

Saudi News Websites' Treatment of Hajj Issues for the 1445 AH Season: A Comparative Analytical Study of Sabq and Makkah News Websites

معالجة المواقع الإخبارية السعودية لقضايا الحج لموسم 1445هـ:
دراسة تحليلية مقارنة لموقعي صحيفة سبق ومكة

Dr.Salem Ali S Erayja^{1*}

د. سالم علي سالم عريجه^{1*}

¹Assistant Professor of Media at the University of Umm al-Qura, Faculty of Social Sciences – Media Department, Makkah, Saudi Arabia.

أستاذ مساعد بجامعة أم القرى – كلية العلوم الاجتماعية – قسم الإعلام، مكة، المملكة العربية السعودية .

Received:28/08/2024 Revised:05/11/2024 Accepted: 18/11/2024

تاريخ التقديم: 2024/08/28 تاريخ ارسال التعديلات: 2024/11/05 تاريخ القبول: 2024/11/18

الملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على معالجة المواقع الإخبارية السعودية (سبق ومكة) لقضايا الحج لموسم 1445هـ، واعتمدت الدراسة على نظرية ترتيب الأولويات في وسائل الإعلام كإطار نظري، ووظفت منهج تحليل المضمون في جمع ورصد وتحليل المادة الصحفية التي بلغ حجمها (1115) مادة صحفية، موزعة على أربعة أسابيع تتضمن أيام ما قبل وأثناء وبعد موسم الحج 1445هـ. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها:

تصدر الخبر قائمة القوالب والأشكال الصحفية التي استخدمتها الصحفتان في معالجة قضايا الحج، يليه التقارير، وجاءت قضية الصحة في مقدمة أولويات قضايا الحج التي أولتها الصحفتان الاهتمام في التغطية والمعالجة، يليها في المرتبة الثانية القضايا المتعلقة بنجاح موسم الحج، ثم قضية الاستعداد والتجهيزات للحج، وتم استخدام الأسلوب الوصفي في معالجة قضايا الحج بدرجة أعلى من الأسلوب التفسيري والتوعوي، وبرز الاتجاه المحايد في مقدمة اتجاهات معالجة الصحفيين لقضايا الحج، يليه الاتجاه الإيجابي . وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين ترتيب أولويات قضايا الحج في صحيفة سبق وترتيب أولويات القضايا نفسها في صحيفة مكة، إلى جانب وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المعالجة الصحفية لقضايا الحج في صحيفتي سبق ومكة تعود لاختلاف الأشكال والقوالب الصحفية، والمصادر التي اعتمدت عليها تلك الصحف في تغطية قضايا الحج

الكلمات المفتاحية: المواقع الإخبارية، قضايا الحج، نظرية ترتيب الأولويات، السعودية

Abstract:

The study aimed to identify the treatment of Saudi news websites (Sabq and Makkah) of Hajj issues for the 1445 AH season. The study relied on Agenda -Setting Theory in the media as a theoretical framework, and employed the content analysis approach in collecting, monitoring, and analyzing (1115) press materials, dis-tributed over four weeks, including the days before, during, and after the 1445 AH Hajj season. The study reached a set of results, the most important of which are:

The news topped the list of journalistic forms used by the two newspapers, followed by reports. The health is-sue came at the forefront of the Hajj issues priorities that the two newspapers paid attention to in coverage and treatment, followed in second place by issues related to the success of the Hajj season, then the issue of prepa-ration and equipment for Hajj. The descriptive method was used to a higher degree than the explanatory and awareness method in the treatment of Hajj issues, and the neutral trend emerged at the forefront of trends in press treatment of Hajj issues, followed by the positive trend. The results showed a statistically significant cor-relation between the priority ranking of Hajj issues in Sabq newspaper and the priority ranking of the same issues in Makkah newspaper, in addition to the presence of statistically significant differences in the trends of press treatment of Hajj issues in Sabq and Makkah newspapers due to the difference in press forms, and the sources that these newspapers relied on in covering Hajj issues.

Keywords: News websites, Hajj issues, Agenda -Setting Theory, Saudi Arabia

مشكلة البحث

9- استكشاف مدى تأثير اتجاه المعالجة الإعلامية لقضايا الحج

موسم 1445هـ باختلاف المصادر التي تعتمد عليها،
والقوالب والأشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة.

تساؤلات البحث

يسعى البحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية:

- 1- ما نوعية القوالب الصحفية المستخدمة في معالجة قضايا الحج في موقعي سبق ومكة؟
- 2- ما أنواع الوسائط المتعددة (نصوص، صور، فيديو، إنفوجرافيك) المستخدمة في معالجة قضايا الحج 1445هـ؟
- 3- ما آليات التفاعلية التي يوظفها موقعي سبق ومكة في معالجة قضايا الحج 1445هـ؟
- 4- ما قضايا الحج التي تحظى بأولوية في المعالجة الإعلامية بموقعي سبق وعكاظ؟
- 5- ما الأساليب الإقناعية التي يوظفها موقع سبق ومكة في معالجة قضايا الحج 1445هـ؟
- 6- ما المصادر المستخدمة في معالجة قضايا الحج 1445هـ في موقعي سبق ومكة؟
- 7- ما أساليب وأهداف المعالجة الإعلامية لقضايا الحج 1445هـ في موقعي سبق ومكة؟
- 8- ما اتجاه المعالجة الإعلامية لقضايا الحج 1445هـ في موقعي سبق ومكة؟
- 9- هل أعطت الصحيفتان عينة الدراسة نفس الأولوية لقضايا الحج التي عالجتها؟
- 10- هل اختلفت اتجاه المعالجة الإعلامية لقضايا الحج موسم 1445هـ باختلاف المصادر التي تعتمد عليها، والقوالب والأشكال الصحفية المستخدمة في المعالجة؟

أهمية البحث العلمية والعملية

تتلخص أهمية البحث العلمية والعملية في النقاط الآتية:

- 1- أهمية الموضوع نفسه، حيث يعتبر الحج من الفرائض الإسلامية وله مكانة خاصة لدى المسلمين في جميع أنحاء العالم.
- 2- ندرة الدراسات التي تُعنى برصد وتحليل المعالجة الإعلامية للقضايا والموضوعات المتعلقة بالحج، وبالتالي تأتي أهمية الدراسة من كونها تسد فجوة معرفية في الأدبيات السابقة.
- 3- تقدم الدراسة معلومات قيمة مستخلصة من نتائج علمية دقيقة يمكن أن تفيد القائمين على المواقع الإخبارية السعودية في تحسين أساليب

يمثل الحج أحد أهم الشعائر الدينية في الإسلام، ويتطلب تنظيمه وتغطيته الإعلامية اهتماماً كبيراً نظراً لأهمية الحدث وخصوصيته، وتلعب المواقع الإخبارية دوراً حيوياً في نقل الأحداث والمستجدات المتعلقة بالحج، مما يساهم في تشكيل توعية الحجاج بشكل خاص والجمهور بشكل عام بما يناسب وإجراءات الحج بشكل خاص؛ ونظراً لتركيز الأدبيات السابقة على موضوع دور وسائل الإعلام في توعية وإرشاد الحجاج والمعتمرين بما يناسب الحج، مع وجود ندرة في الدراسات التي تتناول رصد وتحليل معالجة المواقع الإخبارية لموضوعات وقضايا الحج، للكشف عن القضايا التي تحظى بالأولوية في تلك المواقع، وطرق وأساليب معالجتها، تأتي الدراسة الحالية من هذا المنطلق لسد فجوة معرفية في الدراسات السابقة، في محاولة للتوصل إلى نتائج تفيد القائمين على تلك الوسائل، والجهات المنظمة لشعائر الحج، وبناء على ذلك تتحدد مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤل الآتي: كيف عالجت المواقع الإخبارية وتحديداً موقعي (سبق ومكة) شعائر الحج موسم 1445هـ، وما القضايا التي ركزت عليها، والأساليب الإقناعية التي استخدمتها؟

أهداف البحث

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- معرفة القوالب الصحفية المستخدمة في معالجة قضايا الحج في موقعي سبق ومكة.
- 2- معرفة أنواع الوسائط المتعددة (نصوص، صور، فيديو، إنفوجرافيك) المستخدمة في معالجة موقعي سبق ومكة لقضايا الحج 1445هـ.
- 3- التعرف على آليات التفاعلية التي يوظفها موقعي سبق ومكة في معالجة قضايا الحج 1445هـ.
- 4- معرفة قضايا الحج التي تحظى بأولوية في المعالجة الإعلامية بموقعي سبق ومكة.
- 5- معرفة الأساليب الإقناعية التي يوظفها موقع سبق ومكة في معالجة قضايا الحج 1445هـ.
- 6- الكشف عن المصادر المستخدمة في معالجة موقعي سبق ومكة لقضايا الحج 1445هـ.
- 7- التعرف على أساليب وأهداف المعالجة الإعلامية لقضايا الحج 1445هـ في موقعي سبق ومكة.
- 8- معرفة اتجاه المعالجة الإعلامية لقضايا الحج 1445هـ في موقعي سبق ومكة.

لبعض متعلقاتهم في المعلم كنوع من الذكرى، والكتابة على المعلم، والتهافت والإنشاد أثناء الزيارة، زيارتهم للمعلم والتدخين في المعلم،

وتناولت دراسات أخرى تحليل الخطاب الإعلامي المتعلق بالحج وقضاياه، ومنها دراسة (Shahid & Sial, 2021) التي استكشفت المواضيع التي كانت سائدة في خطابات وسائل الإعلام المطبوعة في المملكة المتحدة والولايات المتحدة حول مناسبة الحج المقدسة، وتم استخدام تحليل الخطاب النوعي كنصميم منهجي لهذه الدراسة. كما تم اختيار صحيفتين يوميتين في المملكة المتحدة وصحيفتين يوميتين أمريكيتين، وتم اختيار ما مجموعه 20 خبراً من عام 2013 للتحليل. وتوصلت النتائج إلى استخدام وسائل الإعلام الغربية خطابات الطائفية والإرهاب، كما سلطت الضوء على قضايا المذاهب الإسلامية. وأظهرت النتائج أن الصحف الغربية تناولت أهمية الحج، لكنها ربطت أيضاً تجمع المسلمين بالخوف والتهديدات

واهتمت بعض الدراسات بالتنوع بمناسك الحج والعمرة عبر الاتصال الجمعي، ومنها: دراسة (فراز، 2021) التي سعت إلى رصد أهم طرق التوعية الإعلامية المرتبطة بمناسك الحج والعمرة والتي تقدم من خلال خطباء وأئمة المساجد كقادة رأي، ووظفت نظرية انتقال المعلومات على مرحلتين، إلى جانب نظرية المسؤولية الاجتماعية، واعتمدت على منهج المسح، من خلال تطبيق صحيفة استقصاء بالمقابلة على عينة عشوائية منتظمة قوامها (1253) مفردة من الحجاج والمعتمرين للعام 1434هـ، وكشفت النتائج عن وجود نسبة تقترب من نصف أفراد العينة يعتمدون على خطيب المسجد كمصدر للمعلومات الدينية، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية بين درجة فهم واستيعاب الحجاج والمعتمرين للمعلومات وبين وتنوع أسلوب ولغة خطباء المساجد بلغات الحجاج والمعتمرين.

فيما ركزت دراسات أخرى على ترتيب أولويات وسائل الإعلام للقضايا في المجتمع السعودي، ومنها: دراسة (المريخي، 2020) التي هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية لدى الشباب في المجتمع السعودي، واعتمد الباحث على منهج المسح، وأداة الاستبيان في جمع البيانات من 400 مفردة تم سحبها بطريقة عمدية من الشباب السعودي في سن من 20 إلى 24 سنة من مدينة حفر الباطن، وتوصلت إلى أن أبرز القضايا الاجتماعية التي حظيت بأولوية المعالجة في البرامج الحوارية، هي الأحوال الشخصية، ثم العادات والتقاليد الاجتماعية، وتكررت الآثار الناتجة عن

ووسائل المعالجة الإعلامية لمواسم الحج مستقبلاً، كما يمكن أن تفيد الجهات المشرفة على الجانب الإعلامي لتنظيم الحج في وضع استراتيجيات وتكتيكات ناجعة تسهم في تعزيز المعالجة الإعلامية الإيجابية للحج، والتي تنعكس على الصورة الذهنية للمملكة لدى المسلمين في الداخل والخارج.

مفاهيم البحث

المعالجة الإعلامية: ويقصد بها الكيفية التي تتبعها المواقع الإخبارية عينة الدراسة في تناول الإعلامي لقضايا الحج، من حيث التركيز على بعض القضايا وإعطائها أولوية أكبر، وأساليب وأهداف المعالجة واتجاه المعالجة.

قضايا الحج: يُقصد بها الموضوعات المتعلقة بالحج، التي تحتم المواقع الإخبارية عينة الدراسة بتغطيتها ومعالجتها، مثل: توظيف التقنيات الذكية لإرشاد الحجاج، والمبادرات والجهود التطوعية، وإجراءات الأمن والسلامة، وموضوعات التوعية، والإجراءات القضائية، والمخالفات، والنقل والخدمات اللوجستية.

المواقع الإخبارية: هي المواقع الإلكترونية التي تقدم أخبار ومعلومات حول الأحداث الجارية على المستوى المحلي والدولي، ومنها مواقع إخبارية تمثل انعكاساً للصحف ورقية، مثل موقع مكة، ومواقع إخبارية خالصة لا تمثل امتداداً للصحف ورقية، مثل موقع سبق.

الدراسات السابقة

استهدفت بعض الدراسات رصد وتحليل المنشورات المتعلقة بالحج على شبكات التواصل الاجتماعي، ومنها دراسة (Khan & AlGhamdi, 2024) التي خلصت إلى وضع إطار مقترح يتم دمجها في نظام أكبر يسمى نظام خدمة الحجاج الذكي (IPSS)، الذي يشتمل على مركز تحكم، ووحدات لتوليد البيانات وتخزينها، وآلية للوسوم (هاشتاق) كجزء من نظام خدمة الحجاج الذكي، وناقشت سيناريوهات متعددة حول كيفية قيام نظام خدمة الحجاج الذكي بتعزيز خدمات الحج والعمرة.

وهدف دراسة (Al-Ela, 2022) إلى التعرف على الاحتياجات المعرفية والتوعوية لزوار مكة المكرمة ومعالمها التاريخية، وتحديد أساليب وطرق ووسائل التوعية المفضلة للحجاج والمعتمرين زائري المعالم التاريخية، واعتمدت على منهج المسح الاجتماعي وذلك عن طريق عينة قصدية من مقدمي خدمات الحج والعمرة بمؤسسات أسباط الطواف بمكة المكرمة والبالغ عددهم (56) مقدم خدمة. وأظهرت النتائج أن أهم الممارسات السلوكية السلبية هي: (التصوير، والتبرك، وترك بعض الحجاج والمعتمرين

ومثلها دراسة (صلاح، 2018) التي وسعت نطاق اهتمامها ليشمل المحتوى الديني عبر التطبيقات الذكية، من خلال دراسة المحتوى الديني عبر تكنولوجيا الاتصال التفاعلية ممثلة في التطبيقات الذكية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، من خلال وصف المحتوى المنشور، ومسح جمهور تلك الوسائل، وجمعت البيانات باستخدام أداة التحليل الكيفي للمحتوى، وأداة الاستبيان على عينة متاحة قوامها (143) مفردة، وأظهرت النتائج وجود تعليقات سلبية برغم حصول التطبيقات على تقييمات (أربع نقاط فأعلى)، ويرى أفراد العينة أهمية تقديم أحكام التجويد والتلاوة مع شرح مبسط ووافي عبر مواقع المؤسسات الدينية، ووافق أفراد العينة بانهم يستفيدون بدرجة كبيرة من التطبيقات في معرفة تفسير القرآن الكريم.

أما دراسة (عيد، 2013) فركزت على مدى مساهمة الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال في تسهيل وصول الرسالة الإعلامية في أوقات الأزمات للحجاج والمعتمرين، وكيفية التعامل معها، واستخدمت الدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، عبر تطبيق صحيفة استقصاء على عينة عشوائية بسيطة بلغت (1200) مفردة من الحجاج والمعتمرين، وبينت النتائج بأن شاشات العرض التلفزيونية العملاقة هي أسرع وأفضل الوسائل لوصول الباحثين للمعلومات عن الأزمات أثناء الحج والعمرة، يليها الساعات أو الميكروفونات، ثم المرشد في رحلات الحج أو العمرة، ووجدت علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض للشاشات التلفزيونية العملاقة كمصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية أثناء الأزمات والحج والعمرة ودرجة الاعتماد عليها.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال عرض ومراجعة الدراسات السابقة يتبين الآتي:

- اهتمام الدراسات السابقة ببحث الجمهور من الحجاج والمعتمرين، واستكشاف استخدامهم وتعرضهم للتطبيقات الرقمية وتقنيات الذكاء الاصطناعي، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر معلوماتي وإرشادي، فضلا عن دراسة اتجاهاتهم نحوها.
- هناك دراسات ركزت على توعية الحجاج والمعتمرين إما عن طريق وسائل الإعلام الرقمية الجديدة، أو عن طريق خطباء المساجد، وأظهرت نتائج هذه الدراسات وجود دور إيجابي لوسائل الإعلام

متابعة الشباب للبرامج الحوارية على التحاور مع الأهل والأصدقاء حول ما يتم طرحه في القضايا الاجتماعية، ويليه السعي للحصول على معلومات أكثر عن الضيوف المشاركين في البرنامج.

وكذلك دراسة (الزهراني، 2019) التي هدفت إلى معرفة الدور الذي تقوم به الصحافة السعودية في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية، وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية، حيث استخدم الباحث استمارة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى أن المادة الخيرية في صحيفتي الوطن والجزيرة جاءت في المرتبة الأولى من حيث الأشكال التحريرية، وكشفت عن أن المشاكل الأسرية احتلت المرتبة الأولى من بين القضايا الاجتماعية في الصحيفتين، كما كشفت نتائج الدراسة بأن اتجاه المادة الصحفية كان إيجابيا في كلتا الصحيفتين ونسبة عالية

وسعت دراسة (الصادق، أحمد، 2019) إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الحجاج والمُعتَمَرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها، واعتمدت على منهج المسح، واستخدمت استمارة استبيان في جمع البيانات من عينة عمدية قوامها (400) مفردة من الحجاج والمعتمرين (مستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين)، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائية بين استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها، كما وُجدت علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين متابعة الباحثين للمعلومات المتعلقة بمناسك الحج والعمرة، وأشكال التفاعل معها.

في المقابل تناولت بعض الدراسات الدور الذي تقوم به تقنيات الاتصال في توعية الحجاج والمعتمرين بمناسك وإجراءات الحج، ومنها، دراسة (حسين، 2018) التي هدفت إلى معرفة استخدام الحجاج والمعتمرين لأجهزة الإعلام الجديد، ودرجة اعتمادهم عليها كمصدر للحصول على المعلومات، ووظفت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، واعتمدت على منهج المسح، من خلال مسح آراء عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من الحجاج والمعتمرين، باستخدام أداة الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى أن أبرز المعلومات التي اكتسبها الحجاج والمعتمرين من خلال تعرضهم للتطبيق هي الفتاوى الدينية ثم معلومات عن مناسك الحج والعمرة، ويفضل الباحثون تقديم معلومات توعوية مركزة عن الحج والعمرة عبر التطبيق الإذاعي.

والموضوعات المثارة بالمجتمع، ويتم التركيز عليها، وإبرازها، مما يضعها في أولويات اهتمامات الجماهير بشكل تدريجي، وتشكل بالنسبة لهم أهمية نسبية عن باقي القضايا الأخرى (البشير، 2003، ص45).

وفيما يأتي عرض لأهم مبادئ نظرية ترتيب الأولويات:

1. يتمثل الفرض الرئيس لنظرية الأولويات في وجود علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على قضايا محددة وحجم الأهمية التي يعتمدها الجمهور لنفس القضايا (بلحاج، 2003، ص97).
2. تساند نظرية ترتيب الأولويات المنطق القائل بأن وسائل الاتصال لا تعلم الناس كيف يفكرون ولكنها تعرفهم فيم يفكرون (Rroberts, 1992)

3. التأثير المتميز لترتيب الأولويات يفترض تركيز الاهتمام حول قضايا وأحداث معينة، وتحديد الأهمية النسبية التي يمنحها الجمهور للموضوعات العامة، حيث يميل الناس لإبراز ما تعكسه وسائل الإعلام، واستبعاد ما تستبعده هذه الوسائل (Shaw and Martin, 1992).

وقد ظهرت مجالات بحثية جديدة لدراسة الأولويات أطلق عليها بناء الأجندة وهي عملية تجمعية يؤثر فيها كل من وسائل الاتصال والإعلام والحكومة والمواطنين بعضهم في البعض، حيث يهتم مدخل بناء الأجندة بدرجة كبيرة بمعرفة كيفية تطور الموضوعات الواردة بالمعالجة في وسائل الإعلام إلى قضايا وذلك على عكس دراسات وضع الأجندة التي تهتم بالعلاقة بين وسائل الاتصال والإعلام والجمهور. ومع ظهور هذا الاتجاه الحديث انتقلت دراسات أجندة وسائل الإعلام من متغير مستقل إلى متغير تابع واستبدل السؤال من يضع أجندة الجمهور بالسؤال من يضع أجندة وسائل الإعلام (تمار، 2005).

منهجية البحث

أنواع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، التي تهدف إلى وصف الظواهر والأحداث وجمع الحقائق والمعلومات عنها وتقرير حالتها، ولا تقتصر البحوث الوصفية على الوصف والتشخيص، وإنما تهتم بما ينبغي أن تكون عليه الأشياء والظواهر في ضوء معايير معينة وأساليب علمية متبعة، وفي الدراسة الحالية تم تحليل شكل ومحتوى المادة الصحفية التي نشرها موقعاً سبق ومكة حول الحج 1445هـ في ضوء مجموعة من الفئات المشتقة من الدراسات السابقة والأطر العلمية في مجال الدراسة.

الجديد وخطباء المساجد في توعية الحجاج والمعتمرين بمناسبة وإجراءات الحج.

- ندرت الدراسات السابقة المنشورة في قواعد البيانات العربية والأجنبية المتاحة التي حللت المعالجة الإعلامية لقضايا الحج، حيث حللت إحدى الدراسات ما تم نشره عن الحج والعمرة عبر المواقع الإخبارية الأجنبية (البريطانية والأمريكية)، وحللت دراسة أخرى ما نشرته شبكات التواصل الاجتماعي حول الحج للاستفادة من ذلك في وضع تصور لتعزيز خدمات الحج والعمرة، ونظراً لندرة الدراسات في هذا الجانب جاءت الدراسة الحالية لرصد وتحليل معالجة المواقع الإخبارية السعودية لقضايا الحج لسد الفجوة المعرفية في الجانب التحليلي.
- هناك دراسات تناولت ترتيب وسائل الإعلام للقضايا في المجتمع السعودي، وقد كشفت نتائجها وجود دور لهذه الوسائل في التركيز على قضايا بعينها، وإعطائها أولوية أكثر من القضايا الأخرى، وانعكاس ذلك على ترتيب القضايا لدى الجمهور.
- غالبية الدراسات استخدمت منهج المسح، وتراوحت أحجام العينات بين (143 - 1253) مفردة، بينما كان حجم العينة التحليلية (20) مادة إخبارية .

الإطار النظري (نظرية ترتيب الأولويات)

تفترض نظرية الأولويات تفترض أن وسائل الإعلام هي التي توجه اهتمام الجمهور نحو قضايا بعينها من خلال التركيز على عدد من تلك القضايا المجتمعية، حيث تقترح وسائل الاعلام ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأشخاص بوصفهم أعضاء في الجمهور العام، وما الذي ينبغي أن يعرفوه ويشعروا به حيال القضايا المطروحة (فريجات، 2014، ص36)

وتُعد البداية الحقيقية للنظرية على يد الباحث (والتر ليبمان) Lippman سنة 1922م عندما توصل في دراسته إلى نتائج أثبتت أن لوسائل الإعلام دوراً هاماً في توجيه اهتمامات الجمهور، كما أوضح (والتر ليبمان) في كتابه الرأي العام أن هذه الوسائل تساعد في بناء الصورة الذهنية عن القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة لدى الجمهور، وبذلك تعمل على تشكيل الرأي العام حيال القضايا المتنوعة لدى الجمهور (العبد، عاطف و العبد، نحى، 2008، ص324) .

وتعمل نظرية وضع الأجندة على فرضية أساسها ومؤداها أن وسائل الإعلام وعلى رأسها الصحافة تقوم بعملية انتقاء واختيار لبعض القضايا

ب/ منهج الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على المعالجة الإعلامية لقضايا الحج موسم 1445هـ في موقعي سبق ومكة، باستخدام منهج تحليل المضمون، عبر تحليل شكل المادة الصحفية (ماذا قيل؟)، ومحتوى المادة الصحفية (كيف قيل؟) التي ينشرها الموقعان عينة الدراسة حول قضايا الحج.

ج/ مجتمع الدراسة: للحصول على المعلومات اللازمة التي تحقق أهداف الدراسة وتجنب عن تساؤلاتها فإن مجتمع الدراسة سيتحدد في مواقع الصحف الإلكترونية السعودية، التي تُعنى بمعالجة قضايا الحج، وزوار بيت الله الحرام.

د/ عينة الدراسة:

1. **عينة الصحف:** تم اختيار موقعي (سبق ومكة) بأسلوب عمدي، وفق مبررات تخدم أغراض الدراسة، ومنها: أن صحيفة سبق الإلكترونية من أقدم الصحف الإلكترونية الخالصة في المملكة، والمقصود بالخالصة، أي التي أنشئت منذ البداية كصحيفة إلكترونية، ولم تمثل امتداد لصحيفة ورقية، أما صحيفة مكة فتم اختيارها كونها صحيفة ورقية لها امتداد إلكتروني (موقع إلكتروني)، وتصدر في مكة المكرمة، وباعتبارها من الصحف الأكثر اهتماماً بقضايا الشعائر الدينية في بيت الله الحرام بمكة، ومنها شعيرة الحج.

2. **عينة المادة الصحفية:** تحددت المادة الصحفية التي جرى عليها التحليل في الفترة الزمنية (من 1-30 ذي الحجة 1445هـ)، نظراً لاعتبار شهر ذي الحجة موسماً للحج، ويشمل الشهر الأيام السابقة لأداء شعائر الحج، وفيها يتم التركيز على الاستعدادات، وأيام أداء مناسك الحج وفيها يتم تغطية شعائر الحج، وأيام ما بعد انتهاء الحج، وفيها يتم عرض أخبار وتقارير تُعد بمثابة تقييم لفترة الحج.

هـ/ أداة جمع البيانات

بناءً على طبيعة الدراسة والمنهج المتبع فيها تم استخدام (استمارة تحليل مضمون) كأداة لجمع ورصد البيانات، ومن ثم تحليلها، والتي اشتملت على:

وحدة التحليل: تم الاعتماد على المادة الصحفية المنفصلة سواء أكانت خبر أو تقرير أو حوار أو مقال .. ألخ كأداة للعد والتحليل.

فئات التحليل: تم الاعتماد على الدراسات السابقة والأطر العلمية في تحديد فئات التحليل التي تضمنتها استمارة تحليل المضمون، وتنقسم إلى قسمين، فئات الشكل: "ماذا قيل"، وفئات المحتوى "كيف قيل".

و/ متغيرات الدراسة: أهم المتغيرات التي تتضمنها الدراسة

المتغيرات المستقلة: نوع الصحف، مصادر الاعتماد، الأشكال والقوالب الفنية.

المتغيرات التابعة: الأساليب الإقناعية المستخدمة في المعالجة، أهداف المعالجة، إتجاه المعالجة.

ز/ إجراءات الصدق والثبات

اختبار الصدق: للتأكد من صدق أداة جمع البيانات (استمارة تحليل المضمون)، قام الباحث بالإجراءات الآتية:

1. قام الباحث في ضوء التساؤلات التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عنها بتصميم استمارة لتحليل المضمون تتضمن جميع فئات التحليل ووحدات القياس.

2. تم إعداد دليل للترميز يشتمل على تعريف فئات التحليل المستخدمة في الدراسة تعريفاً إجرائياً محدداً ينطبق على مادة الدراسة.

3. تم عرضها على عدد من الأساتذة المتخصصين لتحكيمها، والحكم على مدى صلاحيتها للقياس، وقد تم الأخذ بالملاحظات والتعديلات التي اتفق عليها المحكمون، ومن ثم إخراج استمارة تحليل المضمون بصيغتها النهائية.

اختبار الثبات: للتأكد من ثبات أداة التحليل، تم إعطاء باحث آخر "محلل خارجي"، عدد (60) من المواد الصحفية عينة التحليل البالغ عددها (1115)، أي ما نسبته (5.3%) من عينة الدراسة لإجراء التحليل عليها، ومعها تعريفات الفئات، والجدول الاتي يوضح الاتفاق والاختلاف بين الباحث والمحلل الخارجي.

جدول (1) الاتفاق والاختلاف بين المحللين

المحلل الخارجي	الباحث	المحللين
64	64	عدد الفئات التي تم تحليلها
60	60	عدد المواد الصحفية التي تم تحليلها لاختبار الثبات
3840	3840	إجمالي عدد حالات التحليل
3410		عدد حالات الاتفاق بين المحللين
430		عدد حالات الاختلاف بين المحللين

و بتطبيق معادلة هولستي:

$$2 \times m$$

= معامل الثبات

$$m = \text{عدد الحالات (الفئات) المتفق عليها}$$

$$n = 1 = \text{عدد الحالات التي قام بتمييزها المرمز (المحلل) الأول}$$

النسبة الاسبوع الثاني إذا حصل على نسبة 28.8% من المواد المنشورة عن قضايا الحج، حيث تضمن الأسبوع الثاني الأيام الأساسية في الإعدادات والتجهيزات للحج، بما فيها استقبال الحجاج وتسكينهم. وحصل الأسبوع الرابع على نسبة 16.1%، وهو الأسبوع التالي للحج، وفيه ركزت الصحف على قضايا نجاح الحج، والمخالفات التي حصلت من بعض الحجاج كالحج بدون تصريح. أما الأسبوع الأول من الفترة الزمنية للتحليل فقد حصل على أقل نسبة وهي 14.3%، ويتضمن هذا الأسبوع جزء من العشر الأواخر من ذي القعدة (21-27 ذي القعدة)، وفيه تم النشر أيضا حول إجراءات وتجهيزات الحج .

وعلى المستوى التفصيلي، كشف اختبار كا² وجود علاقة بين نوع الصحف وعدد المواد المنشورة خلال الفترة الزمنية للتحليل، حيث بلغت قيمة كا² (53.235)، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (0.000) والعلاقة ضعيفة إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.213)، وتعني هذه النتيجة وجود اختلافات بين الصحيفتين في نسبة المواد المنشورة خلال فترة التحليل، وهو ما تؤكدته النسب المئوية، التي أظهرت اهتمام صحيفة سبق بتكثيف النشر خلال أيام الحج الأساسية الأسبوع الثالث وذلك بنسبة 46.9%، مقابل تكثيف صحيفة مكة للنشر بنسبة 40% خلال الفترة الأساسية للتجهيز والإعداد للحج (الأسبوع الثاني).

2- القوالب والأشكال الصحفية للمواد الصحفية

جدول (3) القوالب والأشكال الصحفية المستخدمة في معالجة قضايا

الحج

الصحف القوالب الصحفية	صحيفة سبق		صحيفة مكة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
خبر	720	86.5	256	90.5	976	87.5
تقرير	85	10.2	4	1.4	89	8.0
حوار أو حديث	16	1.9	2	0.7	18	1.6
مقال	9	1.1	20	7.1	29	2.6
إعلان	2	0.2	1	0.4	3	0.3
الإجمالي	832	100	283	100	1115	100
كا ² = 51.994 ، درجة الحرية = 4 ، معامل التوافق = 0.211 ، مستوى المعنوية = 0.000						

تشير نتائج الجدول إلى تصدُر الخبر قائمة القوالب والأشكال الصحفية التي استخدمتها صحف الدراسة في معالجة قضايا الحج، إذ حصل الخبر

ن2 = عدد الحالات التي قام بتمييزها المرمز (المحلل) الثاني

و بتطبيق المعادلة تم التوصل للتسعة التالية :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{2 \times 3410}{3840 + 3840} \times 88.8\%$$

ويتبين مما سبق أن معامل الاتفاق بين المحللين قد بلغ (88.8 %)، وهي نسبة عالية تعكس ثبات أداة التحليل، وصلاحيته للتطبيق في الدراسة.

ح/ أساليب المعالجة الإحصائية: تم إدخال البيانات إلى الحزمة الإحصائية في العلوم الاجتماعية (SPSS)، وتم تنقية البيانات وتنظيمها، وإجراء المعالجات الإحصائية الآتية:

- التكرارات والنسب المئوية لاستكشاف الفئات الفرعية الأكثر بروزا داخل كل فئة رئيسية في عملية عرض البيانات.
- معادلة هولستي لاختبار الثبات بين المرمزين.
- اختبار مربع كاي (كا²) لدراسة العلاقة بين المتغيرات، ومعامل التوافق لقياس شدة العلاقة.
- معامل ارتباط الرتب سيرومان (ر)، لقياس العلاقة بين ترتيب أولويات قضايا الحج في الصحيفتين عينة الدراسة.

عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

أ/ النتائج العامة الوصفية

1- الفترة الزمنية للتحليل

جدول (2)

توزيع المادة الإعلامية على صحف الدراسة وفق الفترة الزمنية

الصحف الفترة الزمنية	صحيفة سبق		صحيفة مكة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأسبوع الأول	110	13.2	49	17.3	159	14.3
الأسبوع الثاني	205	24.6	116	41.0	321	28.8
الأسبوع الثالث	390	46.9	65	23.0	455	40.8
الأسبوع الرابع	127	15.3	53	18.7	180	16.1
الإجمالي	832	100	283	100	1115	100
كا ² = 53.235 ، درجة الحرية = 3 ، معامل التوافق = 0.213 ، مستوى المعنوية = 0.000						

تشير نتائج الجدول رقم (2) إلى أن النسبة الأكبر من نشر قضايا الحج كانت في الأسبوع الثالث من فترة التحليل (12-19 يونيو) إذا حصل على نسبة 40.8% من إجمالي المواد المنشورة عن قضايا الحج، وهي نتيجة طبيعية، حيث تضمن الأسبوع الثالث من فترة التحليل أيام الحج الأساسية (يوم التروية، ويوم عرفة، ويوم العيد، وأيام التشريق). وقد تلاه في

وعلى المستوى التفصيلي، كشف اختبار كا² وجود علاقة بين نوع الصحف والأشكال والقوالب الصحفية المستخدمة في معالجة قضايا الحج، حيث بلغت قيمة كا² (51.994)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000) والعلاقة ضعيفة إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.211)، وتعني هذه النتيجة وجود اختلافات بين الصحيفتين في نسبة استخدامهما للأشكال والقوالب الصحفية في معالجة قضايا الحج، حيث برز هذا الاختلاف بوضوح في استخدام التقارير والمقال، إذ استخدمت صحيفة سبق التقارير الصحفية بدرجة أعلى من صحيفة مكة، ونسبة (10.2%) لصحيفة سبق مقابل 1.4% لصحيفة مكة، في المقابل تفوقت صحيفة مكة على صحيفة سبق في استخدام المقال بنسبة 7.1% لصحيفة مكة و 1.1% لصحيفة سبق.

3- الوسائط المتعددة المستخدمة

جدول (4) الوسائط المتعددة المستخدمة في معالجة قضايا الحج*

الصحف الوسائط المتعددة	صحيفة سبق		صحيفة مكة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نصوص	832	100	283	100	1115	100
صور	832	100	230	81.3	1062	95.2
فيديو	70	8.4	0	0.0	70	6.3
رسوم وأشكال بيانية	49	5.9	10	3.5	59	5.3
أنفوجرافيك	4	0.5	53	18.7	57	5.1
إجمالي العينة (ن)	832		283		1115	

كا² = 174.739 ، درجة الحرية = 4 ، معامل التوافق = 0.262 ، مستوى المعنوية = 0.000

* بعض المواد الإعلامية الخجلة تتضمن أكثر من وسيط.

من نتائج الجدول رقم (4) يتبين بأن النصوص قد جاءت في المرتبة الأولى بين عناصر الوسائط المتعددة الأكثر استخداماً في معالجة صحف الدراسة لقضايا الحج، حيث تم استخدام النصوص في جميع المواد المنشورة التي عالجت قضايا الحج ونسبة 100%، يليها في المرتبة الثانية الصور، إذ تم استخدامها بنسبة 95.2%، في المقابل وردت بقية عناصر الوسائط المتعددة بنسبة قليلة ومنها الفيديو الذي ورد بنسبة 6.3%، ثم الرسوم والأشكال البيانية بنسبة 5.3%، وأخيراً الأنفوجرافيك بنسبة 5.1%.

ولعل أسباب اعتماد الصحيفتين على النصوص بدرجة عالية يليها الصور بدرجة ثانية، في معالجة قضايا الحج ، ما يلي:

على نسبة عالية وصلت 87.5% من إجمالي المواد الصحفية المنشورة في صحيفتي الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (أحمد الزهراني، 2019) التي خلصت إلى تصدّر المادة الخبرية في صحيفتي الوطن والجزيرة مقدمة الأشكال التحريرية المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية في المملكة العربية السعودية.

وجاءت التقارير في المرتبة الثانية بنسبة 8%، في المقابل وردت بقية الأشكال والقوالب الصحفية بنسبة ضعيفة جداً، ومنها: المقال بنسبة 2.6%، والحوار أو الحديث بنسبة 1.6%، والإعلان بنسبة 0.3%، وغابت تماماً المواد الصحفية الاستقصائية في معالجة قضايا الحج في صحيفتي الدراسة، وهذه النتيجة تشير إلى اهتمام الصحيفتين بالنشر والإعلام لمستجدات الحج بشكل أكبر من استقراء الأحداث ودراستها بشكل عميق. ويمكن تفسير استخدام الخبر بالدرجة الأولى في معالجة قضايا الحج في الصحيفتين، في ضوء عدة متغيرات، أهمها:

- **السرعة في نقل المعلومات:** حيث يُعد قالب الخبر الأنسب لنقل الأخبار بسرعة وفعالية، خاصة في مواسم مثل الحج؛ لأن الأحداث تكون متسارعة وتحتاج إلى تغطية فورية؛ وبالتالي تساعد الأخبار القصيرة والمباشرة في نقل المعلومات الحيوية للقراء بشكل سريع.
- **الجمهور المستهدف:** في العصر الرقمي، والتطورات المتسارعة، عادةً ما يفضل الجمهور الأخبار القصيرة والمباشرة للحصول على آخر المستجدات دون الحاجة إلى قراءة تقارير طويلة أو معقدة، وقد يكون ذلك مناسباً بشكل خاص في موسم الحج حيث يرغب الناس في معرفة الأخبار بسرعة وبشكل مختصر.
- **إعداد تحقيقات استقصائية يتطلب وقتاً وجهداً كبيرين،** بما في ذلك البحث والتقصي وجمع الأدلة في موسم الحج، وقد يكون من الصعب على الصحفيين تخصيص الوقت والموارد لهذا النوع من الأشكال الصحفية بسبب كثافة الأحداث والاحتياجات اللوجستية.
- **القيود الزمنية والمكانية:** أثناء موسم الحج، قد تكون هناك قيود زمنية ومكانية تحد من قدرة الصحفيين على إجراء تحقيقات معمقة أو جمع المعلومات اللازمة لتقارير استقصائية.
- **الحاجة إلى الدقة والمصداقية:** الأخبار التي تعتمد على الحقائق السريعة والمباشرة تساعد في الحفاظ على دقة المعلومات، خاصة في مواسم تتطلب حساسية في نقل الأخبار، مثل موسم الحج.

والعلاقة ضعيفة إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.189)، وتعني هذه النتيجة وجود اختلافات بسيطة بين الصحيفتين في ترتيبها لبعض أولويات قضايا الحج التي عالجتها، حيث ظهرت اختلافات بسيطة في النشر حول نجاح موسم الحج لصالح صحيفة سبق التي نشرتها في هذه القضية ما نسبته 20.1%، مقابل نسبة 17.4%، وقضية الاستعدادات والتجهيزات لموسم الحج التي جاءت لصالح صحيفة مكة 15.4% مقابل نسبة 13.1%، مع حصول ورود هاتين القضيتين ضمن المراتب الأولى لقضايا الحج التي اهتمت بها الصحيفتين، وكذلك ظهر اختلاف بسيط في تغطية قضايا الحدود والمنافذ لصالح صحيفة سبق التي غطت هذه القضية بنسبة 9%، مقابل نسبة 7.8% في صحيفة مكة، ورغم هذه الفوارق البسيطة في النسب في تغطية الصحيفتين لبعض قضايا الحج، إلا أن الملاحظ وجود تشابه بين الصحيفتين في إعطاء نفس الأولوية لقضايا الصحة ونجاح موسم الحج والاستعدادات والتجهيزات للحج، مع وجود تشابه في ضعف الاهتمام بقضايا الإعاشة والإسكان ومبادرة طريق مكة مقارنة بقضايا الحج الأخرى.

5- أساليب المعالجة

جدول (6) أساليب معالجة الصحف عينة الدراسة لقضايا الحج

الصحف أساليب المعالجة	صحيفة سبق		صحيفة مكة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الوصفي	589	70.8	182	64.3	771	69.1
التفسيري	146	17.5	71	25.1	217	19.5
التوعوي	97	11.7	30	10.6	127	11.4
الإجمالي	832	100	283	100	1115	100

ك² = 7.660 ، درجة الحرية = 2 ، معامل التوافق = 0.083 ، مستوى المعنوية = 0.022

من نتائج الجدول رقم (6) يتضح تصدُّر الأسلوب الوصفي قائمة الأساليب المستخدمة في معالجة صحف الدراسة لقضايا الحج، حيث بلغت نسبة استخدامه 69.1%، يليه في المرتبة الثانية الأسلوب التفسيري بنسبة 19.5%، في المقابل حصل الأسلوب التوعوي على أقل نسبة في معالجة قضايا الحج، إذ بلغت نسبة استخدامه 11.4%. ولعل السبب في استخدام الصحيفتين للأسلوب الوصفي في معظم تغطيتها لقضايا الحج، يعود إلى طبيعة الحدث، فالحج حدث ديني ملئ بالتفاصيل والأنشطة المختلفة وبالتالي يساعد الأسلوب الوصفي في تقديم صورة واضحة وشاملة للمشاهد والأحداث التي تحصل أثناء موسم الحج، إلى

قضية الإرشادات والتوعية في المرتبة الخامسة بنسبة 8.3%، يليها في المرتبة السادسة قضية الحدود والمنافذ بنسبة 7.8%، ثم قضية الأمن والسلامة في المرتبة السابعة بنسبة 7.4%، وحلت قضية التقنيات الرقمية والاتصالات في المرتبة الثامنة بنسبة 7%، وجاءت قضية مبادرة طريق مكة لتيسير إجراءات الحج في المرتبة قبل الأخيرة بنسبة 2.3%، وأخيراً قضية الإعاشة والإسكان بنسبة 2.2%. وتتسق هذه النتائج مع نتائج دراسة (Khan & AlGhamdi, 2024) التي صنفت قضايا الحج إلى: الصحة، والتنظيم، والأمن، والخدمات، والعبادة، وكانت الصحة من أهم القضايا الواردة في تحليل منشورات وسائل التواصل الاجتماعي المتعلقة بالحج. كما تتسق مع نتائج دراسة (محمد المريخي، 2020) التي أظهرت بأن وسائل الإعلام تقوم بترتيب أولويات القضايا التي تقدمها إلى الجمهور حسب أهمية القضايا من منظور الوسيلة والقائمين عليها.

ويمكن تفسير ورود قضايا الصحة والاستعدادات والتجهيزات للحج، ونجاح موسم الحج في مقدمة قضايا الحج التي ركزت عليها الصحف وأعطتها اهتمام وأولوية أكبر في ضوء الأهمية القصوى للصحة والسلامة في الحج؛ لأن الحفاظ على صحة الحجاج ومنع انتشار الأمراض المعدية أو التعامل مع حالات الطوارئ الصحية يعتبر أمراً حيوياً، خاصة في ظل التجمعات الكبيرة والتدفق الهائل للحجاج من مختلف أنحاء العالم. لذلك تعطي الصحف أولوية لتغطية كل ما يتعلق بالصحة ونجاح موسم الحج من هذا المنظور، كما أن أخبار وتقارير نجاح موسم الحج توضح مدى كفاءة الإدارة والتنظيم، مما يجذب اهتمام الجمهور الواسع، سواء كان من المشاركين في الحج أو المهتمين بمتابعة الحدث من الخارج. وفيما يتعلق بتسليط الضوء على استعدادات وتجهيزات الحج؛ فذلك يعكس مدى الجاهزية والقدرة على التعامل مع هذا الحدث الضخم. حيث يرغب الجمهور والمتابعون في معرفة مدى الاستعدادات التي تم اتخاذها لضمان سير الأمور بسلاسة؛ لذا تولي الصحف أهمية خاصة لهذه النقطة.

أما فيما يتعلق بإعطاء مبادرة طريق مكة وقضايا الإعاشة والإسكان أولويات أقل في الصحيفتين على الرغم من أهميتها، فقد تُعتبر مثل هذه القضايا من الأمور اللوجستية التي تُعنى بتفاصيل تنفيذية محددة، وبالتالي قد لا تكون بنفس مستوى الأهمية لدى القراء الذين يركزون على الجوانب الأكثر تأثيراً وتعلقاً بصحتهم وسلامتهم.

وعلى المستوى التفصيلي، كشف اختبار ك² وجود علاقة بين نوع الصحف وترتيب أولويات قضايا الحج، حيث بلغت قيمة ك² (48.925)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000)

ويمكن تفسير بروز الهدف المعرفي في النسبة الأعلى من المواد الصحفية المنشورة عن قضايا الحج بالصحيفتين، في ضوء الحاجة إلى توفير المعلومات الدقيقة في موسم الحج الذي يتطلب تفاصيل حول المناسك والواجبات والتعليمات ولذلك تركز الصحف على تزويد الجمهور بمعلومات ضرورية يحتاجون إليها في أداء مناسك الحج.

وعلى المستوى التفصيلي، كشف اختبار كا² وجود علاقة بين نوع الصحف ونوعية الأهداف المستخدمة في معالجة قضايا الحج، حيث بلغت قيمة كا² (7.660)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.022) والعلاقة ضعيفة جداً إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.080)، وتعني هذه النتيجة وجود اختلافات بين الصحيفتين في نسبة استخدامها لنوعية أساليب المعالجة، حيث كان الاختلاف بسيط جداً في استخدام الأسلوب الوصفي الذي جاء بنسبة 70.8% في صحيفة سبق، و64.3% في صحيفة مكة، وفي الأسلوب التفسيري حيث ورد بنسبة 25.1% في صحيفة مكة، مقابل نسبة 17.5% في صحيفة سبق.

6- أهداف المعالجة

جدول (7) أهداف معالجة الصحف عينة الدراسة لقضايا الحج

الصحف	صحيفة سبق		صحيفة مكة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
معرفي	490	58.9	110	38.9	600	53.8
وجداني	45	5.4	27	9.5	72	6.5
سلوكي	66	7.9	51	18.0	117	10.5
أكثر من هدف	231	27.8	95	33.6	326	29.2
الإجمالي	832	100	283	100	1115	100

كا² = 44.235 ، درجة الحرية = 3 ، معامل التوافق = 0.195 ، مستوى المعنوية = 0.000

تشير نتائج الجدول رقم (7) إلى تصدُّر الهدف المعرفي قائمة الأهداف المستخدمة في معالجة صحف الدراسة لقضايا الحج، حيث بلغت نسبة استخدامه 53.8%، يليه في المرتبة الثانية التنوع في الأهداف بنسبة 29.25%، في المقابل حصل الهدف السلوكي على نسبة قليلة بلغت 10.5%، وحصل الهدف الوجداني على أقل نسبة بلغت 6.5%. وتتسق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (إيمان حسين، 2018) التي أشارت إلى متابعة الحجاج والمعتمرين لوسائل الإعلام الجديد بهدف الحصول على معارف، أهمها: الفتاوى الدينية ثم المعلومات عن مناسك الحج والعمرة.

7- الأساليب الإقناعية

جدول (8) الأساليب الإقناعية المستخدمة في معالجة قضايا الحج

الصحف	صحيفة سبق		صحيفة مكة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
عاطفية	316	38.0	83	29.3	399	35.8
عقلية	435	52.3	170	60.1	605	54.3
تجمع بين الإثنين	81	9.7	30	10.6	111	10.0
الإجمالي	832	100	283	100	1115	100

كا² = 6.936 ، درجة الحرية = 2 ، معامل التوافق = 0.079 ، مستوى المعنوية = 0.031

من نتائج الجدول رقم (8) يتضح بروز الاستمالات العقلية في مقدمة الاستمالات المستخدمة في معالجة صحف الدراسة لقضايا الحج، حيث بلغت نسبة استخدامها 54.3%، يليها في المرتبة الثانية الاستمالات العاطفية بنسبة 35.8%، في المقابل ورد أسلوب الجمع بين الاستمالتين

38.7	432	24.0	68	43.8	364	مواقف وتصريحات المسؤولين
4.5	50	7.8	22	3.4	28	الاستشهاد بالحقائق والأحداث الواقعية
3.9	44	4.6	13	3.7	31	توضيح التحديات والحلول
100	1115	100	283	100	832	الإجمالي
$K^2 = 40.721$ ، درجة الحرية = 5 ، معامل التوافق = 0.188 ، مستوى المعنوية = 0.000						

من خلال قراءة نتائج الجدول رقم (9) يتضح بروز مواقف وتصريحات المسؤولين في مقدمة الأساليب الإقناعية العقلية في معالجة صحف الدراسة لقضايا الحج، حيث بلغت نسبة استخدامها 38.7%، يليها في المرتبة الثانية الاستشهاد بالتقارير الرسمية بنسبة 37.6%، ثم استخدام الأرقام والإحصاءات بنسبة 10.1%، في المقابل وردت بقية الأساليب الإقناعية العقلية بنسبة ضعيفة، ومنها: الاستناد إلى آراء الخبراء بنسبة 5.1%، والاستشهاد بالحقائق والأحداث الواقعية بنسبة 4.5%، وأخيراً توضيح التحديات والحلول بنسبة 3.9%.

ويمكن تفسير بروز تصريحات ومواقف المسؤولين والاستشهاد بالتقارير الرسمية في مقدمة الأساليب الإقناعية العقلية التي استخدمتها صحف الدراسة في تغطية قضايا الحج، في ضوء العوامل الأتية:

- **الموثوقية والمصادقية:** إذ أن تصريحات ومواقف المسؤولين تأتي مباشرة من مصادر موثوقة ولها صفة رسمية؛ وعندما تستند التغطية الإعلامية إلى تصريحات من مسؤولين رفيعي المستوى، فإنها تكتسب مصداقية عالية لدى الجمهور. ذلك غالباً ما تعتمد الصحف على تصريحات المسؤولين؛ لأنها تعكس وجهة النظر الرسمية للدولة أو المؤسسات المعنية بتنظيم الحج، مما يضفي مصداقية وقيمة للأخبار.

- **الشفافية والوضوح:** حيث أن الاعتماد على التقارير الرسمية يساعد في تقديم المعلومات بطريقة شفافة وواضحة، فعادةً ما تكون التقارير الرسمية مفصلة وتقدم حقائق وأرقام موثوقة، مما يعزز من ثقة الجمهور في المعلومات المقدمة، وهذا النوع من المعلومات يعطي القارئ شعوراً بأن ما يُنشر مستند إلى حقائق وأدلة وليس مجرد آراء أو تكهنات.

- **توجيه الرأي العام:** فالاعتماد على تصريحات المسؤولين والتقارير الرسمية يساعد في توجيه الرأي العام نحو فهم معين أو تأطير حدث الحج من منظور رسمي، وهذا الشيء مهم في تغطية الأحداث، ومنها

العقلية والعاطفية في 10% من المواد الصحفية التي عاجلت قضايا الحج في صحف الدراسة.

ويعتبر استخدام الصحيفتين للاستمالات العقلية بدرجة أعلى من الاستمالات العاطفية في تغطية قضايا الحج مناسب لطبيعة الحدث؛ حيث ينبغي أن تقدم معلومات دقيقة وواضحة لتجنب أي لبس أو خطأ ما يجعل الاستمالات العقلية هي الأنسب في تقديم تغطية مبنية على الحقائق والمعلومات الموثوقة، كما أن الاستمالات العقلية أنسب في تقديم إرشادات وتوجيهات للحجاج، توضح لهم كيفية أداء مناسك الحج، والإجراءات الصحية المتبعة، ويؤدي استخدام الاستمالات العقلية إلى تجنب التضليل والشائعات، التي تكون هناك حاجة ماسة لتفاديها في موسم الحج، إذ تساعد الاستمالات العقلية في تقديم صورة دقيقة ومبنية على الواقع مما يقلل من انتشار الشائعات أو الأخبار المزيفة.

وعلى المستوى التفصيلي، كشف اختبار K^2 وجود علاقة بين نوع الصحف ونوعية الاستمالات المستخدمة في معالجة قضايا الحج، حيث بلغت قيمة K^2 (6.936)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.031) والعلاقة ضعيفة إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.079)، وتعني هذه النتيجة وجود اختلافات بين الصحيفتين في نسبة استخدامها لنوعية الاستمالات في معالجة قضايا الحج، حيث ظهر هذا الاختلاف بشكل بسيط في استخدام الاستمالات العقلية لصالح صحيفة مكة، التي وظفتها بنسبة 60.1%، مقابل استخدام الاستمالات العاطفية بنسبة 52.3% في صحيفة سبق، واستخدام الاستمالات العاطفية لصالح صحيفة سبق التي وظفتها بنسبة 38%، مقابل توظيف نفس الاستمالات العاطفية بنسبة 29.3% في صحيفة مكة.

8- الأساليب الإقناعية العقلية

جدول (9) الأساليب الإقناعية العقلية المستخدمة في معالجة قضايا

الحج

الصحف الأساليب الإقناعية العقلية	صحيفة سبق		صحيفة مكة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
استخدام الأرقام والإحصاءات	83	10.0	30	10.6	113	10.1
الاستشهاد بالتقارير الرسمية	289	34.7	130	45.9	419	37.6
الاستناد إلى آراء الخبراء	37	4.4	20	7.1	57	5.1

من خلال قراءة نتائج الجدول رقم (10) يتضح بروز الاعتزاز بخدمة الحجاج في مقدمة الأساليب الإقناعية العاطفية في معالجة صحف الدراسة لقضايا الحج، حيث بلغت نسبة استخدامه 33.5%، يليه في المرتبة الثانية إثارة مشاعر الحذر والالتزام بنسبة 21.8%، ثم غياب استخدام الأساليب الإقناعية العاطفية بنسبة 21.3%، في المقابل وردت بقية الأساليب الإقناعية العاطفية بنسبة ضعيفة، ومنها: مشاهدة مصورة تظهر لقطات مؤثرة 9.1%، إثارة المشاعر الروحية والدينية بنسبة 8.9%، وأخيراً عرض قصص إنسانية بنسبة 7.1%.

وعلى المستوى التفصيلي، كشف اختبار كا² وجود علاقة بين نوع الصحف ونوعية الأساليب الإقناعية العاطفية المستخدمة في معالجة قضايا الحج، حيث بلغت قيمة كا² (21.044)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.001) والعلاقة ضعيفة إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.135)، وتعني هذه النتيجة وجود اختلافات بين الصحيفتين في نسبة استخدامها للأساليب الإقناعية العاطفية في معالجة قضايا الحج، حيث ظهر هذا الاختلاف في غياب الأساليب الإقناعية العاطفية التي جاءت بنسبة 29% في صحيفة مكة، مقابل 18.8% في صحيفة سبق، واستخدام القصص الإنسانية التي جاءت بنسبة 8.3% في صحيفة سبق، مقابل نسبة 3.5% في صحيفة مكة، وكذلك ظهر اختلاف بسيط في توظيف أسلوب إثارة المشاعر الروحية والدينية الذي جاء لصالح صحيفة مكة التي ظهر فيها هذا الأسلوب بنسبة 10.2% مقابل نسبة 8.4% في صحيفة سبق، وأسلوب إثارة مشاعر الحذر والالتزام الذي جاء لصالح صحيفة سبق بنسبة 22.8% مقابل نسبة 18.7% في صحيفة مكة.

10- المصادر التي اعتمدت عليها الصحف عينة الدراسة

جدول (11) المصادر التي اعتمدت عليها الصحف في معالجة قضايا

الحج

المصادر	صحيفة سبق		صحيفة مكة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مراسل	154	18.5	47	16.6	201	18.0
محرر	56	6.7	43	15.2	99	8.9
وكالة أنباء (واس)	291	35.0	13	4.6	304	27.3
وسائل إعلام تقليدي	47	5.6	0	0.0	47	4.2
مواقع تواصل اجتماعي	48	5.8	1	0.4	49	4.4
مصادر رسمية	197	23.7	131	46.3	328	29.4

الحدث العالمي الكبير (الحج)، حيث يكون من الضروري توحيد الرسالة الإعلامية لضمان استيعاب الجمهور للإجراءات والمعلومات الرسمية بشكل صحيح.

وعلى المستوى التفصيلي، كشف اختبار كا² وجود علاقة بين نوع الصحف ونوعية الأساليب الإقناعية العاطفية المستخدمة في معالجة قضايا الحج، حيث بلغت قيمة كا² (40.721)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000) والعلاقة ضعيفة إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.188)، وتعني هذه النتيجة وجود اختلافات بين الصحيفتين في نسبة استخدامها للأساليب الإقناعية العاطفية في معالجة قضايا الحج، حيث ظهر هذا الاختلاف في توظيف مواقف وتصريحات المسؤولين بنسبة أعلى في صحيفة سبق مقارنة بصحيفة مكة، إذ وردت مواقف وتصريحات المسؤولين بنسبة 43.8% في صحيفة سبق، مقابل 24% في صحيفة مكة، كما ظهر الاختلاف في توظيف صحيفة مكة في توظيف الاستشهاد بالتقارير الرسمية بنسبة 45.9%، مقابل نسبة 34.7% لصحيفة سبق.

9- الأساليب الإقناعية العاطفية

جدول (10) الأساليب الإقناعية العاطفية المستخدمة في معالجة قضايا

الحج

الأساليب الإقناعية العاطفية	صحيفة سبق		صحيفة مكة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
الاعتزاز بخدمة الحجاج	276	33.2	98	34.6	374	33.5
مشاهدة مصورة تظهر لقطات مؤثرة	81	9.7	20	7.1	101	9.1
عرض قصص إنسانية	69	8.3	10	3.5	79	7.1
إثارة مشاعر الحذر والالتزام	190	22.8	53	18.7	243	21.8
إثارة المشاعر الروحية والدينية	70	8.4	29	10.2	99	8.9
بدون مشاعر عاطفية	156	18.8	82	29.0	238	21.3
الإجمالي	832		283		1115	

كا² = 21.044 ، درجة الحرية = 5 ، معامل التوافق = 0.135 ، مستوى المعنوية = 0.001

* بعض المواد الإعلامية المختلة تتضمن أكثر من أسلوب إقناعي عاطفي.

على مصادر بعينها في معالجة قضايا الحج، حيث برز هذا الاختلاف بوضوح في الاعتماد على وكالة أنباء (واس) لصالح صحيفة سبق، إذ اعتمدت صحيفة سبق على وكالة أنباء واس في ما نسبته 35% من موادها الصحفية المنشورة عن قضايا الحج، بينما اعتمدت صحيفة مكة على وكالة أنباء واس في تغطية قضايا الحج بنسبة 4.6%. واعتمدت صحيفة سبق على مصادر رسمية أخرى غير وكالة أنباء واس بنسبة 46.3% مقابل اعتماد صحيفة سبق على تلك المصادر الرسمية بنسبة 23.7%، كما اعتمدت صحيفة سبق على وسائل الإعلام التقليدية بنسبة 5.6%، مقابل غياب وسائل الإعلام التقليدية كمصدر في صحيفة مكة، في المقابل كان اعتماد صحيفة سبق على مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 5.8%، مقابل نسبة 0.4% لصحيفة مكة، واعتمدت صحيفة مكة بنسبة 7.4% على الكُتاب مقابل 1% في صحيفة سبق.

11- اتجاه المعالجة

جدول (12) اتجاه معالجة الصحف عينة الدراسة لقضايا الحج

الإجمالي	صحيفة مكة		صحيفة سبق		الصحف اتجاه المعالجة
	%	ك	%	ك	
39.8	63.3	444	31.9	265	إيجابي
1.0	1.4	11	0.8	7	سليبي
48.3	28.3	539	55.2	459	محايد
10.9	7.1	121	12.1	101	غير واضح
100	100	1115	100.0	832	الإجمالي
$K^2 = 89.602$ ، درجة الحرية = 3 ، معامل التوافق = 0.273 ، مستوى المعنوية = 0.000					

من نتائج الجدول رقم (12) يتضح بروز الاتجاه المحايد في مقدمة اتجاهات معالجة صحف الدراسة لقضايا الحج، حيث بلغت نسبة الاتجاه المحايد 48.3%، يليه في المرتبة الثانية الاتجاه الإيجابي الذي ظهر بنسبة 39.8%، في المقابل وردت المواد الصحفية غير واضحة الاتجاه بنسبة 10.9%، وجاء في المرتبة الأخيرة الاتجاه السلبي بنسبة ضعيفة جدا بلغت 1%. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Shahid & Sial, 2021) التي توصلت إلى معالجة وسائل الإعلام الغربية لقضايا الحج من منظور سلبي، حيث استخدمت خطابات مثل الإرهاب والطائفية، وربطت تجمع المسلمين بالمخاوف والتهديدات.

شهود عيان	12	1.4	7	2.5	19	1.7
كُتاب	8	1.0	21	7.4	29	2.6
هيئات ومنظمات وجمعيات	18	2.2	14	4.9	32	2.9
بدون مصدر	1	0.1	6	2.1	7	0.6
الإجمالي	832	100	283	100	1115	100
$K^2 = 210.085$ ، درجة الحرية = 9 ، معامل التوافق = 0.398 ، مستوى المعنوية = 0.000						

تشير نتائج الجدول رقم (11) إلى أن المصادر الرسمية قد حصلت على المرتبة الأولى بين المصادر التي تعتمد عليها صحف الدراسة في معالجة قضايا الحج، إذ حصلت على نسبة 29.4% من إجمالي المصادر الكلية التي اعتمدت عليها الصحف عينة الدراسة في تغطية قضايا الحج، يليه في المرتبة الثانية وكالة أنباء (واس) التي حصلت على نسبة 27.3%، ثم المرسلين بنسبة 18%، يليهم المحررين بنسبة 8.9%؛ في المقابل وردت بقية المصادر بنسب ضعيفة جدا، ومنها: مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 4.4%، ثم وسائل الإعلام التقليدي بنسبة 4.2%، ثم هيئات وجمعيات ومنظمات بنسبة 2.9%، يليها الكُتاب بنسبة 2.6%، ثم شهود عيان بنسبة 1.7%، وجاءت المواد الصحفية مُجهلة المصادر (بدون مصدر) في المرتبة الأخيرة بنسبة ضعيفة جدا 0.6%.

ويمكن تفسير تصدُّر المصادر الرسمية ووكالة أنباء واس قائمة المصادر التي اعتمدت عليها صحف الدراسة في تغطية قضايا الحج إلى كون (المصادر الرسمية ووكالة أنباء واس) مصادر موثوقة تقدم معلومات دقيقة وصحيحة، لاسيما وأن حدث مثل الحج ذو أهمية دينية وأمنية عالية مما يتطلب ضمان نشر معلومات موثوقة ومستندة إلى المصادر الرسمية؛ مما يعزز مصداقية الصحيفتين لدى القراء، كما أن (المصادر الرسمية ووكالة أنباء واس) تتسق مع الجهات الرسمية مثل وزارة الحج والعمرة، ووزارة الصحة، ووزارة الداخلية، وتقدمان التوجيهات والتعليمات التي يحتاجها الحجاج والمسؤولون لضمان سير الأمور بسلاسة وأمان، وتوفر وكالة أنباء واس تغطية شاملة وسريعة للأحداث الجارية مما يسهل على الصحف الحصول على المعلومات بسرعة وبأقل التكاليف، ونشرها في الوقت المناسب.

وعلى المستوى التفصيلي، كشف اختبار K^2 وجود علاقة بين نوع الصحف والمصادر المستخدمة في معالجة قضايا الحج، حيث بلغت قيمة $K^2 (210.085)$ ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000) والعلاقة متوسطة إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.398)، وتعني هذه النتيجة وجود اختلافات بين الصحيفتين في نسبة اعتمادها

6	21	6	71	الإرشادات والتوعية
4	23	7	59	الأمن والسلامة
10	10	9	52	الجهود التطوعية لخدمة الحج
11	4	13	22	مبادرة طريق مكة لتيسير إجراءات الحج
4	23	8	55	التقنيات الرقمية والاتصالات
9	12	4	75	الحدود والمنافذ
7	18	12	30	أخرى
283		832		إجمالي العينة (ن)
قيمة معامل ارتباط الرتب سبيرمان (ر) = 0.759** ، مستوى الدلالة = 0.002				

من نتائج الجدول رقم (13) يتبين وجود علاقة ارتباطية طردية دالة إحصائياً بين ترتيب أولويات قضايا الحج في صحيفة سبق وترتيب أولويات القضايا نفسها في صحيفة مكة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط الرتب (سبيرمان) (0.759)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.002)، والعلاقة قوية، وتعني أنه كلما زاد الاهتمام بقضية من قضايا الحج في صحيفة سبق وإعطائها الأولوية في التغطية، زاد الاهتمام بنفس القضية وإعطائها الأولوية في صحيفة مكة، والعكس صحيح.

حيث تؤكد التكرارات هذه العلاقة الطردية، فالقضايا التي حصلت على أولوية لدى صحيفة سبق وهي الصحة واستعدادات وتجهيزات الحج، ونجاح موسم الحج، هي نفس القضايا التي تربعت أعلى الهرم في أولويات صحيفة مكة، وقضايا الحج مثل مبادرة طريق مكة لتيسير إجراءات الحج والإعاشة والإسكان التي جاءت في ذيل أولويات صحيفة سبق، هي نفسها القضايا التي جاءت في آخر أولويات قضايا الحج لدى تغطية صحيفة مكة.

13- علاقة اتجاه المعالجة بالمصادر التي اعتمدت عليها الصحف في التغطية

جدول (14) العلاقة بين اتجاه المعالجة والمصادر التي اعتمدت عليها

الصحف في التغطية

الإجمالي	اتجاه المعالجة				المصادر	
	غير واضح	محايد	سليبي	إيجابي		
201	24	109	1	67	ك	مراسل
100.0	11.9	54.2	0.5	33.3	%	
99	9	43	1	46	ك	محرر

ولعل السبب في بروز الاتجاه المحايد، يليه الاتجاه الإيجابي في تغطية صحف الدراسة لقضايا الحج يعود إلى الالتزام بالموضوعية والمهنية والحياد من قبل الصحيفتين في نقل الأخبار، وتقديم تغطية إخبارية تعتمد بالدرجة الأولى على الحقائق والتفاصيل الدقيقة المتعلقة بإجراءات الحج والاستعدادات والتحديات اللوجستية، وغالباً مثل تلك الحقائق والإجراءات الخاصة بالمناسك ما تكون أقرب إلى الاتجاه المحايد؛ وهو مما يكسب الصحف ثقة القراء ويعزز من مصداقيتها ومصداقية الصحيفين العاملين فيها، في المقابل يعزز الاتجاه الإيجابي الذي ورد في المرتبة الثانية صورة المملكة من خلال التركيز على الجهود الكبيرة التي تبذلها في تنظيم موسم الحج بنجاح، وإظهار الإنجازات والنجاحات التي تحققت خلال الموسم.

وعلى المستوى التفصيلي، كشف اختبار كاي² وجود علاقة بين نوع الصحف واتجاهات معالجة صحف الدراسة لقضايا الحج، حيث بلغت قيمة كاي² (89.602)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.000) والعلاقة ضعيفة إذ بلغت قيمة معامل التوافق (0.273)، وتعني هذه النتيجة وجود اختلافات بين الصحيفتين في اتجاهات معالجتها لقضايا الحج، حيث ظهر هذا الاختلاف بشكل واضح في الاتجاه الإيجابي الذي ظهر بنسبة أعلى في صحيفة مكة بنسبة 63.3% مقابل ظهور الاتجاه الإيجابي بنسبة 31.9% في صحيفة سبق، وكذلك في الاتجاه المحايد الذي ظهر بنسبة 55.2% في صحيفة سبق، مقابل نسبة 28.3% في صحيفة مكة، أي أن معالجة صحيفة سبق لقضايا الحج كانت في الأغلب محايدة، بينما عالجت صحيفة مكة قضايا الحج بدرجة أعلى من منظور إيجابي.

12- أولويات قضايا الحج في الصحيفتين عينة الدراسة.

جدول (13) العلاقة بين ترتيب أولويات قضايا الحج في صحيفة سبق وترتيب أولويات القضايا نفسها في صحيفة مكة.

قضايا الحج	صحيفة سبق		صحيفة مكة	
	التكرار	الترتيب	التكرار	الترتيب
استعدادات وتجهيزات الحج	109	3	63	1
نجاح موسم الحج	167	2	27	3
الصحة	195	1	50	2
الإعاشة والإسكان	14	14	10	10
النقل وإدارة الحشود	73	5	22	5
الإجراءات والجزاءات	38	11	18	7
الحج بدون تصريح	46	10	15	8

- جاء الاتجاه غير الواضح مساويا للاتجاه المحايد في معالجة المواد الصحفية التي مصدرها شهود العيان.
- على الرغم من قلة المعالجة الصحفية ذات الاتجاه السلبي إلا إن النسبة الأعلى من الاتجاه السلبي قد وردت في المواد الصحفية التي مصدرها الهيئات والمنظمات والجمعيات، يليها مواقع التواصل الاجتماعي، ثم الكُتاب.

14- علاقة اتجاه المعالجة بالقوالب الفنية المستخدمة في المعالجة

جدول (15) العلاقة بين اتجاه المعالجة والقوالب والأشكال الصحفية

المستخدمة في معالجة قضايا الحج

الإجمالي	اتجاه المعالجة				الأشكال والقوالب الصحفية	
	غير واضح	محايد	سلبي	إيجابي		
976	101	482	4	389	ك	خبر
100.0	10.3	49.4	0.4	39.9	%	
89	12	33	2	42	ك	تقرير
100.0	13.5	37.1	2.2	47.2	%	
18	6	6	2	4	ك	حوار أو حديث
100.0	33.3	33.3	11.1	22.2	%	
29	2	17	2	8	ك	مقال
100.0	6.9	58.6	6.9	27.6	%	
3	0	1	1	1	ك	إعلان
100.0	0.0	33.3	33.3	33.3	%	
1115	121	539	11	444	ك	الإجمالي
100.0	10.9	48.3	1.0	39.8	%	
ك ² = 83.338 ، درجة الحرية = 12 ، مستوى المعنوية = 0.000						

- تشير نتائج الجدول رقم (15) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المعالجة الصحفية لقضايا الحج في الصحف عينة الدراسة تعود لاختلاف الأشكال والقوالب الصحفية التي استخدمتها صحف الدراسة في معالجة قضايا الحج، حيث بلغت قيمة ك² (83.3382) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.000)، وتعني هذه النتيجة أن الأشكال والقوالب الصحفية تؤثر على اتجاهات معالجة صحف الدراسة لقضايا الحج، وتظهر هذه الفروق والاختلافات في اتجاهات المعالجة تبعاً لاختلاف الأشكال والقوالب الصحفية في الآتي:
- تفوق الاتجاه الإيجابي للمعالجة الصحفية لقضايا الحج على اتجاهات المعالجة الأخرى في التقارير الصحفية.

100.0	9.1	43.4	1.0	46.5	%	
304	31	133	0	140	ك	وكالة أنباء واس
100.0	10.2	43.8	0.0	46.1	%	
47	8	30	1	8	ك	وسائل إعلام تقليدية
100.0	17.0	63.8	2.1	17.0	%	
49	4	38	2	5	ك	مواقع تواصل اجتماعي
100.0	8.2	77.6	4.1	10.2	%	
328	21	148	0	159	ك	مصادر رسمية
100.0	6.4	45.1	0.0	48.5	%	
19	7	7	0	5	ك	شهود عيان
100.0	36.8	36.8	0.0	26.3	%	
29	10	13	1	5	ك	كُتاب
100.0	34.5	44.8	3.4	17.2	%	
32	5	14	5	8	ك	هيئات ومنظمات وجمعيات
100.0	15.6	43.8	15.6	25.0	%	
7	2	4	0	1	ك	بدون مصدر
100.0	28.6	57.1	0.0	14.3	%	
1115	121	539	11	444	ك	الإجمالي
100.0	10.9	48.3	1.0	39.8	%	
ك ² = 174.242 ، درجة الحرية = 27 ، مستوى المعنوية = 0.000						

تشير نتائج الجدول رقم (14) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المعالجة الصحفية لقضايا الحج في الصحف عينة الدراسة تعود لاختلاف المصادر التي اعتمدت عليها تلك الصحف في تغطية قضايا الحج، حيث بلغت قيمة ك² (174.242) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.000)، وتعني هذه النتيجة أن المصادر التي تعتمد عليها الصحف عينة الدراسة تؤثر على اتجاهات معالجتها لقضايا الحج، وتظهر هذه الفروق والاختلافات في اتجاهات المعالجة تبعاً لاختلاف المصادر في الآتي:

- تفوق الاتجاه الإيجابي للمعالجة الصحفية على الاتجاه المحايد والاتجاه السلبي في المواد الصحفية التي مصدرها وكالة أنباء واس، والمصادر الرسمية والمحررين.
- تفوق الاتجاه المحايد للمعالجة الصحفية على الاتجاه الإيجابي والاتجاه السلبي في المواد الصحفية التي مصدرها: وسائل الإعلام التقليدية، والمراسلين، ومواقع التواصل الاجتماعي، والكُتاب، والهيئات والمنظمات والجمعيات، والمصادر المجهلة.

8- تقديم تحليلات متعمقة حول النجاحات التي تم تحقيقها في مواسم الحج السابقة والموسم الحالي، وكذلك التحديات التي تم مواجهتها وكيفية التغلب عليها، مما يوفر للقراء فهماً أفضل للتطورات المستمرة.

9- تقديم برامج تدريبية للصحفيين على أفضل الممارسات في تغطية قضايا الحج، بما يشمل الجانب الصحي والتنظيمي، لضمان تقديم معلومات دقيقة وموثوقة.

10- زيادة الاهتمام بالاتجاه الإيجابي من خلال التركيز على الإنجازات والنجاحات التي تحققت خلال موسم الحج، مثل التحسينات في الخدمات والتنظيم، دون إغفال الانتقادات البناءة التي تساهم في التحسين المستمر.

11- توضيح الأخبار والتقارير والمقالات التي تحتوي على اتجاهات غير واضحة، وذلك بتقديم سياق أوضح ومعلومات أكثر تفصيلاً، مما يساعد القراء على فهم المحتوى بشكل أفضل.

الإفصاح والتصريحات:

تضارب المصالح: ليس لدى المؤلف أي مصالح مالية أو غير مالية ذات صلة للكشف عنها. المؤلفون يعلنون عن عدم وجود أي تضارب في المصالح.

الوصول المفتوح: هذه المقالة مرخصة بموجب ترخيص إسناد الإبداع التشاركي غير تجاري 4.0 الدولي (CC BY- NC 4.0)، الذي يسمح بالاستخدام والمشاركة والتعديل والتوزيع وإعادة الإنتاج بأي وسيلة أو تنسيق، طالما أنك تمنح الاعتماد المناسب للمؤلف (المؤلفين) الأصليين. والمصدر، قم بتوفير رابط لترخيص المشاع الإبداعي، ووضح ما إذا تم إجراء تغييرات. يتم تضمين الصور أو المواد الأخرى التابعة لجهات خارجية في هذه المقالة في ترخيص المشاع الإبداعي الخاص بالمقالة، إلا إذا تمت الإشارة إلى خلاف ذلك في جزء المواد. إذا لم يتم تضمين المادة في ترخيص المشاع الإبداعي الخاص بالمقال وكان الاستخدام المقصود غير مسموح به بموجب اللوائح القانونية أو يتجاوز الاستخدام المسموح به، فسوف تحتاج إلى الحصول على إذن مباشر من صاحب حقوق الطبع والنشر. لعرض نسخة من هذا الترخيص، قم بزيارة:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

المراجع والمصادر

البشير، محمد بن سعود (2003). قصور النظرية في الدراسات الإعلامية. المجلة العربية للعلوم الإنسانية - جامعة الكويت، (83)، 21-83.

بلحاج، سالم عيسى (2003). الإعلام والرأى العام: دراسة في ترتيب الأولويات في المجتمع الليبي (القاهرة: دار الفكر العربي).

- وتفوق الاتجاه المحايد للمعالجة الصحفية لقضايا الحج على اتجاهات المعالجة الأخرى في الأخبار والمقالات .

- في المقابل ورد الاتجاه المحايد والاتجاه غير الواضح في المرتبة الأولى بين اتجاهات المعالجة الصحفية في الحوارات والأحداث الصحفية.

- وردت مواد صحفية قليلة جدا بصيغة قالب الإعلام توزعت بين الاتجاهات (الإيجابية والسلبية والمحايدة).

توصيات الدراسة:

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها في الدراسة يوصي الباحث بالاتي:

1- تنوع الصحفيين للأشكال الصحفية المستخدمة في معالجة قضايا الحج، مثل: استخدام المقالات التحليلية والحوارات والمقالات الافتتاحية، وذلك لتقديم زوايا متعددة ومعقدة في تغطية قضايا الحج.

2- تقديم قصص إنسانية للحجاج وإبراز التجارب الفردية والتعاونية، مثل: قصص التضامن والتعاون بين الحجاج ومواقفهم الإنسانية، لتقديم بعد إنساني أكثر عمقاً وشمولية.

3- تعزيز التغطية الميدانية: تعزيز التواجد الميداني للصحفيين خلال موسم الحج لتقديم تقارير مباشرة وحية عن الأحداث والوقائع، مما يزيد من مصداقية التغطية.

4- التركيز على القضايا التنظيمية والخدمية*: يمكن تخصيص جزء من التغطية لتسليط الضوء على الجوانب التنظيمية والخدمية للحج، بما في ذلك التحديات والنجاحات.

5- استخدام التطبيقات التفاعلية ووسائل الإعلام الرقمية لتعزيز التغطية المباشرة والتواصل مع الجمهور بشكل أكثر فاعلية، مما يتيح تقديم معلومات دقيقة وفي الوقت الفعلي، وتعزيز التفاعل مع القراء من خلال طرح الأسئلة والاستبيانات عبر وسائل التواصل الاجتماعي أو عبر موقع الصحيفة، لجمع آراء القراء واقتراحاتهم حول تغطية الحج.

6- توسيع نطاق التغطية الصحفية لتشمل قضايا أخرى متعلقة بالحج، الإرشادات والتوعية، والتنظيم والإسكان، والأبعاد الثقافية والاجتماعية، والتجارب الروحية للحجاج.

7- التركيز على الابتكارات والتقنيات الجديدة المستخدمة في إدارة الحج، وكذلك جهود الاستدامة البيئية، مثل إدارة النفايات والطاقة النظيفة.

- services. *Expert Systems with Applications*, 238, 122204.
- Roberts, M. S. (1992). Predicting voting behavior via the agenda-setting tradition. *Journalism Quarterly*, 69(4), 878-892..
- Shahid, S., & Sial, N. (2021). Hajj 2013: The Western Media Discourses. *Rahat-ul-Quloob*, 59-72.
- Shaw, D. L., & Martin, S. E. (1992). The function of mass media agenda setting. *Journalism quarterly*, 69(4), 902-920.
- حسين، إيمان (2018). الفاعلية التوعوية للتطبيق الإذاعي بأجهزة الإعلام الجديد الموجهة للحجاج والمعتمرين بالحرم المكي. مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال، (1)، 31-102.
- الزهراني، أحمد (2019). ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية في الصحافة السعودية اليومية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، (18)، 291-343.
- الصادق، دعاء وأحمد، حمود (2019). استخدام الحجاج والمعتمرين لمواقع التواصل الاجتماعي التابعة للرئاسة العامة لشؤون الحرمين الشريفين واتجاهاتهم نحوها "دراسة ميدانية"، معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج والعمرة - جامعة أم القرى، أبحاث الملتقى التاسع عشر، تاريخ الاسترجاع 12 يوليو 2024م، متاح على الرابط: <https://dorar.uqu.edu.sa/uquui/handle/20.500.12248/131897?mode=full>
- صلاح، مها عبد المجيد (2018). المحتوى الديني عبر التطبيقات الذكية: دراسة ميدانية وتحليلية. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، (22)، 134-160.
- العبد، عاطف عدلي و العبد، نهي عاطف (2008). نظريات الإعلام وتطبيقاته. العربية (القاهرة: دار الفكر العربي).
- عيد، وجدي حلمي (2013). اعتماد الحجاج والمعتمرين على الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال كمصدر للحصول على المعلومات الإرشادية والتوعوية خلال الأزمات. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، (1)12، 349-421.
- فريجات، نسبية (2014)، أولويات القضايا البيئية لدى إذاعة الوادي المسموعة وجمهورها، دراسة تحليلية لعينة من البرامج البيئية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال).
- قزاز، عثمان بن بكر. (2021). الدور الاتصالي لخطباء المساجد في تزويد الحجاج والمعتمرين بالمعلومات حول مناسك الحج والعمرة. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة و الإعلان، (22)، 131-187.
- المريني، محمد هزاع (2020). تأثير البرامج الحوارية التلفزيونية على ترتيب أولويات الشباب نحو القضايا الاجتماعية في المجتمع السعودي. مجلة البحوث الإعلامية، 53 (53-ج1)، 409-444.
- يوسف تمار (2005). نظرية Agenda Setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري، رسالة دكتوراه في الاعلام والاتصال (جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام - قسم علوم الإعلام والاتصال).

References

- Al-Ela, T. H. A. (2022). Knowledge and Awareness Needs of Visitors to Historical Landmarks in Mecca from Perspective of Hajj and Umrah Services Providers. *Tobacco Regulatory Science (TRS)*, 2503-2528.
- Khan, M. A., & AlGhamdi, M. (2024). A customized deep learning-based framework for classification and analysis of social media posts to enhance the Hajj and Umrah