

القناة المفضلة لتوعية قاصدي المشاعر المقدسة

دراسة من إعداد

د. أسامة بن صالح حريري

معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج

خلاصة البحث:

إن الظاهرة التي تشد انتباه جميع الملاحظين لمنظومة العمرة والحج هي وفرة وكثافة السلبيات السلوكية التي تقوم بها الجماهير، ناهيك عن التصورات السلبية. وتقوم جميع جهات الخدمة ذات العلاقة بمنظومة العمرة والحج بجهود إعلامية مشكورة، إلا أن المشكلة لا تزال قائمة.

ونظراً لحجم الشريحة المستهدفة، فإن النظرة السريعة تعتقد بأهمية الاستعانة بوسائل الاتصال الجماهيرية الحديثة للإعلام، ذلك بسبب حجم دائرة تغطيتها الواسع لأكبر شريحة من الجماهير، إلا أن الباحث يؤمن بأهمية الاستعانة بوسائل الاتصال التقليدية من خلال مرشدي المجموعات والأئمة في المساجد.

لذلك جاءت فرضية البحث في الحاجة إلى المقارنة بين وسائل الاتصال التقليدية كوسائل للتوعية وبين القنوات الحديثة للإعلام، قبل وبعد القدوم للمشاعر المقدسة، كمصدر معلومة تشكل تصورات وتصرفات جماهير المعتمرين والحجيج. بعد ذلك يتم بيان المصدر الأكثر تأثيراً في الجماهير وقبولاً عندها.

وتتلخص الخطوة المهمة هنا أنه يتم التركيز بعد ذلك على هذه المصادر الأكثر تأثيراً للتنسيق معها، بهدف التأثير في الجماهير التي تلتف حول هذه المصادر، علاجاً للسلبيات التي تكتنف شعبية الحج والعمرة.

مقدمة البحث:

رغم التقدم الهائل التي يشهده العالم الإسلامي في مجال التقنية في الاتصال والإعلام، إلا أن غمطية الاتصال الشخصي لا تزال مهيمنة على استراتيجيات التفكير وأسلوب الحياة. لذلك نجد أن هناك العديد من الجهات التي تسعى لعلاج السلوكيات التصورات السلبية التي تكتنف منظومة الحج عبر كل من وسائل الاتصال الحديثة والتقليدية معاً سواء بسواء.

هنا يأتي السؤال في الأسلوب الأكثر تأثيراً في الجماهير: هل هي قنوات الاتصال الحديثة للإعلام، أم الوسائل التقليدية للتوعية؟ ولقد أثبتت الدراسات التي جرت في معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج عدم تعرض جماهير الحج لوسائل الإعلام، وبالذات دراسات ندوة الإعلام ي الحج ١٤١٤هـ، ولكن هل يعني ذلك عدم تعرضها لأي مصدر معلوماتي توعوي آخر؟ هناك احتمال في تلقي المعلومة من وسائل الاتصال التقليدية للتوعية. ومن هنا جاء هذا البحث للمقارنة بين الوسيلتين. وسوف يستعين الباحث بوسيلة بحثية هي الاستفتاء *.Descriptive and Analytical Survey*