



رابطة العالم الإسلامي

الأمانة العامة

الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

**دور الإعلام الجديد
في تعزيز القيم المجتمعية
رؤية استراتيجية**

إعداد

الدكتور محمد أحمد ربابعة

الأستاذ في جامعة اليرموك - الأردن

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر

الشباب المرسل والإعلام الجديد

الذي تنظمه

رابطة العالم الإسلامي

تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين

الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

مكة المكرمة

٣ - ٤ / ذو الحجة / ١٤٣٦ هـ، الموافق ١٦ - ١٧ / سبتمبر / ٢٠١٥ م



رابطة العالم الإسلامي

مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

صندوق البريد (٥٣٧) أو (٥٣٨) مكة المكرمة (٢١٩٥٥)

هاتف: ٠٠٩٦٦١٢٥٦٠٠٩١٩ - الفاكس: ٥٦٠١٣١٩ - ٥٦٠١٢٦٧

برقياً: رابطة - مكة، تليكس: ٥٤٠٠٠٩ و ٥٤٠٣٩٠

www.themwl.org

البريد الإلكتروني للإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

conferences@themwl.org

واتس أب: (٠٠٩٦٦٥٠٣٣٩٦٣٢٠) : whatsApp

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المقدمة

الحمد لله خالق الإنسان وعلمه البيان، والصلاة والسلام على نبينا وحبينا محمد وعلى آله وأصحابه أزكى الصلاة والسلام، وبعد؛

للإعلام من خلال وسائله المتعددة دور مهم وحيوي في تعزيز القيم وترسيخها وتوجيه سلوكيات الأفراد وبناء المفاهيم والاتجاهات ونشر الوعي المجتمعي تجاه القضايا السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية وغيرها مما له صلة بحياة الأفراد والأمم؛ إذ أن لوسائل الإعلام بأنواعها المختلفة: المرئية والمسموعة والمقروءة والإلكترونية دوراً أساسياً ومهماً وحيوياً في التأثير والتوجيه، وقد ازداد تأثيرها وتعاظمت دورها في ظل التقدم المتسارع والطفرة التي تشهدها وسائل الإعلام اليوم بفضل ما وصلت إليه تقنيات الإعلام من تطور في صناعة التقنيات الرقمية وبرمجيات النشر الإلكتروني والإنتاج الرقمي، فضلاً عن تعدد قنوات الاتصال عبر الأقمار الاصطناعية وشبكة الانترنت العالمية مما ساهم في انتشار الرسائل الإعلامية بمختلف مواضيعها وأشكالها بين فئات المجتمع، وغدت المضامين الإعلامية في متناول الجميع.

وتتنوع الأدوار التي ينبغي أن يؤديها الإعلام، وتعدد المهام المطلوبة منه تجاه المتلقي، لتشكّل في مجملها، ما يطلق عليه رسالة الإعلام، وتختلف هذه الرسالة وفقاً لاختلاف وسائل الإعلام ومنطلقاتها، وتوجهاتها، وملكيّتها والهدف من إنشائها.

لكن الأمر الذي لا تختلف فيه هذه الوسائل أو بالأحرى الذي يجب ألا

تختلف حوله وسائل الإعلام الخاصة منها أو الرسمية على وجه الخصوص، أو أشكال الإعلام الرقمي (الجديد)، هو الدور المتمثل في خدمة الوطن وإيلاء هذه القيمة الكبرى جلَّ العناية والاهتمام، وذلك من خلال السعي إلى تنمية الحس الوطني وتقوية مفهوم الولاء والانتماء وخدمة الجوانب الوطنية المختلفة؛ الأمنية، والاقتصادية والتنموية، والحضارية، وغيرها، وتعميق قيمة الوحدة الوطنية وترسيخها لدى النشء، والتأصيل لها في ضوء التصور الإسلامي المستند إلى الأدلة والنصوص التي تُعد مرجعيات كبرى.

ويجيء حب الأوطان والإخلاص له والدفاع عنه على صدر قائمة الأولويات الوطنية، وهذا يضع أمام الإعلام مسؤولية ليست سهلة، وقد يحتاج إلى جهود وخطط ودراسات، لا سيما في زمن صارت للإعلام آلة قوية، ووسائل حديثة، وسطوة وجبروت، وتأثير فاعل، وانتشار واسع، وتوالدت منافذ وتطبيقات إعلامية واسعة، وخالط الإعلام الجديد الأسر، وانفرد بالأشخاص، وصار الإعلام يقتحم المنازل، والغرف الداخلية، يقطع على الناس خلوتهم، ويقتل فراغهم، ويفرض نفسه عليهم دونما استئذان، مستمداً قوة تأثيره من الاستجابة السريعة له والإنصات له بانتباه! هذه الميزة تجعله في مصدر قوة، وموقع تأثير فاعل.

وحيثما نتحدث عن دور الإعلام في تعزيز مثل هذه القيم العليا من ولاء وانتماء ومواطنة صادقة، وترسيخها، وتكريس مفاهيمها، وتركيز حسنها بين أفراد المجتمع فإننا في الواقع نتحدث عن أمر عظيم، يمكن أن تتفرع منه كل النجاحات المأمولة؛ فالمواطن الصالح الصادق المخلص لأمته، الموالي لها، والمحب لأفراد مجتمعه، لن يألو جهداً من أجل الحفاظ على أمن ووطنه واستقراره، وحفظ أسرارها، وكشف أعدائه والمتربصين به، والذود عن حماه

والدفاع عنه، وهو أيضاً لن يبخل بجهد أو فكر أو نصح من أجل التطوير والبناء والإنتاج والعطاء، ولن يستكثر دمه أو ماله أو روحه من أجل مجتمعه، فروح الانتماء تشد صاحبها تجاه كل ميادين العطاء والفداء، وتدعوه إلى تلبية نداء أمتة (الذي هو نداء الضمير) والاستجابة له سواء في الثغور أم في الوظيفة أم الذود عنه أم في محاربة الأفكار التي تهدم البناء المجتمعي، أو تقلل من شأن المكاسب الوطنية، أو تسيء إلى سمعة أمتة بأي شكل من الأشكال.

وللإعلام ورجاله وصنّاعه والقائمين عليه والمخططين له دور بالغ لو أحسنوا توظيفه في خدمة قضايا الأمة، لكان لهم قصب السبق في رفعة الأمة وصناعة حضارتها وبناء مجدها، وهذا لا يتطلب منهم سوى الالتفات إلى قضايا الأمة وإيلاء مشروعها مزيداً من الاهتمام والتخطيط السليم وتوظيف الإمكانيات المتاحة لخدمة ذلك وتقديمها من خلال رسائل إعلامية تتخلل البرامج، وصفحات الصحف، وموجات الأثير، واستثمار منصات الإعلام الرقمي (الجديد) وتطبيقاته الواسعة، وتوجيهها نحو تحقيق هذه الأهداف، وتوجيه وتدريب شريحة واسعة من النشء ممن يستخدمون هذه التطبيقات الحديثة (التويتر، والفيس بوك، واليوتيوب، وغيرها) لإيلاء هذه القيم جلّ اهتمامهم، فيكونوا بذلك عناصر بناء لا معاول هدم في المجتمع.

وهذا قمين ببث روح الحس والانتماء للأمة بشكل ينطلق من الوجدان والشعور، ويجعل هذا الحس يتقدم الأولويات، ويتصدر الاهتمامات؛ لأن حب الأوطان والبلدان ليس فقط التغني بحضن الوطن الدافئ، ورحابة أرضه، وزين ترابه، وتقاليد أهله، وجمال طبيعته فحسب، بل هو انتماء وجداني، وعمل وتضحية، ووفاء وإخلاص، وفداء وحضور دائم، وفعل كل ما يسهم في رفعة واستقراره والحفاظ على سمعته ومصالحه، ورفض كل ما يمس هذه القيم

ومحاربة كل دخيل يعكر صفوها أو يشتمت جهودها أو يزعزع وحدتها بقناعة وتجرد، وترسيخ حب الأمة والانتماء لها والاعتزاز بها والتمسك بها والتفاني في خدمتها والذود عنها مع استشعار مكانتها وقدرها، وأن الإنسان مهما بذل تجاه ذلك فإنه يبقى مدين لوطنه وأمه؛ لأنهما الحضن الدافئ والكنف الآمن الذي ينهل الجميع من خيريه ويتفياون أمنه. وأجمل بقول الشاعر أحمد شوقي:

وللأوطان في دم كل حر * * يد سلفت ودين مستحق^(١)

والإعلام هو الأقدر على بث هذه الروح وتجديدها وإحيائها في كل زمان ومكان، وعليه تقع مسئولية غرس هذه القيم وترسيخها في أفراد الأمة على المستوى الوطني المحلي، ثم على المستوى الإقليمي والعربي، ثم على المستوى الإسلامي العالمي.

ومن الإعلام يُطلب القيام على تنمية الحس الولائي للأمة لتكون مصلحتها فوق الاعتبارات الضيقة، وفوق المصالح الشخصية، والإعلام قادر على ذلك إذا التفت إليه بجدية، ووضع ضمن أجندته، ورسم له الخطط الاستراتيجية، ووظف الأكفاء واستشار الخبراء. فساسة الإعلام وصنّاعه عادة ما يرسمون الخطط ويحشدون الخبراء ويعدون المختصين ويوظفون الأكفاء في كل ميدان يعود عليهم بالربح المادي، فهم يهتمون بالتسويق ويجلبون له الخبراء بالرواتب المميزة، ويهتمون ببرامج ومادة الطفل فيحضرون لها خبراء الطفولة وعلماء النفس والمتخصصين في هذا المجال؛ ويهتم بمادة التسلية ويعززها بما تحتاجه من مقومات.

(١) المعطش، إبراهيم ناصر، دور الإعلام في تنمية الحس الوطني، متدييات أرز لبنان،

وأما فيما يخص قضايا الأمة والصالح العام، فهل لدى ساسة الإعلام الاستعداد للقيام بدور بارز وقوي لتكريس قيم الانتماء إليها، وإيلائها الأهمية التي تليق بها؟ وهل لدى القائمين على الإعلام مشروعها يشتمل على مثل هذه الأفكار والمبادرات؟ وما هي آليات الإعلام واستعداداته للإسهام في تنمية هذا الحس لدى المتلقي سواء أكان مشاهداً أم مستمعاً أو قارئاً؟ وماذا أعد لذلك من خطط ودراسات أو خبراء ومتخصصين؟

واليوم باتت الحاجة ماسة لتوظيف وسائل الإعلام المتنوعة التقليدية والحديثة، وحشد الجهود الإعلامية للمحافظة على قيم الأمة ومقدراتها والإبقاء على تماسكها وتعزيز انتمائها لا سيما في ظل المنعطفات الخطرة التي يعيشها العالم العربي والإسلامي، وتزايدت الحاجة إلى أهمية استخدام وسائل الإعلام استخداماً أنفع وأمثل، يمكن من استثمار قدراتها في الانتشار السريع وجاذبيتها الكبيرة في تعزيز الانتماء للأمة، والذي يمثل أسس وحدتها، وبناء جسور المودة بين أبنائها بما يحقق لهم من ارتباط وطني يعزز الانتماء لديهم، ويشيع فيهم من معاني الخير والصلاح، وبما يحيي في نفوسهم دائماً الارتباط بالأمة والأرض وما يثير فيه ذلك من تطلعات نحو العزة والسؤدد، وبما تذكّرهم به من الانتماء التاريخي، وتدحض به من الشبهات والأراجيف التي تثار حول دينهم وهويتهم وشخصيتهم وطاقاتهم ومقدراتهم.

ولعل هذا البحث يلقي الضوء على هذا الموضوع ويقدم رؤية مقترحة لتفعيل دور النشر في استثمار وسائل الإعلام الجديد استثماراً نافعا؛ لا سيما مع زيادة حجم التحديات والاختطاف والاستهداف الذي يواجهه شبابنا فضلاً عن حملات التشكيك والتشويه المخطط لها.

ويأتي هذا البحث ليقدم رؤى مقترحة لتوظيف الإعلام الرقمي (الجديد)

في ترسيخ القيم والثوابت لدى الشباب، والعمل على تفعيل دورهم وخرطهم في تحمل مسؤولية حياتهم؛ لا سيما وأنهم هم الأكثر استخداما لهذه الوسائل والأنشطة ممارسة لها ويضاف إلى ذلك أنهم الأكثر استهدافا واختطافا، سائلا المولى أن يجعله في ميزان حسناتي ووالديّ وذريتي، وأن يقبله مني خدمة لأمتي... آمين

وقد جاء هذا البحث محتويا على مبحثين:

المبحث الأول: أهمية التخطيط الإعلامي وتوظيفه في ترسيخ القيم.

المبحث الثاني: الرؤى المقترحة لترسيخ القيم المجتمعية لدى النشء (آلية تنفيذ الخطة).

المبحث الأول

أهمية التخطيط الإعلامي وتوظيفه في ترسيخ القيم

يشهد الإعلام اليوم طفرة واسعة وتقدماً ملحوظاً من خلال التطورات المتسارعة في مجال الاتصالات والمعلوماتية والثورة التكنولوجية الحديثة ومع تطور الشبكة العنكبوتية؛ فقد اتسعت دائرة الإعلام في هذا العصر، وتنوعت وسائله، ومنها: المرئية والمسموعة والمقروءة فضلاً عما تقدمه الشبكة العنكبوتية من وسائل ووسائط تفوق الخيال؛ هذا التوسع الشامل والتطور المتسارع مكّن القائمين من تقديم المضامين التي يريدون ووفق ما يشاءون، وفي المقابل أتاح المجال أمام أفراد الجمهور أن يتعرضوا لما يشاءون من الوسائل؛ سواء أكانت فضائيات مرئية أم محطات إذاعية مسموعة، أم مواد مكتوبة أو منشورة في المواقع الإلكترونية المختلفة، إضافة على شبكات التواصل الاجتماعي التي فاقت في قدراتها وخدماتها باقي الوسائل، وأصبح الفرد أمام خيارات واسعة فله أن يتعرض لما يشتهي منها وأن يختار من المضامين ما يناسب رغباته ويشبع حاجاته.

وقد أحدث هذا التطور وهذه التقنية انقلاباً شبه جذري في كل مجالات الحياة المعاصرة وسلوكيات أفراد المجتمع؛ وطالت التغيرات الأعراف والقواعد والقيم الاجتماعية، لأن الإعلام في الحقيقة هو العامل الفاعل الذي يوجه الناس في المجتمع وهو الذي يشكل الرأي العام وفق رغبات وخطط القائمين على الوسائل الإعلامية وانطلاقاً مما يؤمنون به من مبادئ وأفكار وقيم؛ لذا نجد أن كبار المخططين مثل هرتزل الذي وضع خطة استراتيجية لقيام المشروع اليهودي قد اعتبر السيطرة على الإعلام بعد السيطرة على المال

في العالم من المهمات الرئيسة التي لا بد للصهيونية من أن تنجزها في حركتها للسيطرة على العالم، وقد عمل الصهاينة على إنجاز هذا الهدف بجدٍّ حتى أصبحوا اليوم يمتلكون أكبر الإمبراطوريات الإعلامية وسيطرون سيطرة فعلية على وسائل الإعلام في العالم.

ويرجع السبب في أهمية الإعلام بصورة عامة لكونه قادراً على مخاطبة جميع الشرائح لما يملكه من إمكانية النفوذ في كل مفاصل المجتمع، فالإعلام أصبح بطل الملحمة واللاعب الأساسي في صياغة الترتيبات على المستوى الوطني والاقليمي والعالمي، وبالتالي فإن المتحكمين في الإعلام، هندسة وتمويلاً وصياغة وتخطيطاً هم الأقدر على صوغ خريطة الواقع وتوجيه الجماهير وتشكيل اتجاهاتهم نحو ما يخططون له وما يتماشى مع ما يهدفون أو يتطلعون إليه.

ولا أحد يستطيع أن ينكر الدور الرئيس للإعلام في تشكيل العقل والسلوك البشري، وفي ذلك يقول عالم الاجتماع الأميركي س. رايت ميلز: «إنَّ جانباً سيراً فقط مما نعرفه من حقائق اجتماعية عن العالم، توصلنا إليه بأنفسنا، وبطريق مباشر، بينما معظم التصورات والأخيلة التي في أدمغتنا عن العالم، وصلت إلينا عن طريق وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري، لدرجة أننا في غالب الأحيان لا نصدق ما يجري أمامنا حتى نقرأ عنه في الصحيفة، أو نسمع عنه في الراديو. فوسائل الإعلام لا تعطينا المعلومات فقط، ولكنها توجه خبراتنا المباشرة»^(١).

(١) محمد إبراهيم زيدان، دور الإعلام في وحدة الأمة الإسلامية: دراسة تطبيقية على موقع إسلام أون لاين. نت (ورقة مقدمة لمؤتمر: «الوحدة الإسلامية: الفرص والتحديات» في ماليزيا ١-٢ أكتوبر ٢٠٠٣).

وبناء على هذه المعطيات فإن هذه الطفرة الإعلامية المتسارعة وضعت السياسة وصناع القرار والمخططين والغيورين على مصالح الأمة أمام تحدٍّ صارخ فرض عليهم الالتفات بعين واعية وقلب غيور إلى آلية التعامل مع هذه التقنية الشاملة واستثمارها الاستثمار الأمثل في توجيه أفراد المجتمع إلى النافع والجاد، وتنشئة الجيل على القيم والأخلاق السامية، إضافة إلى غرس القيم الدينية وتدعيمها وتعزيزها.

ولن يتأت هذا إلا إذا تصدى لذلك الغيورون من أبناء الأمة الذين جمعوا مع العلم خبرة وفهما وغيره وحرصا ونظرة ثاقبة وتخطيطا ناجحا؛ فراحوا يرصدون الواقع ويرقبون المستقبل ويضعون الخطط الاستراتيجية المحكمة والناجحة التي تستثمر الإمكانيات المتاحة وتوظفها في خدمة قضايا الأمة ومصالحها، ومن أهم هذه القضايا التي يجب أن تصدر أولويات المخططين، القيم الأصيلة المتمثلة في الولاء والانتماء الحق والصادق؛ لا سيما في ظل تعدد مصادر التلقي لدى الشء، وزخم حملات التشكيك والتشويه والغزو الفكري والأخلاقي، وتعدّد تفنن وسائل الاختطاف التي أخذت على عاتقها اختطاف أجيالنا وغسل أدمغتهم ولفتهم عن قضاياهم وثوابتهم الدينية والمجتمعية.

ويأتي في هذا المقام دور التخطيط الاستراتيجي، إذ تعتبر الاستراتيجية الإعلامية هي عملية اختيار أفضل البدائل والوسائل لتحقيق أهداف محددة لأي مجتمع، فلا يمكن وضع استراتيجية سليمة لأهداف غير واضحة، وينبغي التأكيد على ضرورة النظر إلى عملية رسم هذه الاستراتيجية بحيث تضع في اعتبارها العلاقات المتداخلة بين المتغيرات المختلفة، ولعل من أهم الشروط الاستراتيجية الإعلامية هو وضوح الأهداف وتكاملها وتناسقها، فوضوح الأهداف منذ البداية والتخطيط المسبق لضمان تحقيقها، هو السرّ الحقيقي

الذي يكمن فيه تفوق بعض الأشخاص وتمييز بعض المؤسسات وتقدم بعض الدول والأمم. إذ أن التخطيط هو الخطوة الأولى للنجاح سواء أكان على مستوى ضيق يتناول حياة الفرد أو يوميات الأسرة، أم كان على مستوى أوسع وأشمل يتناول عمل مؤسسة أو قطاع أو أمة، وقد قيل: «بأن الفشل في التخطيط يقود إلى التخطيط للفشل». وقيل أيضا: «إن العمل بلا رؤية مضيعة للوقت، ورؤية بلا عمل مجرد حلم، ورؤية بعمل قادرة على تغيير الكون».

وبذا تتضح أهمية التخطيط الإعلامي؛ فعن طريقه تتحقق الأهداف المنشودة، فالتخطيط الإعلامي هو الأساس الذي تنفذ عليه الخطط المستقبلية، على أن لا تغفل هذه الخطط الحاضر وتأخذ أفضل ما في الماضي لكي تحقق النقلة المستقبلية.

ويعرّف التخطيط الاستراتيجي الإعلامي على أنه «التخطيط الذي تقوم عليه سياسة إعلامية توضع على أساسها خطة أو مجموعة خطط يتم تنفيذها بدقة ومهارة من أجل تحقيق أهداف تم تحديدها مسبقاً»^(١).

(١) د. عبد المجيد شكري؛ التخطيط الإعلامي «أسسه - نظرياته - تطبيقاته»، القاهرة، ٢٠٠٩م، ص ٣٢.

هناك تعريفات كثيرة لمفهوم التخطيط الاستراتيجي، وعلى الرغم من وجود تعريفات عدة للتخطيط، إلا أن ذلك لا يمنع القول بوجود شبه إجماع على أهداف التخطيط وحصرها في هدف محدد هو اتخاذ قرار حاضر بشأن حدث مستقبلي ويعرفه «جونز» بكلمة واحدة «الاختيار»، وعند «كونترو أودنيل» هو اتخاذ قرار حاضر حول ماذا نفعل؟ كيف نعمل؟ متى نعمل؟ من يعمل؟ وهناك تعريفات أخرى للتخطيط منها:

- التخطيط: اختيار أحسن البدائل المتاحة لتحقيق أهداف محددة، مع وضع الأساليب والتنظيمات والإجراءات لتحقيق تلك الأهداف بأقل تكلفة ممكنة.

عناصر الخطة الاستراتيجية

لتعزيز القيم (الولاء والانتماء)

الخطة الاستراتيجية الناجحة لا بد أن تقوم على عناصر رئيسة وخطوات أساسية تنطلق منها وتبنى على ضوئها؛ ومن أبرز هذه الخطوات (العناصر) التي ينبغي أن تسبق عملية وضع الخطة الاستراتيجية ما يلي:

الخطوة الأولى: الرصد والتحليل

تبدأ عملية التخطيط بتقييم الوضع الراهن وتحليل ورصد الواقع الحقيقي؛

-
- التخطيط عملية فكرية تعتمد على المنطق والترتيب حيث يبذل فيها المدير جهداً لتحقيق الأهداف التي تريدها المؤسسة والبحث عن الوسائل المناسبة لتحقيقها وكذلك توقع المعوقات التي يمكن أن تعترضها.
 - والتخطيط: جهد منظم مستمر مستقبلي يتم فيه اختيار أفضل البدائل المتاحة لمعالجة مشكلة أو وضع رؤية لإنجاز هدف محدد.
 - التخطيط: عملية مستمرة لاتخاذ القرارات المتعلقة بالمشروع وبطريقة منظمة حسب أفضل المعلومات الممكنة والمتعلقة بالآثار المستقبلية للقرارات، والتنظيم بصورة منظمة للجهد واللازمة لتنفيذ هذه القرارات، وقياس نتائج القرارات مقابل التوقعات من خلال استرجاع المعلومات بصورة منتظمة. (عند بيتر واركر)
 - ويتضح من التعريفات السابقة أن التخطيط عملية مستمرة تهدف إلى تحقيق أهداف معينة، وتحديد الوسائل لتحقيقها، وإعداد البرامج التفصيلية لأداء النشاطات الضرورية لتحقيقها بطريقة تحقق الكفاءة والفاعلية باستخدام الموارد والإمكانات المتاحة بالشكل الأمثل استناداً على قاعدة صلبة من المعلومات والحقائق في ظل الظروف المحيطة بالمؤسسة.
 - أفدت هذا من محاضرات في فن التخطيط الاستراتيجي للدكتور طارق السويدان، وكذا من مذكرة للأستاذ الدكتور عبد الله الرفاعي في مقرر التخطيط الاستراتيجي.

للقوف على نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات للموضوع الذي نهدف إلى التخطيط له. ويستخدم في ذلك عادة نموذج SWOT الذي نستطيع أن نتبين من خلاله العلاقة بين الأربعة متغيرات الرئيسة؛ وهي نقاط القوة والضعف، والفرص والتحديات.

ومن هنا جاء اسمه SWOT وهي اختصار للأربع مكونات، وهي:

- نقاط القوة Strength.
- نقاط الضعف Weaknesses.
- الفرص Opportunities.
- التحديات Threats.

ومن خلال هذا النموذج نستطيع اختيار الاستراتيجيات المناسبة للحالة الراهنة والتطلعات المستقبلية؛ لأن هذا النموذج يوقفنا على المدى الذي تكون فيه الاستراتيجية المرسومة متوائمة مع الوضع وتحدياته، مع محاولة التركيز على نقاط القوة وتعزيزها والانتباه إلى نقاط الضعف ومعالجتها.

ولكي نبني خطة استراتيجية إعلامية لتعزيز القيم (الولاء والانتماء) فإن أولى الخطوات تتمثل في تقييم الدور الإعلامي الحالي وما تقدمه وسائل الإعلام المحلية من برامج أو مواد أو مضامين تخرس فيه هذه القيم أو تعززها وتدعمها، ويكون ذلك التقييم من خلال قيام دراسات متخصصة تعنى بمسح وتحليل المواد والمضامين الإعلامية للقوف على حجم توافر مثل هذه القيم وآلية وأشكال تقديمها، إضافة على أوقات بثها أو نشرها وأساليب عرضها.

وفي المقابل أيضا هناك جانب مهم في عملية الرصد والتحليل يجب أن لا يغفله الدارسون والراصدون ويتمثل في النظر في الزاوية المقابلة للمضامين

الإيجابية الداعمة للقيم المجتمعية، وهي مسح ورصد وتحليل المضامين المناهضة والمخالفة لهذه القيم، والتي تدعو من قريب أو من بعيد إلى التشكيك في هذه القيم، وتحاول إضعافها بيث الأراجيف أو الشكوك، أو الدعوة إلى ولاءات وانتماءات طائفية أو حزبية أو فكرية مخالفة، أو تشكك الجيل بولاءاتهم من خلال تسليط الضوء على قضايا ضيقة وتضخيمها؛ سعيًا لزعزعة الثقة لدى الشء وإضعاف نبض الإحساس بهذه القيم والثوابت.

وهذا يتطلب التركيز على القنوات الفضائية الخاصة (بعدها إحدى منصات الإعلام الجديد) والمواقع الالكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي والمنتديات والتي قد تغطي بغطاء الحرص على المصلحة الوطنية وتوعية الفساد، ولكنها تنفث بسمومها الفكرية تحت شعار الإصلاح.

وفي دولة كالسعودية مثلاً يمكننا أن نقف على عناصر القوة والفرص التي تساعد في تعزيز قيم المواطنة والولاء والانتماء، وكذا نقاط الضعف والتحديات التي تواجه هذه القيم الوطنية، من خلال النقاط التالية:

أولاً: نقاط القوة والفرص الداعمة.

١- الدولة تحتضن معالم إسلامية خالدة؛ كالحرمين الشريفين فضلاً عن مواقع تاريخية إسلامية كثيرة لها قيمتها الدينية الراسخة وتجذرهما في قلوب أبناء الوطن نفسه وفي قلوب المسلمين جميعاً؛ مما يكسبها قوة لا تُضاهى في ترسيخ القيم المجتمعية (الولاء والانتماء وغيرها).

٢- الدولة من الدول الإسلامية التي تقوم أسس الترابط فيها والولاء والانتماء على أساس الدين ويغذيها التصور الإسلامي والشعور الإسلامي.

٣- الدولة ذات نظام حكم ملكي، يلتف فيها الشعب حول مليكهم وينظرون إليه على أنه رأس الهرم الذي يحقق الالتفاف حوله مصالح كبرى تعود على الجميع.

٤- الدولة فيها مقومات الوحدة والولاء لأنها ذات تكوينة عشائرية متماسكة، وتؤمن بهذه القيم وتتفاخر بالولاء والانتماء الوطني.

٥- الدولة ذات تركيبة مجتمعية تتقارب فيها الرؤى وتتفق في تقديرها للمصالح العامة، وليس فيها مذاهب وتيارات ذات أيديولوجيات مناهضة للقيم الوطنية العليا.

٦- الدولة تملك جهازاً إعلامياً يضم قنوات فضائية ومحطات إذاعية رسمية، وصحفاً رسمية، ومواقع حكومية رسمية على شبكة الانترنت.

٧- الدولة لديها سياسة إعلامية واضحة؛ تؤمن بالحرية، ولكنها الحرية المسئولة، ولذا تفرض رقابة على كل ما يخالف القيم الدينية أو الوطنية أو يمس كرامة الشعب وقيمهم وعاداتهم الراسخة.

وهذه وغيرها تعتبر من عناصر القوة التي يعوّل عليها في بناء خطة استراتيجية ناجحة تغرس القيم الوطنية وتعززها وتدفع كلّ ما يناهضها أو يخالفها.

ثانياً: نقاط الضعف والتحديات.

قد تكون حجم التحديات التي تمثل نقاط الضعف التي تواجه غرس القيم المجتمعية قليلة ولا تكاد تُذكر أمام عناصر القوة والفرص، ولكن لا بد من تحديدها ليضع القائمون على الإعلام والمخططون له ذلك نصب أعينهم ويراعوه في خططهم الإعلامية لغرس هذه القيم، ومن أهم التحديات ونقاط الضعف:

١- ضعف التقديم الإعلامي لمضامين القيم المجتمعية؛ ومن ذلك غياب استراتيجيات الإقناع؛ والتي تتمثل بضعف التقديم الإعلامي للمضامين ذات القيم المجتمعية؛ سواء بضعف الأساليب أو روتينية الأشكال والتكرار وعدم الابتكار، أو العرض الموسمي والظرفي، والذي يولي القيم الجامعة أهمية بالغة في المناسبات الموسمية أو في الأزمات، ولكنه سرعان ما يخف هذا الاهتمام بانتهاء المناسبة أو زوال الأزمة وانقشاعها.

٢- ظهور نوافذ إعلامية جديدة؛ فتكاثر منصات الإعلام الجديد ونوافذه، مثل: المواقع الإلكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي، منصات تحميل مقاطع الفيديو والصوت، التطبيقات المتنوعة للأجهزة الذكية وغيرها، والتي من شأنها أن تنافس القنوات الرسمية وتعطف الجماهير نحوها مما يؤدي إلى تغييبهم عن القنوات الرسمية التي غالباً ما تهتم بالقيم الجامعة، فضلاً عن قيام بعض هذه القنوات والمحطات الخاصة ببث مضامين قد تضعف من هذه القيم، سواء بالتعريض أو التحرض أو أسلوب التسطيح والتجهيل الإعلامي، أو من خلال منهج التكرار والتضخيم لبعض القضايا والمخالفات التي تقع في المجتمع، فتركيز بعض الوسائل الإعلامية على قضية من القضايا (الفساد أو الجرائم أو الاختلاسات، أو الرشاوى، وغيرها من صور المخالفات المناقضة للالتزام) والتركيز على مثل هذه القضايا وتكرارها وتضخيمها يعتبر من الأساليب التي تُضعف من القيم الجامعة وتشكك فيها.

وتعود أسباب كثافة جمهور هذه النوافذ والوسائل الجديدة فضلاً عن انتشارها الواسع، إلى أسباب عائدة إلى أخطاء مقصودة أو غير مقصودة من قبل المخططين والقائمين على وسائل الإعلام، من أبرزها: التحييد والإقصاء،

والنمطية والروتينية؛ فاقصر وسائل الإعلام الرسمية على وجوه محددة ومكرورة مع إقصاء كثير من الكفاءات، إضافة إلى اقتصرها على مضامين محددة وبنمطية في العرض والتقديم، أدى إلى هروب الجمهور إلى وسائل إعلامية أخرى؛ سواء أكانت محلية خاصة، أو خارجية.

٣- الغزو والاستهداف الخارجي؛ وذلك من خلال ما تبثه بعض الدول المغرضة من مضامين تستهدف القيم المجتمعية محاولة التشكيك وإضعاف هذه القيم، فانطلقت قنوات فضائية ومحطات بث متخصصة ومواقع على الشبكة العنكبوتية لبث السموم والأراجيف لإضعاف هذه القيم.

٤- طبيعة التعرض لدى الجمهور؛ فبالأس القريب كان أسلوب التعرض الجماهيري غالباً ما يتم ضمن محيط الأسرة والعائلة التي يجتمع أفراد الأسرة حول جهاز التلفاز، فيرون مواد غالباً ما تكون قيّمة وهادفة فضلاً عما يصاحبها من نقد وتعليق يعزز فهم الأفراد ويرسخ لديهم القيم، ولكن في ظل التقنيات الحديثة اختلفت طبيعة التعرض، وصار الأفراد يتعرضون بشكل انفرادي لمواقع إلكترونية فيتلقون منها الغث والسمين ولا يجدون من يوجه أو يتابع أو ينصح أو يراقب.

هذه وغيرها تعتبر من التحديات التي تجعل المسؤولية كبيرة على الساسة والمخططين القائمين على الإعلام لإيلاء القيم المجتمعية جلّ اهتمامهم والمبادرة إلى صياغة خطط استراتيجية لتعزيز هذه القيم السامية.

وبالنظر بعين الفاحص والناقد حول تناول القيم الوطنية والمجتمعية وما يقدّم في وقتنا الراهن على وسائل الإعلام المحلية فإنها لا ترقى إلى مستوى التطلعات والمأمول منها في تعزيز مثل وقيم الانتماء والمواطنة في أفراد

المجتمع - وإن كانت تتناول هذه المفاهيم وتعرض هذه القيم - ولكنها بحاجة إلى تعزيز يتواءم مع العصر وحجم المنافسة والتحدي.

والتطلع والأمل أن يكون الهدف الأسمى من مهام ووظائف المؤسسات الإعلامية هو تعزيز هذه القيم من ولاء وانتماء ومواطنة بين أفراد المجتمع عبر هذه المؤسسات الإعلامية من منطلق أنها أمانة وواجب وطني، ولتكون الوسيلة عنصراً فاعلاً ومسانداً لجهود الحكومة ممثلة في قيادتها ومنظماتها وقطاعاتها وأجهزتها المختلفة، وتساهم بكل ما يتوفر من إمكانيات لطرح المواضيع البناءة والتي تساند جهود الدولة في مختلف المجالات، وأن تضع في الحسبان إشراك المواطنين بمختلف شرائحهم وميولهم وفئاتهم للتفاعل مع برامجها وأعمالها وأنشطتها بمختلف أشكالها ومضامينها في إطار يؤدي إلى تعزيز الانتماء والمواطنة، ويغرسها في داخل كل فرد من أفراد المجتمع.

وأما المؤسسات الإعلامية التجارية فهي غالباً ما تنظر للربح المادي؛ لذا فغالباً ما تتجه موادهم وبرامجهم الإعلامية نحو المواضيع الرياضية والموسيقى والدراما والترفيه والتسلية...، طمعا في جذب الجماهير وزيادة التعرض من قبلهم لها من باب المنافسة وسعياً للربح والعائد الإعلاني المرتبط بالجمهور غالباً.

وفي المقابل فإن دورهم من منطلق المسئولية الاجتماعية للمؤسسة الإعلامية ينفذ في كثير من الأحيان لمجرد إثبات حضور فقط، ومن باب أنهم قدموا شيئاً من الواجبات نحو المجتمع، وتكون نسبة ما يقدمونه من مضامين معززة للقيم الجامعة شيئاً لا يُذكر من حجم المواد الأخرى، وبالعادة تقدم هذه المواد في أوقات ومناسبات محددة وأنية تنتهي بانتهاء المناسبة أو الحدث.

أما المؤسسات الإعلامية الحكومية وهي التي يعوّل عليها الأمل في تولي المسؤولية كاملة في تبني جهود منظمةٍ ومستمرة تجذول على مدار العام من خلال تقديم أعمال إعلامية تعزز من قيم الانتماء والمواطنة، فهي تقدّم ما عليها من دور بصورة مقبولة، لكنه لن يتحقق منها نتائج مؤثرة ويعتدّ بها، ما لم يخطط لها بشكل منهجي ومدروس وفق أصول علم الإعلام والاجتماع والنفس والاتصال وبالخبرات العملية والمتبادلة مع الآخرين، وضرورة التفاتها إلى نوافذ الإعلام الجديد ومنصاته وتطبيقاته الواسعة والتخطيط لاستثمارها أو تعويض الجماهير عنها، وفق خطط استراتيجية لتحقيق أهداف مرسومة ومخطط لها بدقة وعناية فائقة.

الخطوة الثانية: تحديد الرؤية

والرؤية يجب أن تكون رؤية بعيدة واستشرافية طموحة، تعطي تصوّراً واضحاً لآلية عمل المؤسسات الإعلامية تجاه هذه القضايا المجتمعية، ويمكن أن تكون الرؤية الاستراتيجية لتعزيز القيم على النحو التالي:

الرؤية

بناء جيل منتمٍ لدينه وأُمَّته ومحِب لوطنه وقيادته، وواعٍ لما يُخطّط له ويستهدفه

الخطوة الثالثة: تحديد الأهداف

الأهداف هي جوهر التخطيط، وبدون أهداف فلا خطة ولا نجاح، ولذا لا بدّ من أن تكون الأهداف واضحة ومحددة وواقعية وممكنة التنفيذ وقابلة للقياس، إضافة إلى ضرورة الاهتمام بأن تكون مرنة يمكن تعديلها أو تطويرها أو تنفيذها على فترات زمنية وحسب ما يستجد من أحوال أو يظهر من منافسين أو عملاء.

وعادة تتكوّن الأهداف من أهداف استراتيجية رئيسة بعيدة المدى، وهي طموحات مستقبلية يُسعى إلى تحقيقها على مدى بعيد، وهناك أهداف ثانوية فرعية (تكتيكية) يكون تحقيقها ضمن مدى قصير، إضافة إلى أن تحقيقها يؤدي إلى تحقق الأهداف الاستراتيجية البعيدة.

وفي التخطيط الاستراتيجي الإعلامي لغرس القيم المجتمعية وتعزيزها فإن الهدف الأساس ينبثق من الرؤية الشمولية وينعكس عنها، وهو الهدف الذي يتم حشد كافة وسائل الإعلام والاتصال لتحقيقه بصفة خاصة وأهداف المجتمع المختلفة بصفة عامة، حيث إن نجاح تلك الخطط الاستراتيجية لا بد لها من تسخير كافة الطاقات لتحقيق تلك الأهداف من إمكانات مادية وبشرية، ومواكبة العصر الحديث بعلمه ومستحدثات التكنولوجيا الاتصالية، والاطلاع على الخطط الاستراتيجية الناجحة والخبرات السابقة في هذا المجال.

إن اختيار أساليب ناجحة للوصول إلى الأهداف المطلوبة يستلزم بدوره أهدافاً واقعية يمكن تحقيقها ولو على مراحل، وعلى هذا فإن أهداف الاستراتيجية الإعلامية يجب أن تواكب تطورات العصر من أجل مواجهة التحديات المعاصرة، ويمكن تحديد تلك الأهداف في الآتي^(١):

(١) انظر الأهداف (٥-١٠) على الرابط التالي:

- ١- تعزيز الانتماء، وتقوية الروابط بين أفراد المجتمع لتحقيق الوحدة المجتمعية والأمن والاستقرار.
- ٢- إبراز الصورة المشرقة للمجتمع والأمة من خلال الرسالة الإعلامية، وإظهاره على الصعيد المحلي والعربي والدولي.
- ٣- المحافظة على القيم الإسلامية والعربية الأصيلة والسائدة في المجتمع والعمل على تعزيزها وتدعيمها من خلال المنتج الإعلامي الذي يُعرض للجمهور.
- ٤- تأكيد وحدة وتكامل العمل الإعلامي بكافة وسائله المسموعة، والمقروءة، والمرئية مع ضرورة استثمار نوافذ الإعلام الجديد وتسخيرها جميعاً لخدمة قضايا الأمة والوطن.
- ٥- صياغة نظام إعلامي يكون قادراً في إبداعه وعطاءه على أن يأخذ مكانه في هذا العصر، وأن يضمن القدرة على مواجهة التحديات والمخاطر التي يمكن أن تواجه الدولة والأمة في المستقبل.
- ٦- استمرار عملية تحديث أدوات ووسائل الإعلام من خلال الاستفادة من تطورات التقنية التي يشهدها العصر، وفي الوقت نفسه الحفاظ على الأصالة والهوية الذاتية وعدم إدماجها في تيار الفكر والثقافة الأجنبية يساعد بشكل كبير على الحفاظ على الهوية وتعزيزها في المجتمع.
- ٧- تحقيق الحوار بين أجهزة الدولة وفئات الشعب بما يحقق الإبداع والتواصل، وبالتالي يحقق التآخي والترابط بين أبناء الشعب من أجل إنجاز الأهداف عن اقتناع وبصورة مشرّفة.
- ٨- تعميق الوعي وإثراء الشخصية والإقناع بالقضايا المشاركة والتي تهدف أولاً وأخيراً إلى تحقيق تعزيز وتنمية الشعور بالانتماء، والواقع أن

تحقيق ذلك لن يتأتى من فراغ ولكن من خلال تعاونٍ كامل بين أجهزة الدولة المختلفة، لتحقيق سياسة الدولة وأهدافها الوطنية.

٩- تقديم الرسالة الإعلامية بصورة تحصّن المجتمع ضد الغزو الفكري والإعلامي الأجنبي، وترسيخ الشخصية الجامعة، وتحقيق الأمن الثقافي والإعلامي في مواجهة التيارات الإعلامية الوافدة التي تهدد الدين والثقافة والعادات والسلوك.

الخطوة الرابعة: المنطلقات والثوابت

هناك ثوابت دينية ومنطلقات راسخة وثابتة يجب مراعاتها عند صياغة الخطة الاستراتيجية الإعلامية لغرس القيم، وهذه المنطلقات تعدّ إضاءات على الطريق ودعائم لا يمكن تجاوزها أو التعامي عنها، ومنها:

١- التمسك بالإسلام عقيدة وشريعة ومنهج حياة شامل؛ فالإسلام هو مصدر القوة وأساس العزة والمنعة، فالولاء والانتماء فيه عقيدة راسخة وقيمة ثابتة، والتمسك بالإسلام يقوي هذه القيم ويعززها.

وفي المقابل يجب الحذر من الأفكار الهدامة والعولمة التغريبية المضللة باسم الحرية مرة، وباسم حقوق الإنسان مرة، وباسم التقدم مرة أخرى، وتحت مسميات عديدة، وليعلم المواطن أن ما ينعم به من رخاء واستقرار لم يحدث إلا في ظل الإسلام.

٢- مواجهة مشاكل العصر بروح إسلامية لما في ذلك من درع منيع ضدها، ونظراً لأن العالم يعكس اليوم مشاكل متعددة ومؤثرة، وكل جزء في العالم يتأثر بما يحدث في بقية أنحاء العالم، خاصة وأن التقدم التكنولوجي وما يترتب عليه من سهولة اتصال جعل العالم كله كأنه

قرية واحدة، ومن المشاكل التي يواجهها العالم اليوم الإرهاب وزعزعة الأمن والاعتداء على المقدرات الوطنية والجريمة المنظمة، وانتشار المخدرات ومشكلات التفكك الأسري والاجتماعي، وغيرها مما يعتبر نتيجة للوقوع في برائن الأفكار الضالة وغيرها من المشكلات المعقدة التي ينبغي مواجعتها بروح إسلامية وبأساليب وأدوات إسلامية^{(١)(٢)}.

٣- الالتفاف حول القيادة والعلماء، لأن ذلك من أبرز أسس التلاحم والوحدة القوية، فضلا عن كونها سبباً في تجاوز كل الأزمات والعقبات والتهديدات التي تعكر صفو مصلحة المجتمع.

٤- احترام النظام؛ فالدولة تضع السياسات المختلفة والأنظمة لأجل ضبط وتنظيم حياة المجتمع وتيسير شؤونه، ومن ثم فإن احترام المواطن للنظام يعتبر عنصراً أساسياً لما فيه من زيادة في استقرار المجتمع وتحقيق أهدافه.

٥- حب الوطن: يعتبر حب الوطن من أهم الثوابت فهو واجب من واجبات المواطنة، فمن يحب وطنه يعمل من أجل تقدمه ورخائه بإخلاص وتفان، ويكون عوناً دائماً في المحافظة على أمن واستقرار وطنه ومجتمعه.

٦- الدفاع عن الأمة؛ وهو ليس قراراً فردياً ولا اختيارياً، بل هو عقيدة دينية وفريضة شرعية وواجب وطني، وفي المقابل فإن خيانة الأمة أو موالاته الآخرين ضده يعتبر كفراً عقدياً وجريمة شرعية وخيانة وطنية.

(١) القحطاني، فهد يحيى، لا.. للإرهاب، الرياض: مكتب أمانة مجلس دول التعاون الخليجي، ١٤٢٥هـ، ص ١٠٣.

(٢) الحسان د. محمد، المواطنة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية، الجزء الثاني، الرياض: دار الشبل، ط ١: ١٤١٦هـ/ ١٩٩٦م. ص ٨٥.

٧- المساهمة في تنمية الاقتصاد: تكتسب الدولة أهميتها ومكانتها بين أمم العالم في الوقت الحاضر على حسب قوتها الاقتصادية، وإسهام أفراد المجتمع في تنمية الاقتصاد، والتي يمكن أن تتم بطرق شتى، فعمل الفرد وإتقانه عمله وزيادة إنتاجه، وسعيه الدؤوب على الارتقاء بما يوكل إليه من أعمال، كل ذلك وغيره يُسهم في تقوية اقتصاد البلد ورقية وتطوره.

٨- المحافظة على المقدرات الوطنية والمرافق العامة، واستشعار المسؤولية الدينية والوطنية تجاهها ووجوب المحافظة عليها وصيانتها من العبث أو الاستنزاف أو التجيير للمصالح الخاصة^(١).

٩- الحفاظ على الأمن؛ فالأمن ضرورة عدّها الله تعالى في كتابه ورسوله ﷺ نعمة كبرى، وهي جزء مهم من الانتماء المجتمعي للفرد والمجتمع حيث يعيش الجميع سلام نفسي وتعايش وإحياء للقيم الجامعة، مما يعزز الحفاظ على أمن المجتمع الفكري والاجتماعي والاقتصاد، ويكون هو الجدار الصلب والحصن المنيع ضد ما يمسه بسوء.

١٠- ومن المنطلقات والثوابت الداعمة والمعززة للقيم الجامعة: التعريف ولا سيما النشء والجيل الجديد بمعالم الأمة ومقوماتها الحضارية، والتركيز على الثوابت والقواعد المشتركة بين أبنائها، فوسائل الإعلام بحاجة لتقديم برامج ومواد إعلامية تركز فيها على مقومات الأمة الواحدة المتماسك، بحيث يتم التعريف بالمناطق والمعالم المجتمعية، وإبراز المواصفات المشتركة بينها وبين سكانها تحت إطار المصالح الواحدة، وعدم التفريق بينهم، فرغم وجودهم في أماكن متباعدة إلا أنه

(١) القحطاني، فهد يحيى، لا.. للإرهاب، مرجع سابق، ص ٥٢. بتصرف

بالإمكان عقد ملتقيات ومهرجانات وندوات ونحوها في التوقيت المناسب والتطرق للقضايا ذات الهم المشترك أو المواضيع ذات الاهتمام المشترك وإدارتها للوصول إلى نتائج تخدم الوطن والمواطن^(١).

الخطوة الخامسة: تنفيذ الخطة الاستراتيجية

سيخصص المبحث التالي للحديث عن آليات تنفيذ الخطة المقترحة لتعزيز القيم الوطنية؛ وذلك لأنها مكمّن البحث وأساسه، وللحاجة إلى التوسع والتفصيل في تقديم مقترحات الخطة ورؤاها.

(١) الشميمري، فهد بن عبد الرحمن، التربية الإعلامية - كيف نتعامل مع الإعلام. ص ١٣٠.

المبحث الثاني

الرؤى المقترحة لترسيخ القيم المجتمعية لدى النشء

(آلية تنفيذ الخطة)

لتنفيذ الخطة المرسومة ولتحقيق الأهداف الاستراتيجية فإنه لا بد من إيجاد الوسائل الإعلامية التي تحمل هذه المضامين وتهيئتها لغرس هذه القيم وتعزيز هذه الاتجاهات، ولا بد أيضا من إعداد جيل يحمل على عاتقه العمل على نشر هذه المبادئ والتمسك بها وتقديم مضامينها بأشكال وقوالب إعلامية وبفنية واحترافية تجمع بين الإقناع والإمتاع، ورفعها ونشرها على منصات الإعلام المختلفة ولا سيما نوافذ ووسائل الإعلام الرقمي (الجديد).

وفيما يلي عرض لبعض الأفكار والرؤى الاستراتيجية التي يمكن تطبيقها في وسائل الإعلام المختلفة:

أولا: رؤى تتعلق بدور التلفاز والإذاعة في تعزيز القيم المجتمعية:

يعتبر التلفاز من أكثر الوسائل جمهورا وحضورا نظرا لما يتميز به من بين وسائل الاتصال الجماهيري من خصائص وإمكانات جعلته يحتفظ بمكانته وحضوره لدى الجماهير، فهو الأكثر ملائمة للجماهير على اختلاف أجناسها وثقافتها وأعمارها....

واليوم؛ تغيرت طبيعة مشاهدة أفراد الجمهور لهذه الوسائل واختلفت أنماط متابعتهم لها؛ وذلك حين ارتبطت هذه الوسائل بالث الرقمي، وأصبح لها مواقع على الشبكة الإلكترونية؛ فلكل قناة موقع على التويت و الفيس واليوتيوب والبودكاست وغيرها، وهذا ما أتاح للأفراد متابعتها من خلال هذه

المواقع، وأصبح لها جمهور واسع يتابعها من خلال مواقع الإعلام الجديد؛ ولذا يجب على المخططين والقائمين على الإعلام أن لا يهملوا هذا الجانب، وأن يولوها اهتماما في هذا الشأن.

«وتشير الدراسات إلى أن التلفزيون يشغل حيزا كبيرا من البرنامج اليومي للمشاهدين، وهذا الحيز في تزايد مستمر منذ انتشار البث التلفزيوني إلى الآن. وقد تزايدت أعداد القنوات الفضائية العربية (كمثال) ووصلت أكثر من (٦٠٠) قناة تلفزيونية عربية حتى عام ٢٠١٠م، مما انعكس تأثيره على ساعات العرض والمشاهدة لدى الجمهور، فمثلا في مدينة الرياض بلغت عدد ساعات المشاهدة للتلفزيون لدى ٥٠٪ من السعوديين أكثر من أربع ساعات يوميا»^(١).

وهذا يؤكد ما يتمتع به التلفاز كوسيلة إعلامية من قوة جذب وتأثير، تدعو القائمين عليه إلى ضرورة التخطيط السليم واستثمار هذه القوة في غرس القيم الوطنية وترسيخها.

وأما بالنسبة للإذاعة فإن لها أيضا من الميزات ما يجعلها تحظى بجمهور عريض ومتنوع، وتحافظ على وجودها وحضورها بين الوسائل المتطورة نظراً لأن طبيعة العرض لها يختلف عن باقي الوسائل الأخرى؛ فبإمكان الشخص متابعتها سواء أكان متفرغاً لسماعها أم مشغولاً بغيرها، فهي ترافق الشخص في سيارته أو منزله أو محله أو مكتبه أو غيرها، ولذا نجد تفاعل الجماهير معها ومتابعتهم للكثير من برامجها ومضامينها التي غالباً ما تتميز ببساطتها وسهولة هضمها وفهمها من قبل الجميع.

(١) الحسن، د. عبد العزيز، الدراما التلفزيونية، أساسيات الإنتاج ومعايير العرض، الرياض،

هذه الميزات تدعو المخططين الإعلاميين والقائمين على هذه الوسيلة إلى استثمارها في ترسيخ مثل هذه القضايا الوطنية وتقديمها في قالب فنية مختلفة وجاذبة.

ويمكن تعزيز هذه البرامج بخطة إعلامية تساعد القائمين على هذه الوسائل في تحقيق الهدف المنشود. وبناء على ذلك أقترح الآتي:

١- المواد اليومية وتشتمل على:

أ- مواد إعلانية: تقدم على شكل دعايات أو فلاشات بين الفقرات يكون موضوعها رسالة قصيرة تحتوي على مادة إعلانية مدتها دقيقة أو دقيقتين ذات مضامين جامعة أو قد تكون اجتماعية أو ثقافية أو تراثية داعمة للقيم المجتمعية؛ على شكل رسالة جامعة تقدم الشاب الأنموذج الصالح المنتمي لدينه وأمته ووطنه وتقديمه بصورة جذابة مشرقة وهو يؤدي عملاً هادفاً نافعاً.

أو تقديم رسالة تشير إلى معلم من معالم المجتمع الدينية أو التراثية لتعميق الصلة بالمجتمع وتراثه وحضارته، أو تقديم رسالة تركز على قيمة اجتماعية لها أثرها في تماسك أفراد المجتمع وترابطهم وتآلفهم، مثل: (بر الوالدين أو صلة الرحم أو احترام الجار والإحسان إلى الآخرين أو احترام الصغير للكبير أو مساعدة الغير وغيرها).

وتهدف هذه الرسائل الإعلانية والتي تكون على مدار اليوم بين الفقرات المختلفة إلى إلقاء الضوء على القيم الجامعة التي تعزز الانتماء داخل الأمة في مواجهة كل ما يهدد أمنها وسلامتها، كما تعمل على تدعيم التلاحم والثقة المتبادلة بين أفراد الشعب فيما بينهم وزيادة انتمائهم إلى تراب البلد، وذلك من

خلال توعيتهم بأهمية الترابط بين أفراد الأسرة والتكافل بين أبناء الحي والترابط بين أبناء الوطن والأمة.

▪ مواد توعوية: تقدم على شكل دعايات أو فلاشات أيضا تتضمن بعض الصور الإيجابية لبعض السلوكيات التي تدل على الولاء والوطنية الصادقة؛ مثل المحافظة على المال العام، والالتزام بقواعد السير والمرور، والمحافظة على الممتلكات العامة؛ كالشوارع والحدائق والمرافق... وغيرها.

▪ برامج للأطفال: اهتمت الدول الراقية بغرس القيم لدى الأطفال، ويُعد الأنموذج الياباني مثالا ناجحا في ذلك؛ حيث قدموا برامج الطفولة الممتعة بمضامين وطنية فيها التضحية والتحمدي والانتماء من خلال تعليم الطفل كيف يبني مجده بلده في حال شح الثروات الطبيعية، فمن اليرقات نصنع الطاقة. وكذا الأنموذج الأمريكي الذي قدم برامج الطفولة بما يربي الطفل الأمريكي على التعايش مع غيره في سبيل بناء وطنه وبلده.

وحيث أن أطفالنا هم شباب المستقبل وعدة الأمة، فإن من أوجب الواجبات أن نقدم لهم البرامج الماتعة والنافعة، وأن نجتمع بين التسلية والترفيه من جانب وبين البناء والتحصين من جانب آخر، وتقديم ذلك بقوالب فنية مشوّقة تواكب التطور وما وصلت إليه التقنية الحديثة والصناعة الإعلامية.

كما أنه يجب مراعاة المرحلة العمرية للطفل والمستوى الإدراكي والعقلي، والطفل عادة يفضل الأسلوب القصصي والحكايات والمغامرات، فلوراعى القائمون على البرامج ذلك وقدموا قصصا لشخصيات تاريخية ونماذج وطنية، أو سرد حكايات عن الماضي بأسلوب بسيط مشوق يجذب الأطفال أو مسابقات

وأسئلة تتعلق بمواضيع عن الوطن، أو تقديم مواد تثقيفية تربوية عن الواجبات التي يجب على الطفل إتباعها تجاه ربه ودينه ووطنه وأسرته ورفاقه وجيرانه... وغير ذلك من القيم التي تهدف إلى تنشئة الأطفال على حب الوطن والارتباط بكل ما هو يمثل بلدهم، مما يخلق داخلهم شعور الانتماء والحب لبلدهم.

■ **برامج للمرأة:** المرأة هي نصف المجتمع إن لم تكن كله، وهي محضن الأجيال والعناية بالمرأة في المجتمع ينعكس على بناء المجتمع ككل، ولذا وجب الاهتمام بها من خلال تقديم البرامج التثقيفية والتوعوية التي تحصن المرأة ضد دعوات التغريب، وتعزز من مكانتها في الأسرة والمجتمع، وتقدم لها المعلومات والأساليب التربوية الحديثة التي تساعد في تنشئة الجيل وتربيتهم، ليكونوا عزا لبلدهم وذخرا لأمتهم، إضافة إلى عرض نماذج من نساء الأمة أو نساء الوطن اللاتي تميّزن في خلقهن وعفتن وحيائهن وإبراز جوانب تميّزن في التربية والتضحية في سبيل عزة الأمة ونصرة الوطن، ومن الأهمية بمكان أن تقدّم هذه النماذج السلوكية كقدوات متميزة في الجوانب الخلقية والوطنية. ويمكن تقديم مواد أخرى معززة للقيم المجتمعية والتقاليد الشعبية تناسب المرأة واهتماماتها مثل: (أكالات شعبية، أزياء تراثية، كيفية تربية وتنشئة الأطفال).

■ **نشرات أخبار يومية:** على فترات محددة ذات صفة تواصلية مع العمق والجدّة؛ بحيث لا تكون مجرد قراءة سطحية فقط، ولكن عن طريق مراسلين لقطاع الأخبار يتم نقل الحدث على الهواء وتوفير التعليق عليه والآراء المختلفة، كما تكون لها صفة العالمية بحيث تنقل بصفة شخصية الأخبار الداخلية وكل ما هو جديد من الأخبار العربية والعالمية، وهذا بلا شك يعزز ارتباط المواطن بالوطن وإعلام الوطن، ولا يصرفه إلى

إعلام الآخرين الذي غالبا ما يقدم الخبر وفيه سمّه وفكره، وينبغي مراعاة الجودة والموضوعية في نقل الأخبار وتحليلها يخلق جيلا قادرا على مواجهة أي تحديات هدامة تستهدف وحدة الصف وأمن الوطن، وذلك من خلال الإعداد الجيد.

▪ برامج دينية: قد تكون هذه البرامج الدينية برامج حوارية تخصص بعض اللقاءات فيها لمناقشة قضايا تتعلق بالوطن، مثل التأصيل الشرعي لقضايا الولاء والانتماء والمواطنة والتعايش وحب الوطن وأحكام الطاعة والولاء، أو بيان وتوضيح بعض الأحكام المتعلقة بالمال العام أو مخالفة التشريعات والأنظمة أو تقديم توجيهات ونصائح لنحو بعض القضايا الخطيرة كالإرهاب والمخدرات والغش والرشاوى أو القيادة المتهورة للسيارات... وكل ذلك وفق تأصيل شرعي يرجع المسائل إلى مظانها التشريعية، مما يعزز استجابة الناس لها والتمسك بها.

ويمكن تخصيص برامج لإلقاء الضوء على بطل من أبطال التاريخ الإسلامي أو الوطني، وعرض سيرته ومواقفه وتضحياته، ومن ثم تناول الموضوع بالنقاش والتحليل والحوار المتبادل لتجلية المواقف ورسم الشخصية وتعميقها لدى الجمهور.

▪ الدراما؛ فالدراما تحظى بنسبة مشاهدة عالية، ولها تأثير كبير على المتابعين، ويمكن استغلال هذه القدرة العالية للدراما في عرض مسلسلات يومية من المسلسلات التاريخية التي ترسخ الانتماء للأمة الإسلامية والعربية، وكذا عرض مسلسلات عربية ووطنية ذات مضامين هادفة، والعمل على إنتاج مسلسلات تعالج قضايا وطنية أو تتناول شخصيات وبطولات من أبناء الوطن، فمثلا إنتاج مسلسلات تتناول كل

حلقة منها شخصية وطنية؛ حاكماً أو عالماً، أو مفكراً، أو مجاهداً، أو أحد رجالات الوطن المشهود لهم بالوطنية والانتماء...

■ برامج إذاعية: يمكن الاستفادة مما تقدم عرضه من أفكار ورؤى في وسيلة التلفزيون وتقديمها بقالب إذاعي مع مراعاة خصوصية الوسيلة، وقد تخصص برامج إذاعية تهدف لعرض شخصية إيجابية من جوانبها المختلفة من حيث المآثر والبطولات والدروس المستفادة منها، يذاع في وقت يناسب المستمع بحيث تتحقق الفائدة المرجوة منه.

٢- المواد الأسبوعية

أ- برنامج أسبوعي تكون مدته معقولة - أي من ساعة إلى ساعتين - يقدم في كل حلقة ضيوفاً مختلفين في الآراء والرؤى والتوجهات والثقافة، بحيث يستعرض المواضيع المثارة على الساحة، وكل من الضيوف يدلي بدلوه حسب وجهة نظره مما يثري المناقشة بين الأطراف، وتعود بالنفع على المشاهد، وتساعد على تكوين رأي عام، وأهم من ذلك اتضاح الصورة كاملة أمام المتلقي مما يصعب معها نقل أي أخبار كاذبة له أو تضليله، كل هذا يصب في مصلحة تعزيز فكرة الانتماء وقبول الرأي والرأي الآخر مما يعزز التواصل بين أفراد المجتمع.

ب- أعمال فنية تعزز قيم الولاء والانتماء للأمة والوطن، كأن تتناول شخصية من الشخصيات الإسلامية أو الوطنية، كالرموز الدينية أو السياسية أو النماذج البطولية، بحيث تترك بعداً قيمياً يجذر لقيم الولاء والانتماء.

ج- برامج مسابقات أسبوعية تقوم فكرته على استقبال متسابقين ويكون موضوع المسابقة أسئلة عامة متعلقة بتاريخ الأمة أو أية مواضيع ثقافية أو تاريخية أو اجتماعية، حيث يكون مردودها جيداً من ناحية توفير

- المعلومة، والالتفاف حول هدف واحد هو الانتماء للأمة والمجتمع.
- د- برنامج سياحي يلقي الضوء على الأماكن السياحية داخل بلداننا وأهمية دعم السياحة الداخلية مما يعزز المعرفة السياحية للأفراد ومعرفة تاريخ بلدهم ومعالمه ويشجع على توفير الجهد والمال لصالح الوطن.
- هـ- برنامج إذاعي حوارى أسبوعي: تقوم فكرته على استضافة مجموعة من قادة الرأي وعلماء الأمة على اختلاف أطرافهم وميولهم وثقافتهم، وإجراء حوار يساعد على إثراء المناقشة ونقل الصورة الصحيحة عن الوضع الراهن، وتصحيح أي أفكار هدامة تواجه المجتمع، إلى جانب يسمح فيه بالتواصل مع الجمهور والتعرف على آرائهم ومناقشتها.
- و- فقرة إذاعية أسبوعية يكون الهدف منها تغطية الأنشطة الاجتماعية مثل الندوات واللقاءات التي تهدف إلى تبادل الآراء والتقارب بين أفراد الشعب مما يعزز فكرة المواطنة وتقبل الآخر.

٣- مواد إعلامية شهرية

- أ- برنامج تقوم فكرته على التواصل مع أبناء الوطن العاملين في الخارج أو الدارسين في الخارج من خلال المقابلات معهم، والتعرف على مشاكلهم ونقلها للمسؤولين مما يعزز لديهم الشعور باهتمام الوطن وانتمائهم إليه.
- ب- برنامج شهري عن التكافل الاجتماعي تقوم فكرته على التوفيق بين فاعلي الخير وأصحاب الحاجات داخل المجتمع من إقامة مشاريع وكفالة يتيم ومساعدة مريض وغير ذلك من الأساليب التي تعمل على إزالة شعور الوحدة لدى ذوي الحاجات وتعزز بلا أدنى شك التواصل بين أفراد المجتمع وشعورهم بالانتماء لهذا الوطن.

٤- برامج المناسبات الدينية والوطنية.

وهذا النوع من البرامج أو المواد سواء أكانت تلفزيونية أم إذاعية تقدم في المناسبات الدينية أو الوطنية لتذكير الناس بها وإبقائها حاضرة ومتجددة في أذهانهم، من ذلك مناسبة الهجرة النبوية وربطها بالولاء والانتماء الديني من خلال التضحية، وكذا حب الوطن من خلال تسليط الضوء على موقف النبي ﷺ يوم بكى لفراق مكة، ومشاعره الإيجابية تجاهها وتجاه أهلها يوم جاء ملك الجبال يعرض عليه إهلاكهم، وحرصه على دخولها سلماً دونما قتال وذلك كله حفاظاً على حرمتها ومكانتها. ومن المناسبات أيضاً مناسبة الإسراء والمعراج وربطها بوحدة المسلمين وترابط المساجد الثلاثة، وتذكير الناس بالأقصى الشريف لتبقى قضايا الأمة حاضرة في أذهان الناس... وغيرها من المناسبات الدينية وغزوات النبي ﷺ وفتوحات المسلمين.^(١)

وعلى الصعيد الوطني تعرض برامج متنوعة في مناسبات وطنية كالاستقلال أو الوحدة أو ذكرى علم من أعلام الأمة سواء أكان حاكماً أم عالماً أم رمزاً نفع الأمة وخدم بلده...

هذا إلى جانب تدعيم بعض الأفكار التي تساند تلك الخطة مثل:

- ١- بذل الجهد على أن تحمل الرسالة الإعلامية أهدافاً سامية وغايات طويلة الأمد، وتنقل رسالتها إلى الداخل والخارج.

(١) تنبيه: تخصيص برامج لمثل هذه المناسبات من باب التذكير بالمناسبة واستغلالها لتمسيك الجيل بتاريخهم وقيمهم الثابتة، ويجدر التنبيه إلى أن لا تأخذ طابع الاحتفالات البدعية التي تقع فيها كثير من المخالفات الشرعية، وحرصاً على ذلك قد يُستشار في ذلك أهل العلم الشرعي للإشراف على ذلك وضبطه.

- ٢- توخي أرقى الأساليب الإنتاجية في تقديم هذه المضامين، لأن شكل التقديم الفني له أعمق الأثر في جذب المشاهد أو المتابع وتشويقه ومن ثم التأثير عليه، وأما إذا غابت المهنية الفنية في الإنتاج والتقديم فإنها تؤدي إلى صورة عكسية قد تضر ولا تنفع وتخرّب ولا تصلح وتهدم ولا تعزز.
- ٣- نظراً لأن هذه القيم المجتمعية ذات أهمية فإنه يجب مراعاة أوقات البث بحيث تكون مناسبة وذات حضور جماهيري لتحقيق الفائدة المرجوة من التخطيط والتقديم.
- ٤- الاهتمام باللغة العربية كمقوم من مقومات حضارتنا الإسلامية والعربية، ومراعاة أن تتبنى البرامج التلفزيونية بصفة عامة تعزيز جوانب اللغة والحفاظ عليها.
- ٥- تناول المشكلات التي تؤثر على أمن الوطن مثل الانحراف، الإدمان، التطرف، الإرهاب، الفساد، وغيرها.
- ٦- تدعيم التلاحم والثقة المتبادلة بين أفراد الشعب فيما بينهم وزيادة انتمائهم، وتنمية روح التعاون بين أفراد الشعب بمختلف شرائحه وأطيافه، بالإضافة إلى توعيتهم بأهمية المشاركة الإيجابية في بناء حضارة هذا البلد، والدفاع عنه، وشرح أبعاد هذا الدور بكافة مقوماته باستخدام وسائل الإعلام مع التوعية بأهمية الإعداد للنشء من أجل تعزيز شعور الانتماء لديه.
- ٧- لفت انتباه الشباب إلى حجم الاستهدافات الخارجية والغزو الفكري التي تشكّل خطراً على وحدة الأمة، وكشف أهداف الأعداء للنيل منها بوسائل مباشرة وغير مباشرة، ضمن خطط وأساليب تؤثر نفسياً على المدى الطويل.

- ٨- توطيد الولاء وحب التضحية للدين، وصد ما يغزو بلادنا من أفكار هدامة.
- ٩- تُبنى بعض الأعمال الإبداعية من خلال التلفزيون والمسرح وإبرازها بالشكل المعزز، سواء لأصحاب هذه المواهب أو لغيرهم من الموهوبين.
- ١٠- إخراج أعمال درامية سواء أكانت مسلسلات أم تمثيلات أم أفلاما أم مسرحيات ذات أهداف سامية، تذكر بالشخصيات البطولية في تاريخ الوطن، وتعكس القيم النبيلة والتراث الفكري والروحي لوطننا العزيز، والتنوع في الأزياء والعادات والتقاليد الإيجابية.

ثانياً: رؤى تتعلق بدور الوسائل المقروءة في تعزيز القيم المجتمعية:

تمثل الوسائل المقروءة بالصحف والمجلات المطبوعة، وهي في الأساس تُعد من الوسائل التقليدية، ولكن و(كما سبق التوضيح في وسيلتي التلفاز والراديو) فإنه مع تطور الإنتاج الرقمي ودخول هذه الوسائل إلى عالم الإعلام الجديد، وصار لكل منها مواقع إلكترونية على شبكة الانترنت العالمية، وأنشئت لكل منها نوافذ على شبكات التواصل الاجتماعي، واختلفت أنماط الجمهور في متابعتها وتحول الكثير منهم بل الأغلب إلى تصفحها ومتابعتها من خلال منافذ الإعلام الجديد، فبرر هذا تضمينها ضمن هذه الخطة المقترحة لتوظيف الإعلام في ترسيخ القيم المجتمعية، وهي على النحو التالي:

- ١- متابعة الأخبار اليومية سواء الداخلية أو الخارجية، وتناولها بالنقد والتحليل وتحليل المحتوى، ووضع القارئ على الحقيقة بحيث لا

- يلجأ إلى أي وسائل أخرى لاستشفاف الحقائق.
- ٢- تخصيص مقالات يومية أو أسبوعية لكتاب مشهود لهم بالعمق ووضوح الرؤية، واستكناهم للحديث عن هذه الموضوعات من زوايا مختلفة تتسم بالجدة والعمق، وتتناول تلك المقالات أيضا الأحداث والمواضيع المثارة على الساحة وتفنيدها وإظهار الصالح منها ومواجهة الغير صحيح منها وتفنيده وإظهار الحقيقة أمام الرأي العام، وذلك من أجل تدعيم فكرة المصادقية أمام القارئ.
- ٣- تخصص مقالات في الصفحات الاجتماعية تناول المشاكل الاجتماعية التي تواجه المواطن العادي وسبل حلها، وتعرض تلك الصفحة لآراء الناس وعرضها في تلك الصفحات، بحيث يسهل على المسؤولين التعرف على المشاكل الفعلية للمواطن وتقديم حلول لها.
- ٤- تخصيص مقالات في الصفحات الثقافية عن الحديث عن تاريخ الأمة ورموزها وأبطالها وإنجازاتها.
- ٥- تخصيص حوارات تتم بين أصحاب الأفكار المختلفة والرؤى المتباينة وذلك من أجل طرح كافة الأفكار والتعرف عليها وفرز تلك الأفكار للاستفادة من الصالح منها وطرح الغير ملائم لديننا الحنيف وعاداتنا وتقاليدنا.
- ٦- تخصيص مجلات متخصصة تناول قضايا المسلمين، وتعمل على تعزيز القيم الدينية من خلال تناول موضوعات متنوعة؛ أخبار أو موضوعات ثقافية أو قصص أو معالجات لقضايا تهم الناس.

ويمكن تعزيز تلك الخطة المقترحة بالآتي:

- ١- استنهاض دور المؤسسات الإعلامية الصحفية كمصدر هام لتعليم النشء وثثيفه، وبما يمكنها من منافسة ما ينشر في الصحف الأخرى والتي من الممكن أن تحمل أفكار هدامة ومؤثرة.
- ٢- توضيح من خلال تلك الصحف وإلقاء الضوء على الدور الذي تقوم به الدولة في مجالات التنمية وتوفير الحياة الكريمة للناس، وذلك من خلال التفاعل المباشر مع القارئ والتعرف على مدى استيعابه لتلك المفاهيم وتوضيح الصورة الكاملة له.
- ٣- توضيح الأهداف السياسية والاسراتيجية للدولة، وشرح أبعاد طبيعة العمل الوطني، وسبل مواجهة الآراء الهدامة والتي تهدد استقرار وأمن المجتمع.
- ٤- التوعية بأهمية الحفاظ على المقدرات والمعلومات التي تتناول الأوضاع السياسية والاقتصادية وكل ما يخص أمن وسلامة بلداننا.
- ٥- العمل من خلال المؤسسات الصحفية على زيادة الوعي الثقافي والفكري لدى الناشئة من خلال المقالات التعليمية والثثيفية المعدة إعدادا جيدا.
- ٦- مواجهة الشائعات بفكر حديث وتحليل مقنع، وكذا الحملات الإعلامية الدعائية النفسية، والتخطيط لمواجهتها.

ثالثاً: رؤى تتعلق بدور وسائل الانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز القيم المجتمعية:

نظراً لانتشار الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي وتعدد نوافذه وتطبيقاته، وإقبال الناس عليها على مختلف أعمارهم وثقافتهم ومستوياتهم، ولا سيما الشباب منهم، فإنه يجب وضع رؤية واضحة لاستثمار مميزات هذه الوسيلة من حيث التواصل مع هؤلاء الشباب والمستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي عن طريق تلك الشبكات حتى يتم توجيههم نحو الأهداف التي تعزز مفهوم الانتماء لديهم وتقديم المساعدة والمشورة في حال الاحتياج إليها، وتحصينهم ضد الاستهداف أو الاختطاف الخارجي، وبناءهم بناء محكما يجعلهم متمسكين بمقوماتهم وقادرين على الدفاع عنها وتعزية دعاة الفتنة مدعي النصح والإصلاح، وفيما يلي جملة من المقترحات لتوظيف هذه الوسائل لتحقيق ذلك:

١- إنشاء مواقع اجتماعية يكون الهدف منها التواصل مع كافة فئات الشباب، وذلك من أجل تنشئة الشباب على الحفاظ على كل المكاسب والمنجزات الوطنية وذلك من خلال مشاركتهم عبر تلك الشبكات، وإشراكهم في نشر التوعية التراثية وثقافة الحوار وتقبل الآخر إلى جانب تصحيح المفاهيم المغلوطة التي قد تنتشر عبر تلك الشبكات مما يؤثر بشكل مباشر على شبابنا.

٢- تدريب الناشئة وتوجيههم إلى الاستثمار الأمثل لهذه الوسائل، وتبصيرهم بدورهم وواجبهم تجاه دينهم وأمتهم وتجاه بلدهم بشكل خاص. ثم حثهم على دخول عالم الإعلام الجديد بتطبيقاته الواسعة وهم يحملون هذه المبادئ ليتولوا هم بأنفسهم تبنيتها وبثها والدفاع

عنها، وتفنيده الشبهات والأراجيف التي يبثها المرجفون والمغرضون من أصحاب الأفكار الملوثة والأقلام المسمومة والمأجورة. ومن مخرجات هذا البند، وتطبيقاته - على سبيل المثال لا الحصر-؛ تقسيم فرق متخصصة وتدريب كل منهم على مهام معينة، من ذلك:

- إنشاء منتديات وساحات للحوار والنقاش؛ يشرف عليها فريق مختص مدرّب ومؤهل، وتُعنى هذه النوافذ بمناقشة قضايا تعزز من التمسك بالقيم الوطنية، والذود عن مبادئه، وتفنيده الشكوك والأراجيف المثارة.

- إنشاء مواقع إلكترونية؛ يشرف عليها فريق مختص مدرب ومؤهل، ويعرض فيها الأعضاء المشاركون -ومن يلتحق بهم ويُعجب بفكرتهم- مزايا هذا الوطن وإنجازاته الحضارية والواقعية، ويُعنى بنشر كل ما من شأنه تعزيز القيم المجتمعية في نفوس الجيل.

- إنشاء صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ التويتير والفيس وغيرها، يشرف عليها فريق مختص مدرب ومؤهل، تتولى طرح الأفكار والمبادئ وإدارة النقاش حولها بسعة صدر وحوار عميق مؤصل ومبني وفق استراتيجيات الإقناع المعتمدة.

- إنتاج مقاطع فيديو قصيرة؛ يشرف عليها فريق مختص مدرب ومؤهل، ينتجون فيها مقاطع مصوّرة (فيديو) تكون قصيرة وجاذبة لتحقق نسبة مشاهدة عالية، ويرفعونها على موقع (اليوتيوب)، يركزون فيها على تناول قضايا تهم الشأن العام، فمثلاً؛ يقدمون فيها أنموذجات المواطن الصالح، ويتقدون فيها بعض السلوكيات الخاطئة، فيقدمون نموذج للشباب الواعي الصالح؛ الحريص على دراسته، المحافظ على مقومات

أتمه، ملتزم بأنظمتها، الغير متهور في قيادته، الغير مفرط في ماله.

- توظيف تطبيقات الأجهزة الذكية؛ يمكن أيضا الاستفادة من التطبيقات المتاحة في الأجهزة الذكية والتي تتيح للمشاركين فيها التواصل مع شريحة واسعة من الناس؛ وبالتالي يمكن أن ننتهز هذه الإمكانيات من خلال تنظيم مجموعات تستقطب معها أعدادا من مستخدمي هذه التطبيقات، ثم يتولى فريق معدّ ومؤهل بخبراته وأفكاره لتغذية هؤلاء المشاركين بأفكار تمسك وترسخ فيهم قيم الوطنية؛ مع ضرورة الحذر من الإثقال في ذلك لئلا يتفقت المشاركون من هذه التطبيقات جراء الزخم أو التكرار أو الطرح غير المخطط له.

فهرس المراجع

- ١- إسلىن، مارتن تشرىح الءءراما، ءرءمة أسامة منزلءى، ءار الشروق للنشر والءوزىع، الأءرن، عمان، الطبعة الأولى، ١٩٨٧ م.
- ٢- الءىىب، ء. فهد إءراهىم، الاءءاهاء المعاصرة فى ءربىة المواطنة، ورقة علمىة مقءمة فى اللقاء السنوى الءالء عشر لءاءة العمل ءربوى، الباحة ١٤٢٦ هـ.
- ٣- الءسان، ء. محمد، المواطنة وءطبىقائها فى المملكة العربىة السعوءىة، الرىاض: ءار الشبل، ط١: ١٤١٦هـ / ١٩٩٦ م.
- ٤- الءسن، ء. عبء العزىز، الءراما ءلفزىونىة، أساسىاء الإناءء ومعاىىر العرض، الرىاض، الطبعة الأولى، ١٤٣١ هـ.
- ٥- ءماء، ء. محمود، مءكرة فى الءراما والنقء، مءكرة لطلاب المرءلة الءامعىة فى قسم الإءلام فى ءامعة الإمام محمد بن سعوء الإسلامىة.
- ٦- الءىزان، أ. ء. محمد بن عبء العزىز، البءوء الإءلامىة، الطبعة الءالءة، ١٤٣١-٢٠١٠ م.
- ٧- الرفاعى، أ. ء. عبء الله، مءكرة غير مطبوعة فى مقرر ءءطىط الاءءراءىءى لطلاب مرءلة الماءسءىر قسم الإءلام فى ءامعة الإمام محمد بن سعوء الإسلامىة.
- ٨- شكرى، ء. عبء المءىء، ءءطىط الإءلامى «أسسه - نظرىاءه - ءطبىقائاه»، القاهرة، ءار الفكر العربى، ط١، ٢٠٠٩ م.
- ٩- الشمىمرى، فهد بن عبء الرءمن، ءربىة الإءلامىة، كىف نءعامل مع الإءلام، الرىاض: الناشر المءلف، ط١: ١٤٣١هـ - ٢٠١٠ م.
- ١٠- القءطانى، فهد ىءىى، لا.. للإرهاب، الرىاض: مكءب أمانة مءلس ءول ءءاون الءلىءى، ط١، ١٤٢٥ هـ.

المواقع الالكترونية

١١ - إبراهيم ناصر المعطش، دور الإعلام في تنمية الحس الوطني، منتديات أرز لبنان،

<http://www.arez-lebnen.com/vb/archive/index.php>

١٢ - د. زايد بن عجير الحارثي، كيفية تنمية وتعزيز الانتماء الوطني،

<http://www.al-jazirah.com.sa>

١٣ - د. سيف بن ناصر بن علي المعمري، أكاديمي عماني، جامعة جلاسجو، الاتجاهات المعاصرة في تربية المواطنة، دراسة نشرت في مجلة الجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية، جامعة عين شمس، العدد (٦)، ٩٨-١٣٥.

١٤ - محمد إبراهيم زيدان (نائب رئيس تحرير موقع إسلام أون لاين. نت - رئيس القسم الشرعي)، دور الإعلام في وحدة الأمة الإسلامية: دراسة تطبيقية على موقع إسلام أون لاين. نت (ورقة مقدمة لمؤتمر: «الوحدة الإسلامية: الفرص والتحديات» في ماليزيا ١-٢ أكتوبر ٢٠٠٣).

١٥ - المحيسن، زيد. دور الإعلام في تعزيز الوحدة الوطنية. جريدة الدستور (ع ١٥٧٠٨ أبريل ٢٠١١) ص ٧، وانظر: عبد الله بن ناجي آل مبارك. قراءة في مفهوم الوحدة الوطنية. جريدة الرياض - الخميس ٥ ربيع الأول ١٤٢٦، ١٤ أبريل ٢٠٠٥، عدد ١٣٤٤٣

١٦ - ناجي الغزي، دور الإعلام في تنمية الحس الوطني، على الرابط:

<http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=82765>

17- <http://www.moqatel.com/openshare/Behoth/Fenon->