., p308: 317.

- كمال الحاج، نظريات الإعلام والاتصال، ط1، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020م، ص156.

- Muhamad, A. (2023). sulukiaat ailtimasi almaelumati: almadakhil wal'ussa, almajalat almisriat lieulum almaelumati, kuliyat aladab, jamieat Bani suif, 1(5).

- Mikawi, H. (2016). alaitisal wanazariaatuh almueasiratu, ta12, aldaar almisriat allubnaniatu, Alqahira.

-Abd alraaziq, M. (2016). ailtimasa aljumhur almisrii lilmaelumat ean al'ahdath aljariat min hisabat wikalat al'anba' bimawaqie altawasul alaijtimaeii, almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, markaz buhuth alraay aleami, kuliyat al'iielami, jamieat Alqahira, 4(1).
- Albatriq, G. (2022). ailtimasa alshabab aljamieii lilmaelumat ean ruyat 2030 lilmamlakat alearabiat alsaeudiat min wasayil al'iielam altaqlidiat walraqamiat waealaqatih bimustawaa 'iidrakihim laha, majalat albuhuth al'iielamiati, kuliyat al'iielami, jamieat Al'azhar, 55(2).
-khalidi, K. (2022), simiulujia alsuwrat fi alkhitab alfutughrafii (qira'at fi suar mukhtara), majalat dirasat faniyatin, mij8, ea1, jamieat 'Abu bakr bilqayd tilmsan, mukhbar alfunun waldirasat althaqafiati, Aljazayar.
-Boussaba, A. (2015), balaghat alkhitab al'iishharii altilfizyunii waqudratuh ealaa altaathira, majalat alkhatabi, jamieat mawlud maemiri, mukhbir tahlil alkhatabi, Aljazayr. 19(2).
- Almashhadani, S. (2020). manahij albahth al'iielamii, ta2, dar alkitaab aljamiei, Lubnan.
-Mansur, A. (2017). aljasadi/ alsuwrat fi alkhitab al'iielanii- dirasat simiayiya (rulan bart), majalat jil aldirasat al'adabiat walfikriati, ea26, markaz jil albahth alealmi, Lubnan.
‹https://saudiatv.sa/Home ›
- Talhay, F. (2015). surat 'iifriqia fi alsiynima al'amrikiat tahlil nisiyin simyulujiin lifilm "dumue alshamsi" Tears of The sun, risalat majistir, ghayr manshuratin, qism aleulum al'iinsaniati, jamieat alearabii bin mahidi 'ami albawaqi, kuliyat aleulum alaijtimaeiat wal'iinsaniati, Aljazayar.
Trush, H. (2017). dawr alsuwrat altilfizyuniat fi tafeil al'iidrak aldhaatii walmaerifii eind al'atfali, majalat altufulat alearabiati, mij18, ea71, aljameiat alkuaytiat litaqadum altufulat alearabiati, Alkuayt.
- - Alhazimi, A. (2016). al'amakini, ja1, 'iiedadi: hamd aljasir, dar alyamamat lilbahth waltarjamat walnashri, Almamlakat alearabiat Alsueudiati.
-Almalhami, S. (2020). al'ahkam alfiqhiat almutaealiqat bijabal earfata- almaeruf bijabal alrahmati- majalat albuhuth al'iislamiati, ea116, al'amanat aleamat lihayyat kibar aleulama'i, Alrayadi, almamlakat alearabiat Alsueudiat.
- 'Abu raziza, A. (2015). muhamad eabd alghani alqumiri, mashear earfat... ruyat eilmiat fi daw' alkitaab walsunati, majalat qitae 'usul aldiyn, kuliyat 'usul aldiyni, jamieat Al'azhar. 3(1).
- Evangelos Kourdis, Semiotics, In book: The Routledge Handbook of Translation and Methodology, Routledge, 2022, p139: 141. Available online at: https://2u.pw/dK1xa5na , Date of access: 18/6/2024.
- Abdullah, A. (2016). aldirasat alsiymiayiyat lilquran alkarim, majalat qranika, mj8, ea1, markaz buhuth alqurani, jamieat Malizya, Malizia.
- Alfran, H. (2020). almuhadadat almanhajiat waliat 'iidrak alsuwrat aldawyiyat li'aemal altasmim aldaakhili, majalat altasmim alduwaliati, mij10, ea3, aljameiat aleilmiat lilmusamimina, Alqahira.

- Mahmud, E. (2016). faeiliat barnamaj muqtarah litanmiat baed maharat altaswir altilifizyunii ladaa tulaab qism al'iielam altarbawii bikuliyat altarbiat alnaweiati, almajalat aleilmiat libuhuth Alezaa waltilifizyuni, 6(2).
- 'Abu rustum, R. (2014). jamaliaat altaswir altilifizyuni, ta1, dar almuetazi lilnashr waltawziei, Al'urdun, Amman.
- - Kadri, W. (2012). surat al'iislamiiyn fi alsiynima almisriat tahlil simyulujiun lifilmi "yequbyan" wa"marjan 'ahmad marjan", risalat majistir, ghayr manshuratin, qism eulum al'iielami, kuliyat aleulum alsiyasiat wal'iielami, jamieat Aljazayir.
-Matawie, H. (2017). al'alwan wadlatuha fi alhadarat al'iislamiat mae tatbiq ealaa namadhij min almakhtutat alearabiati, majalat alaitihad aleami lil'athariin alearab, mij18, ea1, almajlis alearabii lilaitihad aleami lilathariin alearab waitihad aljamieat Alearabiati, Alqahira.
-Madqan, K. (2021). simyayiyat allawn waramziatuh aldilaliatu, majalat rayhan lilnashr aleilmii, markaz fikr lildirasat waltatwiri, Surya, 7(2).
- https://www.azhar.eg/Portals/0/dalil_hajj_2019.pdf ،

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Sameh Abdel Ghani

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar
- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi
- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada
- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer
- Professor of Radio,Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo : Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Issue 73 January 2025 - part 1

Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.