

مجلة

مجلة العلاقات العامة

Journal of
PR
research
Middle East

الشرق الأوسط



معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧

معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٦ = ٠,٧٠٨٧ Q1

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الرابعة عشرة - العدد الثالث والستون - يوليو/سبتمبر ٢٠٢٦ م

بحوث باللغة العربية:

- استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الصورة الذهنية للجماهير أثناء الصراعات الدولية:
دراسة تحليلية للحرب الأمريكية - الإسرائيلية ضد إيران
أ.د. مبارك بن واصل الحازمي (جامعة الملك عبد العزيز) ... ص ٩
- الصورة الذهنية لمدينة "عجلون" في ضوء الإعلام الرقمي ونموذج "كيفن لينش": قراءة نظرية تحليلية بينية
أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الجامعة الأردنية)
د. نفين سعيد حلالشة (الجامعة الأردنية) ... ص ٣٩
- استخدام الطلاب الوافدين لموقع بوابة الأزهر الإلكترونية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية
د. سالي أحمد رمضان الشامي (جامعة الأزهر)
د. جهاد عبد المنعم محمد سليمان (جامعة الأزهر) ... ص ٥٩
- بيئة العمل الآمنة كأحد محركات استدامة ريادة الأعمال النسائية:
دراسة ميدانية لأثر الوعي بالأمان المهني على التمكين الاقتصادي للمرأة في القطاعات الناشئة
د. رباب عبد الحكيم العشري (جامعة طنطا) ... ص ١٢١
- قياس الأثر المباشر لحملة العلاقات العامة التوعوية عبر فيسبوك:
دراسة ميدانية لتقييم مستوى وعي المرأة واتجاهاتها نحو المشاركة في السياسات العامة وصنع القرار
د. سالي سعد جودة إبراهيم (معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال) ... ص ١٥٣
- إدراك الهوية البصرية للبنوك العاملة في مصر: دراسة مقارنة بين العملاء وغير العملاء
شيماء محمد عبد المجيد العشماوي (الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات) ... ص ١٩١

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠
جميع الحقوق محفوظة ٢٠٢٦ © APRA



الوكالة العربية للعلاقات العامة
www.jpr.egpra.org.eg

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعداو التحرير

أ.د. مبارك بن واصل الحازمي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والاتصال

جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن

جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك ومستشار تعليم بكلية الدفاع الوطني

وزارة الدفاع - أبوظبي

أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

أستاذ العلاقات العامة المشارك بكلية الإعلام والعلاقات العامة

جامعة ليوا - العين

مدقق اللغة الإنجليزية

أ.م.د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المشارك في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

مدقق اللغة العربية

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزعبي

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel: +2237620818

www.jprrepra.org.eg

Email: jprrepra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. منى سعيد الحديدي (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون غير المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د. عبد الفتاح زكرياء مكوار (المغرب)

أستاذ التعليم العالي في علوم الإعلام والتواصل بكلية الآداب والعلوم الإنسانية بـ مكناس

جامعة الحسن الثاني بالدار البيضاء

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد وحالياً رئيس قسم الإعلام الرقمي بجامعة النور في نينوى / العراق

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العنادر (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للنباتات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة - الجامعة الأردنية

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ متقاعد تخصص دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال

جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

أ.د. خلود بنت عبد الله ملياني (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الاتصال والإعلام - جامعة الملك عبد العزيز

أ.د. طارق محمد الصعيدي (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية التربية النوعية - جامعة المنوفية

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواء بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الجمعية المصرية للعلاقات العامة
(EPRA)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٣٠١٩/٢٤٢٨٠

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jprrr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jprrr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة). والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في النشر والاستشارات العلمية والتعليم والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع محلي بدار الكتب المصرية، ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقّيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- تقبل المجلة نشر البحوث الخاصة بالترقّيات العلمية، كما تُقبل نشر أبحاث المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- تقبل المجلة نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، كما تقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية . الإنجليزية . الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة ببنت (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول فببنت (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذريًا فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا أو أكثر حسب ملاحظات التحكيم من وقت إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ ٥٥٠ \$ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريون والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبَل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث على (٤٠) صفحة A4، وفي حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهًا مصريًا للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ١٠ \$.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$. على ألا يزيد ملخص الرسالة على ٨ صفحات.
- يتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ويتم إرسال عدد (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع، ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر ٣٥٠ \$. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة، وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والبريد الإلكتروني المعتمد من المجلة jpr@epa.org.eg أو البريد الإلكتروني لرئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها اثنان وستون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٦م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، بمعامل تأثير = ٠,٧٠٨٧، كما تحسّلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢م بقيمة = ١,٥٦٩.

وكانت المجلة في صدارة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقّيات العلمية تخصص "الإعلام" وقام بتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفعّسة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST - دار المنظومة - العبيكان - معرفة - إثناء - بوابة الكتاب العلمي).

وفي هذا العدد - الثالث والستين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والأساتذة المشاركين والمساعدين.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا من السعودية قدّمه: أ.د. مبارك بن واصل الحازمي، من جامعة الملك عبد العزيز، بعنوان: "استراتيجيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة الصورة الذهنية للجماهير أثناء الصراعات الدولية: دراسة تحليلية للحرب الأمريكية - الإسرائيلية ضد إيران".

ومن الجامعة الأردنية نجد بحثًا مشتركًا مقدّمًا من: أ.د. تحسين منصور رشيد منصور، د. نفين سعيد حلالشة من الأردن، تحت عنوان: "الصورة الذهنية لمدينة "عجلون" في ضوء الإعلام الرقمي ونموذج "كيفن لينش": قراءة نظرية تحليلية بينية".

ومن جامعة الأزهر قدّم بحثًا مشتركًا من: د. سالي أحمد رمضان الشامي، د. جهاد عبد المنعم محمد سليمان، من مصر، بعنوان: "استخدام الطلاب الوافدين لموقع بوابة الأزهر الإلكترونية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية".

ومن جامعة طنطا قدّمت: د. رباب عبد الحكيم العشري، من مصر، دراسة بعنوان: "بيئة العمل الأمانة كأحد محركات استدامة ريادة الأعمال النسائية: دراسة ميدانية لأثر الوعي بالأمان المهني على التمكين الاقتصادي للمرأة في القطاعات الناشئة".

وقدّمت د. سالي سعد جودة إبراهيم، من مصر، من معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال، دراسة بعنوان: "قياس الأثر المباشر لحملات العلاقات العامة التوعوية عبر فيسبوك: دراسة ميدانية لتقييم مستوى وعي المرأة واتجاهاتها نحو المشاركة في السياسات العامة وصنع القرار". وأخيراً من الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات قدّمت: شيماء محمد عبد المجيد العشماوي، من مصر، دراسة لاستكمال إجراءات مناقشة الدكتوراة بعنوان: "إدراك الهوية البصرية للبنوك العاملة في مصر: دراسة مقارنة بين العملاء وغير العملاء".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول، ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجلات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراة والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيراً وليس آخراً ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

الصورة الذهنية لمدينة "عجلون" في ضوء الإعلام الرقمي ونموذج "كيفن لينش": قراءة نظرية تحليلية بينية^(*)

إعداد

د. نفين سعيد حلالشة^(٢)

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور^(١)

(*) تم استلام البحث بتاريخ ٢٣ أغسطس ٢٠٢٦م، وقُبل للنشر في ٣٠ سبتمبر ٢٠٢٦م.
(١) الأستاذ بقسم الصحافة والإعلام والاتصال الرقمي، كلية الآداب - الجامعة الأردنية.
(٢) أستاذ مساعد ورئيس قسم الصحافة والإعلام والاتصال الرقمي - الجامعة الأردنية.

الصورة الذهنية لمدينة "عجلون" في ضوء الإعلام الرقمي ونموذج "كيفن لينش": قراءة نظرية تحليلية بيئية

د. نفين سعيد حلالشة
n.halalsheh@ju.edu.jo
الجامعة الأردنية

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور
t.mansour@ju.edu.jo
الجامعة الأردنية

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تقديم قراءة نظرية تحليلية للصورة الذهنية لمدينة عجلون في ضوء نموذج "كيفن لينش"، مع توظيف الإعلام الرقمي بوصفه بُعدًا اتصاليًا يساهم في إعادة تمثيل عناصر المدينة وتداولها في الفضاء الرقمي. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ذي الطابع النظري، من خلال مراجعة الأدبيات ذات الصلة بالصورة الذهنية للمدينة، ونموذج "لينش"، والإعلام الرقمي، والدراسات السياحية المرتبطة بمدينة "عجلون"، ثم تطبيق عناصر النموذج الخمسة تحليلياً على المدينة بوصفها حالة دراسية. ويقوم التحليل على التمييز بين مكونات الصورة البيئية عند لينش، المتمثلة في الهوية والبنية والمعنى، وبين العناصر المكانية الخمسة: المسارات والحواف والمناطق والعقد والمعالم (Lynch, 1960). وتكتسب هذه المقاربة أهمية في البيئة الرقمية المعاصرة، إذ أظهرت دراسات إمكانية استخدام بيانات وسائل التواصل الاجتماعي في قراءة بعض عناصر صورة المدينة، مع تفاوت القدرة على تمثيل العناصر المختلفة (Huang et al., 2021)، كما أعادت دراسات حديثة طرح مكوّن المعنى من خلال تحليل مراجعات الأماكن الرقمية (Zhu et al., 2026).

وتشير القراءة النظرية إلى إمكانية تحديد عناصر لينش الخمسة في البنية المكانية والسياحية لعجلون بدرجات متفاوتة من الوضوح؛ إذ يمكن النظر إلى مسارات الحركة السياحية بوصفها مسارات، وبعض التضاريس والفواصل الطبيعية بوصفها حوافاً محتملة، والمجالات التاريخية والطبيعية بوصفها مناطق إدراكية، وبعض نقاط التجمع والحركة بوصفها عقدًا محتملة، في حين تبرز قلعة "عجلون" بوصفها معلمًا مكانيًا واضحًا. وتؤكد الدراسة أن هذه التحديدات تحليلية نظرية وليست نتائج ميدانية. كما تشير إلى أن الإعلام الرقمي لا يمثل أداة ترويجية فحسب، بل فضاءً لإعادة تمثيل المكان وانتقاء بعض خصائصه وإبرازها، بما قد يؤثر في الصورة المتوقعة للمدينة قبل التجربة المباشرة.

وتخلص الدراسة إلى أن القيمة التحليلية لنموذج لينش في حالة "عجلون" تكمن في فهم العلاقات بين عناصره، ودراسة انتقالها من المجال المكاني إلى المجال الاتصالي الرقمي. وتقتصر الدراسة إطارًا تحليليًا بيئيًا يربط البيئة المكانية، وعناصر "لينش"، والإدراك المكاني، والصورة الذهنية، وإعادة تمثيلها رقميًا، مع التأكيد على حاجة العلاقات المقترحة إلى اختبار ميداني أو حاسوبي لاحق.

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية، مدينة "عجلون"، الإعلام الرقمي، نموذج "كيفن لينش"، الدراسات البيئية، قابلية التصور.

مقدمة:

أصبحت دراسة الصورة الذهنية للمدن أكثر تعقيداً مع التحول الرقمي الذي أعاد تشكيل طرق إنتاج المعلومات المتعلقة بالأماكن وتداولها واستهلاكها. فلم يعد إدراك المدينة يتشكل من خلال الخبرة المباشرة بالمكان وحدها، وإنما يمكن أن يتأثر أيضاً بالصور والنصوص والمراجعات والمقاطع المرئية والخرائط والمحتوى الذي ينتجه المستخدمون والمؤسسات الإعلامية والسياحية في البيئة الرقمية. وقد أتاح هذا التحول إمكانيات جديدة لدراسة صورة المدينة، بحيث أصبحت البيانات الرقمية مصدراً يمكن من خلاله تحليل بعض مظاهر الإدراك المكاني وتمثيل المدينة، كما أظهرت دراسة (Huang et al. (2021 في منطقة Tri-City في بولندا، التي قارنت بين البيانات المستخرجة من وسائل التواصل الاجتماعي وبيانات مكانية وتقليدية، ووجدت توافقاً جيداً في تمثيل بعض عناصر لينش، ولا سيما المناطق والمعالم والمسارات، مع توافق أقل بالنسبة إلى الحواف والعقد .

ويأتي هذا التطور في سياق معرفي أوسع يتمثل في تزايد الحاجة إلى المقاربات البينية في دراسة الظواهر المركبة التي لا يمكن تفسيرها من خلال تخصص واحد. فالصورة الذهنية للمدينة تقع عند تقاطع المكان والإدراك والاتصال والثقافة والسياحة، الأمر الذي يجعل الجمع بين التحليل المكاني والتحليل الاتصالي مدخلاً مناسباً لدراستها. ومن هذا المنظور، لا يُستخدم الإعلام الرقمي في الدراسة الحالية باعتباره موضوعاً مستقلاً عن المكان، وإنما بوصفه طبقة اتصالية يمكن أن تعيد تمثيل الخصائص المكانية للمدينة وتعيد ترتيب درجة بروزها في الخطاب المتداول عنها.

ويُعد نموذج كيفن لينش أحد أبرز الأطر الكلاسيكية التي تناولت العلاقة بين البيئة المادية والصورة الذهنية للمدينة. ففي كتابه *The Image of the City*، الصادر عام ١٩٦٠م، طور لينش إطاراً لتحليل كيفية إدراك الأفراد للبيئة الحضرية وتنظيمها ذهنياً، وحدد خمسة عناصر مكانية أساسية هي: المسارات، والحواف، والمناطق، والعقد، والمعالم. كما ارتبط النموذج بمفهوم قابلية التصوير (Imageability)، أي قدرة البيئة المادية على إنتاج صورة واضحة ومتميزة وقابلة للتذكر في ذهن المراقب. (Lynch, 1960) وتؤكد المصادر الرسمية لمعهد MIT أن كتاب لينش قام على بحث تجريبي في بوسطن وجيرسي سيتي ولوس أنجلوس، وأن عناصره الخمسة أصبحت أساساً مهماً لفهم إدراك البنية الحضرية.

ولا تقتصر أهمية نموذج لينش على العناصر الخمسة، إذ يتضمن تصوره للصورة البيئية مكونات ثلاثة هي الهوية (Identity)، والبنية (Structure)، والمعنى (Meaning) فالهوية ترتبط بتميز العنصر وإمكان التعرف إليه، والبنية بالعلاقات المكانية بين العناصر، في حين يرتبط المعنى بالدلالات التي يكتسبها المكان بالنسبة إلى المراقب. (Lynch, 1960) وقد أعادت الأدبيات الحديثة الاهتمام بهذا الجانب، إذ درست (Zhu et al. (2026 مكوّن المعنى في الصورة الذهنية من خلال مراجعات الأماكن الرقمية، وخلصت إلى أن المعاني الاجتماعية والثقافية يمكن أن تعزز بروز بعض المعالم والعقد، بل يمكن أن تسهم في ظهور عقد جديدة في الخريطة الإدراكية.

وتزداد أهمية هذا الطرح عند دراسة مدينة عجلون في الأردن، نظراً إلى تداخل الخصائص التاريخية والطبيعية والسياحية في تكوين هويتها المكانية. فالمدينة ترتبط بقلعة "عجلون" بوصفها أحد أبرز معالمها التاريخية، كما ترتبط بالبيئة الجبلية والغابات والمواقع الطبيعية التي تمنحها خصائص مكانية متميزة. ومن ثم، فإنها توفر حالة مناسبة لتطبيق نموذج لينش بصورة نظرية، مع اختبار إمكان الانتقال من تحليل البنية المكانية إلى تحليل كيفية إعادة تمثيل هذه البنية في البيئة الرقمية.

وتتبع أهمية الدراسة الحالية من الجمع بين مستويين غالباً ما عولجا بصورة منفصلة: المستوى المكاني الذي يمثل نموذج لينش، والمستوى الاتصالي الذي يمثل الإعلام الرقمي. وتتمثل الفكرة المركزية للدراسة في أن الصورة الذهنية للمدينة لا ينبغي أن تُفهم بوصفها نتيجة مباشرة للخصائص المادية للمكان فقط، ولا بوصفها نتاجاً للمحتوى الإعلامي وحده، وإنما بوصفها حصيلة تفاعل محتمل بين خصائص المكان وطرق إدراكه وطرق تمثيله وإعادة تداوله.

وعليه، تتجه الدراسة إلى تقديم قراءة نظرية تحليلية لمدينة عجلون، لا تهدف إلى قياس الصورة الذهنية لدى عينة من الزوار، ولا إلى اختبار علاقات سببية إحصائية، وإنما إلى بناء إطار تفسيري يمكن أن يشكل أساساً لدراسات ميدانية وحاسوبية لاحقة.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من تنوع الخصائص التاريخية والطبيعية والسياحية التي تتميز بها مدينة عجلون، فإن دراسة صورتها الذهنية من خلال نموذج مكاني-اتصالي متكامل ما تزال بحاجة إلى مزيد من البحث. وتبرز المشكلة بصورة أكبر في ظل البيئة الرقمية التي أصبحت تتيح إنتاج صور متعددة للمدينة وتداولها خارج حدود التجربة المكانية المباشرة.

وتتمثل مشكلة الدراسة في غياب إطار نظري تحليلي يبني يربط بين عناصر الصورة المكانية وفق نموذج "كيفن لينش" وبين إعادة تمثيل هذه العناصر في الإعلام الرقمي، مع تطبيق ذلك على مدينة عجلون بوصفها حالة تاريخية وطبيعية وسياحية.

ولا تفترض الدراسة وجود علاقة سببية مثبتة بين الإعلام الرقمي والصورة الذهنية، وإنما تتعامل مع هذه العلاقة بوصفها مسألة نظرية قابلة للتحليل والاختبار المستقبلي.

أسئلة الدراسة:

السؤال الرئيس:

كيف يمكن تفسير الصورة الذهنية لمدينة "عجلون" في ضوء عناصر نموذج "كيفن لينش"، وما الدور الذي يمكن أن يؤديه الإعلام الرقمي في إعادة تمثيل هذه الصورة ضمن مقاربة نظرية تحليلية بينية؟

الأسئلة الفرعية:

١. كيف يمكن تحديد عناصر لينش الخمسة وتحليلها في البنية المكانية والسياحية لمدينة "عجلون"؟
٢. كيف يمكن تفسير العلاقة بين عناصر الصورة المكانية والصورة الذهنية للمدينة؟
٣. ما الدور المحتمل للإعلام الرقمي في إعادة تمثيل عناصر مدينة عجلون وإبرازها؟
٤. كيف يمكن بناء إطار تحليلي بيئي يدمج بين البعد المكاني والبعد الاتصالي في دراسة الصورة الذهنية للمدينة؟

أهداف الدراسة:

الهدف الرئيس:

تقديم قراءة نظرية تحليلية بينية للصورة الذهنية لمدينة "عجلون" في ضوء نموذج "كيفن لينش"، مع تفسير الدور المحتمل للإعلام الرقمي في إعادة تمثيل عناصر الصورة المكانية.

الأهداف الفرعية:

١. تحديد عناصر لينش الخمسة القابلة للتطبيق النظري على مدينة "عجلون".
٢. تحليل الوظيفة الإدراكية المحتملة للمسارات والحواف والمناطق والعقد والمعالم في تكوين صورة المدينة.
٣. تفسير العلاقة بين البيئة المكانية والصورة الذهنية.
٤. تحليل الإعلام الرقمي بوصفه مجالاً لإعادة تمثيل الصورة المكانية للمدينة.
٥. تقديم إطار نظري بيئي يمكن اختباره في دراسات ميدانية أو حاسوبية مستقبلية.

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ذي الطابع النظري، وذلك من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بنموذج "كيفن لينش"، والصورة الذهنية للمدينة، والإعلام الرقمي، والسياحة المكانية، ثم توظيف هذه الأدبيات في قراءة مدينة عجلون بوصفها حالة دراسية. ويقوم التحليل على مستويين مترابطين. يتمثل المستوى الأول في تحليل البيئة المكانية للمدينة من خلال عناصر لينش الخمسة: المسارات، والحواف، والمناطق، والعقد، والمعالم. أما المستوى الثاني فيتعلق بتفسير كيفية إمكان إعادة تمثيل هذه العناصر في البيئة الرقمية، وما يترتب على ذلك من احتمالات في تشكيل الصورة المتداولة عن المدينة. ولا تتضمن الدراسة جمع بيانات ميدانية أو استبيانات أو مقابلات، كما لا تختبر فرضيات إحصائية. ولذلك، فإن العبارات المتعلقة بالإدراك والصورة الذهنية والإعلام الرقمي تُصاغ في حدود الإمكان النظري، ولا تُقدم باعتبارها نتائج ميدانية.

وتتسجم هذه المقاربة مع التطور في دراسة صورة المدينة في البيئة الرقمية، حيث بينت دراسة Huang et al. (2021) إمكانية استخراج بعض عناصر صورة المدينة من البيانات الجغرافية المرتبطة بوسائل التواصل الاجتماعي، بينما ناقشت Wessel et al. (2018) إعادة النظر في مبادئ قابلية القراءة لدى "لينش" في سياق المدينة الرقمية.

الإطار النظري والتحليلي:

أولاً: الدراسات البيئية والتحول الرقمي:

تتبع الطبيعة البيئية للدراسة من أن موضوع الصورة الذهنية للمدينة لا ينتمي بصورة حصرية إلى حقل معرفي واحد؛ فهو يجمع بين دراسة البيئة المادية، والإدراك الإنساني، والاتصال، والإعلام، والسياحة، والتخطيط الحضري. ولذلك، فإن تحليل المدينة من منظور واحد قد يؤدي إلى عزل أحد مكوناتها عن المكونات الأخرى.

وفي البيئة الرقمية، تزداد الحاجة إلى هذا التكامل؛ لأن المكان لم يعد يُختبر فقط من خلال الوجود الفيزيائي فيه، وإنما يمكن أن يُرى ويُوصف ويُناقش ويُقيّم رقمياً قبل الزيارة وأثناءها وبعدها. ومن هنا، يصبح الإعلام الرقمي وسيطاً لإنتاج المعنى المكاني وتداوله، وليس مجرد قناة لنقل المعلومات. وتتسق هذه الرؤية مع الدراسات التي تعاملت مع التحول الرقمي بوصفه عاملاً أعاد تشكيل طرق قراءة المدينة. فقد أظهرت Huang et al. (2021) أن بيانات وسائل التواصل الاجتماعي يمكن استخدامها في دراسة بعض عناصر صورة المدينة، بينما ناقشت Wessel et al. (2018) العلاقة بين مبادئ لينش والبيئة الرقمية.

وعليه، تقوم الدراسة الحالية على تكامل مستويين: المكان بوصفه بنية مادية قابلة للإدراك، والإعلام الرقمي بوصفه فضاءً لإعادة تمثيل هذه البنية.

ثانياً: الصورة الذهنية للمدينة:

تشير الصورة الذهنية للمدينة إلى البناء الإدراكي الذي يتشكل لدى الفرد حول مكان معين نتيجة تفاعله مع خصائصه المادية والاجتماعية والثقافية والرمزية، سواء من خلال التجربة المباشرة أو من خلال مصادر غير مباشرة.

ويقتضي هذا المفهوم التمييز بين الصورة الذهنية للمدينة وبين بعض المفاهيم المرتبطة بها، ولا سيما قابلية التصور والقابلية للقراءة.

جدول (١)

التمييز بين مفهوم الصورة الذهنية للمدينة والمفاهيم المرتبطة بها في نموذج لينش

المفهوم	المقصود
الصورة الذهنية للمدينة	البناء الإدراكي الذي يتشكل لدى الفرد حول المدينة وعناصرها وخصائصها ومعانيها.
قابلية التصور Imageability	قدرة البيئة على إنتاج صورة واضحة ومتميزة وقابلة للتذكر في ذهن المراقب.
القابلية للقراءة Legibility	مدى سهولة تنظيم البنية المكانية وفهمها وتحديد العلاقات بين عناصرها.

ويُعد مفهوم قابلية التصور من المفاهيم المركزية في نموذج لينش؛ فقد ربط لينش بين خصائص البيئة وبين قدرتها على إنتاج صور ذهنية واضحة ومتميزة. (Lynch, 1960) ويؤكد العرض الرسمي لكتاب لينش أن مفهوم *imageability* كان من أهم إسهاماته النظرية في دراسة شكل المدينة وإدراكها. أما القابلية للقراءة فتتصل بمدى سهولة تنظيم المدينة إدراكياً وفهم بنيتها. وقد أعادت Wessel et al. (2018) مناقشة مبادئ لينش في ضوء البيئة الرقمية، مشيرة إلى أن الانتقال إلى المجال الرقمي يفرض أسئلة جديدة حول كيفية تمثيل المدينة وإدراكها.

ثالثاً: نموذج "كيفن لينش" للصورة الذهنية:

يمثل كتاب *The Image of the City* الصادر عام ١٩٦٠م الأساس النظري لنموذج لينش. وقد استند "لينش" إلى دراسة إدراك المدينة في ثلاث مدن أمريكية هي "بوسطن" و"جيرسي سيتي" و"لوس أنجلوس"، وانتهى إلى تحديد خمسة أنواع رئيسة من العناصر التي يستخدمها الأفراد في تنظيم صورهم الذهنية للمدينة. (Lynch, 1960)

وتتمثل هذه العناصر في:

١. المسارات (Paths).
٢. الحواف (Edges).
٣. المناطق (Districts).
٤. العقد (Nodes).
٥. المعالم (Landmarks).

ولا ينبغي فهم هذه العناصر بوصفها وحدات مستقلة تماماً؛ إذ أكد لينش أهمية العلاقات بينها في تكوين صورة كلية متماسكة. وتوضح الأدبيات اللاحقة أن العناصر الخمسة تمثل مكونات أساسية في تنظيم الخريطة الإدراكية للمدينة. (Lynch, 1960; Filomena et al., 2019)

كما ينبغي التمييز بين العناصر الخمسة وبين مكونات الصورة البيئية الثلاثة: الهوية والبنية والمعنى. فالهوية والبنية والمعنى تمثل أبعاداً تفسيرية للصورة البيئية، في حين تمثل المسارات والحواف والمناطق والعقد والمعالم عناصر مكانية يمكن التعرف إليها وتحليلها.

رابعاً: الهوية والبنية والمعنى في نموذج "لينش":

يرتبط تحليل الصورة البيئية عند "لينش" بثلاثة مكونات أساسية:

١. الهوية:

تعني تميز العنصر وقدرة المراقب على التعرف إليه باعتباره وحدة مميزة عن غيره. (Lynch, 1960)

٢. البنية:

تشير إلى العلاقات المكانية والتنظيمية التي تربط العنصر بغيره وبالمراقب.

٣. المعنى:

يتعلق بالدلالات العملية أو العاطفية أو الثقافية التي يكتسبها المكان بالنسبة إلى المراقب. وتكتسب هذه الثلاثية أهمية خاصة في البيئة الرقمية. فقد ركزت دراسات عديدة على الهوية والبنية من خلال العناصر المكانية الخمسة، في حين بقي المعنى أكثر صعوبة في القياس والتحليل. وقد حاولت (Zhu et al., 2026) معالجة هذا الجانب باستخدام مراجعات الأماكن الرقمية وتقنيات معالجة اللغة الطبيعية، وخلصت إلى أن المعاني الاجتماعية والثقافية المرتبطة بالمكان يمكن أن تعزز بروز المعالم والعقد، ويمكن أن تضيف طبقات جديدة إلى بنية الصورة الذهنية. وهذا التطور مهم بالنسبة للدراسة الحالية؛ لأن الإعلام الرقمي لا يعرض المكان باعتباره مجموعة من الخصائص المادية فقط، بل يرفقه بسرديات وتعليقات وتقييمات وتجارب ومعانٍ قد تؤثر في طريقة تمثيله.

خامساً: عناصر "لينش" الخمسة:

١. المسارات (Paths):

المسارات هي قنوات الحركة التي ينتقل عبرها الأفراد، مثل الطرق والشوارع والممرات والمسارات. وتكتسب أهميتها من كونها تنظم الحركة وتربط العناصر المختلفة ببعضها. (Lynch, 1960) وقد أكدت دراسات تطبيقية لاحقة إمكانية استخدام المسارات في قراءة البنية الحضرية في سياقات مختلفة (Khashim et al., 2017; Lau et al., 2021).

وفي البيئة الرقمية، يمكن أن يتحول المسار من عنصر مكاني إلى عنصر سردي؛ فالمحتوى المرئي قد يعرض الرحلة إلى موقع سياحي بوصفها جزءاً من تجربة المكان، وليس مجرد وسيلة للوصول إليه.

٢. الحواف (Edges):

الحواف هي عناصر خطية تمثل حدوداً أو فواصل بين مناطق مختلفة. ويمكن أن تكون طبيعية أو من صنع الإنسان. (Lynch, 1960)

وفي المدن ذات التضاريس المتنوعة، يمكن أن تكتسب الحدود الطبيعية أهمية إدراكية، إلا أن تحديدها باعتبارها حوافاً وفق نموذج لينش يحتاج إلى التحقق من كيفية إدراك المستخدمين لها، وليس من وجودها الفيزيائي وحده.

٣. المناطق (Districts):

المناطق هي وحدات مكانية يمكن تمييزها من خلال خصائص مشتركة أو هوية معينة (Lynch, 1960). وتساعد هذه الوحدات الفرد على تنظيم المدينة إلى أجزاء ذات خصائص مميزة. وقد استخدمت دراسات تطبيقية نموذج لينش لتحليل المناطق والخصائص المتجانسة في مدن مختلفة (Khashim et al., 2017; Rahmawati et al., 2023).

٤. العقد (Nodes):

العقد هي نقاط التركيز أو التجمع التي تلتي عندها الحركة أو النشاط. ويمكن أن تكون تقاطعات أو ساحات أو نقاط جذب. (Lynch, 1960)

ولا يكفي وجود موقع تتجمع فيه الحركة مادياً للحكم عليه بأنه عقدة إدراكية؛ إذ ينبغي أن يكون له دور واضح في تنظيم إدراك المستخدم للمكان.

٥. المعالم (Landmarks):

المعالم هي عناصر مرجعية بارزة تساعد على التعرف إلى المكان وتذكره، وقد تكون مباني أو تكوينات طبيعية أو عناصر أخرى ذات حضور بصري واضح. (Lynch, 1960)

ويمثل هذا العنصر أهمية خاصة في المدن السياحية؛ لأن بعض المواقع التاريخية أو الطبيعية قد تتحول إلى رموز تختصر صورة المدينة في ذهن الزائر.

سادساً: الصورة المكانية في البيئة الرقمية:

أدى انتشار وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية إلى ظهور مصادر جديدة لدراسة صورة المدينة. فلم يعد الباحث مضطراً إلى الاعتماد حصراً على الخرائط أو المقابلات أو الرسومات الذهنية، إذ يمكن أن توفر الصور والنصوص والمراجعات والبيانات الجغرافية المرتبطة بالمحتوى الرقمي مؤشرات حول الأماكن التي تحظى بالاهتمام.

وتقدم دراسة (Huang et al. (2021 مثلاً مهماً على هذا الاتجاه؛ فقد استخدمت بيانات جغرافية من Instagram و Twitter إلى جانب مصادر أخرى لاختبار إمكانية استخراج عناصر لينش من البيانات الرقمية. وأظهرت النتائج توافقاً جيداً بين بعض العناصر المستخرجة من وسائل التواصل وبين البيانات المرجعية، ولا سيما المناطق والمعالم والمسارات، في حين كان التوافق أقل وضوحاً بالنسبة إلى الحواف والعقد. كما ارتبطت كثافة ظهور بعض المواقع على Instagram بإدراكها بوصفها معالم معمارية أو مناطق جذب سياحي .

ويقدم ذلك دليلاً على أن المحتوى الرقمي يمكن أن يكون مصدراً لتحليل الصورة المكانية، لكنه لا يعني أن الصورة الرقمية تمثل بالضرورة الصورة الفعلية للمكان بصورة كاملة. فقد يؤدي الانتقاء الإعلامي إلى تضخيم بعض العناصر وإخفاء عناصر أخرى.

وهنا تبرز أهمية (Wessel et al. (2018 ، التي ناقشت إعادة النظر في مبادئ قابلية القراءة عند انتقال صورة المدينة إلى البيئة الرقمية .

سابعاً: المعنى والإعلام الرقمي:

يمثل مكوّن المعنى نقطة مهمة في الربط بين نموذج لينش والإعلام الرقمي. فالمكان قد يكون مهماً في الخريطة الإدراكية ليس فقط بسبب شكله أو موقعه، بل بسبب القصص والذكريات والدلالات الاجتماعية والثقافية المرتبطة به.

وتقدم (Zhu et al. (2026) إسهاماً حديثاً في هذا الاتجاه من خلال تحليل مراجعات الأماكن في سنغافورة، واستخدام نموذج لغوي لاستخلاص فئات المعنى المرتبطة بالأماكن. وتوصلت الدراسة إلى أن المعنى يمكن أن يقوي حضور بعض المعالم والعقد القائمة، كما يمكن أن يسهم في بروز مواقع جديدة في الخريطة الذهنية بسبب المعاني المرتبطة بها. واقترحت الدراسة مفهوم *meaning patch* بوصفه طبقة يمكن أن تضيف إلى فهم البنية الإدراكية للمدينة .

ولا يعني ذلك أن الدراسة الحالية تتبنى *meaning patch* بوصفه عنصراً سادساً في نموذج لينش؛ وإنما تستفيد منه لتأكيد أن الصورة الذهنية المعاصرة لا يمكن فهمها من خلال الخصائص المادية وحدها، وأن المحتوى الرقمي قد يحمل معاني اجتماعية وثقافية مرتبطة بالمكان.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات المرتبطة بنموذج "لينش":

شكل نموذج "لينش" أساساً لعدد كبير من الدراسات التي سعت إلى اختبار عناصر الصورة الذهنية في بيئات حضرية مختلفة. وقد أكدت هذه الدراسات استمرار صلاحية العناصر الخمسة بوصفها أدوات لتحليل إدراك البيئة المكانية، مع اختلاف طرق التطبيق من سياق إلى آخر.

فقد استخدم (Khashim et al. (2017) عناصر لينش في دراسة حالة في "بوتراجايا" بماليزيا، مع التركيز على عناصر التصميم الحضري والإدراك المكاني. كما استخدم (Lau et al. (2021) النموذج في دراسة بيئة حضرية في "بينانغ" بماليزيا، مع التركيز على العناصر الحضرية وعلاقاتها بالبنية المكانية.

وفي سياق مختلف، ناقشت (Niță (2021) إمكانية إعادة قراءة نموذج لينش في ظل ديناميات النسيج الحضري، بما يؤكد أن النموذج لا يزال قابلاً لإعادة التوظيف مع تغير البيئات الحضرية. كما استخدمت (Rahmawati et al. (2023) النموذج في دراسة صورة مدينة Ponorogo في إندونيسيا، بما يبين اتساع نطاق استخدام عناصر لينش في السياقات غير الغربية.

وتشير هذه الدراسات مجتمعة إلى استمرار القيمة التحليلية للنموذج، لكنها تركز بصورة أساسية على البيئة المكانية والإدراك الحضري، ولا تجعل الإعلام الرقمي محوراً مركزياً في تحليل الصورة.

ثانياً: الدراسات التي ربطت لينش بالبيئة الرقمية:

يمثل هذا المحور الأقرب إلى موضوع الدراسة الحالية.

فقد قدمت (Wessel et al. (2018) قراءة نقدية لمبادئ قابلية القراءة عند لينش في سياق المدينة الرقمية، وناقشت الكيفية التي يمكن أن تغير بها الأدوات الرقمية طريقة تمثيل المدينة وإدراكها.

أما (Huang et al. (2021) ، فقد قدمت تطبيقاً أكثر مباشرة من خلال استخدام بيانات وسائل التواصل الاجتماعي وتحليلها لاستخراج عناصر مرتبطة بصورة المدينة. وتكمن أهمية هذه الدراسة في

أنها لا تتعامل مع الإعلام الرقمي بوصفه وسيلة ترويج فقط، بل بوصفه مصدرًا للبيانات المتعلقة بإدراك المكان.

وفي اتجاه أكثر حداثة، قدمت Zhu et al. (2026) محاولة لدمج مكوّن المعنى في دراسة الصورة الذهنية من خلال مراجعات الأماكن الرقمية، مما يوسع النقاش من العناصر المادية إلى الدلالات الاجتماعية والثقافية التي تنتج في البيئة الرقمية.

وتكشف هذه الدراسات عن انتقال واضح من السؤال التقليدي: كيف يدرك الإنسان المدينة؟ إلى سؤال أكثر تعقيداً: كيف تتشكل صورة المدينة من تفاعل المكان مع البيانات والمحتوى الرقمي والمعاني المتداولة حوله؟

ثالثاً: الدراسات العربية والأردنية:

تناولت دراسات عربية مختلفة الصورة البصرية والذهنية للمدينة من زوايا متعددة. فقد تناول الذياب (٢٠٠٧م) الخصائص البصرية للشوارع التجارية في مدينة عمان، بينما تناول الأزهرى (٢٠٠٧م) العلاقة بين التكوين البيئي والهوية المعمارية وإدراك المدينة من خلال المقارنة بين عمان وإربد.

كما تناولت المهنا (٢٠١٥م) الصورة الذهنية والبصرية لمدينة طرابلس، في حين بحث الشمس الدين والمدحجي (٢٠١٥م) فاعلية الصورة الذهنية في التعرف إلى المكان الحضري في مدينة صنعاء.

وتفيد هذه الدراسات في تأكيد أهمية الخصائص البصرية والمكانية في تشكيل صورة المدينة، إلا أنها لا تقدم الإطار التكاملي الذي تقترحه الدراسة الحالية بين نموذج لينش والإعلام الرقمي.

وفي المجال السياحي الأردني، تناولت مقابلة (٢٠١١م) الصورة السياحية للأردن من وجهة نظر السياح العرب، في حين بحث بن حدو والضمور (٢٠١١م) الصورة المدركة للبتراء كمقصد سياحي. كما تناولت عساف (٢٠١٩م) تقييم السائح الأردني للخدمات المقدمة في المواقع السياحية في الأردن.

وتفيد هذه الدراسات في توضيح أن الصورة السياحية لا تتشكل من العناصر المادية وحدها، وإنما تتأثر أيضاً بالتجربة والخدمات والتفاعل مع المكان.

رابعاً: الدراسات المرتبطة بمدينة عجلون:

تمثل دراسة "الدبيس" و"الزبون" (٢٠٢٤م) أهمية مباشرة بالنسبة إلى الدراسة الحالية؛ إذ تناولت التجربة السياحية في قلعة "عجلون" و"الكرك" اعتماداً على محتوى المواقع الإلكترونية. وتكمن أهميتها بالنسبة إلى الدراسة الحالية في أنها توفر مدخلاً لفهم كيفية انعكاس تجربة الزوار في المحتوى الرقمي المرتبط بالموقع.

غير أن الدراسة الحالية تختلف عنها من حيث الإطار النظري؛ فهي لا تدرس تقييم التجربة السياحية بوصفه متغيراً مستقلاً، وإنما توظف نموذج "لينش" لتحليل البنية المكانية للصورة الذهنية، ثم تربط ذلك نظرياً بالتمثيل الإعلامي الرقمي.

وبذلك يمكن النظر إلى الدراسة السابقة بوصفها إحدى نقاط الالتقاء بين المكان السياحي، وتجربة الزائر، والمحتوى الرقمي، بينما تضيف الدراسة الحالية إليها إطار لينش والمقاربة البيئية.

الفجوة البحثية:

تكشف مراجعة الدراسات السابقة عن ثلاث فجوات أساسية:

١. فجوة موضوعية: محدودية الدراسات التي تجمع بين الصورة الذهنية المكانية والإعلام الرقمي في إطار واحد .
 ٢. فجوة سياقية: ندرة تطبيق هذا الإطار على مدينة عجلون بوصفها مدينة ذات خصائص تاريخية وطبيعية وسياحية.
 ٣. فجوة منهجية: الحاجة إلى إطار نظري يمكن أن يمهد لدراسات ميدانية أو حاسوبية تختبر العلاقة بين عناصر لينش والتمثيل الرقمي للصورة الذهنية .
- وعليه، تتمثل الإضافة المقترحة للدراسة الحالية في بناء قراءة نظرية تحليلية بينية تربط بين نموذج لينش والإعلام الرقمي، مع تطبيقها النظري على عجلون.

الإطار التحليلي المقترح:

تقترح الدراسة إطاراً تفاعلياً يتكون من خمس حلقات مترابطة:

البيئة المكانية لمدينة "عجلون"



عناصر لينش الخمسة



الإدراك المكاني والصورة الذهنية



إعادة تمثيل الصورة في الإعلام الرقمي



إعادة إنتاج التوقعات والصورة المتداولة عن المدينة

ولا تفترض هذه الصياغة خطأً سببياً بسيطاً؛ فالإعلام الرقمي يمكن أن يعيد تقديم عناصر المكان، لكن المحتوى الرقمي نفسه قد يؤثر في توقعات المستخدم وطريقة نظره إلى المكان لاحقاً. وبالتالي يمكن تصور العلاقة بوصفها دورة تفاعلية وليست سلسلة خطية.

وتقوم هذه الدورة على ثلاثة مبادئ:

١. التكامل الإدراكي:

لا تعمل عناصر لينش منفردة؛ فالمسارات قد تقود إلى العقد، والعقد قد ترتبط بالمعالم، بينما تحدد الحواف والمناطق الإطار الذي تنتظم داخله هذه العناصر. (Lynch, 1960)

٢. إعادة التمثيل الرقمي:

لا ينتقل المكان إلى الإعلام الرقمي كما هو بالضرورة، وإنما يعاد اختياره وتأطيره وتصويره ووصفه. ولذلك قد تزداد أهمية بعض العناصر إعلامياً مقارنة بعناصر أخرى.

٣. التفاعل بين الصورة المتوقعة والمختبرة:

يمكن للمحتوى الرقمي أن يساهم في تكوين صورة متوقعة قبل الزيارة، ثم تتفاعل هذه الصورة مع الخبرة المباشرة بالمكان. وهذه العلاقة ليست نتيجة مثبتة في الدراسة الحالية، وإنما مقترح تحليلي يمكن اختباره مستقبلاً.

مدينة "عجلون" بوصفها حالة دراسية:

تمثل "عجلون" حالة مناسبة للتحليل النظري بسبب تداخل العناصر التاريخية والطبيعية والسياحية في بنيتها المكانية. وتبرز قلعة عجلون بوصفها عنصراً تاريخياً بارزاً، إلى جانب البيئة الجبلية والطبيعية التي تمنح المنطقة خصائص مكانية مميزة.

غير أن الدراسة لا تفترض مسبقاً أن كل عنصر مكاني موجود في "عجلون" يمثل بالضرورة عنصراً من عناصر لينش. فالتطبيق الدقيق للنموذج يتطلب النظر إلى كيفية إدراك العنصر ووظيفته في الخريطة الذهنية، وليس مجرد وجوده المادي.

وبناءً على ذلك، يقدم الجدول الآتي تحديداً نظرياً أولياً، وليس حكماً ميدانياً نهائياً:

جدول (٢)

التجسيد النظري المحتمل لعناصر لينش في عجلون ودرجة الثقة النظرية

عناصر لينش	التجسيد النظري المحتمل في عجلون	درجة الثقة النظرية
المسارات	الطرق ومسارات الحركة السياحية المؤدية إلى المواقع السياحية، ومسارات المواقع الطبيعية	مرتفعة
الحواف	بعض التضاريس والفواصل الطبيعية التي يمكن أن تؤدي وظيفة حدية إدراكياً	متوسطة
المناطق	المجالات ذات الخصائص التاريخية أو الطبيعية المتميزة	متوسطة
العقد	نقاط التجمع أو الحركة التي تؤدي دوراً محورياً في تجربة الزائر	متوسطة
المعالم	قلعة عجلون وبعض المعالم الطبيعية أو التاريخية البارزة	مرتفعة

يجب التأكيد على أن درجة الثقة هنا تعكس قوة التحديد النظري، لا نسبة إحصائية ولا نتيجة ميدانية.

التحليل النظري لعناصر لينش في "عجلون":

١. المسارات:

يمكن النظر إلى الطرق ومسارات الحركة المؤدية إلى المواقع السياحية في عجلون بوصفها مسارات محتملة وفق نموذج "لينش". وتكتسب هذه المسارات أهمية إضافية في حالة المدينة الجبلية؛ لأن تجربة الحركة قد ترتبط بالتدرج المكاني وتتابع المشاهد البصرية.

ومن الناحية الاتصالية، يمكن أن يتحول المسار إلى جزء من سردية المكان في المحتوى الرقمي، من خلال عرض الرحلة والحركة والانتقال بين المواقع.

لكن لا ينبغي الجزم بأن مسارًا معينًا يمثل المسار الإدراكي الأبرز لدى الزوار من دون بيانات ميدانية.

٢. الحواف:

يمكن اقتراح بعض التضاريس والفواصل الطبيعية في "عجلون" بوصفها حوافًا محتملة، باعتبارها عناصر تحدد الانتقال بين مجالات مكانية مختلفة. وتكمن أهميتها النظرية في أنها قد تساعد على تنظيم الإدراك المكاني للمدينة، خصوصًا في بيئة جبلية تتسم بتنوع التضاريس.

لكن تحديد الحافة إدراكيًا يتطلب اختبارًا لدى مستخدمي المكان، لأن العنصر الطبيعي قد يكون حدًا جغرافيًا دون أن يكون بالضرورة حافة في الخريطة الذهنية.

٣. المناطق:

يمكن تقسيم المجال المكاني في "عجلون" نظريًا إلى مناطق ذات خصائص مميزة، مثل المجالات المرتبطة بالتراث التاريخي والمجالات الطبيعية والسياحية. وتساعد هذه المناطق في تفسير كيفية انتقال الفرد من صورة "عجلون" العامة إلى صور فرعية متعددة: "عجلون" التاريخية، و"عجلون" الطبيعية، و"عجلون" السياحية. وفي البيئة الرقمية، يمكن أن يعزز تقسيم المحتوى وفق هذه المناطق بناء صورة متعددة الأبعاد للمدينة بدلاً من اختزالها في معلم واحد.

٤. العقد:

يمكن تحديد بعض نقاط التجمع والحركة السياحية بوصفها عقدًا محتملة، لكن هذا العنصر يحتاج إلى حذر أكبر من غيره؛ إذ لا يكفي أن تكون النقطة مكانًا للتجمع لكي تصبح عقدة إدراكية بالمعنى "اللينشي".

وتتطلب هذه الفرضية دراسة حركة الزوار وطريقة استخدامهم للمكان. ولذلك، فإن الحديث عن عقد في "عجلون" في الدراسة الحالية يبقى تحديدًا نظريًا قابلاً للاختبار. وفي الإعلام الرقمي، يمكن أن تصبح بعض نقاط النشاط والفعاليات موضوعًا متكررًا للمحتوى، الأمر الذي قد يعزز مركزيتها الاتصالية حتى لو لم تكن هي العنصر الأكثر بروزًا مكانيًا.

٥. المعالم:

تبدو المعالم أوضح عناصر النموذج في حالة عجلون، وتأتي قلعة "عجلون" في مقدمة المواقع التي يمكن تحليلها بوصفها معلمًا مكانيًا بارزًا. ويرتبط ذلك بخصائص المعلم التي تسمح بالتعرف إليه وتذكره، وبالحمولة التاريخية والرمزية التي يحملها.

وتكتسب هذه النقطة أهمية خاصة في البيئة الرقمية، لأن المعالم البارزة يمكن أن تصبح صوراً مركزية تختصر المدينة في المحتوى المتداول عنها. وقد أظهرت (Huang et al. (2021 أن حضور بعض المواقع بصرياً في وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن يرتبط بإدراكها بوصفها معالم أو مواقع جذب سياحي.

ومع ذلك، فإن ارتفاع حضور المعلم رقمياً لا يثبت بالضرورة أنه يحتل المكانة نفسها في الصورة الذهنية لدى جميع الزوار.

المصفوفة التحليلية الشاملة:

الجدول (٣)

المصفوفة التحليلية لعناصر الصورة المكانية في عجلون والتمثيل الرقمي المحتمل

عنصر لينش	التجسيد النظري المحتمل	الوظيفة الإدراكية	التمثيل الرقمي المحتمل
المسارات	طرق ومسارات الحركة السياحية	تنظيم الحركة والتسلسل المكاني	سرد تجربة الوصول والتنقل
الحواف	فواصل وتضاريس طبيعية محتملة	تنظيم الانتقال بين المجالات	إبراز الخصائص الجغرافية
المناطق	مجالات تاريخية وطبيعية وسياحية	تصنيف المدينة إلى وحدات	تقسيم المحتوى إلى تجارب مكانية
العقد	نقاط تجمع وحركة محتملة	تركيز النشاط والحركة	إبراز نقاط النشاط والفعاليات
المعالم	قلعة عجلون ومعالم بارزة أخرى	التذكر والتعرف البصري	إنتاج الرموز والصور المركزية للمدينة

مناقشة التحليل في ضوء الدراسات السابقة:

تكشف القراءة النظرية أن نموذج لينش ما يزال يوفر أساساً مناسباً لتحليل الصورة المكانية، لكن استخدامه في البيئة الرقمية يتطلب توسيع زاوية النظر من الخصائص المادية إلى طرق تمثيل هذه الخصائص.

فمن جهة، تتفق الدراسة الحالية مع (Lynch (1960 في التعامل مع العناصر الخمسة بوصفها مكونات مترابطة للصورة المكانية، لا مجرد قائمة منفصلة من العناصر. كما تتفق مع الدراسات التطبيقية التي أكدت استمرار صلاحية النموذج في سياقات حضرية مختلفة (Khashim et al., 2017; Lau et al., 2021; Niță, 2021; Rahmawati et al., 2023).

ومن جهة أخرى، تتقاطع الدراسة مع (Wessel et al. (2018 في ضرورة إعادة النظر في الصورة الحضرية عند انتقالها إلى المجال الرقمي.

كما تتقاطع بصورة مباشرة مع (Huang et al. (2021، التي قدمت دليلاً تجريبياً على إمكان استخراج بعض عناصر لينش من بيانات وسائل التواصل الاجتماعي، مع اختلاف درجة تمثيل العناصر.

ويضيف (Zhu et al. (2026 بُعداً أكثر حداثة يتمثل في إدخال المعنى الاجتماعي والثقافي في تحليل الصورة الذهنية من خلال البيانات الرقمية. وتفيد هذه الدراسة الحالية في تفسير لماذا قد تصبح بعض المواقع أكثر بروزاً في الخطاب الرقمي بسبب المعاني المرتبطة بها، وليس فقط بسبب خصائصها المادية.

أما الدراسات العربية والأردنية، فتدعم أهمية الخصائص المكانية والتجربة السياحية في بناء صورة المكان (الذياب، ٢٠٠٧م؛ الأزهري، ٢٠٠٧م؛ المهنا، ٢٠١٥م؛ مقابلة، ٢٠١١م؛ بن حدو والضمور، ٢٠١١م؛ عساف، ٢٠١٩م)، بينما تقترب دراسة "الدبيس" والزبون (٢٠٢٤م) من المجال الرقمي السياحي المرتبط "بعجلون".

ومن هنا، لا تتمثل إضافة الدراسة في الادعاء بأن عناصر "لينش" لم تُدرس من قبل، وإنما في الجمع النظري بين نموذج "لينش"، ومدينة "عجلون"، والإعلام الرقمي ضمن إطار بيئي واحد. مخرجات التحليل النظري:

يمكن تلخيص المخرجات النظرية للدراسة في النقاط الآتية:

١. قابلية نموذج "لينش" للتوظيف النظري في "عجلون": يتيح النموذج قراءة أولية للبنية المكانية للمدينة من خلال المسارات والحواف والمناطق والعقد والمعالم .
٢. عدم تساوي وضوح العناصر: تبدو المعالم أوضح من بعض العناصر الأخرى في التحديد النظري، بينما تحتاج الحواف والعقد بدرجة أكبر إلى اختبار ميداني .
٣. تكامل العناصر: لا ينبغي تحليل العناصر الخمسة بصورة منعزلة، بل بوصفها شبكة مكانية مترابطة.
٤. أهمية التمثيل الرقمي: يمكن للإعلام الرقمي أن يعيد إبراز بعض عناصر المدينة وانتقاءها وتكرارها.
٥. أهمية المعنى: لا تقتصر الصورة الذهنية على الشكل المكاني، وإنما يمكن أن تتأثر بالدلالات الاجتماعية والثقافية المرتبطة بالمكان، وهو ما تدعمه الاتجاهات الحديثة في دراسة المعنى الرقمي للمكان. (Zhu et al., 2026)
٦. الحاجة إلى الاختبار الميداني: لا يمكن من الدراسة النظرية وحدها تحديد العنصر الأكثر حضوراً فعلياً في الخريطة الذهنية لدى الزوار.

الاستنتاجات:

في حدود طبيعة الدراسة النظرية التحليلية، يمكن استخلاص الاستنتاجات الآتية:

١. يوفر نموذج "كيفن لينش" إطاراً مناسباً لقراءة البنية المكانية لمدينة "عجلون"، مع اختلاف درجة وضوح عناصره الخمسة من عنصر إلى آخر.
٢. تمثل قلعة "عجلون" مثلاً واضحاً على المعلم المكاني المحتمل في الصورة الذهنية، بينما تحتاج عناصر الحواف والعقد والمناطق إلى تحقق ميداني أكثر دقة.
٣. لا ينبغي التعامل مع الإعلام الرقمي بوصفه مجرد أداة لترويج الصورة المكانية، بل بوصفه مجالاً لإعادة إنتاجها وانتقاءها وتأطيرها.

٤. يمكن للمحتوى الرقمي أن يعزز بروز بعض العناصر المكانية من خلال التكرار البصري والسرد، لكن هذا الاحتمال لا يساوي إثباتاً لتأثير سببي في الصورة الذهنية .
٥. يتيح الجمع بين نموذج "لينش" والإعلام الرقمي بناء مقارنة بينية تتجاوز الفصل بين دراسة المكان ودراسة الاتصال.
٦. تؤكد الأدبيات الرقمية الحديثة أن المعاني الاجتماعية والثقافية المرتبطة بالمكان يمكن أن تؤدي دوراً في تعزيز قابلية التصور، وهو ما يوسع إمكانات توظيف نموذج "لينش" في العصر الرقمي (Zhu et al., 2026).

التوصيات:

في ضوء الطبيعة النظرية للدراسة، توصي الدراسة بما يأتي:

١. تطوير محتوى إعلامي رقمي لمدينة "عجلون" يعكس تنوع عناصرها المكانية بدلاً من اختزال صورتها في معلم واحد.
٢. تعزيز الهوية البصرية الرقمية للمدينة من خلال الربط بين المعالم التاريخية والطبيعة والمسارات والتجارب السياحية.
٣. توظيف الخرائط الرقمية والمحتوى المرئي التفاعلي في تقديم العلاقات بين عناصر المكان.
٤. إجراء دراسات ميدانية تختبر مدى تطابق العناصر المحددة نظرياً مع الخرائط الذهنية الفعلية لدى الزوار.
٥. تحليل المحتوى المنشور عن "عجلون" على المنصات الرقمية بصورة كمية وكيفية لمعرفة العناصر الأكثر حضوراً وتمثيلاً.
٦. دراسة الفجوة بين الصورة الرقمية المتوقعة والصورة التي يكوّنها الزائر بعد التجربة الفعلية للمكان.

مقترحات الدراسات المستقبلية:

١. إجراء دراسة ميدانية باستخدام الخرائط الذهنية والمقابلات لاختبار عناصر "لينش" لدى زوار "عجلون".
٢. تحليل محتوى الصور والمقاطع والمراجعات الرقمية المرتبطة بعجلون وربطها بعناصر "لينش" الخمسة.
٣. استخدام تقنيات تحليل النصوص والصور لاستخراج العناصر المكانية والمعاني المرتبطة بها من المحتوى الرقمي.
٤. مقارنة الصورة الرقمية "لعجلون" بصورتها الذهنية لدى الزوار.
٥. مقارنة "عجلون" بمدن أردنية أخرى ذات خصائص تاريخية أو طبيعية مختلفة.
٦. اختبار العلاقة بين المعنى الاجتماعي والثقافي للمكان وبرزو المعالم والعقد في الصورة الذهنية.

حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة على قراءة نظرية تحليلية للصورة الذهنية لمدينة "عجلون" في ضوء نموذج "كيفن لينش" والإعلام الرقمي. ولم تتضمن الدراسة جمع بيانات ميدانية أو قياساً مباشراً للصورة الذهنية لدى الزوار، كما لم تتضمن تحليلاً فعلياً لبيانات منصات التواصل الاجتماعي. وبناءً عليه، فإن تحديد عناصر لينش في "عجلون" يمثل تطبيقاً تحليلياً نظرياً وليس نتيجة تجريبية. كما أن الحديث عن دور الإعلام الرقمي في تشكيل الصورة الذهنية يُطرح بوصفه علاقة تفسيرية محتملة تستند إلى الأدبيات السابقة، وليس باعتباره علاقة سببية مثبتة في الدراسة الحالية. وتحتاج النتائج النظرية المقترحة إلى اختبار ميداني أو حاسوبي للتحقق من مدى مطابقة التحديدات النظرية للإدراك الفعلي للمستخدمين وللمتمثيل الرقمي للمدينة.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- الأزهري، و. (٢٠٠٧م) تأثير التكوين البيني والهوية المعمارية على إدراك المدن: عمان وإربد كحالة للمقارنة [رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية].
- بن حدو، خ.، والضمور، ه. (٢٠١١م). الصورة المدركة للبراء كمقصد سياحي من وجهة نظر السياح الأجانب براسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٣٨ (١)، ١٥٥-١٧٢.
- بيومي، م. (٢٠١٥م). الدراسات البينية في العلوم الإنسانية: المفاهيم والتحديات. مجلة العلوم الإنسانية، ١٢ (3)، ٦٧-٤٥.
- الحجازي، إ. ر. (٢٠٠٤م). توثيق الإدراك البصري لتحسين الصورة الذهنية للمدينة: منهجية لتحسين الصورة البصرية للفراغات العمرانية العامة - دراسة حالة: مدينة المنصورة (رسالة ماجستير، جامعة المنصورة).
- الخشم، ع. (٢٠١٧م). معوقات البحث العلمي البيني في الجامعات العربية. مجلة الدراسات العليا، ٨ (٢)، ١١٢-١٣٣.
- الذياب، ج. (٢٠٠٧م). الخصائص البصرية للشوارع التجارية في مدينة عمان: دراسة تحليلية ومعمارية للخصائص البصرية والإدراكية في شارع خالد بن الوليد [رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية].
- الرويح، م. (٢٠١٩م). التحديات المنهجية للدراسات البينية في العلوم الاجتماعية. المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، ١٥ (4)، ٨٩-١١٢.
- الشمس الدين، م.، والمدحجي، م. س. (٢٠١٥م). دراسة وقياس فاعلية الصورة الذهنية بالتعرف على المكان الحضري في المدن: مدينة صنعاء حالة دراسية. مجلة العلوم والتكنولوجيا، ٢٠ (1)، ٧-٢٢.
- الشرع، ف.، والزعبي، م. (٢٠١١م). معوقات البحث العلمي في الجامعات الأردنية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. مجلة اتحاد الجامعات العربية، ٥٧ (١)، ٨٩-١١٥.
- عساف، م. (٢٠١٩م). تقييم السائح للخدمات التي تقدم في المواقع السياحية في الأردن من وجهة نظر السائح الأردني. دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٤٦ (٣)، ٢٥٧-٢٦٩.
- الدبيس، م.، والزيون، م. (٢٠٢٤م). تقييم التجربة السياحية في قلعتي عجلون والكرك في الأردن اعتماداً على محتوى المواقع الإلكترونية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث - ب: العلوم الإنسانية، ٣٨ (1)، ١٤٤-١٠٩. <https://doi.org/10.35552/0247.38.1.2143>
- المغاري، أ. ر. (٢٠١٥م). دور محاور الحركة والنهائيات البصرية في تشكيل الصورة الذهنية للمدينة: حالة دراسية - مدينة غزة (رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية - غزة).
- مقابلة، خ. (٢٠١١م). صورة الأردن السياحية من وجهة نظر السياح العرب. دراسات: العلوم الإنسانية والاجتماعية، ٣٨ (1)، ١٤٣-١٥٤.
- المهنا، س. ح. (٢٠١٥م). الصورة الذهنية والبصرية لمدينة طرابلس (رسالة ماجستير، كلية الهندسة، جامعة طرابلس).
- الصباغ، خ. (٢٠٢٣م). الصورة الذهنية للإدارات الخدمية في شمال غرب سوريا: الانطباعات المحملة بثقل الواقع. مركز الحوار السوري.

ثانيًا: المراجع الأجنبية:

- Filomena, G., Verstegen, J. A., & Manley, E. (2019). A computational approach to "The Image of the City." *Cities*, 89, 14–25. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.01.006>
- Huang, J., Obracht-Prondzyska, H., Kamrowska-Zaluska, D., Sun, Y., & Li, L. (2021). The image of the city on social media: A comparative study using "Big Data" and "Small Data" methods in the Tri-City Region in Poland. *Landscape and Urban Planning*, 206, 103977. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.103977>
- Khashim, N. F., Ismail, M., Hassan, A. S., & Al-Ashwal, N. T. (2017). A study on Kevin Lynch's urban design elements: Precinct 9 East Putrajaya. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 8(6), 789–804.
- Lau, Z. Y., Tan, S. Y., Arab, Y., Hassan, A. S., Domrongchai, P., & Rakhmatullo, A. R. (2021). A study on Kevin Lynch's urban design elements with a case study in Taman Seri Guru in Simpang Ampat, Penang. *International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*, 12(6), 12A6A, 1–13. <https://doi.org/10.14456/ITJEMAST.2021.106>
- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. MIT Press.
- Newell, W. H. (2010). *Interdisciplinary research: A review of the literature*. Association of American Colleges and Universities.
- Niță, A. (2021). Rethinking Lynch's "The Image of the City" model in the context of urban fabric dynamics: Case study: Craiova, Romania. *Journal of Settlements and Spatial Planning*, 12(7), 15–25. <https://doi.org/10.24193/JSSPSI.2021.7.02>
- Patel, J. (2023). *Assessing applicability of Kevin Lynch's framework of The Image of the City in the case of the Walled City of Jaipur* [Master's thesis, Nirma University].
- Rahmawati, E., Aliza, A. O., Mulyadi, L., & Fathony, B. (2023). A city image research by Kevin Lynch's theory: Approaches a case study of Ponorogo City, Indonesia. *Quest Journals: Journal of Architecture and Civil Engineering*, 8(7), 11–17.
- Wessel, G., Karduni, A., & Sauda, E. (2018). The image of the digital city: Revisiting Lynch's principles of urban legibility. *Journal of the American Planning Association*, 84(3–4), 280–283. <https://doi.org/10.1080/01944363.2018.1524716>
- Zhu, Y., Brenken, M., Biljecki, F., & Zhang, Y. (2026). Unveiling the meaning in the image of the city: A novel approach using place reviews and large language models. *Environment and Planning B: Urban Analytics and City Science*, 53(1), 49–67. <https://doi.org/10.1177/23998083251369143>

The study concludes that the analytical value of Lynch's model in the case of Ajloun lies not merely in identifying its five elements separately, but in understanding the relationships among them and examining how these elements move from the spatial domain into the digital communicative domain. Accordingly, the study proposes an interdisciplinary analytical framework linking the spatial environment, Lynch's elements, spatial perception, city image, and its digital re-representation, while emphasizing that the proposed relationships require subsequent field-based or computational testing.

Keywords: City Image, Ajloun City, Digital Media, Kevin Lynch's Model, Interdisciplinary Studies, Imageability.

The Image of Ajloun City in Light of Digital Media and Kevin Lynch's Model: An Interdisciplinary Theoretical-Analytical Reading^(*)

Prof. Dr. Tahseen Mansour Rasheed Mansour

t.mansour@ju.edu.jo

Professor of Public Relations
the Department of Journalism, Media,
and Digital Communication, Press,
Faculty of Arts,
The University of Jordan

Dr. Niveen Zeyad. Halalsheh

n.halalsheh@ju.edu.jo

Assistant Professor and Head of the Department of Journalism, Media,
and Digital Communication, Press Department,
Faculty of Arts,
The University of Jordan

Abstract

This study aims to provide a theoretical and analytical reading of the image of Ajloun City in light of Kevin Lynch's model, while viewing digital media as a communicative dimension through which the city's elements can be re-represented and circulated in digital space.

The study adopts a descriptive-analytical approach with a theoretical orientation, through a review of relevant literature on city image, Lynch's model, digital media, and tourism studies related to Ajloun City, followed by an analytical application of the model's five elements to the city as a case study. The analysis distinguishes between Lynch's components of environmental image—identity, structure, and meaning—and the five spatial elements: paths, edges, districts, nodes, and landmarks (Lynch, 1960). This approach is particularly significant in the contemporary digital environment, as studies have demonstrated the potential of social media data to identify certain elements of city image, although their capacity to represent different elements varies (Huang et al., 2021). Recent studies have also revisited the meaning component through the analysis of digital place reviews, thereby opening new possibilities for understanding city image in the digital age (Zhu et al., 2026).

The theoretical reading indicates that Lynch's five elements can be identified within Ajloun's spatial and tourism structure with varying degrees of clarity. Tourism routes and movement corridors can be viewed as paths; certain natural landforms and boundaries as potential edges; historical and natural settings as perceptual districts; and some gathering and movement points as potential nodes, while Ajloun Castle emerges as a clearly identifiable spatial landmark. These identifications are theoretical and analytical rather than field-based findings. The study also indicates that digital media should not be viewed merely as a promotional tool, but rather as a space for re-representing places, selecting and highlighting certain characteristics, which may influence the anticipated image of the city prior to direct experience.

^(*)The Paper was received on August 23, 2026, and accepted for publication on September 30, 2026.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt

Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

Email: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Web: www.apr.agency - www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during 15 days after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 30 days or more.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,
 Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibeh El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
 Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jprr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2026 = 0.7578 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2026 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Advisory Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Saeed Al-Hadidi (Egypt)

Professor of Radio & T.v, Faculty of Mass Communication, Cairo University, Former Dean of the International Academy of Engineering and Media Sciences.

Prof. Dr. Abdelfateh Zakaria Mekouar (Morocco)

Professor of Higher Education in Media and Communication Sciences, Faculty of Arts and Humanities, Mansik, Hassan II University of Casablanca, Morocco

Prof. Dr. Yas Elbaity (Iraq)

Professor of Media at the University of Baghdad and currently Head of the Digital Media Department at Al-Noor University in Nineveh, Iraq

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication - Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud Islamic University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice- Dean for Community Service at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts - King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna - Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice- Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations, Department of Journalism, Media, and Digital Communication, Jordan University.

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

Prof. Dr. Kholoud Abdullah Mohammed Miliani (KSA)

Professor, Faculty of Communication & Media, King Abdulaziz University, KSA.

Prof. Dr. Tariq Mohamed Al-Saidi (Egypt)

Professor, Faculty of Specific Education, Menofia University, Egypt.

Journal of PR_{research} Middle East



Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Supervision by Egyptian Public Relations Association - Fourteenth Year - Sixty-third Issue – July/September 2026

IF of the Supreme Council of Universities 2026 = 7

Arcif Impact Factor 2026 = 0.7578

Abstracts of Arabic Researches:

- **Prof. Dr. Mubarak W. Al-Hazmi** - *King Abdulaziz University*
Digital Public Relations Strategies in Managing Public Image During International Conflicts: An Analytical Study of the U.S.–Israeli War against Iran 7
- **Prof. Dr. Tahseen Mansour Rasheed Mansour** - *The University of Jordan*
Dr. Niveen Zeyad. Halalsheh - *The University of Jordan*
The Image of Ajloun City in Light of Digital Media and Kevin Lynch's Model: An Interdisciplinary Theoretical-Analytical Reading 9
- **Dr. Saly Ahmed Ramadan El-Shami** - *Al-Azhar University*
Dr. Gehad Abd-Elmonem Mohamed Soliman - *Al-Azhar University*
Foreign Students' Use of the Al-Azhar Electronic Portal and the Gratifications Obtained from It: A Field Study 11
- **Dr. Rabab Abdel-Hakim Al-Ashri** - *Tanta University*
Safe Work Environment as a Driver for the Sustainability of Women's Entrepreneurship: An Empirical Study on the Impact of Occupational Safety Awareness on Women's Economic Empowerment in Emerging Sectors 12
- **Dr. Saly Saad Goda Ibrahim** - *Al Jazeera Higher Institute for Media and Communication Sciences*
Measuring the Direct Impact of Public Relations Awareness Campaigns on Facebook: A Field Study Assessing Women's Awareness and Attitudes Regarding Participation in Public Policy and Decision Making 13
- **Shaimaa Mohamed Abd Elmegeed Elashmawy** - *Modern University for Technology and Information*
Perception of the Visual Identity of Banks Operating in Egypt: A Comparative Study of Customers and Non-Customers 14

(ISSN 2314-8721)

Egyptian Public Relations Association
(EPRA)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2026@APRA 

www.jprr.epra.org.eg