



الإعلام وتوعية الحجاج المشكلات والحلول.

د/ عواطف حسن علي عبد المجيد

جامعة طيبة

المستخلص :

الهدف من البحث توضيح دور وسائل الإعلام في إعادة الترتيب القيمي والسلوكي للحجاج عن طريق خلق المعايير الجديدة وفرض الأوضاع الصحية والاجتماعية الإيجابية ، والمعاونة في إنشاء قواعد لسلوك التنمية في أذهان الحجاج.

عليه يحاول البحث الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما دور الإعلام في توعية الحجاج ؟ وينبثق عن السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما وسائل الإعلام المتبعة حاليا في توعية الحجاج؟
- ما أهم المشكلات التي تقف عقبة دون توعية الحجاج؟
- ما أنجع الحلول المناسبة لتلك المشاكل.

وقد تم تقسيم البحث إلى ثلاثة محاور : الأول للإعلام والثاني أهم المشكلات التي تحول دون تحقيق الفائدة والأخير لأهم الحلول . هذا وقد تم استخدام المنهج الوصفي نسبة لمناسبته لتلك البحوث.

أهم النتائج التي توصل إليها البحث: ضعف وسائل الإعلام في توعية الحجاج وتبصيرهم - نقص إدراك الحجاج بأهمية الطب الوقائي والنظافة باعتبارها مقرونة بالصحة العامة- إجراء الدراسات والبحوث الإعلامية

التي تستهدف الكشف عن طبيعة وجوهر المشكلات المعرفية والصحية التي يجب أن تتصدى لها الأجهزة الإعلامية.

المقدمة :

ولاشك أن الإسلام - بفكره وقيمه ومبادئه وحضارته - هو الأصل الذي ينبغي أن يصدر عنه ذلك النظام الإعلامي المنشود، وهو الأساس الذي ينبغي أن يستند إليه في صياغته للنشاط الإعلامي، وتحديد أبعاده ووظائفه ومسؤولياته في المجتمع العربي. كما أن هذا النظام المنشود لابد من أن يتفاعل مع الواقع الذي تعيشه المجتمعات وحاجاتها، وبما لا يتعارض مع قيمها الأصيلة، وعاداتها وتقاليدها الصالحة، التي تعطيها التميز والاختلاف عن غيرها من المجتمعات التي تؤمن بالفلسفات والأفكار المادية الوضعية .

إن صياغة الإعلام - نظرياً وتطبيقياً - صياغة إسلامية، ليست مشروعاً سهلاً سريع التنفيذ. بل هو مشروع عملاق يمثل صورة من صورة التحدي الحضاري الشامل الذي تواجهه الأمة الإسلامية في حاضرها ومستقبلها. وإن توافر الجوّ السياسي والاجتماعي الملائم، والدعم المعنوي والمادي المناسب لتنفيذ مثل هذا المشروع العملاق، يُعدُّ ركيزةً أساسيةً للانطلاق نحو تحقيقه في واقع الأمة الإسلامية.. فالنشاط الإعلامي مرتبط دائماً بالبيئة السياسية والاجتماعية التي يعيش فيها، ويتأثر بها، سلبيًا وإيجابيًا.

إن صناعة البدائل الإسلامية في مجال الإعلام بمختلف فنونه وضروبه وألوانه، تحتاج إلى المبادرة إلى إنشاء مؤسسات وشركات إسلامية للإنتاج والتوزيع الإعلامي في مختلف المجالات، من طباعة، وصحافة، ونشر، وتلفاز، وفيديو، وتسجيلات صوتية، وشرائح مصورة، وأفلام سينمائية وغيرها. وإنشاء مثل هذه المؤسسات يتطلب طاقات بشرية عديدة، ويتطلب تكاليف مادية ومالية باهظة. ولكن الاستثمار في هذا النوع من الإنتاج سيحقق مكاسب معنوية ومادية لا نظير لها.

ولكن ينبغي التنبيه إلى أهمية أن يتولّى مثل هذا الإنتاج العملي الإسلامي المميّز طاقات ذات إخلاص وتقوى، وأن يستعان فيه بأهل الخبرة والمعرفة وأن تكون الأعمال المنتجة، متقنة من حيث جوانبها الفكرية



والفنية؛ حتى لا تشوّه الإنتاج الإسلامي البديل وتعطي صورةً سيئةً عنه. ولذلك لا ينبغي الاستعجال في هذا الجانب إلا بعد استكمال العدة: تصورًا ومضمونًا، وتوافر العناصر البشرية: إخلاصًا وتمثالًا، وإتقان العمل فنيًا وحرفيًا.

ولا ينبغي أن يصيبنا اليأس أو الإحباط بسبب ضخامة التكاليف المعنوية والمادية؛ بل ينبغي أن يكون ذلك دافعًا قويًا لنا لنرؤي الأمل المتفتح في قلوبنا وواقعنا بماء الإخلاص، والعزيمة الصادقة، والتخطيط المدروس، والعمل الجادّ، والسعي المتواصل حتى يُثمر الأمل ويتحقّق الحلم. وقد يكون من المناسب أن نلقي نظرةً على واقع الإعلام العالمي والإعلام العربي المعاصر، والمأمول الذي نتطلع إليه حتى يؤدي الإعلام العربي الإسلامي دوره ويبلّغ رسالته إلى الإنسانية.

عليه يحاول البحث الإجابة عن السؤال الرئيس التالي: ما دور الإعلام في توعية الحجاج؟ وينبثق عن السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما وسائل الإعلام المتبعة حاليًا في توعية الحجاج؟

- ما أهم المشكلات التي تقف عقبة دون توعية الحجاج؟

- ما أنجع الحلول المناسبة لتلك المشاكل.

وقد تم تقسيم البحث إلى ثلاثة محاور: الأول للإعلام والثاني أهم المشكلات التي تحول دون تحقيق الفائدة والأخير لأهم الحلول.

عليه ونحن بصدد الحديث عن الإعلام العربي المعاصر وتشخيص مشكلاته وقضاياها أن نمهد لذلك بإلقاء الضوء على واقع الإعلام في عالم اليوم من حيث حجمه وسماته والقوى التي تهيمن على حركته وتوجّه مسيرته.

واقع الإعلام الدولي المعاصر:

لاشك أن هذا الواقع الإعلامي على المستوى الدولي بما يمثله من هيمنة وسيطرة غربية محكمة، قد ترك آثاراً سيئة على وسائل الإعلام ونظمه في العديد من دول العالم النامي . وكانت دول العالم العربي والإسلامي ضمن هذه الدول التي تأثرت بهذا الواقع الإعلامي، واكتوت بناره وعانت - وما تزال تعاني - من سلبياته ومشكلاته .

ولن نجانب الصواب حين نقول: بأن واقع الإعلام في عالمنا لعربي والإسلامي يشكو من مرض بالغ الخطورة ، يتمثل فيما يمكن أن نسميه بـ"التقليد والتبعية" مع استدراكنا بأن هذه الظاهرة المرصية تبدو بدرجات متفاوتة في دول العالم العربي والإسلامي، التي ما تزال تبحث عن ذاتيتها وشخصيتها المستقلة، وترنو إلى الوصول إلى تميز حضاري، يتوافق مع ما تؤمن به من رسالة خالدة، وما تضطلع به من مسؤولية عظيمة ، لا تقتصر حدودها على مجتمعاتها المحلية فحسب، بل تمتد إلى آفاق العالم الرحبة ، وقيادة الإنسانية إلى النور والخير، ومصداقاً لقوله تعالى: ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ، تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ﴾ "آل عمران: ١١٠" .

عليه الهدف من الدراسة توضيح دور وسائل الإعلام في إعادة الترتيب القيمي والسلوكي للجماهير عن طريق خلق المعايير الجديدة وفرض الأوضاع الصحية والاجتماعية الإيجابية المرغوبة، والمعاونة في إنشاء قواعد لسلوك التنمية في أذهان الحجاج، والعمل على تعديل المواقف والاتجاهات الضعيفة .

كما تسهم في ذلك أيضا عن طريق تدعيم الاتجاهات الراسخة ، والتأثير في الاتجاهات التي لا يشتد التمسك بها، وإحداث تأثيرات على المسائل الجديدة التي لم يتهيأ لها الوقت أو الإعلام لبناء اتجاهات محايدة لها، والتبشير بالقيم والمثل الإنسانية الرفيعة، وتكوين رأي عام مستنير .

وفي ظل التطور الهائل في علوم الاتصالات وتقنياتها الحديثة المستمرة يحتل الإعلام مركزاً متقدماً وسابقاً بين مختلف وسائل الاتصال، حيث تطورت هذه الوسائل منذ أن بدأت بالرسائل المكتوبة والمطبوعة



ثم المسموعة والمرئية في الوقت نفسه إلى أن تخطت اليوم كل الحدود والحواجز بعد التقدم المذهل في البث الفضائي وشبكة المعلومات الدولية الإنترنت .

إن هناك بعض العقبات والمعوقات التي تواجهها مؤسسات الحج التي لا يزال صوتها ضعيفا ، مؤملين من وزارة الحج والجهات ذات العلاقة إشراكها في لجان الحج لتواكب ما يتم طرحه من ملفات لتطوير خدمات الحج بما يكفل المشاركة في إعداد ووضع التنظيمات وتحمل المسؤوليات بما يحقق نقلة نوعية في خدمات الحج. ويقتضي هذا الحل أن تمارس وسائل الإعلام دورها في التوعية وتبصير الحجاج بهذه المشكلات وذلك في إطار أعم وأشمل من مجرد عملية التوعية .

وهكذا تمثل عملية التوعية المستديمة إطارا أكثر شمولاً من عملية التوعية بحيث تسعى وسائل الإعلام إلى البحث عن المشكلات التي يعاني منها الحجاج ومسبباتها ثم تقوم بتخطيط الحملات الإعلامية وتصميم البرامج الإعلامية المستمرة التي تسهم في القضاء على هذه المشكلات .

وبالنظر إلى واقع الحال في المملكة العربية السعودية يمكن أن نعرض لبعض الحالات والنماذج التي يجب على وسائل الإعلام أن تتصدى لمواجهتها وعلاجها استناداً إلى أسلوب المواجهة الإعلامية الشاملة المرتكزة على التخطيط الإعلامي طويل الأجل المبني على أسس علمية مدروسة، ومن أمثلة هذه المشكلات التي تستوجب التوعية والتربية المستديمة :

أ- التوعية الصحية بالمملكة طوال العام وفي موسم الحج على مدار العام ، وزيادة إدراك المواطنين لأهمية الطب الوقائي، وتنشئة الأجيال الجديدة تنشئة صحية سليمة باعتبار أن الصحة العامة جزء لا يتجزأ من عملية التنمية الاجتماعية .

ب- التوعية المرورية وإكساب الأجيال الشابة والجديدة آداب المرور، وتعويدهم على احترام نظم المرور والتقييد بقواعده وأسسها، وعلي الرغم من الإجراءات المتشددة التي تقوم بها أجهزة المرور مع المخالفين

للنظم المرورية وما ترتب عليها من إعادة الانضباط، إلا أن ذلك يجب أن يواكبه حملات تربية مستديمة على مستوى كافة وسائل الإعلام لبث القيم المرورية الصحيحة في أذهان ووجدان المواطنين.

ج- التوعية الاستهلاكية ويقصد بها تطوير وترشيد الأنماط الاستهلاكية السائدة سواء بالنسبة للسلع الاستهلاكية أو الغذائية، والحد من الإسراف في الإقبال على هذه السلع، أو بالنسبة للموارد المحدودة التي تعاني من الضغط الاستهلاكي العالي عليها كالمياه والكهرباء التي يحتاج استهلاكها إلى مزيد من الترشيد الإعلامي والتربية المستديمة بهدف تحقيق التوازن بين المتاح منها وازدياد الطلب عليها.

وهكذا يمكن أن نخلص إلى أن وسائل الإعلام لا بد أن تعي دورها التربوي في تقديم البرامج والموضوعات ذات الطابع التربوي والثقافي العام الذي يمس الشخص البالغ في مراكز اهتماماته الرئيسية وهي الأسرة والوسط الاجتماعي والمهني، ومواجهة المشكلات العامة.

أخيرا إيجاد نظام تقني موحد الحل الوحيد لمشكلات الحج المعلوماتية .. والأمر ليس صعبا. فعدم توافر المعلومة الصحيحة في الوقت المناسب، ليس هناك وعي بتقنية المعلومات ومفهومها الحديث ولا يوجد أي تكامل معلوماتي للأنظمة المعلوماتية. (السالمي ، ٢٠٠٠ ، ٤٣)

إذن هناك مشكلة في تبادل المعلومات والنتيجة، انعكاسات سلبية على كل المستويات، سواء الأمنية، المالية، وما إلى ذلك. وأن تطوير البنية التقنية لأعمال الحج هو الهدف الذي تسعى المؤسسة إلى تحقيقه منذ عدة سنوات. فالغالب أن مؤسسات الحج تبدأ أعمالها والموسم على الأبواب ولا يتفق ذلك مع طبيعة النظم المعلوماتية التي تحتاج إلى تحليل دقيق ومن ثم تطوير ثم اختبار وتجربة وتطبيق وتدريب قبل العمل عليها.

إن تحرر الإعلام العربي من التبعية ليس حاجةً وطنيةً وقوميةً فحسب؛ بل هو - بالإضافة إلى ذلك - حاجة إنسانية دولية. وها هو العالم اليوم يصارع من أجل إيجاد نظام إعلامي عالمي جديد، يكسر احتكار القوى المتسلطة، ويوفر الفرصة لتحقيق توازن إعلامي رشيد. فهو - إذن - يدرك تهافت النظام الإعلامي



الحالي، ويعترف بقصوره، ويسعى إلى إسقاطه، ويبحث عن بديل له. وفي تصوري، أننا - نحن العرب والمسلمين - نملك القدرة على الإسهام الإيجابي الفعال في إيجاد ذلك البديل الذي تبحث عنه الإنسانية في عالم اليوم. ولا نقول هذا الكلام من قبيل المبالغة والغرور الذاتي؛ بل هي الحقيقة التي يقرها الواقع. فقد جرب العالم كثيراً من الحلول، وطرق كثيراً من المنافذ، بحثاً عن الخلاص، ولكنه عاد خائباً محملاً بمزيد من المشكلات والمتاعب .

وفيما يتعلق بالحلول الجذرية وكيفية تجاوز المؤسسات لمثل هذه المشكلات .

أ- أهمية إجراء الدراسات والبحوث الإعلامية التي تستهدف الكشف عن طبيعة وجوهر المشكلات التي يجب أن تتصدى لها أجهزة الإعلام، وترتيب هذه المشكلات من حيث أهميتها ووجوب القضاء عليها تمثيلاً مع مقتضيات التنمية ومتطلباتها، ومن الأهمية بمكان إحداث درجة كبيرة من التوازن في الكشف عن المشكلات بأنواعها ومستوياتها المختلفة دون التركيز على مشكلات عامة أو ذات طبيعة خاصة وإهمال بقية المشكلات البيئية أو المحلية.

ب- الحاجة إلى استخدام أسلوب الحملات الإعلامية الوطنية، دون الارتكان إلى برامج إعلامية مفككة دون رابط بينها، ذلك أن الحملة الإعلامية المركزية تتضمن المزيج المتكامل للسياسات الإعلامية التي يجب إتباعها في مواجهة مشكلة عادة ما تكون على المستوى الوطني وذلك بدءاً بجمع البيانات والمعلومات وتحديد الأهداف ورسم السياسات، واختيار الوسائل الاتصالية وترتيب أولويات استخدامها وتعديل هذه الأولويات كلما تقدمت الخطة، وإعداد مضمون المادة الإعلامية في كل وسيلة وتبعاً لكل مرحلة واقترح الأشكال والأساليب التي تقدم هذه المادة من خلالها، وجدولة الحملة وتقييمها تقويماً مرحلياً وشاملاً.

ج- ولا شك أن طبيعة المشكلات التي تعاني منها الدول النامية تقتضي إتباع أسلوب الحملات نظراً لأنها ذات طبيعة وطنية مركزية شاملة على نحو ما عرضنا لمشكلات محو الأمية والتعليم والصحة والنظافة

والزراعة وهي نوع المشكلات التي أثبتت تجارب عدد كبير من الدول النامية نجاح استخدام أسلوب الحملات في مواجهتها.

د- أهمية الارتباط بين السياسات الإعلامية والسياسات الأخرى للتنمية في المجالات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، وذلك بهدف تحقيق التكامل بينها جميعا في تحقيق الأهداف الوطنية، فضلا عن المسؤولية الجزئية لكل جهة في مواجهة المشكلات الوطنية على نحو ما عرضنا في مجال محو الأمية والصحة والتعليم والنظافة وغيرها، هذا إلى جانب أهمية تلائم السياسات الإعلامية ذاتها مما يؤدي إلى توافق البرامج الإعلامية وتكاملها وانسجامها وعدم وجود تنافر بينها سواء على مستوى الأهداف أو الممارسة التطبيقية.

هـ- أهمية إعداد وتوفير الكفاءات البشرية المتخصصة في مجالات الإعلام المختلفة والتي يمكن أن تتولى هذه المسؤولية الوطنية الضخمة، ولعل هذه النقطة تمثل أهم عقبة تواجه الدول النامية من حيث النقص الكبير في الإحصائيين الوطنيين في مجالات الإعلام المختلفة، وهو ما يقتضي أن تسارع الدول النامية إلى سد النقص وتلافي العجز في هذه الكفاءات البشرية في أسرع وقت ممكن حتى يمكنها إنجاز الخطط الإعلامية إنجازا ناجحا.

و- ضرورة توفير المعدات والأجهزة والإمكانيات الفنية وتدريب الموارد اللازمة لتنفيذ الخطط الإعلامية على كافة المستويات الوطنية والمحلية دون أن يواجهها عجز أو قصور في هذه المتطلبات والمعدات التي تعتبر حجر الزاوية في تنفيذ البرامج الإعلامية ونشرها بين فئات الجماهير المختلفة.

ز- أن نظام الحافلات قديم جدا وهناك بعض التنظيمات لا يمكن تطبيقها في وقتنا الحالي لتغير الوضع كليا ومنها العمر الافتراضي لحافلات النقل والذي لم يعد مناسباً فعندما وضع العمر الافتراضي في السابق كانت نوعية الحافلات أمريكية وألمانية ثم دخلت شركات هندية وكورية وصينية لا تتوفر في حافلاتها جودة في الصناعة الأمر الذي يفاقم نسبة الأعطال الفنية للحافلات، كما أن الحافلات يتم إيقافها طوال العام ولا



تعمل إلا في الحج وهذا يؤثر عليها، كما أن بعض الحافلات تستخدم في النقل المدرسي ونقل المعتمرين والمصلين طوال العام وتستهلك استهلاكاً يقلل من عمرها الافتراضي، ولهذا السبب لا زالت نسبة الأعطال في التصعيد للمشاعر لنسبة عالية،

ح- تأمين حافلات نقل الحجاج، هناك وعود بتقليل نسبة الأعطال وتقديم خدمات نقل مناسبة بعد أن تم ضخ حافلات جديدة ستعمل خلال موسم الحج هذا العام.

ط- المطالبة بمنح المؤسسات صلاحيات تمثيل في لجان الحج للمصلحة الوطنية.

ي- الاهتمام بالفرد المسلم في جميع شؤون حياته الاقتصادية والاجتماعية . والسياسية فلا يصح أن يقتصر على الجانب التعبدي، بل لابد أن نخاطب كل مسلم في عمله ووظيفته كأن نقول له مثلاً: كيف تخدم دينك عن طريق وظيفتك ونرسم له خطة منظمة لتحويل الوظيفة إلى عمل دعوي، وأيضاً معالجة القضايا الاقتصادية الطاحنة التي اشتعلت نيرانها وضاع الحق فيها واختلط الحرام بالحلال، فوجب أن نبين ونوضح للمسلم الأبواب الصحيحة لكسب المال وكيفية إنفاقه، وفي الجانب السياسي يلزم أن نوضح قواعد الشورى والعدل التي هي روح الإسلام.

وفي خطوة مبتكرة تسعى لتوعية الحجاج بطريقة غير تقليدية، فقد تم إنتاج فيلم كرتوني يستهدف البالغين ويعالج أهم المشكلات الصحية التي تظهر خلال أداء الحج وطرق الوقاية منها، مع تعزيز الممارسات الصحية للحد من انتشار الأمراض المزمنة. ويمكن الاستفادة من هذا الفلم من خلال القنوات الفضائية ووسائل الإعلام الاجتماعي والمواقع الإلكترونية.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة :

- النظرة التقليدية الدونية للنشاط الإعلامي التي تسود المجتمعات العربية. ولا بد من إقناع القطاع الحكومي والقطاع الأهلي بأهمية الاستثمار الاقتصادي في ميدان الإعلام.
 - عدم توفير فرص التأهيل والتدريب للعاملين في القطاع الإعلامي.
 - ضعف تطوير البنية التقنية لأعمال الحج فالغالب أن مؤسسات الحج تبدأ أعمالها والموسم على الأبواب ولا يتفق ذلك مع طبيعة النظم المعلوماتية التي تحتاج إلى تحليل دقيق ومن ثمّ تطوير ثمّ اختبار وتجربة وتطبيق وتدريب قبل العمل عليها.
 - ليس هناك وعي بتقنية المعلومات ومفهومها الحديث ولا يوجد أي تكامل معلوماتي للأنظمة المعلوماتية .
 - استعارة المفاهيم والنظم والنظريات الإعلامية الغربية التي أصبحت تمارس في واقع العمل الإعلامي، وتدرّس في المعاهد والجامعات في العالم العربي والإسلامي .
 - تضخيم الوظيفة الترفيهية لوسائل الإعلام، حتى طغت هذه الوظيفة على الوظائف الأخرى، مع اشتداد حاجة المجتمعات العربية - وهي تخوض معركة التنمية والبناء والتغيير - إلى توظيف وسائل الإعلام لخدمة أغراض هذه المعركة الحضارية والاجتماعية الحاسمة، ولاشك أن وسائل الإعلام -متى ما أحسن توجيهها - ستسهم بنصيب وافر ومؤثر في هذه المعركة.
 - غياب الإرشاد السياحي المحترف والمؤثر، وقصور مساحات التوجيه لدى بعض بعثات الحج، وندرة الوسيلة الإعلامية المهنية المؤثرة الذي تواجه الحاج بالإعلام.
- التوصيات :

- تطوير موسم الحج وتوظيف وسائل الاتصال والإعلام توظيفاً علمياً لتغيير سلوك وقناعات المواطنين والمقيمين تجاه بعض الأفكار المغلوطة عن تكرار الحج وافتراش الطرق ومخالفة التعليمات وغيرها من السلبيات.
- ربطت مشكلات الحج بفن الحملات الإعلامية والتوعية المنوطة بها أجهزة العلاقات العامة الحكومية.
- إدخال أفكار جديدة على الحملة وأبعادها بحيث تعطي مساحة أكبر للإقناع الديني والعقلي والعاطفي بجوار الضوابط التنظيمية.
- رفع مستوى التوعية بين أوساط الحجيج، خاصةً الذين عُرفوا بكثرة الصعود إلى غار «حراء» و«ثور»، وبيان أنه لا فضل ولا أساس لأن تكون زيارة المخاوف لهذه الجبال من أركان فريضة الحج، مبيناً أن الدور يكون مهماً على مؤسسات الطوافة وحملات وبعثات الحج بأن تعالج هذه الظاهرة المزمنة بأساليب إعلامية مصورة وميسرة تحقق الهدف.
- ونشر آلاف الصور الإرشادية الصامتة، وبث رسائل الجوال التوعوية بخلاف اللوحات والمطويات .
- استغلال موسم الحج للنقاش، وتداول الآراء للوصول إلى مقاصد نبيلة، وعلاج للمشكلات الداخلية والخارجية والاقتصادية وغيرها.
- تفعيل خدمة الاتصال المجاني للإجابة على كافة الاستفسارات من قبل الحجاج من خلال مركز معلومات الإعلام والتوعية الصحية، حيث تم استضافة عدد من الاستشاريين في تخصصات متعددة للإجابة عن أسئلة المتصلين وفق جدول زمني محدد.
- دخول الشركات المختصة في مجال الإرشاد السياحي كي تشرف على مهمة التوجيه، ومواجهة التجاوزات بتخصيص شاشات داخل تلك الحافلات لعرض المواد الإعلامية الهادفة بلغات الحجاج.

- تعريف الحجاج بطرق الحفاظ على الصحة والوقاية من الأمراض الأكثر انتشارًا أثناء موسم الحج، وذلك من خلال التعريف بالسلوكيات غير الصحية المسببة لانتشار الأمراض في موسم الحج، وتشجيع تبني السلوكيات الصحية.
- استخدام الإعلام الإلكتروني من خلال تطوير الموقع الإلكتروني، واستخدام رسائل الجوال بشكل فاعل، وتفعيل التنسيق والتعاون مع الجهات الأخرى ذات العلاقة وفق آليات وأنشطة محددة.
- توفير الحافلات السياحية المؤهلة والمزودة بمرشدين مؤهلين يدعمهم مترجمون يبينون خطر وآثار صعود الجبال، ويعرفون الحاج بالرؤية الشرعية الصحيحة التي تؤكد على عدم وجود أفضلية للصعود لقمم الجبال، وإشاعة هذه الثقافة ستكون سياجا واقيا يساهم في انحسار مساحة المشكلة.
- ضرورة استخدام الصور الصامتة للوحات الإرشادية، بالإضافة إلى استخدام اللغات المتعددة، وذلك للسنة الرابعة على التوالي.
- الاستعانة بالإعلانات التوعوية في الصحف المحلية بما في ذلك عددا من الصحف الإنجليزية، إضافة إلى التعاون مع العديد من القنوات الفضائية للتوعية حول صحة الحاج.

المصادر والمراجع.

القرآن الكريم .

- السالمي، علاء عبد الرازق (٢٠٠٠) تكنولوجيا المعلومات، دار النشر والتوزيع ، عمان.
- المقاطي (١٤٢٦) العوامل المؤثرة في تشكيل الصورة على المؤسسات السعودية القائمة على الحج ، دراسة تطبيقية على الحجاج ، حولية كلية البنات ، العدد ٣ ، ٢٠٠٢ .