معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج

الملتقى العلمي الخامس لأبحاث الحج

(دراسات منطقة الجمرات)

تعاضد الإعلام التقليدي والحديث للتعامل مع تحدي الجمرات

إعداد

د أسامة صالح حريري

أولا: الخلاصة

رغم ثورة التقنية، التي أعانت على "توسيع" دائرة بث واستقبال المعلومة. هذه الثورة التقنية جعلت الإنسان "يتطور" من اعتماده في التعامل مع المعلومة على وسائل الاتصال الشخصي إلى قنوات الاتصال الجماهيري، ما دفعه أكثر وأكثر أن "يعتمد" على وسائل الاتصال الحديثة. ورغم كل ذلك، لا يزال العالم الثالث "يسيطر" عليه، أكثر من غيره، وسائل الاتصال التقليدي.

وهنا تنبع "الميزة" التي يمكن أن يستثمرها العالم الإسلامي في "تعاضد" كل من القنوات الاتصالية الحديثة منها والتقليدية، كتفا بكتف، صفا واحدا كما يقف المسلمون في صلاتهم، للتعامل مع التحديات التي تواجههم.

وينحصر "التحدي" في منظومة كوبري الجمرات، كما يرى الباحث، في تنوع "تصورات" الجهات التي تتعامل مع المنظومة، مما يؤدي إلى "تنوع"، بل وتناقض "التصرفات" لهذه الجهات في تعاملها مع التحدي. لذلك فمن أجل "توحيد" **التصرف**، فلابد أولا من "توحيد" **التصور**، كإطار دلالي موحد، بين الجهات ذات العلاقة بمنظومة كوبري الجمرات.

ومما يزيد من حجم التحديات ما يكتنف الحج من محدودية ثلاثية نستطيع أن نشبهها بمثلث (برموذا) المتمثل في محدودية كل من : (١) محدودية الزمان، (٢) محدودية المكان، (٣) محدودية الفتوى الفقهية.

وفي هذه الدراسة يسعى الباحث لبيان كيفية التعامل، تعاضدا بين قنوات الاتصال التقليدية والحديثة، مع تحدي كوبري الجمرات، والتي تتكرر سنويا بتحدياتها واحتمالاتها ومتغيراتها العديدة، والتي لا نملك، إلى الآن، التحكم فيها.

وسوف يركز البحث هنا على "كيفية" التعامل مع قنوات الاتصال التقليدية. وتتمثل هذه الكيفية في صناعة الخارطة الذهنية لدى قادة الرأي لحجاج الداخل والخارج. وكل ذلك بهدف "توحيد" الإطار الدلالي لتصورات الجهات التي تتعامل مع منظومة كوبري الجمرات. وتنحصر هذه الكيفية في "لقاء" يجمع قادة الرأي لصناعة الخارطة الذهنية. وفي هذا اللقاء سيتم استثمار (استراتيجية التطوير) التي يقدمها الباحث لصناعة الخارطة الذهنية التي ستوحد

التصور، والذي بدوره سيوحد التصرف عل كوبري الجمرات.

ثانيا : مصطلحات الدراسة

الإطار الدلالي :

هو الجوانب المشتركة بين أطراف الاتصال. وقد تكون هذه الجوانب المشتركة هي اللغة أو المصلحة. إذا هي عوامل مشتركة بين طرفين. لذلك فكلما كثرت العوامل المشتركة، كلما ازدادت نسبة التفاهم بين الطرفين. ومن أوضح هذه العوامل اللغة المشتركة بين طرفين. وتخيل طرفين يتحدثان لغتين مختلفتين كيف يتم الحوار والتفاهم بينهم.

- **قنوات الاتصال الحديثة :** هي الوسائل التي توصل المعلومة بين طرف محدد وجماهير متنوعة ومتناقضة ومتباعدة معتمدة على وسائل التقنية الحديثة، مثل الإذاعة والتلفاز والصحافة.

- **قنوات الاتصال التقليدية :** هي الوسائل التي توصل المعلومة بين طرف محدد وجماهير مختصرة ومتشابهة ومتقاربة دون اعتماد على التقنية الحديثة، مثل خطباء الجمعة، وقادة الرأي، والملتقيات الخاصة كالاجتماعات الأسبوعية في يوم الثلاثاء أو الأحد، والعامة كالمقاهي. ويدخل ضمن هذه القنوات قادة المجموعات القادمين مع الحجاج، حيث يوجد مع كل مجموعة من الحجاج في قائد مجموعة يقدم لهم المشورة والفتوة.

- **الخارطة الذهنية:** هي التصور الذي يصل إليه الفرد، في دماغه، بعد استقبال المعلومة من العالم الواقعي. ولكن تمر هذه المعلومة، في دماغ الفرد، عبر مرشحات "تغير" ما تم استقباله في العالم الواقعي. وتتمثل أهم هذه المرشحات في العناصر التالية: (١) الحواس الخمس وموضوعيتها في استقبال الحقيقة ١٠٠%، (٢) القيم الخاصة، والتي تختلف عن القيم الدينية، وهي ما يحبه المرء ويكره، بناء على رؤى شخصية، (٣) التجارب السابقة التي مر بها لفرد فيجعلها مرجعية يقيس بها الأحداث المستقبلية، (٤) الحالة الشخصية للفرد، كالصحة والمرض والفرح الغضب، وقت استقبال الحدث.

استراتيجية التطوير: تنطلق استراتيجية التطوير، التي يقدمها الباحث، من تصور أن لكل مستوى في عقل الإنسان "مصطلح" خاص به. وتتمثل هذه المستويات في العناصر التالية، والتي تختص بحرف استفهام خاص بها ويوصل إليها : (١) الهوية – من؟، (٢) القيم- لماذا؟، (٣) القدرة- كيف؟، (٤) السلوك- ماذا؟، (٥) البيئة- الزمان & المكان. ومن خلال الحوار مع قادة الرأي عبر هذه المستويات، تصاعديا، بدأ بالهوية سوف يتم صناعة الخارطة الذهنية، ويتم توحيد التصور.

ثالثا: مثلث التطوير

تذكر علوم الإدارة أن هناك ثلاثة عناصر يتوجب الأخذ بها للتعامل مع أي مشروع تطويري ليتم ضمان تحقيق الأهداف : (١) البيان الإعلامي Education، (٢) البناء الإنشائي

Engineering، (٣) البتر القانوني Enforcement. والاكتفاء بأحدها أو ببعضها يؤجل، أو يبطل تحقيق النتائج.

أولا : البيان الإعلامي : والتي هي "البداية" لتحقيق أي تطوير، وذلك بهدف إتهيئة" وتوعية الجمهور المستقبل للخدمة أو السلعة الجديد ليعرف هويتها وقيمتها، ليتم بذلك ضمان القدرة والسلوك في كيفية التعامل مع هذه الخدمة أو السلعة الجديدة. وهكذا تتحقق البيئة التي نريد من تعامل راقي مع هذا الجديد.

ويتم، بداية، "تحديد" هوية وقيمة هذه المعلومة الجديدة، والتي قد تكون خدمة أو سلعة. وبعد ذلك، ثانيا، يتم "التنسيق" بين جهات الخدمة، التي تملك الخدمة أو السلعة الجديدة من جهة، وبين قنوات الإعلام الحديثة والتقليدية من جهة أخرى في كيفية توزيع الأدوار لتعريف الجماهير بهوية وقيم المعلومة الجديدة والقدرات والسلوكيات المطلوبة للتعامل مع هذا المنتج أو الخدمة الجديدة.

ثانيا: البناء الإنشائي. وبعد أن تم "تهيئة" الجمهور الذي سوف يستقبل تلك السلعة أو الخدمة الجديدة تستطيع جهات الخدمة أن "تبدأ" في تقديم الخدمة أو السلعة الجديدة. وهنا تقوم الجهة المالكة للمعلومة الجديدة في تقديم مشروعها للجمهور الذي عرف كل من هوية، وقيمة، والقدرة المطلوبة للتعامل مع هذا الجديد.

وفي العديد من القضايا يتم الاكتفاء في التعامل مع التحدي إعلاميا وإرشاديا وتنهي المعضلة دون الحاجة إلى حلول إنشائية. وفي هذه الحالة يتم توفير الملايين التي سوف يتم إنفاقها في المرحلة الإنشائية بواسطة بعض المبالغ يتم إنفاقها في الأسلوب الإرشادي، فدرهم وقاية إرشاديا أفضل من قنطار علاج إنشائيا.

ثالثا : البتر القانوني : وبعد التمهيد من قبل قنوات التوعية والإعلام، وبعد بناء وصناعة وتقديم الخدمة أو السلعة إنشائيا، يتوجب أن تتحرك الجهات القانونية والأمنية (لحماية وفرض) هذا المشروع الجديد. ونتذكر أن (من أمن العقاب، أساء الأدب). وإن (الله يزع بالسلطان مالا يزع بالقرآن). وهنا يتم بتر الأعضاء الفاسدة التي لا تتلاءم مع الجسد.

وهنا يتم سن وتشريع القوانين التي (تعاقب وتشجع) الجمهور الذي يتعامل مع هذه السلعة أو الخدمة الجديدة. ومن خلال هذه القوانين يتم ضمان استمرار وحماية المشروع الجديد من ضعاف النفوس التي لم تستوعب ولم تتأثر بمرحلة التوعية "ترغيبا"، فتوجب أن نتعامل معها "ترهيبا". جنة ونار، ترغيبا وترهيبا، خوفا وطمعا.

رابعا : التعاضد

ورغم ما تقدمه جميع جهات الخدمة ذات العلاقة بمنظومة الحج من مشاريع للرقي بالخدمة المقدمة للحاج، تضل معضلة رمي الجمرات هاجس وكابوس سنوي يقبع على صدور الجهات المشاركة في منظومة كوبري الجمرات حتى ينتهي الموسم فنتنفس الصعداء.

ويتم في كل عام التعامل مع هذا التحدي "بكافة" الوسائل الممكنة كالأمنية والصحية والتنظيمية لمحاولة "الاستعداد" للاحتمال الطارئ، وعدم تكرار ما حدث في أعوام منصرمة، ولكن يضل التحدي أكبر. وهكذا نبذل في الحلول الإنشائية قناطير، بدلا من أن نبذل دراهم في التوعية والإدارة وقاية، خيرا من قناطير العلاج إنشاءاً. وتنحصر المعضلة، كما يرى الباحث في وجود مُتَغيَّر واحد في قضية كوبري الجمرات لم يتم السيطرة عليه، إلى الآن: قنوات الاتصال التقليدية.

لقد أثبتت دراسات معهد خادم الحرمين الشريفين لأبحاث الحج عدم تعرض جماهير الحجيج لوسائل الإعلام الحديثة. ومن هنا ينبثق التساؤل: كيف نصل إلى جماهير الحجيج؟ ما هي القناة أو الجسر الذي يوصل بيننا وبين جماهيرنا، التي يفصل بيننا وبينهم فوهة لا تقدر عليها وسائل الاتصال الحديثة على تجاوزها.

وهنا يأتي التساؤل، الذي يناقشه الباحث، في كيفية إمكانية التعامل مع هذا الحدث الأكبر في الموسم الأعظم، خاصة وأن جمهورنا لا يتعرض للقنوات الاتصالية والإعلامية التي نبث من خلالها رسائلنا التوعوية. لذلك تنحصر الفكرة التي يقدمها البحث في حتمية "تعاضد" القنوات الاتصالية الحديثة والتقليدية لتهيئة جماهير الحجيج في توضيح هذا التحدي الكبير الذي يتوجب أن "نتكاتف" جميعا في التعامل معه.

ولقد أثبتت دراسات المعهد أن القناة المثلى التي يتعرض لها جماهير الحجاج هي قنوات الاتصال التقليدية، وبالذات قادة الرأي لكل من أصحاب الفضيلة المشايخ المصاحبين لحملات الحج الداخلية، إضافة إلى قادة المجموعات القادمين مع الحجاج من أوطانهم. وذلك بالطبع إضافة إلى أئمة المساجد ودروس الحرمين والمساجد. **هذه هي القناة الاتصالية التقليدية الحق التي يتوجب الاعتماد عليها في منظومة الحج "لتوصيل" أي معلومة جديدة.**

لذلك فيمن استثمار هذا الخاصية التي يملكها العالم الإسلامي في تحقيق التعاضد بين قنوات الإعلام الحديثة والتقليدية لتوفير البيان الإعلامي تهيئة للجماهير للتعامل مع منظومة الحج من خلال إطار دلالي واحد، وبذلك يتوحد التصور فيتوحد التصرف.

ويمكن تحقيق هذا "التعاضد" عبر الخطوات التالية:

(١) تحديد المفردات. وهذا يتم من خلال البحوث والدراسات الميدانية "لتحديد المتغيرات" التي تكتنف الحدث. ومثال ذلك أن نعرف أن الخلاف الفقهي لوقت الرجم هو من أكبر المتغيرات التي تكتنف موضوع الرمي. كذلك أن نعرف أن نسبة كبيرة من الحجاج يؤدون الفريضة فرادي دون التزام بمطوف، أو على الأقل عدم الالتزام بمسكن المطوف لبعد مسافة السكن وكبر سن الحاج، أو رغبته في المكسب الاقتصادي استثمارا للحشد الغفير حول الجمرات للتكسب بيعا وشراء أو التسول.

ومعهد خادم الحرمين الشريفين يملك هذه الدراسات الميدانية التي تعين على "تحديد" هذه المفردات. هذه الدراسات يمكن جمعها مع مجموعة الأبحاث المرتبطة بتحدي كوبري

الجمرات، الذي له علاقة بالعديد من العناصر، كالافتراش، والباعة المتجولون، وتوزيع أماكن السكن، والحجاج الفرادى، وغيرها من العناصر.

(٢) توضيح الصورة الكاملة الجهات ذات العلاقة. وهنا يتم في اجتماع شامل عرض السلبيات والمفردات والمتغيرات السابقة على كافة الجهات ذات العلاقة بكوبري الجمرات. وفي هذا الاجتماع يتم صناعة الصورة الذهنية المطلوبة لتوحيد التصور والإطار الدلالي بين قادة الرأي.

وتجتمع هنا مؤسسات الطوافة لحجاج الداخل والخارج دون استثناء، مع جهات التوعية والإرشاد الحكومية والأهلية، مع قادة الرأي الرسميين والشعبيين، مع الجهات الصحية والأمنية. ويتوجب أن يتم هنا حضور قادة المجموعات القادمين مع الحجاج من أوطانهم. ويمكن تنفيذ هذا اللقاء في أوطان الحجيج، كتوعية سابقة لقدوم الحجاج بحيث نقوم بتوعية قادة الحجاج، وليس الحجاج أنفسهم، عملا بنظرية الاتصال ثنائية المراحل.

وفي هذا اللقاء يتم "العرض" المصور والرقمي والإحصائي للحظات الحرجة في كوبري الجمرات من الاختناق البشري، والوفيات السنوية، بل والمحظور الشرعي، والخطر الصحي والأمني الذي يقع فيه الحاج في هذه الدقائق التي تشبه عنق الزجاجة. الهدف هنا أن نجعل الجهات ذات العلاقة بكوبري الجمرات ترى الصورة الكاملة للحدث. إن العديد من الجهات ترى الحدث من منظورها الخاص الصغير المحدود. ولكن بعد الرؤية "الشمولية" للواقع، قد يتغير الموقف والقرار، بل والفتوى، فالحكم على الشيء فرع من تصوره. وفي هذا اللقاء يتم عرض (استراتيجية التغيير)، والتي تحتوي على النقاط التالية:

(أولا) الهوية – من؟

وهنا يتم الحديث والنقاش عن (من) هو قادة الرأي ضمن منظومة الحج. وهنا يتم بيان ما يتوجب أن يشعر به قائد الرأي على أنه جزء من منظومة كبيرة تشمل منظومة الحج كلها، ولا يقتصر دوره على التأثير في مجموعة من الأفراد، بل هو جز من كل. وكل خطاء في الأجزاء، يؤثر بطريقة أو بأخرى، في الكل الجامع. (فلا تحقرن صغيرة، إن الجبال من الحصى).

(ثانيا) القيم – لماذا؟

ومن خلال تحديد الهوية تنبثق القيم. وهنا يتم الحديث عن القيم التي تنبثق من هوية قائد الرأي فهو مسئول ومحاسب عن الأفراد الذين يؤثر فيهم. ما هي أهمية قائد الرأي في المجموعة التي يقودها؟ لماذا هو قائدهم؟ ماذا يحتاجون منه؟ ما قيمة معرفة الواقع الحقيقي لكوبري الجمرات؟ ما قيمة الإنسان، هل حياة الإنسان أهم من الدين؟ ما قيمة السمعة التي تنشرها وسائل الإعلام عن المسلمين عامة والسعودية خاصة؟ ما قيمة الآخرة، هل هي أهم أم أن الرأي المذهبي أحق بالإتباع؟

(ثالثا) القدرات – كيف؟

ولابد للقيم من أن يتم "ترجمتها" إلى أرض الواقع. وهذا يعني الحاجة إلى كيف نترجم القيم. لذلك فإن الحديث عن الكيفية هو الحديث عن القدرة، والتي تعني توضيح مشروع ومخطط التفويج، كقدرة وتصور "موحد" يتوجب أن يصل إليها جميع الأطراف ذوب العلاقة بمنظومة كوبري الجمرات. ومن أجل الوصول إلى ذلك التصور الموحد، يتم بيان ثلاثية البيان والبناء والبتر. لذلك فإن مشروع التفويج هو قدرة تعين على ترجمة القيم الهوية التي تمت البداية بهم كقاعدة وأسلوب إقناعي لما يجب القيام به سلوكيا بعد بيان القدرة.

(رابعا) السلوك – ماذا؟

وهنا يتم تحديد دقيق لما يتوجب أن يقوم به قادة الرأي سلوكا محددا. وبعد أن تم بيان كل ما سبق، لم يتبق إلا بيان ماهية التحرك العملي. وفي هذا المستوى يتم توضيح ماذا يفعل قائد الرأي ليلتزم بمخطط التفويج.

(خامسا) البيئة – الزمان & المكان.

هنا تنبثق النتيجة لكل ما سبق. إن السلامة على كوبري الجمرات هي البيئة التي نسعى أن نصل إليها. إن جميع المستويات والمراحل السابق تقود، منطقيا تصاعديا، إلى هذا المستوى

٣. التنسيق بين الجهات ذات العلاقة. وفي هذه المرحلة الثالثة يتم "التنسيق" وتوزيع الأدوار، كل في تخصصه، وكل على ثغر من ثغور الإسلام، فالله الله أن يؤتى الإسلام من قبل أحدنا. والمهم هنا "التعاضد" بالذات بين القنوات الإعلامية الحديثة منها والتقليدية. هنا يتوجب أن يتم الحوار والنقاش ليعرف ماذا يستطيع كل ثغر أن يساهم في التخفيف من هذه المعاناة والأزمة السنوية، وكيف تستطيع كل قناة إعلامية، سواء حديثة أم تقليدية، أن تساهم في التعامل مع السلبيات المحتملة على كوبري الجمرات.

٣- أ. الإعلام التقليدي

ماذا تستطيع قنوات الإعلام التقليدية لكل من إمام المسجد، وخطيب الجمعة، والمفتي، وقائد الرأي، وقائد المجموعة القادم مع الحجاج من أوطانهم أن يساهم في علاج سلبيات كوبري الجمرات؟ وهنا كذلك يتحتم بيان دور المطوف، كقائد مجموعة، في التفاعل مع معضلة كوبري الجمرات. وهذا يعني أن يشارك المطوف في التعامل مع هذا التحدي. يستطيع المطوف، مشاركة في تنظيم الحشود، أن ينظم عملية التفويج لحجاجه في أوقات محددة، بدلا من التخلص منهم لتفكيك الخيام والارتحال إلى مكة.

ويمكن بتحديد دقيق أن يساهم كل من أصحاب السماحة المشايخ، المصاحبين لحملات الحج، إضافة إلى قادة المجموعات، المصاحبين للحجاج القادمين من خارج المملكة في مخيماتهم "التوسعة" في الفتوى، و"النصح" للحجاج إلى ما يتناسب مع الحرج الزمني في

حتمية الرمي بعد الزوال، والتحرك في مجموعات كبيرة، إلى غير ذلك مما يقدر عليه موجهه المجموعة من "التأثير" على الأفراد الذين يثقوا فيه.

إن أصحاب السماحة من المفتيين والمشايخ المصاحبين لحملات الحج الداخلية، إضافة إلى قادة المجموعات من أوطان الحجاج هم (الوسيط الحق) والوسيلة المثلي في "السيطرة" على منظومة الحج، فهم القناة الجماهيرية. هاتين القناتين هي القناة التقليدية التي تتواصل عبرها الجماهير، ومن خلالها تتلقى المعلومة، التي على أساسها يتم "اتخاذ" القرار.

٣- ب. الإعلام الحديث

بل ماذا تستطيع أيضا قنوات الإعلام الحديثة أن تبث من المعلومات التي قد تساهم في التعامل مع السلبيات السالفة الذكر؟ لذلك تستطيع قنوات الإعلام الحديثة من خلال مطبوعات الجرائد والمجلات، ومن خلال الإذاعة وقنوات التلفاز السعودي- مع بعض الحذر والخشية من إيراد الصور التي قد تضر بسمعة الوطن- بل والقنوات غير السعودية، أن تبث المفردات التي سبق ذكرها في الفقرة السابقة، والخاصة بسلبيات كوبري الجمرات لتصل إلى كافة الشرائح الجماهيرية التي ستفد إلى موسم الحج. وهنا يتوجب التنسيق مع "كافة" ألوان الطيف الإعلامية، بحيث يتم التوجيه بين الجهات الأمنية وهذه القنوات الإعلامية لتصل المعلومة إلى أكبر شريحة ممكنة من الجماهير.

٣- ج. إذاعة التوعية في الحج

ويدخل ضمن القنوات الحديثة ما يمكن القيام به عبر (إذاعة التوعية في الحج) تنفيذا لمشروع المعهد الذي ينادي بتوعية الجماهير بحالة الشارع سواء للمشاة والمركبات. وعبر هذه القناة يمكن إيصال معلومة وحالة كوبري الجمرات والمطاف وبقية المناطق الحرجة، لحظة بلحظة. والهدف في هذا المشروع هو إعطاء كل من المشاة والسائقين البدائل الزمانية والمكانية، فالخيار أفضل من اللا خيار.

إن معرفة المجموعة من الحجاج لواقع الحال، سواء في المطاف أو على كوبري الجمرات، يعينهم على تخير الوقت المناسب قبل تحركهم من المخيم لأداء الطواف أو الرمي. وفي حالة عدم وجود هذه المعرفة السابقة، فإن المجموعة تتحرك وتقترب من الموقع. وهنا لا مجال للتراجع، حيث تتدافع وتنساق الحشود مرغمة كالسيل العرم، (ولات حين مناص).

٣- د. بقية الوسائط التقنية الحديثة

إن تعاضد "جميع" القنوات والوسائل والوسائط نحو هدف محدد هو ما يتوجب التحرك من خلاله للتعامل مع التحدي السنوي لسلبيات الحج بالعموم وكوبري الجمرات بصفة خاصة. لذلك يمكن استثمار اللوحات التلفزيونية الضخمة في مسار الطرق المؤدية إلى الجمرات والحرم. وقد تم في هذا العام البداية في تنفيذ مشروع حضاري والذي هو عبارة عن التوعية عبر شاشات ضخمة في أماكن محددة، إضافة إلى شاشات تلفزيونية في جميع

المخيمات.

والمهم هنا أن تكون هذه الوسائل الضخمة في ساحات تسمح بالتجمع، كأنها محطات لتخفيف من الزحام المتجه إلى كوبري الجمرات والحرم، بدلا من أن تكون مناطق هذه اللوحات إلى مقابر جماعية.

ويدخل ضمن هذه الوسائط المنشورات التعريفية والكتيبات التي توصل إلى الأفراد حقيقة الوضع الشمولي على كوبري الجمرات، حيث أن الفرد لا يرى إلى ما تحت أنفه.

٣- هـ. التعاضد

ومع التحرك الشمولي لإيصال المعلومة إلى أكبر عدد ممكن من مصادر التأثير في الجماهير في مرحلة (البيان)، يمكن التحرك بخط موازي في مرحلة (البناء) لمخطط التحرك والتطوير لكوبري الجمرات بما يتناسب مع مثلث المحدودية الثلاثية لمثلث (برموذا).

وفي خط ثالث موازي للبيان والبناء يتم توجيه جميع الجهات ذات العلاقة بمنظومة كوبري الجمرات بوجود احتمالات (البتر) للجهات والمؤسسات، خاصة مؤسسات الطوافة، التي لا تلتزم بمخطط التحرك في التفويج المرحلي بالذات، وبما تم الاتفاق عليه، عموما، تنسيقا جماعيا.

خامسا : الختام

ومن خلال هذا "التعاضد" بين جميع الجهات ذات العلاقة بمنظومة كوبري الجمرات، وخاصة قنوات الاتصال التقليدية والحديثة، يتم بقدر المستطاع "التحكم" في المتغيرات التي تكتنف هذا التحدي السنوي. ويتم تحقيق هذا الهدف بعد تحديد المتغيرات، وقيام كل جهة بدورها، فكل على ثغر من ثغور الإسلام، فالله الله أن يؤتى الإسلام من أحدنا. وبذلك لا نجعل في الصف ثغرة ينفذ منها الشيطان. **الهدف هنا هو التأثير على قرار هذه الجهات من خلال إعطائها التصور الشمولي، الذي سوف يؤثر على صياغة القرار. وبذلك نصوغ التصور والخارطة الذهنية التي تصنع ردة الفعل والتصرف المطلوب.**

سادسا : التوصيات

١. تكليف معهد خادم الحريم الشريفين بإعداد الدراسات التي تحصر متغيرات ومفردات معضلة كوبري الجمرات.

٢. تكليف المعهد بنتاج مادة تعليمية تشمل المادة المصورة والمقروءة لوضعها في حقيبة إعلامية تعين على صناعة التصور الكامل لوضع كوبري الجمرات.

٣. أن تقوم وزارة الحج بالتعاون مع كل من وزارتي الثقافة والإعلام & وزارة الشؤون الإسلامية بعقد لقاء يجمع كافة الجهات ذات العلاقة بمنظومة كوبري الجمرات، وذلك

لطرح الحقيبة الإعلامية، السالفة الذكر. الهدف هنا هو التأثير على قرار هذه الجهات من خلال إعطائها التصور الشمولي، الذي سوف يؤثر على صياغة القرار.

٤. وضمن اللقاء السابق يتم تحديد لقاء خاص يجمع كل من قنوات الاتصال التقليدية وقنوات الاتصال الحديثة لتوزيع الأدوار في كيفية التأثير على الجماهير التي تخضع للقنوات السالفة الذكر.

٥. التركيز في التعامل مع معضلة كوبري الجمرات مع كل من أصحاب السماحة المشايخ المصاحبين لحملات الحج الداخلية، وقادة المجموعات القادمين مع الحجاج من أوطانهم. هؤلاء هم (القناة الحق) بيننا وبين الجماهير. وتلك هي نظرية الاتصال ثنائية المراحل.