مجلة "آفاق فكرية"

رت م د :2353 - 0367

رت م د إ: 2602-5507

ص. ص. ... - ...

دورمو اقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة اليوتيوب نموذجا دراسة تحليلية

The role of social media in introducing the holy landmarks in Mecca, YouTube as a model, an analytical study

أ/د: زكية منزل غرابة[1]

[1] جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية ، (قسنطينة-الجزائر)

zakiamenzel@yahoo.com

تاريخ الاستلام: 14-07-2025 تاريخ القبول: 21-11-2025 تاريخ النشر: 20- 12 - 2025

ملخص:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي وبالذات من خلال منصة اليوتيوب في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة، وقد استندت الدراسة إلى منهج المسح الوصفي، وفي إطاره تم الاعتماد على أسلوب تحليل المضمون لتحليل عينة من الفيديوهات خلال سنة 2021 التي تم اختيارها بأسلوب الحصر الشامل، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أفصحت عن اهتمام واضح بالتعريف بالكثير من الأماكن المقدسة في مكة المكرمة، واعتمدت المضامين في تقديم معلوماتها للتعريف بالمعالم المقدسة عبر اليوتيوب على مصادر متعددة، وقد تصدرت نصوص الوحي ممثلة في نصوص القرآن الكريم باعتباره المصدر الأول للتشريع لدى المسلمين، وعلى مستوى التفاعلية استجاب المستخدمون بمختلف أشكال التفاعلية التي أكدت تجاوبا واضحا مع مختلف هذه المضامين.

كلمات مفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي؛ مكة المكرمة؛ دراسة تحليلية؛ المعالم المقدسة؛ اليوتيوب.

Abstract :

This study aimed to identify the role of social media sites, especially through the YouTube platform, in introducing the holy landmarks in Makkah Al-Mukarramah. The study was based on the descriptive survey method, and within its framework, the content analysis method was relied upon to analyze a sample of videos during the year 2021 that were selected using the comprehensive inventory method. The contents relied on multiple sources to present their information to introduce the holy landmarks via YouTube, and the texts of revelation came first, represented by the texts of the Holy Quran, as it is the first source of legislation for Muslims. At the level of interactivity, users responded in various forms of interactivity that confirmed a clear response to the various contents.

Keywords: Social media ؛ Makkah Al-Mukarramah ؛ An analytical study ؛ Holy Landmarks ؛ YouTube

مقدمة:

المؤلف المرسل.

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي منصات إعلامية، واتصالية بامتياز، وقد اعتبر ظهورها انتقالا، وتطورا نوعيا في العملية الاتصالية بما تتميز به من تعدد طرق الاستخدام، وتنوع صور التفاعلية التي تجاوزت الأطر المكانية، والزمانية، حيث أصبح من اليسير على المستخدم التواصل مع الغير بمجرد امتلاكه لحساب في إحدى هذه التطبيقات الافتراضية.

ونظرا لقيمتها التواصلية فقد غدت مواقع التواصل الاجتماعي جزءا لا يتجزأ من حياة الانسان، وتمكنت من استقطاب العديد من المشتركين، ولا نجانب الصواب في القول بأن هذه المنصات قد سهلت عمليات التواصل بين المستخدمين، وإقامة صداقات افتراضية وساعدت على تبادل الآراء والأفكار، وتجاوزتها إلى التأثير في القناعات، والاتجاهات.

ومع هذه الأهمية التي اكتسبتها مواقع التواصل الاجتماعي فقد، حيث أصبحت هذه المنصات الاتصالية فضاء خدماتيا يقوم بدور فعال في التعريف بالأماكن المختلفة، ومع هذه الأهمية الفعالة فقد اعتمدها الكثير من المهتمين بالجانب الخدماتي والسياحي للترويج، والتعريف بها بغية استقطاب المستخدمين واجتذابهم للإقبال عليها، ومن هذه الأماكن المعالم المقدسة في مكة المكرمة.

ويعد اليوتيوب منصة افتراضية مرئية في غاية الأهمية من حيث قدرته على إيصال المضامين المتعلقة بالأماكن المقدسة بما يتميز به من تفعيل الصورة والصوت، وفي هذه الدراسة سيتم التفصيل في دور مواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة من خلال منصة اليوتيوب.

1.. التعريف بموضوع الدراسة:

سيتم التعرض ضمن هذا العنصر إلى جملة المعطيات التي تعرف بموضوع الدراسة من حيث جملة المعطيات التي تضع القارئ في المسار الصحيح للموضوع وفهمه، بحيث تتضح له الصورة العامة لفكرة الدراسة.

1.1.. المشكلة البحثية:

تحتل مكة المكرمة مكانة خاصة في نفوس المسلمين كونها مهبط الوحي، والمكان الذي تهفو إليه القلوب من كل بقاع الأرض، ففيها بيت الله الحرام الذي يقصده الحجاج والمعتمرون لأداء الشعائر. وإلى جانب ذلك كله فهي محطة للعديد من المعالم المقدسة التي تحمل طابعا روحانيا تذكر المسلمين بالأنبياء والرسل عليهم الصلاة والسلام.

وإلى وقت قريب كانت وسائل الاعلام التقليدية هي الوسيط الوحيد الذي يعرف المسلمين بمختلف الأماكن المقدسة التي تحتوي عليها مكة المكرمة، ومع التطورات التي مست تكنولوجيا الإعلام والاتصال، برزت مواقع التواصل الاجتماعي كواحدة من أهم إفرازات شبكة الانترنت، حيث ساهمت هذه الأخيرة بشكل ملفت للانتباه في تعدد صور التفاعل بين الأفراد، كما وفرت هذه الوسائط الاتصالية الجديدة والتي حولت العالم إلى قرية كونية فرصة إبداء الرأي وتبادل الآراء والأفكار في القضايا المختلفة، وحولت الفرد من مجرد مستقبل إلى منتج للمعلومة ضمن هذا الفضاء الافتراضي.

ونظرا للخصائص والسمات التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي من سرعة الانتشار والتفاعلية، فقد تم الاستفادة منها في الترويج والتعريف بالأماكن المقدسة بمكة المكرمة، ويعتبر اليوتيوب نموذجا عمليا في هذا المجال حيث تزخر العديد من مضامين اليوتيوب بالتعريف بالمواقع المقدسة التي تتواجد بمكة المكرمة، وتدعوا المسلمين إلى زيارتها، وتوضح لهم أماكن تواجدها، وكيفية الوصول إليها.

إن معرفة الدور الذي تقوم به هذه الوسائط وعلى رأسها اليوتيوب في التعريف بالأماكن المقدسة يحتاج منا إلى دراسة علمية تجيب عن التساؤل المحوري لهذه الإشكالية والذي مفاده : **ما طبيعة الدور الذي به مواقع التواصل الاجتماعي ممثلا في اليوتيوب في التعريف بالأماكن المقدسة غي مكة المكرمة؟**

تتفرع عن الإشكالية الكبرى للدراسة مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

-ماهي المعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة؟

-ماهو مصدر معلومات المعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة؟

-من هم الفاعلون في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة ؟

-ماهي الأهداف التي تتوخاها المضامين المقدمة التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة ؟

-ماهي القوالب المعتمدة في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة ؟

-ماهي اللغة المستعملة في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة؟

-ماهي أشكال التفاعل مع المضامين المتعلقة بالتعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة؟

2.1.. أهمية الدراسة :

ترتبط أهمية الدراسة من حيث كونها تتناول مكة المكرمة، ومعلوم أن هذه الأخيرة تعد بالنسبة للمسلمين أحد الأماكن التي تربطهم بالوحي الرباني، وبمبعث النبي عليه الصلاة والسلام، ناهيك عن كونها موطن البيت الحرام الذي يتهافت إليه المسلمون من كل أصقاع الأرض لأداء مناسك الحج الذي فرضه الله تعالى، ومن ثم فإن أهميتها تنبع من قداسة المكان والقيمة الإيمانية التي تكتسيها المنطقة.

-ترتبط أهمية الدراسة من جهة أخرى من منطلق أنها تبحث في المعالم المقدسة في مكة المكرمة، ومعلوم أن إبراز هذه المعالم المقدسة هو إحياء للمشاعر الوجدانية للمسلمين لارتباطهم الروحاني

بهذه المعالم المقدسة، ومن ثم فإن أهمية الدراسة ستعمل على إبراز نوعية المعالم المقدسة التي ركزت عليها عينة الدراسة.

-كما ترتبط أهمية الدراسة من كونها تتناول متغيرا أساسيا في الدراسة، وهو التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة عبر منصة اليوتيوب، وهي إحدى أهم تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي التي تستقطب إليها العديد من المستخدمين، ومن ثم فإن أهمية الدراسة ستحاول الكشف عن التقنيات التي يتم بها عرض المعالم المقدسة في مكة المكرمة عبر منصة اليوتيوب.

-ترتبط أهمية الدراسة من جهة ثالثة من حيث ما يمكن أن تقدمه من نتائج للمهتمين بالمجال الخدماتي للاستفادة منها في تطوير طرق تقديم المضامين المرتبطة بالتعريف بالأماكن المقدسة، لتحقيق احتياجات المستخدمين لهذه المضامين، وتحقيق إشباعاتهم في هذا المجال.

3.1.. أهداف الدراسة :

-التعرف على المعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة.

-معرفة مصدر معلومات المعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة.

--معرفة الفاعلين في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة.

-الوقوف على الأهداف التي تتوخاها المضامين المقدمة التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة.

-معرفة القوالب الفنية المستعملة في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة.

-معرفة اللغة المستعملة في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة.

-معرفة طبيعة التفاعلية مع المضامين المتعلقة بالتعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تضمنتها المضامين عبر اليوتيوب عينة الدراسة.

4.1.. ضبط المفاهيم :

يقصد بضبط المفاهيم "توضيح لمعنى الشيء أو اللفظ والمصطلح أو تحديد مفهومه، وتعتمد دقة البحث على البحث على تعريف مفاهيم و و مصطلحات جميع المفردات التي تضمنتها المشكلة تحديدا دقيقا سواء بالنسبة للمشكلة أو المصطلحات التي ارتبطت بالفروض".(شيحي،2017، ص71-72). وقد تضمنت الدراسة مجموعة من المفاهيم التي يتوجب ضبطها وفقا لمسار البحث وهي:

1.4.1.. مو اقع التواصل الاجتماعي:

قدم الباحثون في الإعلام الجديد العديد من التعاريف المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي من ذلك أنها :

أنها مواقع على شبكة الانترنت تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدم مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الالكتروني والفيديو ومشاركة الملفات وأحدثت تغيرا كبيرا في كيفية الاتصال وتبادل المعلومات (بهجات، 2016، ص272).

مصطلح يطلق على تلك المواقع التي ظهرت على شبكة الإنترنت حيث يكون هناك واقع افتراضي يجمع بين مجموعة من مستخدمي الإنترنت وفقا لاهتماماتهم أو انتماءاتهم أو مستوياتهم العمرية أو التعليمية أو الثقافية، ويتم التواصل فيما بينهم عبر خدمات متنوعة ومتجددة كإرسال الرسائل، وتبادل النصوص، والصور والفيديوهات، والحوار، والمناقشة حول القضايا المجتمعية المطروحة. (الشريف،2023، ص52).

2.4.1.. اليوتيوب:

أكبر موقع على شبكة الإنترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو، فهو أحد وجوه الإعلام الجديد، أو ما يعرف أيضا بإعلام المجتمع أو الإعلام الشعبي. واليوتيوب"هو أشهر المواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت، وتقوم فكرة الموقع على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع الفيديو على شبكة الإنترنت دون أي تكلفة مادية، فمجرد أن يقوم المستخدم بتسجيل في الموقع يتمكن من إرفاق أي عدد من هذه الملفات ليراها ملايين من الأشخاص حول العالم.(بن يحي ،بلعيور،2021 ،ص591).

-مميزات اليوتيوب: ومن مميزات اليوتيوب (الرفاعي ،2019،ص22):

-إمكانية مشاركة ملفات الفيديو، وإمكانية البث المباشر من خلال الموقع وفقاً لشروط معينة ،وأيضاً توفير خاصية التعليقات ،وإنشاء صفحة خاصة بالمستخدم.

-كما يتيح اليوتيوب إمكانيات أوسع بكثير من تحميل فيديو وتنزيله ومشاهدته، يعطي أيضاً مؤشرات عن طبيعة الذين قاموا بنشر فيديو معين، مما يتيح تتبعهم والتأكد من صحة ما نشر، بالإضافة إلى ذلك يمكن التعرف على تاريخ نشر الفيديو ،وأيضاً الاستفادة مما ينشره المستخدمون العاديون لاستخدامه في وسائل الاعلام المختلفة ،كما يتيح إمكان العودة إلى البرامج التي لم يستطع المستخدم مشاهدته.

-جعل إمكان توثيق الأحداث بتفاصيلها ممكنة.

-أتاح إمكان إعادة المشاهدة لمرات عديدة وحسب الطلب.

-إمكان التحكم في أن يكون الفيديو خاصاً أو عاماً.

-إعطاء إمكان تعديل الفيديو قبل نشره.

-سهولة الاستعمال والمشاهدة.

-إمكان إضافة ترجمة ما ينشر على اليوتيوب.

3.4.1.. المعالم المقدسة:

***المقدس :**

-لغة: ورد في لسان العرب:"التقديس: تنزيه الله عز وجل... ويقال القدوس: فعول من القدس، وهو الطهارة....المقدس أي المبارك، والأرض المقدسة : المطهرة.(ابن منظور،دت،ص169).

-اصطلاحا: يمكن تعريف المعالم المقدسة بأنها أماكن تحمل أبعادا روحانية لدى المسلمين، وعادة ما ترتبط بمشعر من مشاعر الحج أو بمبعث الأنبياء من قبل أو بمبعثه عليه الصلاة والسلام. كما تستمد قداستها من قداسة الحدث الذي رافق المكان، وليس بالضرورة أن تكون محلا للعبادة أو الصلاة.

***مكة المكرمة:** تعرف مكة المكرمة بأنها أحد المدن الواقعة في المملكة العربية السعودية، و"تقع مكة المكرمة غرب شبه الجزيرة العربية في واد من أودية تخوم جبال السراة تحفه الجبال من كل جانب، ولمكة المكرمة عدة أسماء من بينها أم القرى والحرم والبلد الآمن والبلد الأمين، أمَّا بكة فهو موضع الكعبة داخل المسجد الحرام .. ومكة المكرمة مدينة مقدسة منذ أيام إبراهيم وفي أيام الجاهلية وفي الإسلام وفيها أقدس مكان للمسلمين وهي الكعبة في بيت الله الحرام قبلة المسلمين في صلواتهم بشتى أنحاء العالم، ويحج المسلمون إليها كل عام لتأدية فريضة الحج، وهي مهبط للوحي ومبعث الرسالة الإلهية (الإسلام) فيها ولد الرسول محمدُ بن عبد الله - صلى الله عليه وسلم عام 571 م.(مكة المكرمة،2017، https://www.spa.gov.sa/).

5.1.. الدراسات السابقة :

***دراسة (الغامدي، دت) حول: دراسة عن مو اقع المساجد بمدينة مكة المكرمة.**

استهدفت الدراسة محاولة معرفة التوزيع المكاني للمساجد بالأحياء السكنية في مكة المكرمة، وذلك من خلال معرفة الأوضاع الحالية للمساجد من حيث الأبعاد، والخدمات المختلفة المتعلقة بالمساجد من خلال تصور المصلين، وأئمة المساجد، وتحليل أبعاد منازل المصلين عن المساجد على ضوء المساجد الحالية في الحي الواحد، ومحاولة وضع تصور لما يجب أن يكون عليه مستقبلا.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح الوصفي، وفي إطاره تم استخدام استمارة الاستبيان التي طبقت في 153 مسجد تم اختيارها بطريقة عشوائية على عينة من المصلين قوامها 623 تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية المنتظمة، وأخرى من أئمة المساجد قدرت بـ 153.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

-تبين من الدراسة أن معظم مرتادي المساجد هم من سكان الأحياء ذاتها.

-أوضحت الدراسة أن مستوى خدمات المرافق كانت متوسطة، وهناك قلة في مواقف السيارات.

-أشارت الدراسة إلى أن منازل المصلين والمساجد الحالية تتفاوت من حيث القرب والبعد.

-أبانت الدراسة أن معظم المساجد تقام فيها صلاة الجمعة وبها دورات مياه مع نقص في مساكن الأئمة والمؤذنين.

***دراسة (أبوزينة،2019) حول : مكة المكرمة في ضوء القرآن الكريم والسنة النبوية:**

استهدفت الدراسة البحث في طبيعة تناول نصوص الوحي القرآن والسنة النبوية لمكة المكرمة، واعتمدت الدراسة في دراسة الموضوع على المهج الوصفي بالإضافة إلى المنهجين الاستقرائي والاستنباطي.

وقد وقفت الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها:

- ورود ذكر مكة المكرمة في القرآن الكريم، والحديث الشريف، دلالة على عظم مكانة مكة المكرمة، وعلو قدرها.

- فضل الله تعالى مكة المكرمة على غيرها من الأماكن بعدد من الفضائل، فهي بلد حرام وهي البلد الآمن والمبارك فيه الكعبة التي هي قبلة المسلمين، وخير أرض الله، وأحب البلاد إليه، وإلى رسول الله عليه الصلاة والسلام.

-لمكة تسعة أسماء، وهذا يدل على عظم أمرها لأن كثرة الأسماء تدل على عظم المسمى وشرفه، فهي أشرف بقاع الأرض وأطهر بقعة على وجه الأرض.

-خص الله سبحانه و تعالى أهل مكة بأحكام مخصوصة فيهم، فيباح لهم بيع دورهم ،وإجارتها ،كما و يسن لهم أن يصلوا صلاة العيد في المسجد الحرام لا في الصحراء بخلاف غيرهم من البلدان .

فضل الله سبحانه وتعالى الحجر الأسود بجملة من الفضائل، فهو ياقوتة من يواقيت الجنة، والتمسح به يكفر الخطايا، ويشهد لمن يستلمه بالحق.

***دراسة (الصمعاني،2013) حول: مقام إبراهيم عليه السلام: تاريخه وأحكامه و ما ورد فيه من أثار:**

استهدف البحث جمع و بيان المسائل المتعلقة بمقام سيدنا إبراهيم عليه السلام من حيث الأحكام العقدية و الفقهية، والأخبار التاريخية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر أهمها:

-المقام هو الحجر الذي قام عليه إبراهيم عليه السلام حين ضعف عن رفع الحجارة عند بناء البيت، وفيه آثر قدميه عليه السلام آية بينة في المسجد الحرام قبالة باب البيت.

-سبب قيام إبراهيم على المقام ارتفاع بناء الكعبة.

-جاءت آثار مرفوعة إلى النبي صلى الله عليه وسلم، وبعضها موقوف على بعض أصحابه رضي الله عنهم تشير إلى أن حجر المقام من السماء، ولم يصح منها شيء.

-لا يشرع استلام أو تقبيل مقام إبراهيم عليه السلام، وقد نقل غير ذلك من أهل العلم الاتفاق على ذلك، والآثار الواردة عن السلف في هذا الباب كلها دالة على المنع من التبرك به الأول.

2.. الإجراءات المنهجية للدراسة:

هي جملة الخطوات التي يتم على أساسها معالجة الموضوع، وبيان نتائجه، وتتمثل في الآتي:

1.2.. نوع الدراسة والمنهج المعتمد :

بحسب المسار المنهجي للبحث، فإن هذه الدراسة تصنف ضمن البحوث الوصفية التي "تهدف كخطوة أولى إلى جمع بيانات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع اجتماعي وتحليل ما تم جمعه من بيانات بطريقة موضوعية كخطوة ثانية تؤدي إلى تعرف العوامل المكونة، والمؤثرة على الظاهرة كخطوة ثالثة".(عبيدات، أبو نصار، ومبيضين،1999، ص46-74).

ولأن طبيعة المشكلة البحثية هي التي تفرض على الباحث نوعية المنهج المستخدم، فقد استلزم اعتماد منهج المسح الوصفي الذي يعد حسب أحد الباحثين " جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن ظاهرة أو أكثر من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث، ولفترة زمنية كافية للدراسة"(حسين،2006، ص147). وسيظهر ذلك من خلال وصف المعالم المقدسة المتضمنة في منصة اليوتيوب.

2.2.. مجتمع الدراسة وعينتها:

لا يمكن الحديث عن العينة التي ستجرى عليها الدراسة دون التعرف على المجتمع الأصلي للبحث، والذي يشير إلى "مجموعة من المفردات التي تشترك في سمة أساسية أو في بعض السمات المشتركة، مما يجعل جميع المفردات التي تشترك فيما بينها في هذه السمات تمثل مجتمع، وقد يكون هذا المجتمع بشريا أو شيئا آخر". (إسماعيل،1996، ص94).

وتمثل جميع المضامين المرتبطة بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة التي قدمت عبر اليوتيوب خلال سنة 2021 مجتمعا للدراسة.

وأما بخصوص عينة الدراسة، فقد اتجهنا إلى اختيار العينة بأسلوب الحصر الشامل، والذي نقصد به تحليل جميع المضامين ذات العلاقة بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة خلال 2021. والتي بلغ تعدادها 12 مفردة.

3.2.. أداة التحليل:

اقتضت الدراسة استخدام أسلوب تحليل المحتوى كأداة منهجية لتحليل المضامين المتعلقة بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة، وفي إطار هذه الأداة تم الاعتماد على استمارة تحليل المحتوى، وهي

وثيقة تساعد في تحليل المضامين المتعلقة بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة عبر منصة اليوتيوب، وعادة ما تتضمن الاستمارة فئات التحليل، ووحدات التحليل.

1.3.2.. تحديد فئات التحليل:

تنقسم إلى نوعين من الفئات:

1-فئات المضمون ماذا قيل؟: وقد تم الاعتماد على الفئات الآتية:

-فئة الموضوعات: تعد فئة الموضوعات من الفئات الأكثر استعمالا في الدراسات التي تتناول تحليل المضمون، وعادة مما تهدف إلى التعرف على المضامين الذي يتناولها المحتوى في عينة الدراسة

ونقصد بالموضوعات هنا مجموعة المعالم المقدسة في مكة المكرمة التي تم إبرازها ضمن عينة الدراسة، وقد تضمنت فئة الموضوعات ضمن هذه الدراسة مجموعة من الفئات وهي: المسجد الحرام، غار حراء، غار ثور، عرفات، مسجد عائشة، جبل النور، الكعبة المشرفة، حجر إسماعيل، الحجر الأسود، مقام إبراهيم عليه السلام، الصفا والمروة، منى، بئر زمزم، مسجد نمرة.

-فئة مصدر المعلومات في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة: "وهي الخاصة بالكشف عن الجهة أو الهيئة أو الشخص مصدر المعلومة لتحديد مدى الثقة في المعلومات المقدمة"(إسماعيل، ؟1996، ص130).

وقد تم الاعتماد على الفئات الآتية:

-القائم بالاتصال ذاته

- القرآن الكريم.

- السنة النبوية.

- أحداث التاريخ

-رواية الصحابة.

-فئة الفاعلون: ترتبط هذه الفئة ببيان الأطراف الفاعلة في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة عبر منصة اليوتيوب، و قد تضمنت هذه الفئات مايلي:

-مرشد وكالات الحج والعمرة.

-شيوخ أئمة.

-مسؤولين عن صفحات فايسبوكية.

-مسؤولين في مكة المكرمة.

-زوار مكة المكرمة.

-غير محدد.

-**فئة الوظيفة:** تستخدم هذه الفئة لمعرفة مختلف الأهداف التي يتوخى القائم بالاتصال تحقيقها من المضامين المقدمة حول المعالم المقدسة في مكة المكرمة، وقد استخدمنا الفئات الفرعية الآتية: وظيفة التعليم، وظيفة التثقيف، الإخبار، وظيفة الشرح والتفسير .

2- **فئات الشكل كيف قيل؟**: شملت هذه الفئات الآتية:

-**فئة القوالب الفنية:** وهي التي توضح القوالب الإعلامية التي تم بها عرض المادة الإعلامية، وقد تم الاعتماد على الفئات الآتية: جرافيك، حديث مباش، تقرير، خبر، أخرى تذكر.

-**فئة اللغة:** ترتبط هذه الفئة البحث في المستويات اللغوية التي اعتمدت للتعريف بالمعالم المقدسة، وشملت هذه ما يلي:

-اللغة العربية.

-خليط من المستويات اللغوية.

-غير محدد.

-**فئة التفاعلية:** تهدف هذه الفئة إلى إبراز أشكال التفاعل مع مضامين عينة الدراسة وقسمنا هذه الفئة إلى:

- فئة مشاركة المضمون
- فئة الإعجاب.
- فئة التعليق.

2.3.2.. تحديد وحدات التحليل:

نقصد بها الوحدات التي يمكن إخضاعها للعد والقياس، وعليه فقد تم استخدام الوحدات الآتية:

1-**الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية**: ونعني بها هنا وحدة الفيديو، وقد تم الاعتماد على هذه الوحدة بغية معرفة عنوان الفيديو، والجهة المنتجة له، والموضوع الذي يدور حوله، وكذا اللغة المستخدمة.

2-**وحدة الفاعل**: وذلك للتعرف الأطراف الماركة في التعريف بالأماكن المقدسة عبر اليوتيوب.

3-**وحدة مقاييس الزمن**: تم استخدام هذه الوحدة قصد معرفة إجمالي زمن عينة الدراسة من المضامين المرتبطة بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة.

4-**وحدة الكلمة:** تم الاعتماد عليها للتعرف على أسماء الأماكن المقدسة في مكة المكرمة.

4.2.. تحديد وحدات العد والقياس:

نقصد بأسلوب العد والقياس هو نظام التسجيل الكمي بطريقة منتظمة تعيد بناء المحتوى في شكل أرقام وأعداد تساعد من خلال المعالجة الإحصائية لها الحصول على نتائج كمية تسهم في تفسير النتائج وتحقيق أهداف الدراسة.

ويذكر الباحثون (عبد الحميد،2009، ص182) أربع طرق للعد في تحليل المحتوى وهي:

_اكتشاف ما إذا كانت الفئات أو الوحدات موجودة أو غير موجودة في المحتوى.

_التكرار الذي تظهر به الفئات أو الوحدات.

_كمية أو مساحة الفئات أو الوحدات المختارة.

_قياس درجة الشدة التي تظهر بها الفئات والوحدات في المحتوى.

وتبعا لذلك وتحقيقا لأهداف الدراسة، فقد اختارت الباحثة الاعتماد على الأسلوبين الأول والثاني والثالث.

5.2.. حدود الدراسة:

***الحدود الموضوعية**: حيث ارتكز البحث حول المعالم المقدس في مكة المكرمة دون غير من المعالم في المدن الأخرى.

***حدود المكانية:** ركز البحث على موقع اليوتيوب كنموذج عن مواقع التواصل الاجتماعي دون غيره من المواقع.

***الحدود الزمنية:** حيث تم إنجاز هذه الدراسة في الفترة الزمنية الممتدة قبول ملخص الدراسة خلال أواخر نوفمبر إلى غاية شهر جانفي.

3.. عرض البيانات الكمية للدراسة وتفسيرها:

1.3.. تحليل فئات المضمون ماذا قيل؟:

-المعالم المقدسة التي تضمنتها عينة الدراسة عبر اليوتيوب:

جدول رقم 1

يوضح المعالم المقدسة التي تضمنتها عينة الدراسة عبر اليوتيوب

المعالم المقدسة التي تضمنتها عينة الدراسة عبر اليوتيوب	ك	النسبة
المسجد الحرام	13	%24،52
غار حراء	4	%7،54

غارثور	5	%9،43
عرفات	4	%7،54
مسجد عائشة	1	%1،88
جبل النور	3	%5،66
الكعبة المشرفة	8	%15،09
حجر إسماعيل	1	%1،88
الحجر الأسود	2	%3،77
مقام إبراهيم عليه السلام	2	%3،77
الصفا و المروة	3	%5،66
منى	1	%1،88
مسجد نمرة	1	%1،88
بئرزمزم	5	%9،43
مج	53	%100

المصدر: إعداد الباحثة

من خلال بيانات الجدول أعلاه يتضح أن جملة أكثر المعالم التي تم التعريف بها ضمن عينة الدراسة حسب نسب ترتيبها هي كم يلي :

المسجد الحرام في الترتيب الأول بنسبة24،52%، وهو أمر طبيعي فالمسجد الحرام هو أول مكان يحظر في خاطر الإنسان حينما تذكر مكة المكرمة، فلا يجدي سفر حسب أحد الباحثين "إلى مكة المكرمة دون زيارة المسجد الحرام، فهو البيت العتيق الذي اشتُق اسمه من حرمة القتال فيه، إنه أول بيت وضع للناس، والصلاة فيه تساوي مائة ألف صلاة في غيره"(المسجد الحرام،2020، فقرة1) فلا غرابة في أن يذكر في القرآن، ويأخذ هذه القداسة في نفوس المسلمين في كل بقاع العالم. يليها الكعبة المشرفة بنسبة15،09%، وقد أخذت هذا الاهتمام باعتبارها قبلة المسلمين في الصلاة، ومحل طواف الحجاج، كما أنها تذكر المسلمين بتشييدها على يد سيدنا إبراهيم، وابنه إسماعيل عليهما السلام . وفي الترتيب الثالث جاء غار ثور، وبئر زمزم بنسبة 9،43 % لكل منهما، وهو اهتمام نابع أيضا شرف المكان من حيث أن الأول هو المكان الذي يعتبر مرحلة انتقالية بالدعوة إلى الله تعالى، والثاني يذكرنا بأمنا

هاجر وهرولتها لأجل إرواء رضيعها إسماعيل عليه السلام، يليها أماكن مقدسة أخرى بنسب مختلفة، وفي لكل منها شرف المكان، وما يرويه من أحداث.

-مصادر المعلومات عن المعالم المقدسة التي تضمنتها عينة الدراسة عبر اليوتيوب:

جدول رقم 2

يوضح مصادر المعلومات عن المعالم المقدسة التي تضمنتها عينة الدراسة عبر اليوتيوب:

مصدر المعلومات عن المعالم المقدسة	ك	%
القائم بالاتصال ذاته	4	%25
نصوص القرآن الكريم	6	%37،5
نصوص الحديث النبوي	4	%25
أحداث التاريخ	1	%6،25
روايات الصحابة	1	%6،25
المجموع	16	%100

المصدر: إعداد الباحثة

-اعتمدت المضامين في تقديم معلوماتها للتعريف بالمعالم المقدسة عبر اليوتيوب على مصادر مختلفة، وتصدرها في ذلك نصوص القرآن الكريم بنسبة 37،5%، حيث كان مقدم المعلومات عن الأماكن المقدسة يستند إلى القرآن في التأكيد على قدسية المكان والحدث المتعلق به، يليه الحديث النبوي الشريف، والقائم بالاتصال من مرشدي الوكالات السياحية للحج والعمرة بنسبة 25%، فسرد الأحاديث النبوية يؤكد على الأحداث التي ارتبطت بالمعالم المقدسة من جهة، ويزيد من مصداقية المعلومة لدى المستخدم خاصة تلك التي ارتبطت بمبعثه عليه الصلاة والسلام، ووجود القائم بالاتصال يقتضي أيضا أن تكون لهم معرفة دقيقة و دراية كبيرة بهذه الأماكن.

-الفاعلون في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة عبر اليوتيوب:

جدول رقم 3

يوضح الفاعلون في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة عبر اليوتيوب

الفاعلون في التعريف بالمعالم المقدسة عبر اليوتيوب	ك	%
مرشد وكالات الحج و العمرة	2	%16،66
شيوخ أئمة	2	%16،66
مسؤولين عن صفحات فايسبوكية	3	%25

مسؤولين في مكة المكرمة	1	%8،33
زوار مكة	2	%16،66
غير محدد	2	%16،66
المجموع	12	%100

المصدر: إعداد الباحثة

من خلال الجدول رقم أعلاه تبين أن الجهات التي تولت التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة تمثلت حسب ظهورها في عينة الدراسة كما يلي: مسؤولين عن صفحات فايسبوكية بنسبة 25 %، وقد تمثلت في مبدعون و معالم مكة المكرمة ،يليها مرشدو وكالات الحج والعمرة و زوار مكة المكرمة والأئمة الشيوخ بنسبة 16،66%، وهو أمر منطقي بالنظر إلى الوظيفة الملقاة على عاتقهم بضرورة توجيه الراغبين في العمرة، والحج إلى مختلف الأماكن المقدسة التي تهم الزائر، كما ظهر الشيوخ الأئمة كفاعل أساس، حيث برز هؤلاء في التعريف ببعض الأماكن المقدسة، والتفصيل في شرح كل ما يتعلق بها من معلومات، بينما لم يتحدد البعض الآخر من الفاعلين حيث تم الاكتفاء بعرض المضمون مرفقا بالصور دون التعليق عليها.

-الوظائف التي تتوخاها المضامين المقدمة حول التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة:

جدول رقم 4

يوضح الوظائف التي تتوخاها المضامين المقدمة حول التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة

الوظيفة	ك	%
تعليمية	8	%25
إثراء ثقافة المستخدم حول المعالم المقدسة في مكة المكرمة	10	%31،25
الاخبار	12	%37،5
الشرح و التفسير	2	%6،25
المجموع	32	%100

المصدر: إعداد الباحثة

اهتمت المضامين الخاصة بالتعريف بالمعالم المقدسة بتحقيق مجموعة من الوظائف تصدرتها وظيفة الإخبار بنسبة 37،5% وهو أمر منطقي لأن الأصل في هذه المضامين هو تعريف المستخدم بمختلف المعالم المقدسة، وتوجيهه إلى أسمائها، ومواقعها، تلاها وظيفة إثراء ثقافة المستخدم بمختلف المعلومات عن الأماكن المقدسة بنسبة 31،25%، ونعتقد أن الاهتمام بوظيفة التثقيف هو محاولة من القائم بالاتصال إعطاء معلومات أوفر للمستخدم عن المعلم المقدس من باب زيادة رصيده المعرفي حول مختلف هذه الأماكن، يليها وظيفة التعليم بنسبة 25 %، وقد ارتبطت هذه الوظيفة

ببعض الأحكام مما يجب على المستخدم أن يأخذ بها إذا ما هو اتجه إلى هذه المعالم المقدسة، وفي الأخير جاءت وظيفة الشرح و التفسير بنسبة 6،25%، وهو إعطاء شروحات أكثر حول المعلم المقدس.

2.3.. تحليل فئات الشكل كيف قيل؟:

-القوالب المستخدمة في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة عبر اليوتيوب:

جدول رقم 5

يوضح القوالب المستخدمة في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة عبر اليوتيوب

القوالب	ك	%
جر افيك	2	%16،66
حديث مباشر	4	%33،33
تقرير	2	%16،66
خبر	2	%16،66
أخرى تذكر	2	%16،66
المجموع	12	%100

المصدر: إعداد الباحثة

-تنوعت القوالب المستخدمة في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة، حيث جاء الحديث المباشر في الترتيب الأول بنسبة 33،33%، وهو الذي يتصدر من خلاله القائم بالاتصال بالتعريف بالمعالم المقدسة مباشرة إلى المستخدم، بينما جاء التقرير، والخبر، والجرافيك في الترتيب الثاني بنسبة16،66 %، فأما التقرير فهو ذلك القالب الذي يشد انتباه المستخدمين، "و يقدم لهم المعلومات المختلفة بطرق مبتكرة وجذابة وتستخدم فيها الصور والمقاطع المصورة من أرض الواقع مما يعكس صورة واقعية عن الخبر و دليلا حقيقيا على واقعيته". (الأحمد،2015، https://syrianpc.com) ، وأما الجرافيك فقد تم استخدامه من خلال الرسوم المتحركة التي تعمل على إيصال المقصد من المعلومة، وأما الخبر فوظيفته إعلام المستخدم بمعطيات المعالم المقدسة .

-اللغة المستخدمة في التعريف بالمعالم المقدسة عبر اليوتيوب:

جدول رقم 6

يوضح اللغة المستخدمة في التعريف بالمعالم المقدسة عبر اليوتيوب

اللغة المستخدمة في التعريف بالمعالم المقدسة عبر اليوتيوب	ك	%
عربية فصحى	8	%66،66

خليط من المستويات اللغوية	3	%25
غير محدد	1	%8،33
المجموع	12	%100

المصدر: إعداد الباحثة

يبين الجدول رقم (6) تنوعا واضحا في مستويات اللغة التي تم استخدامها في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة، وقد تصدرت اللغة العربية إجمالي المستويات اللغوية، ولا ضير فهي لغة القرآن الكريم التي نزل بها الوحي ووجب أن يكون لها من التقدير ما تستحق، يليها خليط من المستويات اللغو(عربية، أجنبية، عامية)، وقد تم اللجوء إليها في اعتقادنا بشكل عفوي في بعض المواضع ربما كان ذلك لتبسيط الفكرة المراد إيصالها عن الأماكن المقدسة في مكة.

-أشكال التفاعل حول المضامين المقدمة عن المعالم المقدسة عبر اليوتيوب:

جدول رقم 7

أشكال التفاعل حول المضامين المقدمة عن المعالم المقدسة عبر اليوتيوب

أشكال التفاعل حول المضامين المقدمة عن المعالم المقدسة عبر اليوتيوب	ك	%
الإعجاب	2402،952	%58،99
التعليق	236	%5،79
إعادة المشاركة	1434	%35،20
المجموع	4072،952	%100

المصدر: إعداد الباحثة

يوضح الجدول رقم أعلاه أشكال التفاعلية التي رافقت التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة، بين الإعجاب والتعليق، وإعادة مشاركة الفيديوهات، وتفصيلا فقد تصدر الإعجاب إجمالي أشكال التفاعل بنسبة 58،99%، وقد أشارت مجمل صور الإعجاب إلى التجاوب الإيجابي لكل ما تم تقديمه عن مختلف المعالم المقدسة في مكة المكرمة، وأما إعادة المشاركة فشكلت نسبة معتبرة قدرت ب 35،20%، ولعل المقصد منها هو مشاركة المستخدمين أصدقاءهم هذه المضامين للتعرف أيضا على مختلف المعالم المقدسة والاستفادة منها ورغبتهم من جهة أخرى أن يستشعروا الأبعاد الروحية لهذه الأماكن، في حين جاء التعليق بنسبة 5،79%، وقد أوضحت معطياته إلى التعبير صراحة بالأدعية عن الرغبة الأكيدة في زيارة هذه الأماكن المقدسة مع ما رافقها من الثناء على الله تعالى والصلاة على النبي.

4.. نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة التي بين أيدينا إلى مجموعة من النتائج نبينها في الآتي:

-تنوعت المعالم المقدسة التي تم التعريف بها من خلال اليوتيوب، وكان الحظ الأوفر في ذلك للتعريف بالمسجد الحرام، وما تضمنه من أماكن مباركة، ولعل ذلك يعود إلى كونه يتضمن قبلة المسلمين و المكان الذي تهفو إليه قلوب المسلمين و أول المساجد التي تشد إليها الرحال .

-اعتمدت المضامين في تقديم معلوماتها للتعريف بالمعالم المقدسة عبر اليوتيوب، على مصادر مختلفة، وتصدرها في ذلك نصوص القرآن الكريم باعتباره المصدر الأول للتشريع عند المسلمين، ورافقها مصادر أخرى زادت من مصداقية المضامين المقدمة عن الأماكن المقدسة في مكة المكرمة.

-أظهرت الدراسة أن الجهات التي تولت التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة تمثلت حسب ظهورها في عينة الدراسة كما يلي: مسؤولين عن صفحات فايسبوكية، ومرشدو وكالات الحج و العمرة، وزوار مكة المكرمة، والأئمة الشيوخ، مما يدل على أهمية هذه المعالم التي تستحق أن يشارك في التعريف بها كل من يملك المعرفة الدقيقة عن هذه الأماكن.

-جاء ت وظيفة الإخبار على رأس الوظائف التي توختها المضامين المقدمة حول التعريف بالأماكن المقدسة، وهو الذي يؤصل بداية للمعلومة، ثم يستتبعه قوالب أخرى تعزز من المعلومات المقدمة عن المعالم المقدسة مثل التثقيف والتعليم وغيرها من الوظائف التي اهتمت بتحقيقها عينة الدراسة.

-تنوعت القوالب المستخدمة في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة، حيث جاء الحديث المباشر في صدارة القوالب ومهمته هو توجيه المستخدم إلى كيفية الوصول إلى هذه الأماكن وتعريفه بها.

-تنوعت مستويات اللغة التي تم استخدامها في التعريف بالمعالم المقدسة في مكة المكرمة، مثل اللغة العربية، وخليط بين مستويات لغوية أخرى، ومع أهمية اللغة العربية باعتبارها لغة القرآن، فإن ضرورة التعريف بالأماكن المقدسة بلغات أجنبية أمر في غاية الأهمية حتى يستفيد منها الناطقون بغيرها، واستقطابهم إلى دين الله تعالى.

-حضرت أشكال التفاعل في جميع مضامين عينة الدراسة التي قدمت التعريف بالمعالم المقدسة مثل الإعجاب وإعادة مشاركة الفيديوهات، والتعليق عليها، وهو ما يعني أهمية هذه المضامين كونها، وقدسيتها في نفوس المسلمين من مستخدمي اليوتيوب.

-تنوعت أشكال التفاعل بين الإعجاب والتعليق وإعادة للمضامين المتعلقة بالمعالم المقدسة عبر اليوتيوب، وشكلت صور الإعجاب النسبة الأكبر في ذلك.

5.. خاتمة:

لقد بات واضحا من خلال ما تم التوصل إليه من نتائج الأهمية القصوى التي تلعبها مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها موقع اليوتيوب في التعريف بالمعالم المقدسة، فهي تساعد المعتمر أو

الحاج على استكشاف مختلف الأماكن المقدسة، وتمكنه من الوصول إليها إن على المستوى الواقعي، أو على مستوى هذه المنصات، مما يجعل ضرورة الاستثمار فيها بشكل أوسع في تقريب مناسك الحج ومختلف الشعائر من المستخدمين لهذه المنصات.

على أن هذا الاستثمار لمواقع التواصل الاجتماعي يجب أن يأخذ في الاعتبار توسيع دائرة الإفادة، بحيث لا يكتفي بالتعريف بها باللغة العربية فحسب، وإنما يجب أن يتعداه إلى الترويج لها باللغات الأجنبية المختلفة لتقريب المسلمين أو غيرهم منها من منطلق المساهمة في الدعوة إلى الله التي أمر بها الشارع الحكيم.

قائمة المصادر والمراجع:

1-ابن منظور،(دت).*لسان العرب*. مج6 .دط. بيروت: دار صادر.

2-الأحمدي،أحمد، (2015)،التقرير التليفزيوني، :https://syrianpc.com .تاريخ الزيارة:2024./11/14

3-إسماعيل،محمود حسن،(1996).*مناهج البحث في إعلام الطفل*،ط1 .القاهرة:دار النشر للجامعات.

4-أبو زينة، هديل داود،(2019).*مكة المكرمة في ضوء القرآن الكريم والسنة النبوية*. ماجستير غير منشورة. كلية الدراسات العليا .جامعة الخليل. فلسطين.

5-بن يحي ،سميرة، بلعيور، الطاهر،(2021). أثر محتوى قنوات اليوتيوب على ثقافة الاستهلاك لدى المرأة العاملة في الزائر دراسة ميدانية على عينة من النساء العاملات بجامعة محمد الصديق بن يحي. *المجلة الجزائرية للأبحاث و الدراسات*. جيجل. مج4 .ع3 ..ص. ص586-599.

6-حسين،سمير محمد،(2006) .*دراسات في مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام* .ط 2 .القاهرة :عالم الكتب.

7-دون مؤلف.(2017). مكة المكرمة .. مهبط الوحي ومنطلق رسالة الإسلام السمحاء :https://www.spa.gov.sa/.تاريخ الزيارة:2024/10/12.

8-الرفاعي، أشرف عبد الرحيم.(2019). *دور شبكات التواصل الاجتماعي في الترويج الإعلامي للسياحة في الأردن من وجهة نظر السائحين المحليين والعرب*. ماجستير غير *منشورة*. كلية الاعلام. جامعة الشرق الأوسط. الأردن.

9-سلمى شيحي،(2017،) .*منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والانسانية .قسنطينة*: مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع.

10-الصمعاني ،يوسف بن عبد الله، *مقام إبراهيم عليه السلام :تاريخه وأحكامه و ما ورد فيه من أثار*، المدينة المنورة: دار المأثور.

11-عبد الحميد، محمد (2009). *تحليل المحتوى في بحوث الإعلام .دط. بيروت*، لبنان: دار مكتبة الهلال.

12-عبيدات، محمد، أبو نصار، محمد ،ومبيضين، محمد،(1999)،*منهجية البحث العلمي*. ط1 . الأردن: دار وائل.

13-الغامدي، عبد العزيز ن صقر، (دت) . *مواقع المساجد بمدينة مكة المكرمة*. د.م.ن..

14-محمد،رفعت محمود بهجات، (2016).*الضوابط الاخلاقية والتربوية اللازمة لمواجهة التأثيرات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي*. مج4 . مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام، 22/ 23/ 12/ 2016..