

Acting values process

الكتاب الجامع لتفعيل القيم للمزدي

2018



كتاب "تفعيل القيم وممارستها" مادة دراسية موجه إلى الأساتذة والمربين والموجهين والدعاة والطلبة الجامعيين في تخصصات: التربية، الإدارة والتسويق، الإعلام، الدعوة والشريعة وعلم النفس وعلم الاجتماع .

د. زهير منصور المزدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

www.qream.org

zumord123@gmail.com

برامجنا التدريبية: App:

Kuwait

برنامج "تفعيل القيم وممارستها" (آكتنغ فاليوز)
موجه إلى شريحة الطلبة الجامعيين والمدرسين
تأليف: د. زهير منصور المزيدي
دار النشر: مؤسسة الإعلاميون العرب للنشر والتوزيع
بطلب من المؤسسة العربية للقيم المجتمعية
أبريل 2010، الكويت

جميع الحقوق محفوظة للمؤلف
2010، الكويت

رقم الإيداع 381/2010
تدمك 1-71-40-99966-978

تصويب لغوي : د. معتز ياسين الموقع
مدرس الحضارة العربية الإسلامية سابقاً- الجامعة العربية المفتوحة- فرع الكويت
عضو رابطة الأدب الإسلامي العالمية

إهداء وشكر

الى كل من ساهم فى إخراج هذا الكتاب والذي هو عبارة عن منهج معتمد فى التفعيل للقيم وممارستها فى العديد من الجامعات العربية والاجنبية حول العالم ، أقدم لهم جزيل الامتنان والشكر على مآزرتى ومساعدتى فى إخراج هذا العمل ، وأخص بالذكر منهم رفيقة دربى وأمين سر المؤسسة العربية للقيم المجتمعية الزوجة المثالية نهلة الابراهيم ، وأخى الدكتور موسى المزيدي الذى ما تردد يوماً فى الدعم والتشجيع ، وبناتى المتألمات بدور زهير وهديل زهير على كل لحظة عاشوها معى كانت سعيدة أو شعروا بالمعاناة بصحبتهن لى ، إن هذا الكتاب إختزل مجهودا كان فيه جميع هؤلاء المساهمين رفقاء لى فى الاجتماعات وفى السفر وفى الاعداد وفى سبر آفاق ما تضمنته فصوله وأبوابه من موضوعات.

في كتابنا الجامع هذا، تم إختيار مجموعة من فصول عشرة كتب مختلفة للمؤلف، في مجال تفعيل القيم وغرسها، ليساعد الذي يرغب في الإبحار في "القيم" مجالا، أن يرى الصورة العامة، قبل أن يلج في تفاصيل، يتوه بدورها، لذا نوصي بتناول هذا الكتاب أولا قبل أن يتناول مجموعة الكتب، متمنين للقارئ رحلة سعيدة في إبحاره.

فهرس الكتاب

المحتويات	الصفحة
تفعيل القيم وممارستها	6
تفعيل الحواس	58
استكشاف القيم	94
تحويل القيم لمنتجات	111
صيد المفهوم والقيم	121
التسويق المجتمعي	137
المشغولات اليدوية وغرس القيم	160
نماذج من أنمطا البناء للقيم	223
العلامات التجارية وتشكيل القيم	318
طبقات البرمجة للقيم في القرآن الكريم	345

تفعيل القيم وممارستها

ضمن استفتاء أجرته شركة بحوث ميدانية في الولايات المتحدة الأمريكية، كان السؤال الموجه: هل تعتقد أن معايير قبول التصرفات لدى الناس من عدم قبولها تحقق نمواً في الاتجاه الموجب أم السالب؟ أم ما زالت على ما هي عليه؟ وكانت الإفادة تشير إلى تدهور القيم بنسبة 66%.

"DO YOU THINK THAT SOCIETY'S STANDARDS FOR ACCEPTABLE AND UNACCEPTABLE BEHAVIOR ARE GETTING BETTER, GETTING WORSE, OR ARE THEY STAYING ABOUT THE SAME?"

	%
Getting better	6
Getting worse	66
Staying about the same	26

ثم وردت قائمة بالقيم التي تعد مهمة لدى بعض الناس، وكان السؤال لكل منها: على مدار عشر السنوات الماضية، هل تشعر بأن هذه القيم صارت أقوى أم أضعف؟ وكانت الإفادات على النحو الآتي: احترام السلطة منخفض بنسبة 40%، ومنخفض جداً بنسبة 46%. الالتزام بالعلاقة الزوجية منخفض بنسبة 30%، ومنخفض جداً بنسبة 50%. وفي قيمة المسؤولية جاءت النتيجة منخفضة بنسبة 35%، ومنخفضة جداً بنسبة 34%.

ASKED OF HALF THE SAMPLE:

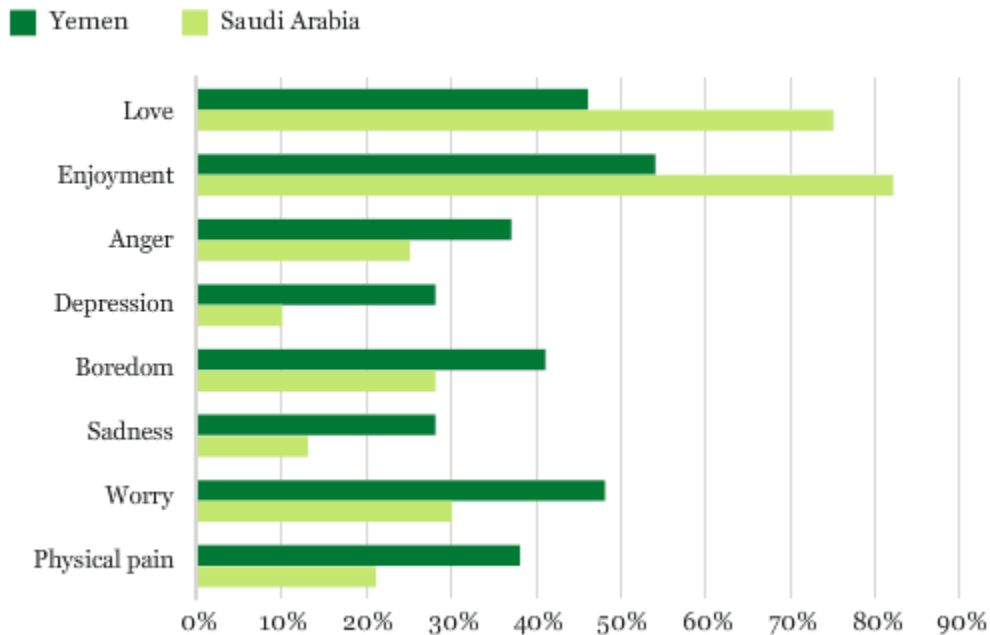
"I'M GOING TO READ YOU A LIST OF VALUES THAT SOME PEOPLE MAY FEEL ARE IMPORTANT. FOR EACH ONE, PLEASE TELL ME WHETHER YOU THINK THAT IN THE PAST TEN YEARS WE HAVE GOTTEN MUCH STRONGER AS A NATION, SOMEWHAT STRONGER AS A NATION, SOMEWHAT WEAKER AS A NATION, OR MUCH WEAKER AS A NATION IN TERMS OF THIS VALUE...."

		Much Stronger	Somewhat Stronger	Somewhat Weaker	Much Weaker	About the Same (vol.)
		%	%	%	%	%
	Respect for authority	2	8	40	46	3
	Commitment to marriage	2	8	33	50	5
	Respect for the law	3	12	39	38	6
	Respect for other people	3	15	37	37	7
	Personal responsibility	5	18	35	34	6
	Good citizenship	5	23	40	19	11
	The work ethic	7	26	36	22	6
	Belief in God and religion	9	22	33	22	10
	Concern for the less fortunate	10	35	25	19	10
	Tolerance of people who are different	13	46	19	13	7

والحال في عالمنا العربي غير مشرقة كذلك؛ فقد سجلت دراسة ميدانية لمؤسسة غالوب الأمريكية نسباً مرتفعة من القلق، ومنخفضة تجاه قيم الحب والاستمتاع بالحياة والغضب، وفق المؤشرات البيانية الآتية (المقارنة بين شعبي المملكة العربية السعودية وجمهورية اليمن).

Yemenis' vs. Saudis' Daily Emotions

Percentage who say they "experienced a lot of..."



GALLUP POLL

وإن لتزعزع القيم انعكاساته السالبة على الاقتصاد؛ فنلاحظ في البيان الآتي- الذي يعكس حال دولة عربية- أسباب عدم رغبة المستثمرين في توجيه أموالهم إلى الداخل.

معوقات الاستثمار

هناك كثير من المعوقات تحول دون تطور الاستثمار ونموه من أهمها ما يلي:

جدول رقم (18) معوقات الاستثمار

طبيعة المعوقات	موافق	الي حد ما	غير موافق	لا إجابة	الإجمالي	المتوسط المعياري	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف
الأوضاع السياسية	عدد 346	213	123	4	686	3.31	0.365	0.110
	% 50.4	31.0	17.9	0.6	100.0			
ظاهرة التهريب	عدد 632	31	18	5	686	3.88	0.777	0.200
	% 92.1	4.5	2.6	0.7	100.0			
الأوضاع الأمنية	عدد 474	140	66	6	686	3.58	0.528	0.147
	% 69.1	20.4	9.6	0.9	100.0			
ظاهرة الاختطاف	عدد 574	75	28	9	686	3.77	0.682	0.181
	% 83.7	10.9	4.1	1.3	100.0			
الفساد المالي والإداري	عدد 649	26	7	4	686	3.92	0.805	0.205
	% 94.6	3.8	1.0	0.6	100.0			

ثم نخرج على استبانة أخرى، تطالعنا بها مؤسسة بيو الأمريكية، وتشير إلى اقتناع الشعب الأمريكي بأنه: ليس من الضرورة أن تكون مؤمناً بالله كي تكون ذا قيم وأخلاق. وهي نتيجة تنذر بخطر كبير، ومسار تمضي إليه شعوب في العالم من حولنا ليست بالقليلة. إنه مع غياب القيم والإيمان يصير الإنسان أقرب ما يكون إلى الحيوان، ولا يأمن كل إنسان جانب الإنسان الآخر، ويعيش الجميع حياة الغاب، حيث لا قانون ولا رقابة ذاتية، بل تهيم المصلحة الشخصية والمتعة الذاتية على حساب مصالح الآخرين.

Belief in God and Morality

	%
It IS necessary to believe in God in order to be moral and have good values	51
It is NOT necessary to believe in God in order to be moral and have good values	46
Neither/both/don't know (vol.)	3
	100

Source: Pew Research Center for the People & the Press, December 2004

ومع هذه الأرقام الإحصائية، تعالت أصوات مجموعة من المسؤولين- سواء من الأفراد أو الجماعات أو المنظمات- تطالب بالحد من التداعيات السالبة لمثل هذه السلوكات الإنسانية المنذرة بالخطر؛ فقد صرنا نعاني- في أقاليم العالم كافة- زيادة نسب الإجرام، ونمو معدلات العنف بمختلف أشكالها، وارتفاع مستويات التعاطي والاتجار بالمخدرات، وانتشار أمراض اجتماعية عدة، وزيادة معدلات الاكتئاب.

لم يعد الإنسان قادراً على أن يتفاهم مع الإنسان الآخر، وغابت لغة الحوار، وتعالت لغة السلاح، مع صور لا حصر لها من الفتك والسلب والإيذاء.

طبيعة برنامج تفعيل القيم وممارستها

في هذا الوضع القيمي العالمي المهزوز، انبرت المؤسسة العربية للقيم المجتمعية لتدعو إلى برنامج تربوي تطبيقي خاص بغرس القيم وتسويقها. ونحن نعني- تماماً- ما نقوله، عندما نصف البرنامج بعملية "التسويق"؛ لأن القيم- اليوم- بحاجة إلى من يسوق لها كما تسوق الشركات التجارية الكبرى سلعتها، وتتفنن في تسويقها والترويج لها.

وفي هذا العمل- الذي أسميناه "تفعيل القيم وممارستها"- قمنا بتطوير منهج تعليمي تدريبي وضعته دول عدة حول العالم. وثمة مجهود مشكور انبرت له مجموعة من الدول بإشراف الأمم المتحدة، وحددت له مناهج لمراحل عمرية مختلفة.

ويأتي هذا المجهود المميز من المؤسسة العربية للقيم المجتمعية- في دولة الكويت- بتعاقدنا مع مدربين دوليين من أساتذة الجامعات للعمل على تدريب طلبة السنتين الثالثة والرابعة الجامعتين، في تخصصات معنية بالمنهج في كليات التربية والإعلام والتسويق والشريعة وعلم النفس؛ وكذلك بإبرامها اتفاقات مع مجموعة من الجامعات العربية والغربية لإدراج هذا المنهج ضمن مقرراتها الجامعية.

وتجدر الإشارة إلى أن تطوير المنهج شمل شقين اثنين... الشق الأول هو شق نظري، نعرف فيه الطالب الجامعي إلى تقنيات غرس القيم وأساليه وندرجه عليها.

وأما الشق الآخر، فهو شق تطبيقي عملي، يتطلب من الطالب الجامعي الانخراط مع فريق ميداني لاتباع آلية علمية، وبرامج توعوية مجتمعية لتفعيل تلك القيم. وهذا الشق التطبيقي قوامه اثنتا عشرة ساعة من التدريب العملي متعدد الوسائل، ومسار ميداني يستمر أربعة أشهر.

ومن أجل أن نؤصل لمخرجات ملموسة لمسارنا "القيمي" هذا، تعاقدنا مع أكبر شركة بحوث ميدانية في الشرق الأوسط لإجراء فحص دوري عشوائي طوال الزمن المخصص لتنفيذ أي برنامج مجتمعي، ثم تحليل بياناتها، ونشر نتائجها بشفافية تامة، بما يؤكد أو ينفي المسار العلمي الذي اتخذناه للارتقاء بأداء مجتمعاتنا معرفياً وسلوكياً.

وإذا كانت "الرسالة" هي القيمة المرجو إيصالها إلى الطالب، و"المرسل" هو المربي، و"المرسل إليه" هو المتعلم، فإن هذه المنظومة تعد أعلى منظومات الخطاب الإعلامي، الذي يسمى المشافهة.

1- إن تبسيط "آلية غرس القيمة أو المفهوم" يحدث من خلال:

أ. التقنية المتبعة في غرس القيمة.

ب. التمارين التي يمارسها الطالب مع أستاذه ومع زملائه، أو المنتظم في البرنامج مع مرشده.

ج. الجانب المحول من هذه القيم إلى مرئيات في مثل (ملصقات posters).

د. منظومة الوسائل السمعية البصرية الأخرى [الهدايا، مسابقات الرسم، مسابقات القصة، المقطوعة الموسيقية، .. الخ]

2- ولكن هل ثمة استثارة لحواس الطالب أثناء غرس القيمة؟ نعم، فمن خلال حاسة البصر يعاين القيمة في الرسم والملصقة (البوستر)، ومن خلال السمع يعاينها في المقطوعة الموسيقية، ومن خلال اللمس يعاينها في الهدايا وأدواته المدرسية، ومن خلال الممارسة يعاينها في حواراته اليومي وتعامله مع أصدقائه. وكذلك يمكنه أن يحتضنها، كاحتضانه قيمة السلام من خلال "المنتج"، أو يستنشقها من خلال ممارسة تمرين الاسترخاء.

3- ولكن ما محفز تبني القيمة؟ لا شك أن المحفزات هنا مزيج مما يعود عليه نتيجة تبنيه لها، أي: محفز الأنا، محفز الروح، ومحفز التأقلم مع بقية الزملاء، ومحفز التوقع، والمحفز الفئوي.

4- نستعرض هنا بالأرقام ما حققناه عملياً في غرس قيم مجتمعية، من خلال دراسة ما حوته كل حملة [صورة، عنوان عريض (منشيت)، معلومة رقمية، ..].

5- إن النموذج- الذي استعرضناه من خلال "تفعيل القيم وممارستها"- هو نموذج عملي تربوي، كي نبين أن صناعة الإعلام هذه من الممكن أن تكون معمرة أيضاً. وفي التربية والتعليم يمكنهم أن يستفيدوا من هذه الصناعة غير المفصلة في مناهجهم. وكذلك يمكن لعلماء الإسلام أن يستفيدوا منها في عملية تبسيط خطابهم الموجه إلى الشرائح المستهدفة. فمثلاً، ننطلق من تطبيق هذه التقنية في غرس كل اسم من أسماء الله الحسنى، كاسم:

أ- "القابض الباسط": يمكن غرس معناهما من خلال التطبيقات العلمية لهذين الاسمين في حركة الكرة الأرضية حول الشمس، وفي بسط الرزق أو قبضه، وفي بسط العلم أو قبضه، نتيجة لتفعيل آلية تصميم تعابير رامزة لهذا الاسم وذاك، من خلال جلسات العصف الذهني بإدارة مدرس التربية الإسلامية مثلاً.

ج- أفراد معرض لهذه الأسماء وغيرها من أسماء الله الحسنى حول موضوعات محددة، مثلاً في الإعجاز العلمي.. "المؤمن" و"السلام" و"المتين"... أو جعل كل اسم من أسماء الله الحسنى مسابقة في القصة القصيرة.

وفي "السابقون السابقون" محفز آخر- إضافة إلى الروحي- هو المحفز الفئوي، الذي يستثار من خلال حب رب العالمين لهؤلاء المتسابقين في طاعته. فالممارس يرغب في أن يكون مع هؤلاء.

مدخل

ما الذي نعنيه بالقيم؟

- القيمة مفرد "قيم".
- لغة من "قوم".
- القيمة: الثمن الذي يقوم به المتاع.
- تعني أيضاً: الفائدة والمنفعة، فيتحدث عامة الناس عن فوائد:
- 1- مادية: كقيمتي الهواء والماء.
- 2- روحية: كقيم الصلاة والزكاة والصوم وترويض النفس.
- 3- جمالية: كقيمة الزهور وتزيين المكان.
- 4- ثقافية: كقيمة العلم.
- 5- اقتصادية: كقيمة الربح والخسارة.
- 6- شخصية: كقيمة النجاح في الحياة.

القيم اصطلاحاً:

- اسم هيئة، فمن قام الشيء بكذا يعني كان ثمنه المقابل كذا؛ ثم استعمل بمعنى القدر والمنزلة.
- من هنا نشأ "المعنى الفلسفي" لهذه الكلمة، فهو انتقال من دلالة مادية معروفة في علوم الحساب والاقتصاد والسياسة إلى دلالة معنوية تعبر عما في الأشياء من خير وجمال وصواب.
- قيمة الشيء- من "الناحية الذاتية"- هي الصفة التي تجعل ذاك الشيء مطلوباً ومرغوباً فيه، سواء عند شخص أو عند طائفة.

القيم الأخلاقية:

- استعملت لفظة الأخلاق في القرآن، عندما خاطب عز وجل الرسول الكريم بقوله: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ [سورة القلم/ الآية 4].
- إن الرسول جعل الأخلاق هدفاً لرسالته، فقال: «إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق» [فتح الباري بشرح صحيح البخاري].. ووردت في أحاديث الرسول الكريم: «ما من شيء أثقل في ميزان المرء يوم القيامة من خلق حسن» [فتح الباري بشرح صحيح البخاري]، و «أفضل المؤمنين أحسنهم خلقاً» [فتح الباري بشرح صحيح البخاري].
- قال ابن قيم الجوزية: الدين كله خلق. فمن زاد عليك في الخلق، زاد عليك في الدين.
- في القاموس المحيط: الأخلاق تعني السجية والطبع، وهي وصف لصورة الإنسان الباطنة.
- يقول العسكري (صاحب كتاب الفروق في اللغة): "إنه لا فرق بين العادة والخلق.. الخلق هو العادة التي يعتادها الإنسان، يأخذ بها نفسه على مقدار بعينه. فإن زاد عليه إلى غيره، قيل: تخلق بغير خلقه. وفي القرآن ﴿إِنَّ هَٰذَا إِلَّا خُلُقُ الْأَوَّلِينَ﴾ [الشعراء / 137]، قال: يريد عاداتهم".
- قيل: "إن مفهوم الأخلاق يعني المبادئ والقواعد المنظمة للسلوك الإنساني، التي يحددها الوحي على نحو يحقق الغاية من نزوله"؛ قال الله تعالى: ﴿لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَن تَقْوِيمٍ﴾ [التين / 4].

هل مفهوم الأخلاق لدى المسلمين ولدى غيرهم واحد؟

- إن مفهوم الأخلاق في الإسلام يختلف عن مفهومه عند غير المسلمين، من جهة الأصل الذي انبثق عنه، ومن جهة فحواه ومضمونه. فالأصل- الذي انبثقت عنه الأخلاق في الإسلام- هو العقيدة الإسلامية، وعن هذه العقيدة صدرت مفاهيم الأخلاق.. وتحددت القيم العليا لدى المسلمين.
- على حين أن الأخلاق لدى الغرب تنفصل عن الدين، ولا تمت إليه بصلة، والأساس- الذي انبثقت عنه- متغير، فهو إما الفائدة وإما المنفعة.
- عرفها يمانى (2009) بأنها: "مجموعة المعايير والمبادئ الموجهة لسلوك الفرد المسلم (الظاهر والباطن)، لتحقيق غايات خيرة، مستوحاة من القرآن والسنة النبوية".

تعريف القيم عند الفلاسفة والمفكرين:

- لا يوجد تعريف واحد لمفهوم القيم.
- عرفها وادراف (1952) بأنها: "المعايير والمبادئ التي تتحدد وفقها الأهداف".
- عرفها كرتيش (1965) بأنها: "معتقد يتعلق بما هو جدير بالرغبة، ذلك المعتقد الذي يملئ على الفرد مجموعة من التوجّهات المجسّمة لقيمة ما".
- والقيم لن تكون قيماً إلا إذا وصلت إلى مستوى العقيدة، وهذا هو الفرق بين القيم والتوجّه، فالتوجه قد يعنى رغبة أو حاجة عرضية.

مكونات القيم:

- تتكون القيم من ثلاثة مستويات، هي:
- 1- المكون المعرفي: ومعياره الاختيار؛ أي: انتقاء القيمة من بدائل مختلفة بحرية، بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسؤوليته. وهذا المكون يتكون- بدوره- من ثلاث درجات أو خطوات متتالية، هي: استكشاف البدائل الممكنة، والنظر في العواقب، ثم الاختيار الحر.
 - 2- المكون الوجداني: ومعياره التقدير، الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها، والشعور بالسعادة لاختيارها، والرغبة في إعلانها.
 - 3- المكون السلوكي: ومعياره الممارسة والعمل، ويتكون من خطوتين، هما: ترجمة القيمة إلى ممارسة، وبناء نمط قيمى.

وظيفة القيم:

- تؤدي القيم دوراً رئيساً في توجيه السلوك، في التصرفات والأقوال، وتنعكس على شخصية الإنسان والجماعة.
- القيم هي التي تعطي البشرية صورتها وماهيتها الإنسانية.
- القيم تعمل على تحقيق التوأمة بين الفرد ومن حوله.
- القيم لا تنتقل بالوراثة البيولوجية، وإنما تكتسبها بالتعلم.
- إن معرفة الفرد لمضمون النسق القيمي السائد في محيطه يسهل عليه فهم العالم المحيط به.
- للقيم دور فاعل في إبراز دور العقل وتنقيفه.
- دور القيم في مجال الوقاية لا يقل عن دورها في مجال العلاج، كحل مشكلة تعاطي المخدرات.
- القيم تساعد على التنبؤ بسلوك الأفراد.
- القيم تساعد على كسب استحسان الجميع ورضاهم؛ فالفرد الصادق يكون محل تقدير وتكريم.
- القيم تعمل على ضبط السلوك، فلا تغلب شهواته على عقله.
- القيم تحفظ للمجتمع تماسكه الاجتماعي وتماسكه الأخلاقي.

• القيم تعمل على توجيه نشاط الأفراد، وحفظ هذا النشاط موحداً، كنشاط كفالة الأيتام في الجمعيات الخيرية.

• في اتباع القيم وقاية للمجتمع من الآفات والانحرافات.

• القيم تقي المجتمع من الأنانية المفرطة.

تصنيف القيم:

يتباين تصنيف القيم في السلم القيمي من زمان إلى زمان، ومن بناء إلى بناء. ويؤكد العلماء استحالة العثور على قاعدة يمكن- على أساسها- تحديد كل القيم، ولكن ثمة محاولات للتصنيف نذكر منها:

• بُعد المحتوى: القيم الاقتصادية، كاهتمام الفرد بما هو نافع، كالعلم وسيلة للحصول على ثروة؛ والقيم الجمالية، كالشكل والتناسق؛ والقيم الاجتماعية، كاهتمام الفرد بغيره من الناس، لأنه يحبهم ويميل إلى مساعدتهم؛ والقيم السياسية، كاهتمام الفرد بالحصول على القوة بهدف السيطرة؛ والقيم الدينية، كاهتمامه بما وراء العالم الظاهر.

• بعد الدوام : القيم العابرة، كالقيم المرتبطة بالموضة؛ والقيم الدائمة، كالروحانية.

• على أساس المنفعة: كقيم الأشياء، وقيم البيئة، وقيم الجماعة.

• على أساس الأغراض والأهداف: كالاقتصادية (الإنتاجية، الأمن الاقتصادي)، الأخلاقية، الاجتماعية (الحرية، العدالة)، السياسية، الدينية، الجمالية، المهنية (التقدير المهني، النجاح)، العاطفية (الحب، القبول).

• القيم الغائية والوسيلية:

- القيم الغائية: وتتكون من 18 قيمة، منها: الحياة المرحية، الحياة المثيرة، الإنجاز، السلام، المساواة، الحب، السعادة، التقدير.

- القيم الوسيالية: وتتكون من 18 قيمة، منها: الطموح، المرح، النظافة، الشجاعة، التسامح، الخدمة، الأمانة، الاستقلالية، الطاعة، المحبة، العقلانية، المسؤولية.

أهمية التربية القيمية في المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

- 1- محاولة بناء منظومة قيم أخلاقية نتلمسها من القرآن الكريم والسنة النبوية لمعالجة أزمة القيم، التي تعصف بمجتمعاتنا العربية والإسلامية.. ومجتمعات الأرض قاطبة، بعيداً عن مادية الأنظمة المذهبية والفلسفات الغربية، التي تنمو نحو التطرف؛ مسترشدين بالآليات العلمية الحديثة، التي وضعها الغرب من أجل الغرس القيمي.
- 2- تبصير التربويين بالقيم الأخلاقية، التي تحتاج المجتمعات العربية والإسلامية والعالمية المعاصرة إلى تعزيزها وتنميتها من أجل إعداد الإنسان السوي؛ فالشعور الأخلاقي لا يولد مع الطفل، ولكن يتشكل ويتكيف معه.
- 3- منح النشء سنداً عقلياً يعتمدون عليه في الدفاع عما يقومون به من أعمال في الميادين التربوية والتعليمية، وغيرها.
- 4- دراسة القيم الأخلاقية الإسلامية دراسة علمية، بما تحويه من قواعد وخصائص، انطوت على مرونة وشمول وواقعية، وملكة القدرة على تعزيز تنمية الدور الحضاري للإنسان.

تشكيل القيم الإنسانية

إن مجموعة القيم لأي مجتمع لا تأتي من فراغ، وإنما تستمد من البيئة بمعناها الواسع (الاجتماعي والديني والحضاري).

موضوع القيم مع بدء الخليقة:

الله تعالى خلق الإنسان لغايتين:

- 1- ليكون خليفة في تكمير الأرض.. ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۖ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۚ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ۝﴾ [البقرة/ 30].
- 2- للعبادة.. ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ۝﴾ [الذاريات/ 65].

أهمية القيم في وقتنا الحالي:

- 1- التغيير الاجتماعي المتسارع- الذي هو إحدى خصائص القرن الحادي والعشرين- يعني أن القيم والمبادئ والعلاقات الاجتماعية ستكون عرضة للتغيير والتحول والتبدل مرات ومرات، لا من جيل إلى آخر، ولكن في حياة الجيل نفسه.
- 2- هذا التغيير الحثيث يتطلب من الفرد والمجتمع أن يكونا سريعَي التكيف والتأقلم مع كل تحول وتبدل!
- 3- سبب "أزمة القيم" هو تداعي منظومة القيم الموروثة والمكتسبة، وهذا يسبب ضعف أفراد المجتمع ويدفعهم للتمرد على قيمه.
- 4- إذا غابت القيم أو تشوّشت، فإن الإنسان يغترب عن ذاته وعن مجتمعه، ويفقد دوافعه للعمل ويقل إنتاجه.
- 5- ثمة جهات منظمة تعمل على هدم القيم على مستوى العالم. ونقرأ هنا- على سبيل المثال- مقتطفات من بروتوكولات حكماء صهيون (1902): "يجب أن نعمل لتنهيار الأخلاق في كل مكان، فتسهل سيطرتنا. إن فرويد منا، وسيظل يعرض العلاقات الجنسية في ضوء الشمس، لكي لا يبقى في نظر الشباب شيء مقدس، ويصير همه الأكبر إرواء غرائزه الجنسية"..

وقالوا: "سننشر الإلحاد" ونشروه، وقالوا: "سننشر الفساد الخلقي" ونشروه، وقالوا: "سنستولي على الصحافة العالمية ونوجهها كيفما نشاء" وفعلوا.

6- اهتم الإسلام اهتماماً كبيراً بقيم الإنسان الأخلاقية، ليصير جزءاً من شخصية الأمة (صورة الإنسان المسلم).

7- أهمية القيم تنبع من كونها تمس العلاقات الإنسانية بصورها كافة، فهي تتغلغل في الأفراد على شكل توجهات وتطلعات، وتتضح في السلوك الظاهر الشعوري واللاشعوري، وتعبّر عن نفسها بقوانين التنظيم الاجتماعي وبرامجه.

طموحاتنا في برنامج "تفعيل القيم وممارستها" (آكتنغ فاليوز):

إن بعض القيم الإسلامية يسهل اشتقاقها من آيات القرآن الكريم (العوا، 1987)، مثلاً في قوله تعالى: ﴿وَكُلُّ إِنْسَانٍ لَّزَمْنَاهُ طَائِرَهُ فِي عُنُقِهِ﴾ [الاسراء / 13] .. وقوله تعالى: ﴿إِنَّكَ لَنْ تَخِرْقَ الْأَرْضَ وَلَنْ تَبْلُغَ الْجِبَالَ طَوْلاً﴾ [الاسراء / 37]. والمتأمل لمثل هاتين الآيتين الكريمتين يجد أنها تحوي

مجموعة من القيم :

- المسؤولية.
- الاعتقاد في الحساب.
- حرية الاعتقاد.
- طاعة الوالدين.
- صلة ذوي القربى والمساكين.
- الحياة ونقيضها (قتل النفس).
- المحافظة على مال اليتيم.
- الوفاء بالعهد.
- الأمانة.
- مخالفة الهوى.
- مجانبة الفساد والإفساد.

نتائج دراسات ميدانية عربية حول القيم في المناهج الدراسية:

- أكدت مجموعة من الدراسات أن القيم في نظم التعليم العربية غائبة في كل محاولات التطوير، التي تضطلع بها وزارة التربية في بعض الأقطار العربية (عبد الحليم، 1999).
- أكدت نتائج الدراسات- التي تناولت القيم السائدة في المناهج الدراسية- أن تلك المناهج تركز على قيم المجال المعرفي أكثر من المجالات الأخرى.

هل ثمة منظومة قيمية أكدها القرآن الكريم؟

- إن دعائم وجود المجتمع الإسلامي تقوم على وجود المنظومة القيمية التربوية الأخلاقية. وقيم المجتمع الإسلامي تنبثق من مصدرين أساسيين، هما: القرآن والسنة. وإن أهم ما يميز القيم الإسلامية هو ربط العقيدة بالعمل، والقول بالفعل، والنظرية بالتطبيق، ولا قيمة لإيمان لا يتبعه عمل صالح يبرهن على صحته.
- الأساس الأول للقيم في القرآن هو ارتباطها بالإيمان بوجود إله واحد يتصف بصفات الكمال وأن له الأسماء الحسنی. فالقرآن الكريم يعدّ الله تعالى المثل الأعلى في الأخلاق؛ فالله هو الرحمن الرحيم الغفار.. إلى ما هنالك من أسماء إلهية حسنى، تمثل في مجموعها منظومة قيمية تربوية أخلاقية.

- الإنسان أعطي استعداداً للتخلق بأسماء الله مع العبودية له تعالى. وتركيز النفس البشرية تضبط استعداداتها الأخلاقية بمعيار العبودية لله.
- العقيدة الإسلامية تعترف بالميل والغرائز والدوافع الفطرية، على أساس أنها ليست شراً ولا خيراً في ذاتها، وإنما هي قوى وطاقت واستعدادات ضرورية لدوام حياة هذه الطبيعة وتوجيهها إلى غاياتها النبيلة في إطار النهج الإسلامي القويم.
- خلق الله سبحانه الإنسان على هيئة مطبوعة. على عمل الخير، يقول الرسول الكريم: «إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق» [صحيح البخاري].. وقيل في وصفه: «لقد كان الرسول الكريم قرآناً يمشي على الأرض» [صحيح البخاري].
- الأخلاق الإسلامية هي التزام أكثر منها أوامر ونواهي؛ فهي تقوم على الإيمان بالله وحبه وطاعته والولاء له. ولم يكن القهر حافزاً على الالتزام، لأنه إذا غاب القهر غاب معه الالتزام.
- «كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله» [آل عمران / 110]، فالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والإيمان بالله هي ثلاث قيم ومقومات للأخلاق الإنسانية.

- يقول فرحان وتوفيق (1988): إن القرآن أكد أربع قيم أساس، هي:
- 1- العلم: ﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾ [المجادلة/ 11].. ﴿قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ﴾ [الزمر/ 9].
- 2- العمل: تأدية أركان الدين الإسلامي الخمسة جميعها يعبر عنها بالسلوك العملي.
- 3- التقوى: هي الفضيلة الأسمى، والمراد بها أن يتقي الإنسان ما يغضب ربه. ومن هنا كان الذي يعلم الله هو الذي يخشاه، وكان الذي يخشاه هو الذي يتقيه. ويتطلع المتقي إلى مراقبة أفعاله وإتقان عمله. وبناء على هذا تكون التقوى أم الفضائل الإسلامية، وتقابل "الهوى" الذي هو أساس الرذائل؛ بعد أن كانت "الحكمة النظرية"- عند اليونان- هي رأس الفضائل، وتقابل عندهم "الشهوة" التي هي رأس الرذائل.
- 4- العدل.

- إن القيم التربوية الإسلامية تقوم على المحبة ومبناها الأخوة، والعدل ومبناها المساواة، والرحمة ومبناها الإحسان والتعاطف والصبر، والأمر بالمعروف ومبناها حب الخير للآخرين، والنهي عن المنكر ومبناها نبذ كل ما يسيء إلى النفس وإلى الآخرين (النجار، 1976).

الإسلام يقرر نهجاً فريداً في غرس القيم:

- قاعدة: تبعاً لاختلاف نسب وجود الحق أو الخير أو الجمال- من الناحيتين الكمية والكيفية- في القضايا الأخلاقية، يكون الحكم الأخلاقي في الإسلام، وتكون نسبته إلزاماً أو ترغيباً في الفعل أو في الترك.
- بعض القضايا الأخلاقية ترتفع نسبة وجود الأسس فيه إلى مرتبة إيجاب الفعل والإلزام به.
 - بعضها تنزل فيه هذه النسبة إلى ما دون الوجوب.
 - بعضها ترتفع نسبة وجود الأسس فيه إلى مرتبة التحريم والإلزام بتركه.
 - حين تتكافأ مقتضيات الفعل والترك تكافؤاً تاماً، فإن نتيجة القضية- حينئذ- تكون صفراً، فيكون حكمها حكم الإباحة المطلقة، وعلى الآخرين- حينئذ- احترام هذا الحق.

مثالان:

- قيمة الشكر: شكر المنعم بالوجود والحياة والعقل واجب أخلاقي، وعدم شكره كفر ورذيلة. فارتقاء نسبة الحكم الأخلاقي- في هذه القضية- تابع لنسبة الحق فيها؛ فكمية الحق فيها كمية كبيرة.

- قيمة الصبر: الحق الأخلاقي في الصبر على المصيبة ليس مسلطاً على إرادة الإنسان، كالحق الملزم بالشكر، لما في الأول من حق المصاب بإعلان الألم. ولذا، يقتصر الحكم الأخلاقي هنا بالإلزام بعدم لطم الخدود.

تطبيق بعض القيم في المرحلة الشبابية

القيمة	نسبة الحق، الجمال، الخير	الحكم (الإلزام، ترغيب، ترك، مباح)
الشكر	كبيرة	إلزام
الصبر	ألم	ترغيب
الهدية	نسبة الجمال والخير كبيرتان	غير ملزمة، ترغيب
الزكاة	نسبة حق الفقراء كبيرة	إلزام
التسامح مع من أخطأ في حقك	نسبة الجمال كبيرة	مباح. وعلى الآخرين احترام هذا الحق

التعارض بين الحقوق

- عند تعارض مقتضيات الأحكام الأخلاقية لتعارض الحقوق، فإن الحكمة تقتضي التوفيق بينها أو إلغائها أو إلغاء شيء منها، ما لم تقض الضرورة بذلك؛ أي: إعطاء كل ذي حق حقه. ونذكر هنا قصة الرسول ﷺ عندما بلغه أن عبد الله بن عمرو بن العاص حلف أن يصوم النهار ويقوم الليل ما عاش، فقال له ﷺ: «صم وأفطر، ونم وطم، فإن لجسدك عليك حقاً» [صحيح البخاري].
- الحكم الأخلاقي قد ينزل من مرتبة الوجوب إلى مرتبة الاستحسان، وسبب ذلك طبيعة التعارض. فإذا فرضنا أن نجاه صاحب الحق الشخصي أنفع للجماعة من نجاه أخيه، فإن الحق يكون في جانبه أقوى وأرجح من جهتين:

 - 1- حق نفسه عليه.
 - 2- حق الجماعة عليه نسبة عالية لحق الخير، الذي سينعم به الجميع.

وقد يصل الحكم الأخلاقي- في مثل هذه الحال- إلى "منع ممارسة قيمة الإيثار؛ فنسبة الحق هنا في كون هذا الفعل جميلاً هي أقل من نسبة الخير التي ستحرم منها الجماعة".

- وجدنا في أحكام الشريعة الإسلامية أن من الواجبات ما تركه كفر، ومنها ما تركه كبيرة، ومنها ما تركه صغيرة.
- إن ما دون الواجبات بعضها فعله سنة مؤكدة، وبعضها مستحب.

السلوك الأخلاقي وإرادة المسلم

- السلوك الأخلاقي- سواء كان فعلاً أو تركاً- هو حق مسلط على إرادة الإنسان بنسب متفاوتة.
- إذا وصلنا إلى درجة المباح، جاء حق الإرادة المطلقة في أن تختار ما تشاء، وهذا الحق حينئذ مسلط على الآخرين. ولذا، يطلب إليهم أن يحترموا.
 - إذا اختلط الأمر، والتبس على الحس الأخلاقي، فيعتمد مبدأ "اتقاء الشبهات"..
«إن الحلال بين وإن الحرام بين، وبينهما مشتهيات لا يعلمهن كثير من الناس، فمن اتقى الشبهات استبرأ لدينه وعرضه، ومن وقع في الشبهات وقع في الحرام، كالراعي يرعى حول الحمى يوشك أن يرتع فيه، ألا وإن لكل ملك حمى، ألا وإن حمى الله محارمه، ألا وإن في الجسد مضغة، إذا صلحت صلح الجسد كله، وإذا فسدت فسد الجسد كله، ألا وهي القلب» [صحيح مسلم].
 - مصدر اكتساب الحق في الإسلام في مجال القيم هو الله، وليس التقدير الإنساني المحض، الذي لا يخضع لمعيار موحد عند البشر.

الإسلام يقرر نهجاً فريداً في غرس القيم

- تطبيق للمرحلة العمرية 14- 18 عاماً.
- قواعد في ممارسة القيم في الإسلام:
- 1- قاعدة "النية".

القيمة	النية	العمل الظاهر	القبول عند الله
صدقة	نفاق	مساعدة الفقراء	لا تقبل
صدقة	جزم (عزم)	لم تقع	قُبلت كما لو أنها وقعت
صدقة	كسل	لم تقع	
صدقة	همّ	لم تقع	قُبلت
منكر	همّ	لم يقع	لا شيء

- 2- قاعدة "أن تحب لأخيك ما تحب لنفسك"..
«لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحبه لنفسه» [صحيح مسلم].
- 3- قاعدة "ارتقاء الإنسان إلى مرتبة الجنة قد يكون بخطوة واحدة، وانزلاقه إلى موقع النار قد يكون بخطوة واحدة"..
«الجنة أقرب إلى أحدكم من شراك نعله، والنار مثل ذلك» [صحيح البخاري].
- (قصة المرأة المومس التي سقت الكلب).

الفطرة الأخلاقية مودعة في حس كل إنسان

أرشدت النصوص القرآنية إلى وجود هذا الحس الضميري البشري، فأحالت المسلم إلى استفتاء قلبه..

- وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا (7) فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا (8) قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا (9) ﴿ [الشمس]؛ فالنفس ألهمت في فطرتها إدراك طريق فجورها وطريق تقواها.
- ﴿ بَلِ الْإِنْسَانُ عَلَىٰ نَفْسِهِ بَصِيرَةٌ (14) وَلَوْ أَلْقَىٰ مَعَاذِيرَهُ (15) ﴾ [القيامة].. ﴿ أَلَمْ نَجْعَلْ لَهُ عَيْنَيْنِ (8) وَلِسَانًا وَشَفَتَيْنِ (9) وَهَدَيْنَاهُ النَّجْدَيْنِ (10) ﴾ [البلد].
- عن النبي ﷺ: «البر حسن الخلق، والإثم ما حاك في النفس وكرهت أن يطلع عليه الناس» [صحيح مسلم].
- "استفت قلبك ولو أفثاك المفتون".

التدريب على البرنامج التربوي "تفعيل القيم وممارستها"

يسعى هذا البرنامج التدريبي إلى إكساب الطالب الجامعي أو المدرس أو رب العمل وكذا رب الأسرة المهارات اللازمة في الجانبين المعرفي والتطبيقي، فهذا البرنامج يعرض للمراحل العمرية التي يمر بها الإنسان، بدءاً من مرحلة الطفولة وانتهاء بمرحلة النضج الانفعالي العقلي الجسدي؛ فيكسب متلقي البرنامج مهارة التعامل مع شريحة الشباب، وهو مطلب رئيس لهذا البرنامج؛ ولكنه يعرج- على نحو غير مفصل- على احتياجات المراحل العمرية:

أ- 3-7 سنوات (مرحلة الطفولة).

ب- 8-14 سنة (صغار السن).

ج- 15-18 سنة (الشباب).

د- أكثر من 18 سنة (الطلبة الجامعيون).

ولذا يطلب إلى المنتظمين أن يفكروا في قيمهم الخاصة، وأن يعرضوا آراءهم عن العناصر الموجبة، التي يوافرها عادة المناخ المفعم بالقيم، وأن يتخللوا المناخ الأفضل في الصف. وأثناء ذلك، تتفعل كل قيمة مدرجة ضمن هذا البرنامج من خلال أنشطة يدخل فيها النقاش والتمارين والرسم والتصوير والصور التعبيرية والقصة والشعر، واضعين في حساباتهم تنمية قدرات المستهدف بالغرس القيمي، وتنمية جوانبه النفسية والعقلية والروحية والجسدية كافة، مبينين دور الحوافز في تشكيل هذه القيم، ودور تفعيل حواس الإنسان في تدعيمها وتشجيعها.

اختبار القيم وفق مستويات عدة

يجب أن يتوصل المنتظمون في هذا البرنامج إلى تطوير مهارات اجتماعية وسلوكية تعاونية مشتركة. فلا يكفي أن يسمع الطلبة عن القيم، ولكن عليهم أن يختبروها في مستويات مختلفة- مستفيدين من الأدوات المختلفة في البحث والتحليل- ليجعلوها سلوكاً وهدفاً، وهو ما عنيناه بالتفعيل التطبيقي للقيم.

وعلى الطلبة تنمية المهارات الاجتماعية لاستعمالها في حياتهم اليومية. وعندما ينخرطون في مجالات العمل المختلفة في مجتمعاتهم، يصيرون مطالبين بالتعمق في مسائل العدالة الاجتماعية والتنشئة القيمية وأمانة المسؤولية تجاه النهوض بهذا الإنسان.. وتحقيق عيشه الأمن السوي، كي يستحق شرف الاستخلاف على ما أوكل إليه من رب العالمين.

تصنيف مجموعة أنشطة تفعيل القيم وممارستها

وقد صنفنا مجموعة أنشطة القيم وفق هذا البرنامج إلى:

نقاط التأمل:

تعرف بالقيم، وتمنح بعض المفاهيم المجردة للتأمل فيها، بل تدعو إليها. فأحدى نقاط التأمل في قيمة الاحترام- مثلاً- هي: حق الناس كلهم- والمؤلفان منهم- في أن يعيشوا باحترام وكرامة. وإحدى نقاط التأمل في قيمة التسامح تتركز في أن: التسامح هو الانفتاح وتقبل جمال الاختلاف. ويسمح للطلبة صياغة نقاط التأمل بأنفسهم، والبحث عن أقوال مأثورة من ثقافتهم وتاريخهم.

التخيل والتعبير الفني:

كيف يمكن أن يكون العالم "ضمن إطار تخيلي"، عندما يسوده السلام؟ ما الصور المختلفة التي يمكن إحداثها- بالتصوير الفوتغرافي أو الرسم أو القصيدة الشعرية- للتعبير عن قيمة السلام، ما يجعل القيمة المتخيلة قيمة ممارسة من خلال تفعيل حواس المنتظم في البرنامج؟

تمارين الاسترخاء:

أكدت البحوث النفسية الأثر الموجب لتمارين الاسترخاء؛ إذ تعمل على تهدئة الطلبة، وتشعرهم بالامتنان، وتحسن تركيزهم في دروسهم.

أنشطة تنمية الذات:

الطلبة هنا يستكشفون القيمة بما لها صلة بالذات. فمن خلال قيمة الاحترام، ينظرون إلى خصالهم وأنواع الكلمات التي يستعملونها لإسعاد الآخرين. ومن خلال قيمة الصدق، ينظرون إلى ما يساورهم من شعور، عندما يكونون صادقين. المهم هو الوقوف على ما عند بعض الطلبة من نزعة إلى التشكيك أو مواقف سلبية تجاه الشعور الحقيقي بالرغبة في احترام أنفسهم وفي تحقيق السلام للعالم.

المهارات الاجتماعية:

في قيمة التسامح يطلب إلى الطلبة التفكير في الضرر الناجم عن قلة التسامح، من أجل أن يتوصلوا إلى أجوبة موجبة تتراكم لديهم من خلال تفاعلهم الاجتماعي مع الغير.

الاستفادة من الموارد والإبداعات الخاصة:

يبحث البرنامج الطلبة على الاستفادة من الموارد المتاحة من حولهم، مع إطلاق الإبداعات الذاتية. فباستطاعة الطلبة تبادل قصصهم الخاصة- سواء من الموروث الشعبي أو التاريخي- حول القيمة المعنية، أو طرح مقالات أو أحداث واقعية أو ما شاهدوه في أفلام لها صلة بالموضوع. وكذلك يمكنهم تأليف مشاهد تمثيلية أو درامية أو سيناريوهات إعلانية.

من المعني بغرس القيم؟

بإستطاعة جميع المنتظمين- على تنوع مشاريعهم وتخصصاتهم: الأدبية أو التربوية أو الفنية أو الإعلامية أو التسويقية أو الإدارية أو الدعوية - أن يشاركوا في استكشاف قيم ضمن مجالاتهم المختلفة. وسيحتاج الطلبة- الذين ينوون العمل في مهنة التدريس- إلى إعادة النظر في الدروس، ليضمّنوها ما يدعو إلى إثارة النقاش. فقيمة الصدق يمكن تدريسها في حصة التاريخ أو اللغة الإنجليزية أو الرسم. فعلى سبيل المثال، إن مبحثاً تاريخياً عن الاستقلال هو ساحة مثالية للنظر في أنواع الحرية التي يريدها الناس. وضمن الطرح الجغرافي، يمكن أن نحدد مناطق خسرت فيها الشعوب حريتها، وأخرى ظفرت فيها الشعوب بالحرية. فالمنهج الدراسي- بجميع تفرعاته- معني بالغرس القيمي، ولا يقتصر ذلك على مادة علمية دون أخرى. ويمكن تخصيص وقت قبل كل حصة دراسية لمناقشة قيمة محددة، طوال العام الدراسي. وهذا الأمر متروك لتقديرات مربّي الفصل؛ وربما يتفق مدرسو المواد على تنسيق المباحث بينهم، كأن يتناول مدرسو الفنون واللغة مباحث القيم الخاصة بالسلام والمسؤولية أشهراً عدة، على حين يتولى مدرسو الاجتماعيات والتاريخ قيم الصدق والتسامح، وهكذا.

هل نحتاج إلى تفعيل كل الأنشطة؟

ليس من الضرورة القيام بكافة الأنشطة التي أشرنا إليها سابقاً، ولكنه يستحسن القيام بتنوع الأنشطة على نطاق كل قيمة. فقد يختار بعضهم عدم إعطاء بعض الدروس، ويرون القيام بعمليات المواءمة اللازمة بين الأسلوب الشخصي للمربين وحاجات الطلبة والثقافة المحلية والمحيط الخاص.

التقويم:

يعد التقويم جزءاً مهماً في برنامج تفعيل القيم وممارستها. ولهذا البرنامج نوعان اثنان من التقويمات:

- 1- تقويم للراغبين في ممارسة مهنة التدريس بعد التخرج، إذ يُمنحون استمارة التقويم التي تعد نوعاً من الاستبانة، يوزعونها على الطلبة قبل بدء العام الدراسي، وبعد حصر النتائج. يغرس المربون القيم طوال العام الدراسي. وفي نهاية العام يعمدون إلى استبانة أخرى، ليتعرفوا من نتائجها إلى ما تحقق من تقدم أو انحسار لقيمة أو قيم محددة، ويرفعون ذلك في تقرير إلى إدارة المدرسة.
- 2- تقويم عملي. فبعد إدارة حملة إعلامية تواصلية مجتمعية، يقاس ما حقته من نتائج في مستويات: المعلومة، تعديل المواقف، السلوكات، ثم تُنشر النتائج في الصحف اليومية.

الغايات

الغايات هي تنمية المهارات الشخصية والاجتماعية والعاطفية.

الغاية الأولى: إشراك الطلبة المنتظمين في البرنامج في أنشطة "قيم"، وإحداث اهتمام مبدئي بموضوع استكشاف القيم والتعرف إليها، مع تغذية الشعور بصلة- لا غنى عنها- فيما بين كل إنسان وتلك القيم.

الخطوات:

- مناقشة كيفية الوصول إلى عالم أفضل.
- تخيل مجتمعا يسوده الكذب، وآخر يسوده الصدق.
- تأمل كوكبا يسوده العنف، وآخر يسوده التسامح والصفح.

الغاية الثانية: الاستفادة من الموارد والإبداعات الخاصة.

الخطوات:

- كتابة قصة أو التقاط صورة أو رسم لوحة أو نظم قصيدة تعبر عن العطاء.
- استعراض أبطال يتمتعون بتوازن بين احترام الذات والتواضع.
- ممارسة لعبة "من يبني أعلى برج؟" من قصاصات ورقية.

الغاية الثالثة: التأمل والتفكير في معنى كل قيمة من القيم محل الدراسة .

الخطوات:

- راجع نقاط التأمل الخاصة بكل قيمة.

الغاية الرابعة : الاستمتاع بتجربة قيمة ما.

الخطوات:

- مناقشة كيف يبدو التعاون.. وكذلك انعدام التعاون، مع تحديد أفكار وأنشطة تساعد الذات على الإحساس بمزيد من الهدوء.
- القيام بتعبير فني في الوقت الملائم.
- ممارسة عملية ملء الذات بالمحبة.
- مناقشة مشاعر الحزن.
- استعراض خمسة مبادئ للسعادة ضمن مجموعات صغيرة يتحاور فيها الشباب.

الغاية الخامسة: زيادة سلوكيات المحبة والنزاهة والتآزر، وتنفيذها عمليا.

الخطوات:

- استكشاف ما يمكن الامتثال له في سلوك يجعلنا نعيش في عالم مفعم بالسلام.
- وضع لائحة بالأعمال المعززة لمشاعر المحبة ومنح المحبة.
- استعراض تأثيرات عدم النزاهة، ومناقشتها ضمن إطار الأسرة والمجتمع والهيئة التجارية التي تعمل بها.

الغاية السادسة: زيادة احترام من يمارس القيم.

الخطوات:

- مناقشة الصفات التي في الآخرين، وتدعونا إلى الإعجاب بها.
- مناقشة خمس صفاتٍ موجبةٍ يتمتع بها كافة أفراد الفريق المنتظم معنا في البرنامج.
- سرد قصص عن مَنْ أحدث فرقاً في حياته لتخلّقه بقيمةٍ فاضلةٍ ما.

الغاية السابعة: الترفع عن التصرفات السالبة.

الخطوات:

- مناقشة تصعيد أمر تافهٍ إلى شجار، وخططٍ تجعلنا متحكمين في الغضب.
- تعيين أفكار نقضي فيها على النزاع، وتسمح للسلام بأن يعم.
- مناقشة أضرار تعاطي المخدرات.
- استكشاف ما يمكن أن يعزز قناعة الإنسان.

المَبْحَث الأول قيمة السلام

في عمليات غرس قيمة السلام، يجب أن نراعي الشريحة العمرية المخاطبة. وسنعرض للشريحتين العمريتين 3-7 سنوات و 8-14 سنة.
في الشريحة العمرية 3-7 سنوات، يمكن أن يكون الخطاب على هيئة نقاش وطلبات إلى الأطفال..

الشريحة 3-7 سنوات	غرس قيمة السلام	من الممكن أن نلخص ما سيقوم به المعلم في ثلاثة محاور: 1- الحوار (القصة، النقاش،...) 2- الممارسة. 3- استثارة الحواس (الأغنية، المشهد،...).
حوار (برمجة للعقل والقلب)		من منكم يستطيع أن يحدثني عن السلام؟ ما السلام؟ ما معنى أن نعيش في عالم مسالم؟ صف إجاباتهم بأنها "إجابات رائعة"، واشكر الأطفال. اليوم سنستعمل الخيال لصنع صورة لعالم مسالم في ذهنكم (حديقة جميلة مليئة بالأشجار، الطيور تحلق في السماء، هناك شعور بالأمان والسلام). اطلب إلى الأطفال المشاركة بخبراتهم (من منكم يسمع أصوات الطيور؟ هل توجد أصوات لحشرات ماء، كصوت ذبابة مثلاً؟ هل تسمعون صوت جدول ماء؟ من يستطيع أن يلتقط عوداً جافاً من حوله؟ ضعه في الجدول. هل تسمع صوت جريان العود في الماء؟ من يشتم رائحة ما؟ رائحة زهور، دخان، أو غيرهما؟ كم تبلغ درجة الحرارة من حولنا؟ هل حرارة الشمس مزعجة؟ هل ثمة غيوم؟).
الممارسة		اطلب إلى الأطفال أن يرسموا ما تخيلوه.
وسائل سمعية لحن: نشيد أو أغنية.		مشهد لجدول، سيناريو فيلم مرئي أو إعلان إذاعي.
بصرية		ناقش: إحدى الطرق لتكون مسالماً هي الهدوء الداخلي. لنفكر في النجوم ونتخيل أنفسنا مثلها.. يمكن رؤيتها ولا يمكن سماعها.. انظر كم هي هادئة ومسالمة.
استثارة المخيلة من خلال قصة ضمن عنصر الحوار		إذا كنت تعمل مع أطفال أعمارهم 3-5 سنوات، فاصنع نجمة من الكرتون المقوى، لونها باللون الأزرق، انثر عليها ذرات براقّة. للأطفال الأقل سناً اجعلها كالدمية واصنع لها عيناً. احكِ للأطفال قصة "النجمة" التي كانت أشعتها مفعمةً بالمحبة، وكانت مسالمةً، سعيدةً، وكانت سبباً في فض نزاع بين طفلين كادا يتعاركان، فكانت أشعتها سبباً في بث السلام والمحبة بينهما، فتعانقا. تصور أنك نجمة. ما لون السلام الذي تشرق به اليوم؟ نحن نجوم السلام لا نتحرك، ممثلون بالمحبة، مسترخون، مسالمون. فإذا أردت السلام الداخلي، فما عليك إلا أن تتحرك بهدوء، وتذكر أنك نجمة سلام. اطلب إلى كل طفل أن يصنع نجمة سلام. يمكنك أن تمنحهم نجوماً مقطعةً. يكتب كل طفل اسمه على نجمته التي اختار لونها بنفسه. اطلب إليهم أن يزينوا النجوم بالمواد المتاحة (اختتم الدرس بأغنية عن السلام).

استثارة المخيلة من خلال قصة ضمن عنصر الحوار	قصة "الحشرة الطائرة" كانت سعاد وشقيقها فؤاد يحلان وظائفهما المدرسية، في وقت انهماك والداهما في تحضير طعام العشاء، وجو الهدوء والسلام كان يحيط بالمنزل مع سدول الليل. لا يسمعون سوى أصوات الحشرات الآتية من خارج المنزل. كان الضوء ساطعاً في الغرفة، وشباك الغرفة مفتوحاً على مصراعيه يستقبل النسيم العليل. فجأة، تسالت مع النسيمات حشرة طائرة تشبه الفراشة، واندفعت نحو المصباح تحدث ضجيجاً. حاول فؤاد التخلص من الحشرة، بأن رفع مسطرة طويلة ناحيتها. صاحبت سعاد: لا، لا تؤذيها. لعلها تطير بعيداً، وتذكر بأننا مسالمان. أجاب فؤاد: أريد فقط إبعادها عن المصباح الكهربائي كي لا تحترق. هرعت الأم نحوهما تاركة المطبخ. فكرت الأم للحظة، فأضاءت مصباح الشرفة وأطفأت مصباح الغرفة، شوهدت الفراشة تغادر الغرفة المظلمة إلى الشرفة المضيئة. أغلقت الأم الشباك، وأنقذت الفراشة من موت محقق، مؤكدة مبدأ الرفق بالحيوان.
حوار تمثيل إذن الفكرة هنا	متى تشعر بأنك أكثر أمناً؟ إن كان السلام والأمن لونا، فأين لون ستختار؟ أثن على كل الإجابات. الحكمة في التصرف تؤكد أننا مسالمون ومحبون للغير. ماذا يمثل السلام لكم؟ (قد يكون حمامة، خيلاً، قطعة بسكوت، نجمة، ...) دع الأطفال يمثلوا قصة الحشرة. أن تسرد قصة أولاً، ثم تناقش القصة،
علاقة جديدة مع قيمة السلام	ثم اطلب إليهم أن يرسموا صوراً تعبر عن القصة، أو أن يمثلوا مقاطع منها. غرس معنى "الذراعان للعناق". (عنصر الحوار) 1. السلام هو أن ينسجم البشر من دون مشاجرة أو اعتداء بالضرب. 2. اطلب إلى كل طفل أن يكمل الجملة الآتية: "في عالم مسالم... نستعمل الذراعين للعناق". 3. ثم اطلب إكمال الجملة الآتية: "في عالم مسالم لن يكون هناك.....". 4. فيم نستعمل الذراعين؟ (العناق، تسليم المواد، المصافحة، منح المساعدة...) 5. أوضح أن أهم جزء في السلام هو استطاعتنا التفوه بكلمة لا: "لا يعجبني أن تفعل ذلك. إن الذراعين للعناق لا للدفع".
ممارسة فض (حل) النزاع	اطلب إليهم أن يرسموا كلمة سلام: يكتبون الحرف "س"، ويلونونه. ممارسة فض النزاع: إذا احتدم نزاع بين طفلين، فاطلب إليهما أن يجلسا. اسأل أحد الطفلين عن شعوره، على حين يستمع الآخر. قل للطفل الآخر: "كرر ما قاله زميلك". اسأل ذلك الطفل السؤال نفسه (عن شعوره)، ثم اطلب إلى الطفل الأول أن يكرر ما قاله الطفل الآخر.. ثم اطلب إليهما أن يخبر كل منهما الآخر ما لا يعجبه في تصرفات صديقه تجاهه، واطلب إلى المستمع أن يكرر ما قاله المتحدث.. ثم اطلب إلى أن يقول ما يعجبه في تصرفات الآخر تجاهه، ثم اطلب أن يكرر كل منهما ما قاله الآخر.

من المهم أن نشجع الأطفال على المواجهة المباشرة، وأن يمارسوا بأنفسهم التقنية ذاتها في فض أي نزاع ينشب بينهم.

ملخص فض النزاع:

1. ما شعورك؟ (ماذا قال هو؟) (كرر)
 2. ما الذي لا تحب فلاناً أن يفعله؟ (ماذا قال هو؟) (كرر)
 3. ما الذي تحب فلاناً أن يفعله؟ (ماذا قال هو؟) (كرر)
- ناقش:

حوار

1. ما شعورك حين يضربك شخص ما؟
2. ما الأشياء الأخرى التي لا تحب أن يقوم بها زملاؤك؟
3. ما الأشياء الطيبة التي يمكن للآخرين عملها؟ (اجعلهم يمثلوا مشهداً متكاملًا لفض نزاع).

علاقة راجع شكل غرس معنى "المشاعر"

جديدة مع دائرة السلام من خلال الحوار ناقش نقاط السلام

أوضح أن السلام هو التمتع بمشاعر داخلية طيبة، ثم اسأل: قيمة والعلاقات السلام التابعة لها

1. ما شعورك حينما يبكي طفل آخر؟
 2. ما شعورك حينما يقول لك طفل آخر شيئاً لطيفاً؟
 3. ما الأشياء الطيبة التي تود أن يفعلها الآخرون؟
 4. ما الأشياء الطيبة التي تتمنى أن تفعلها أنت؟
- اطلب إلى الطفل رسم الأشياء الطيبة، التي يود القيام بها، وتلك التي يود الآخرون القيام بها.

ممارسة

تمرين: "أقنعة حيوانات السلام". اطلب إلى الأطفال أن يرسموا قناعاً يرمز لحيوان. يجب أن يكون ثمة ما يبرر اختيار الطفل لحيوانه، ثم اطلب إليهم المشاركة في الجملة الآتية "اسمي", وأنا أحب السلام، لأن" .

نقاط التأمل:

الشريحة

7-3

سنوات

- 1- السلام هو الهدوء الداخلي.
- 2- هو الأحاسيس الطيبة داخلنا.
- 3- هو تعايش البشر من دون مشاجرة أو اعتداء بالضرب.
- 4- هو التفكير الموجب في نفسي والآخرين.
- 5- السلام يبدأ داخل كل منا.



ويتغير الخطاب في غرس قيمة السلام مع الشريحة العمرية التالية..

- | | |
|--|-------------|
| 1- السلام أكثر من مفهوم غياب الحرب. | 14-8 منظومة |
| 2- السلام هو العيش في تناغم، ومن دون مقاتلة الآخرين. | عاما السلام |
| 3- السلام هو السكينة الداخلية. | القيمية |
| 4- السلام يتكون من أفكار موجبة، وأحاسيس نقية، وأمانٍ طيبة. | |
| 5- السلام ينمو من خلال <u>التقبل والعدل وعدم العنف والتواصل</u> بين البشر. | |
| من الممكن أن نلخص ما سيقوم به المعلم في ثلاثة محاور: | |
| 1- الحوار (القصة، النقاش،...). | حوار |
| 2- الممارسة. | لاستثارة |
| 3- استثارة الحواس (الأغنية، المشهد،...). | العقل |
| ما السلام؟ | والقلب |
| ماذا يعني أن نعيش في عالم من السلام؟ | تخيّل |
| تخيل عالماً مسالماً. دع نفسك في هدوء وسكون. تخيل فقاعة كبيرة جميلة، كبيرة على نحو يمكنك الدخول فيها، وتستطيع أن تسافر فيها- من خلال خيالك- إلى المستقبل، إلى عالم أفضل. ادخل الآن هذه الفقاعة، وطرّ إلى ذلك العالم الذي يسوده السلام. كيف تبدو لك منازل الناس؟ وكيف يبدو الناس من حولك؟ هل هم مبتسمون؟.... | |
| قد يرغب المعلم في أن يبدأ النقاش بشعور الطالب بما حوله من طبيعة وبشر، ثم بنفسه، ثم بعلاقات الناس من حوله بعضهم مع بعض. | مناقشة |
| قسّم الطلبة إلى مجموعات، بحيث ترسم كل مجموعة لوحة كبيرة عما تتخيله في هذا العالم المسالم. بعد ذلك، ترشح كل مجموعة من يمثلها للحديث عن تجربتها في السلام. | رسم |

حوار	ما الأشياء التي تكون موجودة في عالم النزاعات، ولا تكون موجودة في عالم السلام؟ (غالباً ما تكون الإجابات: الحروب، الأسلحة، العصابات).
نشاط	اقسم اللوح board إلى قسمين: الأول: بعنوان عالم مسالم. والآخر: بعنوان عالم النزاعات. ارسم خريطة ذهنية لكل منهما.
نشاط	"كبسولة الزمن". قل: "لننتظر - اليوم - أننا نعيش عالم السلام الذي تخيلتموه. المطلوب إليكم أن تصنعوا كبسولة زمن، لكي تجعلوا الأجيال القادمة تتعرف إلى عالمكم. ما العناصر العشرة التي تختارون وضعها في الكبسولة ومن شأنها التعريف بعالمكم المليء بالسلام؟".
رسم	للأعمار 8-10، اختر لوناً واحداً، وارسم السلام. للأعمار 11-14، اكتب عن وقت شعرت فيه حقاً بالسلام.
جلسات الاسترخاء	ضرورية لاستشعار الطلبة بالسكينة وبالسلام؛ مع صور ملصقات (بوسترات) تحت على الاسترخاء.
تمرين للطالبات	"إعداد كعكة العالم". هي كعكة ستتشكل من مجموع خصائص الإنسانية. هذا التمرين يعطي فرصة أكبر للتفكير في عالم أفضل. وتسال للبدء: ما أروع صفات الإنسان التي يجب أن تكون في كعكة العالم؟ سنستبعد العوامل التي تسبب الأذى والألم.
حوار	الخطوة الأولى: اختر المكونات. اكتب قائمة بأروع الصفات الإنسانية، التي تود أن تضعها في الكعكة. الخطوة اللاحقة: اختر كمية كل عنصر. من الممكن قياس الكمية بالكيلوغرام أو النسبة المئوية. "مكان خاص".
حوار	لم نحتاج إلى الهدوء والسلام في بعض الأوقات؟ ما طبيعة الأشياء التي تمنعنا من أن نشعر بالسلام؟ ليكمل الطالب الجملة الآتية: أشعر بسلام عندما.... "نشر السلام في المدرسة".
رسم	نريد أن نستعرض الفروق بين مدرسة مسالمة ومدرسة مليئة بالنزاعات. كيف يشعر هؤلاء الذين يتشاجرون؟ كيف يشعر هؤلاء الذين في مدرسة مفعمة بالسلام؟
قصيدة	على حسب أرائكم، ما الرموز التي تعبر عن السلام؟ (صور، رسوم). اطلب إليهم إضافة كلمات وتفاصيل إلى الصور (أو الرسوم) تعبر عن هذا السلام. كوننا - نحن العرب - معروفين بالقصائد النبطية والفصحى، فمن الممكن أن يلقي طفل بعض الأبيات من نظمه، ويلحنها، وينشدها الجميع.
اللغة العربية	ما الكلمات والجمال التي تعبر عن السلام؟

حوار

"الذراعان للعناق".
ما الذراعان؟ وما استعمالتهما؟
(تعانقان- ترسمان- ترميان الكرة نحو الهدف- تبنيان البيوت والمصانع-
تساعدان الغير، ...).
طريقة استعمالنا لذرعينا هي ما يميزنا.
ما شعورك عندما يستعمل الغير ذراعيه لإيذائك؟
لماذا- برأيك- يشعل الناس حروباً؟
"الذراعان للعناق لا للتدافع". هل من جملة مرادفة تعبر عن المعنى ذاته؟
"الذراعان للعطاء لا للتعسف"، "الذراعان لحسن الاستعمال لا لسوء
الاستعمال"، "الذراعان للإمساك لا للإيذاء".

رسم

اطلب إليهم عمل ملصقة عن السلام من أذرع متشابكة، بحيث تكون أذرع
الطلبة متصلة بعضها ببعض؛ مسدس يتحول إلى حمامة، مع شعار كتابي
من ابتكارهم يعبر عن السلام.
زَيِّن الفصل بإنتاجاتهم، واهدِ بعضها للفصول الأخرى أو للوالدين أو
لمدارس مجاورة.
"الحرب".

حوار

ما أسباب الحروب؟ (الرغبة في: الغنى، السلطة..)
ماذا يحدث للبشر عندما تكون هناك حرب؟ (التشريد، الأمراض، انتشار
التدخين والمخدرات، الإعاقات، الفقر، الأمية ..)
ابحث في الأطلس عن بلاد مزقتها الحرب.
ماذا يعني السلام في بلدكم؟

قصيدة

شِعْر من نظمك أو مقتبس من الأهازيج أو الأغاني الوطنية.
الهدف تطوير مهارة تواصل وتعاون مفيدة للحياة عموماً.

فض

ليلعب بعض الطلبة دور المدير في فض النزاع بين زملائهم. يرتدي هؤلاء
الطلبة شارة أو وشاحاً أو قبعة للدلالة على دورهم المتعلق في فض النزاع.
سيرورة فض النزاع: يُسأل- أولاً- التلميذان المتنازعان إذا ما كانا يرغبان
في أي مساعدة. إذا كان ردهما بالإيجاب، فليجلس معهما واحد أو اثنان من
هؤلاء المختصين بفض النزاع. وإذا لم يكن المتنازعان راغبين في حل
مشكلتهما، فعندها يُرسلان إلى الإدارة المدرسية أو المشرف الاجتماعي.

النزاع

(صورة)

تطبيقية

للسلام)

مدير فض النزاع يستمع إلى إجابتهما، ويوجههما إلى استماع أحدهما إلى
الآخر بدلاً عن مقاطعة أحدهما الآخر. يشجعهما على الإنصات للآخر. ليس
عليه أن يلوم أو يتهم أو يعظ أو يحكم. وجوده فقط لمساعدة المتنازعين على
حل مشكلتهما (ثم تطبق الخطوات لفض النزاع المذكورة سابقاً).

حوار

ماذا يحدث في العالم، لو تعلم كل شخص أن يحل مشكلاته بدلاً عن العراك
والشجار؟

اكتب الخطوات الأربع الخاصة بفض النزاع في مُلصَقَة، واجعلها متاحة
للجميع.

ما الأمور التي يتنازع فيها من هم في أعماركم؟ (اكتبها على اللوح)
كيف تشعر عندما.....؟ (اذكر حادثاً ما)

إذا كان الشعور هو الغضب، فاسأل: ما الفعل الذي يسبب شعور الغضب هذا؟

كرر السؤالين السابقين.

خذ سبباً للغضب من الأسباب السابقة (السبب والشتيمة) واسأل: بماذا تشعر عندما يحدث ذلك؟ وما سبب هذا الغضب؟

عندما نغضب، يكون سبب الغضب هو الشعور بالألم أو الخوف أو الإحراج. عندها يشعر الغضبان بأنه غير مقدر أو غير محترم أو غير محبوب. "مهاراة الإنصات (الإصغاء) أثناء فض النزاع".

قل: من أهم الأمور- أثناء حل المشكلات- الإنصات إلى الآخرين.

كيف تشعر عندما تتحدث إلى شخص ما فلا يلتفت إليك خلال حديثك؟ الاتهام، المقاطعة، عدم انتظار الدور في المعارضة، التلطف بالفاظ من مثل: سخييف وغبي، محاولة إشعار الآخر بالذنب.

تمرين حول نشاط الإنصات: شغل مجموعات وكل مجموعة من ثلاثة طلبة. اطلب إليهم أن يرقموا أنفسهم بـ 1، 2، 3.. 1 سيكون المتحدث، 2 سيكون المصغي، 3 سيكون المراقب. ليعيدوا ترقيم أنفسهم، والمراقب في كل دورة يمد المجموعة بملاحظاته.

هل لاحظت أن الغضب بدأ يقل- تلقائياً- مع الإنصات. الإنصات الحقيقي يدل على الاحترام.

من الممكن عقد نادي- مرة في الأسبوع أو عند الحاجة- يشارك فيه كل من المدرس والطالب حول ما رأياه خلال اليوم أو الأسبوع من أفعال أسهمت في إحداث السلام. هذا النادي مفيد، ولاسيما إذا كانت النزاعات متكررة.

أكثر الأمكنة سلاماً التي أتذكرها هي.....

السلام هو.....

نادي

السلام

(نادي

القيم)

مقابلات

بين الطلبة

كيف تتصاعد المشاعر، بحيث تصير الانزعاجات البسيطة ردات فعل كبيرة، خارجة عن الإرادة؟

كيف نستطيع أن نستبدل الهدوء بمشاعر الغضب؟ (مثال: بالمساعدة على الإنصات).

كيف يساعد السلام على إحداث حياة أسعد؟

ارسم أو لون أشكالاً تعبر عن الغضب والسلام، كأن يكون الغضب في نصف الورقة والسلام في النصف الآخر.

ما الذي يسمح للسلبية أن تنمو؟

ما طبيعة الأفكار التي تغذي المشكلات؟

ما نوعية الأفكار التي تساعد السلام على الانتشار؟

ألف قصصاً تمثل موقفاً مسالماً يتحول إلى موقف سالب، ثم قصصاً بالعكس. ابحث عن أساليب خلاقة لتحويل الموقف السالب إلى موقف موجب (مسالم).

"علّق على الحركات التي كان لها دور في التأجيج، وعلى الحركات التي كان لها دور في التهدئة".

من هم أبطال السلام في حضارتك؟

ألوان

السلام

وألوان

الغضب

حوار

تأليف

قصص

تاريخ

اجتماعيات	<p>ما مظاهر السلام في بلدك؟ وفي العالم؟ هل من مؤسسات ترعى السلام في العالم؟ ما رأيك بها؟ هل تؤدي دوراً ما؟ كيف يمكن تفعيلها على نحو أفضل؟</p>
<p>الشريحة 18-15 المنظومة القيمية سنة (الشباب)</p>	<p>1- السلام طاقة نوعية. 2- البقاء مسالمين يقتضي قوة ووجداناً. 3- السلام هو السمة البارزة لما نسميه "المجتمع المتحضر".</p>
حوار	<p>قل: هناك مشروع مشوق أنجز من سنوات، سمّي "التعاون الشامل من أجل عالم أفضل". في هذا المشروع آلاف من المجموعات من مختلف الحضارات والأعمار والأديان والمستويات الاجتماعية والاقتصادية، تجمع أفرادها من 129 دولة لكي يتخيلوا عالماً أفضل.. وكيف ستكون علاقاتهم؟ وكيف ستكون البيئة؟ كيف تودون أن يكون العالم في نظركم؟ كيف تودون أن تكون البيئة؟ كيف تودون أن تكون علاقاتكم؟ اشكر الجميع.</p>
<p>تمرين استرخاء</p>	<p>إن دورة القيم- التي سنقوم بدراستها- تسمى "تفعيل القيم وممارستها"، وإن الأساس- الذي يقوم عليه هذا البرنامج- هو قدرتنا على أن نصنع عالماً أفضل، لو كنا نعيش قيماً. والبرنامج ينشد للأفراد استكشاف أساليب للعيش في عالم أفضل وتحقيق سعادة أكبر في حياتهم . ثم ناقش معهم العبارة الآتية: "السلام أشمل من اللاحرب وأوسع وأعم". ثم ناقش معهم: "لو كان كل إنسان في هذا العالم يشعر بالسلام الداخلي، فهل يصير عالمنا أكثر سلاماً؟ كيف؟".</p>
ممارسة	<p>متى تشعر بأنك مضطرب؟ ما أنواع الأفكار أو الأنشطة، التي تساعدك على الشعور بالسلام أكثر؟ ناقش: "السلام حال ذهنية هادئة مسترخية". يتكون السلام من أفكار طاهرة وأحاسيس صافية وأمانٍ نقية. اكتبوا رسائل إلى القادة في وطنكم، أو إلى قادة العالم، أو إلى آخرين يعجب بهم الطلبة.</p>
تمرين	<p>نشر السلام في المدرسة. إذا كان الطلبة لا يفلحون في فض النزاعات، فيجب تدريس الأساليب للطلبة وتطوير مهاراتهم فيها. فمن اليسير أن ينزلق فض النزاع إلى أسلوب فوضوي. لذا يجب اتباع الخطوات الآتية: 1- على مدير فض النزاع أن يبدأ بالطالب الذي يبدو عليه الانزعاج أكثر، فيطلب إليه أن يشرح له ما الذي حدث. 2- اطلب إلى الطالب الآخر أن يكرر ما سمعه (على الطالب الآخر أن لا يخالف أو يناقش أو يلوم، وإنما فقط يكرر). 3- يوجه السؤال نفسه "عما حدث" للطالب الآخر، وعلى الطالب الأول أن يستمع بانتباه، ثم يكرر ما قيل. 4- السؤال التالي، الذي يوجه للطلابين: "كيف شعرت حينذاك؟"</p>

- 5- ومرة أخرى، على كل طالب أن يكرر ما قاله الآخر.
- 6- يسأل كل منهما: ما الذي يود أن يتوقف حدوثه؟
- 7- يكرر كل منهما ما يود الآخر أن يتوقف حدوثه.
- 8- يسأل الطالبان عن البديل الذي يودان أن يحدث.
- 9- ثم يسأل كل منهما إذا كان يوافق على ما طرح من حلول.
- 10- إذا لم يرضيا عن ذلك المقترح، يطلب إليهما اقتراح حلول أخرى.
- 11- ثم يسألان إن كانا يستطيعان الالتزام التام بالتصرف على النحو الذي اتفقا عليه.
- 12- يمدح مدير فض النزاع كلا الطالبين، ويدعوهما إلى العودة إلى النشاط المدرسي.

علق مختصر هذا الأسلوب على ملصقات (بوسترات)، ووزعها على الفصول، واطلب إلى الأساتذة تدريب الطلبة على ذلك. فهذا الأمر دور فاعل في خفض حالات النزاع في المدارس.

قل: أحد الأمور المهمة في فض النزاع هو الإنصات إلى ما يريد الآخرون قوله هذا يساعد على فض النزاعات فيما بين الدول، أعضاء مجلس الأمة (يجب ممارسة عملية الإنصات من الأطراف كافة).

الأمور التي تعوق فض النزاع أو توقفه:

ممارسة
حوار

- 1- الشتم، أو وصفه بصفة غير محببة، غبي مثلاً.
- 2- اللوم.
- 3- المقاطعة.
- 4- الاتهام.
- 5- المعارضة (انتظر دورك في الحديث، واستمع إلى الآخر عندما يتكلم، وهذا يتطلب الصبر والاحترام).
- 6- محاولة إشعار الآخر بالذنب.
- 7- الغضب لأن الطرف الآخر غاضب.
- 8- منح حلول لمشكلة الآخر الشخصية.

ممارسة
الإنصات
حوار

- 1- الانتباه بصدق لكل كلمة يقولها الشخص الآخر.
 - 2- إعلام الآخر بأنك تفهم ما يقول.
- يناقشه الطلبة في تمرين:
ما الذي أعاق الإنصات؟
ما الذي يسهل الإنصات؟
لماذا الإنصات بصدق يؤدي إلى الاحترام؟

منشأ
النزاع

ابدأ بأي موضوع يسبب الاضطراب للطلبة. قد يكون مشكلة في المدرسة أو المجتمع. اسأل: ما منشأ هذا النزاع؟ وقد يحتاج المدرس إلى أن يسأل إذا ما كان يحدث قبل ذلك؟ اكتب العوامل المسببة- التي يذكرونها- في قائمة، ثم راجع كلاً منها.

ما الذي جعل النزاع يكبر؟
كيف نتحكم في مشاعر الغضب؟ وكيف نستعير بها مشاعر أكثر هدوءاً وأكثر سلاماً؟
أمثلة:

- 1- نحن كثيراً ما نغضب عندما نكون مرهقين أو جوعاً.
- 2- التوقف دقيقة لتهدة النفس قبل تحليل الموقف مرة أخرى.
- 3- التفكير في العواقب.
- 4- التفكير في قيمنا. فإذا كنت حقاً تقدر السلام، فستحاول أكثر أن تبقى مسالماً.

اسأل:

التضاد

- 1- ما الذي يسمح للجوانب السالبة أن تزداد؟
 - 2- ما أنواع الأفكار التي تغذي استمرار النزاع؟
 - 3- ما أنواع الأفكار التي تساعد على نشر السلام؟
- من هم أبطال اليوم الذين يحققون السلام؟ وما رسائلهم إلى العالم؟
ما رسالتك إلى العالم؟
اطلب إلى الطلبة- بعد أن تشكلهم في مجموعات- أن يعبروا عن رسائلهم في رسمة أو شعار أو خطاب.
- في اللغة والأدب: يستطيع الطلبة البحث والقراءة في قصص عن حياة شخصية (نبوية، وطنية، عالمية) سعت إلى تحقيق السلام.
- ادرس معهم قصائد الشعراء في ذلك.

أبطال
اليوم
رسم

الدروس

الأغاني الشعبية أو الوطنية
في الاجتماعيات: اشرح كيف تستطيع الحكومات أن تحقق السلام من خلال تنمية ثقافة السلام وتوفير احتياجات شعوبها؟
كيف يعبر عن السلام في العالم من خلال الفنون والمؤسسات الاقتصادية؟
اطلب إلى الطلبة أن يدرسوا تقارير الأمم المتحدة في التنمية المجتمعية، وإحصاءات أكثر الدول غنى وأكثرها فقراً، والوضع الخاص بالتجارة العالمية.

في العلوم:

هل الاختراعات والابتكارات هي أكثر للحرب أم للسلام؟
ما الذي يمكن لعلوم الإسلام أن تسهم فيه من أجل العالم؟
ما الفرصة العلمية الممكنة لمجتمع يركز على السلام؟
لو توافر لك خمس ميزانية العالم الموجهة للحرب، على أن توجهها للسلام، فما الذي ستود أن تخرعه أو تصنعه (تمرين جماعي)؟

في الفنون:

ابتدع لوحة حائط عن السلام. ناقش الطلبة عما يودون أن يدرجوه عن السلام في هذه اللوحة.

ابتدع شعارات عن السلام، ورايات تعبر عن السلام، لافتة للانتباه.
في الاقتصاد المنزلي: كيف يمكن تصميم ديكور، والقيام بتدبير منزلي يساعد على الاسترخاء والسلام؟

شريحة

المرحلة الجامعية

في هذه المرحلة، يتعرف الطلبة إلى ما ذكره ابن قيم الجوزية في كتابه مدارج السالكين، إذ يستعرض مقامين من الممكن أن يصل إليهما الإنسان إذا اجتهد في علاقته مع الله. وهذان المقامان وطيدا العلاقة بقيمة السلام، وهما: مقام الطمأنينة ومقام الذكر.

ففي مقام الطمأنينة يذكر القرآن الكريم: ﴿الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ

الْقُلُوبُ﴾ [الرعد/ 28].

- "الطمأنينة" سكون القلب إلى الشيء، وعدم اضطرابه أو قلقه.
- الصدق طمأنينة، والكذب ريبة.

﴿يَا أَيُّهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ (27) ارْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَّرْضِيَّةً (28) فَادْخُلِي فِي عِبَادِي (29) وَادْخُلِي جَنَّاتِي (30)﴾ [الفجر].

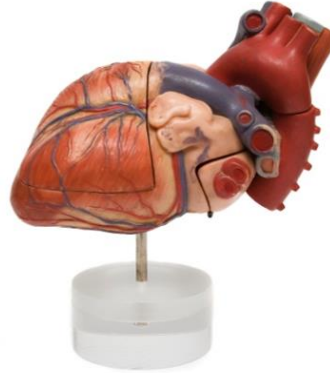
- هنا دليل على أن النفس لا ترجع راضية إلا إذا كانت مطمئنة.
- يقال اطمأن المكان والمنزل: إذا أقام به.
- إذا اطمأن العبد، علم أن لن يصيبه إلا ما كتب الله له، فلا وجه للجزع والقلق.
- إذا قويت مشاهدة العبد للمثوبة، سكن قلبه واطمأن بمشاهدة العوض. وقد تقوى مشاهدة العوض حتى يستلذ بالبلاء ويراه نعيماً.

وضمن حلقات تلفازية، عرّض الشيخ الدكتور محمد راتب النابلسي بالشرح لأسماء الله الحسنى. ورأينا أن نختار منها مقاطع، وشكلنا وفقها مجموعة مبسطة من اللوحات الإيضاحية حول اسم "السلام".



جعل الدماغ في صندوق عظمي تحقيقتاً لسلامته
ولو جعله كرة متصلة ما الذي يحدث؟ عند أول
صدمة تنكسر الجمجمة، أما عندما جعل هذه
الجمجمة عدة قطع وجعل العلاقة فيما بين هذه
القطع مفاصل متحركة ثابتة أي هناك مفصل لا
يزيد عن نصف ميلي فأية صدمة أصابت الرأس.
فهذه الفواصل الدقيقة تمتص الصدمات وتنجو
الجمجمة

السلام



كلما سُدَّ شريانُ فُتِحَ شريان آخر
هذا من اسم السلام

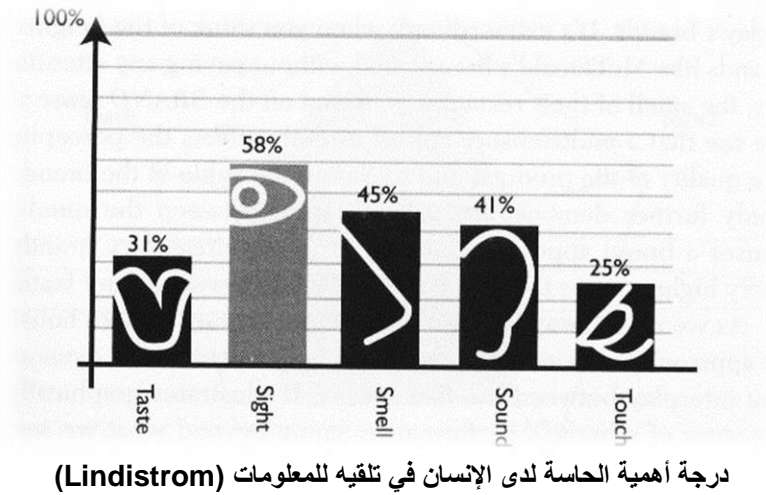
أول مولد كهربائي في القلب والثاني
والثالث فإن تعطل الأول يعمل الثاني وإن
تعطل الثاني يعمل الثالث هذا من اسم
السلام

السلام





إننا نشجع من يدير عملية غرس القيم على أن يجتهد في استثارة حواس المتلقين. فعلمياً أكدت الدراسات أن المعلومة تثبت في الأذهان، وتبرمج في العقول، وهذا يبرمج مع كل حاسة. وفيما يأتي بيان توضيحي بالأثر الذي يتركه الغرس في حال استثارة الحواس الخمس.⁽¹⁾



(1) انظر: اعتماد الشركات التجارية أسلوب استثارة الحواس لبرمجة صورها الذهنية في عقول المستهلكين (الفصل الثالث)

المَبْحَث الثاني قيمة التسامح

وفيما يأتي نستعرض آلية الغرس القيمي مع مختلف الشرائح العمرية المستهدفة..

الشريحة 7-3 سنوات

التسامح

حوار:

الجانب العقلي

الجانب العاطفي

استثارة الحواس

نقاط التأمل

- 1- يكمن التسامح في أن نتقبل الآخرين ونقدر الفروق بينهم.
- 2- يتجسد التسامح في أن أتقبل ذاتي، حتى عندما أقترب الخطأ.
- 3- التسامح هو أن أتقبل الآخرين، حتى عندما يقتربون الخطأ.
- 4- كل واحد منا فريد في ذاته، ويتمتع بأمر يميزه أو يشاطره آخرين.

الحوار

كيف يصير العالم إذا تقبل كل منا الآخر؟
أثن على الإجابات، وقل: إذن، سنتمتع بعالم ملؤه السلام.
ما الذي يجعل كل واحد منا مميزاً؟
إذا لم يستطع الأطفال التعرف إلى نقاط الاختلاف والتميز فيما بينهم،
فاسأل الأسئلة الآتية:

1. ما اسم والدتك؟
 2. ما الشخصية المفضلة لديك في الصور المتحركة؟
 3. ما القصة المفضلة لديك؟
 4. مَنْ مِنْ أجدادكم يتكلم لغة مختلفة عن اللغة التي نتكلم بها الآن؟
- القصة باختصار أنه كان ثمة تنين ودود، صغير الحجم، اسمه توت. كان يبحث عن صديق له من جنسه (تنين) يلعبه. ولكنه لم يصادف- وهو يتجول في الغابة- حيواناً يتفق وجنسه؛ فقد مر على فيل، فقال له: أنت عندك أذنان كبيرتان وأنف طويل. وعلى الرغم من أن الفيل لم يكن ليمانع من أن يلعب معه، فقد ذهب توت مسرعاً واختفى في الغابة؛ ثم مر على أرنب، فقال له بأنه يبحث عن صديق من جنسه. وعلى الرغم من أن الأرنب لم يمانع من اللعب معه، فقد قال توت له: ولكن عندك أذنان طويلتان، ولا يمكنني أن أكون صديقاً لك. والشيء نفسه كان مع شبل في الغابة. وفي النهاية، عندما رآهم جميعاً يلعبون، ولم يعثر هو على تنين مثله يلعبه، رضى للأمر الواقع، وأخذ يلعب معهم.

قصة

"التنين توت"

فاختلاف الأشكال والأجناس واللغات يجب أن لا يسبب التنافر، وأن لا يحول دون التواصل والتعارف. فهذا الاختلاف هو اختلاف في الوحدة وتنوع، كطيف الشمس في تنوع ألوانه.

ارسم مشهداً من مشاهد القصة، وعلق عليه في أسفله. ترسم فيها أجمل لحظة في القصة، وتوجهها إلى صديق.

تأملوا طيف الشمس. هل ألوانه واحدة؟ كذلك ألوان البشر متعددة، ولغاتهم، وأعراقهم. كلنا نملك عينيْن ويدين ورجلين، ولكننا نتكلم بلغات مختلفة، وبشراتنا بألوان مختلفة. هل نستطيع أن ننسجم معاً في وحدة واحدة كأنسجام ألوان طيف الشمس؟

اطلب إلى الأطفال أن يرسموا طيفاً كبيراً للشمس يزينون به الفصل. لقد استفادت شركة بنيتون من قيمة التسامح في الترويج لمنتجاتها من الملابس. فظهر في حملتها الإعلانية الصيني والأمريكي والعربي، والأسود والأبيض.

ومع كل قصة يحكيها طفل حاورهم بهذه الأسئلة والعبارات: كيف برز الحب؟ كيف برزت الشجاعة؟ فالتراحم والتسامح يحتاجان إلى شجاعة.

من المهم أن نكون متسامحين وصبورين، عندما نقترف الخطأ (الله تواب، صبور، غفار، عفو).

لا بأس من اعتراف الخطأ، ونحن هنا لا نحث عليه، ولكن عليك أن تصحح خطأك، وهذه القاعدة مهمة، ولاسيما عندما يصادف الأطفال صعوبات في تنفيذ مهمة ما.

مرّنهـم على قاعدة حسابية تتطلب صبراً ومحاولات عدة للوصول أسرع إلى الحل، مثل مسائل المعادلات الكسرية (كن راحماً لنفسك).

الرسم

بطاقة

حوار وتأمل

قصص من ثقافات مختلفة

أحب نفسي حتى عندما أقترب خطأ

درس الحساب

الشريحة

14-8 عاماً

نقاط التأمل

- 1- السلام هو الهدف، والتسامح هو الوسيلة.
- 2- التسامح هو الانفتاح وتقبل جمال الاختلاف.
- 3- التسامح هو الاحترام المتبادل من خلال الفهم المتبادل.
- 4- إن بذرة التسامح (أي: المحبة) يغذيها التعاطف والاهتمام.
- 5- الإنسان المتسامح هو من يرى الخير في الناس وفي الأحداث المحيطة به.

6- يؤكد التسامح الخصوصية الفردية والتنوع (لا يعترف النظام العالمي الجديد بالاختلاف الحضاري وتنوعه، بل فرض شكلاً واحداً من الحضارة، وهذا ينافي التسامح).

اطلب إلى الطلبة متابعة الصحف للعثور على المزيد من المقالات والصور التي تصلح أمثلة للتسامح أو عدمه، وناقش كل مقال وصورة. سيتضح لدى الأطفال معنى التسامح.

ساعد الأطفال- أثناء ذلك- على إشاعة مفهوم عدم الأنانية. شجعهم على الحوار والتفاهم. وضّح لهم لم نشأت نزاعات فيما بينهم، وكيف يمكن تخطيها، وكيف يسعنا تغيير ذلك.

نشاط

شدد على أن التسامح هو القدرة على مواجهة الأوضاع الصعبة وإيجاد حلول مبتكرة لها.

حوار

- 1- هل جميع الناس متساوون في التسامح؟
- 2- هل يعاني بعضهم التمييز؟ ما السبب؟
- 3- هل تعرضت يوماً للتمييز؟
- 4- بم شعرت عندها؟
- 5- هل يبدي الناس مزيداً من التسامح مع من يتمتع بشعبية كبيرة؟
- 6- كيف يمكن أن نقنع أنفسنا بأن نبدي مزيداً من التسامح مع الآخرين؟

الشريحة العمرية المستهدفة

الطلبة الجامعيون

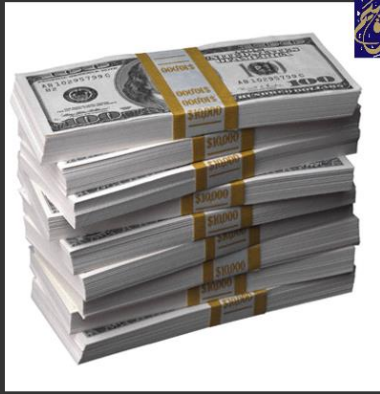
يستعرض ابن قيم الجوزية في قيمة التسامح قيمة موازية، هي قيمة "التواضع"، ومن جملة ما ذكره:

- ﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾ [الفرقان/63]. و"الهون" هو الرفق واللين.
- وفي الحديث الشريف: «ما انتقم رسول الله ﷺ لنفسه قط» [صحيح البخاري].
- وكان صلى الله عليه وسلم يعلف الشاة، ويأكل مع الخدم، ويجالس المساكين، ويمشي مع الأرملة واليتيم، ويبدأ من لقيه بالسلام، ويجيب دعوة من دعاه ولو إلى أبيسر شيء.
- وقيل: التواضع أن لا ترى لنفسك قيمة.
- والتواضع في الدين هو الانقياد لما جاء به الرسول صلى الله عليه وسلم.
- فإذا كان الله قد رضي أخاك لنفسه عبداً، أفلا ترضى أنت به أخاً؟ فعدم رضاك به أخاً هو الكبر عينه.
- ولا تصح لك درجة "التواضع" حتى تقبل الحق ممن تحب وممن تبغض، فتقبله من عدوك كما تقبله من وليك.
- كذلك إذا جاءك من أساء إليك يعتذر، فإن "التواضع" يوجب عليك قبول معذرتة، حقاً كانت أو باطلاً، وأن تكل سريرته لله.
- وعلامة الكرم والتواضع أنك إذا رأيت الخلل في عذره، فلا توقفه عليه ولا تحاجّه، وقل: يمكن أن يكون الأمر كما تقول.
- ومن متطلبات التسامح أن تكون حكيماً. وهنا تستعرض اسم الله "الحكيم" إذا رغبت.

وفيما يأتي مجموعة من وسائل الإيضاح المعينة على تفعيل نقاش موجب مع الطلبة حول اسم الحكيم. وقد اقتبسنا هذه الوسائل- بتصرف- مما ورد في الحلقات التلفازية للشيخ الدكتور محمد راتب النابلسي...

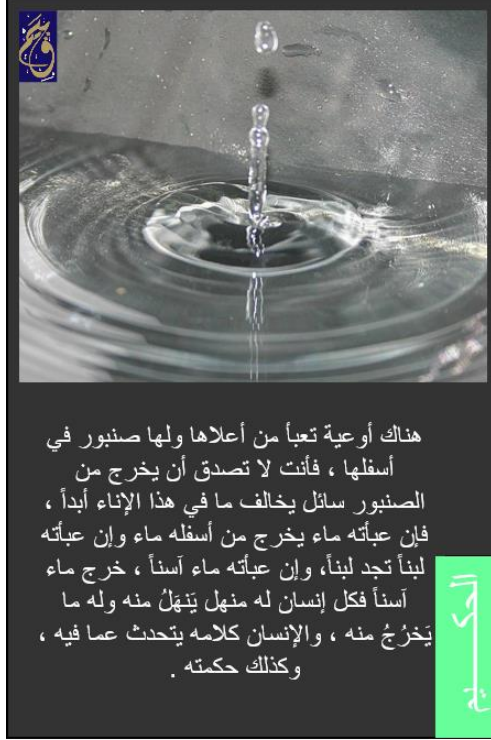


الله سبحانه يضع الشيء
المُناسب بِالْقَدَرِ المُناسب
وفي الوقت المُناسب
وبالمكان المُناسب بحكمته
وعدله ، فهذا معنى
الحكيم



فأنت بالحكمة من الممكن أن تكون
أسعد الناس بدخل قليل ، وبالخُفق
تشقى بالدخل الكثير ، وبالحكمة
تُسعد بزوجة من الدرجة الخامسة
، وبالخُفق تشقى بزوجة من
الدرجة الأولى . بالحكمة ترقى
بأولادٍ ضِعَافٍ ، وبالخُفق تسفل
بأولادٍ نجباء





هناك أوعية تعبأ من أعلاها ولها صنوبر في
أسفلها ، فأنت لا تصدق أن يخرج من
الصنوبر سائل يخالف ما في هذا الإناء أبداً ،
فإن عبائه ماء يخرج من أسفل ماء وإن عبائه
لبناً تجد لبناً، وإن عبائه ماء أسناً ، خرج ماء
أسناً فكل إنسان له منهل ينهل منه وله ما
يخرج منه ، والإنسان كلامه يتحدث عما فيه ،
وكذلك حكمته .

المبحث الثالث قيمة المسؤولية

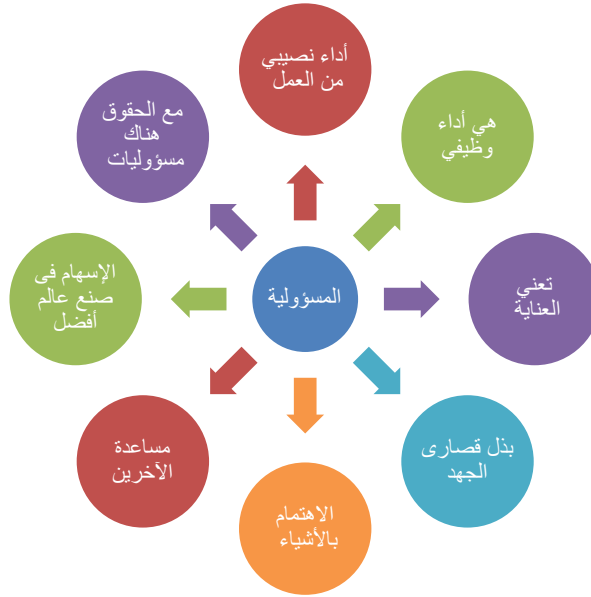
- تشير الدراسات الميدانية إلى انخفاض نسبة ممارسة الوالدين لمسؤولياتهما التي يفترض أن يقوموا بها. ففي دراسة عن المسؤولية تجاه الأبناء، وجد أن:
1. ثلثي عدد الوالدين يتركون أبناءهم في المنزل وحدهم مدة تراوح ما بين الساعة والساعتين، وأن واحداً من أصل خمسة يتركون الأبناء طوال اليوم من دون رعاية في المنزل.
 2. الخبر السعيد هو أن الأطفال يلجؤون إلى آبائهم بنسبة 78%، إذا احتاجوا إليهم.

وهذه دراسة عن المسؤولية تجاه البيئة:

ENVIRONMENTAL PROTECTION			
This country should do whatever it takes to protect the environment	78	80	77
This country has gone too far in its efforts to protect the environment	19	15	18
Neither/both/don't know (vol.)	3	5	5
	100	100	100

المرجع

للتوصل إلى المفهوم الخاص بقيمة المسؤولية:
في البدء حدد الأمور التي لها علاقة بالمسؤولية (نقاط التأمل في قيمة المسؤولية)، ثم اجعلها ضمن دوائر مرتبطة بدائرة مركزية للمسؤولية.



ملاحظة: هناك أغاني مع كل قيمة، يمكن تلحينها في خلفيات للأفلام؛ وتسجيلها في أقراص مضغوطة، لمنحها إلى إذاعة المدرسة، وإدراجها في موقع إلكتروني للتحميل downloading.

الشريحة

3- 7 سنوات

- 1- الشعور بالافتخار لما أنجز.
- 2- تعيين مسؤولية واحدة للطالب في المدرسة وفي البيت (ترتيب السرير، ترتيب الغرفة، المحافظة على مقتنيات المنزل، وضع الألعاب في مكانها للعب مرة أخرى). يجب أن تكون فخوراً وسعيداً بتقديم المساعدة.
- 3- تعيين مسؤولية واحدة للمدرس.
- 4- ما مسؤولية الإطفائي والممرضة؟ لكل منا وظائف مختلفة في الحياة.
- 5- ممارسة الكلب لمسؤوليته في إرشاد المكفوفين، وتصرفه بمنتهي العناية تجاه الشخص الكفيف. فهو يجري ويلعب فقط في الوقت المخصص للعب.
- 6- ما الذي يمكننا عمله لصنع عالم أفضل؟ أريدكم أن تفكروا في شخص تحبونه كثيراً. ما الشيء الذي تحبونه فيه؟
- 7- مساعدة الآخرين، سواء كان الآخر طفلاً صغيراً أو شخصاً كبيراً.

وفيما يأتي نعرض مشهدين تلفزيونيين لتفعيل الوجدان والعقل وحاستي السمع والبصر لدى المتلقي:

المشهد 1

المسمع

الجدة تتحدث إلى ابنتها، موجهةً الكلام إلى حفيدها في عمر خمس السنوات، وهما جالستان على الأريكة في صالة المنزل، والطفل يقوم بترتيب الألعاب.
الجدة

طبعاً ناصر مسؤول، فهو يعيد الألعاب إلى المكان المخصص لها، ويحافظ على مقتنيات المنزل من حوله، فهو لا يلعب بالكرة في الصالة.

وإذا كبر فسوف يرتب سريرته بنفسه. صح ناصر؟

هازاً رأسه (بما يشير إلى القبول)، وهو مستغرق في اللعب.

الأم

ناصر

ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل.

تعليق

مشروع "عالمي الأفضل"
أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

المشهد 2

المسمع

حوار بين أم وابنيها (5 و 7 سنوات)، وهما يصنعان بيتاً كبيراً من قطع الليغو.

أحد الطفلين يضع لعبة الكلب خارج المنزل.

الأم

رؤوف (5 سنوات)

الأم موجهة الحديث لابنها فيصل (7 سنوات)

فيصل

الأم لابنها فيصل

هو هو (صوت الطفل)

وما دور هذا الكلب في تشييد المنزل يا رؤوف؟

لحراسة المنزل.

وماذا يمكن أن يقوم به الكلب من مسؤوليات

يا فيصل؟

إرشاد الكفيف إلى منزله، والخروج معه إلى

الشارع.

فيصل وماذا عنك أنت؟ هل أنت مسؤول؟

ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل.

تعليق

الشريحة

8- 14 سنة

- 1- ليست المسؤولية شيئاً يلزمنا فحسب، بل هي أيضاً شيء يتيح لنا تحقيق ما نتمناه.
- 2- المسؤولية العالمية تتطلب احترام جميع الناس.
- 3- المسؤولية هي الاستفادة من مواردنا لإحداث تغيير موجب.
- 4- هل تؤمن بالسلام؟ بالعناية بالبيئة؟ بالوفاء؟ بأن نكون أصدقاء طيبين؟ السلام يحتم أن نكون مسالمين. العالم النظيف يتطلب العناية بالطبيعة (هناك مسؤولية أن نفعل ما نقول).
- فاذا كنت أوّمن بالعناية بالبيئة، ولكني أرمي بورقة الحلوى على الأرض، فأكون عندئذ مخالفاً عملياً لما أوّمن به.
- 5- ما مسؤولياتي كوني طالباً؟ ما النتيجة البعيدة الأجل لعدم الالتزام بالمسؤولية؟ هل سيتحقق هدفك الذي رسمته في حياتك؟
- 6- ماذا تفعل لتظهر لأبيك ولأُمك أنك مسؤول؟
- 7- هل هناك وضع لا يعجبك وتود تغييره؟
(يحدث ذلك في خطوات أربع:
أ- فكر فيما تتمنى أن تكون قد فعلته.
ب- حدد القيمة التي تحتاج إليها من أجل ذلك.
ج- تخيل تلك القيمة وتلمسها في ذهنك.
د- حدّث نفسك برفق. واعلم أنه في المرة التي يتكرر فيها مثل تلك الحال سيكون لديك القدرة على القيام بما تريد أن تفعله).
- 8- المسؤولية العالمية تقتضي:
أ- احترام البشر كافة.
ب- الاستفادة من مواردنا المشتركة في إحداث تغيير موجب.
ت- الشخص المسؤول يعرف كيف يكون منصفاً، حريصاً على حصول كل إنسان على حقه.
- 9- المسؤولية إنجاز للواجبات. فإن تكون مسؤولاً يعني أن تكون أهلاً للثقة.
- 10- ما شعورك عندما لا يقوم كل منا بمسؤوليته، أو يتصرف بلا مسؤولية؟

وفيما يأتي نعرض 3 مشاهد تلفازيّة في تفعيل الوجدان والعقل وحاستي السمع والبصر لدى المتلقي:

المشهد 3

السمع

إنهما في سوق المباركية، يتبضعان من الفاكهة. أصوات الباعة لترويج فاكهتهم: بطيخ سعودي، يرى الابن الأب وهو يلتقط الورقة التي تلف بها مشمش لبناني، ... الفاكهة من على الأرض.

الابن

ولكن يا أبت ثمة عامل للنظافة، مسؤوليته أن يجمع القمامة.

الأب

إذا كنت أوّمن بالعناية بالبيئة، ولكني أرمي بورقة الفاكهة على الأرض، فأكون عندئذ مخالفاً عملياً لما أوّمن به.

كيلوين من التفاح.

الأب مخاطباً البائع

الأب

إذا كنت تؤمن بمسؤولية السلام، وأن نكون أصدقاء طيبين، فهذا يحتم علينا أن نكون

مسالمين. وتطلّعنا لعالم نظيف يحتم علينا العناية بالطبيعة والبيئة من حولنا (هناك مسؤولية أن نفعل ما نقوله ونؤمن به).

ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل

تعليق

المشهد 4

المسمع

يتجهان نحو السيارة بعد الانتهاء من التبضع في سوق المباركية. يعلق الابن بقوله: الأب يعطي الحمال ربع دينار ويقول له: شكراً (مغلقاً غطاء السيارة الخلفي، ومتجهاً نحو الباب الأمامي ليقود السيارة).

بالتقاطي لورقة الفاكهة من على الأرض، أكون قد أسهمت أنا في تقليص حجم القاذورات هذه. تصور الحال عندما يتصرف كل منا بلا مسؤولية.

الأب

ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل

تعليق

المشهد 5

المسمع

وصلا إلى المنزل. يوقف الأب السيارة، ويقول الابن له: الأب وهو ينظر إلى ابنه

لاحظت أنك كنت في قمة الذوق والتلطف في تعاملك مع الحمال. المسؤولية العالمية تقتضي.. أولاً: احترام البشر كافة، وثانياً: الاستفادة من مواردنا المشتركة في إحداث تغيير موجب، وثالثاً: إنصاف الشخص المسؤول للناس.. وحرصه على حصول كل إنسان على حقه.

والآن مارس مسؤوليتك في نقل ما اشتريناه إلى مطبخ المنزل.

وهذه حصتي من الإنصاف!

الأب وهو يعطي ابنه مفتاح السيارة

الابن مبتسماً

ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل

تعليق

مشروع "عالمي الأفضل"
أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

الشريحة العمرية المستهدفة

الشباب

1- هل تعد نفسك مسؤولاً الآن؟

2- كيف ستعلم أولادك المسؤولية عندما تصير أباً؟

- 3- ما مسؤولية الأمهات؟
- 4- ما الإسهامات التي ستقدمها لأسرتك، أو التي قدمتها وتفتخر بها؟
- 5- مع الحقوق هناك مسؤوليات.
- 6- المسؤولية هي قبول ما هو مطلوب منك، وإتمام الواجب بكل ما أوتيت من مقدرة.
- 7- حوادث سيئة وقعت لطائرات، لعمارات، مات فيها أشخاص. وهناك من يمارض لأخذ ما لا يستحق....

وفيما يأتي نعرض مشهداً تلفازياً في تفعيل الوجدان والعقل وحاستي السمع والبصر لدى المتلقي:

المشهد 1

المسمع

صديقان، يحدث أحدهما الآخر من مكتبه في (الحوار باللهجة الخليجية)
المنزل، مستعملاً الهاتف الثابت

خالد

إي بس أنه لا تنسى، وانت بعد من حقك تتمتع
بكل الخدمات اللي تقدمها لنا البلد. من حقنا
التعليم، ومن حقنا الخدمات الصحية بالمجان،
ومن حقنا شوارع سنعه، ومن حقنا...

يوسف

إي بس لا تنسى انت بعد عليك مسؤوليات.
مسؤوليتك إنك تنجح، وترفع راس أسرتك
وبلدك. مسؤوليتك إذا تزوجت وبيت اعيال
تربيههم. ومسؤوليتك إنك تقبل كل ما هو مطلوب
منك، وإتمام الواجب بكل ما أوتيت من قدرة.

خالد

الحين قللي: حليت واجب باشر؟
طبعاً. ومن مسؤوليتك هالمرة إنك تحله بنفسك.

يوسف

ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل.

تعليق

مشروع "عالمي الأفضل"
أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

مرحلة الطلبة الجامعيين

يوجه د. حبنكة الميداني نحو هذه القيمة في كتابه "الأخلاق الإسلامية"، فيذكر مراحل العمل الإداري ومواقع المسؤولية لدى الإنسان وفق المنهج الإسلامي:

1- مرحلة توجيه النفس:

تبدأ الحركة النفسية بتوجيه النفس، فهو كالالتفات الجسدي إلى الشيء، للنظر إليه والبحث فيه والتأمل، وهذا أمر خالٍ من المسؤولية تماماً. وبعد هذا التوجه قد يحدث الإعراض، وقد تتحرك النفس بميل ما إلى العمل.

2- الرغبة:

ومع الميل النفسي، قد تأتي أحاديث النفس ووساوسها، وهذا مستوى أعلى من مستوى توجيه النفس.

فيقول تعالى: ﴿وَيَسْتَفْتُونَكَ فِي النِّسَاءِ ۚ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِيهِنَّ وَمَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ فِي يَتَامَى النِّسَاءِ اللَّائِي لَا تُؤْتُونَهُنَّ مَا كُتِبَ لَهُنَّ وَتَرْغَبُونَ أَنْ تَنْكِحُوهُنَّ وَالْمُسْتَضْعَفِينَ مِنَ الْوِلْدَانِ وَأَنْ تَقُومُوا لِلْيَتَامَىٰ بِالْقِسْطِ ۚ وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِهِ عَلِيمًا﴾ [النساء/ 127].
وقال رسول الله ﷺ: «إن الله تجاوز عن أمتي ما وسوست به صدورها، ما لم تعمل به أو تتكلم» [البخاري].

3- الهم:

وفوق مستوى الرغبة المجردة، يأتي مستوى الهم بالتنفيذ، وهو أول الحركة النفسية لتنفيذ ما اتجهت الرغبة إليه.

يقول تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اذْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ هُمْ قَوْمٌ أَنْ يَبْسُطُوا إِلَيْكُمْ أَيْدِيَهُمْ فَكَفَّ أَيْدِيَهُمْ عَنْكُمْ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ وَعَلَى اللَّهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ﴾ [المائدة/ 11].. ويقول تعالى: ﴿وَلَقَدْ هَمَّتْ بِهِ ۖ وَهَمَّ بِهَا لَوْلَا أَنْ رَأَىٰ بُرْهَانَ رَبِّهِ ۚ كَذَلِكَ لِنَصْرِفَ عَنْهُ السُّوءَ وَالْفَحْشَاءَ ۚ إِنَّهُ مِنْ عِبَادِنَا الْمُخْلَصِينَ﴾ [يوسف/ 24].

إن إرادة الفاحشة عند امرأة العزيز كانت قراراً جازماً، حاولت تنفيذه بالمرادة وتغلق الأبواب، وإن إرادة العفة من يوسف عليه السلام كانت قراراً جازماً، ظهر أثره في قوله: ﴿قَالَ مَعَاذَ اللَّهِ إِنَّهُ رَبِّي أَحْسَنَ مَثْوَايَ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ﴾ [23 /يوسف]. ويظهر أنها همت بضربه فلحقت به، وأنه هم بأن يقابلها بالمثل لصددها عنه ودفاعاً عن نفسه.
وهذا المستوى من حركة النفس، إذا كان في اتجاه الخير كان مأجوراً، وإذا كان في اتجاه الشر لم يترتب عليه الجزاء.

والرسول ﷺ يقول: «إن الله تعالى كتب الحسنات والسيئات»، ثم بين ذلك، «فمن هم بحسنة فلم يعملها، كتبها الله تعالى عنده حسنة كاملة، وإن هم بها فعملها كتبها الله عشر حسنات إلى سبعمئة ضعف إلى أضعاف كثيرة. وإن هم بسيئة فلم يعملها، كتبها الله عنده حسنة كاملة، وإن هم بفعلها كتبها الله سيئة واحدة» [صحيح البخاري].

4- الإرادة الجازمة:

وهي بلوغ التوجه النفسي نحو الشيء في ذروة الجزم به.

يقول تعالى: ﴿مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعَاجِلَةَ عَجَلْنَا لَهُ فِيهَا مَا نَشَاءُ لِمَنْ نُرِيدُ ثُمَّ جَعَلْنَا لَهُ جَهَنَّمَ يَصْلَاهَا مَذْمُومًا مَذْهُورًا (18) وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَىٰ لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ كَانَ سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا (19)﴾ [الإسراء].

والعاجلة هي حياة الدنيا وزينتها.

5- العقل:

يقول تعالى: ﴿وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ لِنَاسٍ لِّمَّا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ﴾ [العنكبوت/ 43].
فالعقل في اللغة هو الذي يحبس نفسه ويردها عن هواها.

6- العزم:

وهو توجه نفسي جازم ذو نسبة عالية من القدرة على التصدي للعقبات والصعوبات.
يقول تعالى: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ﴾ [آل عمران/ 159].. ويقول تعالى: ﴿لَتُبْلَوُنَّ فِي أَمْوَالِكُمْ وَأَنفُسِكُمْ وَلَتَسْمَعُنَّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَمِنَ الَّذِينَ أَشْرَكُوا أَذَى كَثِيرًا ۚ وَإِنْ تَصْبِرُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ﴾ [آل عمران/ 186]..
ويقول تعالى: ﴿وَلَمَنْ صَبَرَ وَغَفَرَ إِنَّ ذَلِكَ لَمِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ﴾ [الشورى/ 43].

المسؤولية الجماعية:

ثمة مسؤولية جماعية يحثنا الإسلام عليها، تتضمن بنوداً من أهمها:

- 1- رعاية كل راع لرعايته.
- 2- الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر.
- 3- التربية والتعليم.
- 4- الشورى.
- 5- الخدمات والمرافق العامة.
- 6- تحقيق الأمن والطمأنينة والاستقرار.
- 7- الرعاية الصحية العامة.
- 8- الزكاة المفروضة والصدقة العامة.
- 9- التعاون على البر والتقوى.
- 10- زيارة الإخوان في الله، وعيادة المريض، وتشيع الجنائز، ودفن الموتى.
- 11- إكرام الجار، وإكرام الضيف، والتواصل بالمعروف، والتهادي.
- 12- حفظ عرض المسلم وحفظ ماله.
- 13- البعد عن كل ظلم وعدوان على النفس والأموال والأعراض.
- 14- البعد عن الغيبة والنميمة واللمز والشتم.
- 15- الجهاد في سبيل الله.
- 16- التواد والتراحم والتعاطف.

المَبْحَث الخامس قيمة التعاون

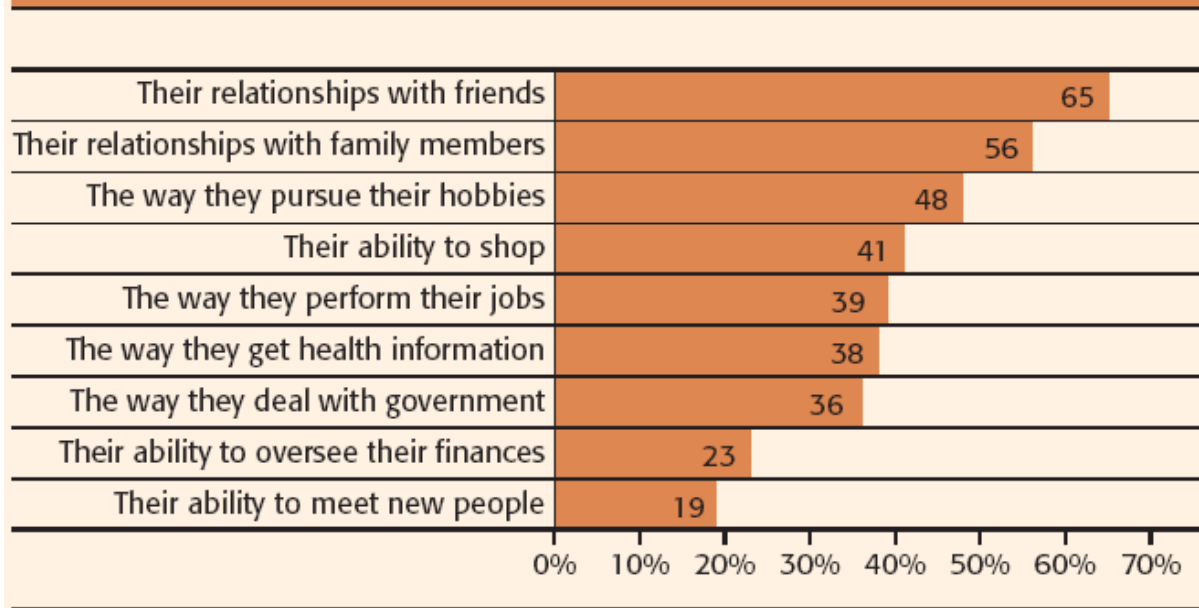
فيما يأتي نستعرض صوراً من التعاون، غير تلك الصور النمطية، التي اعتاد عليها الإنسان في عصور غابرة. ولتكن هذه الصور المستحدثة مادة للمنتظمين في البرنامج في مناقشتهم لقيمة التعاون. فالإنترنت فرض نوعاً آخر من التعاون فيما بين الناس.

Different People Use the Internet in Different Ways

MEN ARE MORE LIKELY THAN WOMEN TO DO THESE ACTIVITIES ONLINE	ONLINE MEN	ONLINE WOMEN
Get news	77%	66%
Buy travel services or make reservation	60%	51%
Check sports scores and information	59%	27%
Get political news	57%	42%
Participate in online auction	28%	18%
Create content for the internet	25%	16%
Download music files	18%	11%
Buy/sell stocks, bonds, mutual funds	16%	9%
WOMEN ARE MORE LIKELY THAN MEN TO DO THESE ACTIVITIES ONLINE	ONLINE WOMEN	ONLINE MEN
Get health information	85%	75%
Get spiritual and religious information	73%	56%
Use support-group Web sites	63%	46%
ONLINE WHITES ARE MORE LIKELY THAN MINORITIES TO DO THESE ACTIVITIES	ONLINE WHITES	ONLINE MINORITIES
Buy a product	63%	53%
Participate in online auction	24%	16%
AFRICAN-AMERICANS ARE MORE LIKELY THAN WHITES TO DO THESE ACTIVITIES ONLINE	ONLINE BLACKS	ONLINE WHITES
Do research for school or job training	71%	58%
Look for information about a new job	61%	38%
Listen to music online	46%	30%
Download music files	25%	13%
HISPANICS ARE MORE LIKELY THAN NON-HISPANIC WHITES TO DO THESE ACTIVITIES ONLINE	ONLINE HISPANICS	ONLINE WHITES
Look for new job information	61%	38%
Listen to music online	46%	30%
YOUNG INTERNET USERS (AGES 18-29) ARE MORE LIKELY THAN OTHERS TO DO THESE ACTIVITIES ONLINE	YOUNG INTERNET USERS	THOSE 30+
Research for school or job training	76%	48%
Look for new job information	65%	31%
Use instant messaging	59%	33%
Listen to music online	53%	27%
Look up sports scores and information	51%	37%
Look for information about a place to live	43%	27%
Download music files	28%	11%
Share files from my computer	27%	17%
Log on using a wireless device	26%	13%
Using dating Web sites	16%	5%
ONLINE SENIORS (65+) ARE MORE LIKELY THAN YOUNG INTERNET USERS TO DO THIS ONLINE	ONLINE SENIORS	THOSE 18-29
Use email	96%	91%
ONLINE MIDDLE-AGED (30-64) ARE MORE LIKELY THAN THE YOUNG OR SENIORS TO DO THIS ONLINE	ONLINE MIDDLE-AGED	YOUNGER AND OLDER INTERNET USERS
Research a product or service	81%	71%
Look for health and medical information	70%	57%
Do work-related research	56%	38%

Source: Pew Internet Project surveys 2004

Percentage of Users Who Say the Internet has Helped ...



Source: Pew Internet Project surveys 2000-2001

الشريحة

3- 7 سنوات

نقاط التعاون

1- التعاون هو أن يساعد الجميع بعضهم بعضاً على القيام بأمر معين.

2- يكمن التعاون في العمل معاً لتحقيق هدف مشترك.

3- يتجسد التعاون في العمل معاً بصبر وعطف.

يستطيع المعلم أن يثبت هذه النظرية عبر استعمال شيء ثقيل متوافر داخل الفصل، يصعب على ولد واحد أن يحمله بمفرده.

"سنطلب إلى هشام رفع هذه الطاولة لنقلها إلى الفصل المجاور. هل هو بحاجة إلى عون؟ من منكم يود أن يقدم له العون؟ اقبل عشرة أطفال.

نعم من الصعب نقل الطاولة وحدك، ولكن من اليسير نقلها مجتمعين.

جميعنا بحاجة إلى تعاون في بعض الأحوال. اسأل متى تحتاجون إلى التعاون؟

قد يذكرون: ربط الحذاء، تجميع طائرة ورقية، نصب خيمة.

سنتناول اليوم وجبة غداء. وهذا سيظهر لنا كم أن التعاون مهم. أريد منكم أن تتظاهروا بأن مرافقكم لا تتحرك. فأنتم- من ثم- عاجزون عن ثنيها.

كيف يمكنكم أن تأكلوا من دون ثني مرافقكم؟

دعهم يفكروا مدة خمس دقائق.

تمرين

حوار

وجبة الطعام

إذا عجزوا، فاطلب إلى كل منهم أن يعمل على إطعام صديقه بيده الممدودة، والصديق الآخر يطعمه. قد يؤدي هذا النشاط إلى إضحاك الأطفال فيما هم يتعلمون "التعاون".
أسأل: هل من الأفضل أن يكون الشخص الذي يساعدكم سعيداً بذلك، أم أن يكون كثير التشكي، أم غاضباً؟
إن، يكون التعاون الحقيقي في العمل بصبر ومحبة وسعادة.

يمكن للأطفال أن يتعاونوا على بناء منزل على طاولة المدرس أو على الأرض باستعمال قطع الليغو. يقسم الأطفال إلى مجموعات ليبنى بعضهم القاعدة، وآخرون يجمعون الشبائيك والأبواب، وآخرون يجمعون تجهيزات المنزل ومرافقه. وتكون هناك مسابقة فيما بين فرقتين، أيهما يحقق نتيجة جميلة لشكل المنزل وسرعة في الأداء. واطلب أن يكون للمنزل- مثلاً- خمسة شبائيك أو مدخلان.
تمرين "الطهي معا" (للبنات).

تحضير العجينة، تلوين العجينة، تجهيز الفرن، غسل الأدوات، تحضير القوالب.

يقسم الأطفال إلى مجموعات من أربعة أطفال.
تمنح المجموعة ورقاً لرسم طفلان منها جناحين لفراشة، وأما الطفلان الآخران فلنسخ الجناحين على ورقة أخرى على نحو دقيق.
اطلب إلى كل طفل أن يختار شريكاً.

اطلب إلى الشريكين أن يشيكا أيديهما من الخلف، ويساعد أحدهما الآخر على النهوض أو القيام بمهمة، ثم أن يجلسا مجدداً.
شكّل مجموعات من الأطفال، وكل مجموعة من شخصين. اطلب إلى كل مجموعة أن يربط الشخصان فيها حذاءيهما معاً: كاحل أحد الطفلين من جهة الشمال بكاحل الآخر من جهة اليمين، ثم اطلب إلى كل فريق إنجاز مهمة. وليصفق الأطفال لمن ينجز المهمة.
ناقش ما الذي جعل المشي بهذه الطريقة أيسر.

وقل: "على قدر ما نراقب.. ونقرر ما نحن في حاجة إليه.. ونتعاون بمحبة، على قدر ما يكون تنفيذ المهمة أفضل".
اسأل: ما الأمور التي تحبون أن تسمعوها وأنتم تحاولون أن تتعاونوا في أمر ما؟

ما الأمور التي تبعث فيكم شعوراً جيداً وأنتم تتعاونون؟ (مثال: لا ليس هذه الطريقة أيها الأحق، فشلت مرة أخرى)، أو (لنجرّب على هذا النحو، جيد، محاولة جيدة).

هناك صور لطبيعة ما (مدينة، شخص)، تباع في الأسواق على نحو مقطع، تصلح لنشاط جماعي فيما بين الأطفال حول أيهم يجمعها أولاً ضمن عمل تعاوني.

اختر ثلاث صور، واخلط جميع القطع، ثم اطلب إلى كل مجموعة أن تنتقي ما يخصها، ثم تعيد تركيبها (مجموعة تجلب القطع، مجموعة تعمل على تركيبها، مجموعة للإرشاد والتوجيه).

تمرين "البناء
التعاوني"

تمرين "الحلوى"

رسم "فراشة"

الألعاب التعاونية

تمرين "تجميع
الصورة
المقطعة"

حوار

الصورة الجدارية

كيف تتعاون في المنزل؟
اطلب إلى كل طفل أن يرسم صورة له عن تعاونه في المنزل.
من قبل، رسم الأطفال عدداً كبيراً من صور الفراشات. واليوم
سنصنع صورة جدارية نستعمل فيها ما رسمناه سابقاً مع عناصر
أخرى.
ناقش: ما الأمور التي يمكن توافرها في صورة كبيرة تمثل عالماً
ينعم بالسلام؟ في عالم يسوده التعاون؟
حدد العناصر. وزع الأطفال لرسم ما حدد لهم. الصق الفراشات
في المكان المخصص لها.
بعد الانتهاء حاورهم:
ما القيمة أو الصفة التي يراها كل طفل ضرورية في عالم يسوده
السلام والتعاون؟ امنح كل زوجين من الأطفال ورقة يكتبان فيها
كل قيمة يختارانها هما.
اطلب إلى كل زوجين من الأطفال أن يربطوا كاحليهما، وفي حديقة
المدرسة اطلب إلى كل زوجين أن يوصلا القائمة- التي كتبها- إلى
المدرس، الذي يقف في نهاية المضمار.

الشريحة

14-8 سنة

نقاط التأمل:

- 1- يكون التعاون حين يعمل الناس معاً لتحقيق هدف مشترك.
- 2- يقتضي التعاون الاعتراف بقيمة كل إنسان والتصرف معه دائماً
بإيجاب.
- 3- لا بد من تحديد الحاجات عند التعاون. قد نحتاج أحياناً إلى فكرة
جديدة، أو التخلي عن فكرتنا الراسخة، أو تولي القيادة، أو الانصياع
لها.
- 4- يقوم التعاون على الاحترام المتبادل.
- 5- أينما تكون المحبة يكون التعاون.

اللغة العربية
العلوم

أقوال مأثورة عن التعاون من الأدباء أو الأساطير أو شخصيات
بارزة.
واسأل: لنفترض أن السماء كانت ممطرة في الأمس، وكان أبو أحدكم
يقل زميلكم بالسيارة إلى المدرسة، فسقط في الوحل وعجز عن
إخراجه بمفرده. هل تعتقدون أننا سننجح إذا تعاوننا على إخراجه
معاً؟
ماذا لو قررت إفراغ هذه الغرفة في ثلاث دقائق؟ هل تعتقدون أننا
نستطيع ذلك؟
يربط كل طفلين كاحليهما المتعاكسين (الشمال باليمين). اطلب إلى
كل فريق (مكون من اثنين) أن يرمي الكرة إلى الفريق المقابل من
دون أن تسقط على الأرض.

تمارين رياضية

اطلب إلى الطلبة مناقشة سبل التعاون في هذه اللعبة لتفادي سقوطهم.
ليتذكر كل تلميذ الكلمات التي كان يستعملها أثناء التمرين.

حوار

أكمل الجمل الآتية:

أنا أتعاون مع المدرسة عندما.....(أكمل واجبي المنزلي)

أنا أتعاون مع نفسي عندما.....(أحب الخير لها فلا أدخن)

.....هو مثال عن التعاون (اللعبة بسلام).

إن.....ضروري للتعاون (الصبر).

تمارين رياضية

التعاون ضمن فريق:

أعط كل تلميذ مقياساً مترياً، واطلب إلى الجميع قياس طول الملعب أو مساحته الكلية، وامنحهم خمس دقائق

يجب على الجميع الوقوف في صف طولي بمقاييسهم للتعرف إلى عدد الأمتار في مجملها، وفي العرض كذلك، ثم نضرب الطول في العرض.

ناقش العوامل التي أسهمت في نجاح الفريق. واطلب إلى كل منهم أن يصف الجهد الجماعي الذي بذلوه.

قواعد التعاون

ضمن الحوار، اطلب إلى الطلبة سنّ قواعد للتعاون تعلموها من خلال ممارساتهم السابقة، وألصق القواعد في مكان مميز في الفصل. القواعد (الصبر، استعمال الكلمات المشجعة، الكلمات الورد،..)

تفعيل القيم من تفعيل حواس الإنسان

(الشركات التجارية تعتمد أسلوب استثارة الحواس مع إستغلال القيم لبرمجة صورها الذهنية)

حواس الإنسان جميعها، من بصر وسمع وشم وتذوق ولمس، قابلة للاستثارة في الاتجاه الذي يعزز غرس القيمة وبرمجتها في عقل الإنسان وقلبه. وفيما يأتي نعرض مجموعة من الأمثلة، التي تسعى من خلالها العلامات التجارية إلى غرس مفاهيم معينة في عقول من تستهدفهم، مستغلة بعض هذه الحواس أو مجموعها.

اختبار المجسات الحسية

التأثير في العلامة التجارية من خلال هذا الاختبار للتعرف إلى ما تمتاز به من عناصر متفردة من خلال: الصورة، اللون، الشكل، اللغة، المذاق، الرائحة، اللمس.

1- الصورة:

هل تلاحظ أن أسواق الأدوية تنتج أدويتها معتمدة على الشكل واللون؟ وكذلك لشكل الكبسولة وتصميمها- على حسب ما أشارت إليه البحوث- علاقة بالولاء لدواء دون آخر.



السيد جيوف كروك [رئيس قسم التصميم بالحواس في جامعة القس مارتنز في كلية الفنون] يؤكد أن 83% من معلومات العملاء تعتمد على المشاهدة. ويستطرد ليقول: وربما مرد ذلك إلى عدم وجود بدائل.

وتؤكد الدراسات- التي أجراها لندستروم- أن من بين كل الحواس تعد حاسة الشم الأقوى في الإقناع. ويدعم ذلك بقوله: إن 19% من سكان العالم فقط يؤمنون بأن مشاهدة قطعة القماش أهم من الإحساس بلمسها، ويؤكد أكثر من 20% من سكان العالم أن رائحة الطعام أهم من المذاق. وينقل لنا التاريخ قرار ثيودور توبلر- العام 1906- بأن يجعل تصميم قضيب الشوكولاته الذي ينتجه على شكل مثلث؛ فقد كان ضد القانون أن تستعمل الموروث السويسري في شعارات الشركات، ولكن قرار توبلر كان صائباً في استعارة شكل أحد الجبال المشهورة لديهم لعلامته التجارية، وكانت أول شوكولاته عالمية يسجل حفظ حقوق شكلها.

نقف عند هذا الحد في استعراض المادة، للمزيد تواصل مع المؤلف عبر البريد التالي:

Zumord123@gmail.com

Sences activating

تفعيل الحواس

2013



إن دعوتنا لتفعيل الحواس لا تعتبر من باب الترف الفكري أو التطلع في ممارساتنا اليومية في الحياة، ذلك أننا بينا من خلال مبحثنا كيف لهذا التفعيل من أثر إيجابي يصل حتى لتعزيز الانسجام مع النفس والمجتمع المحيط بنا، كما له انعكاساته في تعميق فهمنا للحياة والأحداث التي تدور من حولنا، في التفعيل للحواس ضوابط ومسارات كما أنه من الممكن تدريب النفس عليها للارتقاء بها، وفي القرآن ما يعزز هذا كله

د. زهير منصور المزيدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Almazeedi Dr. Zuhair

00965-99290092(M)

zumord123@gmail.com

Kuwait

مقدمة:

هذا الكتاب ضمن سلسلة مجموعة "تفعيل القيم وممارستها"، وبالتحديد ضمن مسألة تفعيل الحواس التي تم التطرق إليها ضمن برنامج "تفعيل القيم" والمكون من خمسة كتب في هذه المجموعة، حيث نتعرض هنا إلى أهمية تفعيل قدرات حواس الإنسان، بقصد تمكينه من فهم وإدراك ما يحاط به من رسائل عبر وسائل اتصاله بالعالم المحيط، فيصّل - وبناء على هذا المسار - إلى مرحلة من الانسجام التام مع ذاته ومع العالم المحيط به ومع خالقه. وأن يعقل ما تتلقاه حواسه من رسائل عبر وسائل اتصاله بالعالم المحيط به بالتعاون المشترك مع العقل، فالعقل قدرة ذهنية يملكها الإنسان ويتميز بها عن غيره من الكائنات، ومصطلح العقل يدل خاصة في الفلسفة على أشد مستويات التفكير البشري تجريداً. فالعقل فعل قائم على التجريد وإيجاد علاقات الارتباط والاقتتران بين الأشياء والظواهر كما تتجلى في علاقات السببية والتعليل.

وهو مبحث قد يراه البعض فلسفياً، غير أنه يقوم على أسس علمية من جهة، والتأصيل الذي قام على مرجعية ما عززته تأملاتنا ودراساتنا في القرآن الكريم من جهة أخرى.



إدراك العلاقة الجامعة فيما بين العناصر

إن لم تكن عملية تفعيل الحواس وإطلاق قدراتها في التأمل واستخراج المعاني بمنزلة الواجب، فهي لمقام "المشفقون" ومنزلة "السابقون" فرصة لا تعوز، فرصة لمن "اعتمد الموجة القصيرة في الالتقاط ولم يكتفِ بالموجة الطويلة (*)"، إن تفعيل الحواس الذي ندعو إليه هو لمن أراد أن يكون تواصله بالمعبود بدرجة أعمق، ما يجعله قادراً على النقاط رسائله ونواميسه التي أودعها في كونه، كي لا تعد

خفية بعد ذلك، أليس هو من قال "وكل شيء عنده بمقدار" وهو الذي حث على ذلك في قوله "إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِأُولِي الْأَلْبَابِ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ" (آل عمران).

(*) : في المقامات راجع كتاب "مدارج السالكين"، أما المذيع فذو الموجة القصيرة يمتاز عن نظيره ذي الموجة الطويلة بقدرته على النقاط المحطات التي تثبت عن بعد.

مسألة تفعيل الحواس

إن مسألة الحاجة لتفعيل الحواس تبرز مع زيادة حجم المصائب والملمات، وتبرز عندما يلح علينا العقل بالسؤال لماذا ما نحن فيه ومتى تتبدل الأحوال!

إن صمود يوسف عليه السلام أمام شغف زوجة العزيز ما كانت لولا التعهد الدائم للنفس بغض البصر ومراقبة الله والتقوى على مدار الوقت، وتثبيت الله له، فأنى لك أن تدخل ملعباً أنت لست فيه مهياً للعب فلا تمتلك الأدوات المعينة في التعامل مع معطيات ما سيعترضك من خطوب، إذاً نحن أمام مسألة التحصين ورياضة الاستعداد الدائم لصد ما قد يبسر لنا الشيطان ويزينه فضل، ولن يضل حينئذٍ إلا الضعفاء، أما المدربون فهم وإن نال الشيطان منهم، تذكروا فإذا هم مبصرون، فهو إذاً "حصن الحواس وتفعيلها".

ما درجة الحساسية التي يجب أن يكون عليها المسلم في تلقيه للرسائل المحيطة به؟ ماذا عسى أن يكون معنى الآية "إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّلْمُتَوَسِّمِينَ" (75 الحجر)، وهل (المتوسمين) درجة يحثنا الله سبحانه للاتصاف بها، وما درجة أهمية الالتفات إليها كصفة كي نتخلق بها؟

ما المطلوب من هذه الحساسية، ما عساها أن تكون دعوتنا في الارتقاء بدرجة حساسية الحواس، فهل أشارت بعض الآيات القرآنية ووضعت معياراً لذلك ووجهت الإنسان إليه؟ وهل كان لمثل هذا المعيار ما يعتمد إليه في توجيه المفاهيم أو التصورات أو السلوك؟ وما علاقة ذلك في ممارسة "الشكر والصبر والتمكين"؟ وما علاقة ذلك في ممارسة باقي العبادات كالصلاة والصيام، أو التعامل مع اليتيم، والصدقات، وممارسة التجارة.. إلخ.

هل ثمة توجيه قرآني لمعرفة مفهوم الرسالة المرسلّة "إن في ذلك لآيات"؟ كيف يتم التعرف إلى مفهوم الرسالة؟ فللرسالة (شكل ومضمون ومفهوم). فما خطوات التوصل إلى المفهوم؟ نقصد بالمفهوم "الفكرة، الوظيفة، التوجيه"، لاحظ البناء المفاهيمي في الإسلام، نحن بحاجة لأن نتعامل مع "المفاهيم" لا الأشكال التي تظهر من خلالها تلك المفاهيم فحسب، ومثال على ذلك، لاحظ مفهوم "الإنفاق" في مثل "ما نقص مال من صدقة"، ومع مفهوم "الصبر" في مثل "وصبر جميل"، فأني للصبر أن يكون جميلاً؟! ومع مفهوم "البر" في ربط بر الوالدين برضا الرب، ومع مفهوم "نبذ الظلم" و"العدل"، لذا التعامل يجب أن يكون مع "المفهوم" لا "شكل المفهوم"، وهو عنصر أساسي في التمكن من "تفعيل الحواس". هل ما ندعو إليه من تفعيل له علاقة بالتمكين، أو لنقل "بالسلطان"، يَا مَعْشَرَ الْبَشَرِ إِنَّ اسْتِطْعَاءَكُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانْفُذُوا لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَانٍ (33 الرحمن).

نحن بحاجة إلى إعادة برمجة الحواس، كي لا يتعامل هذا العقل مع الإسلام كصورة، بل يتعامل معه كمفهوم قبل الصورة، فماذا نقصد بالصورة؟ وماذا نقصد بالمفهوم الذي يحرك تلك الصور ويشكلها؟
جاء في معنى "المفهوم":

"المفهوم" (بالإنجليزية: *Concept*) تصور ذهني عام ومجرد عن أشياء الواقع. ويعتبر بعض الفلاسفة المفهوم في علاقته الأساسية بالوجود أو بالموجودات، سواء أكانت تصورات في الذهن أم أعياناً في الواقع الخارجي، مما يجعله مرتبطاً بمشكلات المعنى والدلالة والإحالة.

أما "التجريد" فهو عملية اختصار واختزال محتوى المعلومات للمصطلح بغية الحفاظ فقط على المعلومات ذات العلاقة بغاية معينة purpose.

مصطلح التجريد يشير إلى عملية عقلية التي من خلالها يتم استبدال مجموعة من الأشياء بشكل ذي مفهوم عام يوصف الأشياء وفقاً لخصائصها المشتركة. على سبيل المثال: يمكنك الحصول على مفهوم عام للسيارات على أساس الخصائص المشتركة لجميع السيارات (لديها أربع عجلات، وعجلة قيادة... إلخ).

كما يعرف "المفهوم" على أنه إدراك التشابه الذي يمضي وفق قاعدة.

المرجع: صدي المفهوم ، للمؤلف ، \ ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.

وحيال الصورة والمفهوم، فإن شعيرة "الصلاة" مكونة من صورة ومفهوم، فالصورة هي تلك الحركات التي يقوم بها المصلي، أما المفهوم، فهو "مناجاة الله والصلة به"، ومع شعيرة "الصيام"، فالصورة في الامتناع عن الأكل أما المفهوم فهو في "خصوصية العلاقة مع الله"، ومع "الحج"، ومع "الزكاة" ومع "بر الوالدين" ومع "صلة الأرحام" أنت تتواصل مع الله لا مع البشر، فما البشر إلا وسائل لتحقيق ذلك. لذا فذكر عيوب أو غيبة من تواصلت معهم من رحم حابط لعملك لأنك لم تراع آداب الزيارة والتواصل مع رب العالمين.

ومع الانسجام مع حركة الكون، والالتزام بما أمر الله يتم تذوق الجمال، فالكل مدعو لأن يدخل ضمن هذا الانسجام ومن لا يدخل سيضطر إلى الاكتئاب والضجر والحيرة والتخبط.

"النظام" الذي هو بمثابة نهر جارف عام يمضي في مسار موحد، من يلتزم بذات المسار انسجم، ومن لم يلتزم اضطرب، وضمن صورة تشبيهية أخرى نقول إن "الانسجام مع حركة الكون" هو بمثابة مجموعة من التروس المتحركة، فأنت مدعو لإدخال ذاتك وفق الدوران الذي تمضي به التروس، وإلا فإنك هالك لا محالة. ومن أجل انسجام الصورة العامة، نجد أن الأجرام تمضي وفق حركة موحدة والأرض تبعاً لذلك، ومن خلالها يتكون الزمن فالأشهر الاثنى عشر، ودليلها الأهلة، فيرشدك رب العالمين لأن تتسجم، فتتكون مواقيت الصلاة كي تحقق الجانب الصوري، ويبقى الجانب "المفهوماتي" الذي إن أدركته ملكة "السلطان" ألا وهي "النواميس" التي يتحرك على ضوئها هذا الكون. لاحظ كيف شيخ الإسلام ابن تيمية أدرك ذلك، عندما استسلم لهذا الانسجام والمسار العام فقال "ونفي سياحة، وسجني خلوة". وعليه أمرنا سبحانه "بالتوكل" لأنه الاستسلام لأقدار الله وفق الانسجام الذي مساره موحد، فالصبر والشكر "هو تعبير للانسجام الذي نعيشه، وذلك هو "المفهوم" الذي إن أدركت حقيقته "اطمأننت" فتمضي وأنت واثق دون التقات.

وما "المصيبة" التي يشعر بها البعض، في تصوري سوى عدم الرغبة في الرضوخ لما تمضي إليه الأقدار، فأنت الذي تمنحها مصطلح "المصيبة" أو مصطلح "المنحة" أو مصطلح "الحفظ" أو أي مصطلح تريده، وذلك حسب مساحة الإدراك التي أحطت بها أو أحاطك الله بها.. وإلا فماذا تسمي الحالة التي ذهب فيها الأب بابنه ليعالجه في مستشفى متخصص في أوروبا فيتعذر وصوله إلى المطار فتغادر الطائرة في الوقت الذي تكون المستشفى قد هيأت طاقماً كاملاً في الطائرة لمنح الرعاية الكاملة لطفلك، فيسمع بعد حين بأن الطائرة قد تحطمت نتيجة لأحوال جوية سيئة، فهل كان ذلك مصيبة في بداية الأمر ثم تحول إلى حفظ من الله ومنحة في النهاية؟

إن "السلطان" وفق تأملنا هو أمر منثور في صفحة هذا الكون، هو موجود في الأشياء التي نتعامل بها، وفي الأحداث التي تمضي من حولنا، إنه في ذواتنا، إنه في الإدراك، كيف ترى الأمور من حولك، إنه في رسائل الله الخفية من حولنا، إنه في الكشف الذي يطلعك الله عليه فيخصك به دون غيرك، إنه الفهم والمفهوم والفلسفة والناموس، إنه الإيقاع الكوني، إنه أن تكون وفق ما قرره إبراهيم عليه السلام في (إن صلاتي ونسكي ومحياي ومماتي لله رب العالمين) ، إنه "التوكل ضمن بذل كافة الأسباب ثم الاتكال على رب الأسباب في المشيئة والرضا بالقضاء".

"السلطان" هو رهان على ما في يد الله، من حكم وحكمة ومصير ودرج وعطاء.

"السلطان" يعيش ويتزعزع مع القلب السليم والنفوس المطمئنة، ما فعلت الحواس بشكل سليم.

ومع "السلطان" تكون ممارس لـ "إن صلاتي ونسكي ومحياي ومماتي لله رب العالمين".

علم الإعلام وتحليل المضمون:

لماذا نحن ندرس في علم الإعلام والتواصل موضوع "تحليل مضمون الرسالة" "Content analysis" ، فما شكل الرسالة؟ وما مضمونها؟ وماذا كان سياقها؟ وما المفهوم الذي تؤدي إليه؟ ولماذا يدرس الفيزيائيون والرياضيون العلاقات الجامعة فيما بين الأرقام، أو فيما بين العناصر والمركبات، ولم لا نطبق ذات العلاقات عمليا مع الرسائل المحيطة بنا؟ ألا تستحق تلك الإشارات المحيطة بنا أن تخضع لتحليل مماثل كي نصل إلى ما ترنو إليه، والتوجيه الذي أرسلت من أجله "إن كل شيء خلقناه بقدر"، ما خطوات "الاستدلال أو التأويل" كيف نصل إلى المعنى المراد من رسالة محورها تجريد؟

80×	5	4	3 ³	1 ⁵⁻	6	2 ²⁺
	4	6 ¹¹⁺	5	2 ¹⁻	3	1
9×	3	2 ²	1 ³⁻	4	5 ^{30×}	6
	1	3	6 ¹¹⁺	5	2 ²⁺	4
6	6	1 ^{8×}	2	3 ¹³⁺	4	5 ⁸⁺
10×	2	5	4	6	1 ¹	3



إننا بصدد عملية تركيب فيما بين الأجزاء لإدراك ما قد تصل إليه من معنى عام



مع تركيب تلك الأجزاء سندرك المفهوم والرسالة



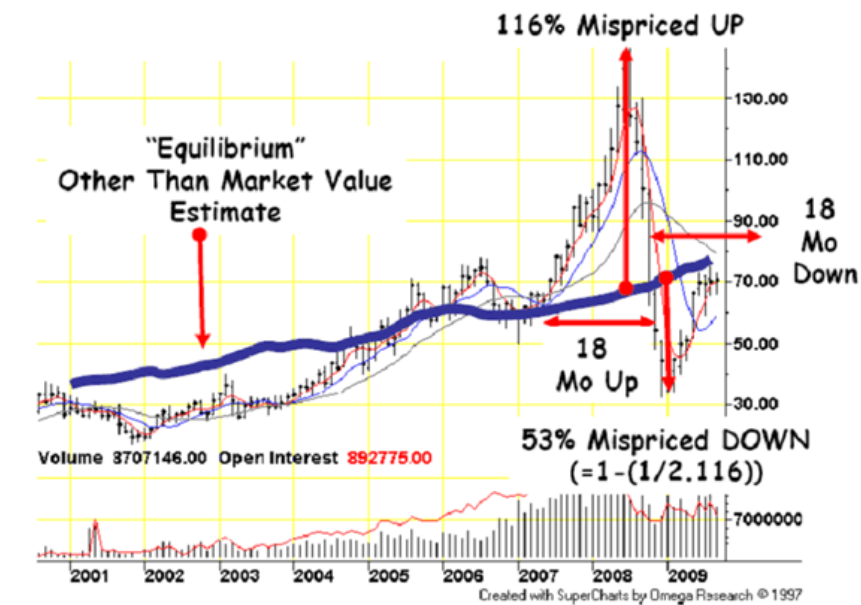
تمرين عملية جمع الحروف ما يشكل معنى للكلمة، هو نوع من أنواع إدراك العلاقات فيما بين العناصر المتناثرة



ولعبة ترتيب الألوان في المكعب أو تركيب الأجزاء لإدراك ما يؤول إليه الشكل هو نوع من أنواع إعادة تشكيل العلاقات للخروج بعلاقة يكون لها معنى مفهوم من قبل الجميع



عملية استكشاف العلاقات في البحث في مليون وثيقة مصورة في إحدى المؤسسات الأجنبية وهو
Cultural Analytics ما يسمى



Oil Chart From:

Overlay: Andrew Butter

<http://futures.tradingcharts.com/chart/CO/M>

عملية قراءة وتحليل الأسواق العالمية واستخلاص الرسائل وفق الإيقاع العام للسوق

وهل يكون ما ذكر في القرآن مجرد حلية أسلوب في "إِنَّ فِي ذَلِكَ لَذِكْرَى لِمَنْ كَانَ لَهُ قَلْبٌ أَوْ أَلْقَى السَّمْعَ وَهُوَ شَهِيدٌ" (سورة ق 37)، فالتأمل والتفكير في تلك الرسائل المحيطة بنا أمر محمود.

وما الإشارة المرسلة إلينا من وراء الآية: "وَقَالَ الْمَلِكُ إِنِّي أَرَى سَبْعَ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعٌ عِجَافٌ وَسَبْعَ سُنبُلَاتٍ خُضِرٍ وَأُخْرَى يَابِسَاتٍ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي رُؤْيَايَ إِنَّ كُنْتُمْ لِلرُّؤْيَا تَعْبُرُونَ" (43 يوسف).

لاحظ هنا تركيب الرؤيا كما لو كانت "لغز Puzell" يحتاج إلى حل، سبع بقرات سمان وسبع بقرات هزال وسبع سنابل خضر وسبع سنابل يابسات، فالأمر بحاجة لإعادة تركيب الصور لاستخراج المعنى، وهو ممكن فقط لمن إستحوذ على كشف العلاقات فيما بين تلك العناصر بعد الاستعانة بالله.

وهنا نسال، هل من مراحل ومسار محدد للتأمل؟ وما الذي يغني تلك الحواس؟ وهل عبادة التأمل تغني وتعزز درجة حساسية الحواس؟ وماذا عن ممارسة التسبيح بعد كل صلاة هل يغنيها أيضا؟

إنها عملية إدراك الإشارة "الرسالة المرسلة" ثم إدراك المعنى ثم الاقتداء "كي يوارى سوء أخيه"، فالتعلم من كل شيء من حولنا من الحشرة "النحل والنمل"، من الحيوان والطائر وحتى من الحجر، ألم يسمعن الله سبحانه صوت الحجر وهو يسقط من خشية الله، وذلك الذي يتدفق الماء من بين جنباته في "يشقق"! "وَأَنَّ مِنَ الْحِجَارَةِ لَمَا يَتَّخِذُ مِنْهُ الْقُنَّارُ وَإِنَّ مِنْهَا لَمَا يَشَّقَّقُ فَيَخْرُجُ مِنْهُ الْمَاءُ وَإِنَّ مِنْهَا لَمَا يَهْبِطُ مِنْ خَشْيَةِ اللَّهِ".

فنحن هنا إذا أمام:

1- إدراك الإشارة (فما صور الإشارات، وكيف يتم إدراكها من قبل شخصين برغم كونها إشارة موحدة).

2- إدراك المعنى (يختلف باختلاف الأشخاص حتى وإن كانت الإشارة موحدة)، وهنا تأمل في الآية الكريمة "أضحك وأبكى" فمعنى وتأثير الرسالة هنا يختلف من شخص لآخر على الرغم من أن المشهد واحد. وهنا يكمن الإعجاز في التفسير ضمن الخواطر التي تناولها الشيخ الشعراوي رحمة الله عليه في ذلك.

فنحن مطالبون بالتأمل فيما نستمع إليه والتأمل فيما نبصره، كي نعقل الرسالة المرسلة، وكي لا نكون ممن شملتهم الآية "لم يغن عنهم سمعهم ولا أبصارهم.." الآية.

ثم هل نوجه الخطاب لنسبة النابهين 2% من مجموع عدد سكان المجتمع أم للعموم 70%، البعض يقول للنابهين والبعض يقول للعموم ولكل مبرراته، أما نحن فسنوجه خطابنا للناهين معا كل حسب إدراكه.

كما أن بعض الأحاديث تعزز حجم الحساسية (فالله يسمع دبيب النملة على الصخرة الصماء...)، والله يسمعي صوت نفاث الماء فيما بين الصخور الصماء "وَإِنَّ مِنْ الْجِبَارَةِ لِمَا يَتَّقَرُّ مِنْهُ الْأَنْهَارُ وَإِنَّ مِنْهَا لِمَا يَشْتَقُّ فَيَخْرُجُ مِنْهُ الْمَاءُ وَإِنَّ مِنْهَا لِمَا يَهْبِطُ مِنْ خَشْيَةِ اللَّهِ"

درجات الحساسية:

إن عملية إدراك المعنى والقدرة على تأويله وتفسيره لهما ارتباطهما الكبيران بإدراك وفهم أسماء الله الحسنى، فتلك الأسماء والصفات تغني درجة الحساسية، ذلك أنك إذا أردت الامتثال والتخلق بالأخلاق المشتقة من الصفات فلا بد أن تتفقد المواقع المناسبة لها، ففي الرحمة فهو "الرحيم" وفي الكرم فهو "الكريم" وفي العطاء فهو "المعطي" وفي الحلم فهو "الحليم"، وهي درجة أخرى من درجات الحساسية تفوق درجة حساسية "الحواس الخمس" إلى درجة من الحساسية تجاه "حساسية السلوك" فهي معنية بتعاملك مع من حولك. والمقامات التي أشار إليها ابن قيم الجوزية في مؤلفه الفريد "مدارج السالكين"، في مثل مقام العبودية ومقام الشكر ومقام السماع ومقام البصيرة ومقام الرضا ومقام الإشفاق ومقام الرغبة ومقام المعاينة.. إلخ، ما هي إلا نوع من أنواع إدراك تلك الحساسية ولكن إدراكا من نوع جديد يسير في اتجاه لا تقوده الحواس بل يقوده القلب، إذاً هناك مسار تتلقاه الحواس، ضمن إشارات ورسائل، وهناك مسار يتلقاه القلب وله إشاراته ومقاماته، وهناك مسار نتعامل معه سلوكيا من خلال التخلق بأسمائه الحسنى، الأول مسار مطلوب من الجميع، والثاني مسار هو للنخبة فقط، ليس بالضرورة هي ذات نخبة القادة والمبدعين وإنما هو متاح حتى مع عقلاء المجانين.

نلخص ذلك لنقول إن هناك مسارات للحساسية هذه فئمة:

- 1- حساسية للجوارح (أدوات تلقي الإشارات "الخام" الصادرة من المحيط)، وهي مرتبطة بالتأمل وأرجع البصر كرتين"، والوقوف أمام ما يدور حولنا من مشاهد، أحداث، مسامع.

- 2- حساسية للقلب (أداة لفك المعنى والمقصود من الإشارة، وذلك بالتعاون المشترك مع "العقل" كوزير)، ولها مدارج ضمن مقامات.
- 3- حساسية للسلوك (أداة الاستجابة "السلوكية" لما تم تلقيه)، وهي مرتبطة باستيعاب أسماء الله الحسنى والامتثال لصفاته.



معارات الحساسية

وفي تصورنا بأن خلا ما يتعرض إليه الإنسان دوماً في (إدراك الإشارة) ثم (إدراك المعنى)، وما تتضمنه تلك الإشارة "الرسالة" من (شكل ومضمون ومفهوم) فكيف أستطيع أن أطور أداء تلك الحواس لإدراك "الإشارة" وما تتضمنه من مضامين ومفاهيم كي نصل إلى تفعيل "المقامات" فالتخلق بأسماء الله الحسنى؟ وهذا الخلل ليس في بنية الإنسان الخلقية وإنما في تكاسل هذا الإنسان من تفعيل ما أودعه الله فيه من أدوات تساعد على إدراك المعنى.

لذا نجد أسلوباً فريداً ينتهجه القرآن الكريم في عملية برمجة الحواس، توصلنا إليه ووثقناه في مؤلفنا "حركة الكاميرا في القصص القرآني"، حيال آلية برمجة الصورة وإدراكها وفق ما أطلقنا عليه مصطلح قوافي اللقطات.

والخليفة عمر، وأما عائشة (رضي الله عنهما)، استحوذا على الحواس، والشعراء كذلك، غير أن من يستحوذ على الحواس كمسار ليس بالضرورة يكون قد استحوذ على باقي المسارات، في حين من يستحوذ على أي من المسارين التاليين يكون بالضرورة مستحوذاً على مسار الحواس، فهذا هو الشاعر إلیا أبو ماضي نموذج للإنسان الذي أدرك الإشارات غير أنه لم يدرك ما تضمنته من معانٍ محيطة فأصبح يتخبط، على الرغم من استحوذه على الوسائل المعينة للوصول إلى المفاهيم وما تتطوي عليه من معانٍ:

إذ يقول:

جئت لا أعلم من أين ولكني أتيت

ولقد أبصرتُ قدامي طريقاً فمشيت

وسأبقى ماشياً إن شئتُ هذا أم أبیت

كيف جئت؟ كيف أبصرتُ طريقي؟

لست أدري.

أيها البحر أتدري كم مضت ألفٌ عليكا؟

وهل الشاطئ يدري أنه جاثٌ لديكا؟

وهل الأنهارُ تدري أنها منك إلیكا؟

ما الذي الأمواج قالت حين ثارت؟

لست أدري

أنت يا بحر أسيرٌ آه ما أعظمُ أسركُ

أنت مثلي أيها الجبارُ لا تملكُ أمركُ

أشبهتُ حالكُ حالي وحكى عذري عذركُ

فمتى أنجو من الأسرِ وتنجو؟

لست أدري

ترسلُ السُّحْبَ فتسقي أرضنا والشجرا

قد أكلناكَ وقلنا قد أكلنا الثمرا

وشربناكَ وقلنا قد شربنا المطرا

أصوابٌ ما زعمنا أم ضلالٌ

لست أدري

وهو ما يشير إلى أن الإنسان قد يكون له من الحساسية الرفيعة كي يدرك الإشارات المحيطة، غير أنه قد لا يدرك ما تتضمنه من مفاهيم ومعان فيضل، وهو ما يسوقنا إلى منظومة الإدراك، وفق ما استعرضناها في مؤلفنا "مؤشر الإدراك والقيم - 2011" من جهة، ومن جهة أخرى فهي إشارة لمسار يدعونا لتفصيل "الإشارات" الواردة في نحو من (الشكل، والمضمون، والمفهوم)، فقد تأخذ الإشارة الواردة أشكالا في مثل:

- 1- صورة \ مشهد، وقد يظهر في شكل ورقة مطبوعة أو مشهد تطلعه أمامك أو أمام شاشة التلفاز.
- 2- حدث (الأحداث اليومية، وتاريخ الأحداث السابقة).
- 3- مسمع (صوت، حوار، نغم..).
- 4- ضمن ما ورد في قصة، كتاب أو صحيفة.

غير أن تلك الأشكال لا بد أن يكون لكل منها مضمون، فمضمون "الصورة" قد يكون طفلا رضيعا أو زهرة أو قطعة، أما المفهوم، فهو يتم استلاله من خلال عملية التحليل والربط فيما بين عناصر وأجزاء الإشارة أو الإشارات من أجل أن يتم إدراك المعنى، فقد يكون المفهوم في أن تصرفات إنسان ما حيالك تتم عن رغبة في التعرف إليك أو أنه متودد إليك، أو ربما إشارة إلى درجة القساوة التي هو يبدو عليها.. وهكذا، فالمفهوم يتغير بتغير الهيئة العامة للحدث أو سياق الموقف الذي أنت فيه.

ومع الأشياء من حولنا نلاحظ:

الإبريق مثلا له شكل (من خلال التصميم الذي جاء به).

وله مضمون (المواد المصنع منها).

وله وظيفة، فهو إما لشرب السوائل كالشاي والقهوة، فهو يعزز بذلك مفهوم الضيافة والترحيب، أو للاغتسال بعد الأكل، فمفهومه يتغير هنا ليصبح تأكيداً لقيمة النظافة، أو للاستعداد من خلال الوضوء للصلاة، ليصبح المفهوم هنا مفهوماً ذو صلة بالتعب.

وكذلك نلاحظ ذات الأمر بالنسبة، للسيارة، فكل موديل شكل، ومضمون يختلف باختلاف الوظيفة "فتصنع من مواد خفيفة مثل الفايبرغلاس لتعزيز مفهوم الخفة للسباق، ومع مواد وهيكل فولاذي فيه دعم لمفهوم أمان الأسرة.."، والمفهوم يتغير مع كل سيارة، فما بين اقتصادية إلى عائلية إلى أمان إلى سباق إلى هدوء.. إلخ.

إذاً نحن هنا ندعو إلى أن يفعل الإنسان حواسه كي لا يقف عند مطالعته الأشياء من حوله نحو الشيء وإنما نحو المفهوم الذي تم من خلاله صنع هذا الشيء، أو سبب استحداثه أو وجوده هذا، فيقف عند المفهوم وليس إلى ذات الشيء. وتفعيل الحواس حتى وإن ساعد في توصلك إلى الإيقاع فإدراك الحقيقة، (الحقيقة ككلمة عامة هي اتحاد الأجزاء في كل متكامل، وقد اجتهد الفلاسفة أنفسهم في إيجاد المعنى الذي انطوت هذه الكلمة عليه فمضوا إلى مسارات مختلفة) غير أن ما نعنيه بالحقيقة هو البصيرة، وإدراك المعاني والمفاهيم وفق ما يريدنا الله سبحانه أن ندركها، ليس الإدراك المرتبط فقط بالحواس وإنما المرتبط بما يرتقي بالإنسان ليسمو بما يليق بمقام الخالق الذي خلق وأبدع واتصف بالأسماء الحسنى، وهذا لا يعني نهاية المطاف ذلك أن ثمة "المشيئة" ونقصد هنا بالمشيئة هو أن يشاء الإنسان أن يمتثل لما استوعبه من حقيقة، فها هو الشيطان أدرك الحقيقة غير أنه لم يمتثل فقد قال "إني أرى ما لا ترون إني أخاف الله"، فليس بالضرورة من عاين الحقيقة يكون قد وصل إلى المراد، فالغاية هي الامتثال و"العمل" وفق الإدراك الجديد الذي وصلت إليه "إلا الذين آمنوا وعملوا الصالحات"، وتفعيل الحواس الذي ندعو إليه هو أحد المسارات التي تسهم في إدراك الحقيقة وليس هو المسار الأوحد.

كما أن إدراك الواقع هو جزء من إدراك الحقيقة، فلا غنى عن الواقع من أجل إدراك الحقيقة، لذا تفعيل الحواس يكون دوماً ضمن دائرة الواقع وليس ضمن دائرة الحقيقة، ومنه ننطلق لإدراك الإيقاع فإدراك المفهوم كي نلج بعد ذلك في دائرة ما تضمنته الرسائل من حقيقة. فلا تعارض هنا إذاً فيما بين تفعيل الحواس التي تتعامل أصلاً مع المحسوسات وإدراك الحقيقة التي تتعامل مع اللامحسوس "المفاهيم".

نماذج للشكل والمفهوم وعلاقتهما بدرجة الحساسية:

وعليه فلا أعتقد أننا موفّقون في تعاملنا مع بعض المصطلحات في الإسلام، حيث نلاحظ أن البعض يتعامل معها شكلا، دون أن يدرك ما جاءت به من مفهوم، ذلك أن لكل مصطلح (شكل، ومضمون، ومفهوم) كما قلنا، ففي الإنفاق كمصطلح في الإسلام، يكون:

- 1- الشكل: دفع المال.
- 2- المضمون: لفئات محددة مسبقا حددها القرآن الكريم وضمن كيفية محددة، ونية.. إلخ.
- 3- المفهوم: المال مال الله وأنت مستخلف فيه. لذا "ما نقص مال من صدقة".

والاستخلاف كمصطلح:

- 1- الشكل: مجرد نظام سياسي في حكم البشر.
- 2- المضمون: حاكم ومجلس شورى وطاعة لولي الأمر.
- 3- المفهوم: أن الاستخلاف لا يمنح لمن لا يستحقه سواء مع الأشخاص أو تجاه البشر، فهو ليس مجرد نظام، بل هو أن تستحق أن يجعلك الله ممثلا عنه في إدارة شؤون مملكته، فترعى حتى البيئة والأجواء والهواء المحيط بالنطاق الجغرافي الذي استخلفت فيه، وترعى كل الكائنات بما فيها الحيوان والحشرات والنبات ناهيك عن حقوق الناس، هو استخلاف شامل لا استخلاف جزئي، صورته شاملة للمملكة التي خلقها الله، لذا حوارك لا ينحصر مع البشر بل يتجاوزه إلى النهر والحجر! فها هو الخليفة عمر بن الخطاب يوجه رسالته إلى النهر، وسيرة الرسول صلى الله عليه وسلم مفعمة في تواصله سواء مع البشر أو الحيوان أو النبات.. إلخ. وعليه فمن الممكن أن يكون استخلاف وفق شكل "الملك" أو "الإمارة" وفي أي صورة من صور الحكم الحالية، طالما كنت عادلا، ومعززا للدور الذي من أجله خلق الإنسان "العبادة"، ومدركا لهذا المفهوم الشمولي "للاستخلاف".

فالإسلام وجّه المسلم كي يتعامل مع ما حوله من أشياء وسلوكيات وفق "مفاهيم"، فصحيح أن المسلم يمارس الصلوات الخمس وفق أوقات محددة في الليل والنهار "كتابا موقوتا"، غير أن المسلم يجب أن يدرك بأن هذا التوقيت مرتبط بحركة الشمس والقمر وسائر الأجرام السماوية التي تدور من حوله وفق نظام وانسجام، لذا جاء الإسلام كي يوجه هذا الإنسان للامتثال لهذا النظام ولهذا الانسجام، فربطه بذات الحركة، فهي حركة الأجرام الدائرية، من الكون على اتساع أبعاده إلى هذا الإنسان في مثل دورته الدموية، وفي ممارساته التعبدية من خلال مواقيت صلواته المحكومة بالدقيقة والمرتبطة بدوران

الأرض حول نفسها وحول الشمس إلى أصغر جزء ألا وهو الذرة في دوران الإلكترون حول البروتون، جميعها محكوم بذات الانسجام، وقد سبقت الأرض الإنسان بالامتثال حين قالت "أتينا طائعين" وها هو الإنسان يمضي إذا اختار في نفس النظام طائعا وممثلا. فعلى المسلم أن يتأمل في تلك المواقيت التي تتغير من إقليم جغرافي إلى إقليم جغرافي آخر فلا مماثلة فيما بين رقتين جغرافيتين بل اختلاف دائم وحركة ديناميكية دائمة ومستمرة ومتغيرة مع كل لحظة وعلى مدار العام، غير أنها منسجمة ومنضبطة وفق النظام والإيقاع الكوني الكبير. ذلك مفهوم أكبر يجب أن يتوقف عنده المسلم كي يتأمل، كي يدرك الآيات، ثم يستلهم المعنى الأكبر لمفهوم الاستخلاف الذي حمله وعجزت عنه السماوات والأرض، فهو مستخلف في هذا كله، ومسؤول عنه بالمحافظة والاحترام والمضي بانسجام معه، هو مفهوم يتعدى حركات الصلاة إلى نبض أرضي يمضي وفق حركة الأجرام، يجتمع فيه المصلون في بقع محددة يصلون جماعة ثم ينفضون، نبض في الاجتماع فالتفرق على مدار اليوم، نبض ينبئ عن حياة في الأرض متصلة بما يدور حولها من حياة في السماء، نبض أرضي منسجم بنبض سماوي مع كل شروق للشمس وغروب لها.

وكذا الأمر بالنسبة لكافة ما أمرنا الله به، فهي ليست مجرد أوامر بالالتزام والنهي بقدر ما أنها تحمل مفاهيم مع كل أمر ونهي، حتى مع تقبيلنا للحجر الأسود ثمة مفهوم حتى لو لم ندركه حتى قيام الساعة، ومع بر الوالدين وربط هذا البر بطاعة الله، ومع صلة الأرحام وربطها بصلة رب العالمين، والزكاة، والصوم، والحد من الربا والزنا والميسر والنميمة والطاعة للحاكم ونظام الحسبة.. إلخ. يجب أن ننظر إلى كل أمر أو نهي من زاوية ما يحمله من مفهوم كي يزيد طعم الإيمان، ونذوق حلاوته، ذائق ذلك عائشة رضوان الله عليها عندما كانت تطيب النقود التي تمنحها للفقراء لأنها كانت تقول إنها ستقع في يد الله قبل أن تقع في يد الفقير، ذلك هو مفهوم الإنفاق من زاوية ورؤية بنت الصديق، وثمة زوايا أخرى أيضا، فإدراك "المفهوم ١ المفاهيم"، يدخلنا في دائرة الحقيقة، انطلاقا من دائرة الواقع. للمزيد راجع مؤلفنا "مؤشر الإدراك والقيم - 2011".

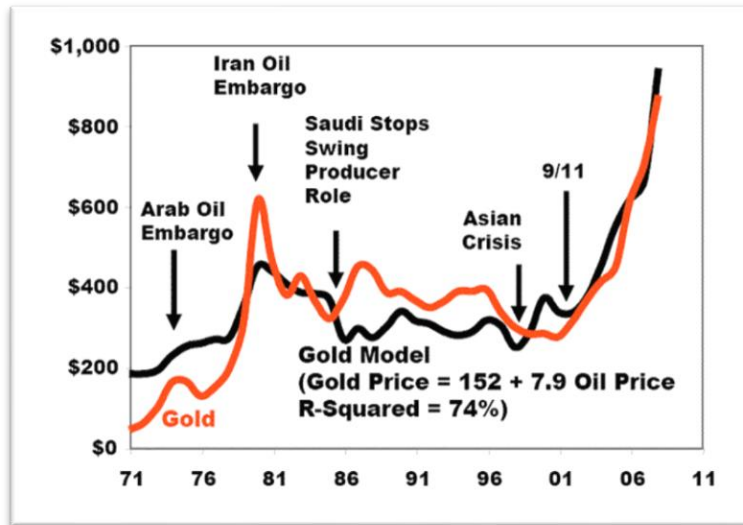
إن مكونات جسم الإنسان من عناصر سواء الأكسجين أو الكربون أو الكبريت أو غيرها من عناصر شاهد آخر حيال الانسجام مع هذا الكون والأجرام المحيطة من زاوية التكوين، والإعجاز الإلهي يكمن في كون ذات المركبات من العناصر، تتشكل في هيئة قادرة على التفكير والاختيار والتصرف، بما أودعه الله فيها من روح، وهي من أمر الله، وهو التحدي الذي أمر الله بأن يستكشف هذا الإنسان نفسه "وفي أنفسكم"، ثم مع ما حوله كي يتعرف إلى خالقه من خلال ما خلق. الاستكشاف الذي لا يمكن

أن يتم دون تفعيل للحواس يكون من أذناها "البعرة تدل على البعير.." إلى أعلاها "أفلا ينظرون إلى الإبل كيف خلقت وإلى السماء كيف رفعت...".

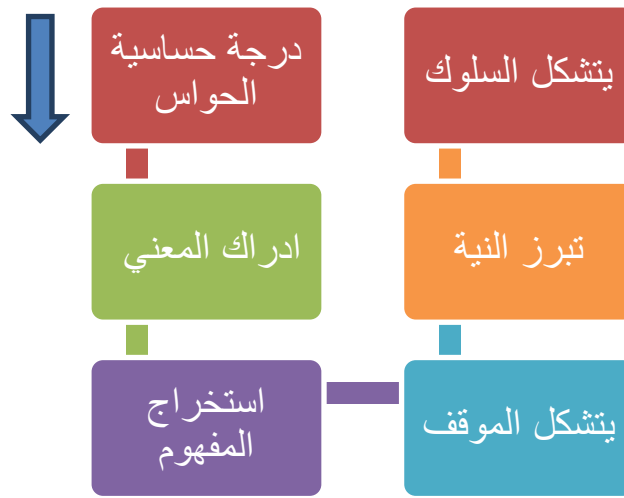
أما دائرتا الواقع والحقيقة فسوف نتعرض لهما بشيء من التفصيل في موضع قادم بإذن الله.

تفعيل الحواس والسلوك

إذاً مع ارتفاع معدل درجة حساسية الحواس، يكون ثمة إدراك غني للمعنى المرسل، وعندما يتم إدراك المعنى فالمفهوم يأتي تباعاً وهو يتشكل وفق محور النية التي هي أيضاً تتشكل وفق ما أدركته من معانٍ أو مفاهيم، لذا فإن كنا أمام شخصين فقد يدركان مفهومين مختلفين لذات المشهد فيتأثران سلوكياً وفق ذات شكل السلوك ولكن بنيتين مختلفتين، أو بسلوكين مغايرين وفق نية متشابهة وهو ما يعكس إعجاز الله في ما خلق، ويؤكد "كل آتيه يوم القيامة فرداً"، وهو ما يعكس أهمية دور درجة الحساسية هذه التي لها علاقة في تشكيل "النية"، ويعكس إدراك الاتجاه العام الذي يمضي إليه النمط، الذي هو "سلوك عام" يمارسه الناس بناء على ما استوعبوه من مفهوم خاص بالحدث المشاهد، أي ثمة علاقة أيضاً مع مراقبة أداء الظواهر المجتمعية بين مد وجزر أو كذلك في ممارسة الحسبة والدعوة في الإسلام.



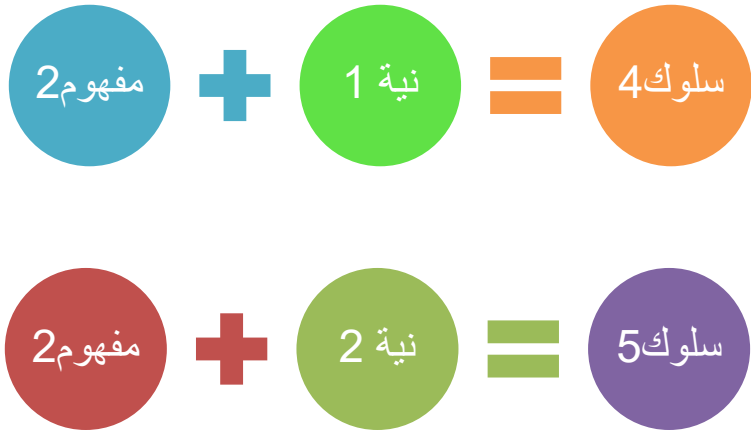
وعملية رصد الاتجاه الذي تسير فيه حركة الأسعار بين هبوط وارتفاع تستحق التأمل لإدراك المسار الذي تمضي إليه فنحترز، ومع هذا الاحتراز تكون الرسالة قد أدركت



مسار تفعيل الحواس والسلوك

منظومة مسار تفعيل الحواس والنية

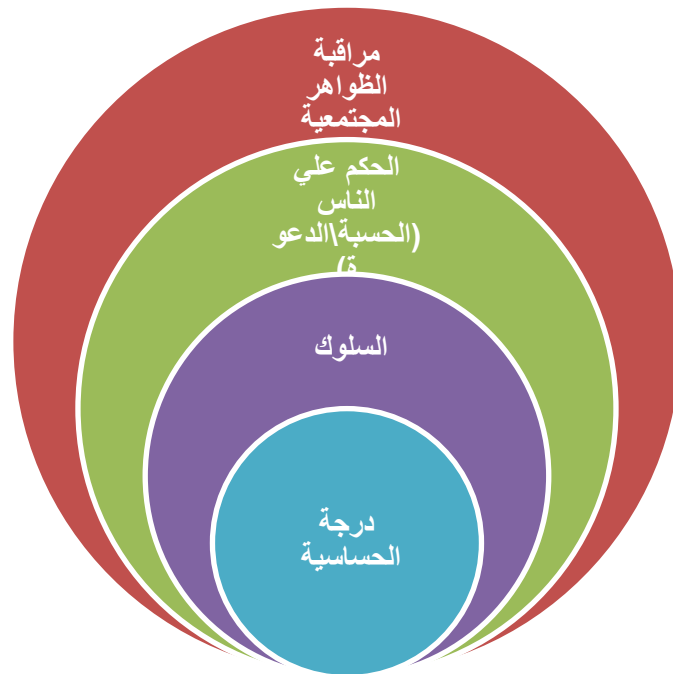
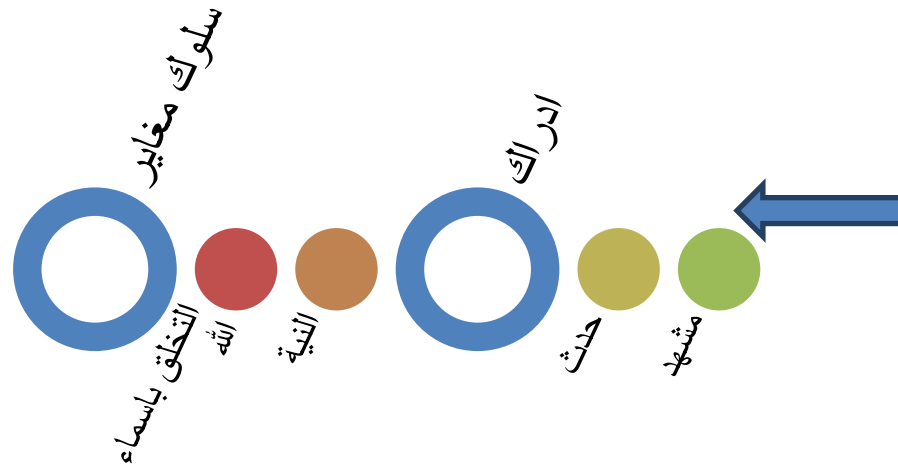




وثمة نوع آخر من المسار الذي يمضي بنحو مختلف، وهو خاص بمن يتخلق بما أمر الله به من صفات مشتقة من أسماء الله الحسنى، حيث نلاحظ التغير في السلوك التقليدي للفرد بناء على الاسم الذي يرغب بالتخلق به، فعلي سبيل المثال، فأمام القهر الذي يتعرض إليه شخص ما من قبل إنسان يرجى منه الخير قد يتخلق هذا الشخص باسم الله "الحليم" أو "الصبور" فيصبر، فهنا نلاحظ سلوكا غير متوقع ولا يتفق مع نوع ما تعرضت إليه حواسه من انزعاجات سواء شملت لألفاظ نابية أو تعابير للوجه جارحة.. إلخ

أو ربما يمارس السعي في حاجة شخص ما لم يكن أهلا لمثل هذا السعي امتثالاً لاسم الله "الجبار" ولحديث الرسول (صلى الله عليه وسلم) "من سعى في حاجة أخيه..." (الحديث)

لذا نلاحظ هنا بالرغم من وجود ذات المشاهدات أو الحدث الذي يعاينه أشخاص عدة، غير أنه يتعامل مع تلك المؤثرات بنية مختلفة ومفهوم مختلف وسلوك مغاير.



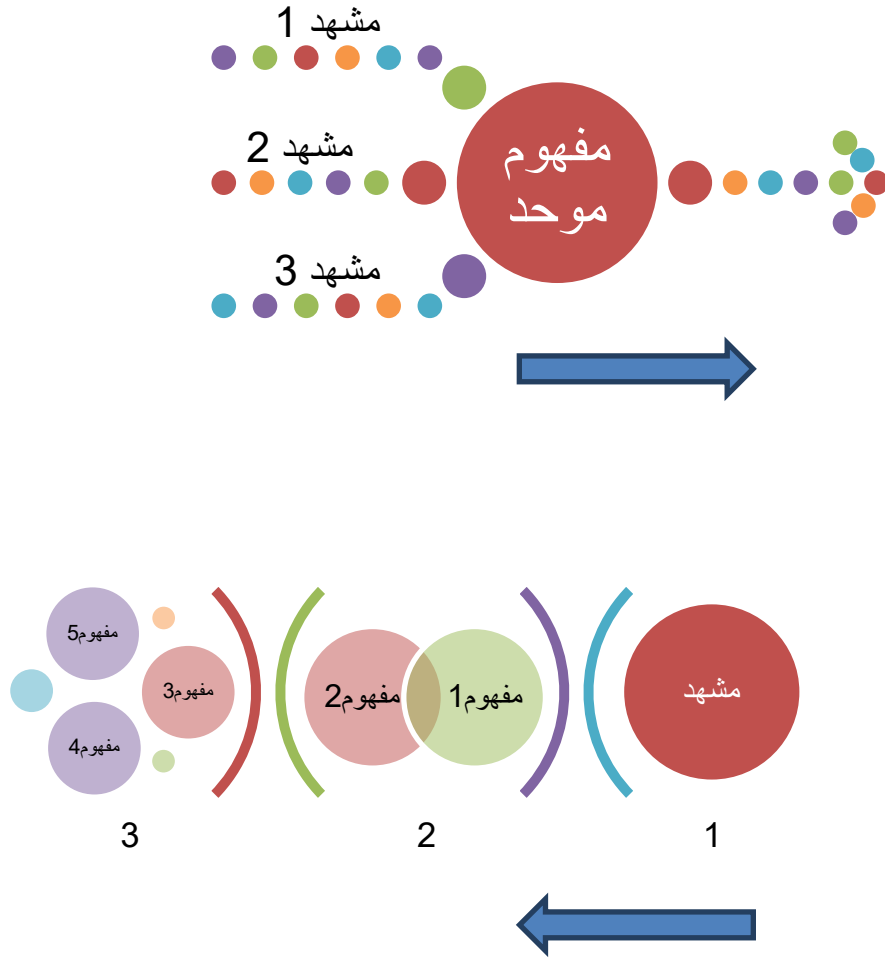
علاقة درجة حساسية الحواس بالسلوك المجتمعي

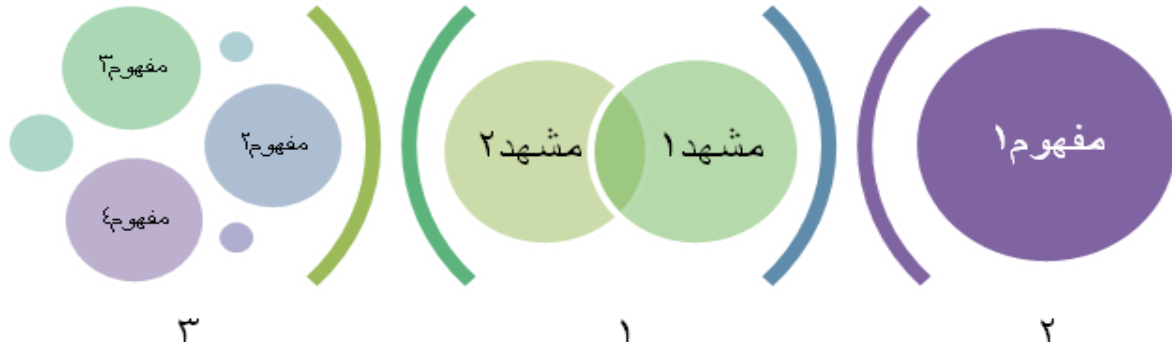
ودرجة الحساسية لها علاقة بالقدرة على الربط فيما بين (الأحداث) وإيجاد علاقات الارتباط والاقتران بين الأشياء والظواهر كما تتجلى في علاقات السببية والتعليل للتوصل إلى (الإيقاع) ف(المفهوم)، وثمة ما يشير إلى منظومة أو مصفوفة لما تتعرض إليه الحواس والمفاهيم التي يمكن تلقيها جراء ذلك.

مصفوفة الحواس والمفاهيم

هناك مجموعة من الاحتمالات في ذلك وهي قد تتشكل وفق ما يلي:

- 1- يظل المفهوم واحدا لا يتغير بالرغم من تغير وتعدد صور (ما يتم معاينته) مثل المشهد ١ المشاهد "ألم تر كيف فعل ربك بأصحاب الفيل" (سورة الفيل).
- 2- تتعدد المفاهيم (حمّال أوجه)، بالرغم من أن ما تم معاينته شيء واحد، مشهد واحد ونستحضر هنا آية "أضحك وأبكي"
- 3- المفهوم يتغير بتغير المشهد أو ما يتم معاينته.





وعليه فإن مع كل ما نطالعه من حولنا يمكن أن نستلهم منه مفهوما، ومع ذات الشيء الذي نشاهده من الممكن أن نستلهم مفاهيم لا حصر لها، وعليه فإن السلوك يتشكل ويختلف ويتنوع مع تشكل تلك المفاهيم.

إن عملية استعراض الشكل وإطلاق عنان الاستدلال على المفاهيم هو معزز في الإسلام في أكثر من موضع، "قل سيرو في الأرض فانظروا" "وَأَنَّهُ هُوَ أَضْحَكَ وَأَبْكَى" (43 النجم).. وتتعدد الاستدلالات والمفاهيم مع كل زاوية تنتظر إليها.

وأيا كان التفسير والاستدلال فهو يكون متألقا بقدر قرب اشتقاقه من استيعابنا لأسماء الله الحسنى وتخلقنا بها، كي يصل العبد إلى "...أُحِبُّهُ فَإِذَا أَحْبَبْتُهُ كُنْتُ سَمْعَهُ الَّذِي يَسْمَعُ بِهِ وَبَصَرَهُ الَّذِي يُبْصِرُ بِهِ وَيَدَهُ الَّتِي يَبْطِشُ بِهَا وَرِجْلَهُ الَّتِي يَمْشِي بِهَا وَإِنْ سَأَلَنِي لِأَعْطِيَنَّهُ وَلَئِنْ اسْتَعَاذَنِي لِأُعِيذَنَّهُ وَمَا تَرَدَّدْتُ عَنْ شَيْءٍ.. الحديث القدسي (البخاري).

إن ضبط الإيقاع الخاص بالرسائل المنثورة حولنا وفق مسار خطي Linear لا يستقيم ولا يتفق والرؤية الإسلامية، بل الإسلام يدعو لإطلاق النظر والبحث والتأمل والاستكشاف، فهو يدعو كدين إلى مسار لا خطي Non linear، بل ربما (إحاطي) سواء في التفسير أو الاستدلال بالرغم من ثبات المشهد، لذا الإسلام صالح لكل زمان ومكان فهو في أصله دين متجدد، ذاتي التجدد وفق ثوابت ومساحة رحبة في الحركة.

لذا نطالع في تفسير "يا نساء النبي" من يأتي كي يشمل حكما وتوجيها كهذا للنساء المسؤولات في الدولة وفق ما أشار إليه (د.حسن الترابي)، وفي "لا ترفعوا أصواتكم فوق صوت النبي" ثمة تفسير يؤكد أننا نحن أيضا مشمولون بها بالرغم من وفاة النبي (صلى الله عليه وسلم)، حيث إن معارضة ما جاء به النبي (صلى الله عليه وسلم) هو نوع من أنواع رفع الصوت هذا.

إن المساحة التي جعل فيها الله سبحانه النظر يطلع عليها تقع في حدود 160 درجة في الوقت الذي يركز الإنسان عندما ينظر إلى فقط ما نحو 2 درجة، تلك السعة، وذاك الانتقال هي مسؤولية العبد فيما يختار ويشاء ضمن مساحة رحبة أتاحتها الله للجميع.

لاحظ مقولة الصحابي "كنا نعدّها في وقتنا من الموبقات" وتلك أمة قد خلت، يسعها ما أدته، ونحن يسعنا ما نؤديه والمتغيرات التي تعصف بنا، لذا جاء عمر (رضي الله عنه) فعطل قطع يد السارق في عام المجاعة، وهو يتفق بما يطرأ بما لا ينسجم مع الرخاء. فنحن أمام منهج لا خطي قادر علي استيعاب المتغيرات.

وعليه فالتاريخ يجب أن يعرض شكلا ويدع أمر التفسير مفتوحا على مصراعيه للجميع، وثمة إرشاد لنا في ذلك مع "ألم تر كيف فعل ربك بأصحاب الفيل" فالجميع هنا مطالب بإعمال الخيال لتصوير ما حدث، لاحظ أن تشكل ما حدث "الشكل" أصبح أيضا هو مطلق ومعني به الجميع وليس المفهوم فقط، أي مساحة هذه يمنحنا الله إياها (بعد أن عزز فجعلهم كعصف مأكول، وكيدهم في تضليل)؟

وعليه نتساءل، هل ما استعرضه المفسرون حيال تفسير الآية "ولقد همّت به وهم بها.." بالضرورة هو التفسير الذي يجب أن نستسلم إليه كتفسير أوحى؟ لقد جاء في القرن العشرين من تأمل في الآية فقال... "لقد هم بها ضربا" (الشيخ الشعراوي).

ولماذا يستعرض المفسرون في "وكشفت عن ساقها" بما لا يليق بنبيينا سليمان! ولم لا يكون مبرر كشف الساق تعزيزا لإدراكها المحدود ضمن دائرة الواقع، حيث مع الانتقال من دائرة الواقع إلى دائرة الحقيقة، كان أن تلفظت بإني قد ظلمت نفسي وأسلمت مع سليمان لله رب العالمين.

إذا المؤشر الخاص بالنظر كحاسة له أبعاد ثلاثة هي (قبل أن تحكم لا بد أن تراجع ما أدركته، فالحكم ينطلق من الإدراك ولكل شخص إدراكه الخاص به، ومن أجل توحيد الإدراك لا بد من معاينة جماعية للتثبت، فالفرد مطالب بالنظر والاستكشاف والتأمل والاستكشاف هذا ذو صلة بالعبادات "صوموا لرؤيته"، الاجتهاد مطلوب وإطلاق الخيال مطلوب ضمن الحدود والثوابت ويكون الرقي مع تفعيل مشكاة الأسماء.

والأمر يصدق كذلك مع باقي حواس الإنسان مع ما نسمع ونقرأ ونتذوق، فتعدد المذاقات لا يقف عند الشعور باللذة فحسب وإنما إلى ما هو أعمق، حيث إن مع كل لذة يعني أن ثمة رسالة تشكل وجهة نظر حيال ما يفترض أن يقدم في زمان معين ومكان معين لمزاج مرتقب، كما أنه تعبير عن "تعرفك إليه" (الصانع فالخالق).

ويعزز عملية التعارف هذه الصورة الموحدة التي تم صياغتها وفق "فكرة أو مفهوم" تم برمجتها مع كل حاسة من حواسك بشكل مسبق.

علاقة الحواس بالسلوك

هب أنك دخلت إلى بهو فندق فاستنشقت روائح زكية للورد وأطاييب زكية من طيب المسك والعود، هل في تصورك أن لتلك الروائح تأثيرا على سلوكك؟ وهل سيكون سلوكك مماثلا مقارنة بدخولك إلى سوق بيع السمك؟ حيث تتطاير روائح "زفرة" من هنا وهناك، وأحيانا تكون ممتزجة مع روائح محلات بيع اللحوم.. كم ستقرر أن تبقى في كلا المكانين؟

في محال السوبر ماركت التي تباع الخبز يعمدون إلى نفث روائح ما يعبر عن أنه طازج، حيث أكدت الدراسات من أن السلوك الشرائي يتزايد مع نفث تلك الروائح المحفزة لعمليات الشراء، والأمر مماثل مع بيع الفلل العقارية التي يتم وضع رائحة لبن في مطابخها أو نشر مزهريات لورد عطره في صالاتها. ونسأل مجددا، كيف تمت عملية كتابة التاريخ، هل من خلال سرد الأحداث وتسلسلها وأسبابها؟ كيف كتبت تلك الأحداث؟ كتبت حول أي مفهوم؟ ثم تأمل في الأحداث من حولنا هل تجدها تدور حول مفهوم بعينه (كالتفسير المادي للتاريخ)؟

هل كل ما يجري من حولنا يقع ضمن دائرة "وجهة نظر" خاصة بكل منا؟ لم لم يتمكن المسلمون على اختلاف طوائفهم التعايش مع بعضهم البعض؟ ولم لم يعذر كل منهم الآخر على ما يحمله من تصورات ووجهات نظر؟ أسامة بن زيد (رضي الله عنه) كيف قرر أن يقتل الكافر بعد أن شهد الشهادتين؟ كيف رأى؟ وكيف سلك؟

لَمْ وَبَخَ الرسول (صلى الله عليه وسلم) وأعرض عنه غاضبا، أو كما قال "ماذا ستقول يوم القيامة للشهادتين التي نطق بهما؟"

إذاً هناك من يحكم على مجرد الشكل، وهناك من يحكم على المفهوم، وهناك من يحكم على النية. فقد جاء في باب من قاتل لتكون كلمة الله هي العليا 2655 حدثنا سليمان بن حرب حدثنا شعبة عن عمرو عن أبي وائل عن أبي موسى (رضي الله عنه) قال (جاء رجل إلى النبي (صلى الله عليه وسلم) فقال الرجل يقاتل للمغنم والرجل - ص 1035 -

يقاتل للذكر والرجل يقاتل ليرى مكانه فمن في سبيل الله قال من قاتل لتكون كلمة الله هي العليا فهو في سبيل الله.

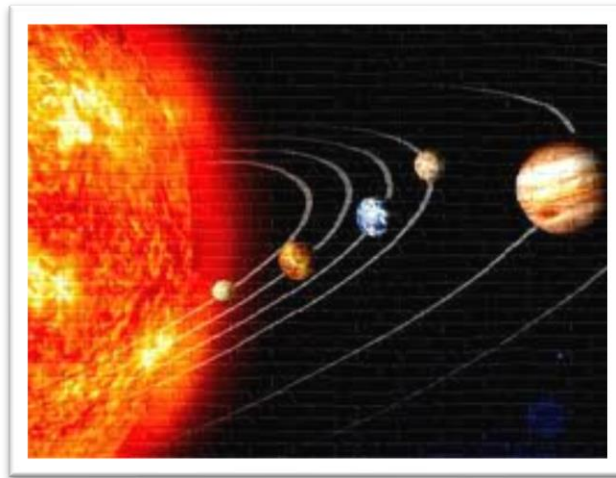
صحيح البخاري - كتاب الجهاد والسير - باب من قاتل لتكون كلمة الله هي العليا

تفعيل الحواس والصورة الموحدة Corporate image

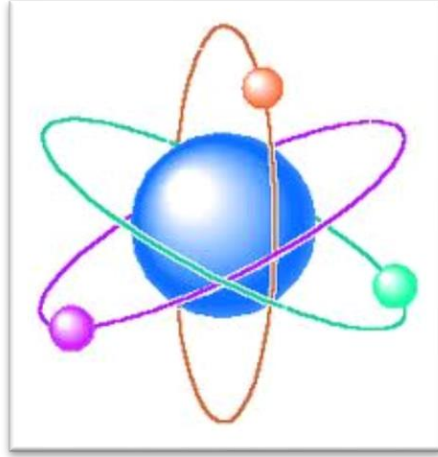
الصورة الموحدة في الكون

إن هذا الكون الشاسع تنسجم عناصر الخلق فيه من خلال وحدة النظام التكويني لتؤكد وحدة الخالق الذي لا شريك له، ذلك الانسجام هو تعبير بحجم هائل لصورة موحدة تمضي في:

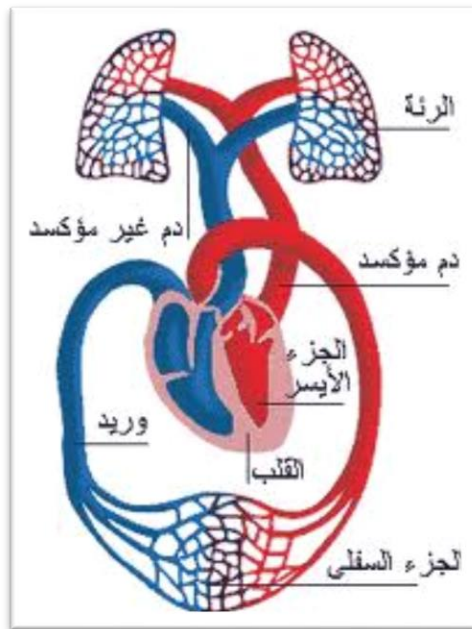
- 1- اللون
- 2- الكائنات الحية
- 3- حركة الأجرام
- 4- دوران الارض وحركة الدورة الدموية في جسم الإنسان ودوران الالكترون حول البروتون في الذرة والطواف حول الكعبة.



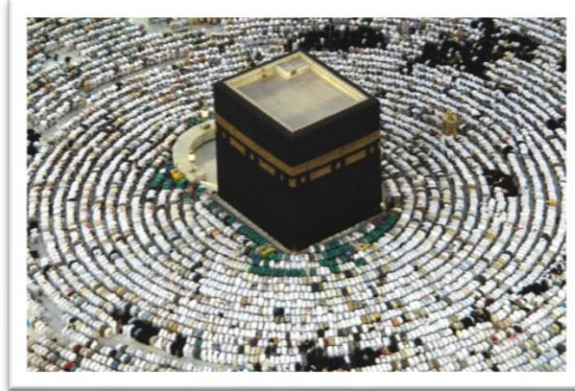
حركة الكواكب حول الشمس



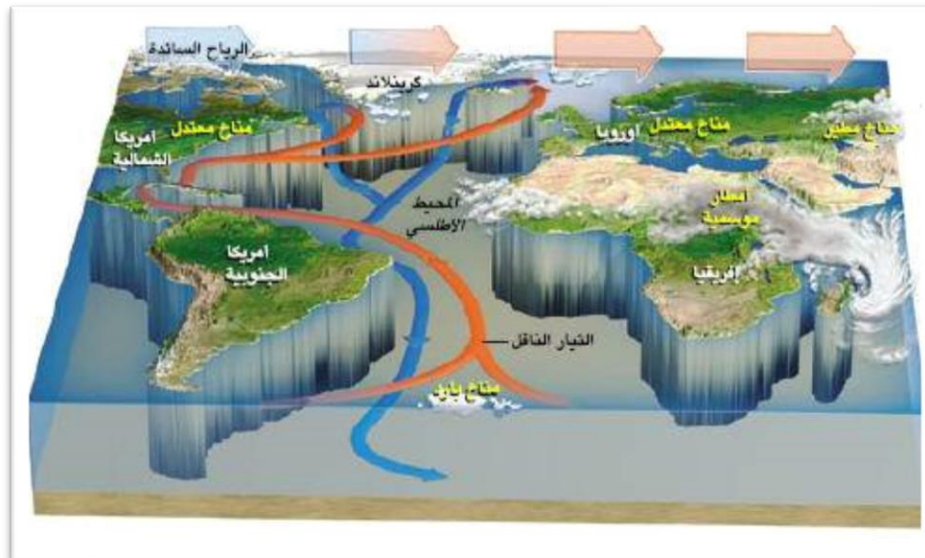
الالكترونات حول البروتون



الدورة الدموية لدى الإنسان



الصلاة وكذلك الطواف حول الكعبة



دورة المطر ودورة حركة المياه الحارة والباردة في المحيطات

5- حتى مع الذي يمضي في حراك شاذ هو منسجم ومؤكد للصورة الموحدة هذه، مثال "دوران أحد الأقمار عكس عقارب الساعة، ولادة طفل بأربعة أرجل..".

فمع اللون، فالليل دوما يغلب عليه اللون الأسود في كل بلد نزوره. والصبح يزهو بلون يغلب عليه اللون الأبيض. والتربة بعدد ألوانها تظل واحدة في ما هو حولنا من أجرام وكواكب. ويولد الإنسان دوما سواء ولد في أميركا أو في الصين دوما بعينين ولسان واحد وشفتين. والدورة الدموية موحدة في كل ما خلق الله سواء مع الحيوان أو الإنسان فهي من القلب إلى باقي أجزاء الجسد.

والانسجام في حركة المجرات يكون دوما في شكل دائري، يقابله انسجام للمجموعة الشمسية للكواكب حول الشمس، ويقابله حركة دائرية للدورة الدموية في جسد الإنسان، ويقابله حركة دائرية لحركة الإلكترون حول البروتون في الذرة...إلخ.

تلك الصورة الموحدة، تتملأها الحواس التي تتمتع بدرجة رفيعة من درجة الحساسية فتتعرف من خلالها على وحدة وجمال الخالق من خلال ما خلق، فهي مع كل تأمل لما خلق تكون متعبدة لأنها في حالة تعرف دائم عليه سبحانه، وحتى مع ما يمضي في مسار شاذ في مثل أن يمضي قمر من أقمار كوكب من كواكب المجموعة الشمسية في مسار مخالف لحركة دوران عقارب الساعة، أو حينما يولد طفل بأربعة أرجل، نجد وسائل الإعلام ووكالات الأنباء تتسارع في نقل الأخبار بحكم أنه حدث غريب لا يتفق مع الانسجام و"الصورة الموحدة" التي ألفها الإنسان من حوله، ما يؤكد "هوية موحدة" و"نظام موحد" "لخالق واحد"، فمع ذلك الشذوذ عن المسار تأكيد "لصورته الموحدة".

التطبيقات العملية لمنهج تفعيل الحواس

أ- منهجية تفعيل الحواس

التعامل بمنهجية مع الحواس:

فإبراهيم عليه السلام قبل أرسطو وقبل أفلاطون وقبل ديكارت هو من تأمل في مسألة الاعتماد على المحسوسات، "الحواس"، من أجل التوصل إلى أحكام. وهو أول من مارس منهج الشك، والفلسفة والمنطق، عندما أخذ يتأمل في الأجرام من حوله، فقال "هذا أكبر" مستخدماً المنطق وآلة العقل للحكم، لذا كافة ما دار ويدور في ساحة المسائل المثارة في علم الفلسفة يصبح في حكم المحسوم عندما ندرك من أن الاعتماد على العقل فقط والحواس فقط لن يوصلا إلى حقيقة الوجود، فثمة قوة عظمى تدبر شؤون هذا الكون وتسييره، فاستسلم، وكان أول المسلمين. ومن هنا ظهر "الإسلام" كدين، وهو الاستسلام المطلق لما يريده الله من العباد. فمن خلال ما أودعه الله من أدوات في هذا الإنسان، أدوات العقل والحواس الخمس، قد يعتقد الإنسان بأنها وحدها هي الكافية لإيصاله للحقائق، بل أصبح البعض لا يثق إلا بما تدركه تلك الحواس ويدركه العقل وينفي كل ما سوى ذلك لاعتبار أنه غير قابل للإدراك، وهي الفتنة بعينها، لذا جاء الاستسلام. وتأتي نصوص الآيات كي تؤكد مسار الحضارات التي تؤمن بالحقائق العلمية فقط لتقول "حَتَّى إِذَا أَخَذَتِ الْأَرْضُ زُخْرُفَهَا وَازَّيَّنَتْ وَظَنَّ أَهْلُهَا أَنَّهُمْ قَادِرُونَ عَلَيْهَا أَتَاهَا أَمْرُنَا لَيْلًا أَوْ نَهَارًا فَجَعَلْنَاهَا حَصِيدًا كَأَن لَّمْ تَغْنِ بِالْأَمْسِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ" (يونس 24).

ثم نلاحظ مساراً جديداً يغرسه الإسلام في الأنفس التي استسلمت من خلال التعرف إلى صفات الله وأسمائه سبحانه فهو "الجبار" حتى إن كانت الأحداث تسير في اتجاه، فالله يجعلها تسير في اتجاه آخر بقدرته، لا بحول وقدره ونظم المعادلات العلمية المحضة المدركة من قبل العباد، كما أنه هو "المنتقم" فالظالم لن يفلت حتى وإن تمكن ولو بعد حين، وأنه يمكر وهو خير الماكرين حيال ما يصاغ من مؤامرات ومكر من قبل العباد، كما أن الإسلام أكد أن تلك المعادلات العلمية ليست حقائق دائمة فالله هو الذي أوجدها وهو القادر على قهرها، فمن أين أتى عيس عليه السلام؟! أين أبوه؟! لم لم يخضع وجوده لذات المنطق الذي خضع إليه وجودهم، أين معادلاتهم الرياضية؟! وأنى له أن يتكلم وهو في المهد؟! وأنى له أن يحيي الموتى ويشفي المرضى وهم يؤمنون به كنبى لهم؟! فأين موقع المنطق والشك والفلسفة هنا؟!

إذاً لا ملجأ إلا بالاستسلام الكامل، لذا شرع الاستغفار الدائم من كافة صور التشكك، وصور الاستسلام للعقل والمعادلات المحضنة، وصور ما تبهرنا به المشاهدات من حولنا والأحداث مما يبتكرون، فالله هو الملجأ الأول والأخير. كما شرع التسبيح بعد كل صلاة لتتزيهه سبحانه عن كل نقص، فهو بلا شك، الباسط والرزاق حتى وإن ولم يسع الإنسان السعي الحثيث في الكسب. كما أنه هو الوكيل وهو ما يدعو الإنسان لبذل السبب من أجل تحصيل الرزق. فتلك المعادلات التي برهنت عليها "الحواس" نحن مأمورون بالأخذ بها لأنها جزء لا يتجزأ من ممارسة "التوكل" عليه، غير أنها ليست كل شيء.

تلك هي الفلسفة الإسلامية التي يطرحها الإسلام أمام التلاطم المعرفي والاستسلام المحض لما تمليه معاناة الأسباب.

والإسلام يحث الإنسان على الاجتهاد في العلم والتبين، وأن يرجع البصر وهو يدرك تماماً عجز الأدوات التي أودعت فيه للإحاطة الشاملة الكلية، لذا شرع "أن مع الاجتهاد الأجر إن أخطأ وأجرين إن أصاب".

ومن هنا نلاحظ عزوف العديد من القضاة ممن توكل إليهم مسؤولية الحكم والقضاء لما يشعرون به من حرج أمام الأحكام التي قد تكون في غير محلها والنتيجة عن عدم الإلمام الكافي أو العجز عن الإحاطة الكاملة.

إذاً الفلاسفة ضلوا جميعاً عندما أرادوا أن يصلوا إلى الحقيقة من خلال أدوات العقل والحواس، حيث إنهم اعتمدوا بالكلية على تلك الأدوات للوصول إلى الحقيقة، فلم يصلوا إليها، والتي وصل إليها إبراهيم عليه السلام عندما استسلم لقوى أكبر من قوى العقل والحواس وهي قوة الواحد الأحد، عن طريق الاستسلام "هو سماكم المسلمين" (الحج 78).

ثمة منهج للحواس يمر عبر مراحل وهو كما يلي:

- 1- إطلاق الحاسة مثال (الإبصار، الاستماع..).
- 2- التأمل فيما أنت بصدده من مؤثر (بصري، سمعي..).
- 3- التحقق فيما تراه (عدد زوايا النظر مثلاً، تبين عما سمعت من أكثر من مصدر..).
- 4- تحليل الرسالة (هل تقع بشكل متكرر، متى تحدث، ما مسببات حدوثها، من وراء ما حدث، هل لها ارتباط بحوادث أخرى.. إلخ) (دور العقل).
- 5- الاستنتاج (التوصل إلى المعنى أو المفهوم).

6- عرض ما تم التوصل إليه على القلب.

7- هل من تشريعات أو قوانين مرشدة تؤكد ما توصلت إليه أو قد تمنحك تفسيراً لما عاينت.

ولاحظ أن حاستي اللمس والتذوق هما معنيتان أيضاً في تأمين الصورة الموحدة لدى العلامات التجارية لإحداث أكبر وقع إيجابي ممكن للعلامة تجاه العملاء، كما أن حاستي البصر والسمع معنيتان بذلك في - مثلاً - درجة حرارة الجو، ودرجة سطوع الإضاءة، والألوان المستخدمة، وتعبير كل لون، ونوع الخط وحجمه.. إلخ

فثمة ارتباط كبير فيما بين "تفعيل الحواس.. والصورة الموحدة".

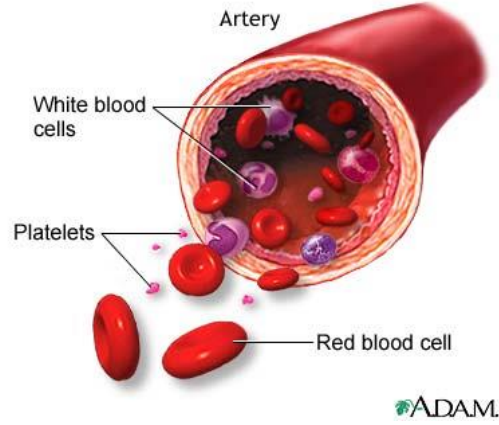
أ- تطبيقات هذا المنهج

ما تطبيقات هذا المنهج من الناحية العملية، فهل يسهم هذا المنهج في إغناء العلوم؟ وهل يسهم في التوصل إلى الحلول في عمليات الإبداع وفي إعادة تشكيل العلاقات للتوصل إلى حلول ابتكارية؟ وهل من تطبيقات مع علم الرياضيات في مثل مسألة التأمل في الصفات التي جبلت عليها الأرقام والمعادلات الحسابية والأشكال الهندسية.



كيف تعرف إلى قانون الجاذبية لولا أن لاحظ سقوط التفاحة

الاكتشافات العلمية بينت ثمة علاقة فيما بين الصور المشاهدة من حولنا بما تتضمنه من ألوان وأشكال على نسب تدفق الأكسجين في الدم.



شركة يابانية تستخدم رائحة مشتقة من (سترس) لتحفيز نشاط الموظفين الصباحي، ورائحة الورد لزيادة معدلات التركيز لديهم في الضحى وفترة الظهر، ثم تختتم برائحة مشتقة من العود لتأمين الاسترخاء اللازم من التعب في فترة ما قبل المساء.

بينت الدراسات من أن الرائحة الزكية لديها مردود إيجابي مباشر على أداء الموظفين كروائح مشتقة من النعناع التي تزيد درجة الحضور والاستيعاب لدى الموظفين.



التجارب الطبية أكدت أن اشتمام رائحة الفانيلا تقلل من أثر الإجهاد الذي يشعر به الإنسان، ويجعله أهدأ. وهو ما أكدته جامعة توبنجن الألمانية، كما أكدت الأبحاث من أن الطلاقة الفكرية تتحسن وتتضاعف مع اشتمام الروائح الزكية كرائحة الفانيلا.



تتعاقد الألوان مع الروائح في دعم حب الأشياء من حولنا لذا تعتمد إليها شركات العطور والشامبوهات وشركات الأغذية لاستمالة العميل ودعم تفضيلاته.



للرائحة دور كبير في الحكم على جودة الأشياء وحرفية الأفراد من حولنا. هناك من المنتجات ما يشترك فيها أكثر من حاسة، مثلا معاجين الأسنان (المذاق، الرائحة، اللمس)، خيط الأسنان كذلك.



سيارة الرولنزرويس: مئات الآلاف من الدولارات أنفقت لتصنيع رائحة 1965 silver cloud، الرائحة من المستحيل أن يتم شراؤها، ولكنها كانت من أهم عناصر بناء شخصية علامة السيارة.

مع الملمس: 49% من العملاء يتخذ قرار الشراء بعد تحسس مقود السيارة، ووضع اليد لتحسس الانسيابية على التابلوه.

حجم الزيادة في المطاعم مع الموسيقى ذات الإيقاع الهادئ يزيد بنسبة 29%.

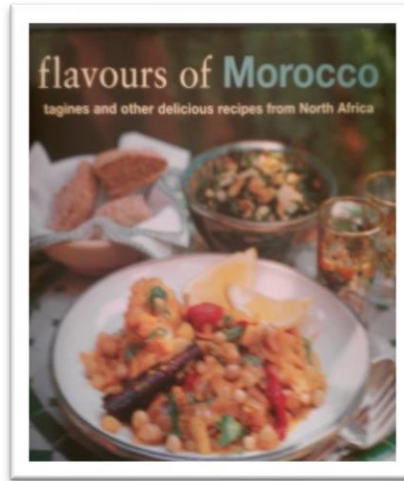
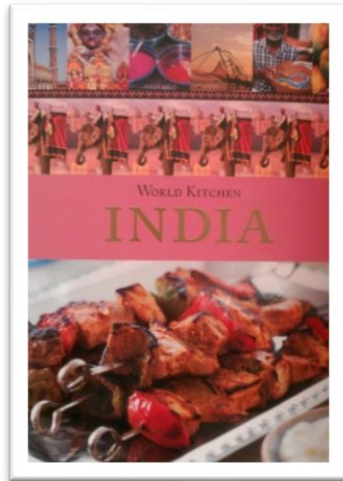
أدركت العلامات التجارية أهمية الاستحواذ على لون يميزها عن منافسيها، كولا تمتلك اللون الأحمر بنسبة 22% وفي السوق العالمي 36%

أصبحت فودافون هي التي تمتلكه في بريطانيا بنسبة 30%

في باقي الأسواق 27%

في المرتبة الرابعة يليه "ماكدونالد" 12%.

نعم يسهم هذا العلم "تفعيل الحواس" في إغناء هذا كله وزيادة، فمع تجارة تحضير الأطعمة حيث المذاق هو مفهوم تقدمه وتعززه ضمن صورة موحدة تفعل فيها حواس (الشم والمذاق والبصر).



أطباق ومذاقات وصنوف الأكل هي في حقيقة الأمر وجهات نظر حيال الاستقبال والضيافة ونمط الحياة

نقف عند هذا الحد في استعراض المادة، للمزيد تواصل مع المؤلف عبر البريد التالي:

Zumord123@gmail.com

Exploring values

استكشاف القيم .. صيانتها ومعالجتها

2010



موجه لمن هم في مجالات : التربية، الإدارة والتسويق، الإعلام، الدعوة
والشريعة وعلم النفس وعلم الاجتماع.

د. زهير منصور المزيدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Almazeedi Dr. Zuhair

00965-99290092(M)

zumord123@gmail.com

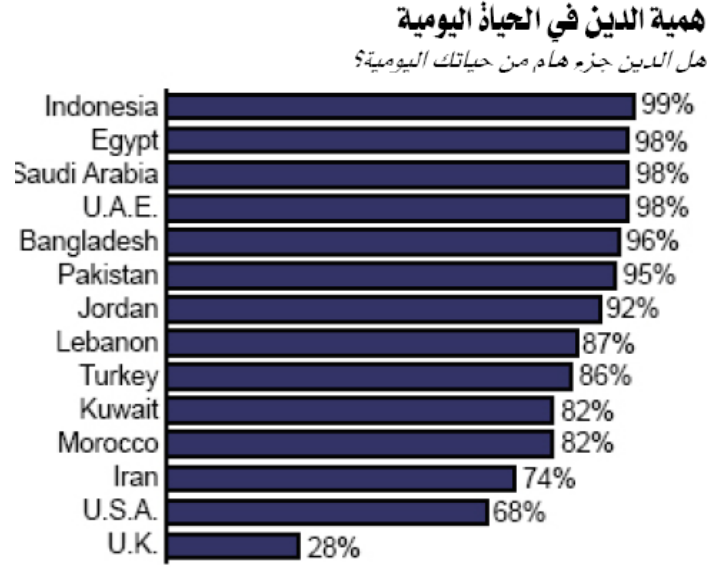
Kuwait

المقدمة

يأتي المريض إلى الطبيب شاكياً له من صداع أصبح يداهمه على مدى أسبوع، فالطبيب الذي لا يمارس مهنته بشكل محترف سيصف له مسكناً للصداع منهياً الأعراض بشكل مؤقت، أما الطبيب الحاذق، فتراه يجتهد في التعرف على مسببات الصداع، فقد تكون أعراض الصداع من تسوس الأسنان، وقد تكون من ضعف في النظر، وقد تكون مما يعانيه المريض من قبض أو إمساك، وقد يكون من نقص في الحديد، ما يعني أنه سيعتمد إلى مجموعة من الدراسات الاستكشافية يتضمن بعضها أخذ عينة من دم المريض لفحصها وهكذا، قد تتعدد الأسباب، فلا يصف مسكناً، بل يعتمد إلى آليات لاستكشاف السبب، ومن ثم يصف الدواء المناسب الذي سيقضي بإذن الله على معاودة ظهور أعراض الصداع، والأمر لا يختلف بتاتاً عما نحن بصدده حيال موضوع استكشاف القيم، فنحن أمام دراسة القيم المجتمعية لمجتمع ما، نعلم إلى آلية مشابهة نتعرف من خلالها على الظواهر المستشرية في هذا المجتمع سواء الإيجابي منها أو السلبي، فنعمد إلى فحص هذا المجتمع كالفحص الإكلينيكي الذي قام به الطبيب، فنشخص الحالة المجتمعية للقيمة محل الدراسة، فنجري بحثاً ميدانياً، وقد نضطر ومن أجل التعرف على هذا المجتمع أن نجمع معلومات من مصادر عدة تتضمن فيما تتضمن قراءة الصحف اليومية الأكثر إنتشاراً في هذا المجتمع؛ كي نتعرف على مدى انعكاس تلك الظاهرة في كتابات محرري الأعمدة، أو في مطالعة تصاميم الحملات الإعلانية خلال فترات زمنية معينة؛ حيث إن التصاميم الإعلانية هي نوع من أنواع التعبير التي أيضاً تنعكس فيها ما يؤمن به أفراد هذا المجتمع من قيم أو عادات وتقاليد نعلم إلى هذا كله مستكشفين المدى الذي آلت إليه قيمة ما والاتجاهات التي آلت إليها، وهذا من شأنه أن يبصرنا بعد ذلك في وصف نوع البرنامج الاتصالي المناسب مع الشرائح المستهدفة المعنية في هذا المجتمع، ويعرفنا بالوسائل المثلى في تواصلنا مع كل شريحة على حدة، وفيما يلي من هذا المؤلف سنتعرف على نماذج، ونستعرض أدوات تعين على تحقيق عمليات الاستكشاف أو المعالجة.

الخارطة القيمية

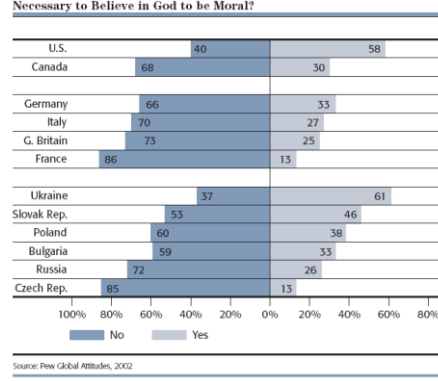
من الممكن اعتبار الخريطة بأنها مسار يحدد لنا معالم للشكل العام الذي نحن بصدد، سواء حيال التضاريس أو المناخ أو مواطن الضعف والقوة، أو مواطن الحاجات وما يشكل فرصاً متاحة، فالخريطة في الشكل التالي على سبيل المثال نشرتها مؤسسة Gallop الأمريكية عام 2005 تبين درجة أهمية الدين وانعكاساته على الحياة اليومية للفرد في مجموعة من الدول في العالم.



شكل (1)

ويمكن قراءة نتائج هذه الخريطة الإحصائية من أن المجتمع الإندونيسي هو مجتمع ممارس للدين بشكل كبير (99%)، بل إن حياته اليومية هي ممارسة للدين في الأصل، في حين أن النسب تتفاوت إلى أن نصل إلى المجتمع البريطاني الذي لا يضع للدين قيمة ذات وزن كبير (28%)، أو مؤثر في ممارساته لحياته اليومية، فهذه الخريطة عرفتنا بقيمة "الدين" وفق نسب مئوية لدى شعوب عدة، غير أنها لم تبين لنا النسب المئوية لدى أصحاب كل معتقد، أي لم تستعرض لنا نسبة المسلمين، ونسبة المسيحيين ونسبة اليهود ونسبة من يؤمن بمعتقدات أخرى في كل مجتمع من تلك المجتمعات، فما هي - على سبيل المثال - نسبة من يعتقد بالدين الإسلامي في بريطانيا؟ وما نسبة ممارستهم للدين في حياتهم اليومية؟ وما نسبة من يعتقد بالدين المسيحي؟ وما نسبة ممارستهم للدين في حياتهم اليومية؟ وهكذا، فنحن إذن بحاجة إلى بيان مفصل وأدق كي نتعرف عن قرب تجاه ممارسة الدين في الحياة اليومية مع كل معتقد وضمن كل دولة؛ كي نتعرف على صورة كاملة وشاملة أفضل لقيمة (أثر الدين في الممارسات الحياتية في المجتمع).

في الخارطة الإحصائية التالية والتي نشرتها مؤسسة PEW الأمريكية عام 2002، تبين قيمة (العلاقة فيما بين الإيمان بوجود إله، وانعكاس ذلك على ممارساتك الأخلاقية)، فنلاحظ على سبيل المثال أن المجتمع الأمريكي يؤمن بوجود تلك العلاقة بنسبة (58%)، بينما المجتمع الفرنسي يقل إيمانه ليصل إلى نسبة (13%)، وبمقارنة بسيطة فيما بين نتائج المجتمعين الروسي والأمريكي سنلاحظ الفرق الكبير فيما بين المجتمعين في معتقدهما هذا، غير أن هذه الخارطة أيضاً لم تكشف لنا صفة العينية البحثية، من حيث المزيج الذي تعرض لهذا السؤال. فما هو مزيج المعتقدات الخاص بكل عينة بحثية؟ وهل تم تمثيل عادل للمعتقدات مع كل عينة بحثية وفق النسب التي ينتشر فيها كل معتد في المجتمع الذي هو فيه؟ إذن هذه الخارطة تكشف لنا زاوية خطية واحدة Linier لقيمة محددة غير أنها غير مكتملة الصورة.



شكل (2)

وهو ما يحتاج لعمل دراسة متعمقة أخرى تعرفنا عن قرب، فقد كشف الاستطلاع، الذي أجري للطبعة الأوروبية من صحيفة «وول ستريت جورنال يوروب» ونشرته الصحيفة في عددها 10 ديسمبر 2004، إن 72% من البريطانيين يؤمنون بوجود الخالق. وإن 69% منهم ينتمون لأحد الأديان السماوية. لكن الاستطلاع أظهر أيضاً أن نسبة الذين يمارسون معتقداتهم من هؤلاء، مثل الذهاب إلى الكنيسة أو المسجد مرة أو مرتين في الأسبوع، لم تتعدى 24%، بالمقارنة مع 61% في بولندا، و72% في تركيا.

وحين سئلت العينة الاستطلاعية، إن كانوا يمارسون شعائر معتقدتهم الديني، أجاب 20% من الذين يؤمنون بأحد الأديان «تقريباً لا». وأجاب 22% «فقط بين مرة وأربع مرات في السنة». وشمل المسح 21 ألف شخص، من أعمار 15 عاماً وفوق، في 21 بلداً.

ووجد المسح أن في بريطانيا 40% من البروتستانت، و29% من الكاثوليك و4% من المسلمين.

لكن بريطانيا جاءت متأخرة عن العديد من البلدان فيما يتعلق بالممارسة الدينية، ففي الولايات المتحدة تصل نسبة الممارسين إلى 75%، وفي إيطاليا إلى 85% وتصل في رومانيا إلى 97%.

وأظهر المسح حول نسبة الملحدين في الدول الأوروبية أن جمهورية التشيك تأتي في المقدمة بنسبة 49%، ثم هولندا 41%، والدنمارك 37%، وألمانيا 37%، وبلجيكا 36%، والسويد 30%، وتصل النسبة في تركيا إلى 1%.

أما أكثر البلدان الأوروبية إيماناً فتأتي رومانيا في المقدمة (96%)، ثم اليونان (92%)، وبولندا (90%)، ثم إيطاليا (86%)، فالنمسا (73%)، ثم سويسرا (73%).

فمع الاستعراض السابق للأرقام اكتملت نوعاً ما الصورة، واستطعنا أن نكتشف وبشكل أفضل المدى الذي تسير به تلك القيمة.

فيما سبق تعرفنا وبشكل عام حيال موضوع الدين كقيمة مهمة سواء للأفراد أو المجتمع، محاولين رسم خريطة استكشافية عن هذه القيمة مع مجموعة غير متجانسة من شعوب وثقافات العالم، والآن دعونا نستكشف وبشكل أدق تفاصيل حيال قيم أخلاقية تعتبرها بعض الشعوب من أنها ضمن الإطار

الأخلاقي والبعض الآخر لا تعتبرها كذلك، فعلى سبيل المثال، نقرأ فيما يلي النتيجة الإحصائية والتي نشرتها مؤسسة Gallup عام 1997.

	WRONG	NOT WRONG
<u>INDIA</u>	84%	14
<u>SINGAPORE</u>	69%	11
TAIWAN	55%	26
<u>UNITED STATES</u>	47%	50
GUATEMALA	38%	56
THAILAND	37%	57
MEXICO	31%	67
CANADA	25%	72
<u>GREAT BRITAIN</u>	25%	73
SPAIN	21%	73
LITHUANIA	16%	75
HUNGARY	16%	81
COLOMBIA	10%	87
<u>GERMANY</u>	9%	90
<u>FRANCE</u>	8%	91
<u>ICELAND</u>	3%	95

شكل (3)

الاستعراض الإحصائي هذا يعرفنا وبشكل أعمق رأي تلك المجتمعات حيال قيمة (العائلة أو الزواج)، ودرجة عمق المشكلة القيمية التي تعاني منها تلك المجتمعات.

في المثال التالي، نستعرض الاستكشاف القيمي كما قام به الدكتور عويد المشعان عام 1998 حيال تحديد أسباب ظاهرة تعاطي المخدرات مع شريحة الشباب في المجتمع الكويتي، حيث حدد المشعان المشكلة القيمية ثم صمم استبانة وبينت نتائجها ما يلي من أسباب،

النسبة المئوية	أسباب تعاطي المخدرات
87%	أصدقاء السوء
77%	التفكك الأسري
65%	ضعف الوازع الديني
62%	أوقات الفراغ
2,7%	كثرة السفر

شكل (4)

وهو كشف إحصائي يستعرض لنا الأسباب وفق أوزان وألويات، يتضح من خلالها بأن كثرة السفر لا يعتقد به كسبب في انتشار الظاهرة، ومن أن أصدقاء السوء هو السبب الرئيس الذي هو بحاجة إلى تفعيل لبرنامج تواصل مع الشريحة المستهدفة من أجل العلاج.

وفي مجال الملاحظة أيضاً من الممكن اعتمادها حيال الكشف عن ظواهر قيمية بدأت تظهر أو تنحسر، فها هو الكاتب فهمي هويدي يكشف لنا ملاحظته حيال انحسار مفهوم الولاء من خلال انحسار حجم وقف الأراضي في مصر، حيث يذكر " في مقال له في صحيفة "الشروق الجديد" المصرية الإثنين 19 ربيع الأول 1430 – 16 مارس 2009

عن الانتماء وسنينه – فهمي هويدي

هذه قصة أهدبها إلى أثرياء زماننا في مصر والعالم العربي. فقد قام المصرفي الأميركي المعروف "ليونارد أبيس" ببيع نصيبه في مصرف «سيتي ناشيونال» بولاية ميامي. وكانت حصيلة البيع 60 مليون دولار، لكن الرجل لم يسعده أن يستحوذ وحده على هذا المبلغ الكبير، ولم يسترح إلا حين وزعه كله على 399 شخصاً يعملون معه في البنك و 71 آخرين كانوا حوله. لم يحدث أحداً بما فعله، ولكنه وزع هذه الثروة وعاد إلى بيته مستريح الضمير، إلا أن إحدى الصحف المحلية علمت بالنبا فنشرته، وحينئذ تلقى سيلاً من الاتصالات التي يبدو أنها سببت له إزعاجاً، فقال في اتصال هاتفى لصحيفة "ميامي هيرلد": إن ما أقدم عليه لا يستحق الأصدقاء التي أحاطت به ولاحقته، حيث ما كان لوسائل الإعلام أن تبالغ في اهتمامها بالموضوع.

المبلغ ليس استثنائياً لكن الحالة استثنائية، فقبل ثلاث سنوات (في عام 2006) أعلن رجل الأعمال الأميركي "وارن بافيت" صاحب مؤسسة "بيركشاير" للاستثمارات تبرعه بمبلغ 37 مليار دولار لخمس مؤسسات خيرية، منها 31 ملياراً لمؤسسة «بيل و مليندا جيتس» (صاحب شركة ميكروسوفت) المعنية بأبحاث الإيدز والملاريا والسل وتحسين جودة التعليم، وكان "بيل جيتس" قد تبرع بنحو 28 مليار دولار لهذه المؤسسة، قبل أن يترك رئاسة شركاته في عام 2008، ليتفرغ تماماً للإشراف على أنشطتها الخيرية، كذلك أعلن السيد "ريتشارد برانسون" صاحب مجموعة شركات النقل الدولية "فيرجن"، التي تملك شركة للطيران وأخرى للقطارات عن تبرعه بكل أرباح شركاته (حوالي 3 مليارات دولار) لمكافحة التغير المناخي وحماية البيئة من التلوث).

وتضم قائمة المتبرعين الكبار للأعمال الخيرية في الولايات المتحدة خلال القرن الماضي أسماء رجال أعمال مثل "أندرو كارنجي" الذي وجه 350 مليون دولار لتلك الأنشطة، و"جون روكفلر" الذي تبرع بمبلغ 475 مليون دولار، وهي مبالغ تعادل عدة مليارات بأسعار هذا الزمان. صحيح أن هناك أثرياء في الولايات المتحدة قدموا للمجتمع مبالغ أكبر مما قدمه "ليونارد أبيس"؛ إلا أنه تميز عنهم بأمرين، أولهما: أنه تبرع بستين مليون دولار في صمت ودون أي إعلان، وثانيهما: أنه أراد بها أن يسعد من حوله وأن يرد الجميل إلى الذين عملوا معه، معتبراً أن لهم حقاً في تلك الثروة التي حققها.

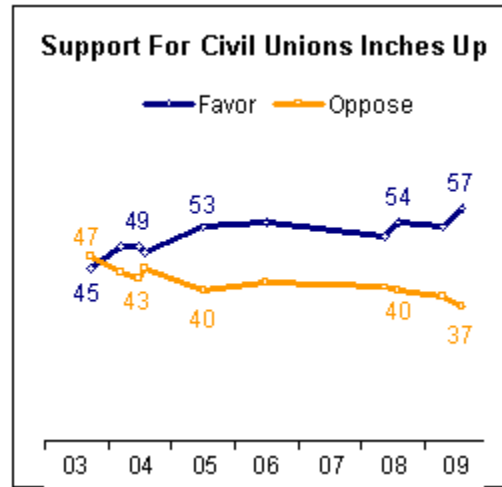
بُهرنا بالصورة التي ذكرتنا بنبل الأثرياء المصريين قبل قرن من الزمان، الذين تسابقوا في وقف العقارات والأراضي لأوجه البر والخير. وهو ما رصده الدكتور إبراهيم البيومي غانم في كتابه المهم عن «الأوقاف والسياسة في مصر». وذكر فيه أن من بين أثرياء تلك الفترة الذين وقفوا أراضي

تراوحت بين ألف و 4500 فدان: علي باشا مهنا، وأحمد باشا المنشاوي، ومحمد باشا البدر اوي عاشور، وعلي باشا شعراوي، ومحمد بك حسن الشندويلي، ولملوم بك السعدي... وآخرين كثيرين.

من الملاحظات المهمة التي أوردتها المؤلف في بحثه؛ أن جميع أهل الحكم في مصر، منذ أيام محمد علي باشا حتى الملك فاروق أوقفوا أطيافاً لا حصر لها على أوجه الخير في المجتمع، وهي الظاهرة التي اختفت وانقطع حبلها منذ قامت ثورة عام 1952 حتى الآن.

من تلك الملاحظات أيضاً أن إسهام متوسطي الحال في العطاء للمجتمع والتعبير عن الانتماء إليه كان حاضراً بقوة؛ الأمر الذي يعني أن دائرة الشعور بالانتماء كانت شديدة الاتساع، فشملت المنشاوي باشا الذي أوقف 4600 فدان من الأرض في محافظة الغربية، كما شملت سيدة مجهولة أوقفت نصف قيراط تقام عليه طلبية مياه تروي العطشى في المنوفية، وهي الصورة التي انقلبت رأساً على عقب الآن، حيث شح عطاء الجميع سواء كانوا من أهل القمة أو أهل السفح، الأمر الذي يستدعي بقوة السؤال التالي: أين ذهبت روح التعبير عن الانتماء للمجتمع؟ وإلى أي مدى أسهم غياب المشاركة السياسية في بلوغ هذه النتيجة؟!

نفس أسلوب الملاحظة الذي كشفت عنه مركز PEW للأبحاث الميدانية عام 2009 حيال زيادة نمو المؤيدين في الولايات المتحدة الأميركية لاعتماد قوانين وتشريعات تسمح للراغبين في زواج المثليين.



شكل (5)

بوصلة القيم:

تجدر الإشارة إلى أن القيم هي ليست واحدة لدى جميع الأفراد حتى وإن تساوا في العرق والدين واللغة والجنس والنطاق الجغرافي، غير أن الدراسات الميدانية تكشف لنا الاتجاه العام لمجموعة الأفراد التي تشترك في خصائص موحدة من الدين واللغة والعرق والنطاق الجغرافي، ولعل الآية

القرآنية " وَكُلُّهُمْ آتِيهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فَرْدًا (95، مريم)، وَنَرِثُهُ مَا يَقُولُ وَيَأْتِينَا فَرْدًا (80، مريم) " فيها إشارة إلى ما يؤكد استحالة تطابق "القيم" لشخصين اثنين، فكل آتية للمحاسبة فرداً وهو دليل على العدل الإلهي، وندلل على ذلك، ففيما يلي نستعرض على سبيل المثال وجهة نظر المسلمين في ثلاث ثقافات مختلفة جغرافياً، هي: المملكة العربية السعودية، وإيران، ومصر، وسوف نلاحظ كيف أن وجهات النظر تختلف بشكل واضح مع كل دولة من هذه الدول بالرغم من ثبات متغير الدين، وهو ما قامت بتنفيذه شركة Gallup الأميركية في تلك المناطق عام December 21, 2007

conservative Saudi society. Currently, four women sit on the board.

Some people have also had discussions about the rights that should be guaranteed to women. Please tell me whether or not you generally agree with each of the following:

Saudis who say they "agree"

	Women	Men	Gender gap (points)
Women and men should have equal legal rights	79%	67%	12
Women should be allowed to drive a car by themselves	66%	55%	11
Women should be allowed to hold any job for which they are qualified outside the home	82%	75%	7
Women should be able to hold leadership positions in the cabinet and the national council	66%	52%	14
Women should be allowed to keep all earnings from their job for themselves and their husbands should support them and the household in full	84%	83%	1
In the case of divorce the children's financial support should be the full responsibility of their father even if their mother has custody	89%	88%	1

June-July 2007

GALLUP POLL

شكل (6)

Some people have also had discussions about the rights that should be guaranteed to women. Please tell me whether or not you generally agree with each of the following:

Iranians who say they "agree"

	Women	Men	Gender gap (points)
Women and men should have equal legal rights	93%	85%	8
Women should be allowed to drive a car by themselves	97%	89%	8
Women should be allowed to hold any job for which they are qualified outside the home	84%	67%	17
Women should be able to hold leadership positions in the cabinet and the national council	86%	68%	18
Women should be allowed to keep all earnings from their job for themselves and their husbands should support them and the household in full	63%	51%	12
In the case of divorce the children's financial support should be the full responsibility of their father even if their mother has custody	69%	56%	13

June-July 2007

GALLUP POLL¹

Some people have also had discussions about the rights that should be guaranteed to women. Please tell me whether or not you generally agree with each of the following:

Egyptians who say they "agree"

	Women	Men	Gender gap (points)
Women and men should have equal legal rights	80%	68%	12
Women should be allowed to drive a car by themselves	76%	67%	9
Women should be allowed to hold any job for which they are qualified outside the home	83%	62%	21
Women should be able to hold leadership positions in the cabinet and the national council	68%	44%	24
Women should be allowed to keep all earnings from their job for themselves and their husbands should support them and the household in full	48%	51%	-3
In the case of divorce, the children's financial support should be the full responsibility of their father even if their mother has custody	84%	84%	-

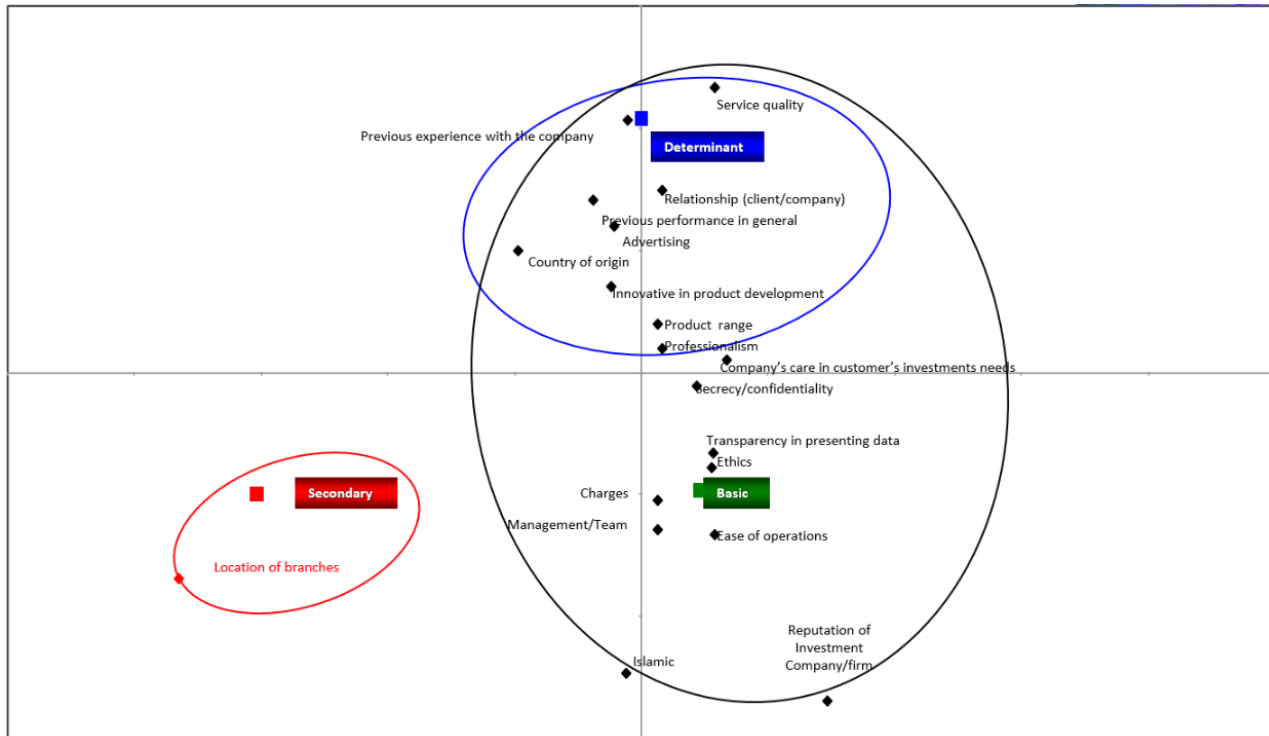
July 2007

GALLUP POLL

شكل (6)

وهنا نود أن نشير إلى أن "الدين" وما يتضمنه من قيم عامة أو محددة يعمل بشكل رئيس في توحيد الوجهة العامة لبوصلة القيم هذه لدى معتقديه حتى مع تغير اللغة والأعراق والنطاق الجغرافي للأفراد، غير أن الدين الإسلامي على سبيل المثال يترك دائماً مساحة لإعمال العقل وإعمال القلب في عمليات الاختيار من أجل اتخاذ القرار، في غير ما جاء به من نصوص واضحة حيال ثوابت (الحلال والحرام) كالتى استعرضنا جزءاً منها من خلال الأسئلة ضمن الإحصاء السابق.

وفي الخريطة التالية، نتعرف على المميزات Attributes التي يتطلع إليها العملاء من أجل اعتماد خدمة استثمارية في أحد المجتمعات الخليجية في العالم العربي.



شكل (7)

فهذه الخارطة، تبين وبشكل تفصيلي شامل ومتعدد الإحداثيات، للميزات التي يتطلع إليها أفراد هذا المجتمع حيال اعتماد عملية الاستثمار مع إحدى الشركات الاستثمارية، فتصنف هذه الخريطة درجة وأهمية الميزات إلى أصناف ثلاثة: الميزات الأساسية، والميزات الثانوية، والميزات المفصلية، كما تضع لنا وزناً لكل ميزة، وتبين درجة رغبة العميل وفق إحداثيات ثلاثة، الخارطة التي يمكن أن ننطلق منها في صياغتنا للخدمة الاستثمارية التي يتطلع إليها العميل.

إن رحلة الاستكشاف للقيم تبدأ بالتعرف على أداة (الإحصاء) التي نزاوّل من خلالها الدراسات الميدانية على كافة صورها، مانحة إيانا المسار الذي فيه "القيم" تمضي، فتارة هي في نمو وتارة تكون في انحسار، وملاحظاتنا للقيمة التي هي مدار دراستنا على مر الزمن تعطينا التوجه الذي هي تسير إليه، فنحتاط بتنفيذ برامج تواصلية مع الشريحة المعنية في المجتمع من خلال مزيج من الأدوات التسويقية، والمزيج من وسائل الإعلام والإعلان، والمزيج من برامج العلاقات العامة، ثم نعد بعد كل فوج من برامجنا التواصلية هذه إلى دراسات استكشافية تالية؛ كي نستبين وبالأرقام ما يؤكد لنا تجاوب المجتمع لوصفة البرامج المفعله والعلاج الذي تلقته الشرائح المعنية بالقيمة محل المعالجة.

والإحصاء أحد فروع الرياضيات المهمة ذات التطبيقات الواسعة، يهتم علم الإحصاء بجمع وتلخيص وتمثيل وإيجاد استنتاجات من مجموعة البيانات المتوافرة، محاولاً التغلب على مشكلات مثل عدم تجانس البيانات وتبايدها. كل هذا يجعله ذا أهمية تطبيقية واسعة في شتى مجالات العلوم من الفيزياء إلى العلوم الاجتماعية وحتى الإنسانية، كما يلعب دوراً في السياسة والأعمال.

المصطلحات المفتاحية لعلم الإحصاء تنطوي على مفاهيم نظرية الاحتمالات بشكل أساسي:

مجتمع إحصائي *population*، عينة *sample*، وحدة استيعان *unit sampling*، احتمال *probability*.

الخطوة الأولى في أي عملية إحصائية هي جمع البيانات *data* من خلال عملية الاستيعان *sampling* من ضمن المجتمع الإحصائي الضخم، أو من خلال تسجيل الاستجابات لمعالجة ما في تجربة (تصميم تجريبي *experimental design*)، أو عن طريق ملاحظة عملية متكررة مع الزمن (متسلسلات زمنية *time series*)، من ثم وضع خلاصات رقمية وتمثيلية (مخططة) *graphical* باستخدام ما يدعى الإحصاء الوصفي *descriptive statistics*.

الأنماط الموجودة ضمن البيانات يتم دمجها (تنمذج *modeling*) لأخذ استدلالات حول مجتمعات كبيرة، لذلك يجب دراسة حجم العينة، بحيث تكون ممثلة للمجتمع الإحصائي المسحوبة منه. تتم هذه العملية ضمن ما يدعى الإحصاء الاستدلالي *inferential statistics* ليأخذ بعين الاعتبار عشوائية وعدم دقة الملاحظات (القياسات).

الاستدلالات الإحصائية غالباً ما تأخذ شكل إجابات لأسئلة من نوع (نعم/لا)، (فيما يدعى اختبار الفرضيات *hypothesis testing*)، تقدير خاصيات عددية (تقدير *estimation*)، التنبؤ *prediction* بملاحظات أو قياسات مستقبلية، وصف ارتباطات وعلاقات (ارتباط *correlation*)، أو نمذجة علاقات (انحدار *regression*) أو التفاف *convolution*.

مجمل العمليات والإجراءات والفروع الإحصائية الموصوفة أعلاه تدخل في إطار ما يدعى إحصاء تطبيقي *applied statistics*، يقابله إحصاء رياضي *mathematical statistics* أو النظرية الإحصائية *statistical theory* وهي أحد فروع الرياضيات التطبيقية التي تستخدم نظرية الاحتمالات والتحليل الرياضي لوضع الممارسة الإحصائية على أساس نظري متين. (المصدر: ويكيبيديا)

هل يمكن تشريع القيم والأخلاق في شكل قوانين دستورية؟

نعم، فالعديد من شعوب العالم قننت ذلك وجعلته متضمناً في تشريعاتها وقوانينها، ويمكن ملاحظة ذلك بجلاء من خلال قوانين المرور مثلاً، والمعاقبة التي يتعرض لها مخترقوها، أو في تجريم دور البغاء، أو السرقات، أو إتلاف المرافق العامة، وأخيراً أصبحنا نشهد تشريعات حيال الحد من ممارسة التدخين في المرافق العامة وعلى الطائرات، ونلاحظ في الولايات المتحدة الأميركية على سبيل المثال الضغط من أجل السماح لمن يرغب من الطلبة ممارسة الصلاة في المدارس، أو في التشريعات في تجريم من يتعاطى الصور الإباحية، وما زال موضوع الإجهاض يشكل قضية محورية لم تجد لها سبيلاً في التشريعات الغربية بشكل مناسب.

ونحن في العالم العربي والإسلامي، نلاحظ تشريعات في بعض الدول تعاقب من يفتح محاله التجارية أثناء الصلوات الخمس أو في بعضها الآخر في فتحها وقت صلاة الجمعة.

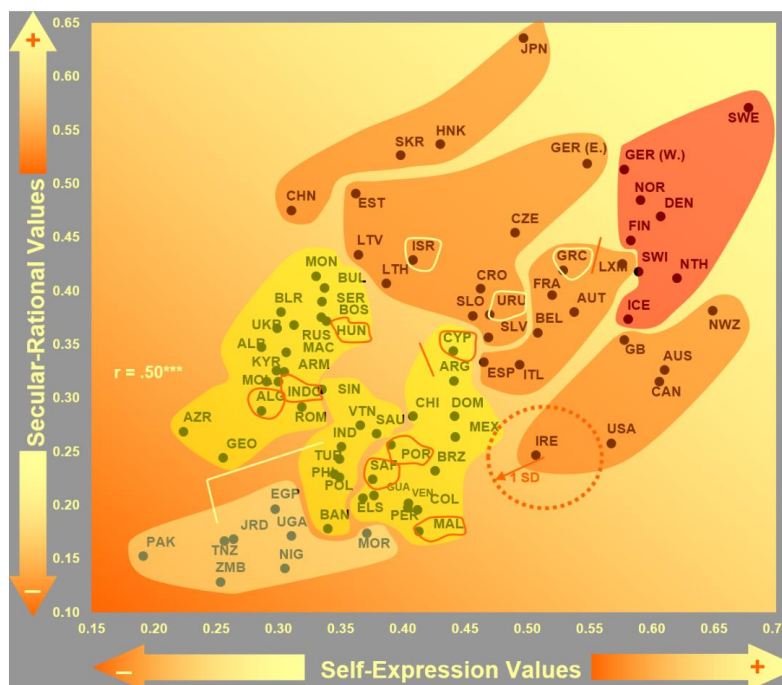
هل ثمة خرائط للقيم العالمية؟ وهل القيم الخاصة بأى شعب تتغير وتتطور عبر الزمن؟

بالرغم من ثبات القيم غير أن بعض القيم قد تتغير على المدى البعيد، ويمكن أن يتم ذلك لأسباب التحولات الاقتصادية، وأثر الحداثة، ونضج الأجيال، والأزمات والحروب. ولوحظ أن الغنى يؤدي إلى الانعزالية، والفقر إلى الاجتماعية، ومع نمو التعليم ينخفض معدل power distance، كما نلاحظ أن العائلة الهندية مازالت تؤمن بالتعدد، وتتمتع بعلاقات وطيدة فيما بين أفرادها، وهم يقررون مجتمعين لقضايا حاسمة، أما العائلة اليابانية مازالت منضوية تحت الهيكلية الجمعية، بالرغم من نمو مستويات التعليم ومعدلات الانعزالية، بل إن الحداثة عززت فيها الأنا المثالية للأمة اليابانية والاعتمادية كقيمة وعمق احترام المسؤولين والعلاقات مازالت قوية.

نعم ثمة محاولات لرسم خرائط للقيم الإنسانية تبين البعدين، بعد مراحل التغيير التي طرأت على القيم، والبعد الزمني عن كل مرحلة تغيير، فيما يلي نستعرض رسمين يعبران عن ذلك، يستعرضهما لنا البروفيسور "كريستيان ويلزل" Christian Welzel من جامعة "بيرمن"؛

حيث يبين العلاقة فيما بين قيمة حرية التعبير لدى بعض شعوب العالم فيما بين الحقبة التاريخية 1981-2006، وقيمة (secular Rational).

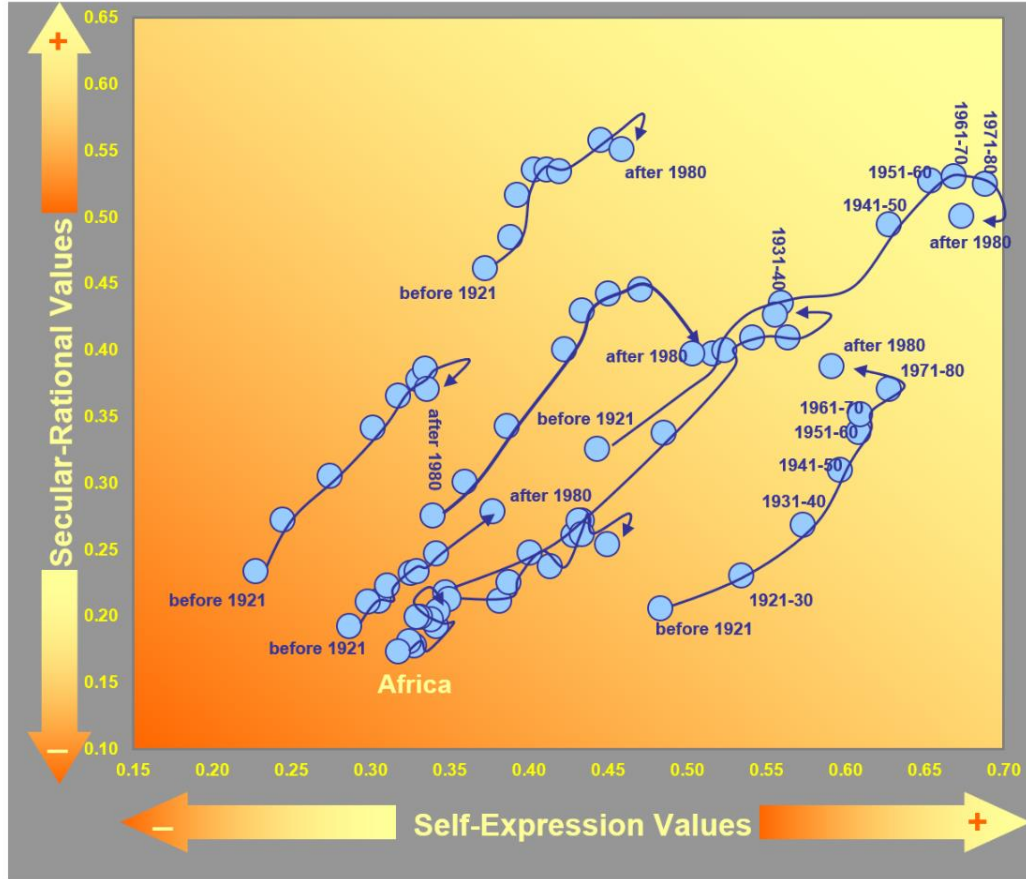
فالرسم البياني التالي نلاحظ من خلاله مجموعة من الثقافات العالمية للقيمة هذه.



شكل (8)

والرسم التالي يبين الحركة أو التغير الذي طرأ على تلك القيمة خلال هذه الفترة من التاريخ.

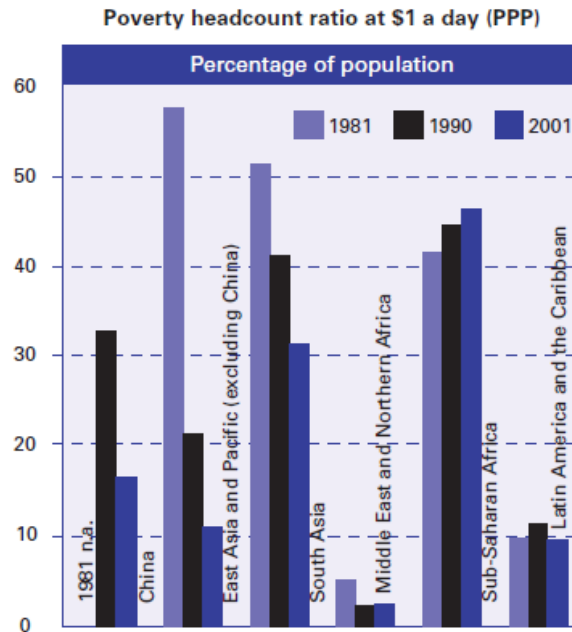
حركة التغير التي تطرأ على القيم زمنياً



شكل (9)

حيث إن البروفيسور "كرستن" بين أن كافة المجاميع اتجهت نحو مزيد من حرية التعبير بمقارنة الأداء فيما بين 1981 إلى 2006.

وعن القيم المجتمعية كقيمة الفقر؛ البنك الدولي يطالعنا وفق تقريره لعام 2005، الانحسار والمد
حيال قيم الفقر كقيمة مجتمعية وفق الرسم التالي على مدى أكثر من عام.



شكل (11)

و عند دراسة مادية الشعوب واللامادية في اتجاهاتهم، تطالعنا دراسة INT. J. SOCIAL RESEARCH METHODOLOGY, 2004, VOL. 7, NO. 5, 403–414 لمؤلفها SETH OVADIA

وفيما يلي نتائج دراسته على مجموعة من الشعوب للفترة من 1997-1995

Table 2. Mean materialism/postmaterialism ratings by nation, 1995–1997 World Values Survey

Nation	Materialism*	Postmaterialism*	Materialism rank	Postmaterialism rank
Germany	1.80	1.58	25	14
Argentina	1.43	1.38	18	6
USA	1.40	1.39	15	7
Uruguay	1.24	1.22	5	2
Dominican Republic	1.28	1.42	7	9
Spain	1.54	1.54	23	12
Mexico	1.41	1.47	17	10
Chile	1.28	1.37	8	5
Peru	1.45	1.58	20	13
Venezuela	1.10	1.18	2	1
Brazil	1.08	1.24	1	3
Philippines	1.39	1.51	14	11
Latvia	1.61	1.99	24	25
Poland	1.46	1.88	21	21
Estonia	1.44	1.81	19	17
Armenia	1.37	1.84	13	18
Lithuania	1.52	1.87	22	20
Belarus	1.36	1.81	12	16
Georgia	1.26	1.66	6	15
Nigeria	1.17	1.40	4	8
Bangladesh	1.11	1.34	3	4
Ukraine	1.34	1.89	10	22
Moldova	1.35	1.99	11	24
Russia	1.30	1.87	9	19
Azerbaijan	1.41	1.97	16	23

Note: Nations are listed in order of rank on materialism/postmaterialism scale (table 1).

*Rating scale: 1 = very important; 2 = important; 3 = not very important; 4 = not at all important

شكل(12)

المصفوفة القيمية

ونقصد بالمصفوفة القيمية، الكشف عن تلك الأسباب والعناصر المؤثرة المؤدية إلى انحسار أو نمو الظاهرة الاجتماعية محل الدراسة، من خلال التعرف على وزن حيال كل سبب أو مؤثر ذي علاقة بالظاهرة الاجتماعية، الوزن الذي يعكس بالتالي درجة أهمية أو أولوية التأثير على الظاهرة، فيما يلي نستعرض نتائج دراسة تبين العناصر المؤثرة في تنشئة الأطفال في أستراليا، والتي قسمت إلى أربعة سياقات، هي:

1- السياق المجتمعي:

أ- الحالة المج اقتصادية.

ب- معايير المجتمع.

ج- خدمات داعمة.

د- أمان المجتمع.

2- سياق الطفل:

أ- صحة الطفل.

ب- سلوك الطفل.

ج- مواصفات فردية.

3- سياق العائلة:

أ- صحة الوالدين.

ب- مهارات الوالدية.

ج- علاقة الوالدين بالأطفال.

د- درجة تعلم الوالدين.

هـ- وظيفة الوالدين:

و- دخل الأسرة.

ز- البيئة المحيطة بالأسرة.

ح- درجة فاعلية ونشاط الأسرة.

4- سياق التعليم:

ط- التواجد.

ي- نوعية التعليم.

نقف عند هذا الحد في استعراض المادة، للمزيد تواصل مع المؤلف

عبر zumord123@gmail.com

Transforming values into products

تحويل القيم لمنتجات

2013



حيث أن القيم تترك بشكل معنوي، فقد جعلناها قابلة للادراك ومعابنتها عبر حواس الانسان الخمسة، وفي هذا الكتاب نبين لمراحل التحويل وآلياتها

د. زهير منصور المزيدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Almazeedi Dr. Zuhair

00965-99290092(M)

zumord123@gmail.com

Kuwait

فالمنتج مصطلحا يعني بالضرورة أن تتمكن من إدراكه بحواسك، وأن تكون قادرا على معاينته ، فأنى لك أن تعأين قيمة كقيمة الصدق أو المسؤولية أو التسامح بشكل قابل للمس.

هذا الكتاب، يرسم مساراً لعملية التحويل، كي يصبح بالإمكان نقل القيمة من دائرة اللاحسوس إلى دائرة المحسوس، ولكن كيف؟، تلك هي الجولة التي ندعوك لخوضها، لذا ننصح وبشدة الاطلاع على باقي المؤلفات أنفة الذكر كي تتشكل لدى القارئ الصورة اللاحسية بشكلها الحسي المتكامل.

أن في (ألم تر كيف فعل ربك بأصحاب الفيل) تأصيل للقطعة ليست بأنورامية فحسب وأنما أيضاً إحاطية لحدث من زوايا عدة لا يمكن لأي عدسة أن تستوعبها، فإذا علمت على سبيل المثال أن وكالات الأنباء العالمية تحصر المراسل عندما تطلب منه أن يتابعها بحدث ما أن يرسل إليها أو ينقل إليها الحدث وفق فورمات يلغي من خلال ما ينقله سواء من صور أو وصف مشاعره ووجهة نظره، فهي بذلك تجرد الإنسان من أحاسيسه وتجعله مثل كامرة مجردة من أي مشاعر، أما ما ينقله الله لنا عبر (ألم تر كيف) فإنه ينقل لنا بأم قلوبنا ما قد يمكن أن نتخيله ويشعر به قلبك ويخفق له وما قد يشكل لك من مسمع وملامس وأجواء، فمن أي زاوية تراها تكون بالفعل قد وقعت، ومع أي مشاعر وأحاسيس تشعر بها تكون بالفعل هي محل واقع شعر به القوم أنذاك، كما أن ما يميز تلك اللقطة ليس فقط إحاطتها بل استمراريتها على الرغم من أنها أنتهت ضمن زمن بعيد فما زالت مستمرة مع الزمن إلى يوم القيامة ما استمر هذا الإنسان في التوالد، فهي إحاطة مكأنية ضمن مد زمني ستطالعه جميع الاجيال، فالعدسة التي يمنحنا إياها الإسلام جاءت مرة من خلال أبأنا إبراهيم عليه السلام ، ومرة من خلال سورة الفيل، وأخرى من خلال سورة الكهف، هي عدسة استوفت المعايير التالية:

1. الاحاطة ، فلا يمكنك أن تصل إلى حكم دون أن ترى الصورة بشكلها وزواياها المتكاملة.
2. اللقطة أو نقل الحدث يجب ألا ينفصل عن مشاعر وأحاسيس من يلتقط أو ينقل الحدث.
3. أن (ألم تر) تدفعك دفعا لأن ترى الحدث وتقرأه من خلال مشكاة الاسماء الحسنى، فتقرأه باسم ربك الذي خلق.
4. أن اللقطة الإسلامية متعددة الأوجه بتعدد أسماء الله الحسنى، فهي ليست تعبير خطي بل إحاطي.

أربعة مستويات في التعاطي مع مسألة "التحويل" ونقصد هنا "تحويل القيم إلى منتجات"

- 1- مستوى التعبير المباشر من خلال الرسم، فهذا يكون التحويل مباشر.
- 2- مستوى يتعامل مع "مخيلة المتلقي وقدراته على التجريد والربط للمعاني" فيحولها إلى تصاميم.
- 3- مستوى نفعل فيه (الإدراك والإضفاء فالببناء) للمنتج.
- 4 - مستوى تحليل مسار القيمة.

كما أن هناك "أدوات" تعيننا على عملية التحويل مع كل مستوى سابق.

فمع مستوى التحويل المباشر، مثال:

قصة «الحشرة الطائرة» لتعزيز قيمة السلام ونبذ العنف مع ممارسة لقيمة السلام للمرحلة العمرية (الروضة - والثاني الابتدائي)، طالع كتاب تفعيل القيم وممارستها للمؤلف.

قصة «هدهد سليمان» لبرمجة قيمة العطاء وقيمة التعاون وقيم عبادة الله الواحد الأحد . للمرحلة العمرية (الابتدائي)، طالع نشاطات نوادي قيم ضمن برنامجنا في الجامعة الآسيوية المفتوحة.

قصة منطق الطير لمرحلة (الثانوية والجامعة) لتعزيز قيم الصبر والعطاء والتعلم، ضمن برنامجنا في الجامعة الآسيوية المفتوحة، دورة تفعيل القيم وممارستها.

فبعد سرد القصة أو مطالعتها من قبل التلاميذ، فإنه يراعى تفعيل الحواس أثناء السرد، لشريحة الأطفال ويراعى تفعيل الحوار واستثارة المنطق والوجدان من قبل إلفين ويطلب من الطلبة الصغار رسم مشهد واحد من مشاهد القصة ضمن ورقة واحدة (معلن بذلك حواسهم) ليتم جمع كافة الأوراق ضمن دفتر ويمنح عنواناً عريضاً باسم القيمة التي يتم برمجتها، ليكون ذلك الدفتر مثل الكتاب الأول الذي يؤلفه الأطفال عن تلك القيمة.

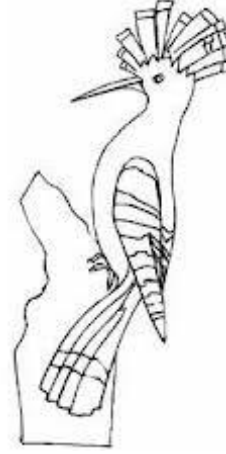
وهكذا، فمن خلال ما رسمه كل طفل يتم إنشاء (بطاقات ، قمصان، ..)



بعض من تعابير أطفال مدرسة الجهراء-الكويت ضمن بطاقة إهداء



بطاقة رسمت عليها مشاهد من قصة



طبيعة مدينة "سبأ" من مخيلة الأطفال

بطاقة لوالدي



بطاقات مستوحاة من قصة الهدد

بطاقة لوالدي



منتجات تابعة معززة لقيمة "الصدق" ومذكرة للطفل بأحداث القصة عبر ذات القيمة

ففي هذا المستوى تُشتق تصاميم من وحي السرد القصصي للقصة وهو مماثل لما نطالعه في والت دزني عندما يتم إشتقاق صور من مشاهد الفيلم مثل:

1- مولان

2- الأسد الملك

3- بوكاهونتس



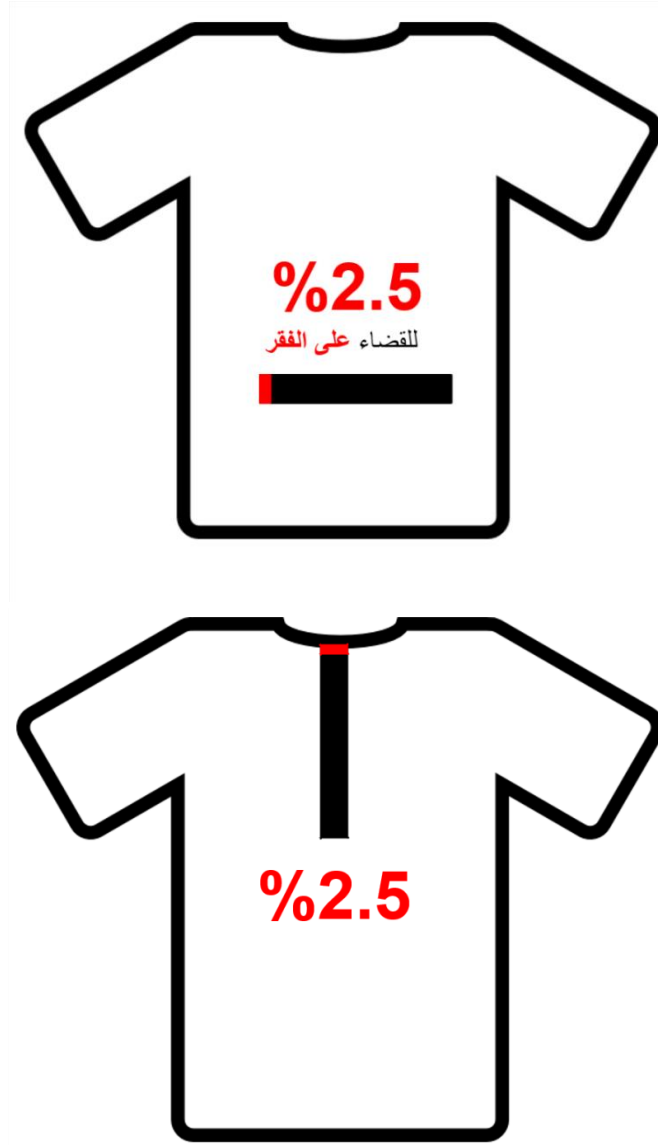


أما المستوى الثاني في عملية تحويل القيمة إلى منتجات فإن ذلك يعتمد على "التصميم"، من خلال تحويل مقصد "القيمة" المروج لها إلى تعابير، فليس ثمة ما تم سرده من قصة في المخيلة كي يتم نقلها رسماً ، بل يكون الاعتماد هنا على التخيل والتجريد من أجل التعبير عن القيمة .

كأن يتم التعبير من خلال تصاميم تعزز قيمة ما في مثل الدعوة للقضاء على الفقر عبر دفع الزكاة مفعّلين بذلك قيمة "العطاء"، ولكن هذه المرة عبر رسومات تجريدية وهو ما يصعب إنجازها من قبل الطلبة أن كانوا في مرحلة الطفولة، غير أنه ممكن حال كونهم يافعين ، لذا نحن عبرنا هنا عن دفع قيمة الزكاة وهي 2.5 % ، كما عبرنا عنها من خلال شريط أسود ينتهي بشريط أحمر يعبر عن تلك النسبة والتناسب.

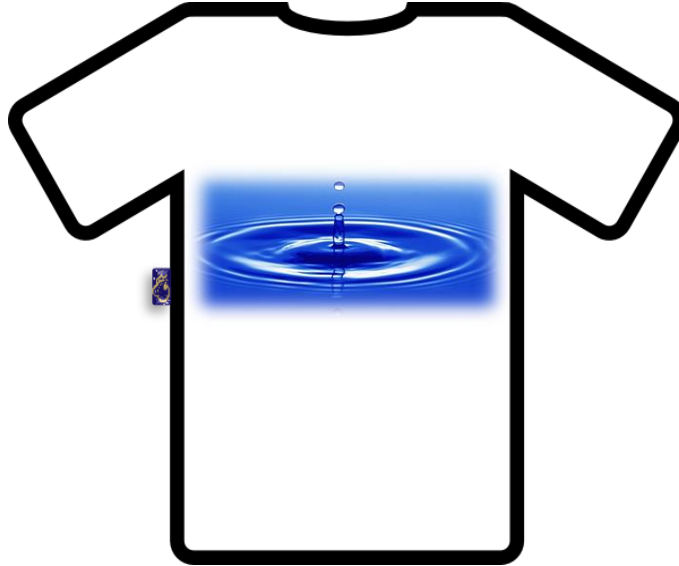
قيمة العطاء





فعندما تتشكل رغبة الطالب في احتساء ما يفضله من مشروبات فهو يشربها عبر كوب كهذا
متجرعا مع كل جرعة تلك القيمة كي يتم برمجتها عبر حاسة المذاق

قيمة العطاء



تصميم آخر معبر عن نسبة ما يدفع من زكاة مقارنة بما تمتلكه من مال

نقف عند هذا الحد في استعراض المادة، للمزيد تواصل مع المؤلف عبر البريد التالي:

Zumord123@gmail.com

Forming concepts

صيد المفهوم والقيم

2013



د. زهير منصور المزيدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

zumord123@gmail.com

Kuwait

مقدمة :

طيلة الثلاثون عاما الماضية كنت كإعلامي أتعامل مع الصناعات الاعلامية والتسويقية من خلال ما إنطوت عليه من أشكال ، فأشكالها أسره ، ولديها قدرة علي الابهار إن أحسن الاعلامي إستغلالها بشكل علمي صحيح ، فهي لديها قدرة علي برمجة وإعادة برمجة العقول ، قدرة علي إحلال صور محل صور مسبقة البرمجة ، وقدرة علي إضفاء معان غير مسبوقه ، وقدرة مع الاسف علي تزيين الباطل وتقبيح الحق ، تلك وسائل الاعلام والاعلان وبرامج التسويق والعلاقات العامة يمكنك ويحق لك أن تتهمها تاره وأن تثني علي أدائها تارة أخرى ، فهي لا تعدو أن تكون أدوات ووسائل ، والعتب دوما أو الاطراء أيضا يكون علي من يصيغون مضامينها وكذا المديرون لها ، فهم من خصهم سبحانه بالآية "ن والقلم وما يسطرون " لانها أمانة ومسؤولية ، ونحن في هذه الصناعة بعون الله أدركنا أسرار التعامل معها ، فأدركنا السبل العلمية في تعظيم أثرها علي السلوك الانساني تارة أو في نفوذ ما في الجيوب تارة أخرى ، من خلال ما نبيع سواء من أفكار أو سلع أو خدمات ، فهي ليست مجرد وسائل يتواصل الناس من خلالها مع بعضهم البعض وإنما هي تكون كذلك فقط وإذا فقط تم برمجتها وفق أسس علمية ، ومن ضمن الاسس العلمية هذه هو تعاطيها مع المفاهيم ، وقد دأبت حين أقدم دوراتي التدريبية ، في التأكيد علي أهمية البنية التحتية في برمجة الوسيلة الاتصالية من خلال عدم إغفال عنصر "المفهوم" غير أنني وجدت أن المتدربون يميلون في التعامل مع الوسائل الاعلامية من خلال "الشكل" متغافلين أو غير مدركين ما لبنية "المفهوم" من أثر ، ما جعلني ألقت لتخصيص مبحث متكامل حول هذا العنصر ، ما جعلني وبعد أن رست سفني علي اليابسة أدرك من أن جميع الموانئ التي إستهدفتها أفكارى وما إطلعت عليه من أبحاث جامعية أو السياحة التي أغنت مداركي فيما بين القرائتين ، قراءة ما يحيط بي من واقع وقراءة ما إنطوى عليه القرآن الكريم من أسرار ، أدركت بأن هذا الكون كله تكاد أن تكون بنيته التحتية ، بنيته اللامرئية تعتمد حصرا علي "المفاهيم" ولا شئى سواها ، فما هو "المفهوم" وما أهمية أن ندرك أهميته بالنسبة لنا ، وما درجة أهميته في تفعيل التواصل مع شرائحنا المستهدفة ، وكيف يمكن تشكيله وبناءه ، وكيف يمكن التعامل معه ؟

ترددت في بادئ الامر أن أخصص "للمفهوم" مبحثا ، غير أن التجربة التي خضتها مع مدرسة (إهرام جي زاده) التركية في إستانبول ، جعلتني أعيد النظر ، فما كنت أتصور أن يتفاعل معي الطلبة بالشكل الكبير والذي أكد لي فهمهم وإستيعابهم للمادة ، ما جعلني محملا بأمانة تخصيص مبحث أستعرض فيه ما أدركته حيال ذلك ، وهذا ما سوف نستعرضه معا في هذا المبحث والله نسأل التوفيق .

تعريف المفهوم

تعريف المفهوم لغة:

مأخوذ من الفهم، وهو معرفة الشيء بالقلب، يقال: فَهَمْتُ الشيء أى: عَقَلْتُهُ وَعَرَفْتُهُ، وَفَهَمْتُ فلانًا وأفهمته، ورجل فَهِيم: سريع الفهم، وَتَفَهَّمْتُ المعنى: إذا تَكَلَّفْتُ فهمه.

ويقال: فَهْمُهُ فَهْمًا وَفَهَمًا وَفَهَامَةً: علمه، الأخيرة عن سيبويه.

والمفهوم: اسم مفعول، وهو ما يفهم ويستفاد من اللفظ. هذا هو معناه لغة كما ورد في معاجم اللغة العربية.

تعريف المفهوم اصطلاحًا:

يطلق ويراد به عند المناطق: الصورة الذهنية، سواء وضع بإزائها الألفاظ أو لا، كما أن المعنى هو الصورة الذهنية، من حيث وُضِعَ بإزائها الألفاظ.

قبل أن نتناول عملية التعرف علي "المفهوم" لا بد أن نقف عندك «أنت أيها الباحث عن الحقيقة» ادراك «المفاهيم» فصاحبه يجب أن يتمتع بما يلي:

- a. جوارح قادرة علي الالتقاط ...
- b. درجة مرهفة في التقاط الحواس
- c. ثقافة عامة ، موسوعية ما أمكن ، شئى من كل شئى
- i. صاحب رساله
- d. قادر علي ايجاد ما يشكل علاقات فيما بين الاشياء والاحداث من حوله

والقاعدة في النظر الي الاشياء من حولنا تنطلق من :

- a. تفصيل ما نطالعه الي أجزاء (حال كان المشهد ثابت)
- b. ننظر الي ما قبل المشهد وما بعد المشهد (حال كان المشهد متحرك) .
- c. سياق « العنصر المشاهد» ضمن العناصر العامة في المشهد ...من حيث «اللون ، التكوين ، التصميم ، الوظيفة ، المضمون ، معزز لمعنى ، الحجم ، الماهية ...»

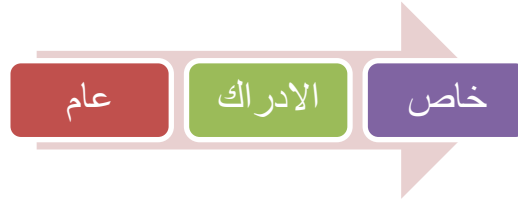
d . هل من الممكن استكشاف العلاقات فيما بين المواد المختلفة التي ندرسها ؟
رياضيات و علوم وعربي
هندسة و شعر
موسيقى و العاب ؟

ونسأل هل الكون من حولنا مفعم بالمفاهيم ؟
عدد لي بعضها ؟
مفاهيم قرآنية :

(ومن يتق الله يجعل له مخرجا) ، هل هذا المفهوم ينطبق علي نماذج حياتية اخري ؟
مثال «تجنب العوائق يؤدي الي الوصول الي الاهداف بشكل امن وسليم وباقل التضحيات»

مثال: تطبيقات لمفهوم «الصبر» الحياتية ، هل الصواعد والهوابط نموذج عملي
للصبر ، هل بوغيفيتش واوردوغان وماندبلا نماذج عن ممارسة الصبر ؟

هي ثلاث مراحل



1- مرحلة المعلومات المنثورة من حولنا

2- مرحلة (الادراك) لهذه المعلومات من خلال التعرف علي مقاصدها

3- مرحلة التعرف علي (المفهوم)

1- فالعام يتشكل من تلك المعارف علي تنوعها من حولنا ، يغرف منها الصغير والكبير ، وهي ما يوضع في الموسوعات المعرفية .

2- الادراك : وهو ما يستوجب التحليل والتأمل والربط واعادة التشكيل من اجل ادراك الرسالة المرسله ، فهي تحتاج الي جهد عقلي واستخراج مخزون العقل من (المعارف + الخبرات)

3- الخاص: هو أن تدرك ما ينطوي عليه الخلق من حولنا من معادلات واسرار ومفاهيم ، وهي معرفة خاصة لا تتاح لجميع البشر ، يدركها «العلماء» لذا «انما يخشي الله من عباده العلماء»

لما أدركوا تلك المفاهيم ، فمنهم من يستسلم فيؤمن ومنهم من يكابر فتكون عليهم تره وشهادة عليهم لا لهم .

تعريف المفهوم المفكرون

يذكر معتز عمر (18) بأنه مجموعة من الأشياء ، أو الحوادث ، أو الرموز تجمع على أساس خصائصها المشتركة العامة ، التي يمكن أن يشار إليها باسم ، أو رمز خاص . وعرفه البعض : بأنه تصور عقلي عام مادي ، أو مجرد لموقف أو حادثة أو شيء ما . تعريف المفهوم المادي : هو تصور لأشياء يمكن إدراكها عن طريق الحواس . تعريف المفهوم المجرد : هو فكرة ، أو مجموعة أفكار يكتسبها الفرد على شكل رموز ، أو تعميمات لتجريدات معينة .

تشكيل المفهوم

يبنى المفهوم عادة من تصورات تحصل من خلال الحواس الخمس ، ومن الذكريات والتخيلات ، ومن نتاج الفكر الخيالي . وهذا يعني أن الطفل قبل أن يبدأ في تشكيل المفهوم ، لا بد وأن يتعامل مع المدركات الحسية الخاصة بذلك المفهوم . فكلما / تفاحة ، بحر ، سيارة ، ... إلخ مفاهيم تتكون لدى الطفل نتيجة لمدلولات حسية ، وتستخدم الرموز ، أو الكلمات للإشارة إليها . الرمز ، أو الكلمة ليس المفهوم ذاته ، ولكن المفهوم هو مضمون هذه الكلمة ، ودلالة هذا الرمز في ذهن الممتعلم .

مثال : كلمة " طاولة " ليست مفهوما ، وإنما هي اسم لهذا المفهوم ، وإن الصور الذهنية التي تتكون من خصائص الطاولات جميعا هي " المفهوم " ، أو مضمون الكلمة .

ويذكر الدكتور / مسعد محمد زياد(19)

أما إذا كان تعلمه على أساس تعلم المفهوم ، فيتعامل معه من خلال إدراكه لصفة ، أو مجموعة من الصفات المشتركة على اعتبار أنها أمثلة خاصة لمفهوم معين ، فيستجيب لها استجابة واحدة ، بإعطاء اسم الصنف ، أو المفهوم .

ثم يسأل د.مسعد ، كيف يتعلم الفرد المفهوم ؟

ويجب ليقول ، نعرض مثالا محددا على مفهوم اللون الأحمر ، كأن نعرض مثلا حبة طماطم .

ثم نطلب من الطفل أن يستجيب لفظا بالقول (أحمر) لدى رؤيته لحبة الطماطم المعروضة ، ونكرر هذه المحاولة مرات عدة حتى يكتسب الطفل الكلمة أي " اسم المفهوم أحمر " . فإذا تمكن الطفل من نطق كلمة (أحمر) بشكل صحيح ، فهل يعد هذا مؤشرا كافيا على تعلمه لمفهوم (أحمر) ؟ بالطبع لا ، لأن استجابة الطفل في هذه الحالة ربما تكون لصفة أخرى في حبة الطماطم غير صفة الاحمرار المميزة للمفهوم ، لذلك لا بد من عرض مجموعة أخرى من الأمثلة على المفهوم . مثل : بلح ،

تفاح ، قلم أحمر ، ورقة حمراء ، توت أحمر ، فراولة ... إلخ .

نطلب من الطفل الاستجابة بكلمة (أحمر) لمثل هذه الأشياء . غير أن هذا ليس دليلاً قاطعاً على تعلم الطفل للمفهوم بمجرد تمكنه من هذه الاستجابة ، لأن استجابة الطفل لمثل هذه المثيرات قد تكون على أساس الارتباط اللفظي بين المثير والاستجابة .

دور الخبرة في تشكيل المفاهيم (18)

يعتبر تشكيل المفهوم انطباعاً ، أو تصوراً شخصياً يختلف باختلاف الأفراد أنفسهم ، واختلاف خبراتهم فيه . ومع ذلك يمكن أن يتشابه معنى المفهوم الواحد لدى الأفراد المختلفين ، عندما تتشابه الخبرات التي يمرون بها .

المراحل الأساسية لتشكيل المفهوم

- 1 - المرحلة العملية : وتعرف بمرحلة العمل الحسي ، وفيها يتكون " الفعل " ، وهو طريق الطفل لفهم البيئة ، من خلال التفاعل المباشر مع الأشياء .
- 2 - المرحلة الصورية : هي المرحلة التي ينقل فيها الطفل معلوماته ، أو يمثلها عن طرق الصور الخيالية .

في هذه المرحلة يشكل الأطفال المفاهيم للأشياء بالتخيل ، وتكوين صور ذهنية لها .

- 3 - المرحلة الرمزية : هي المرحلة التي يصل فيها الطفل إلى مرحلة التجريد ، واستخدام الرموز ، حيث يحل الرمز محل الأفعال الحركية . وتسمى هذه المرحلة بعملية تركيز الخبرة المكتسبة ، وتكثيفها في رموز رياضية ، أو جمل ذات دلالات معنوية .

نمو المفاهيم وتطورها :

لا تنشأ المفاهيم فجأة بصورة كاملة الواضحة ، ولا تنتهي لدى الفرد عند حد معين ، ولكنها تنمو وتتطور طوال الوقت .

* كلما زادت خبرة الفرد عن المفهوم بتعرفه على أمثلة إضافية له ، كلما تكشف لديه المزيد من الخصائص عنه ، وتعرف على العلاقات التي تربطه بمفاهيم أخرى .

* مما يلاحظ على نمو المفاهيم وتطورها ، أنها لا تنمو وتتطور بمعدل واحد ، وإنما تختلف في درجة نموها وتطورها باختلاف المفهوم نفسه .

* المفاهيم المادية تنمو وتتطور بدرجة أسرع من المفاهيم المجردة . يرجع السبب إلى استخدام الخبرات المباشرة ، والأمثلة الحسية في تشكيل المفاهيم المادية ، في حين تتشكل المفاهيم المجردة بالاعتماد على الخبرات البديلة ، والأمثلة الرمزية .

طبيعة تعلم المفهوم :

* هو قدرة الفرد على إعطاء استجابة واحدة لمجموعة من المثيرات التي تشترك معا بخصائص متشابهة .

وهو نشاط عقلي تصنيفي يتضمن عمليتين أساسيتين هما : التمييز ، والتعميم .

* يرى البعض : أن تعلم المفهوم يتضمن أي نشاط يؤدي إلى تصنيف حوادث ، أو مثيرات متباينة

جزئيا في صنف واحد ، وأن قدرة المتعلم على تصنيف هذه المثيرات بطريقة منسقة ، دليل على تعلمه للمفهوم .

* يتم تعلم المفهوم وفق قاعدة معرفية ، أو عقلية يستخدمها الفرد في تحديد صفة معينة ، أو أكثر للإشارة من خلالها إلى أمثلة المفهوم .

لذلك فالمثال ليس مفهوما ، وإنما هو حالة خاصة يتضمن الصفة والصفات المميزة للمفهوم . وكي نزيد الامر إيضاحا

فلكي تتأكد(19) من إتقان الطفل للمفهوم لا بد من اتباع إجراءات إضافية هي :

1 - عرض مثيرات جديدة تحمل صفات المفهوم ، وتعتبر أمثلة عليه .

2 - عرض مثيرات أخرى لا تحمل صفات المفهوم ، وتعتبر لا أمثلة عليه .

فإذا تمكن المتعلم من تصنيف هذه المثيرات باختيار الأمثلة ووضعها في الصنف ، واستثناء اللأمثلة من الصنف ، عندها يتم التأكد من إتقان المتعلم للمفهوم .

صفات المفهوم وقواعده

لكي نميز المفهوم لا بد أن يتضمن ظاهرتين أساسيين هما : -

1 - الصفات : ويقصد بها المظاهر الأساس ، أو الخصائص المميزة ذات العلاقة بالمفهوم ، والتي على أساسها يتم تمييز أمثلة المفهوم ووضعها في الصنف . يلاحظ اختلاف المفاهيم من حيث عدد الصفات .

(مفهوم له صفة واحدة : كالدائرة . لأنها تتضمن صفة الاستدارة فقط) .

2 - القواعد : يقصد بها الطرق المختلفة التي تنتظم بواسطتها صفات المفهوم المميزة .

يلاحظ أن الصفات المميزة لمفهوم (ما) قد تنتظم وفق قاعدة معينة . كالصفات المميزة لمفهوم (المربع) ، وهي : الشكل البسيط ، والانغلاق ، والأضلاع الأربعة المتساوية ، والزوايا الأربع المتساوية . وفق قاعد تجميعية .

بينما قد تنتظم الصفات المميزة لمفهوم آخر وفق قاعدة انفصالية ، أو غير اقترانية . كالقاعدة التي تشير إلى النمط (إما / أو) مثال ذلك : مفهوم الكائن الحي الذي يشير إما إلى إنسان ، أو حيوان أ أو نبات .

ماهية المفهوم (20) :

منذ أن وجدَ الإنسان على الأرض وهو يحاول فهم هذا العالم من خلال تعامله مع الأشياء والمدرجات الحسية العديدة ومروره بالخبرات والمواقف المختلفة وفي محاولته هذه كان يلجأ دائماً الى عقد المقارنات بين الأشياء التي يتعامل معها والخبرات والمواقف التي يمرُّ بها لايجاد اوجه الاختلاف واوجه الشبه بينها ، ثم يقوم بتصنيفها الى فئات او اصنافٍ بناءً على خصائصها المشتركة ، لكي تكون اكثرَ فهماً بالنسبة له ، واكثرَ قابلية للتطبيق في المواقف الأخرى الجديدة. وبعملية التصنيف هذه تمكن الإنسان من اختصار العديد من الجزئيات والأشياء ، واصبح بمقدوره أن يستجيب لمجموعة من الأشياء المتشابهة وغير المتطابقة باستجابة واحدة هي مفهومه عنها ، ومع نمو الانسان ومروره بمزيد من المعارف والخبرات ، وازدياد قدرته على التفكير المجرد ، فقد نمّت مفاهيمه وتوسعت ، ولم يعد يتعامل مع الأشياء او المدرجات الحسية فحسب وانما انتقل الى التعامل مع المجردات والتعميمات المعقدة ، وهكذا نشأت المفاهيم لدى الانسان ثم تطورت وانتسعت) .

وتختلف (21) تعريفات المفهوم تبعاً للنظرة الخاصة بكل علمٍ او مجال من مجالات التفكير الانساني ، فكل علم ينظر الى المفهوم من زاوية خاصة . فالمفهوم عند المناطقة يشير الى السمات والخصائص الجوهرية التي تميز الأشياء او الأحداث او الأسماء عن بعضها البعض وترسم صورة ذهنية لمنطوق الشيء ذاته. أما معنى المفهوم في العلوم النفسية فانه يشير الى مجموعة السمات او الدلالات التي تستند عليها القوى الادراكية عند سماع منطوق كلمة ما لتجميع صورة ذهنية لهذه الكلمة لتمييزها عن غيرها من الأشياء. إن التعريفات المنطقية تقوم على أساس البحث عن الصفات او السمات الجوهرية التي تميز هذه المفاهيم عن غيرها من مجموعة الأشياء او الأشخاص او الرموز الداخلة معها في الجنس. في حين إن التعريفات النفسية تقوم على اساس البحث عن صورة ذهنية يكونها الفرد عن الأشياء او الأشخاص او الرموز الداخلة معها في الجنس .

وفي الاصطلاح:

- تعريف قلادة " المفاهيم أنظمة معقدة من الافكار الاكثر تجريداً والتي يمكن بناؤها فقط من خبرات متعاقبة في مختلف المجالات . (قلادة ، 1979 ، ص245)
- تعريف القاسمي : " تمثيلٌ فكريٌّ لشيء ما (محسوس او مجرد) او لصف من الأشياء لها صفات مشتركة ويعبر عنه بمصطلح او برمزٍ (. القاسمي ، 1985 ، ص213)
- تعريف زيتون : " مصطلحٌ يتضمنُ مجموعةً من الافكار التي تم تعميقُها من مناسبات او ملاحظات او مواقف معينة (. زيتون ، 1986 ، ص86)
- تعريف سعادة واليوسف : " مجموعةً من الأشياء او الأشخاص او الحوادث او العمليات ، التي يمكن جمعها معاً على اساس صفةٍ مشتركةٍ او اكثرٍ والتي يمكن أن يشار اليها باسمٍ او رمزٍ معين " (سعادة واليوسف ، 1988 ، ص61)

- تعريف الازيرجاوي : " فئة من المثيرات بينها خصائص مشتركة وهذه المثيرات قد تكون اشياءً او احداثاً او اشخاصاً او غير ذلك ". (الازيرجاوي، 1991، ص299)
- تعريف ميرل وتينسون : " عبارة عن زمرة من الأشياء او الرموز او الحوادث جُمعت بعضها الى بعض على اساس خصائص مشتركة يشار إليها باسم او رمز معين) . ميرل وتينسون ، 1992، ص7)
- تعريف حافظ " هو المعنى المجرد أو المدرك الكلي ، اي الماهية المجردة عن المادة الشخصية وعن الأغراض اللازمة للمادة ". (حافظ ، 2002 ، ص146)

وحدد (سعادة يوسف) بأنها تشير الى الطرق المختلفة التي تنظم بوساطتها صفاته المميزه . وبناءً على ذلك نستطيع أن نبسط المفهوم بأنه مكون من عنصرين إثنين هما (إدراك دائرة التشابه + إخضاع هذا التشابه الي ما يشكل قاعدة) ، أي (التشابه + القاعدة = المفهوم) ويذكر قاموس اكسفورد :

rule القاعدة :

a law or principle that operates within a particular sphere of knowledge, describing or prescribing what is possible or allowable:
the rules of grammar

هو قانون أو مبدئ يحتكم اليه ضمن أجواء الحالة المعرفية محل البحث ، تشرح ما هو ممكن أو مقبول ، مثال ذلك "قواعد اللغة" .

وحيث أننا إستعرضنا عنصر التشابه ضمن معادلة المفهوم (ادراك دائرة التشابه + تحديد القاعدة = المفهوم) نستعرض فيما يلي تعريف "القاعدة" ،

يذكر د.أحمد بن محمد عزب أن القاعدة في اللغة الأساس، وجمعها قواعد، وهي أسس الشيء وأصوله، سواء كان حسيّاً كقواعد البيت، أو معنوياً كقواعد الدين أي دعائمه، وقد جاء هذا اللفظ في القرآن الكريم، قال تعالى: ((وإذ يرفع إبراهيم القواعد من البيت وإسماعيل))، وقوله تعالى: (فأتى الله بنيانهم من القواعد)) فمعنى القاعدة في الآيتين الأساس وهو ما يرفع عليه البنيان، فكل ما يبنى عليه غيره يسمى قاعدة.

- القاعدة اصطلاحاً: قضية كلية منطبقة على جميع جزئياتها.

- القاعدة الفقهية اصطلاحاً: اختلف الفقهاء في تعريف القاعدة الفقهية، والسبب في اختلافهم هو : هل تعتبر القواعد كلية أو أمراً كلياً؟ لأن الكلية هي الحكم على جميع الأفراد فرداً فرداً أي الحكم على كل جزء من أجزاء القاعدة فلا يخرج عن القاعدة أدنى شيء، أما الكلي فهو الحكم على المجموع أو الحكم الأغلب فيخرج عن القاعدة بعض الأمور، وهذا هو الصحيح لأن بعض الجزئيات قد تنشذ وتخرج عن القاعدة ، لأن هذه القواعد في أغلبها جاءت عن طريق التتبع

والاستقراء.

وقد عرّف المتأخرون القاعدة الفقهية أنها : حكم أغلبي يتعرف منه حكم الجزئيات الفقهية مباشرة.

ومن القواعد الفقهية :

وقاعدة "من استعجل شيئا قبل أوانه عوقب بحرمانه" من أهم قواعد الشريعة الإسلامية المتعلقة بالسياسية الشرعية في سد الذرائع، وقمع الفساد، ومراعاة مقاصد الشريعة.

خصائص المفهوم:

تتميز المفاهيم (21) عن الحقائق العلمية او القوانين بمجموعة من الخصائص ، وللمفاهيم صفاتها التي من خلالها يمكن ان نطلق على شيء ما (مفهوم) دون سواه .
وقد تختلف خصائص المفهوم من حيث عددها او صلتها بالمفهوم وقدرتها على التمييز فقد تكون خاصة واحدة او اكثر من خاصة ، وقد تكون بعض الخصائص متصلة بالمفهوم وبعضها غير ذي صلة به ، وبعضها يساعد على تمييز المفهوم عن غيره بدرجة كبيرة عن البعض الاخر.(جابر ، 1977 ، ص319)

ومن الضروري عند التطرق الى خصائص المفهوم تبيان الفرق بين خصائص المفهوم و خصائص الحقيقة ، فقد ميز (جراح وجاسم) بين المفهوم والحقيقة بالخصائص الثلاث الآتية:
1- التمييز : اي ان المفهوم عبارة عن تصنيف الأشياء او المواقف ويتم التمييز بينها وفقا لعناصر مشتركة . وبذلك يكون المفهوم اكثر امكانية في تلخيص المعارف والخبرات الانسانية.
2- التعميم : فالمفهوم لا ينطبق على شيء او موقف واحد كما هو الحال في الحقيقة ، بل ينطبق على مجموعة من الأشياء والمواقف وبذلك فهو اكثر شمولية من الحقيقة.
3- الرمزية : فالمفهوم يرمز فقط لخاصية او مجموعة من الخصائص المجردة ولذلك فهو اكثر تجريدا من الحقيقة .(سعادة واليوسف ، 1988 ، ص60)
و تتميز المفاهيم عن الحقائق بعدد آخر من الخصائص منها:

- 1- إنها قليلة العدد نسبيا اذا ما قورنت بالحقائق اذ يحتوي العلم على عدد من المفاهيم اقل من الحقائق العلمية.
- 2- ان المفاهيم اكثر ثباتا من الحقائق ، فالحقائق قابلة للتعديل والتغيير ، والمفاهيم وان كانت كذلك الا ان سرعة تغيرها اقل نسبيا من الحقائق .
- 3- ان المفاهيم تساعد على ربط الكثير من الحقائق ببعضها ببعض لذلك فهي يمكن ان تستخدم في توفير علاقة بين الحقائق المختلفة وجعلها مترابطة بصورة يسهل تعلمها.
- 4- انها اكثر استخداما من الحقائق . فالمفاهيم يمكن استخدامها كثيرا في تفسير الظواهر وفي مواجهة بعض المواقف التعليمية ولذلك فانها تكون اسهل تذكر من الحقائق ولا تنسى سريعا. (نادر واخرون ، 1991 ، ص19-20)

إن معظم الصفات والخصائص ذات مدى واسع من القيمة ، فصفة الحجم تتراوح من الدقيق الى الضخم وصفة الوزن تتراوح من الخفيف الى الثقيل وتختلف في عدد صفاتها او خصائصها ، فالمفاهيم المعقدة ذات خصائص ومميزات اكثر من الأخرى البسيطة ، فصفات الكرة قليلة ولكن صفات وخصائص الديمقراطية عديدة ومعقدة وهناك بعض الصفات و الخصائص تلاحظ وتدرک بسهولة وسرعة اكثر من الأخرى (. البغدادی ، 1979 ، ص63)

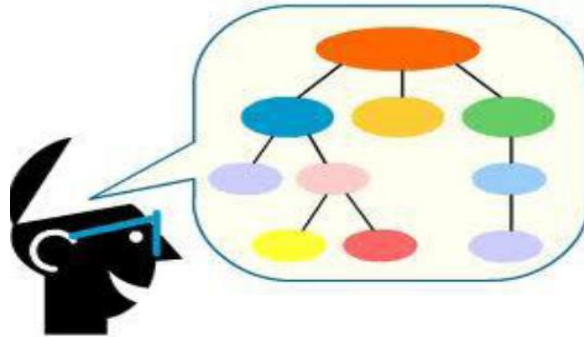
ان اهم ما يميز المفهوم تضمنه لظاهر تين اساسيتين هما ،الصفات والقواعد ، اما الصفات فيقصد بها المظاهر الأساسية او الخصائص المميزة attributes ذات العلاقة بالمفهوم والتي على اساسها يتم تمييز امثلة المفهوم ووضعها في الصف ، واما قواعد المفهوم فتشير الى الطرق المختلفة التي تنتظم بوساطتها صفاته المميزة .وقد تنتظم الصفات المميزة في مفهوم ما وفق قاعدة معينة في حين تنتظم الصفات المميزة لمفهوم آخر وفق قاعدة أخرى . (سعادة واليوسف ، 1988 ، ص77)

صيد المفهوم:

إن علماء التاريخ يحاولون مجتهدين ان يستخلصوا ما يشكل معادلات خاصة بقيام وأفول الامم ، والامر يصدق كذلك علي علماء الاجتماع في التعرف علي أسرار انتشار ظواهر مجتمعية سواء كانت سالبة أو ايجابية ، أما علماء العلوم البحتة ، فقد سبقونا فتعرفوا علي قوانين الطفو والجاذبية والعجلة وعلاقة السرعة بالزمن ، وطبقوها في حساباتهم علي الفلك واطلاق الاقمار الصناعية وفي تأمين التواصل عبر شبكات الانترنت والهاتف المحمول فاخترلوا الزمن .

وهناك أدوات مثل ما أشرنا سابقا ، تعين على إستخلاص المفاهيم منها ما يدعي بالخرائط الذهنية ، فللخرائط الذهنية دورا مساعدا وشاحذا يسهم في عملية التوصل الي إدراك "المفاهيم" ، فيما يلي نستعرض لآلية بناء الخريطة الذهنية حيث أنها مكونة من خمس مراحل ، كي نبين فيما بعد لانواع من الخرائط الذهنية ،

خارطة المفاهيم



مراحل البناء

- 1- مرحلة العصف الذهني : اعتمادا علي ما تم تخزينه في عقلك ، ومذكراتك الخاصة ومنهجك التعليمي ، تحدد من خلالها الحقائق والافكار والضوابط ذات العلاقة بالموضوع ، وقد تصل الي نحو 50 عنصرا ذات علاقة بالموضوع .«تجنب الشرح هنا أو الاستفسار »
- 2- مرحلة الترتيب والتنظيم : كون ما يشكل مجاميع ومجاميع تابعه ، إبدأ بما تعتقد أنه يشكل أولوية
- 3- مرحلة الرسم : اعمد الي ورقه كبيرة وارسم فيها ما يشكل قناعتك ضمن تلك الروابط والعلاقات ، فقد تظهر في شكل هيكلية أو دائري أو شجري أو خطي ،
- 4- مرحلة تجسير الروابط : إستخدم الخطوط والاسهم لتبيان العلاقة واتجاهها ...بين نوع العلاقة بكلمة علي الخط المرسوم .
- 5- المرحلة النهائية : كن مبدعا في استخدام الالوان والصور ان احببت لتبسيط ما آل اليه المفهوم ، وإمنح خريطتك عنوانا

الخريطة الذهنية تمثل(22):

1. تمثل أو ترمز لعلاقات ذات معني
 2. تمثل تعزيز لفهم الطالب عما تضمنته المعلومة من مفهوم
 3. إنه تعزز تفعيل المعلومه
 4. تزاوج المعلومات القديمة بالمستحدثة
 5. تسهل عملية التعلم
 6. تنظيم للمعارف والمعرفه
 7. أداة في البحث العلمي
 8. إستراتيجية لتخطيط المنهج التعليمي
 9. قدرة أن تري الآخرين ما تفكر به!
- كما أن خريطة المفاهيم تعتبر أداة جيدة لتصويب misconceptions المفاهيم الخاطئة لدي الطلبة .

فهي تطور قدرات التلاميذ في :

- 1- قدرة ملاحظة ما هو منطقي من خلال المشاهدات المحيطة
- 2- قدرة التوفيق واستخراج ما يشكل تكاملا للمعلومات والافكار .

3- قدرة تعلم مقصود «المفهوم» والنظريات في الموضوع محل البحث .

4- وهي تعزز المعلومات وتبسطها مع كل مادة دراسية (العلوم – الرياضيات – الفنون – التاريخ - ...)

مثال لخريطة ذهنية خاصة بالدورة الدموية :

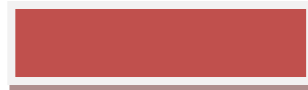
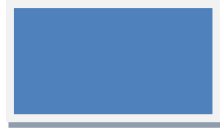


تعليم المفهوم:

إن المفاهيم هي فئات من المحفزات التي لديها سمات مشتركة معينة ونموذج الاشكال الهندسية فيما يلي جميعها أعضاء ضمن فئة مفهوم الشكل الرباعي .

فصفااتها المشتركة هي :

- 4 أضلاع
- الاضلاع متوازية
- الاضلاع متصلة في نهاياتها
- 4 زوايا



وحقيقه أن لكل منها لون مختلف ومقاس مختلف ليس له علاقة ولا صلة بالموضوع ، فاللون ، والمقاس ، والشكل لا دخل لها في وصف المفوم الخاص بالشكل الرباعي .

إذا كان الحافز هو عضو في فئة مفهوم محدد، ويشار إليه بأنه « محفز إيجابي » علي سبيل المثال و إذا لم يكن عضوا فيها، يشار إليه باسم «عنصر سلبي». وهذه هي كل الحالات السلبية لمفهوم المستطيل:



لكل مفهوم مركبين إثنيين :

سمات: وهي الملامح من الحوافز التي يجب على المرء أن يبحث عنها لتقرر إذا كان هذا الحافز هو المثال الإيجابي للمفهوم .

وهناك قاعدة: وهو بمثابة البيان الذي يحدد الصفات التي يجب أن تكون موجودة أو غير موجودة لحافز ما للتأهل كمثيل الإيجابية لهذا المفهوم.

للمستطيل ، فسماتها تكون الميزات الأربع التي نوقشت في وقت سابق، والقاعدة تكون أن كل السمات يجب أن تكون موجودة.

ومن أجل فهم أعمق لاستخدام هذه الاداة لا بد من أن نعرف ما يلي (24) :

1- التبويب Categorization

جاء في تعريف "التبويب" :

التبويب أو التقسيم الفئوي أو التقسيم التصنيفي Categorization هو عملية تمييز وفهم وتفریق الأفكار أو الأغراض أو البيانات حسب خواصها أو صفاتها. تتضمن عملية التبويب تقسيم الأغراض إلى تصنيفات categories أو تبويبات، لغرض معين ما. عادة ما تبرز التبويب أو التصنيف علاقة بين الفاعل والمفعول به ضمن عملية المعرفة. عملية التبويب التصنيفية أساسية في اللغة، التنبؤ والاستدلال، وحتى صناعة القرار decision making وجميع أنواع لتفاعلات مع البيئة.

2- "استدلال":

الاستدلال Inference هو عملية استخراج جواب أو نتيجة بناء على معلومات معروفة مسبقا فقط، وقد تكون صحيحة أو خاطئة.

يتم الاستدلال بطريقتين : إما استنتاجية deduction أو استقرائية Induction وتتم دراسة هذه العملية في العديد من الفروع العلمية :

الاستدلال الإنساني (أي كيف يقوم الإنسان بالاستدلال واستخراج الاستنتاجات) وهو ما يدرس في علم النفس الإدراكي.

المنطق يدرس قوانين الاستدلال الصحيح.

علماء الإحصاء يقومون بتطوير الطرق الشكلية للاستدلال بناء على البيانات الكمية.

باحثو الذكاء الاصطناعي يحاولون تطوير أنظمة استدلال آلية (ذكية

3- التجريد :

التجريد هو عملية اختصار واختزال محتوى المعلومات للمصطلح لغاية الحفاظ فقط على المعلومات ذات العلاقة بغاية معينة purpose.

مصطلح التجريد يشير إلى عملية عقلية التي من خلالها يتم استبدال مجموعة من الأشياء بشكل ذات مفهوم عام يوصف الأشياء وفقا لخصائصها المشتركة. على سبيل المثال: يمكنك الحصول على مفهوم عام للسيارات على أساس الخصائص المشتركة لجميع السيارات (لديهم أربع عجلات، وعجلة قيادة... إلخ).

هل عالم المفاهيم موجود واقعا

بعض العلماء يؤكد بأنه موجود، فما اللغة التي نحبها الا نوع مركب من القواعد والتبويبات ما يعزز وجود مفهوم معين لها ، وما عمليتي التفاضل والتكامل في الرياضيات الا تعبير عن منظومة برمجت عليها الاشياء من حولنا .

ديبونو والدماغ

يذكر د. إدوارد ديبونو في أحد مؤلفاته التي بلغت الستون مؤلفا في مجال التفكير ، أن أساليب التفكير قابلة للتعلم وهي عملية قابلة للتدريب عليها ، وقال أنه لا توجد ثمت حقائق مطلقة ، بل هي علي الدوام احتمالات ، إن ما يحصل في الدماغ من تعاطي لتلك المعلومات هو ما يجعلك تشعر بالسعادة أو يجعلك محل إستثارة ، إنها الكيفية التي من خلالها ستعبر عما يخالجك من

مشاعر، هو ما يجعلك تشعر بتلك الاستثارات ، إن دماغك هو بمثابة الملعب إنه بمثابة البستان الذي تجول فيه كيف ما تشاء

الكامرة والدماغ

ثمة إختلاف كبير فيما بين عدسة ما تلتقطه الكامرة وما يلتقطه الدماغ ، فالكامرة تلتقط فحسب وتسجل ما يعترضها ، أما الدماغ فهو يزيد علي ذلك بأنه يستعرض مع ما تلتقطه، الخبرات السابقة والمشاعر والقيم ،والاحتمالات تظل مفتوحة علي مصراعيها ، إنه "الدماغ" بما يتمتع به من إغناء هو ما يجعل ما يلتقطه محل إهتمام واستثارة ، والامر متروكا دوما للدماغ في الكشف عن ما يمكن أن يكون "معنا" معين أو "مفهوما" أو ما يشكل نقطة "إهتمام" حول نقطة إنطلاق ، النقطة التي ربما تبدأ في موضع ما ثم تنتهي مستكشفة بستانا جديدا من الموضوعات أو أن تجد نفسك في عالم ما .

الدماغ وحساسية الالتقاط

إن درجة حساسية الحواس في الالتقاط مع التثبت فيما تلتقطه ، فتتأمل في ما تلتقطه فتعتمد الي إستعراض (الاحتمالات والبدائل ثم محاولة تجسير العلاقات فالتوصل الي المفاهيم ..) ، و التكامل فيما بين (الحواس والدماغ) هو ما يجعل الانسان مفعم بالاستثارة ويشعره بأنه ذو قيمة مضافه في الحياة .

نقف عند هذا الحد في استعراض المادة، للمزيد تواصل مع المؤلف عبر البريد التالي:

Zumord123@gmail.com

Social marketing

التسويق المجتمعي

2013



كتاب "التسويق المجتمعي" هو برنامج تدريبي موجه إلى المعنيين في رصد التحولات المجتمعية وحملات التوعية المجتمعية ، وهو يمزج فيما بين علوم التربية، الإدارة والتسويق، الإعلام، الدعوة والشريعة وعلم النفس وعلم الاجتماع .

د. زهير منصور المزيدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

Zumord123@gmail.com

Kuwait

مقدمة

الإعلام المجتمعي أو إعلان الخدمة المجتمعية، بدأ بالظهور مع نهاية الحرب العالمية الثانية في الولايات المتحدة الأمريكية، مع ظهور مؤسسة غير هادفة للربح هي Ad council؛ أي يبلغ عمر هذا النوع من الإعلان ما يناهز الستين عاماً.

وتعامل مع هذا النوع من الإعلان معظم شعوب العالم، ولكنه لم يشهد تطبيقاً بالصورة العلمية التي نشهدها اليوم إلا مع نهاية تسعينيات القرن الماضي في منطقة الخليج، وربما سبقت في مصر تطبيقات كبيرة في منتصف الثمانينيات مع الحملات التوعوية الموجهة إلى الشعب وكانت موجهة ضد الجفاف وبعض الأمراض المنتشرة فيها؛ ولكننا لم نتمكن من معرفة درجة العلمية في إدارة تلك الحملات التي جرت في مصر.

وشهد هذا النوع من الإعلان تطوراً وتحولاً. فمن محض الدعوة إلى تنمية القيم المجتمعية والعودة إليها، إلى رعاية الشركات الكبرى لبعض القضايا المجتمعية، ثم أخيراً نجد شركات كبرى تنبني لدعم القيم المجتمعية؛ فتحول سلعها ومنتجاتها إلى قيم ملموسة ينتفع منها الجميع، وفي المقابل تنتفع الشركة من الناحية الاستثمارية.

وفي هذا الفصل من الكتاب، نعرض ماهية هذا النوع من الصناعة الإعلانية، والآلية التي يُعامل معها، مع عرض نماذج للتطور الذي شهدته.

تعريف التسويق المجتمعي وتفريقه عن التسويق التجاري

التسويق المجتمعي هو ذلك النوع من التسويق، الذي يستعمل أدوات التسويق التجاري ذاتها لترويج سلوكيات لها مردودها الموجب على عموم المجتمع، مثل: السلوكات الصحية أو الاجتماعية أو البيئية.

والشريحة المستهدفة في الخطاب التسويقي هنا هي الجمهور، ولا سيما أولئك المستهدفون بتغيير سلوك ما. ويدخل ضمن هذه الشرائح متخذو القرار والمشرعون والإعلاميون ووسائل الإعلام. وأحياناً يدعى هذا النوع من التسويق إعلان الخدمة المجتمعية public services announcement (PSA) أو public services communication (PSC).

مزايا إعلان الخدمة المجتمعية:

على الرغم من العيوب التي تلازم الإعلان المجتمعي- كونه بطيء الأثر، وكونه يقف ضد شهوات النفس الإنسانية، وكونه لا يلقى الدعم المالي اللازم عند مقارنته بالإعلان التجاري- فإن هذا النوع من الإعلان يتمتع بمزايا، نذكر منها:

- تنمية الإحساس بعظم المشكلة الاجتماعية وحجمها.
- عرض الأدوات القابلة للاستعمال وتوجيهها للحد من نمو المشكلة.
- تحسين صورة المؤسسة التجارية الراعية لهذا الإعلان في أذهان الجمهور المستهدف.
- أنه وسيلة جيدة لاستحداث برامج علاقات عامة مع المجتمع.

الخليط التسويقي في ترويج القضايا المجتمعية:

وكما يقوم مفهوم التسويق على استثارة الحوائج وتلبيةها، ويعتمد على أركان عدة (المنتج والسعر والمكان والترويج ونظم البيع..)، كذلك الأمر للتسويق المجتمعي.

1-المنتج:

هو السلوك المراد تبنيه أو القيمة المراد الترويج لها، مثل: الإقلاع عن التدخين، والحث على الرضاعة الطبيعية، والمحافظة على البيئة...

ويجب هنا القيام بما يأتي:

- تأكيد جودة ما ندعو إليه مقارنة بما يعرض من منتجات.
- دراسة "المركز التسويقي" للقيمة مقابل ما ينافسها من منتجات و سلع، مثل: الرضاعة الطبيعية مقابل الحليب الصناعي، والفواكه الطبيعية مقابل الوجبات السريعة والمقرمشات (السناكس) ذات الأثر السالب.
- التعرف إلى مميزات القيمة والسلوك المروج لها، مثل ميزات ممارسة التمارين الرياضية؛ فمنها: حرق الدهون المخزنة، وتخفيف الوزن الزائد، وممارسة الرياضة مع الآخرين، وقضاء أوقات ممتعة مع العائلة أو الأصدقاء، وبناء عضلات الجسم، والظهور على نحو أفضل، والصيرورة إلى حال أكثر قوة فتعتمد على نفسك في إنجاز أعمالك، وخفض ضغط الدم، وتقليل فرص الإصابة بالجلطة، وتقليل أخطار حدوث مرض القلب،.. وهكذا.

2-السعر

في الترويج للسلع والعلامات التجارية، يجري الإعلان عن السعر، والسعر أحد الأركان الأساس في العملية التسويقية. وهنا نحن بصدد قيمة لا تخضع للتسعير. ولذا، يمكن أن تكون الكلفة بتخصيص وقت أو جهد، أو التنازل عن مُتْع، مثل: الألم الحاصل من منع النفس من ممارسة سلوك له عوارض سالبة على الجسم أو نتيجة الاستغناء عن مشاهدة برامج تلفزيونية محببة.

3-المكان

يحكم منتجنا هنا السلوك. ولذا، تصير المهمة أين وكيف نضع نظامنا بما يساعد على تبنيه من الآخرين وممارسته؛ فلا بد من أن توجد في الأمكنة، التي يتخذ الناس فيها قراراتهم ذات العلاقة بالسلوك. ففي بريطانيا، برنامج التوعية بالإيدز في الحانات والنوادي الليلية والعيادات الخاصة حيث يقدم الأطباء نصائحهم.

4-الترويج

هنا نبحث في الكيفية التي ستعتمدها في إيصال رسالتك- عبر الوسائط المتعددة- لتحفيز المستهلكين على ممارسة ما تدعو إليه، ومن ثم الاستمرار في الممارسة. والوسائل تتنوع لتشمل: الإعلان والنشر في الصحف والمجلات، وعقد الندوات، والمشاركة في المناسبات،.. إلخ. واختيار الوسائل يعتمد على:

- الكيفية التي تستقي من الشرائح المستهدفة المعلومات عنهم.
- الشخصيات ذات القدرة على التأثير في هذه الشرائح، ودرجة مصداقية هذه الشخصيات عندهم.

5- مجموعات العمل

هي المجموعات الداخلية والخارجية المستهدفة بالبرنامج. فإضافة إلى أولئك المستهدفين، ثمة مجموعات ذات علاقة، كالوالدين والأصدقاء والمدرسين والأطباء والمشرعين ووسائل الإعلام.

6- الشراكات

بالتأكيد ثمة فرق عمل وجمعيات نفع عام تشترك معك، ولو في بعض أهدافك؛ فيمكنك أن تتعاون معها في زيادة إمكاناتك. وهذه المؤسسات قد تتنوع لتشمل: النوادي الصحية، المطاعم، جمعيات النفع العام، محطات التلفزة والإذاعة، المجلات والصحف.

7- التشريعات

من الأهمية تهيئة الأجواء لضمان النتائج التي تدعو إليها. فرئيس الولايات المتحدة "بل كلينتون" هياً الأجواء، عندما استصدر قانون منع التدخين في الأماكن العامة. ونحن استصدرنا القوانين، ولكننا لم نهئ الأجواء لتطبيقها. ويبقى السؤال: ما التشريعات المطلوبة؟ ونقصد بالتشريعات هنا موضوعات، مثل: تهيئة طرق معبدة سالمة للمشاة لممارسة الرياضة.

8- الموارد المالية

من خلال التفكير في أساليب إبداعية في تنمية مصادر التمويل- غير التبرع والتمويل الحكومي أو الاستقطاع- يمكن التفكير في بيع منتجاتك، المشاركة في برامج معتمدة من جمعيات حازت الثقة الدولية (مثل: جمعية مرضى القلب، جمعية المعوقين)، علامات تجارية عالمية،...

مراحل التخطيط للتسويق المجتمعي:

- أ- التعرف إلى حقيقة المشكلة المجتمعية (حجم المشكلة، درجة نتائجها السالبة على النفس أو المجتمع).
- ب- تعيين الهدف المرجو من الحملة التسويقية (زيادة وعي الجمهور بالمشكلة، تقليص استثناء المشكلة والحد من النمو المطرد لها، الامتثال إلى سلوكيات تساعد على الحد من نموها أو على التعايش معها... إلخ)، ثم مناقشة توقعاتنا تجاه ردود فعل المستهدفين بالخطاب وتصرفاتهم، وتجاه المنتجات التي يمكن تقديمها ضمن الحملة لتكون محل اهتمامهم.
- ت- الاستراتيجية الإعلامية والإعلانية (انظر النماذج الاستراتيجية، والملحق المرفق بالدراسة) المتبعة في التواصل مع الشرائح المستهدفة (التعرف إلى صفات الشريحة المستهدفة، مثل: المرحلة العمرية، الجنس، الشريحة الجغرافية، درجة مشاهدتها لوسائل الإعلام وطرق استقائهم للمعلومات، عاداتهم وتقاليدهم، مستوياتهم التعليمية، ما يمارسونه من أعمال، مستوى الدخل والمعيشة،...).
- ث- إعداد الرسائل التواصلية، واختيار الوسائل التواصلية اللازمة، وتطوير أدوات مساعدة للامتثال السلوكي.
- ج- الاختبار القبلي (دراسة ميدانية).
- ح- تنفيذ الحملة التسويقية في مزيج تسويقي مناسب.
- خ- رصد ردود الفعل وتقويم النتائج.

وضمن التخطيط يندرج إجراء البحوث الميدانية، منها:

- أ- الدراسة الكمية: وتجرى بأساليب مختلفة مثل المقابلات، عبر الهاتف وفي الأسواق العامة

ب- الدراسة النوعية: وتعتمد أسلوب مجموعات العمل، وتحليل المضمون، والمقابلات.

مرحلة التنفيذ

1. خطة التوزيع، وثمة أسئلة تساعد على التخطيط للتواصل المجتمعي:
 - أ- ما قنوات التواصل والتوزيع المتاحة؟
 - ب- هل لديك شركاء من منظمات النفع العام (مقار وامتدادات للتوزيع).
 - ت- هل لديك إعلانات إذاعية وتلفازية؟
 - ث- ما العدد المناسب لكل مطبوعة ونشرة بث؟
 - ج- كيف ستتابع مخزون المطبوعات لديك؟
 - ح- هل لدى موظفيك الإرشادات الخاصة بالتوزيع (في المجمعات السكنية، التجارية، سيارات الأجرة)؟
2. خطة العلاقات العامة، ومن خلالها يجري اختيار المناشط المناسبة: المعرض، الندوة، المهرجان، الأكشاك الإرشادية... وأياً كان المنشط الذي سيقدر، فلا بد من أن تلبى حوائج ثلاث، تكون فيها قادرة على:
 - أ- جذب الشرائح المستهدفة.
 - ب- توصيل رسالة القضية المطروحة.
 - ت- الاستحواذ على ما تتطلع إليه وسائل الإعلام.
3. الخطة التواصلية، ولا بد من احتوائها على:
 - أ- ماهية الوسائل الإعلامية المراد التواصل من خلالها.
 - ت- مقدار الحاجة إلى عقد مؤتمر صحفي أو التواصل بوكالة أنباء أو حضور شخصية مجتمعية داعمة... (تعيين الدور الموكل لكل فرد ضمن فريق التواصل).
 - ث- دور المنظمات أو المؤسسات ذات العلاقة.
 - ج- المستهدف أو المستهدفين بالرد على أسئلة الوسائل الإعلامية.
 - ح- المتحدث الرئيس في المؤتمر.
 - خ- النقاط الرئيسة التي يجب أن يتضمنها خطاب المؤتمر الصحفي:
 - حقائق عن القضية المطروحة، مع بعض الإحصاءات.
 - كيف سيعمل برنامجك على تقليص المشكلة.
 - لماذا تعتقد بأن خطوات معالجتك جديرة بالحل؟
 - الرد على بعض من يعارض برنامجك.

خطة وسائل النشر وإعدادات الرسائل الإعلامية الخاصة بالقضية المجتمعية:

- أ- اختيار أوقات البث الإذاعي والتلفازي: لا بد من دراسة عادات المطالعة واستعراض الوسائل الإذاعية والتلفازية في الخطاب الإعلامي للشرائح المستهدفة، كي تُختار الوسيلة المناسبة والأوقات المناسبة.
- ب- مراعاة حجم الإعلان في الصحف: ينصح أن يكون النشر الصحفي في أحجام كبيرة في بدء الحملة، ثم ينتهي بأحجام أصغر بهدف التذكير. والملون يكون أعظم أثراً من الأسود والأبيض، مع مراعاة مساحة الانتشار الجغرافي أو الإقليمي للصحيفة إذا لزم الأمر.
- ث- الكلفة: بناء على الميزانية المتاحة، يمكن اعتماد وسائل إعلانية ومناشط ترويجية دون أخرى. ويمكن تقليص الكلفة إلى أضيق الحدود، مع الالتزام بإحداث الأثر المناسب في الشرائح المستهدفة، والإلمام بفنيات البرمجة العلمية وأسسها السليمة لكل وسيلة إعلامية وإعلانية.

الأدوات المساعدة على التخطيط للتسويق المجتمعي :

ثمة نماذج جرى إعدادها لمساعدة الأجهزة الإدارية على التخطيط التسويقي للقضايا المجتمعية. وقد أفردنا في نهاية هذا الفصل النماذج كافة وفق التسلسل الذي يجب أن تستعمل فيه وفيما يأتي نماذج معتمدة تهدف إلى مساعدتنا في تحليل القضية المراد التسويق لها:

النموذج 1: تحليل المشكلة

ما القضية الاجتماعية التي ستصدي لها في برنامجك التوعوي تسويقياً؟

ما الزاوية التي سنتناول من خلالها تسويق قضيتك؟

من خلال البحث الميداني، ما درجة انتشار المشكلة؟
أ- عدد مرات الحدوث

ب- نسبة الحالات:

- ☐ في نمو ()
- ☐ في تناقص ()
- ☐ معدلها ثابت ()

مواصفات المستهدفة بالمشكلة؟

هل ثمة جماعات، جهات، ... متأثرة بهذه المشكلة على نحو مستمر؟ وما هي؟

في تصورك، ما أنجح السبل في تفادي حدوث المشكلة؟

ما أخطر التداعيات الناتجة من المشكلة؟

ما مقدار المعلومات والمواقف تجاه المشكلة والسلوكيات المتعلقة بها، ونسبتها بين الجمهور؟

- أ- المعلومات النسبة ... %
ب- الموقف تجاه المشكلة النسبة ... %
ج- السلوكيات النسبة ... %

ما المناشط التي قامت بها المنظمات؟ وكيف أسلوب المعالجة؟

من يمكن أن يرشح يعمل لصالحك في رسم الاستراتيجية التواصلية وتنفيذها؟

الاسم	المنظمة	رقم الهاتف
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>

النموذج 2: تحليل البيئة المجتمعية

في أي المناطق الجغرافية يجري استهداف الشرائح (الأحياء السكنية، المدن، المناطق النائية...)?

أي العادات أو التقاليد أو ربما التوجهات... التي قد تحول دون تنفيذ برنامجك أو تؤثر فيه؟
اجتماعياً

اقتصادياً

ديمقراطياً

سياسياً

أي المجموعات أو الهيئات أو القيادات أو حتى الأفراد الذين تتوقع أن يعارضوا برنامجك؟

أي المجموعات أو القيادات أو الأفراد الذين ينبغي لك أن تحصل على دعمهم وتحالفهم؟

هل من قوانين أو تشريعات قد تحول دون تواصلك المجتمعي أو تؤثر فيه؟

القانون/ التشريع	هل تغير القانون؟ نعم	هل بقي؟ لا
------------------	-------------------------	---------------

ما اسم المنظمات الحالية التي تتصدى للمشكلة ذاتها؟

المنظمة	الخدمة المقدمة	حجم الشريحة المستهدفة
---------	----------------	-----------------------

ما الرسالة الرئيسية التي سيعرضها برنامجك المنافس، وستستحوذ على انتباه الجمهور المستهدف؟

أ- حملات إعلانية مهمة ذات علاقة برسالتك

ب- رسائل الخصوم

قنوات التواصل المجتمعي المتاحة لترويج القضية:

- التلفاز
 - الإذاعة
 - الصحافة
 - المحلات
 - إعلانات الطرق
 - المناسبات العامة
 - المناسبات الرياضية
 - دور العرض
 - المناسبات الصحية/ المنظمات الصحية
 - الجماعات والجمعيات
 - أخرى
-
-

النموذج 3: تحليل مصادر عناصر العمل

ما حجم الميزانية المتاحة لتنفيذ برنامجك التواصل؟

ما مصادر التمويل الخاصة بهذه الميزانية؟

أ-

ب-

ج-

في أي المجالات التي يقوم بها موظفوك أو تسمع بأنه خبير في مجال ذات صلة بالتسويق؟

- الإحاطة العلمية بالقضية
- الدراسة النوعية (المقابلات، مجموعات البحث..)
- تحفيز برنامج الشركات مع الغير
- صياغة الرسائل الإعلامية
- التصميم والطباعة
- الإنتاج الإذاعي والتلفازي
- العلاقات العامة

- التخطيط للرسائل وشرائها من وسائل الإعلان
- التقويم
- التخطيط للبرنامج وإدارته

هل أنت بحاجة إلى تعيين وكالة خارجية للمساعدة على أي من المناشط السابقة؟
 نعم () لا ()

في حال الإفادة بنعم، فبيّن في أي المجالات؟

ما حجم الوقت الذي يجب أن تنفقه أو ينفقه أفراد الفريق للتسويق المجتمعي؟

اسم الموظف	عدد الساعات/ الأسبوع	مجموع الساعات
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>	<hr/>

هل لديك الموقع المناسب أم بحاجة إلى موقع إضافي أو تجهيزات لازمة لتنفيذ برنامجك؟

ما اسم المنظمات أو الهيئات التي تتمتع معها بعلاقات شراكة أو ترغب في الشراكة معها؟

اسم المنظمة	حجم الشراكة
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>
<hr/>	<hr/>

الحجم المبدئي للميزانية:

أ. الموظفون

ب- الدراسات

1- الكمية

2- النوعية _____

3- المتابعة والتقويم _____

ج- التجهيزات _____

د- ميزانية وسائل الإعلان _____

هـ- ميزانية المناسبات العامة _____

و- التوزيع/ البريد _____

د- أخرى _____

ط- احتياطي 10% _____

المجموع _____

هل أنت بحاجة إلى تمويل إضافي قبل البدء بالبرنامج؟

نعم () لا ()

هل الوقت الحالي مناسب لتنفيذ البرنامج من أجل حصد النتائج المتوخاة؟

نعم () لا ()

النموذج 4: تعيين الشرائح المستهدفة

من خلال نتائج البحوث الميدانية:

هل من عوامل جغرافية تفصل بين شرائحك المستهدفة؟

ما الموصفات الديموغرافية ، التي تفصل بين شرائحك المستهدفة؟

هل من موصفات طبيعية أو علاجية تفصل بين شرائحك المستهدفة؟

هل من صفات سيكوجرافية (مثل: نوعية الحياة وأسلوبها، الفردية، القيم، التقاليد المجتمعية) تفصل بين شرائحك المستهدفة؟

ما السلوكات التي تجعل الناس في موقع الخطر الأكبر؟

أ _____ ب _____ ج _____

ما السلوكات التي تساعد على تقليص الأخطار؟

أ _____ ب _____ ج _____

كيف يمكنك أن تحدد الشريحة المستهدفة بناء على السلوكات المدونة في السؤالين السابقين؟
(مثلاً: المدمنون، سبب الإدمان، الممارسون، مقدار الممارسة، سبب الممارسة).

ما المواقف المتخذة أو المعتقدات ذات الصلة بالمشكلة مما جرى تدوينه في المقدمة وتفصل بين شرائحك المستهدفة؟

هل ثمة شرائح لم تستهدفها في برنامجك بسبب وجود برامج مخصصة لها

راجع أهم المواصفات في الشرائح السابقة، ثم دَوِّن أهم خمس منها.

من خلال المواصفات المدرجة في الجواب السابق، حدّد مواصفات الشرائح التي تتعرض لأعلى معدلات الخطر.

من خلال المواصفات المدرجة في الجواب ما قبل السابق، حدد مواصفات الشريحة التي يسهل الوصول إليها أو يسهل إقناعها لإحداث التغيير المطلوب.

كيف سيجري الصرف المالي تجاه كل من الشرائح الممتازة السابقة؟

- تخصيص متساوٍ
- تخصيص متعاون
- تخصيص معظم الميزانية لشرائح محدودة

هل ثمة شرائح قد تستهدف بالدرجة التالية تلك التي ذات التأثير في شرائحها المستهدفة بالخطاب؟ حدد أهمها (مثلاً: الوالدان، الأسرة، الأصدقاء...).

حدد مواصفات الشريحة النهائية التي سيقع الاختيار عليها.

النموذج 5: الدراسة الميدانية

ما نوع الدراسة المراد تطبيقها على الشريحة المستهدفة؟

دراسة كمية

- جمع معلومات، رصد المواقف والسلوكيات

● معلومات تسويقية

● أخرى

دراسة نوعية

● مجموعات

● مقابلات

● أخرى

هل لديك الإمكانيات لتنفيذ الدراسة داخلياً؟

- نعم، لدينا الخبرات اللازمة داخلياً.
- قد نحتاج إلى بعض الخبرات الخارجية.
- لا، فنحن بحاجة لإمكانيات خارجية.

ما حجم الميزانية لتنفيذ الدراسة؟

أي الشركات المختصة التي يمكن استهدافها في عروض الأسعار؟

من الموظفون المسؤولون عن متابعة الشركات المنفذة للدراسة؟
(المساعدون والمستشارون في تنفيذ الدراسة).

الاسم _____ المهنة _____

من أين ستصل إلى عينة الدراسة (الكمية، النوعية)؟

كيف ستصل إلى المشاركين في الدراسة؟

- شخصياً
- بالهاتف
- بالبريد
- بالبريد الإلكتروني
- بالإعلان
- من خلال جهة خارجية
- بوسائل أخرى

الجدول الزمني للدراسة

المنشط _____ الموعد المحدد للتنفيذ _____

تعيين فريق العمل _____
تخطيط الدراسة وتصميمها _____
تعيين الأسئلة _____
تدريب منفي الاستبانة _____
التعاقد الخارجي _____
تلقي البيانات والمعلومات وإدخالها في الحاسوب _____
تحليل البيانات _____
كتابة الفهرس النهائي _____

النموذج 6: استراتيجية التسويق المجتمعي

المستهدفون في الخطاب التواصل:

1- ما الشريحة المستهدفة التي سيجري اختيارها؟

2- ما الشريحة المستهدفة التالية؟ (في حال وجودها)

الأهداف:

1- ما هدفك النهائي لبرنامجك التواصل؟

2- ما الأهداف المرجو تحقيقها من برنامجك؟

أ-

من؟

سوف؟

ماذا؟

بواسطة

بمعدل تغيير

ب-

من؟

سوف؟

ماذا؟

بواسطة

بمعدل تغيير

الخليط التسويقي:

1- المنتج:

أ - ما السلوك الذي تدعو شريحتك المستهدفة إلى الامتثال له؟

ب- ما الفوائد الرئيسة التي يجنيها المستهدف في الخطاب حين الامتثال للأسلوب؟

ج- من المنافس لمنتجك (القيمة المجتمعية التي تدعوا لها)؟ وما مدركات شرائحك المستهدفة؟

د- كيف يمكن أن يكون منتجك (القيمة المجتمعية التي تدعوا لها) مختلفاً عن منتج المنافس من جهة الأفضلية؟

2- الكلفة:

أ- ما الكلفة التي سيتكبدها المستهدف من منتجك؟

ب- كيف يمكنك أن تقلل الكلفة أو تزيد العوائد؟

3- المكان:

أ- ما الأمكنة التي يوجد فيها المستهدفون ويمارسون فيها سلوكياتهم؟

ب- أين سيقضي المستهدفون في الخطاب معظم أوقاتهم؟

ج- أي قنوات التوزيع يمكن استهدافها وذات فاعلية للوصول إلى الشرائح المستهدفة؟

4- الترويج:

أ- أي الوسائل التواصلية- التي يتعامل معها جمهورك المستهدف على نحو دائم- هي محل ثقة؟

ب- ما الأسلوب والقالب المفضل في إيصال رسالتك الإعلامية لشرائحك؟

ج- من المتحدثين الذين يتمتعون بمصداقية كبيرة ؟ من يمكن الاعتماد عليهم في إيصال رسائلك للمستهدفين؟

5- الجمهور:

أ- مَنْ مِنَ الجمهور أو من الجماعات ترغب في إيصال خطابك الإعلامي إليهم؟ (إضافة إلى شريحة: الأصدقاء، الأسرة،...)

ب- هل من جمعيات أو جماعات... أو أفراد داخل منطمتك يمكن الاستعانة بهم لإنجاح برنامجك؟

6- الشراكات:

أي المنظمات أو المؤسسات يمكن التعامل معها من أجل تشكيل جمهور مشترك في تسويقك المجتمعي؟

7- السياسات والضوابط:

هل من قوانين وتشريعات وضوابط يجب أن تحتاط بها أو أن تعدلها في تسويقك المجتمعي؟

8- التمويل:

أي الجهات التمويلية تأمل في استهدافها؟

9- مخطط العمل:

الهدف	المهمة	الشخص المسؤول	الموعد المحدد	الموارد المطلوبة	الملاحظات والتقويم

النموذج 7: قنوات التواصل الإعلامية

أي قناة من القنوات المدرجة تحقق أكبر تواصل ممكن مع شرائحك المستهدفة؟

- ☐ التلفاز
- ☐ الإذاعة
- ☐ الصحافة
- ☐ المجلات
- ☐ إعلان الطرق
- ☐ الملصقات (البوسترات)/ الفلاير
- ☐ الكتيبات/ رسالة الحقائق
- ☐ النشرة
- ☐ البريد
- ☐ اللقاءات الشخصية
- ☐ الأنشطة والمناسبات الحماسية
- ☐ نقاط البيع
- ☐ الإنترنت
- ☐ دليل الصفحات الصفراء
- ☐ القنوات الرسمية
- ☐ الأعمال الدرامية التلفزيونية والمسرحية
- ☐ أخرى

لكل قناة من القنوات التواصلية السابقة، لا بد من صياغة الخطاب وفق قالب رسالي (جاد، مرح، شخصيات مشهورة، مشاهد حياتية يومية... إلخ). فما نوعية الخطاب لكل من:

أ- القناة التواصلية
القالب

ب- القناة التواصلية
القالب

ج- القناة التواصلية
القالب

النموذج 8: في اختبار نظرية "تغير السلوك" المناسبة

سيساعدك هذا النموذج على تعيين المعلومات التي تحتاج إليها، ومنحك نقطة انطلاق في صياغة رسالتك الإعلامية، واضعاً في الحسبان نظرية التغير في السلوك. فاختَر إحدى نظريات التغير في السلوك، أو اختر مجموعة من العناصر من مجموع النظريات.

1- نموذج الاعتقاد الصحي

أ- إلى أي درجة تدرك الشريحة المستهدفة المشكلة؟
عالية متوسطة منخفضة

ب- ما درجة إدراك الشريحة معظم دواعي المشكلة؟
كبيرة نوعاً ما قليلة

ج- هل تعتقد الشريحة أن امثالها للسلوك المحافظ سيقبل أخطار المشكلة؟
نعم غير متأكدة لا

د- ما الفوائد والعوائق المتوقعة من الجمهور تجاه امثالهم للسلوك؟
الفوائد

العوائق

هـ- كيف يمكنك مساعدة معتقد الجمهور بقدرتهم على ممارسة السلوك الجديد بكفاءة؟

و- ما الفكرة أو المفهوم الذي ستبدأ به....، السلوك الجديد هذا؟

ز- كيف تستفيد من المعلومات السابقة في تحفيز الشريحة لتغيير السلوك؟

2- نظرية تخطيط السلوك

أ- ما التداعيات الموجبة التي تتوقعها الشريحة المستهدفة من السلوك؟

التداعي	درجة الأهمية (عالية- متوسطة- منخفضة)

ب- ما التداعيات السالبة التي تتوقعها الشريحة المستهدفة في السلوك؟

التداعي	درجة الأهمية (عالية- متوسطة- منخفضة)

ج- هل للشريحة قيادات اجتماعية قادرة على تحريكها؟ وهل لهذه القيادات مواقف تجاه هذا السلوك؟

إدراكه للسلوك (موجب- سالب- متعادل)	اسم الشخص القيادي

د- هل من مؤثرات خارجية قد تسهم في جعل السلوك سهل التطبيق أو صعب التطبيق؟

هـ- بناء على الأجوبة السابقة، كيف يمكنك زيادة اهتمام الشريحة المخاطبة بالامتثال للسلوك؟

3- نظرية التعلم بالإدراك الاجتماعي:

أ- بناء على النتائج الخاصة بـ أ و ب (الموجب والسالب) في سؤال الرقم 2، ما محصلة الترويج الذي تراه؟

موجبة سالبة متعادلة

ب- هل الشريحة المستهدفة تملك المهارات اللازمة للامتثال للسلوك البديل؟

موجب سالب متعادل

ج- هل الشريحة المستهدفة تعتقد بأنها تملك المهارات الكافية للامتثال للسلوك؟

موجب سالب متعادل

د- كيف ستعلمهم المهارات؟ أو هل لديك نموذج تهتدي به؟


4-نظرية مرحلية التغيير:

أ- إذا كانت الشريحة المستهدفة في مرحلة عدم إدراك لخطورة المشكلة، فكيف يمكنك زيادة حضورها الذهني؟

ب- إذا كانت الشريحة المستهدفة في مرحلة الإدراك، فأى الفوائد المتوخاة ستركز عليها؟ وكيف يمكنك زيادة الضغط الاجتماعي وتحويله لصالح دعم السلوك البديل؟

نقف عند هذا الحد في استعراض المادة، للمزيد تواصل مع المؤلف عبر البريد التالي:

Zumord123@gmail.com



المشغولات اليدوية وغرس القيم

د. زهير منصور المزيدي
المؤسسة العربية للقيم المجتمعية
Arab institution for social values
Almazeedi, Dr. Zuhair
00965-99290092(M)
Zumord123@gmail.com
Kuwait

المشغولات اليدوية، صناعة سادت منذ القدم، وما زالت تمارس إلى وقتنا هذا، لترفدها أنواع من الفنون والتقنيات الحديثة بما يجعلها محل تفضيل عن السلع التجارية المنتجة عبر المصانع والآلات، وهي تتعدد مجالاتها في التصنيع اليدوي، فمن الطين إلى الخشب والريش والبلاستيك وقشور البيض وأوراق الشجر، صناعة ما عادت مساحتها محصورة في الإنتاج عبر القرى، بل أضحى واسعة الانتشار في المدن والمحال التجارية الكبرى، وقد أثبتت الدراسات من أن صناعة المشغولات اليدوية قادرة على أن تحصد عوائد مالية تفوق ما تحصده أعظم الشركات في العالم، كما أثبتت أنها صناعة لها دور في التخفيف من الضغوط التي يتعرض إليها الإنسان الذي يعيش في المدن، ولها دور استشفائي أيضا حين توجه كآساليب في التخفيف من بعض ما يعانيه المرضى أو كبار السن من فراغ وعزلة، ونحن عبر هذا الاستعراض سنبين ما للصناعة اليدوية هذه أيضا من دور في غرس القيم وبرمجتها لدى الممارس لها.

برمجة القيم:

ذلك أن غرس القيم الإنسانية من صدق وتراحم ومسؤولية وغيرها كثير، يتم عبر تفعيل برمجيات تتعاون فيها الحواس الخمس، ودوافع التصنيع، ومسار القيمة وغيرها، وقد استعرضنا في مؤلفنا، تفعيل القيم وممارستها، مسارات البرمجة، ونهجنا في هذا المؤلف، سيستعرض وبشكل متتابع، نوع المشغولة اليدوية، ومسار القيمة، وطبقات البرمجة مع كل منها.

أنواع المشغولات اليدوية:

إن المحور الرئيس في التعامل مع المشغولات اليدوية يدور حول قيمة " التدوير " Recycling فعلية الاستفادة من المخلفات، أي كان نوع هذه المخلفات، للخروج بمنتجات جديدة بحد ذاته يعتبر قيمة.

تسلسل	نوع المشغولة اليدوية
1	الطين
2	البلاستيك
3	قشور البيض
4	القماش
5	الخشب
6	الحصى

7	أوراق الشجر
8	الورق
9	الصابون
10	الطائرات
11	المعادن
12	الرمل
13	الجلود
14	المعلبات وأغطية الفنان
15	شمع
16	خيوط
17	أعواد

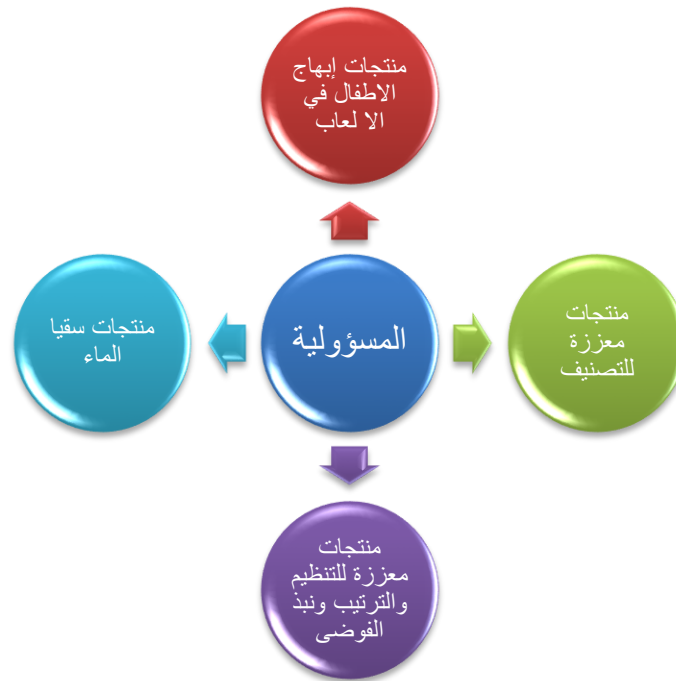
طبقات البرمجة في التعامل مع المشغولات اليدوية:

تتعدد طبقات برمجة القيم في تعاملنا مع كل نوع من أنواع المشغولات اليدوية، وفيما يلي سرد لمسارات البرمجة الطبقية، ليليها التطبيقات الخاصة بكل نوع للمشغولات اليدوية.

مسارات طبقات البرمجة للقيم:

- 1- مسار القيمة
- 2- تفعيل الحواس
- 3- المدى الزمني
- 4- تحويل القيمة لمنتج
- 5- أين إذنك يا جحى
- 6- دوافع التصنيع
- 7- الخ

فعلى سبيل المثال، فإن مسار قيمة "المسؤولية" مع المشغولات البلاستيكية من الممكن أن تكون عبر ما يلي:



ومع مسار تفعيل الحواس، فنجد الصابون، كمجال في المشغولات اليدوية، يعتمد في الملمس الانسيابية والليونة وهو ما يبرمج للتراحم ولين الجانب، وروائحة الفواحة، وهو ما يعزز للصداقة والقرب، والتشكيلات المختلفة التي تأخذ أشكال الورود، والاطعمة، وألعاب الأطفال، والهدايا وغيرها ومع كل شكل فيها ما يعزز لقيمة.


ومع مسار المدى الزمني في التصنيع والتشكيل، ومع استحضار دافع التصنيع، طالع قائمة الدوافع في مؤلفنا "تفعيل القيم وممارستها"، تتم عملية البرمجة للقيمة، فإن كانت المشغولة ستقدم كهدية، فدافعها روحي spiritual motivation، وإن كانت لسد حاجة منزلية فدافعها الظرف المحيط circumstances motivation وهكذا.

وفي تحويل القيمة المختارة سواء كان صدق أو تعاون أو تراحم، إلى منتج ما، في ذلك تحويل لللا ملموس إلى ملموس، وفي ذلك تعزيزا لبرمجة القيمة بما يفعل حواس الانسان، ليجعل القيمة خارج نطاق الاستيعاب المعنوي والعقلي إلى واقع قابل للمعانية.

القيم	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	نموذج
1	الطين	
المسؤولية	شرب ماء زلال	
الصدق	كافة العناصر طبيعية خال من الشوائب	
التناغم	مع الطبيعة	
التراحم	شرب ماء بارد	
التأزر	للزراعة	


	<p>سقىا الماء للطيور</p>	
	<p>سكن للطيور</p>	<p>الاطمئنان</p>
	<p>فنون الزخرفة</p>	<p>ممارسة الجمال</p>


	<p>لعب الاطفال</p>	<p>الابهاج</p>
	<p>عبر أساليب التشكيل</p>	<p>اللين</p>

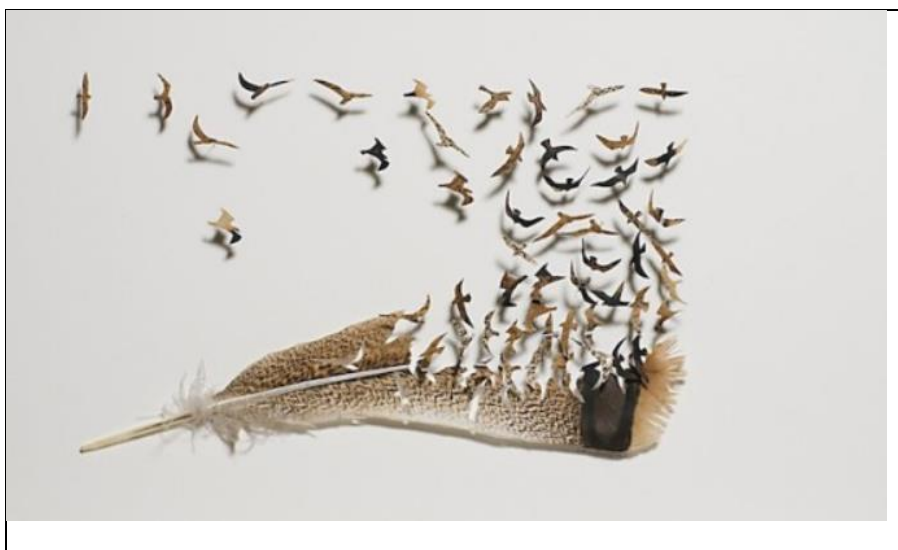
	الذكريات الجميلة
---	---------------------

نموذج	نوع المشغولة اليديوية والقيمة	القيم
	الريش	2
		الجمال

	<p>الابداع في خلق الله</p>
	<p>التناغم</p>
	<p>التراحم</p>

			الستر
			المأزوة

			<p>لعب الاطفال</p>	<p>الابهاج</p>
				<p>الاسترخا ء</p>
	<p>Peacock Feather Fan</p> 			<p>الاسترخا ء</p>

		<p>التأمل والسلام</p>
--	--	---------------------------

نموذج	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	القيم
	قشور البيض	3
	في المزاوجة فيما بين المواد	التكامل



تحفيز العمليات العقلية
في تشكيل موضوعات
اللوح الفنية

تحفيز
الخيال
والتأمل





الزراعة

		<p>الرسائل المحفزة</p>
	<p>في الحفر الدقيق والمتأنى</p>	<p>الصبر</p>

	<p>الابهاج للاطفال</p>
	<p>المحبة</p>
	<p>عبر تقديم الهدايا</p>

	<p>عبر مهرجان من الألوان واختيارات متعددة لها</p>	<p>الطلاقة والابداع</p>
		<p>الجمال</p>

القيم	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	نموذج
4	الصابون	
تفعيل حاسة الشم	فالرائحة العطرية تعزز لقيمة النظافة	
المحبة	عبر أساليب الاهداء	
التعائش	عبر التنوع الثقافي للشعوب	



	<p>عبر مزج العناصر على تنوعها لتشكيل عجينة الصابون</p>	<p>التكامل</p>
	<p>في التصميم والتشكيل</p>	<p>الجمال</p>

 	<p>عبر استهداف شخص بعينه للإهداء</p>	<p>الخصيص</p>
	<p>بما يعزز لمستحضرات طبيعية خالية من المواد الكيميائية</p>	<p>النقاء</p>

القيم	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	نموذج
5	الخشب	
تحفيز العقل على التأمل والابداع	عبر أساليب الاضفاء	



			السكن	الاطمننان
			النور	الهداية


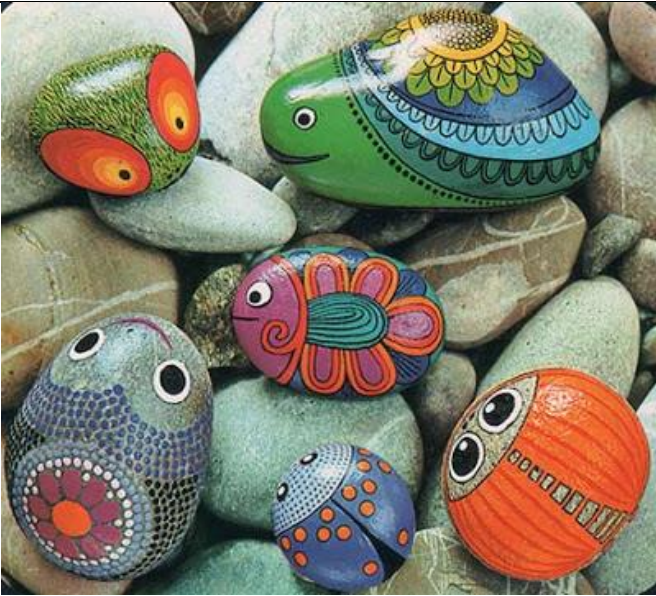

	<p>المقعد</p> <p>الاسترخاء</p>
	<p>حاوية سكاكر</p> <p>الابهاج</p>


	سقيا ماء الطيور	التراحم
	لعب الاطفال	الابهاج

	الهدايا	التحاب
--	---------	--------

نموذج	نوع المشغولة اليديوية والقيمة	القيم
	الحصى	6
	عبر أسلوب إضفاء الالوان	الجمال

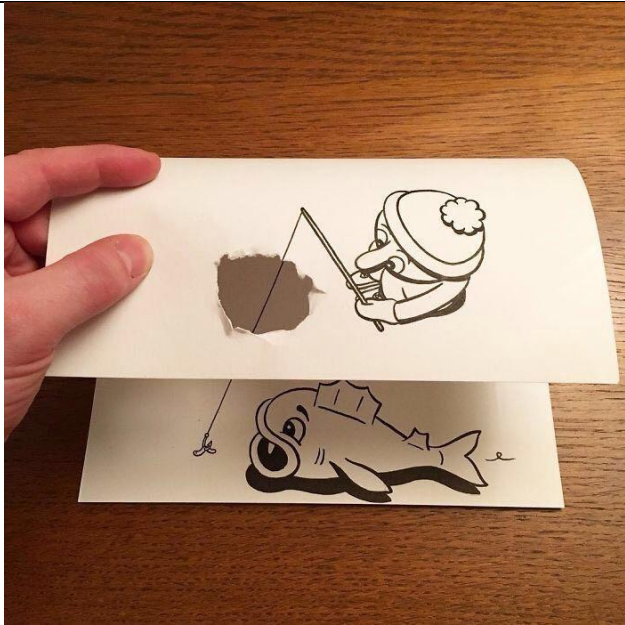
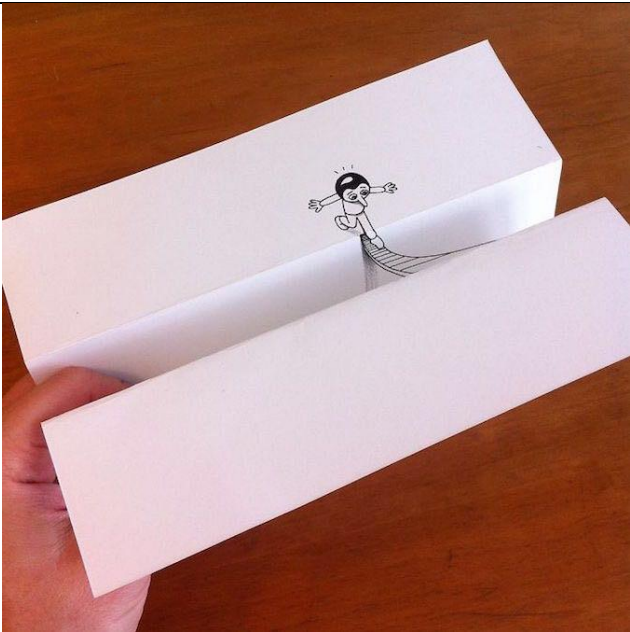
		<p>الابداع</p>
	<p>الحياكة كقميص</p>	<p>الحميمية</p>

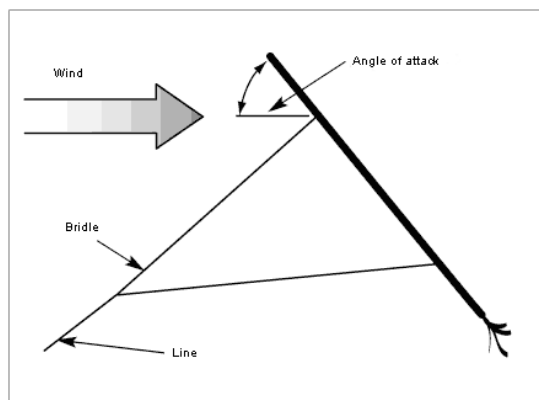
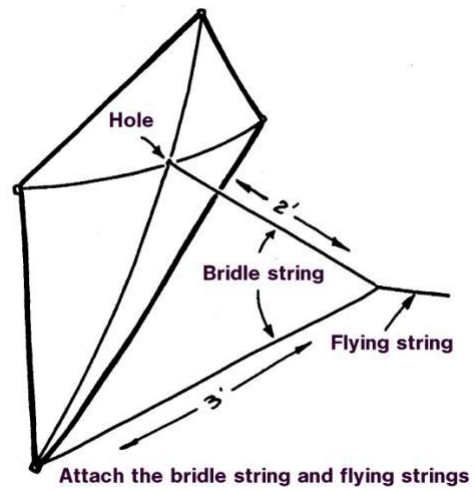
	<p>حجر كريم</p>	<p>التفضيل</p>
	<p>للاطفال</p>	<p>الابهاج</p>
	<p>حاويات المزروعا ت</p>	<p>المأزوة</p>

	<p>السكن للحيوان</p>	<p>الاطمئنان ان</p>
		<p>التراحم</p>

		خرائط	الهداية
 		مزاج بين مجموعة عناصر	تحفيز العقل في التأمل والابداع

		التسبيح
		التكامل

القيم	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	نموذج
7	الورقيات	
تحفيز العقل في الخروج عن المألوف		
الابداع		

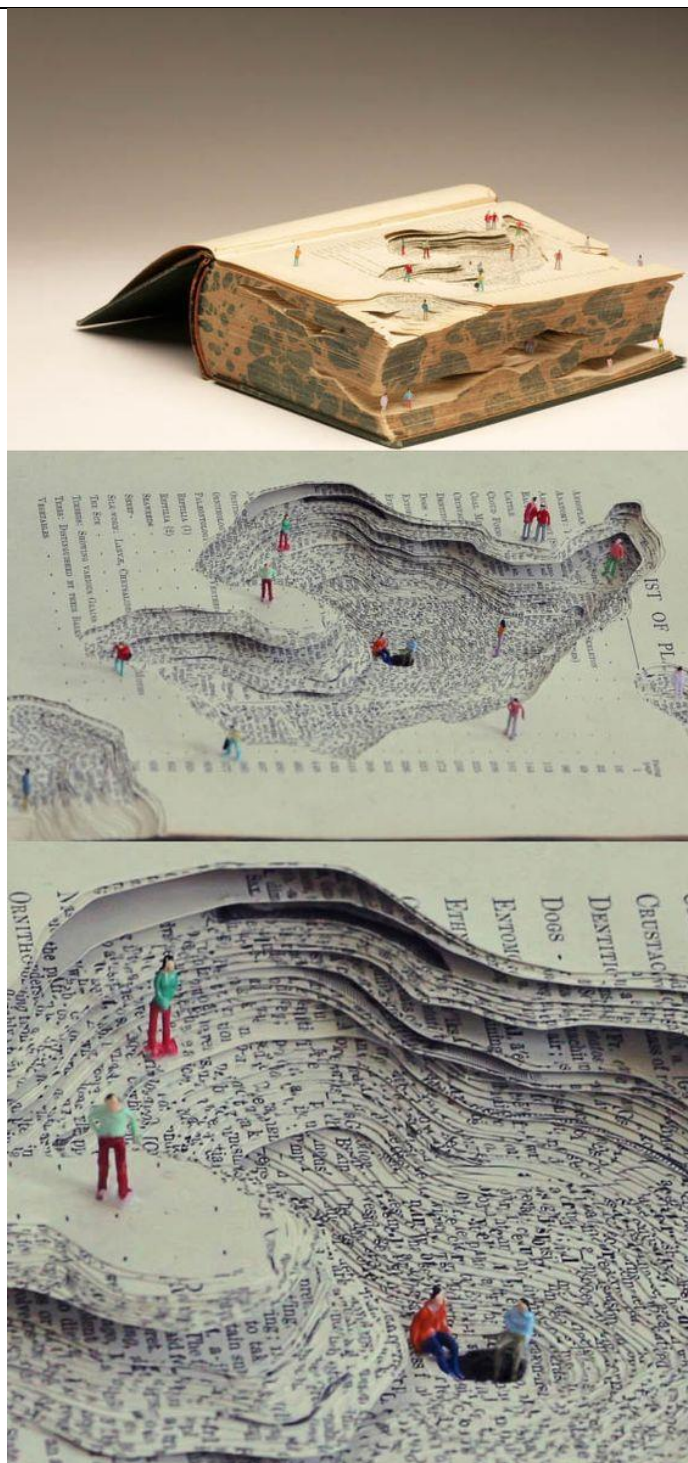


			<p>تفعيل الخيال</p>
		<p>تنوع الأفكار تجعلك تخلق كالفراشة</p>	<p>التحليق</p>

 <p>© Marivi</p>		<p>الشعور بالأمان مع كثرة الاطلاع</p>	<p>اقرأ</p>
		<p>مصباح للانارة</p>	<p>الهداية</p>

		رحلة	الاستكشاف
		ومستوياتها	طبقات البرمجة
		الهندسة المعمارية الورقية	هندسة العقل



			<p>لعبة الأطفال</p>	<p>الابهاج</p>
--	---	--	-------------------------	----------------





				<p>انسيابية العلاقات</p>
			<p>خاتم</p>	<p>التميز</p>

	<p>مدن الاطفال</p>	<p>الابهاج</p>
--	------------------------	----------------

القيم	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	نموذج
8	البلاستيك	
الابهاج	لعب الاطفال	 

 	أباجورة مصباح الاضائة	الهداية
---	-----------------------------	---------



		<p>الحفظ</p>
		

 <p>Creative Ideas on FB</p>					
					الجمال

	<p>Seamy's Deco & House http://kk343.blog.me/</p>	<p>حاويات المزروعا ت</p>	<p>الحفظ</p>
		<p>إعادة التشكيل</p>	<p>الابهاج</p>

	إعادة التشكيل	
		الجمال

القيم	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	نموذج
9	ورق النباتات	
التكامل	الرسم عبر أساليب الخياطة	
العطاء		

	السكن	الطمأنينة
		الدقة والصبر



		<p>الإهداء</p>	<p>الدقة والصبر</p>
		<p>العروق تبين شبكة تواصل الماء بين أجزاء النبات</p>	<p>التواصل</p>



				<p>دفي العلاقات</p>
				<p>الأثر الطيب</p>

القيم	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	نموذج
10	القماش	
الحفظ	الحقائب القماشية	
المحبة	تغليف الهدايا	
الستر	مفارش	



شخصي
ات
للأطفال

الأبهاج

	صناعة الورود	الزينة
		

				<p>الدمى</p> <p>وعبر</p> <p>أزياء</p> <p>متنوعه</p> <p>في الباس</p> <p>الدمى يتم</p> <p>غرس قيم</p> <p>الستر</p> <p>والتحبيب</p> <p>للملابس</p> <p>الطويله</p>	<p>الابهاج</p>
				<p>الاغطية</p> <p>بأنواعها</p>	<p>الستر</p>

القيم	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	نموذج
11	الاعواد	
الحفظ	عبر صناعة البراويز	

	<p>في هندسة البيوت</p>	<p>التنظيم والدقة</p>
	<p>نماذج من المصابيح المرشدة للسكن</p>	<p>الهداية</p>

	<p>رحلة نحو الغابة</p>	<p>تحفيز المخيلة والتأمل</p>
	<p>عبر تلوين الاعواد</p>	<p>الوينة</p>



	<p>لوحة فنية</p>	<p>الجمال</p>
---	------------------	---------------

نموذج	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	القيم
	المعادن	12
	<p>إعادة تشكيل شوك الاكل بتوظيفها لمهام مختلفة</p>	<p>توظيف</p>

			للزينة
		الحجر الكريم	الحفظ






الابداع

	المعلقة تحفة فنية	إعادة التشكيل
		

نموذج	نوع المشغولة اليديوية والقيمة	القيم
	خيوط وخرز	13
	إعادة تشكيل شوك الاكل بتوظيفها لمهام مختلفة	توظيف
		للزينة
	هدايا	المحبة

			
		<p>قوالب قماشية لحفظ الاشياء</p>	<p>الحفظ</p>
		<p>تعزير البرمجة عبر مد الزمن في حياكة قطعة القماش</p>	<p>المدى بالزمني والصبر</p>

		للكتب	التصنيف
			
		لعب الاطفال	الابهاج

وهكذا، تتم عملية تفعيل القيم عبر مسارين، الأول عبر التعامل مع المواد الملموسة عبر مسارات القيم، وهو ما أوضحناه عبر هذا المؤلف، والثاني عبر تحويل القيم غير الملموسة لمنتجات قابلة للمس، وهو ما استعرضناه عبر كتاب "تحويل القيم لمنتجات".

نماذج من أنماط البناء للقيم



د. زهير منصور المزيدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

Zumord123@gmail.com

تقديم

تعرضت في مؤلف سابق بعنوان " أنماط الحياة والقيم" ما تقوم به الشركات التجارية العالمية من أساليب عبر علاماتها التجارية من استغلال القيم الإنسانية من أجل زرع أنماط شاذة، وحتى إن لم تجعل النافذة التي تعبر منها "القيم" للتأثير والزرعة للقيم، فهي تعتمد لغرس السلوكيات السالبة عبر ما أساليب الاستهواء والشغف الذي تتطلع اليه النفوس الضالة.

في مؤلفنا هذا سنستعرض لأساليب عديدة، هي بحكم الدرع الذي إن تسلحت به المجتمعات وقاها من الآثار السلبية عما تقوم به العلامات التجارية وحركات المجتمع المدني المدعومة من قبل مؤسسات ضالة يديرها أناس نافذين.

منطلقين مما يؤثر في سلوكيات الانسان وتدفعه لتبني خلق دون آخر، ونمط حياة دون آخر، السلوكيات التي تتأثر عبر أساليب من البرمجة تتعرض اليها حواس الانسان ودماغه، ليمتثل، وهي كما أشرنا اليها في مؤلف سابق بعنوان "تفعيل القيم وممارستها"، والتي تبدأ برسم مسار القيمة، لتعرض بعد ذلك لרزمة متعددة الطبقات في برمجة القيمة الواحدة، وعليه جاءت نماذجنا كي تكون بمثابة تطبيقات عملية عن تلك الطبقات في برمجة القيمة عبر تأمينها كمعلومة أولا، فموقف ثانيا، فسلوك أخيرا، وفيما يلي بيان بذلك.

بيان بالنماذج ونوع البرمجة الطبقية التي اعتمد عليها

تسلسل	النموذج	نوع البرمجة
1	المشغولات اليدوية	متعددة الطبقات
2	حاويات تصنيف نوع القمامة	برمجة سلوكية
3	تطبيق مواعيد الصلوات APP	برمجة سلوكية
4	نوادي القيم	متعددة الطبقات
5	إرتداء الزي الرسمي القومي	برمجة سلوكية
6	ممارسة أنواع الرياضات، ونموذج أسباير	برمجة سلوكية
7	تحويل المشاعر لمنتجات	برمجة المشاعر
8	نادي سبيكه ومريم	برمجة بالقوة

9	مسلسلات درامية "أسماء الله الحسنى"	برمجة بالدراما
10	قصص: الشيف فرانسوا، منطق الطير، ماكان في جزيرة	برمجة بالقصة
11	حملات اعلان التوعية PSC	برمجة توعوية
12	حملات المسؤولية المجتمعية للشركات، نموذج بنيتون	برمجة توعوية
13	تدريس مناهج التعليم	برمجة مناهج التعليم
14	الروابط المجتمعية	برمجة عبر الانشطة
15	مد حياة الحدث	برمجة عبر عنصر الزمن

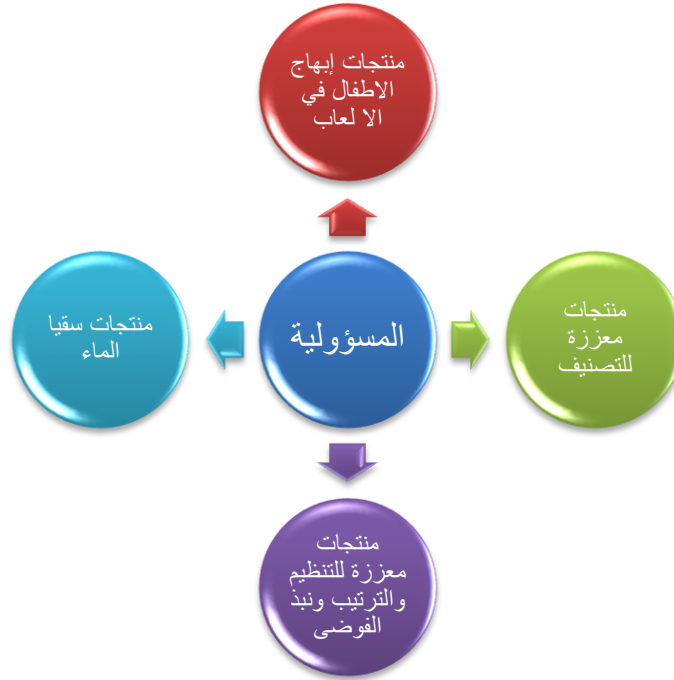
أولاً: المشغولات اليدوية

تتعدد طبقات برمجة القيم في تعاملنا مع كل نوع من أنواع المشغولات اليدوية، وفيما يلي سرد لمسارات البرمجة التطبيقية:

مسارات طبقات البرمجة للقيم

- 8- مسار القيمة
- 9- تفعيل الحواس
- 10- المدى الزمني
- 11- تحويل القيمة لمنتج
- 12- إين إذنك يا جحي
- 13- دوافع التصنيع
- 14- الخ

فعلى سبيل المثال، فإن مسار قيمة "المسؤولية" مع المشغولات البلاستيكية من الممكن أن تكون عبر ما يلي:





ومع مسار تفعيل الحواس، فنجد الصابون، كمال في المشغولات اليدوية، يعتمد في الملمس الانسيابية والليونة وهو ما يبرمج للتراحم ولين الجانب، وروائح الفواحة، وهو ما يعزز للصدقة والقرب، والتشكيلات المختلفة التي تأخذ أشكال الورود، والاطعمة، وألعاب الأطفال، والهدايا وغيرها ومع كل شكل فيها ما يعزز لقيمة.

ومع مسار المدى الزمني في التصنيع والتشكيل، ومع استحضار دافع التصنيع، طالع قائمة الدوافع في مؤلفنا "تفعيل القيم وممارستها"، تتم عملية البرمجة للقيمة، فإن كانت المشغولة ستقدم كهدية، فدافعها روحي spiritual motivation، وإن كانت لسد حاجة منزلية فدافعها الظرف المحيط circumstances motivation وهكذا.

وفي تحويل القيمة المختارة سواء كان صدق أو تعاون أو تراحم، إلى منتج ما، ففي ذلك تحويل لللا ملموس إلى ملموس، وفي ذلك تعزيزا لبرمجة القيمة بما يفعل لحواس الانسان، ليجعل القيمة خارج نطاق الاستيعاب المعنوي والعقلي إلى واقع قابل للمعاينة، وقد إختارنا المثال التالي كتطبيق، من مؤلفنا " المشغولات اليدوية وغرس القيم":

القيم	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	نموذج

	البلاستيك	8
 	لعب الاطفال	الابهاج

ذلك أنه تتم عملية تفعيل القيم عبر مسارين، الأول عبر التعامل مع المواد الملموسة عبر مسارات القيم، وهو ما أوضحناه عبر هذا المثال، والثاني عبر تحويل القيم غير الملموسة لمنتجات قابلة للمس، وهو ما استعرضناه عبر كتاب "تحويل القيم لمنتجات".

فمن الأهمية بمكان، أن يستحضر المشرف على إدارة ورش المشغولات اليدوية، بيان طبقات البرمجة ومساراتها مع كل ورشة، كي يستحضرها المنتظمون عبر كل تشكيل.

ثانيا: حاويات تصنيف نوع القمامة

ذلك أن النمط الذي كان سائدا في السابق حيال التخلص من الفضلات المنزلية، هو بإلقائها في الحفر خارج المنزل، وربما في حفرة كبيرة تستوعب مخلفات مجموعة من منازل الحي، ثم ارتقى هذا

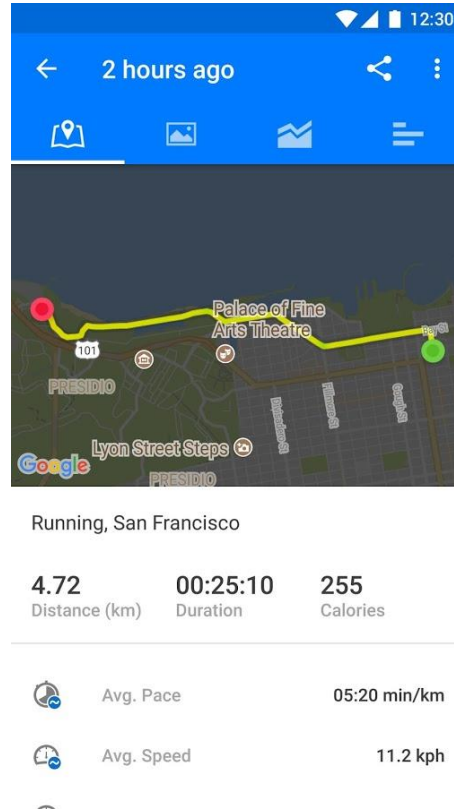
النمط كي يتم وضعها في أكياس كي يتم تجميعها في حاويات خارج المنزل، ثم جاءت مسألة تدوير النفايات، فظهرت حاويات تطلب منك تصنيف المخلفات الى ورقية وبلاستيكية وزجاجية ومعدنية وهكذا، كي يكون المواطن عبر هذا السلوك، مساهما في عملية الحفاظ على البيئة عبر عمليات التدوير.



فهذا المثال يعتبر نموذجا صالحا في دفع المواطن للامتثال للسلوك الذي نتطلع اليه، وعلى ضوء ذلك، يمكننا التفكير بنماذج أخرى ندفع فيها المواطن لسلوكيات تحفظ المجتمع من الآفات على تنوعها، كي تضحى نمط حياتي قيمي ممارس من قبل الجميع.

ثالثاً: تطبيق مواعيد الصلوات APP

فثمة تطبيقات، يمكن تحميلها عبر أجهزة الهواتف المحمولة، ما يعزز لاعتماد أنماط حياتية لدى مستخدميها، في مثل برنامج التذكير بمواعيد الصلوات الخمس، وبرامج تعزز للصحة في مثل عدد الاميال التي قطعتها يوميا مشيا على الاقدام لحثك على ممارسة المشي، أو التذكير بشرب أربعة لترات من الماء بشكل يومي، وهكذا.



تطبيق عداد الخطوات والسرعات

رابعاً: نوادي القيم

تتعدد صور النوادي، بتعدد مجالاتها، والمراحل العمرية الخاصة بكل منها، فنوادي المدارس والجامعات تختلف في أنشطتها عن نوادي مؤسسات المجتمع المدني، والأخيرة تختلف عن الروابط المجتمعية التي تدشنها العلامات التجارية لعمالها.

ذلك أن الروابط المجتمعية التي تدشنها العلامات التجارية هي الأخطر، حال كانت تعزز لأنماط حياتية سلبية، وقد فصلنا في ذلك عبر مؤلفنا " أنماط الحياة والقيم"، فيما يلي نستعرض للأنشطة القيمية التي من الممكن ممارستها عبر نوادي تابعة لمؤسسات التعليم، أو تلك التابعة لمؤسسات المجتمع المدني.

فثمة ثلاثة نماذج من النوادي، الأول ويدعى "تواصل الحوض" كحوض السفن على سبيل المثال، في هذا النموذج الاعضاء يوجد لديهم تواصل قوي مع النشاط المشترك أو وحدة في الهدف والقيم، وضعف في التواصل فيما بينهم. فالنشاط المشترك هو الاساس لمثل هذا التواصل مثال: الطموح الذي يخالج محبي جهاز أبل، الثاني ويدعى "التواصل المحوري" لدي الأعضاء هنا تواصل متين لشخصية مركزية، وضعف في التواصل فيما بين الافراد، فالشخصية المركزية هي المفتاح الرئيسي. مثال: متابعو برنامج أوبرا التلفزيوني، أما الثالث فهو يدعى "التواصل الشبكي" حيث لدي الاعضاء تواصل متين فيما بين الافراد، والعلاقات الشخصية هي مفتاح رئيسي لمثل هذا التواصل مثال: فيس بوك، شبكة مرضي السرطان، وهو المطلوب تعزيزه عبر نوادينا.

أنشطة للمرحلة العمرية 7-9 سنوات

إن كافة الأنشطة المزاوله في النادي يجب أن يكون محورها "القيم" أو "المفاهيم"، أو ما يعزز أدوات منهج "تفعيل القيم وممارستها" في مثل "تفعيل الحواس"، بغض النظر عن نوع النشاط سواء كان حركي أو علمي أو تأملي أو أدبي أو فني، وبغض النظر عن فكرة النشاط التي تم إستحداثها أو إستلهاها من أنشطة سابقة تقليدية، يبقى الدور الرئيس للموجه الا وهو إعادة صياغة النشاط بما يعزز ما أشرنا اليه من "قيم" و"مفاهيم" حيث أن "المفهوم" يعني أن تتعرف على دوائر التشابه التي تمضي وفق قاعدة فيما بين (الأشياء، المشاهدات، الاحداث) المحيطة بنا.

وهذا التمرين يعين على التعرف على الشق الاول وهو دوائر التشابه

التمرين 1 "لدى الأشياء من حولنا مواصفات قابلة للملاحظة"

فمن خلال تفعيل الحواس الخمس يتم توزيع كيس ورقي يحوي ما يلي من أشياء:

1- قلم رصاص

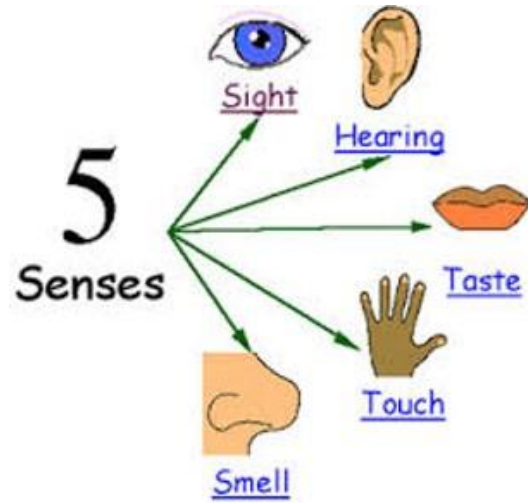
2- ألوان شمعية

3- ممحاة

4- مقص



5- مسطره

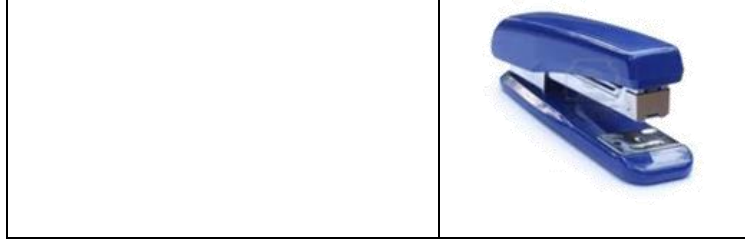
6-..الخ



فيتم تفعيل الحواس من أجل التوصل للمفهوم،

- فيطلب من كل طالب أن يدخل يده ويتعرف على خصائص تلك الاشياء من خلال اللمس، ويكتب ملاحظاته في ورقه تعد لذلك كما في الشكل التالي :

المواصفات	الشيء
	
	



فمن خلال إدراج الموصفات يتم بعد ذلك تحديد دوائر التشابه لتلك الاشياء التي تم معاينتها باللمس

التمرين 2: تصنيف الأشياء

- وعملية التصنيف تعتبر بحد ذاتها خطوة نحو إدراك "المفهوم"
- وهنا نعلم إلى تقسيم الطلبة إلى مجاميع، ويتم منح كل مجموعته كيسا يوضع به من 8-10 قطع من الأشياء، ونموذج لرصد النتيجة.
- يأخذ في كل مره الطالب من الكيس قطعة ويتعرف على قابليتها للطي
- القطع في الكيس يجب أن تصنف إلى قسمين (قابلة للطي، وغير قابلة للطي)
- أما القطع المرشحة لإدخالها في الكيس فهي :

1- عود اسطواني مفرغ

2- أعواد أسنان

3- ورقه





4- قلم

5- فويل قصدير

6- قطعة قماش

7- ماسك شعر

يتم رصد النتائج في نموذج كالتالي:

غير قابل للطي	قابل للطي	القطعة
		
		
		
		

التمرين 3: تصنيف ثلاثي

هذا التمرين بالإضافة إلى ما أشرنا إليه من إدراك دوائر التشابه والاختلاف، فهو مثلما يعرفنا بصفات المواد التي من خلالها نتطافر كي تمنحنا وظائف مستحدثه كنتيجة طبيعية للتكامل، فإن صفات البشر أيضا تتنوع وتختلف ، وهو ما يدعو للتعاون فيما بين البشر من أجل التعمير والبناء لا الهدم ، ومن خلال ممارسة قيم التسامح والتغافر والجبر .

- من الممكن زيادة دروب التصنيف كي تصب في خانات ثلاث، في مثل :

القطعة	يمتص	لا يمتص	يمتص جزئيا
حبل قطني			
ورقة			
قماش			
ماسك شعر			

تمرين 4: لا مبرر لعدم العطاء

إن الأشياء من حولنا تتأقلم مع الظروف المحيطة بها مهما قست كي تمنحنا مع كل ظرف عطاء. ذلك "الماء" على سبيل المثال، فنعمد إلى تجربة ، يضع فيها كل طالب إناءين مجوفين ، الاول يوضع فيه "الماء" والثاني يتم وضع الثلج فيه ، ويسأل الطلبة عن خواص كل من الماء في الحالتين السائلة والصلبة.

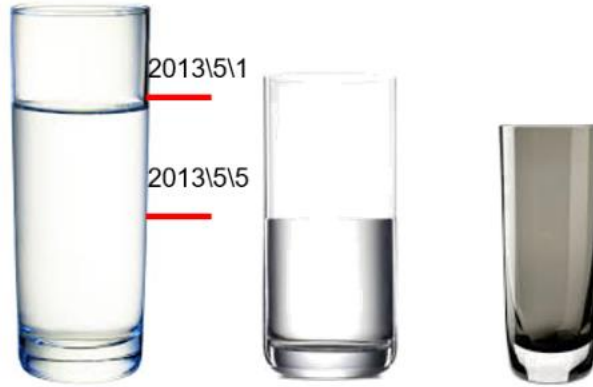
يتم التعرف على فوائد كلا الحالتين في مثل:

- 1- الشرب ...هل يسهل شرب الماء إن كان صلبا؟
- 2- الحفظ ...هل يمكننا حفظ اللحوم الطازجة بالماء؟
- 3- ماذا لو وصلت درجة حرارة الجو من حولنا لما دون الصفر، فهل سيتجمد الماء في عيوننا، وعروقنا؟
- 4- ماذا لو كان الثلج أكبر وزنا من الماء فما مصير السمك في البحار؟

تلك الخصائص التي تتنوع وتتأقلم مع الظروف المحيطة، سر يمنحنا إياه هذا المخلوق، كي يقول لنا لا مبرر لعدم العطاء، ولا مبرر لسلوك طريق الطالحين حتى ولو لم تحط برعاية أسرية صالحة ..فأنت تظل على الدوام مسؤول عن كل سلوكياتك ، ولنا في سيدنا يوسف خير مثال .

تمرين 5: ملاحظة التحولات المجتمعية

- هذا التمرين يساعد الطلبة في التعرف على صورة مبسطة لآليات التحول في المجتمعات.
- والتمرين يبدأ بأن يعتمد الطلبة إلى ملئ أكواب شفافة بالماء
- ويتم وضع إشارة في المستوي الذي يظهر فيه الماء مع إدراج التاريخ.
- بعد يوم يتم ملاحظة المدي الذي انخفض فيه مستوي الماء، وهو نتيجة طبيعية لعملية التبخر التي يتعرض اليها الماء، ويتم وضع إشارة تالية مع إدراج التاريخ... وهكذا إلى نحو سبوع
- يتم نقل الملاحظات مع التواريخ والانخفاضات.
- ويقال للطالب بأن عملية التحولات في المجتمعات من حولنا يصعب ملاحظتها لأنها تحدث ببطيء شديد ، ولكن الامر يحتاج على الدوام لرصد تلك التحولات من أجل أخذ الحيطة.
- مثال للتحولات:
- 1- ممارسة رياضة المشي
- 2- البدانة
- 3- ... الخ



- وهو ما يعني أن التحولات التي تتعرض اليه أجسادنا هي كذلك تتم بشكل بطيء يصعب ملاحظتها ، وهو ما يدعونا لان نكون حذرين في :
 - 1- تناول الحلويات كي لا تتعرض الاسنان للتسوس
 - 2- الافراط في الطعام كي نتجنب السمنة المفرطة
 - 3- الابتعاد عن التدخين كي لانصاب بسرطان الرئة.

4- ...وهكذا.

تمرين 6: لا شيء مستحيل

- هذا التمرين، يسهم في إعادة برمجة قناعات الطالب الذي استسلم لا داءه السلبي سواء أداء مدرسي أو سلوكي.
- والتمرين يبدأ من خلال الطلب من جميع الطلبة نقل ما هو موجود من ماء في كوب من خلال حبل قطني بحركة واحدة.



واجعل الطلبة يعملون تفكيرهم ويجتهدون في التوصل إلى حل، ثم ، بين لهم بأن الامر يحتاج إلى شئئين من أجل تحقيق ذلك:

1- تبريد الماء كي يصبح ثلجا.

2- وضع شيء من الملح في أعلى سطحه كي يذوب قليلا ثم يتم وضع الحبل على سطحه ليعاود التجمد مجددا



النتيجة تعزز مسألة "الادراك" لدي الطلبة ، وأن كل شيء قابل للتحقيق ، فقط إذا تم إعادة النظر في أساليبنا التقليدية في التفكير.

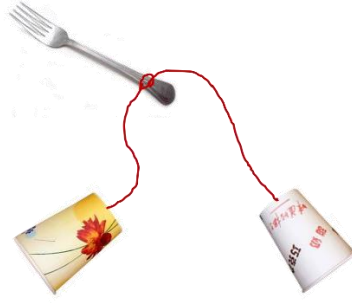


تمرين 7: تعزيز قيمة الرعاية والحفظ

- هذا التمرين، يساعد على فهم الايقاعات المحملة بالرسائل التي تحيط بنا .
- يحتاج المدرس هنا لتأمين المواد التالية:
- 1- علق ملابس من معدن
- 2- سلك معدني حلزوني الشكل
- 3- كوبين من ورق مقوي
- 4- شوكة أكل
- 5- ملعقة أكل



- كما إن لهذا التمرين هدفان ، الاول تفعيل حاسة السمع لدي الطلبة من خلال إسماعهم أصوات مختلفة لكل قطعة من القطع المبينة عبر استعمال الاكواب الورقية
- حيث يتم ربط كل كوب من الاسفل بسلك
- يتم إصال السلكين في كل مره مع قطعة مغايرة بعد أن يتم طرقها بأداة صلبة لتحدث رنيناً أو اهتزازاً .



- يتعرف من خلال هذا التمرين الطلبة على أنواع من الاصوات التي تحدثها تلك الاشياء.
- إن لكل شيء من حولنا له صوت كأصواتنا
- لقد ذللها الله سبحانه لنا، فحري بنا أن نحفظها كأمانة استودعنا الله إياها ، والبيئة من حولنا تحتاج إلى ذات الحفظ
- والادوات التي نستخدمها هي بحاجة إلى ذات الحفظ أيضا.



تمرين 8: إلى أين سيتجه؟

- هذا التمرين، يبين كيف أن كافة الاحياء من حولنا سواء طيور أو حيوان أو حتى نبات أنها تشعر ولديها مطالب، لذا علينا أن نتعهدا بالرعاية المناسبة تحقيقا لمفهوم "الامانة" التي استودعها الله سبحانه لبني الانسان .
- المتطلبات:

1-صندوق من ورق مقوى



2- بذرة نباتية

3- وعاء يوضع فيه قطن وماء

4- يوضع الاناء الذي فيه البذرة داخل الصندوق

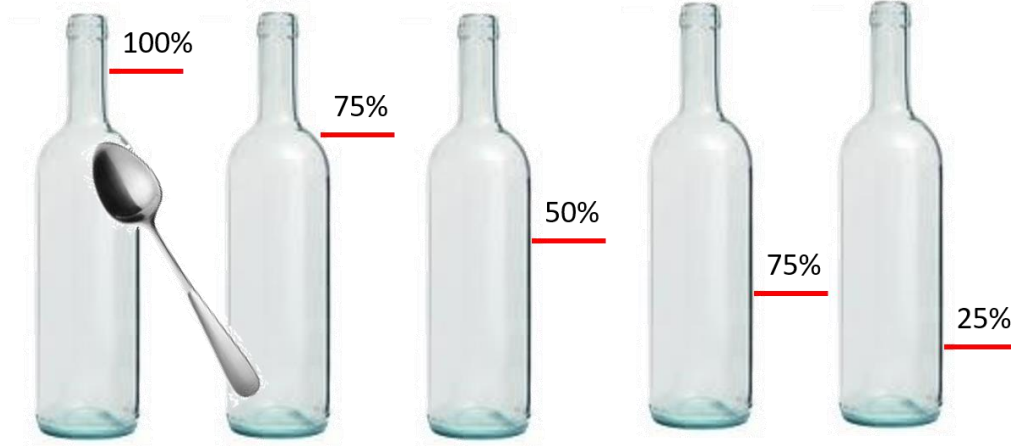
5- يعمد إلى فتح شباك صغير في جانب الصندوق

- سيلاحظ التلاميذ بعد بضعة أيام أن النبتة قد نمت وبدأت في تحركها نحو الشباك، ما يشير علمياً إلى حاجة النبات للضوء، كما يستفاد بأن للنبات أحاسيس ومتطلبات مثلما للإنسان أحاسيس ومتطلبات .



تمرين 9: مع كل صوت رسالة

- ويتم بعد وضع مستويات مختلفة من الماء الطلب من الطلبة الطرق على كل واحد منها للتعرف على نوع مختلف من النغمات



- فيلاحظ الطالب أن نوع النغمة يتغير بتغير مستوى الماء
- ويطلب بعد ذلك من كل طالب إغماض عينيه
- يطرق زميله على إحدى القناني ويطلب من الطالب مغمض العينين التعرف على مستوى الماء
- حيث يتم وضع علامات تبين المستوى لكل منها.
- يدرك الطالب أن مع كل صوت رسالة ترشده إلى مستوى معين للماء فهو لم يعد بحاجة للنظر كي
- يتعرف على مستوى الماء.

تمرين 10: قيمة مستوى الرعاية

- هذا التمرين يبين للطلبة أن الرعاية كلما مورس فيها الاحسان والاتقان كلما جاءت عوائدها رفيعة .
- والتمرين يتطلب جلب ثلاث قناني ملئي بالماء ، مع ثلاث زهرات من نوع القرنفل وذات اللون الابيض
- هنا مجال لشرح درس في العلوم حيال أهمية الماء للنبات على سبيل المثال، ولكن الذي نريد أن نوجه فكر الطالب اليه هو بأن يقوم بما يلي :



- 1- يتم وضع لون معين مختلف في كل قنينة ماء ووضع زهرة القرنفل فيها لبضعة ايام
- 2- سيلاحظ الطلبة بعد يومين من أن لون الزهرة بدأ يتلون بلون المحلول المائي الذي وضعت فيه
- 3- يتم تعزيز مفهوم " أهمية البيئة" و"الصحة" ودور ذلك وأثره في تشكيل فكر وسلوكيات الانسان ، مثلما تشكلت الزهرة باللون الذي وضعت فيه .
- 4- وهو ما يعزز دور مستوى الرعاية ونتيجتها.



أنشطة نوادي قيم المدارس المرحلة 8-12

- مجموعة الأنشطة التالية تهدف إلى:
- 1- أن نبين لمرشد النادي أهمية النشاط وحيويته تنبع من فكرته وليس بالضرورة بتعدد الادوات المستخدمة فيه، فمحدودية الادوات لا تعني أننا أمام عائق نحو تفعيل الأنشطة.
- 2- أن نقدم للمرشد نموذجا حيويا نعزز من خلاله «القيم» بشكل غير مسبوق وقادر على إدخال الحيوية والبهجة مع الشريحة المستهدفة .
- وفكرة هذه الأنشطة ستعتمد على:
- الطلاقة
- التلقائية

- شحذ الفكر والابداع
 - الكشف عن العلاقات
 - التعرف على آلية تشكل المفاهيم
 - مهارة الادارة
 - استثارة ما بداخل اللاعبين من أفكار وقيم ومفاهيم ، وتهذيبها
- الأدوات المطلوبة للعب:**

1- حجر زهر

2- قائمة من كلمات عشوائية

3- قائمة بعناوين «قيم» ذاتية أو مجتمعية

4- أوراق وأقلام للكتابة \ أو لوح للكتابة عليه

قائمة الكلمات:

- يمكنك أن تشكل قائمة من الكلمات، وفق الشكل الاتي :

(ب)	1	2	3	4	5	6
1	نعاس	برتقال	زرارة	وسادة	شمعة	إسمنت
2	مبراة	كاشف	ضفدع	وسام	صدر	سماء
3	حديد	ورقة	صدر	طاووس	مسمار	غيوم
4	ضوء	ماء	حقيبة	شطة	قبعة	هاتف

5	رأس	كوب	حلو	حليب	شباك	حذاء
6	حاسوب	صلب	ملعقة	حائط	جذع	رغيف

(أ)	1	2	3	4	5	6
1	حجر	مزهريه	شبكة	مصيده	ضمان	عضلة
2	كتاب	مفتاح	عام	فيلم	طابع	فم
3	حصان	جاسوس	قرص	سعال	هضبه	سلة
4	طاولة	قهوة	سمك	غابه	سلطة	ليل
5	قلم	عطر	حبة	قمامة	علامة	باب
6	سرير	عسل	عصير	عنوان	تجارة	حقيقه

• يمكنك أن تشكل قائمة من القيم، وفق الشكل الالي :

	1	2	3	4	5	6
1	إحترام	توبة	غفران	تأزر	حكمة	مسؤولية
2	عفو	حفظ	جبر	دعم	حلم	صدق
3	مساواة	تعمير	زكاة	حرية	صبر	عدل
4	إرادة	ارشاد	عطاء	بساطة	نصرة	ودود

5	عزم	نظافة	كرم	تراحم	تعاون	محب
6	مثابرة	إجتهاد	أمان	سلام	بر	تسامح

كيفية إدارة النشاط

1- حجر الزهر هو من سيختار من قائمة الكلمات، وقائمة القيم مع كل تمرين نبدأه.

2- يتم تقسيم الطلبة إلى مجموعتين، وكل مجموعة تختار ناطق رسمي يمثلها .

تمرين مسار القيمة

1- علي فرض أن حجر الزهر إختار الكلمات « مزهرية » ، « قرص » ، « سلطة » من قائمة الكلمات ، ووقع الاختيار علي قيمة « السلام » من قائمة القيم .

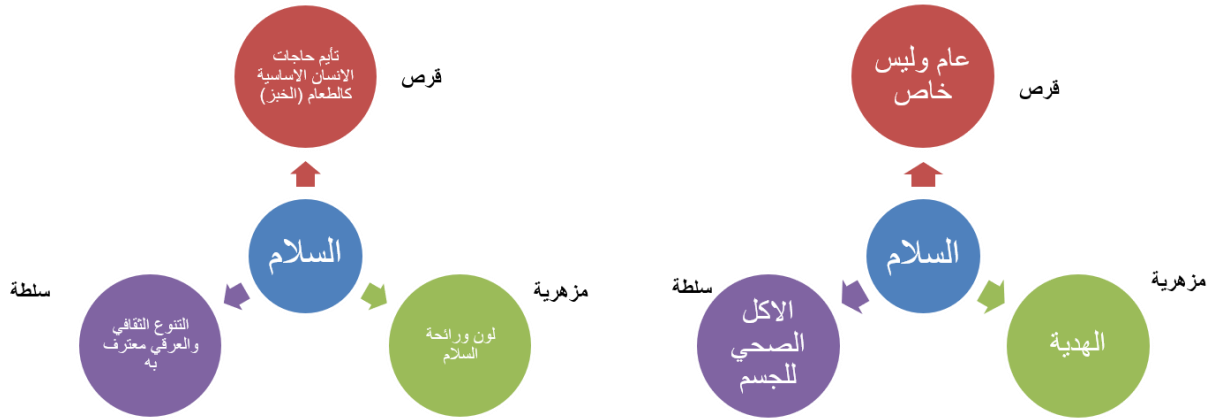
2- يطلب من كل فريق التعبير عن علاقة مدعومة بمبرر فيما بين :

- كلمة « المزهرية » وقيمة « السلام » أولاً ثم
- كلمة « القرص » وقيمة « السلام » ثانياً ثم
- كلمة « السلطة » وقيمة « السلام » ثالثاً

3- يعتمد مرشد النادي لرسم مساراً للقيمة بناء على إفادات الفريقين

4- يتم تحليل نتائج المسار بما يشكل « إيقاع » و « أسلوب تفكير » حيال نتائج كل فريق.

- قد تكون النتائج وفق ما يلي:
- علاقة كلمة « المزهرية » وقيمة « السلام »، من خلال إهداء باقة زهور ضمن مزهرية لصديق
- وكلمة « القرص » وقيمة « السلام »، دائرية القرص تفرض أن يعم السلام الأرض كلها وليس بقعة دون بقعة.
- وكلمة « السلطة » وقيمة « السلام »، فأكل السلطة الغنية بالألياف تعزز بنية سليمة للجسم بعيدة عن الأمراض بالأخص أمراض السرطان
- 3- يعتمد مرشد النادي لرسم مساراً للقيمة بناء على إفادات الفريقين



إفادة الفريق الثاني

إفادة الفريق الاول

- الإيقاع وأسلوب التفكير:
- يلاحظ كيف أن أسلوب التفكير يتشكل بتعدد الزوايا الخاصة بالطرح، فالمزهريّة استخدمت مرة كهدية ومره كمعزز للحواس لاستشعار قيمة السلام
- والقرص تم التعاطي معه مره كمادة معبرة عن حاجة أساسية كالطعام ومره كمفهوم، وكذلك مع كلمة السلطة مره كطعام ومره كتنوع ثقافي وتنوع عرقي.

تمرين شحذ مسألة الربط

- نعود إلى ذات التمرين السابق، وعوضاً عن اختيار كلمة واحدة يتم اختيار كلمتين مع القيمة الواحدة، مثال ذلك:
 - حال وقع الاختيار العشوائي علي الكلمتين التاليتين، " فيلم " و"قمامة" ، والقيمة التي تم اختيارها عشوائياً " عزم"
 - فتكون نتائج التمرين على سبيل المثال:
 - كان لابد من إحراج سكان المنازل المطلة على الشارع بتصوير فيلم عن مدى تماديهم في إلقاء القمامة دون الالتزام بإلقائها في الحاويات المخصصة لذلك، حاثينهم بالعزم لانتشالها.
 - لاحظ هنا شحذ الذهن لدفعه للربط فيما بين ما لا علاقة جامعة بينه أو في مثل "الفيلم" و" القمامة" حيال قيمة مثل "العزم"
 - إن عملية البحث عما يشكل رابطاً هو في حد ذاته، يمرن العقل على:
- 1- أن هناك على الدوام ارتباط فيما بين أي شيء وأي شيء في هذا الكون المحيط بنا
 - 2- الشحذ والارتقاء باستشعار الجانب القيمي الذي يجب أن يفعل مع كل شيء من حولنا.

تمرين التصنيف

1- يقسم اللاعبون إلى مجموعتين

2- يعتمد إلى اختيار مجموعتين من الكلمات ، كل مجموعة مكونه من 6 كلمات عشوائية الاختيار .

3- تعتمد كل مجموعة إلى إعادة تشكيل الكلمات علي نحو مجموعه أو مجموعتين بما يعزز تصنيفا له مبرره المنطقي، بحيث يكون محور التصنيف ، قيمة أو أكثر يتم اختيارها عشوائيا من ضمن قائمة القيم.

المجموعة الاولى:

عضلة	ضمان	مصيده
------	------	-------

المجموعة الثانية:

سمك	قهوة	طاولة
-----	------	-------

حال كان الاختيار العشوائي للقيم هو "رحمة"، "البر"

المربر	رحمة
إن مسألة ضمان الانجاز رحمة	ضمان
اللحوم البيضاء تقي مرضي الكليسترول فهي رحمة	سمك
قدرة العضلة في القبض والبسط رحمة تعزز الانجاز لدي الانسان	عضلة
المربر	البر
وضع القهوة علي الطاولة لكبير السن الذي يعاني من مرض خشونة الركب هو من البر	طاولة

ويلاحظ في هذا التمرين كيف أن اللاعبون مارسوا عمليات التصنيف ، مع إثراء وإغناء ما يمكن أن تعنيه القيمة المختارة من خلال كلمات عشوائية لا يبدو أن لها علاقة مباشرة بالقيم محل الاختيار ، وهو نوع من أنواع تفعيل القيم ونوع من رفع معدلات الاستشعار بما يمكن أن يكون للقيمة من تطبيقات عملية .

تمرين تفعيل القيم

- 1- اعمد إلى كلمتين عشوائيتين
- 2- حاول أن تنطلق من قيمة إنسانية اعتمادا على ما يمكن أن تجتمع عليه تلك الكلمتين
- 3- بين كيف أن القيمة المختارة هي الامثل مقارنة بقيمة أخرى يختارها مجددا حجر الزهرة.

- مثال: تجارة، عصير
- إنه من الممكن أن يكون محور القيمة الجامعة فيما بين تلك الكلمتين هي قيمة "الامانة"، فلا يمكن أن نتصور أن يقوم التاجر ببيع عصير فاسد منتهي الصلاحية.

تمرين التطوير والتحسين

- هناك مجالات عدة لعمليات التطوير والتحسين، والتطوير قد يعني (الكبر أو الصغر) في الحجم أو حل مشكلة ما ،
- بين من خلال اختيار كلمة عشوائية ما يسهم في تطوير أو تحسين شيء ما، حيال قيمة يتم اختيارها عشوائيا من قائمة القيم.
- مثال: كلمة "عطر" ، أمام قيمة "زكاة"
- أن نحسن من صناعة الجوارب والاحذية بما يجعلها تبت عطرًا زاكيا بدلا من الروائح النتنة بعد ارتدائها، مستوحيين تحسين كهذا من عملية الفك التي تعرض اليها حبات سبحة الكهرب فتنبت روائح زكية بفركها .
- هذا التمرين، ومن خلال تكراره مع أكثر من كلمة، تارة مع نفس القيمة وتارة مع تثبيت القيمة وتغيير الكلمات، يسهم في عملية رسم مسار للقيمة من ناحية، ومن ناحية أخرى يعمل علي إثراء ما يمكن التفكير به من مشاريع تعين علي ممارسة "الاحسان" و "الاتقان" في العمل .

تمرين استكشاف مواضع الخلل

- هذا التمرين يكشف بعد الحوار الذي يتم بين المرشد والطلبة ، أنواع عديده من مواطن الخلل ، ما يستوجب بناء عليه تفعيل لقيم مجتمعية معينة حيال كل قيمة .
- مثال :
- حيال تفشي ظاهرة القيد الدراسي ، فقد يكون الخلل من إرتفاع رسوم المدارس التي لا يقوي عليها الوالدين ، أو ضعف القدرات الاستيعابية للطلبة أو صعوبة الاختبارات أو .. الخ

تمرين رفع مستوى إدراك الرسائل

- 1- اعمد إلى اختيار أربعة قيم بشكل عشوائي
 - 2- اعمد إلى اختيار كلمة بشكل عشوائي، وحاول أن تدرجها تحت قيمة من القيم الاربعة المختارة بما يعزز مبررا لهذا الادراج .
 - 3- كرر العملية
 - 4- تقف اللعبة اذا لم يتمكن الفريق المنافس إدراج ثلاث كلمات مختلفة.
- مثال:
 - إذا كانت القيم الاربع المختارة هي:

إرادة	ارشاد	عطاء	بساطة
-------	-------	------	-------

والكلمات الاربع المختارة بشكل عشوائي هي :

كتاب
حصان
طاولة
قلم

فإن الكلمات الاربع من الممكن أن تدرج كما يلي :

إرادة	ارشاد	عطاء	بساطة
حصان	كتاب	قلم	طاولة

- والمبرر هو: أن الطاولة من سماتها أن تكون مبسطة، والقلم من سماته العطاء بالكتابة، والكتاب من سماته الارشاد والتوجيه، ويتمتع على الدوام الحصان بالعزيمة والارادة.
- هذا التمرين، يبين للاعبين كيف أن الاشياء من حولنا سواء كانت جماد أو حيوان تتمتع بعلاقة ما مع القيم.
- وهو تمرين يعزز مدارك اللاعبين حيال المساحة العريضة في التفعيل للقيم.

تمرين برمجة القيمة بالمساعدة

- 1- اختر قيمتين بشكل عشوائي
 - 2- اختر كلمتين بشكل عشوائي
 - 3- استخدم الكلمتين لرسم مشهد ينسجم والقيمة التي اخترت
 - 4- اختر كلمتين ثانييتين .. وهكذا
 - 5- تعرف من خلال نتائج التمرين على مسار القيمة
- هذا التمرين من الممكن إنجازه من خلال الصور أيضا
- مثال:

القيمتين المختارتين عشوائيا هما: النصر والتعاون
الكلمتين المختارتين عشوائيا هما: حقيقة، سرير
التطبيق:

إن سرير جدتي لا يدرك حقيقة صنعه الا الشركة الطبية التي صنعتة نصرة للمسنين (لاحظ هنا كيف أن صياغة الجملة جاءت بشكل يسهل إدراجها تحت أي من القيمتين السالفتين)
ومن الممكن أن يعمد المرشد فيما بعد إلى ثلاث كلمات بدلا من كلمتين.

تمرين تشغيل القيم عبر المعاني العكسية

1- اختر أربع كلمات عشوائية

2- اختر 3 قيم عشوائية من قائمة القيم

3- من واقع الكلمات، انتقي كلمتين تعتقد بأنهما يعبران عن معنا متناقضا حيال أي قيمة من القيم الثلاث المختارة.

4- بين تفسيرك لهذا التناقض.

مثال : اذا كانت الكلمات المختارة عشوائية هي:

هضبه	سعال	مفتاح	جاسوس
------	------	-------	-------

والقيم المختارة عشوائية هي:

ارشاد
نظافة
اجتهاد

فإن حل مفترض قد يكون كما يلي:

الكلمتين المتناقضتين هما (هضبة، ومن سماتها الارتفاع والعلو والظهور)

و(الجاسوس، ومن صفاته التخفي وعدم الظهور)

أما القيمة المحورية فهي (الارشاد) فقيمة الارشاد تجنبك المنزلاقات التي تكون في العادة مخفية وتمنحك فرصة للظهور بشكل رشيد نظيف.

أما مع الكلمتين التاليتين وهما (مفتاح وسعال):

فنلاحظ التناقض بينهما من زاوية المرور السهل والمرور الصعب، فالمفتاح يسهل عملية المرور السهل، أما مع السعال فنحن نعاني من مرور الهواء في الرئة.

إن الهدف من التمرين السابق هو:

- 1- تعزيز لياقة الذهن حيال ما يمكن أن يستعار من صفات الأشياء بما يعزز القيم
- 2- ما يجعل مفهوم القيمة أكثر وضوحاً حيال مسار فكرة التناقضات.

تمرين 360 درجة حول القيمة

- 1- اختر خمس قيم مختلفة بشكل عشوائي
 - 2- اختر كلمة عشوائية من ضمن قائمة الكلمات
 - 3- أوجد علاقة ما بين الكلمة وكل قيمة سألقة الاختيار
- مثال:

إذا كانت القيم المختارة عشوائياً هي:

محبة – مسؤولية – صدق – تسامح – تعاون

والكلمة المختارة «غابة» فيكون الحل كما يلي:

المحبة غابة من الاخضرار يلف به القلب

قطع أشجار الغابات مسؤولية تقع على عاتق الجميع

يهدف هذا التمرين لما يلي:

1- أن أي شيء من حولنا له علاقة بأي شيء من حولنا

2- أن مسار القيمة الواحدة متعدد ويصعب حصره

3- أن هناك علاقات مباشرة وغير مباشرة فيما بين القيم

تمرين العلاقات

- 1- اختر كلمتين عشوائيتين
- 2- اختر قيمة ما
- 3- أوجد علاقة مبرره فيما بين الكلمتين والقيمة المختارة

مثال:

حال كانت الكلمتين: حصة، عدسة مكبرة

وحال كانت القيمة: ممارسة المشي لإحراق الدهون

فإن الحل سيكون:

المشي على الحصى ينشط الدورة الدموية للإنسان وهو شبيه بدور العدسة المكبرة التي تجمع الأشعة المتناثرة لإحداث فعل الاحراق .

يهدف التمرين السابق لتبيان أن ثمت علاقات تجمع فيما بين الأشياء من حولنا، ويظل التحدي في الكشف عن تلك العلاقات من خلال زاوية النظر التي ترشدنا إلى ذلك.

تمرين الكلمة تفرض اتجاهها مغايرا في فهم القيمة

1- اعتمد قيمة عشوائية من قائمة القيم

2- اختر ثلاث كلمات عشوائية من قائمة الكلمات

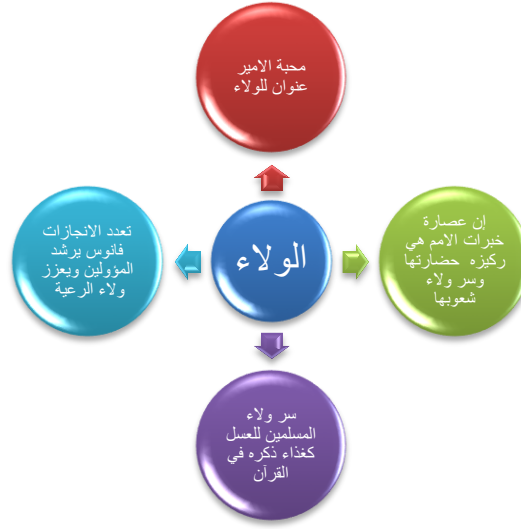
3- اعمد إلى رسم مساراً للقيمة، مع كل كلمة من خلال ما يبرر علاقة معها .

مثال:

إذا كانت القيمة المختارة هي "الولاء"

وإذا كانت الكلمات الثلاث المختارة:

عنوان	عصير	عسل	فانوس
-------	------	-----	-------



لاحظ كيف أن القيمة أخذت مساراً فرضته الكلمة والذي تمثل في:

1. مكونات وعناصر المحبة
2. الخبرات التراكمية
3. دور القرآن ومعايير الولاء
4. الانجازات

فمن فوائد هذا التمرين هو :

- حال تعثر رسم مساراً لأي قيمة اعتمد إلى قائمة من الكلمات العشوائية لرسم مساراً لها.
- إن لكل كلمة حظ في أي قيمة تختار، وللكلمة ما تفرضه على القيمة من مسار.

تمرين لكل مفهوم صور وأشكال وتطبيقات

- 1- اختر مجموعة من الكلمات العشوائية.
- 2- تأمل في كل كلمة واستخرج منها صوراً وأشكالاً.
- 3- هل تمنحك تلك الصور والأشكال "مفهوماً" معيناً.

مثال:

حال كانت الكلمات: ضغط، صراخ، موت

موت	صراخ	ضغط
موت البطارية	الشطة	الفحم
موت الانسان	الالم	فتن الذهب
الوقت	الدم	فرك الورده
		الاجهاد

موت	صراخ	ضغط
موت البطارية بعد أداء نشط	الشطة تعبير بالمذاق عن الصراخ	الفحم = ألماس
موت الانسان ، وكل كائن حي	الالم تعبير بالاحساس عن الصراخ	ب = إرتفاع قيمته
موت الوقت بإضاعته	الدم تعبير بالمشهد عن الصراخ	ك الورده = عطر
		= تحسين الاداء

مفهوم "الضغط" من الممكن أن يكون ايجابي على الدوام

مفهوم "الصراخ" هو بمثابة جرس إنذار أولي لمشكلة ستقع أو ربما وقعت .

مفهوم "الموت" هو أن كل شيء إلى زوال

يسهم هذا التمرين في :

1- استخلاص مفهوم ما من الاشكال والتطبيقات التي تفرضها علينا معاني الكلمة .

2- أن وراء تلك الاشكال حتى لو تنوعت مفهوم واحد يغديه ويسيره.

تمرين نقاط التشابه

1- اختر مجموعة من الكلمات العشوائية

2- لكل كلمة من تلك الكلمات اقترح اسم حيوان (طائر ، حشرة ، ثديي ، من غير الانسان)

3- وضح مبرر التشابه

4- حال كانت الكلمة العشوائية اسم لحيوان اعمد إلى كلمة بديله.

مثال:

فإذا كانت الاختيارات في،

شمعة	وسادة	زرار	برتقال
------	-------	------	--------

فإن اسماء الحيوانات المقترحة هي:

ذباب	قط	فراشة	نحلة
------	----	-------	------

فالذباب يحب الطيران نحو مصدر للضوء، والقط تحب الجلوس علي وسائد، والفراشة هي بمثابة وسام علي الصدر لجمال جناحيها، والنحل يرشف من ورد البرتقال لإنتاج العسل.

تكمن فائدة هذا التمرين في:

1- توسعة مدارك اللاعبين حيال ما يشكل نقاط تشابه أو التقاء، وإدراك نقاط التشابه هي المرحلة التي تسبق مرحلة الكشف عن قاعدة يخضع اليها هذا التشابه في عملية إدراك "المفهوم" .

2- من خلال الحوار سيدرك اللاعبون من أن أدمغتهم قد تعرضت لعمليات برمجة بشكل تلقائي حيال ما يستعرضونه من مخزون من الملاحظات المحفوظة.

تمرين حقيقة تفرد الاشياء من حولنا

يسهم هذا التمرين في تعرف اللاعبين على حقيقة عمل الاشياء من حولنا وما يجعل كل منها فريدا فيما يقوم به من وظيفة .

1- اختر ثلاث كلمات عشوائية

2- مع كل كلمة تم اختيارها اعمد إلى الغاء أهم عنصر أو صفة تميز بها

3- بين كيف أنه في الغاء تلك الصفة فإن العنصر هذا يفقد معناه ووظيفته الأساسية .

مثال:

فلو كانت الاختيارات هي:

مسمار	ماء	كوب
-------	-----	-----

فالمسمار يفقد صفته إذا فقد الحدية

والماء يفقد صفته إذا فقد صفة الشرب

والكوب يفقد صفته إذا فقد صفة الحمل

غير أن المسمار لن يفقد وظيفته إذا لم يصنع من الحديد، والماء لن يفقد صفته إذا كان صلبا (ثلج)،
والكوب لن يفقد صفته إذا أخذ ألوانا مختلفة

فالتمرين السابق يعزز ما يلي:

1- أن الأشياء من حولنا تكتسب معناها من الوظائف التي صنعت من أجلها أو خلقت من أجلها .

2- أن تلك الوظائف تعتبر بمثابة المحور الرئيس وما عداها مواصفات ثانوية يمكن الاستغناء عنها
أو الإضافة إليها وتطويرها.

3- تميز تلك الأشياء بصفات محدده يمكن اعتباره بمثابة "المفهوم" الذي يجب المحافظة عليه ، وما
عده يعتبر منتجات تابعة لذات المفهوم "راجع مؤلفنا "تحويل القيم والمفاهيم إلى منتجات" .

تمرين قوة التأثير

1- اختر قيمة ما بشكل عشوائي

2- اختر خمس كلمات بشكل عشوائي

3- بين كيف أن كل كلمة تم اختيارها لديها قوة تأثير في منح القيمة المختارة معنا وعمقا في الفهم
ومسارا جديدا .

مثال:

لتكن القيمة المختارة "الصدق"

لتكن الكلمات المختارة عشوائيا :

كاشف	ضفدع	وسام	صدر	سماء
------	------	------	-----	------

- ممارسة الصدق ترفعك في عيون الناس نحو السماء
 - وتكون في الصدارة علي الدوام في أذهان الناس عندما يذكرون الصدق
 - ممارسة الصدق وسام يرفع الانسان درجات يوم الحساب
 - لا يكيل الصادق بمكيالين ولا يقفز كالضفدع في عرض الحقيقه بل تكون أقواله علي الدوام مستقيمة دون مراوغة أو تضليل
 - الصادق يكشف الحقائق والمراوغ يخادع
- لقد وضع التمرين السابق الاضافة والتأثير الذي تمنحه الكلمة في تعميق معني القيمة، ذلك أن للتأثير صور عدة منها:

1- تعزيز الايجاب أو السلب

2- تعزيز الضعف أو القوة

3- تعزيز التصغير أو التكبير .. وهكذا .

كيفية تشكيل الرابطة القيمية في مدارس المراحل الأولى للأطفال

من الذكاء أن لا تأخذ اسم الرابطة " اسم قيمة بعينها" مثال "رباطة المسؤولية " أو " رابطة الصدق "

وإنما نستلهم اسم الرابطة من شكل النشاط الذي تقوم عليه والقاعدة في ذلك:

- 1- أن يكون النشاط محل " جذب " وتفضيل من قبل الطلبة.
 - 2- من خلال الترويج للرابطة وانشطتها يتم الترويج للقيم التي تدعوا اليها بشكل ضمنى " غير مباشر".
- الطلبة يعشقون الماراثونات بأنواعها، فمن أجل " جذب" أكبر شريحة ممكنه من الاعضاء + برمجة القيم المراد غرسها ، نعمل الي ما يلي :

مسابقة الدراجات:



- يتسابق 3 طلبة في كل مرة
- يكتب على علم كل دراجة قيمة أو قيمة تابعة (المسؤولية \ مسؤوليتي تجاه واجباتي ..)
- يتم ايقاف المسابقة مؤقتا مع الفائز: ويجري حوار حيال ما علاقة "القيمة" الفائزة بالقيم الأخرى التي لم تتصدر النهائي .

رابطة "الاكسيسوريز" للبنات



في هذه الرابطة يتم تفعيل:

- 1- حواس العضوات (مشاريع عناصرها الاوراق الملونة والالوان والخرز والقمصان والرسومات والبطاقات .. الخ)
- 2- يتم تحويل القيم الي منتجات مؤلف " تحويل القيم الي منتجات"
- 3- اشراك النماذج الناجحة في المسابقة الدولية.

رابطة "ماراثون السيارات"



- مسابقة سباق السيارات:
- يتسابق 3 طلبة في كل مرة
- يكتب علي علم كل دراجة قيمة أو قيمة تابعة (المسؤولية \ مسؤوليتي تجاه واجباتي..)
- يتم إيقاف المسابقة مؤقتاً مع الفائز: ويجري حوار حيال ما علاقة "القيمة" الفائزة بالقيم الأخرى التي لم تتصدر النهائي.



الغرس القيمي عبر نادي قيم

من الممكن تنفيذ حملة إعلانية توعوية داخل أسوار المدرسة، أو النادي المجتمعي، وفيما يلي نموذج، لحملة بعنوان "في الاقتراب هلاك" تم تصميم شعار لها، وفيما يلي التطبيقات:

logo



نريد الآن من الطلبة أن يختاروا ما يشكل:

أ- إستمرارا لهذه الحملة من جهة

ب- تعزيزا للبحث عما يشكل بالفعل مواطن للزلل ..من هذين العنصرين



في الاقتراب .. هلاك !





كذلك من الممكن أن تكون فكرة الحملة "لا..." بحيث يتم توزيع هذه الملصقات التي يمكن تعليقها على الشيء المراد التحذير منه.



ومن الممكن تصميم قميص يرتديه أعضاء النادي في المدرسة، وتتنوع رسائل القميص مع كل أسبوع جديد للحملة.





خامسا- ارتداء الزي الرسمي القومي



فعبر ارتداء الزي الرسمي القومي، يتم التعزيز لقيم المجتمع والموروث الشعبي الذي يستمد أصوله من الدين الإسلامي، وهو ما نلاحظه في المملكة العربية السعودية وقطر وموريتانيا على سبيل المثال.



الزي الرسمي في مدارس موريتانيا

سادسا-ممارسة أنواع الرياضات، ونموذج آسباير



تحرص أكاديمية التفوق الرياضي ASPIRE لان تخرج شبابا محترفا في الرياضات وممارس للقيم في ذات الوقت، لذا نجد المنهج الدراسي للأكاديمية يعتمد منهجا إحترافيا في التعزيز للقيم في الجانبين النظري والعملية.

سابعا-تحويل المشاعر لمنتجات

الهدف العام للبرنامج التدريبي:

- التعرف على آلية التخلص من المشاعر السلبية وتحويل المشاعر السلبية الى مشاعر إيجابية
- اعتماد أساليب محببة في عمليات تحويل المشاعر الإيجابية إلى منتجات.
- إنه بمثابة برنامج داعم لعمليات الاستشفاء للذين يعانون من القلق والاكتئاب أو الضغوط النفسية.

محاور البرنامج التدريبي:

ثمة ثلاث نظريات حيال مصادر النبض العاطفي التي يمكن تحويلها إلى منتجات وخدمات، حيث أن جميعها يعتمد متغيرين إثنين، الأول ويدعى المثير "Stimuli"، وهو معني بالمنتج، والثاني يدعى الاهتمام "Concern"، وهو معني بالشخص، فهذين المتغيرين معنيين بالخبرات السابقة لدى الشرائح السابقة في مجال المشاعر، فالمنتجات في حد ذاتها تعتبر عنصر رئيس مستثير للمشاعر، وهو ما يمنح الراغبون بتغيير مزاجهم ومشاعرهم السلبية دافعا للخروج بتصاميم نابضة بالمشاعر أو العواطف، ذلك أن المشاعر السالبة ما لم يتم احتوائها وفق مسار سليم فقد تتحول نحو مسار مدمر قد ينعكس على الذات أو على محيط الفرد .

لقد أضحت دائرة النبض العاطفي للمنتجات، محل بحث متعمق في الجامعات الرائدة عالميا، تلك الدائرة التي تجسر العلاقة فيما بين (التصميم والمشاعر) للخروج بمنتج معبر ومعزز لعاطفة أو مزيج من العواطف، فالبحوث والدراسات بينت أن ثمة طرق عديدة في استثارة مشاعر الانسان عبر ما يقدم إليه من منتجات أو خدمات، حيث يتم ذلك عبر استثارة حواسه تارة أو عبر الاستخدام تارة أو عبر تملكه للمنتج أو حتى مجرد عمليات التفكير باقتناء المنتج.

موضوعات الدورة :

- 1- ثلاثة عناصر على المنتج أن يستوفيها ليكون معبرا عن العاطفة
- 2- ثلاثة مسارات في التعبير عن المشاعر مع المنتجات
- 3- مراحل النبض العاطفي للمنتج
- 4- تناقض المشاعر
- 5- نموذج عن مشاعر سلبية وكيف يمكن تطويعها للخروج بمنتجات تعزز التعامل والتعايش مع ما تشعر به من سلبية
- 6- أنواع المشاعر
- 7- المشاعر والالوان
- 8- مستويات المشاعر
- 9- المشاعر الجماعية والمشاعر الفردية
- 10- مراحل عملية التصميم والانتاج

احتياجات التدريب :

- تأمين المواد وفق ما هو مرفق في ملف "مواد الدورة" ثمة قائمة من الادوات التي يتم رفعها في حينها للجهة الراغبة في تنفيذ الدورة لتأمينها قبل تنفيذ الدورة .
- جهاز كمبيوتر للعرض مع جهاز داتا شو لاستعراض باوربوينت
- لوح ورقي وأقلام فلوماستر
- مايكروفون لاسلكي متحرك لتقديم الدورة من قبل المدرب

الفئة المستهدفة بهذا البرنامج التدريبي:

المسؤولين عن:

- 1- ذوى الاحتياجات الخاصة (المعاقين، المسنين)
- 2- المعانون من المشاكل النفسية
- 3- اللقطاء
- 4- المرشدون التربويون
- 5- النوادي الاجتماعية
- 6- الامهات وأولياء الأمور

ثامنا- نادي سبيكه ومريم

رابطه " سبيشه ومريم " للبنات



- في هذه الرابطه لبنات الابتدائي، تغذي في العضوات:
- 1- الحنان، الرعاية – المسؤولية – التعامل المهذب مع الاصحاب.. الخ
- 2- برمجة القيم عبر القصص التي تكون بطلتها " سبيشه" تاره و" مريم" تاره اخري .
- 3- تعزز لبس المحتشم و غرض البصر ولبس الحجاب.

تاسعا- مسلسلات درامية "أسماء الله الحسنى"

من الممكن إنتاج حلقات تلفزيونية وفق أسس درامية، وفيما يلي نماذج يمكن انتاجها إذاعيا أو تلفازيا في ذلك:

مسلسل الأسماء (أسماء الله الحسنى)

المرحلة الأولى 30 حلقة مدة الحلقة 15-20 دقيقة

الفكرة: تصحيح مفاهيم اختلطت على البشر مع الوقت حيال المعنى الحقيقي للحياة.. المعنى الحقيقي لممارسة الدين الاسلامي، العبادات والمعاملات. من خلال شرح وتبسيط معاني أسماء الله الحسنى لنجعلها قابلة للتعايش معها وبها لتصبح منهج حياة.

الأحداث: تدور أحداث المسلسل حول أحداث يتعرض إليها رجل (عبد المحسن) في السنتين من عمره تاجر وصاحب محل ذهب في أحد الأسواق الحديثة (كأننا نشير إلى أن الدين صالح لكل زمان ومكان ولن نتصور أن هذا الرجل قديم/ شعبي حتى تقربه من الواقع أكثر) يتردد على عبد المحسن زبائن، تجار، أحفاده، أبناءه، معارف زوجته.. كل بزيارته يحمل مفهوم يحتاج إلى إعادة صياغة، توجيه أو قد يكون مفهوم خاطئ ومن خلال الشراء/ البيع يقوم عبد المحسن بتصحيح ذلك المفهوم بشرح أسم من أسماء الله الحسنى.

الرمز: يمثل عبد المحسن الاسلام بالمفهوم الانساني الذي يدعو إلى الربانية فهو الرجل المحب والطامع لخيرى الدنيا والآخرة في نفس الوقت وليس الإنسان الزاهد الفقير.

رسم لشخصية عبد المحسن:

- (+) 1- معاصر مهتم لجديد التكنولوجيا (حتى نقره من الشباب)
2- ممارس لأسماء الله الحسنى (محسن بعباياه للمساكين بالنقود أو المعرفة / رحيم بالعاملين/ صبور..
3- الخير ظاهر عليه ملابسه، حبه للتطبيب..

- (-) 1- مريض سكر
2- يعشق الشوكولاته/ الحلويات (وهذا ما يتودد به إليه أحفاده)
3- حبه لاقتناء الانتيك، الأحجار الكريمة

- أماكن التصوير: المحل/ بيت العائلة
الشخصيات المساندة: 1- البائع رفيق في المتجر (باكستاني)
2- بو قتيبه صديق عبد المحسن المقرب
3- بو أسعد صاحب محل الطيب والبخور المجاور لمحل عبد المحسن
4- صبي (عامل)

كاتبة النصوص: أ.هديل زهير المزيدي

الحقوق : المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

الحلقة الأولى (مالك الملك)

مشهد: يد رجل تلف حول معصمه حلقات مسباح يُخرج من تجوري وثائق رسمية يفتح محتواها يقرأها ثم يطويها ويدسها مرة أخرى في قلب التجوري.

مشهد: رفيق البائع يعرض قطع ذهبية لأحد الزبائن في قاعة العرض التي تفصل المكتب بستائر سوداء مخملية مسدولة أرضاً يظهر في المكتب الداخلي للمتجر العم بوعبد المحسن ويبدو جالسا مترنسا مكتبه العتيق الفخم أمامه يجلس صاحبه المخلص بوقتنيه.

بوقتنيه: شسوي فيها هالأرض.. ما جني **أملكها** أبد (يلوح فتظهر حلقات المسباح بيده) دافع فيها القيمة الفلانية شتقول يا بوعبد المحسن ما خذيت منها غير هالصك اللي يتربع في التجوري ما غير أطل عليه كل حين!

بوعبد المحسن: هم ليلحين ما حكموا في القضية؟

بوقتنيه: ولا شكلهم راح يحكمون.. ربعا تعلمني فيهم خواره يومهم بمليون سنة الحين هذا أنا معاك يوم رحنا شفنا الأرض قبل ثلاث سنوات تذكر؟ وماكو بس **تملكتها** وأنا ماني قادر أتصرف فيها كله من هاللي لقوه تحتها.. يا لله من فضلك!

بوعبد المحسن: إيه أحياناً يملك الواحد الشيء ولا ينتفع فيه ولا يصير من حقه يتصرف فيه، وأحياناً ينتفع فيه ويتصرف فيه ويكون ما يملكه، وأحياناً يملك الشيء وينتفع فيه ويتصرف فيه لكن بالنهاية مو له.

بوقتنيه: والحين شدبره أنا باني عليها آمال والمخطط جاهز قايلك ببنيها مجمع استثماري.

بوعبد المحسن: شلي في بالك؟

بوقتنيه: مادري.. يعني أنا أقول لو إنك تشوف صاحبنا إللي في الوزارة كلمة شوف وبن اوصلت القضية خيتوصى فينا مومعولة هالطواله بيا احنا ناس تجار الوقت ثمين بالنسبة لنا.. قوله يا بوعبد المحسن شلون يعني.. اغسل إيدي من الأرض! هذي بعد وهي **ملكي** حلالي خو ماني بايقها.

بوعبد المحسن: شوف يا بوقتنيه أنت غالي وتستاهل العنوه وأدري شكثر صبرت تنظر قطعة هالأرض لكني أشور عليك بشيء أحسن من إنا نكلم فلان ولا فلنتان. لا واسطة ولا توصاية أنت مالك غير مالك الملك.

بوقتنيه: أي أنا صاحب **الملك**.

عبد المحسن: صحيح لكنك تحتاج المالك والمالك هو ربك سبحانه يقول الحديث القدسي: "أنا ملك الملوك، ومالك الملوك، قلوب الملوك بيدي، فإن العباد أطاعوني حولت قلوب ملوكهم عليهم بالرفقة والرحمة، وإن العباد عصوني حولت قلوب ملوكهم عليهم بالسخط والنقمة، فلا تشغلوا أنفسكم بسبب الملوك، وادعوا لهم بالصلاح، فإن صلاحهم بصلاحكم". يا بوقتنيه سبحانه هو مالك الملك: يملك الشيء ويتصرف فيه ومصيره إليه، وهذي أعلى درجات الملكية ملكية الله سبحانه وتعالى أنا أقول وكل أمرك للمالك رب العباد ترى الناس ما تحرك ساكن مثل ما أنت شايف. ربك سبحانه هو يسخرهم لك أنت بس ناجيه بهالليلة الفضيلة وإن شاء الله يتيسر أمرك. (يقدم له تمر مناديا الصبي: قهوة يا حسن).

بوقتنيه: سبحانه شورك وهداية الله.

ب- اسم الله (الوهاب)

المشهد	المسمع
ورقة نوت على أوراق معاملة مكتوب عليها: (من طرف عبد الوهاب) موقعة ومختوم عليها لا مانع.	
في المتجر اجتمع بو عبد المحسن الذي يظهر أنه يراجع حساباته وأحفاده سارة وشقيقها أحمد في زيارة له.	سارة: لأنني بنيه عشان جذي يمشي شغلي بسرعة!

أحمد: والله اوقف بره مكتبه ساعات أنطره يتعطف علي أو يعطيني ويه!	بو عبد المحسن ينظر إليهما ويستمع لحوارهما بحلم.
سارة: شدعوه ليش كل هذا انت شتبي منه؟	تضحك سارة بعجب!
أحمد: أبي أسجل في مادة بس المشكله ان هالدكتور وايد صعب ما يسمح لأي طالب يدخل عليه.	
سارة: قولي متى مواعيد ساعاته المكتبية وأنا أضبطك أفا عليك.	
أحمد: يا بعد جبدي صبح والله.	
سارة: بس ها ابي مقابل ترى خدماتي موبلاش!	
أحمد: الله يستر شنو تبين؟ شدعوه بيا أحنا اخوان!	باستغراب
سارة: ماكو.. أخدمك تخدمني.	
بو عبد المحسن: بهذا يا سارة يا بنيتي صدقتي أما باجي حبيج كله يبيله إعادة صياغة!	ابتسم بو عبد المحسن قائلاً:
سارة: شقصدك يدي؟	باستغراب
أحمد: قصده أنج مصلحجيه ما تسوين شي لله كلشي بمقابل.	
بو عبد المحسن: من حقها تاخذ مقابل على خدماتها عادي.	
أحمد: يدي أنت معاي ولا معاها؟	باستغراب
بو عبد المحسن: أول شي مو صحيح أن على أيدج بيفتحلج كل باب.	يضحك بو عبد المحسن قائلاً:
سارة: عيل بيد منو؟	
بو عبد المحسن: بيد الوهاب سبحانه، الوهاب اللي عطاءه جزيل ونواله كثير، الوهاب اللي ينعم علينا بلا سبب وبلا عوض، لا تظنون أن إنساناً يعطي شيئاً إلا والله سبحانه ألقى في قلبه الدافع. يعني لما أنتي قلتي امورج كلها تمشي، إذا بغيتي الصبح فهذه من الله.	
أحمد: يعني موشطاره.. مو قدرات سحرية مثل ما تقول سارة؟	
بو عبد المحسن: الإنسان في ساعة غفلة يقول أنا كدّيت وسعيت بكديميني وعرق جبيني وأسست وجمعت.. هذه يا	

جماعة هي الغفلة عن الله عز وجل، كل هاللي صار له وتحقق له هدية قدمها الله له.	
أحمد: يعني أحنأ ما بيدنا شيء.	
بو عبد المحسن: شوف وأنا يدك إذا علونك إنسان لازم تعتقد اعتقاداً كلي أن الله سبحانه الوهاب ألقى في روع هذا الدكتور أن يتساهل معاك، خلاه يتعاطف معاك خله تصير عنده رغبة أن يساعدك.	
أحمد: ما فهمت.	
بو عبد المحسن: ما قط مرة مرّ عليكم إنسان خدمكم وتعجبتموا ليش خدمكم مع ان ما تعرفونه تلقاه يسر لك أمرك، تساهل معاك، ما مر عليكم هذا الحادث؟	
سارة: إيه صح وايد تصير.	
أحمد: إيه.	
بو عبد المحسن: الله ألهمه، وهو اللي مكّنه هو الفعّال ، من الواجب أنك تقول يا رب لك الحمد.	
أحمد: إذا الله سبحانه مكن هالإنسان أن يخدمني هذا معناته مو لازم أرد الجميل! سمعتي يا سارة ما كو شيء اسمه خدمه بخدمه!	
بو عبد المحسن: مو صحيح كلامك يا ولدي!	لا يعجب سارة الكلام.
أحمد: ها !!	
بو عبد المحسن: الحين انت إذا خدمت أحد بخدمة موصح تضايق إذا نسي الفضل! "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"	
سارة: إيه صح.	
بو عبد المحسن: شوفو يا عيالي مع اعتقادكم أن هذا اللي ياكم عن طريق فلان من الله سبحانه، أولاً ألهمه ثاني شيء سمح له، ثالثاً مكّنه، فلو ألهمه وما سمح له راح يقولك: "العين بصيرة واليد قصيرة" وأحياناً إنسان وده يخدمك بس ما يقدر يقولك: "ما قدرت" يعني ربك ألهمه بس ما سمح له، فإذا إنسان قدم لك خدمة؟ عاد هني لازم ما تنسى.	
سارة: زين فزت بشيء! سمعت لازم ما تنسى.	بسرور قالت سارة موجهه خطابها لشقيقها:

بو عبد المحسن: إذا قَدَّم لك إنسان خدمة لازم تقدم له خدمة مقابلها.

أحمد: وإذا ما قدرت أخدمه شسوي؟

بو عبد المحسن: إذا كنت فعلاً عاجز عن رد جميله أو حتى عن مقابلة هديته بهدية ما قدرت تقابل خدمته بخدمة! قول له جزاك الله عني كل خير فهذي مقبولة منك.

ربك يحب اللي يخدم عباداه ويراعيهم ويعاونهم يحسن له مثل ما أحسن عبده لعباده.

بو عبد المحسن: السلام عليكم.. هلا عبد الوهاب كيف حالك بيا.. تمر علي المكتب الليلة.

ياالله خوش بانتظارك مع السلامة.

عبد الوهاب: شددعوه يا عم بو عبد المحسن لا أنسى الموضوع ما في داعي كلها معاملة بسيطة بالوزارة وخلصناها.

بو عبد المحسن: يطري عليك أخوي عبد الوهاب من شهر لما بيتنتي تطلب مني أسعالك في حاجة فلان إياه !

!

خلاص اعتبره تم

"من أحصاها ...دخل الجنة "

يرفع سماعة الهاتف استعدادا للاتصال بأحد!

بو عبد المحسن محدثا الطرف الآخر.

بو عبد المحسن مع عبد الوهاب في المكتب.

يقدم بو عبد المحسن ظرف لعبد الوهاب.

عبد الوهاب (يحاول يتذكر)

عبد المحسن يمد يده بمضروف يعطيه له

شعار لفظي + اسم "الوهاب "

شعار المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.

ج- اسم الله (المؤمن):

المشهد	المسمع
يبدو رفيق في المتجر يرتب قطعاً ذهبية ويلمع أخرى يسترق أبو أسعد (صاحب المحل المجاور لمتجر بو عبدالمحسن) يسترق البصر ينظر من خلال فتريته المحل الزجاجية يتقصى حركة البيع.	

أبو أسعد: بو عبد المحسن موجود؟	يدخل أبو أسعد المحل بعد أن تأكد من غياب بو عبد المحسن: السلام عليكم.. حي الله رفيق رفيق الذي تظهر عليه ملامح العلم بطباع جارهم يرد: وعليكم السلام والرحمة.
رفيق: طلع شوي وراجع تبي شيء؟	
أبو أسعد: لا خلاص لما إي أنا أكلمه. إلا يا رفيق شلون البيع؟	
رفيق: الحمد لله.	
أبو أسعد: شنو يعني؟ أقصد.. إلا أقولك أنت فكرت باللي قلته لك ذيج المرة؟	
رفيق: إي.	
أبو أسعد: وشقلت موافق؟	
رفيق: لا أنا ما أترك العم بو عبد المحسن.	
أبو أسعد: أفا !! بيا قلنا لك نعطيك دبل بس تعال اشتغل في محلي!	

رفيق: ما يصير.	
أبو أسعد: ويه ما منك فايده.	ممتعضا
بوقتية: السلام عليكم شلونك رفيق زين؟	يلمح بوقتية أبو أسعد وهو خارج بالتو من متجر العم بو عبد المحسن.
رفيق: الحمد لله	
بوقتية: شيبني بو أسعد؟ رفيق: يسأل عن العم. بوقتية: إلا لقافته الزايدة أدري فيه ما يبي شيء بس يحوس يتفقد الزباين الحمد لله والشكر.	
رفيق: العم ما رجع معاك!	
بوقتية: كاهو ياي وراي.. في المسيد يتسنن أنا ما قدر استحمل الحر استعيلت اليه.	بو عبد المحسن قادما من بعيد
بو عبد المحسن: السلام عليكم.. رفيق وص حسن يبيّلنا شاي.	
رفيق: إن شاء الله.	

بوقتئيه: عسى ما شر!	
بو عبد المحسن: رفيق طالب زيادة راتب بس الزيادة اللي طالها هالمرة وايد، وأنا بصراحة تعودت عليه الريال أمين وصادق وصارله معاي بهالمحل عمر.	
بو قتييه: وهو متى طلب الزيادة؟	
بو عبد المحسن: من يومين.	
بوقتئيه: هذا ابليس الله يلعنه! فر راسه أكيد عرض عليه إن يشتغل معاه في المحل وقاله بيعطيه أكثر.	
بو عبد المحسن باستغراب: منو هذا.. من عنه تتكلم؟	
بوقتئيه: وأنا داخل لمحت بو أسعد توا طالع من محلك الله يعلم سكان يسوي فر راس رفيق الله يهديه من جار .	
بو عبد المحسن: أنت سمعت شيء؟	

<p>بو قتيبه: لا تقعد تقولي "إن بعض الظن إثم" السوق كله يعرف حركات أبو اسعد هاللي ما يستحي ذاك اليوم يقولي بو سالم.. بو سالم صاحب ماركة الأفلام الفرنسية ما ادري شلون ينطقونها..</p>	
<p>بو عبد المحسن: أيه عرفته بوسالم شفيه؟</p>	
<p>بو قتيبه: أيه.. يحجلي يقول بو أسعد رايح من وراه غرفة التجارة يجيك على رخصته؟!</p>	
<p>بو عبد المحسن: ها!! وهو شعليه!</p>	
<p>بو قتيبه: ملقوف شلون شعليه إذا ما حبش ونبش وما عرف من الطالع والداخل من محلك ومو بعيد سأل عن مبيعاتك! شوف يا بو عبد المحسن أنا جان أقول أكثر بس أدري فيك بتعاتبني بعدها ما تحب كشف ستر البير بس ما تهون علي صاحبني.</p>	
<p>بو عبد المحسن: الواحد إذا ما أمن جاره ما يسمونه مؤمن يا بو قتيبه اسم من أسماءه سبحانه " المؤمن " بالأول نتأكد من رفيق شعنده بو اسعد.</p>	
<p>بو قتيبه: إيه نفوس مريضه نسأل الله العافية.</p>	

يدخل حسن ليقدم الشاي.	
استكانه بو قتيبه فارغة.	<p>بو عبد المحسن: المؤمن أخلاقه تعكس ما في داخله يعني لو تشق قلبه تلقى الطمأنينة والأمن والراحة النفسية والاستسلام لله والرضا بقضائه والتوكل عليه سبحانه، لسانه ينطق بذكر الله ولسانه يبعث الأمن بالناس ويطمئنهم.</p>
<p>بو قتيبه: وين بو أسعد يسمع ويتعلم هذا باين ما في قلبه إذا هذه أفعاله اشبتلقى غير أنه لا عفيف ولا أمين ولا صادق. الخوف يا بو عبد المحسن من هالدنيا تقولي راحة وطمأنينة.</p>	
<p>بو عبد المحسن: إذا الواحد منا اعجبته الدنيا بيته ومركزه وتجارته يقذف ربك في قلبه الخوف.</p>	
بو قتيبه: ليش عاد؟	
بو عبد المحسن: حتى يرجع لربه فيطمئن له.	
بو قتيبه: شلون يعني؟	
<p>بو عبد المحسن: يعني يخيفك حتى يأمنك ويفكر حتى يغنيك ويمنعك حتى يعطيك ويضرك حتى ينفعك.. حتى ترجله دايما.</p>	

بوقتية : وأنه أشهد إن الله راح ينفعك ويأمرك من ضرر بوأسعد	
بوعبد المحسن في جلسة خاصة بينه وبين رفيق.	رفيق: وهذا اللي قاله لي أبو أسعد.
بو عبد المحسن: وأنت شقررت؟	
رفيق: أنا أبي أشتغل هني معاك ما بي أروح مكان ثاني.	
يرن الهاتف : الو ..الله يبشرك بالخير ، يعني الربح ضعف اللي توقعناه !!	بوعبد المحسن: كفو ولدنا وابشر بالزيادة.
مشهد : بوأسعد في مكتبه ويأتيه القائم بأعماله مقدما استقالته ، وعلامات الاندهاش مع الانزعاج على وجهه.	
"المؤمن "	

عاشرا- القصص:

إقتني المجموعة القصصية (الشيف فرانسوا)، (منطق الطير)، (ماكان في جزيرة خيوس اليونانية)، (كستن والقيقب) لشريحة الكبار، وقصص أخرى للأطفال، عبر الموقع الإلكتروني www.qeam.org

حادي عشر- حملات اعلان التوعية PSC

حملات إعلان التوعية المجتمعية، تم تجربتها وعلى مدى يزيد عن العشر سنوات، وكانت نتائجها مبهرة فيما حققته من تغيير إيجابي للقيم والسلوك القويم، وتتعدد موضوعات الحملات التوعوية، وفيما يلي نستعرض مجموعة مما أنجزناه، مع إدراج للنتائج التي تم رصدها عبر مسوح ميدانية موثقة.

نستعرض فيما يلي نماذج لثلاث حملات توعوية مع نتائج ما حققته من عوائد.

أ- غراس

ب- المنتج الوطني

ت- التحدي

حالة " غراس " الدراسية ، حالة عملية في مجال صيانة القيم ومعالجتها :

فيما يلي نستعرض لحالتين دراسيتين ، وبشيء من التفصيل ، الأولى حالة وقاية المجتمع الكويتي من أفة المخدرات ليس في إطار معالجة المتعاطين وإنما في إطار حفظ ووقاية وصيانة المجتمع من الدخول في دائرة التعاطي ، وهذه الحالة الدراسية نفذت في ما بين السنوات ١٩٩٩-٢٠٠٦ ، تحت اسم " غراس " من قبل مجلس الوزراء الكويتي ، أما الحالة الثانية فهي حالة حث شريحة المراهقين في المجتمع الكويتي للحفاظ على عبادة الصلاة وممارستها ، جاءت تحت اسم "نفانس" ، وهي حالة تم تنفيذها في عام ٢٠٠٢ من قبل وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية في الكويت ، ونستعرض كلا الحالتين بصفتنا كمستشارين تسويقيين وواضعي أفكار وإستراتيجيات الحالتين السابقتين ، والموجهين للدراسات الميدانية القبلية والبعدية لمعظمها في تلك الحقبة .

أولاً: " غراس " المشروع الوطني لوقاية المجتمع الكويتي من المخدرات

يمكننا أن نتعرف علي الوضع العام للمشكلة القيمية في الكويت حيال الحياة والتعاطي والمتاجرة بالمخدرات وذلك من خلال استعراض حجم المشكلة وفق الاحصائيات التالية ،

لم يتم اعتماد برنامج تواصل مجتمعي بأسلوب تقليدي كالذي كان معمول به في دولة الكويت والمناطق العربية المحيطة بها طيلة الثلاثين سنة الماضية ، بل عمد إلي إستراتيجية علمية منطلقة من نتائج لدراسات ميدانية قام بها مجموعة من الاساتذه الجامعيين ، وتبعتها مجاميع من الدراسات الميدانية للتثبت من صحة المسار الذي أتخذ في المعالجة بالتعاون مع شركات بحثية عالمية تمت علي نطاق أكثر من شريحة معنية في المجتمع الكويتي وعددها وصل إلي قرابة الخمس عشر دراسة طيلة سنوات تنفيذ البرنامج ، أي علي مدى الخمس سنوات من بدأ البرنامج .

فقد أشارت نتائج الدراسة الميدانية للأسباب المؤدية لتعاطي المخدرات أن ثمة أسباب رئيسية ، وبناء علي تلك الأسباب تم رسم إستراتيجية كافة الحملات الإعلانية والتسويقية التالية :

أسباب تعاطي المخدرات	النسبة المئوية
أصدقاء السوء	87%
التفكك الاسرى	77%
ضعف الوازع الدينى	65%
أوقات الفراغ	62%
كثرة السفر	2,7%

أطلقت الحملة التواصلية المجتمعية الأولى وكانت بعنوان " ما أجمل الحياة من غير مخدرات "



تبعثها الحملة التالية " أنه بعد معاكم " وذلك بقصد الحشد المجتمعي للقضية كي تصبح قضية شعب وليس قضية حكومة فقط .

تلتها حملة " أمور قد تبدو صغيرة " بقصد تفعيل الحوار فيما بين الوالدين والابناء عام ٢٠٠٠



تبعثها حملة تحت علي وجود الأب قريبا من أبناء بعنوان " يبه أمانة ... خلك ويانا "



وكانت أهم نتائج دراسة رصد الحملة :

٨٤% من الآباء قالوا بأنهم تأثروا بالحملة

٢٥% من الآباء قضى وقت أكثر مع عائلته

٢٥% من الآباء قضى وقت أكثر مع عائلته

٢٩% من الآباء قالوا أنهم يراعون ويتابعون أولادهم أكثر .

تبعثها حملة تواصلية كانت تستهدف التقارب مع الشباب المراهق بعنوان "تكفون إهموني" في عام ٢٠٠٢



تبعثها حملة التعريف "بالصحة الصالحة" عام ٢٠٠٢



وكانت أهم نتائج دراسة رصد الحملة :

٨٢% من العينية ذكروا بأنهم تعلموا أشياء محددة من الحملة.

٥٦% من العينية ذكروا بأنهم تعلموا متابعة الأبناء والاهتمام بهم .

٢٣% من العينية ذكروا بأنهم تعلموا مناقشة الأبناء والتقرب إليهم .

٩٣% من الأبناء ذكروا بأنهم تعلموا تجنب أصدقاء السوء و انتقاء الأصدقاء بعناية .



ثم في إبريل ٢٠٠٤ انطلقت حملة تعزيز القيمة المجتمعية .. " أهمية حنان الأم في السنوات الخمس الأولى من عمر الطفل "



وكانت أهم نتائج دراسة رصد الحملة :

٧٤% من العينة ذكروا بأن الحملة قد أثرت بهم وجعلتهم يتحدثوا تغييرا سعيانا في حياتهم .

٤٠% من العينة ذكروا بأنهم أصبحوا أكثر قربا من أطفالهم .

٢٥% من العينة أصبحوا أكثر لطافة في التصرف .

ثم حملة في يوليو ٢٠٠٤ لتعزيز قيمة "الاستقلالية والثقة بالنفس "



أهم نتائج دراسة رصد الحملة :

٩٣% من العينة يعتقدون بأن الحملة مفيدة جدا في حماية المجتمع الكويتي .

٦٠% من العينة ذكروا بأن الحملة قد أثرت بهم وجعلتهم يحدثوا تغييرا في حياتهم .

٤٤% من العينة ذكروا بأنهم أصبحوا يقدمون نصح أكثر لأولادهم .

٧٨% من العينة ذكروا بأن الحمله تساهم في محاربة خطر المخدرات .

ثم انطلقت حملة تواصلية عام ٢٠٠٥ ، لتعزيز الصحة النفسية للطفل بعنوان " أنه أمانة ماني مهانة "



ثم تبعتها حملة بعنوان " أنه هدية ماني أذية "



التغطيات الصحفية في الصحف والمجلات
بما فيها ملحق غراس



إعلانات الحافلات



إعلانات الطرق



اعتماد وسيلة التلفزيون في البث حيث يظهر أستاذين جامعيين من قسم علم النفس يرشدان
الوالدين حيال مضار الاضطهاد الطقولي .



اعتماد مواد ترويجية لشريحة طلبة المدارس



ومن أبرز النتائج التي حققها البرنامج بشكل عام :

ارتفاع مستوى التقارب الأسري من ٣٥ % إلى ٥٥ %

ارتفاع نسبة الإيمان بفكرة المسؤولية الجماعية لمقاومة المخدرات ، من ٦٥ % إلى ٨٢ %

ارتفاع نسبة الإقتناع بالخطاب الإيجابي للتوعية بالمخدرات ، من ٥٩ % إلى ٨١ %

ارتفاع مستوى إهتمام الآباء بقضية المخدرات من ٦٥ % إلى ٧٢ %

ارتفاع مستوى متابعة الآباء لأبنائهم من ٥٠ % إلى ٦٨ %

ارتفاع مستوى الحوار بين الآباء والأبناء حول قضية المخدرات من ٥٦ % إلى ٧٥ %

ثانيا: حملة نفائس لتعزيز العبادات

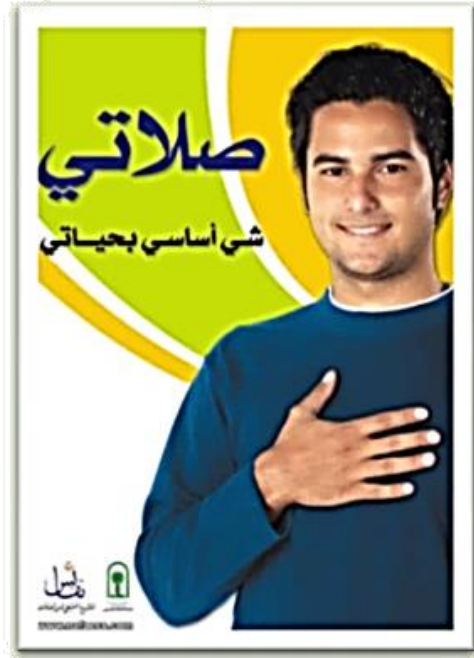
القضية القيمة المثارة :

الشعور العام لدى المجتمع الكويتي:

الشعور العام هو أن هنالك تدني خلقي في المجتمع الكويت (٢.٣ / ٣.٠

التقييم من ١ إلى ٣ حيث ٣ موافق، ٢ وسط، ١ غير موافق)

حيث أن الكويتيين لا يتبعون بقوة تعاليم الإسلام (٢.٠ / ٣.٠).



- فعالية وتأثير الحملة
- فعالية الحملة
- (٦٠%) ذكروا بأنهم قد تعلموا بعض الأشياء من هذه الحملة.
- (٤٥%) قالوا بأنهم تعلموا بأن يستمروا ويلتزموا بالصلاة.
- (١١%) ذكروا بأنهم استفادوا لأنها ذكرتهم بشكر الله على نعمه
- و (٨%) ذكروا بأنهم استفادوا بذكر الله دائماً.
- (٤٣%) تأثروا لدرجة بأنهم قاموا بأشياء ومبادرات معينة خاصة بالرسالة.

حالة دراسية (٣) - حملة المنتج الكويتي

- ذكر (٩٦%) ان الفكرة الرئيسية للحملة هي المساعدة والتشجيع على شراء المنتج / تسويق المنتج الوطني
- يعتقد (٤٥%) من (الذين سمعوا/ شاهدوا الحملة) بأن الحملة اثرت بهم تأثير ايجابي ودفعتهم لشراء المنتج الوطني.



المنتجات التي اشترت نتيجة للتأثر بالحملة

دجاج	١١٪
خضروات	١١٪
بسكويت	١٠٪
زيت طعام	٧٪

كل شيء	٢٤٪
أغذية	٢٢٪
لبن	١٤٪
حليب	١٢٪
معكرونة	١٢٪

- وعند الاستفسار حيال التوقف عن شراء منتجات الدول التي لديها مواقف سلبية من القضايا الإسلامية والعربية ، فقد أفاد :
- (٢٠٪) من إجمالي العينة بأنهم قد توقفوا عن شراء منتجات من دول لديها مواقف سلبية تجاه القضايا الإسلامية والعربية. الأكثر من النساء (٢٧٪) والمشاركون الذين أعمارهم هي ٤٩-٥٤ سنة (٣٨٪)



حالة دراسية (٤) - حث الشباب للعمل في القطاع الخاص

- يشعر الشباب أن الاستمرار في العمل في القطاع الحكومي أكثر أمناً وأضمن مقارنة في العمل في القطاع الخاص ، وبعد تدشين الحملة ، حققنا ما يلي :



- (٧٥%) من المشاركين وافقوا على ان العمل في القطاع الخاص هو تحدي اما الشباب الكويتي.
- تم سؤال المشاركين عن مدى مساعدة هذه الحملة للكويتيين بالعمل في القطاع الخاص مثل: بائع أو كاشير، مساعد مهندس معماري/ إنشائي، بائعة في محل نظارات أو عاملة في مشغل خياطة، و تم تسجيل الدرجات التالية (معدل المساعدة من ١-٥):
- وقد حصلت على معدل ٣.٤ بالنسبة لمدى مساعدتها.



- سجل الإدراك العفوي لوسائل الإعلان المشاهدة ما يشير إلى المزيج التسويقي المناسب للحملة حيث جاءت :
 - الصحف (٤٦%)
 - الطرق (٣٠%)
 - التلفزيون (٢١%)
 - الحافلات (١١%)
- نتائج الإدراك العفوي للحملة بمعدل (٢٦%)
- ذكر (٨٤%) بأن الحملة ستساهم في دعم العمالة الوطنية:
 - (٧٨%) أرباب أسرة
 - (٩٣%) ربوات أسرة
 - (٤١%) طلاب ذكور
 - (٤٧%) طالبات إناث

ثاني عشر- حملات المسؤولية المجتمعية للشركات CSR

لهذا المصطلح أسماء عديدة منها:

strategic philanthropy, corporate citizenship, social responsibility

CSR تتمحور حول " المصلحة المشتركة " ، وليس مجرد على أساس تمويل مشاريع مجتمعية ، وليس لمجرد برامج مجتمعية تمارس كأنشطة علاقات عامة لتعزيز صورة مؤسستي التجارية بعد عملية فرز لبرامج المسؤوليات المجتمعية بشكل شمل مئات المؤسسات والشركات، اتضح ووفق دراسة لجامعة هارفارد أن تلك البرامج تأخذ أشكالاً ثلاثة:

1- عطاء إنساني .philanthropic prog: مثل جوع ، فيضان ، زلزال ، حركة نسائية لحقوق المرأة .. الخ وهو محصور في تحقيق فائدة لمجموعة بعينها ما يكون له عائد يصل الى كل عميل يتعامل معنا

2- برامج البيئة

فمع العطاء الإنساني:

والعطاء يكون إما عبر تمويل مباشر لمنظمة غير هادفة للربح ، وهو لا يمنح الشركة أي عوائد أو أرباح نضير ذلك ، وكذا الموظفين لا يستفيدون منه ، ودافع العطاء يكمن في التصور لدى اعضاء مجلس الادارة في كون الشركة تعمل في هذا المجتمع فيجب عليها ان تساهم في مآزرة برامجه المجتمعية وإحتياجاته.

ضمن هذا نجد مثلاً :

كوكا كولا تتبرع بمبلغ 88 مليون \$ لبرامج المنظمات المعنية بالتعليم والبيئة

مايكروسوفت تتبرع بمبلغ 300 مليون \$ مواد برمجية لمنظمات غير هادفة للربح

وضمن برنامج " "Grow Up Great" نجد شركة PNC تخصص 100 مليون \$ لدول نامية لتمكين التعليم للمرأة

وأحيانا تضطر الشركة لتمويل برنامج مجتمعي بسبب ما يواجهها من ضغط اعلامي عبر الصحافة اليومية أو من أجل تحسين سمعتها أمام المجتمع وليس عن قناعة بهذا البرنامج الذي مولته ، بل ربما تموله وهي لا يوجد لديها مبلغ مخصص لذلك!

أما حيال العميل أولا:

إن الأولوية في هذا المسار يأخذ مسارا يستفيد منه العميل أولا ، بما يكون له مردود على أرباح الشركة ، ويتم ذلك عبر تطوير أداء الانظمة التشغيلية في الشركة عبر مسار خط إنتاج الشركة من السلع ، سواء في مجال خطوط التزويد أو أو التوزيع ، وهو ما يعزز "مصلحة مشتركة " فيما بين الطرفين ، الشركة والمجتمع ، عبر حلول تقلل فيها الشركة التكاليف التشغيلية من جهة وتعتمد تكنولوجيا حديثة تحد مما تتعرض اليه البيئة من أضرار.

ومصادر المواد الأولية والتصنيع والشحن والتسليم ، بما يكون له مردود في تخفيض معدلات استهلاك الطاقة وتقليل قمامة الشركة الجوية والبرية والبحرية ، وفرض قوانين حماية للموظفين وتأمين سلامتهم أثناء العمل ، وهذا نجده فيما اعتمدته ناكي وغاب NIKE & GAAP لصناعة الملابس

والبعض يقدم خدمات التعليم لابناء الموظفين ، والخدمات الصحية ويقدمون برامج التمويل للموظفين لجبر احتياجاتهم

فلذلك عوائد ايجابية في تخفيض الكلفة على السلعة وكذلك رفع جودتها وايضا ولاء الموظف




أخيرا حيال برامج البيئة:

وهو ما يعتمد على اعتماد خطط استراتيجية طويلة المدى ، وهو ما تعتمد عليه شركات متعددة المنتجات والمجالات ، وقدرات تمويلية هائلة ، ولا تنتظر عوائد مباشرة عن ذلك ، في مثل برامج تحسين الاداء البيئي .

في مثل برامج ، مصادر المياه ، والانبعاثات الكربونية ، وبرامج الحد من المجاعات العالمي ، وهو ما يحتاج تعاوننا كبيرا مع مؤسسات تلك الدول ومنظمات عالمية لتفعيل الاداء المرجو ، عبر اعضاء مجلس الادارة بما يحقق مزيج من الفوائد المشتركة مثل شركة G.E , P&G

فيما يلي جدول بالعوائد على الشركة عن كل بديل:

Table 1: Different Motivations and Benefits

Theatre 1 Motivation/Benefit to the Company					
Generates new business opportunities	Improves company's social standing	Improves company's brand reputation	Increases employee motivation	Supports company's philanthropic priorities/ Initiatives	Reflects preferences of operating managers 
23%	60%	60%	49%	56%	34%
Theatre 2 Motivation/Benefit to the Company					
Creates new business opportunities	Reduces operating costs	Improves supply chain performance	Improves company's environmental impact	Protects resources on which the company depends	Markets to socially responsible consumers 
36%	21%	19%	40%	33%	36%
Theatre 3 Motivation/Benefit to the Company					
Promises significant and new business/ market opportunities	Promises significant new operations or supply chain or manufacturing efficiency	Promises long-term gains by significantly changing its business environment	Creates an important solution to a social or environmental problem	Fulfills senior management or chief executive's social mission 	
59%	48%	96%	78%	67%	

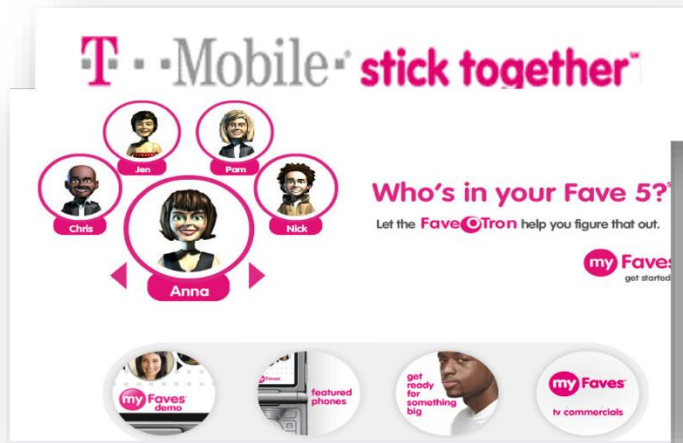
ثمة ضوابط في اعتماد الحملات التوعوية والرعاية المجتمعية التي تزاولها العلامات التجارية، ومن تلك الضوابط:

- ألا تعزز السلعة لسلوك سالب أو محرم في مثل التدخين أو تعاطي المسكرات
- ب- ألا تتعرض السلعة للأدب العامة في مثل تعاطي مشروبات الطاقة المضرة بالصحة أو ارتداء الممزق من اللباس أو اعتماد أساليب التعري في اللباس.
- ت- ألا تمتطي السلعة القيم الفاضلة من أجل تحقيق مصلحة تجارية، في مثل بناء مستشفى ومدرسة لموظفي غلة زراعية مثل القهوة لما لذلك من عوائد في تحسين الإنتاج وتخفيض الكلف التي قد تنتج عن مرض العمال، وهو ما تقوم به شركات عالمية مثل P&G فيما يلي نستعرض لنماذج امتثلت لهذه الضوابط، وأخرى امتثلت جزئياً لها، وأخيره استغلت القيم لتحقيق عوائد تجارية.

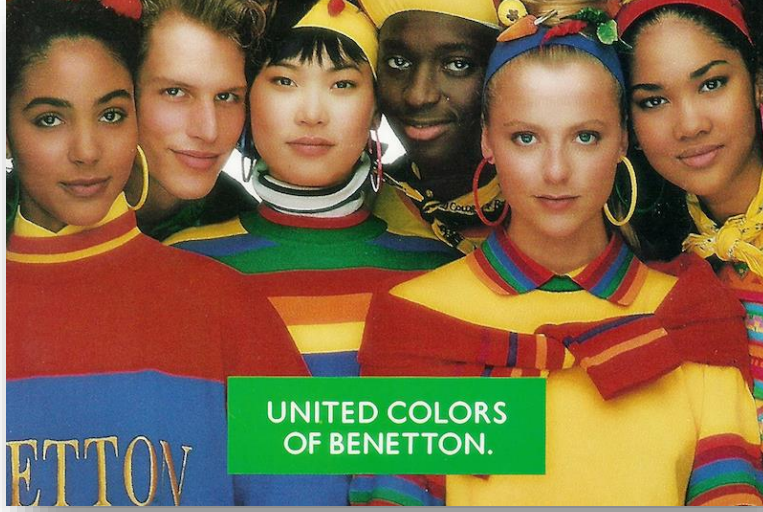
أولاً: الممتثلة للضوابط في الترويج للقيم
 علامة فولفو للمركبات، فقد ترجمت قيمة (المسؤولية) عبر تصميم هيكل فولاذي لمركباتها،
 حفاظاً على سلامة الأسرة، وممارسة لمسؤولية الأمان أثناء القيادة في الطرق.



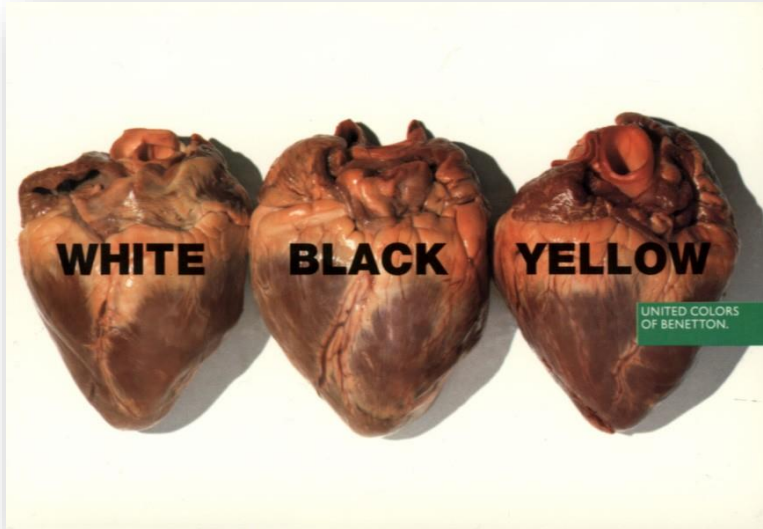
علامة هاتف خلوي:
 علامة تي موبايل، حثت العملاء بممارسة التواصل المجتمعي والابتعاد عن الانعزال،
 لتكون بذلك معززة لتواصل الارحام والبر للوالدين، حال وجهوا الشرائح لذلك.



ثانيا: علامات امتثلت بشكل جزئي في الترويج للقيم
علامة بنيتون للملابس، فشعارها (اتحاد الألوان) يحث على نبذ العنصرية والتفرقة فيما بين
البشر على الأعراق أو الألوان، غير أنها في نفس الوقت كانت تتعاطف مع الشاذين جنسيا
ومع مرضى الايدز، وهو ما يشير لتناقض في ممارستها للقيم.



الأبيض والأسود والأصفر ، إتحاد ألوان البشر



شكل واحد للقلب بالرغم من ألوان متنوعه لبشرة الانسان



التناقض لدى بينيتون حين يتعاطفون مع الشاذين جنسيا لمرضى الايدز

علامة بيبسي، تعتمد إلى مساهمات مجتمعية وإطلاق مسابقات للترويج لمنتجها.



ليست ماكينة سحب آلي وإنما لتدوير العبوات الفارغة "محافظة علي البيئة "



مسابقة تجميل البيئة



مسابقة (ما دواعي التغيير وما مواطنها في البيئة المحيطة بك؟)

ثالثاً: علامات استغلت القيم لتحقيق عوائد تجارية

أ- علامة رد بول، فمشروبات الطاقة أثبت علمياً أضرارها الصحية، غير أنها تعتمد لأنشطة من الفعاليات الرياضية وتزواجها بالاستثمارات الإبداعية عبر تدشين الملاعب وتخصيص قناة تلفزيونية وبرامج رياضية عالمية لذلك.



حلبات لسباق السيارات



استعراضات الدراجات النارية

وما يلي نتائج مسابقة تطويع علب مشروب الطاقة لتشكيلات فنية تعبر عن قيم "رد بول"





حيث يتم التحبيب بالمشروب عبر إطلاق مسابقات تستهوي الشريحة المستهدفة من الشباب في التعبير عن قيم الحرية والانطلاق وروح الشباب بتطويع علب ريدبول في تشكيلات فنية.

ب- علامة مارلبورو:



إستهداف متابعي الألعاب الرياضية عبر نجوم الرياضة



ماراثونات المشي، فممارسة المشي قيمة إيجابية على صحة القلب، تروج لها السجائر
المضرة لصحة القلب والرئتين!



رعاية مسابقات السيارات

ث- علامة بروكتور آند غامبل الامريكية:

تتعدد السلع التجارية الخاصة بهذه العلامة، ولما كانت تتضمن منتجاتها بعض الغلل الزراعية في مثل محاصيل القهوة في بعض الدول الافريقية، نجد العلامة تدشن مستشفيات هناك بقصد تخفيض عدد الحالات المرضية للعمال لما لذلك من آثار سلبية على سعر المنتج والأداء التجاري العام حال حصل نقص في الموظفين، فالتدشين للمستشفيات بالرغم من أنه انجاز قيمى إلا إنه كان لهدف تجارى محض، وتتنوع السلع لتشمل المياه المعدنية ومعاجين الاسنان ومنتجات التنظيف.



ثالث عشر- تدريس مناهج التعليم عبر محور القيم

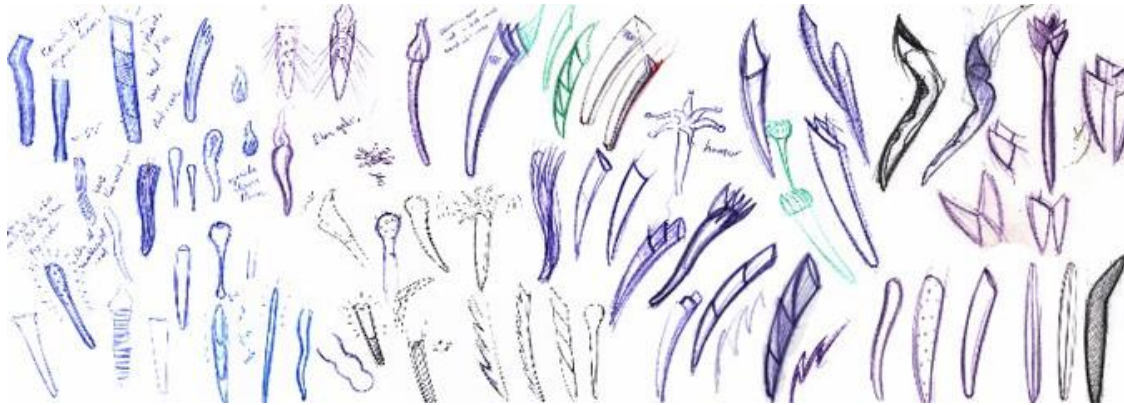
إن التجربة التي خاضتها المؤسسة العربية للقيم المجتمعية عبر إطلاقها لنموذج (تفعيل القيم وممارستها)، النموذج المعني بتدريس مناهج التعليم في عالمنا العربي ولإسلامي عبر محور القيم من دون تغيير المقررات والكتب المعتمدة من قبل الدولة، ولكن عبر تغيير أسلوب التدريس من قبل المدرسين، فالنموذج يتعامل مع كافة مراحل التعليم من مرحلة رياض الأطفال إلى المرحلة الجامعية، وقد حقق هذا النموذج قبولا شمل من القارات الثلاث الآسيوية والافريقية والأوروبية دولا عديده.

فالنموذج اعتمد مزيجا من الخبرات التي عززت لها الأبحاث الجامعية لدى العديد من جامعات العالم، كما اعتمد مزيجا من العلوم كعلم النفس والاحصاء والتسويق والاجتماع وغيرها من العلوم، وقد تم إفراد مجموعة من المؤلفات في ذلك، كان أبرزها:

- أ- تفعيل القيم وممارستها
- ب- استكشاف القيم
- ت- تحويل القيم لمنتجات
- ث- الادراك والقيم
- ج- أنماط الحياة والقيم

رابع عشر- مد حياة الحدث

ثمة أحداث وأنشطة يتم التخطيط لها وإنجازها عبر مدد زمنية محددة، في مثل المهرجانات والمعارض بأنواعها والامسيات الثقافية، غير أن عنصر الزمن يعتبر هام حال تم التعامل معه بحكمة لصالح غرس القيم، فنلاحظ على سبيل المثال، كيف أن الشعلة الاولومبية يستغرق إشعالها مدى يزيد عن الستة أشهر في حين يمكن الإعلان عن إشعالها بما لا يزيد عن ساعة زمان، والهدف هو مزيد من حشد الجماهير، وفيما يلي نستعرض الخارطة التي يتم عبرها مرور الشعلة لتشمل العديد من الدول إضافة للعديد من التحديات بقصد الابهار وجعل وسائل الاعلام تلاحق الشعلة أينما وصلت جغرافيا، وتبدأ فعالية الشعلة زمنيا في انطلاقها من لحظة الإعلان عن التصميم الفائز للشعلة والذي تنبري إليه شركات الإعلان الدولية والاحترافيين من المصممين.

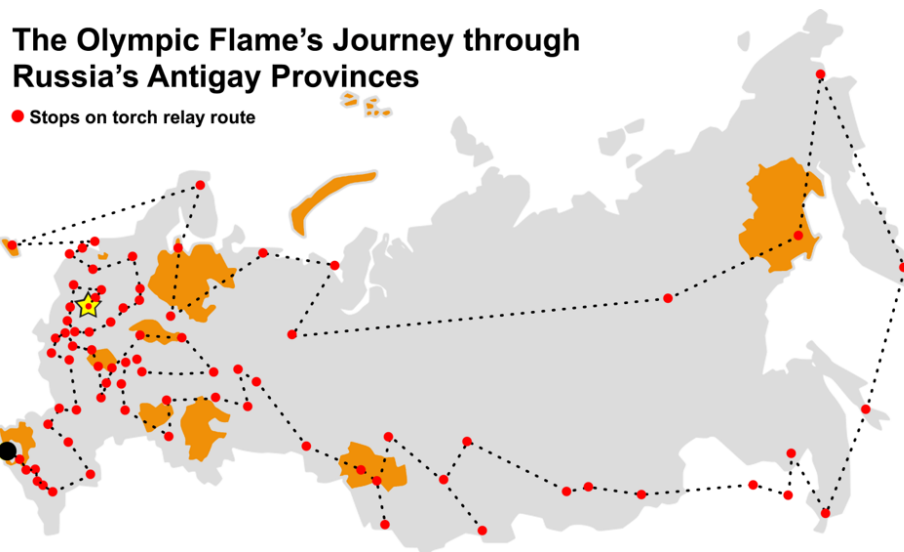


Summer 1988 Seoul
 Winter 1992 Albertville
 Summer 1992 Barcelona
 Winter 1994 Lillehammer
 Summer 1996 Atlanta
 Winter 1998 Nagano
 Summer 2000 Sydney
 Winter 2002 Salt Lake City
 Summer 2004 Athens
 Winter 2006 Turin
 Summer 2008 Beijing





الحشد الإعلامي يتطلب استغلال المشاهير لضمان التغطيات ولمد حياة الفعالية



مسار الشعلة فيما بين القارتين



مسار الشعلة لن ينحني أمام التضاريس مهما كانت



المعاقين وكبار السن أيضا معنيون





تعزیز عنصر الابهار عبر أساليب غير مسبوقه



وفوق مرتفعات الجبال



وتحت الماء



وفي تصميم شكل مباني موقع الألعاب قصص تروى أيضا



مضمار الشعلة



بدأ الفعالية بعد مضي سبعة أشهر من إشعال الشعلة



فقرات برنامج الافتتاح



في تصميم ميداليات الفائزين

كما أن للمنتجات الغذائية جميعها مساهمات:



الكوكا كولا تنتج علما خصصت للحدث



والهدايا التذكارية



وملصقات وطوابع واعلانات الفعالية

هكذا نكون قد بينا صورا من الأنشطة والفعاليات بما يدعم أنماط الحياة السوية ليعزز من القيم كممارسة يومية، وتتعدد الأنشطة والابداع فيها حال إنبرى لمشروع القيم من يشمر لتمكين الانسان من الحياة الكريمة.

Brands in inplanting values

العلامات التجارية وتشكيل القيم

2013



أدركت العلامات التجارية الأهمية الكبرى للقيم عند الانسان، حين أدركت العلاقة فيما بين دوافع الشراء والقيم، فاستهدفت سلوكيات الشراء لديه عبر التأثير على القيم وأنماط حياته، حيث يسهل تغيير الحكم على ما تعتنقه من قيم بدلا من تغيير القيم.

د. زهير منصور المزيدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

Zumord123@gmail.com

Kuwait

تقديم:

أخذت أتأمل في الظواهر المجتمعية المستجدة التي بدأت تغزو قلوب أطفالنا وجيوب شبابنا وتستحوذ على سلوكيات فتياتنا في المجتمع العربي والإسلامي، محاولا التعرف على ما يجعل مثل هذا التبني السريع لتلك الظواهر والأنماط الغربية مبررا لتلك الشرائح. فتأملت، بصفتي مستشارا للعلامات التجارية ومحكما دوليا لجائزتي لندن للسينما والإعلان والجائزة الأميركية للإعلان وللعديد من الجوائز الدولية، الدور الفاعل الذي تقوم به الصناعة الإعلانية والإعلامية في الترويج والتسويق لتلك الظواهر، فقررت أن أفرد مؤلفا أعري فيه الحياكة الفنية الصعبة والعلمية التي ينبري لها القوم في المجتمعات المتحضرة لأجل تحقيق أهدافهم التسويقية، وبهدف تعظيم معدلات الربح إلى أضعاف مضاعفة على حساب معاناة هذا الانسان وتدميره حتى وإن كان ذلك على حساب القيم، ومن ثم أخذت أتأمل النهج الذي سأتبعه في انطلاقتي البحثية، فكان اختياري ليس ما تقوم به شركات الترويج والإعلان في الترويج والتسويق لما يدعم تلك الظواهر ويعزز لها، ولا ذاك المراهق الذي يقع في الأسر كضحية لتلك الظواهر، وإنما في التعرف على آلية تشكل تلك الظواهر، تلك "الأنماط الحياتية" .. كيف تتخلق ثم تستشري فتضحي في هيئة ظواهر، وكيف يكتب لها القبول، وكيف يتم إيمانها، وكيف يتم بعثها مجددا..

"أنماط الحياة" الشاذ أو السلبي منها بالتحديد، مدار بحثي وتحليلي..

في ما يلي نماذج لدور الإعلان في التعزيز لنمط التعاطي مع جهاز الهاتف المنزلي كنمط مستجد على الحياة، إلى أن نصل إلى الهاتف المحمول:

لاحظ الحجم الكبير لجهاز الهاتف قياسا
بحجم أفراد العائلة
توجيه العائلة لاستخدام الجهاز كنمط
حياتي



عملية استعراض لصور حياتية حيال
عوائد استعمال جهاز الهاتف (تعزيز
وحد للسلوك)



عملية استعراض لصور حياتية حيال
عوائد استعمال جهاز الهاتف (تعزيز
وحد للسلوك)
ولاحظ العبارة "إن الاستقبال يكون بحفاوة
عندما تخطرهم قبل مجيئك"



عملية استعراض لصور حياتية حيال
عوائد استعمال جهاز الهاتف (تعزيز
وحد للسلوك)

Two places where every young family
will welcome handy extension phones



IN THE BEDROOM—Here, where all should be calm and quiet, your bedside phone helps out. Friends and family are always within easy reach—dinner and drapery, too. At any hour, day or night, you can phone in comfort and privacy.



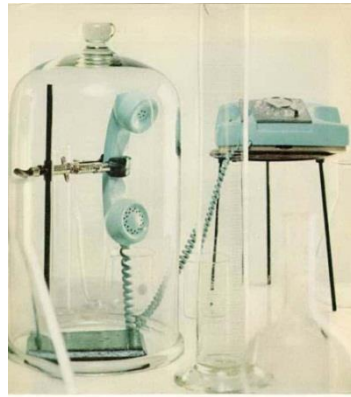
IN THE KITCHEN—So much of the life of a growing family centers around the kitchen. Again, your extension phone is a big help in saving time and energy. It keeps you in touch with the world outside while you control the world inside.

Extension phones in a wide variety of popular colors cost so little where ever you put them. You can take your choice of several styles—the familiar wall and table models, or

the graceful new Princess phone. It's small in size with a dial that lights up! To order, just call or visit your Business Office, or ask your telephone man.

BELL TELEPHONE SYSTEM

تطوير للنمط المستحدث، فلم تعد الحاجة
للرد على الهاتف، ودع الرد التلقائي يقوم
بذلك



GETTING THE ANSWERS THROUGH RESEARCH

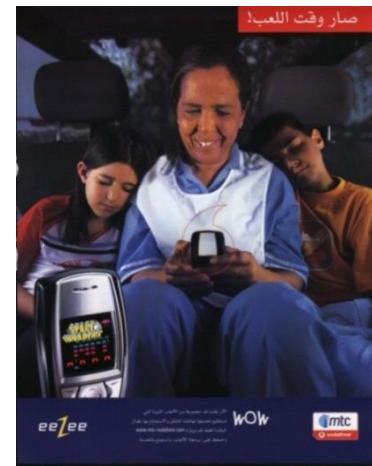
At GT&E, research is solving tomorrow's communications problems today. Example: In advance of the launching of high-altitude communications satellites, our scientists have solved the voice echo problem with an improved electronic device that eliminates the confusing "double-talk." It is now being produced by our subsidiary, Lenkurt Electric. Research such as this — in advance of the need — provides GT&E with an open line to tomorrow.

GENERAL TELEPHONE & ELECTRONICS

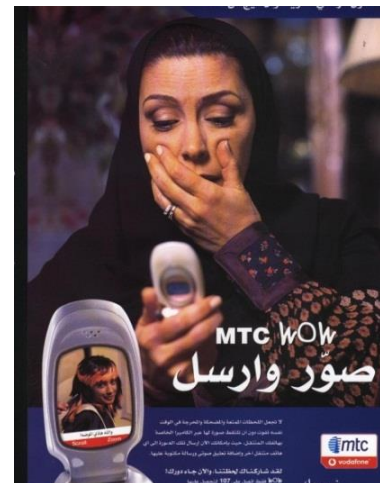
تطوير للنمط المستحدث، فلم تعد الحاجة
للرد على الهاتف، ودع الرد التلقائي يقوم
بذلك



تطوير للنمط المستحدث بأن أصبح
جوالاً، وتعزيز نمط سلبي في انشغال
المربية أو الوالدين عن دورهم الرعوي

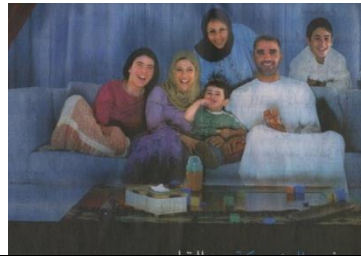


تعزيز لأنماط غير مسبقة، ولك أن
تطلق عنان الخيال لديك!



ثانيا: جهاز التلفزيون

طرح نمط حياتي مستحدث، جهاز تلفاز "أسود وأبيض" وتعزيز دوره كقطعة أثاث جميلة ضمن ديكور المنزل، وكجزء تكميلي لممارسة التسلية داخل المنزل عوضا عن خارجه.




تطوير النمط "شاشة ملونة" أسرة



تحول النمط من نمط يجمع العائلة بأكملها إلى نمط يستهدف انعزالية الفرد



<p>تحول النمط إلى آلة لنفص جيوب المشاهدين</p>	
---	---

ثالثا: أساليب المعيشة اليومية:

<p>نمط مستحدث في البطانية والتدفئة الكهربائية</p>	
<p>نمط تخزين المواد الغذائية وحفظها لأسابيع عوضا عن التسوق اليومي</p>	

في عام 1987 بدأ اهتمامي كنائب مدير إدارة الاعلام والعلاقات العامة في بيت التمويل الكويتي بما كان يُسمى "بالإعلام القيمي"، نمت هذا الاهتمام، لما كان يشكل من شغف، كنت أتوق حينها في التعرف على ماهيته، ذلك أن "الإعلام" كصناعة أصبح لها طعم جديد جسد لي العلاقة التي كانت مفقودة في ما بينها وبين القيم، فصناعة كهذه كان لا بد أن تستغل كي تسهم في بناء المجتمعات، وتحقق رفاهيتها، وتعزز ائزائها "النفسمجتمعي"، وتطلق قدرات أفرادها كي تحلق عاليا، بدلا من الالتصاق الأرضي الذي كانت تعززه في دغدغة غرائزه الحيوانية وتشبع تطلعاته الاقتصادية، فكانت نقطة تحول في اهتماماتي المعرفية والثقافية والإعلامية والتسويقية نحو تبين المسار الذي يمكن أن نوجه فيه تلك الصناعة إلى ما يبني المجتمعات قيما جنبا إلى جنب كمساهمته في بناءه الاقتصادي، فانطلقت مستشرفا وباحثا ومتواجدا ضمن النطاق المحلي والدولي ثم ممارسا، إلى أن بلغنا مبلغا "يُعجب الزُّراع"، فقالت رئيسة لجنة مكافحة المخدرات الدولية (ملكة السويد) حينها قولتها: "لقد حققتم ما لم نستطع تحقيقه في بلادنا" في معرض زيارتها للمعرض الذي أقيم بدولة الإمارات العربية المتحدة حول إنجازات ومسيرة "الإعلام القيمي" عام 2004.

وهي مسيرة انتهت بي في عام 2008 لحيازة رخصة رسمية في الكويت لتفعيل صناعة "الإعلام القيمي" تحت اسم "المؤسسة العربية للقيم المجتمعية"، ومع كتابة هذه الأسطر، نكون قد قعدنا لهذه الصناعة بأسلوب، لا أريد أن أدعي بأنه غير مسبوق، ولكن أؤكد على أنه مميز وفريد؛ ضم مجموعة من الكتب تعطشت إليها الساحة، كما تم التدريب عليها في أكثر من جامعة عربية وأجنبية، وهو ما يبشر بولادة ما يمكن الرهان عليه ويعزز دورا مشرقا وبناءً لهذه الصناعة.

ومن خلال مركز المعلومات الإحصائي المجتمعي الذي بحوزتنا في المؤسسة، تمكنا من متابعة ومراقبة الأداء القيمي؛ ليس على النطاق المحلي فحسب؛ وإنما شمل ذلك النطاق

الدولي، كما أن خبراتنا، كمستشار تسويق للشركات الخاصة والحكومية على نطاق دولي، مكنا من متابعة أداء العلامات التجارية العالمية، فدرسنا أداء تلك العلامات خلال فترة المئة سنة الماضية من خلال أدائها وإستراتيجياتها الإعلانية والتسويقية وحققنا فيها، بل ووثقنا مسيرتها إذاعيا على ما يربو عن خمسمئة ساعة من خلال إذاعة دولة الكويت، وهو ما جعلنا نتأمل بشيء من التدقيق والمتابعة للنصيب الذي استحوذت عليه تلك العلامات التجارية في الترويج لأنماط حياتية غير معروفة وغريبة على مجتمعاتنا وقيمنا وموروثنا الحضاري، بل الدفع بتوليد أنماط شاذة، مع استهداف جميع شرائح المجتمع، ومع الأعمار المختلفة كافة بدءًا من عمر الثلاث سنوات.

وهو ما جعل هذه الصناعة (صناعة الإعلام القيمي) تنتقل من دائرة الإعلام كي تدخل دائرة التسويق، فأصبحت تسمى "التسويق المجتمعي"، ثم الانتقال من استهداف المجتمع ككل إلى استهداف شرائح بعينها، شرائح يجمعها نمط حياتي بعينه، وهو ما سننبري له في مؤلفنا هذا، حيث نؤمن بأننا أصبحنا بحاجة لأن نبني لها على مستوى "المايكرو" أي أن نستهدف أنماط الحياة الشاذة جنبًا إلى جنب مع العامة، على المستوى "الماكرو".

الباب الأول: آفاق الإعلام القيمي

إن آفاق تسويق الإعلام القيمي ينطلق من..

أولاً: سبل التواصل المجتمعي مع أكبر مجاميع ممكنة من الشرائح المجتمعية.

- يجب أن ندرك أولاً من أن الهدف الرئيس في تفعيل برامج الإعلام القيمي هو التأثير على سلوكيات الشرائح المستهدفة بالخطاب الإعلامي.
- وأن ذلك لا يتم إلا من خلال التأثير على مواقف تلك الشرائح من أجل الامتثال لما نريده من سلوكيات.

- بناء على ذلك، وجدنا ثمة أساليب عدة انتهجها الغرب في تواصلهم مع تلك الشرائح، وفي ما يلي نستعرض، وباختصار، تلك الأساليب:

تعدد الأساليب يضمن سعة التواصل والانتشار، فثمة مجموعة من الأساليب نستعرض منها:

1- استهداف مجاميع (الانماط المستجدة) (Lifestyle Groups)

فتغيير السلوك يتم من خلال الترويج للسلوك المستحدث (1) باستخدام الأنماط الحياتية للمجاميع البشرية ونقصد بالمجاميع هنا وعلى سبيل المثال:

(نمط الكول، نمط البيئيين، نمط مدمني الإنترنت، الفيس بوك والتويتر، نمط راكبي الدراجات النارية،..الخ)

2- التعرف على أساليب تواصل "العلامات التجارية" مع شرائحها المستهدفة، مثل علامات:

« c.k , Guess , Diesel » في استهداف أنماط حياتية شاذة أو غريبة والتعرف على أساليبها في التسويق والبرمجة العقلية والقلبية للمستهدفين، لمحاربتها بذات الأساليب والأدوات وفك شفرات العلامات التجارية Decoding a brand's DNA فأكثر من 50 % من تلك العلامات تتواصل مجتمعيًا ونجاح من تلك الشرائح وتغذيها بما تتضمنه من مفاهيم غريبة على المجتمع والقيم والدين.

3- استهداف الشرائح من خلال «مناهج التعليم»

4- استهداف الشرائح المستهدفة عبر حملات توعية عامة مثل مكتب "آد كاونسل" في أميركا و"غراس، نفائس، ركاز،.. في الكويت، وبرنامج عبداللطيف جميل في السعودية.

5- انتقال مفهوم التواصل من أن ينحصر في لفظة «الإعلام القيمي» كي يصبح « التسويق القيمي أو المجتمعي»..

ولكل من الأساليب آنفة الذكر منهجٌ وأدوات وطرق لقياس الأثر لن نخوض فيها في فصلنا هذا كي نبين ذلك بشكل مفصل من خلال فصول مقبلة من هذا المؤلف.

ثانياً: آفاق التسويق في الإعلام القيمي

ما عاد «الإعلام المجتمعي» كمفهوم يتسع لجذب الشرائح المختلفة من الشباب وعليه تطور، فتحول من «إعلام مجتمعي» إلى «تسويق مجتمعي» أي تحول من «PSA» إلى «PSC» و«C» التي تعني التواصل فيما بين المرسل للرسالة والمستقبل لها، التواصل عبر برامج من العلاقات العامة والندوات والبرامج الرياضية والمسابقات... الخ

ويزيد من أثر تلك البرامج إذا تم توجيهها بناء على علم مسبق بما يلي:

1- صفة الشريحة المستهدفة (العمر، الجنس، النطاق الجغرافي، توجهاتها..)

2- نمط الشريحة الحياتي Lifestyle

تعريف نمط الحياة

يعد نمط الحياة انعكاساً لصورة الفرد وقيمه الذاتية والطريقة التي يرى فيها نفسه ويراه بها الآخرون. وهي نموذجاً متكاملًا من النشاطات سواء أكانت هواية أو نوع من أنواع الرياضة أو التسوق أو حضور المناسبات الاجتماعية، وتشمل هذه المجموعة أيضاً الاهتمامات مثل الأكل أو الأزياء، وتدخل ضمنها الآراء الاجتماعية والاقتصادية والحكومية وغيرها.

الظواهر المجتمعية وأنماط الحياة

ثمة أنواع من الظواهر المجتمعية، منها ما يمثل سلوكاً إيجابياً ومنها ما يمثل سلوكاً سلبياً، ومنها ما يمثل سلوكاً يعبر عن تغيرات يتعرض إليها المجتمع كنتيجة طبيعية للنمو والتفاعل الحضاري، وفي ما يلي نستعرض للأمثلة:

1- الظواهر السلبية: ومن أمثلتها التدخين، السمنة، تعاطي المسكرات، التهور في القيادة، نمو نسب الطلاق، نمو نسب تسرب الطلبة من الالتحاق بالتعليم،... الخ

2- الظواهر الايجابية: مثل نمو نسب المتعاملين بالكمبيوتر، زيادة نسب المؤمنين بوجود الله، الإقلاع عن التدخين، اهتمام الأب بأسرته، نمو معدلات بناء نواد لممارسة الرياضة واللياقة... الخ.

3- الظواهر الاعتيادية: منها زيادة نسب الرجال الذين يؤدون أعمالهم التجارية وهم في المنازل عبر الانترنت، زيادة معدلات شرب الماء أو القهوة عالميا.

وما نحن بصددده هو السلوك المجتمعي الذي يعبر عن نمط حياة، فإذا استطعنا أن نسيطر على هذا النمط بما يجعله يمضي وفق المسار الذي يحقق أهدافنا، نكون قد حققنا الكثير، والتأثير في الغالب سيتم من خلال أدوات «التسويق المجتمعي».

التسويق ونمط الحياة

ثمة حملات إعلامية قيمة تستهدف جموع المجتمع، في نطاق الماكرو، وهذا ما عهدناه من خلال حملات «الإعلام القيمي»، غير أن هناك ثمة حملات تستهدف شريحة بعينها في المجتمع، وهو ما سوف نستعرض له، حيث يتم ممارسته على نطاق المايكرو... تلك التي تستهدف أنماطا محددة من حياة الشرائح المجتمعية.



مايكرو

ماكرو



ذلك أن العلامات التجارية تستهدف شرائح الشباب والمراهقين؛ فعند تسويق المنتج التجاري يؤخذ بعين الاعتبار تقسيم الفئة المستهدفة إلى فئات وإبراز اسم المنتج بما يتناسب مع هذه الفئة ونمط حياتها. ويمكن تصنيفها بناءً على نمط حياتها، (رياضيون، رجال أعمال، ربات منزل وهكذا)، وإذا لم يكن ثمة نمط حياة واضحاً يتم اقتراح نمط حياة يتم تسويقه مع المنتج التجاري.

"أن فيشمان" رئيس إحدى الشركات التسويقية في نيويورك يقول: "إن الموجة الإعلانية المقبلة يحركها المستهلك، وهذا السبب الذي يجعل تقسيم الجيل إلى مجموعات مهماً جداً"، ويقول أيضاً: "إن الخصائص العامة لا تتغير، أي أن مواقفهم وأنماط حياتهم تبقى معهم طوال العمر، إذن أنت تملك الدوافع التي تحركهم".

فها هي علامة «ديزل» التجارية تعزز نمطاً حياتياً شاذاً وغريباً على المجتمع، بما يعزز لظاهرة مجتمعية سلوكية شاذة تستهدف المراهقين. وفي ذات الوقت نلاحظ علامة «بولو» تعزز لنمط إيجابي يعزز لرياضة ركوب الخيل. والاستهداف يتشكل ويتغير موقعه المكاني بتغير نوع النمط الحياتي والشريحة المستهدفة.



استهداف أصحاب الأنماط الحياتية

في بريطانيا على سبيل المثال، وحيال حملة التوعية للحد من مرض الإيدز تم استهداف الحانات نظرا لارتياح معظم الشباب المستهدف لها كنمط حياتي يومي للبريطانيين.

وفي مصر، استخدام "فيس بوك" و"تويتر" أصبح نمط حياة لدى شريحة الشباب، فتم استغلاله للتوعية في الحشد للحد من الظلم ليوم الغضب.

أما في اليمن، فتعد «جلسات القات» نمط حياة فكان بمثابة "فيس بوك" ووسيلة تواصل للشعب مع بعضه البعض في الحديث للحد من السلوكيات غير الديمقراطية في المجتمع.

نحن ومن خلال «التسويق المجتمعي» نستهدف الظواهر المجتمعية الشاذة، وما الظاهرة، سواء السوي منها أو الشاذ، إلا نوع من أنواع أنماط الحياة، فقد تكون في ممارسة التدخين أو ممارسة رياضة السكيت بورد أو لبس البنطال لويست، أو الجينز المرقع..

ويبرز السؤال، كيف تتم ولادة «نمط حياة» ما؟ وكيف يمكن الحد من الاثر السلبي لهذا النمط إن كان شاذا وغير متفق مع ثقافة المجتمع ودينه؟

التسويق ونمط الحياة

لقد اظهر استطلاع أجرته إحدى المجالات الأميركية الديموغرافية، أن 30% من المراهقين يتجهون إلى العلامات التجارية التي تهتم بهم، و23% منهم تقودهم الإعلانات إلى الشراء من ماركة معينة.

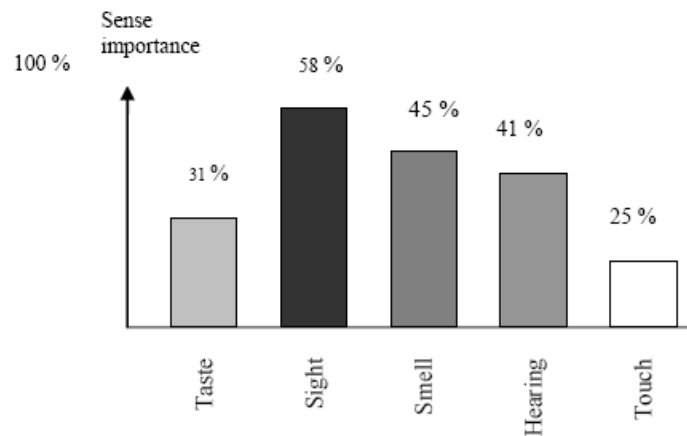
نيلسن برازم Nielsen PRIZM، إحدى الشركات الأمريكية التي تهتم بالجمع بين الديموغرافيا، وسلوك المستهلكين، ونمط حياتهم، والبيانات الجغرافية للمساعدة في التعرف عليهم، وفهم أهدافهم، هذه المعلومات تستفيد منها الشركات الأخرى عندما تريد الدخول إلى السوق، لتكون هناك لغة مشتركة بينها وبين عملائها المنتظرين لكسبهم والحفاظ عليهم.

نموذج لتأثير العلامات التجارية، لفترة ما قبل مغادرتك المنزل:



ولكي نستبين علاقة دور العلامات التجارية في التأثير الذي يبدأ مع بداية استهلال الإنسان ليومه، تبدأ عمليات البرمجة لما تتضمنه من مفاهيم ومعان، باستثارتها لحواس الإنسان الخمس أولاً فتعمل على برمجتها وجدانيا وعقلانيا؛ فأنت مع إغلاقك للمنبه الذي يوقظك من النوم والذي اشتريته لقناعتك بجودته، والذي قد يكون من ماركة "كاسيو" أو "سوني" أو "فيليبس" مثلاً، تكون قد تلقيت أول مؤثرات البرمجة من خلال حاسة السمع وذلك من خلال الرنين الذي اخترته مسبقاً ضمن نغمة محببة اليك، فيتعزز ولاؤك وتتعزيز مشاعرك نحو تلك العلامة قبل أذان الفجر.

عندما تذهب لتغتسل فتستخدم الصابون الذي قد يكون من ماركة "لوكس" أو "كاميه" أو غيرها من الماركات، تكون قد برمجت وبشكل تلقائي حاستي اللمس والشم للرائحة الفواحة لعطر الصابون مع كل المعاني المرتبطة بهذه العلامة التجارية، وعند الإفطار ستجد أمامك جمعا غفيرا من العلامات التجارية، وقد يكون من ضمنها رقائق الكيلوقز وجبن الكرافت وحليب النيدو إضافة إلى شاي اللبتون مثلا، وهكذا، فكل علامة من تلك العلامات تكون قد عززت معانيها ونالت من ولائك مع أول مذاق يلامس حاسة اللسان لديك والتي تشترك معها حاستا اللمس والشم، فضلا عن حاسة الإبصار التي تجعلك تستمتع بالألوان الزاهية التي جاءت بها علب ومغلفات وتصاميم تلك العلامات التجارية، وقبل أن تذهب إلى العمل، فستختار في ما ستلبسه من قميص أو بنطال قد يكونان من علامات مختلفة مثل "نكست" أو "ديزل" أو "بوس"، أو "غيس" و"غوتشي" وجوارب من "بنيتون" أو "بيار كاردان"، مع لمسة عطرية من "شانيل" أو "فهرنهاي"، وساعة "رولكس" وذلك إذا كنت ستقابل شخصية مهمة، فإن كل تلك العلامات ستكون محملة بمعانٍ ومفاهيم ستنتقل فورا وبلا استحضار قسري ما قد يعزز من ولائك لكل منها، وتكمن المشكلة إذا كان المفهوم الذي سوقت فيه تلك العلامة التجارية معززا لنمط شاذ لا يستقيم والقيم السوية التي نؤمن بها.



درجة تأثر الحواس للمؤثرات المحيطة، (لندستروم 2005)

وهو ما انبرت له معظم «العلامات التجارية» الرائدة هذا اليوم مثل:

Starbucks – Pepsi – Guess – Red bull – jeep – harly Davidson

وغيرها كثير، فقد عمدت تلك العلامات التجارية إلى تفعيل برامج من التواصل المجتمعي مع شرائحها كي تؤكد «ولاء» مستقرا بل ومتناميا ودائما معها..

وفي ما يلي نستعرض نماذج من حملات التواصل تلك، كي ندلل على أن الآفاق لا تحدّها حدود، بل هي عملية ابتكارية متجددة على مدار الساعة، صراع على «كسب القلوب» وتأمين «الولاء» والتأثير على «السلوك» من خلال «أنماط» مستحدثة بشكل دوري.



وعلاوة ديزل تستهدف شرائحها من الشباب بحملة «stupid»! وأخرى بحملة « Dirty »!

من جهة أخرى، فإن العلامات التجارية لا تطرح منتجا مستحدثا في الاسواق إلا من خلال استحداث نمط حياتي خاص به، ويتم ذلك من خلال الترويج لهذا النمط مع جميع وسائل الاعلام والإعلان والتسويق المتاحة، ويظهر السؤال، أنا لنا أن نحد من الاثر السلبي لتلك «الانماط» والسلوكيات والمفاهيم المستحدثة إن لم نواجهها بذات الادوات مع الابتكار لاساليب مستحدثة جديدة قادرة على أسر انتباه وبرمجة «عقل وقلب» الشاب لما نريده من سلوك؟!!

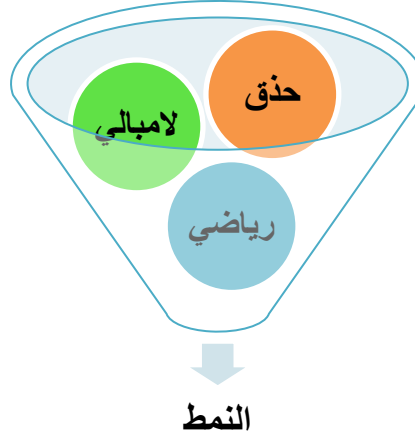
بناء نمط الحياة

إن بناء نمط الحياة يتطلب ما يلي:

- 1- اختيار مواصفات النمط (تحديد المواصفات)
- 2- اختيار رمز يعبر عن هذا النمط
- 3- الترويج لهذا الرمز بوسائل الاعلام المختلفة متضمنا (قصة هذا الرمز، ما يحب وما يكره، آراءه، وجهات نظره بالحياة، قدراته الذكائية،..الخ)
- 4- الخروج بمنظومة ما يمكن أن يشير إلى الرمز، مثل (حذاء، لباس، طاقة، مسباح، لون، شعار، قطعة موسيقية، كلمة، حركة يتميز بها،..)
- 5- أن يكون ثمة من يرود هذا النمط ويبدأ به "المبادئون / الرواد" من الشريحة بحيث يكون له مجموعة أصدقاء كثر يؤثر فيهم.

خصائص نمط الحياة

- هل من الممكن أن يكون النمط مستمرا، وإلى متى؟
- هل ممكن أن يبعث مجددا، حتي وبعد أن يموت؟
- ما معدل بقائه زمنيا وما دورة حياته؟
- متي يمكننا الحكم عليه بأنه أصبح يشكل نمطا (Style)؟
- متي يمكننا الحكم عليه بأنه أصبح توجهها (Trend)؟
- متي يمكن الحكم عليه بأنه «مات»؟
- وهل يمكن أن يصبح نمطا من غير منتج يدعمه؟، وهل يتطلب التعامل معه من خلال أصدقاء هذا النمط؟



شكل تبسيطي نستعرض من خلاله آلية تشكل النمط وآلية تفريخه.

5 خطوات لبناء النمط:

1. كَوْن هوية للعلامة التجارية مستهدفا بها شريحة مجتمعية.
 2. من خلال منتج بعينه يلبي احتياجات الشريحة هذه.
 3. عزز المعنى المحدد للعلامة التجارية في عقول ووجدان الشريحة.
 4. تعرف على وجهة نظر وآراء الشريحة حيال هوية العلامة ومعناها المقترح.
 5. عزز استهدافك بأنشطة وبرامج تواصلية تؤمن الولاء للعلامة.
- واعلم أن العلاقة في ما بين الإشارات والرموز لها دورها الفاعل في تخصيص معنى المنتجات الموجه للشريحة وهي = الهوية التي يتطلع اليها الشباب
 - واعلم أن إدراك العلامة = المميزات ووظيفة العلامة + مميزات رموزها

والعلامة التجارية في كل مراحل العمر هذه تعتمد في التواصل مع الشريحة المستهدفة من خلال:

- 1- الصور
- 2- المشاهير
- 3- تصاميمهما
- 4- الرموز
- 5- تلبية الحاجة
- 6- مميزاتهما ومواصفاتها
- 7- وظائفها



مايكل جوردن "رمز" ورابط مع علامة "نايكي" التجارية

معدل بقاء نمط الحياة:

إن معدل بقاء "نمط الحياة" يرتبط بمعدل "الحياة الافتراضية" للسلعة أو العلامة التجارية، والعلامة التجارية تمر في مراحل عمرية هي:

1- الولادة «مرحلة التعريف»

2- المنافسة

3- التذكر

4- الموت أو البعث مجددا

خطوات توليد نمط حياتي:

1- دراسة السوق

2- دراسة الشرائح المستهدفة دراسة نوعية (Quwalitative survey) للتعرف على الفرص المتاحة

3- دراسة كمية (Quwantitative survey) للتعرف على حجم الفرصة في السوق مع الشريحة التي سيتم تفريخها

عناصر «نمط الحياة»

ثمة عناصر عدة يمكن اختيارها، تُعين على التذكر الدائم للعلامة التجارية وتعزز من قوة العلامة، ما يجعلها محل تفضيل الشريحة المستهدفة:

1- اسم العلامة (ديزل - L.V - ..)

2- الشعار

3- الرموز

4- الشخصيات المستخدمة (نجوم، مشاهير، شخصيات متخيله مثل فيدو ديدو مع المشروب الغازي سفن أب - رونالد مع مكدانالاد..)

5- التصاميم

6- الشعار اللفظي

8- سلم الروابط (الصور المرتبطة بالعلامة)

ما يجعل العلامة التجارية المروجة للنمط مميزة:

نقاط الأولوية (Points of Parity (POP = عبارة عن «ميزة» تلبي تطلعات الشريحة المستهدفة وتكون كافية لتحقيق تطلعاتها.

نقطة المغايرة (Points of differences (POD = سمة أو مواصفات تفضلها الشريحة المستهدفة ما يجعل العلامة التجارية فريدة.

من أجل برمجة النمط:

1- استخدم لغة الهوية (الألفاظ، الألوان، الأحرف، المميزات)، بشكل متكرر ومستمر في كل وسائل تواصلك مع الشريحة.

2- اعمد إلى تجسير خريطة هويتك الفريدة بالإجراءات وعمليات تقديم الخدمة والمنتج.

3- جميع العاملين في الفريق وفي الشركة يجب أن يدركون تلك اللغة؛ بحيث يكونون قادرين على التعامل والتواصل بها مع الشريحة المستهدفة (Corp.culture).

تفعيل التواصل مع الشريحة المستهدفة:

تتعدد صور التواصل لتضم:

1- التواصل عبر وسائل الإعلام التقليدية

2- التواصل المباشر (البريد - عبر الهاتف - البيع)

3- التواصل الشخصي (البريد الإلكتروني - التجارة الإلكترونية - مواقع الإنترنت، التسويق عبر الصداقات..)

4-التواصل الإلكتروني (إعلانات البانر في الإنترنت - التسويق الفيروسي عبر الإنترنت - الفيس بوك والتويتر ..)

الحد من أثر نمط الحياة:

يتشكل نمط الحياة داخل المجتمعات ويتم تبنيه من خلال مجموعة من الناس المتجانسين في ما يتطلعون إليه من شغف أو طموحات أو ما يعبرون فيه عن ممارسات حياتية معينة، وهذه المجموعة البشرية Group تختلف عن الفريق Team، فهي تفتقد إلى قائد يوجهها من الداخل، بل في الغالب يتم توجيه ممارساتها السلوكية وتتبنى نمطا حياتيا معيناً بتوجيه من الخارج، ونقصد هنا بالخارج فرق العمل التي تُمول وتوجه من قبل العلامات التجارية، والتي تستهدف تلك الجماهير البشرية بقصد التسويق لمنتجاتها فتمطرهم بأصناف من الأنماط المستحدثة والغريبة عن مجتمعاتها.

نحن لا يعنينا التعرف على آلية تشكل المجموعة البشرية هذه ولكن يعنينا الكشف عما يوجه إلى تشكيل نواة (النمط) أو (الظاهرة)، أما الشركات "صاحبة العلامات التجارية" فيعنيها التعرف على ما يمكن الرهان عليه في التسويق من سلوك لما يمكن أن يشكل نمطا لمجموعة بشرية ما.

ونسأل هنا: ما تعريف "النمط الحياتي" Lifestyle الذي تمارسه شريحة معينة في المجتمع وبين "المجموعة" من الناس؟

تعريف المجموعة:

في ما يلي سنعرض لـ "نمط الحياة" من خلال التعرف على الذي يزاوله ألا وهو "المجموعة" من البشر، ثم نستعرض أنواع الجماهير ومن ثم نعرض لآلية تشكل النمط وما يحفز ويروج له ويجعله محل ترحيب من قبل المجموعة.

تعرف المجموعة من البشر بالصفات التي تجمع بين أفرادها، فتجعلها من خلال تلك الصفات المنسجمة والموحدة مختلفة عن المجاميع البشرية الأخرى، ومن ضمن تلك الاختلافات ما يميز صفاتها العاطفية، بالضبط كالمزاج الذي يتعرض إليه الفرد منا والمشاعر والميول، فثمة سمات متشابهة في ما بين أفراد المجموعة ما يجعلها متماسكة في ما بين أفرادها، تلك المواصفات بدورها تؤثر أيضا على حالة المجموعة العاطفية.

وقد صورت إحدى الزوايا لهذا "النهج العاطفي للمجموعة" في كتابات مبكرة لـ "لوبون" وأيضا "فرويد" الذي عزا ذلك للتأثير العام لـ "الحشد" أو "المجموعة" ما يجعل أعضاء الفريق "يشعرون ويفكرون ويتصرفون" بشكل مختلف مقارنة بحالهم كأفراد معزولين، فالأطمئنان بالانتماء إلى مجموعة يجعل الناس يتصرفون بشكل مغاير للغاية، والسبب أن الناس تم اجتياحهم عاطفيا للانضمام الى الغلاف الجوي للجماعة، وهكذا.. فإن تأثير عواطف المجموعة سبب في المبالغة فيه لدى الأفراد المنتمين.

كما يشير بعض المختصين مثل "جاسيكا هارفي" إلى أن مجموعة القواعد التي تحكم العواطف يتم عرضها في حالة محددة وفقا لمصلحة الفريق وأهدافه. وتلك القواعد تساعد على التمييز بين ما يشعر به الأفراد في الواقع.

تشكيل مزاج المجموعة:

وتشير الدراسات إلى أن قائد الفريق يعد جزءا مهما في تحديد المزاج العام لأعضاء فريقه؛ فالقائد ذو المزاج السلبي يؤثر بمزاجه هذا على المزاج العام للمجموع. والقائد ذو المزاج الإيجابي يؤثر كذلك بالمقابل، ويتم ذلك إما من خلال العدوى أو التضامن العاطفي، والتأثير العاطفي قد يكون متعمدا من أجل تعزيز مصلحة المجموعة..

ومن العوامل الأخرى التي تؤثر في تشكيل عاطفة المجموعة تاريخها العاطفي، ومعاييرها لمشاعر التعبير والقواعد التنظيمية المتعلقة بالعواطف.(2)

أنواع المجاميع:

أ- المجموعات الأساسية: وهي مجموعات صغيرة تتمتع بعلاقات حميمة، وهي تلك القائمة على روابط القرابة: كالأسر، على سبيل المثال. وتتميز بأنها صغيرة في الغالب، وتستمر لسنوات طويلة، والتفاعل فيها يتم وجها لوجه وهي مما يكون خاضعا للرقابة.

ب- المجموعة الثانوية: وهي على النقيض من المجموعات الأساسية؛ فهي مجموعات كبيرة تتطوي على علاقات رسمية ومؤسسية. ويمكن أن تستمر لسنوات أو قد تحل بعد وقت قصير.

والمجموعة الأساسية من الممكن أن تمثل في المجموعة الثانوية، على سبيل المثال عندما ينتظم أفرادها في عضوية الجامعة، فالصداقات التي تحدث في ما بين الأصدقاء قد تعد في حكم المجموعة الأساسية التي ينتمي إليها الأصحاب، والأفراد عالميا يميلون إلى الارتباط بجماعات مرجعية reference groups، يشعر من خلالها الفرد بالانتماء إليها، ومنها يتشرب الأهداف (3) والقيم كجزء من هويته الذاتية.

وثمة أنواع أخرى من المجموعات نذكر منها:

- 1- مجموعة الأصحاب Peer group: وهي مجموعة يتكون أعضاؤها في الغالب من أعمار متقاربة، ومستوى مجتمعي واحد، ورغبات موحدة.
- 2- الزمرة clique: وهي مجموعة من الناس لديهم العديد من المصالح نفسها والمشاركة وفي العادة لديهم قواعد ونظم تحكمهم.
- 3- النادي Club: وهو يعتمد على العضوية التي يفرضها النادي لمن يرغب الانضمام اليه، والنادي يكون مهيباً في الغالب لممارسة أنشطة محددة، في مثل نادٍ رياضي.

4- سكان المنزل: حيث كل الأفراد القاطنين في منزل موحد أو ممن هم ناطقون بلغة أجنبية محددة كالانجليزية مثلا وينتمون لتلك الثقافة، في ظل حي من المنازل التي يتواجدون ويسكنون فيها.

5- المجتمع Community

وهو مجموعة من الأشخاص تربطهم القواسم المشتركة، أو في بعض الأحيان شبكة معقدة من القواسم المشتركة المتداخلة.

6- الامتياز Franchise: منظمة تدير مجموعة من الأنشطة التجارية في مواقع جغرافية مترامية.

7- عصابة Gang

العصابة عادة ما تكون مكونة من مجموعة حضرية تتجمع في منطقة معينة. إنها مجموعة من الناس الذين يتواصلون مع بعضهم البعض مشكلة بعض الاندية، ولكن من غير غطاء رسمي.

8- الغوغاء غوغاء

الغوغاء عادة ما تتكون من المجموعات التي تتجمع مؤقتا لسبب معين.

9- فرقة Squad:

هو عادة مجموعة صغيرة من نحو 3 إلى 8 أشخاص، يعملون كفريق واحد لتحقيق أهدافهم.

فريق Team

وهو مشابه للفرقة غير أن أعضائه أكثر، والفريق الاجتماعي أو المجموعة الاجتماعية هي أي عدد من الناس ممن يتقاسمون الأهداف المشتركة والقواعد، وتمارس قدرا من التماسك الاجتماعي وهو أكثر من مجرد مجموعة بسيطة أو مجموعة الأفراد، والخصائص المشتركة من قبل أعضاء المجموعة قد تشمل المصالح والقيم والتمثيل الرسمي عنهم، والخلفية الاثنية أو الاجتماعية، وعلاقات القرابة. (3)

بعد سرد أنواع المجاميع هذه، نبين أن الشركات التجارية في عملياتها الترويجية وإستراتيجياتها التسويقية تعمل جاهدة وبشكل دوري ومستمر على دراسة جميع تلك الصور من صور المجاميع، وذلك بقصد استهدافها بما تمتلكه من سلع ومنتجات وخدمات تجارية، ذلك أن التسويق التجاري ما عاد يمارس بالشكل التقليدي الذي عهدناه في فترات الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي والذي كان يستهدف جميع أنواع المجاميع بشكل موحد وضمن سياق لخطاب إعلامي واحد دون أن يراعي خصائص وسمات أو صفات كل نوع من أنواع تلك المجاميع، ومع نهاية الستينيات وبداية السبعينيات بدأ المخططون للإستراتيجيات التسويقية يلاحظون أن صوراً جديدة لأنماط حياتية جديدة بدأت تظهر في السوق، مثل ظاهرة مغنيي البيتلز في بريطانيا، وظاهرة جماعات الهيبز، وأخرى عديدة، ما جعلهم يلتفتون إلى دراسة الجمهور والعمل على تخصيصه إلى شرائح Segments بما يسهم في التعرف على المواصفات والسمات التي تجعل كل شريحة ضمن تصنيف محدد قابل للاستهداف، بل إن تلك الشركات غالت في ممارساتها التسويقية، بما جعلها تروج لأنماط حياتية مبتكرة وغير مألوفة، ادعت بأن تلك الأنماط تعلن عن بداية لمرحلة جديدة في عالم التسويق انتقل علم التسويق فيها من أن ينحصر في "تلبية الحاجات" Full filling a need إلى مرحلة "تلبية الشغف" To full fill a desire، وأضحى التسابق في ما بعد بين العلامات التجارية يجعلها متميزة عن مثيلاتها وقريناتها من العلامات، فعززت مراكز تسويقية Positioning لها من خلال "أنماط حياتية" غير مسبوقة، وشاذة عن ممارسات الحياة عموماً، وذلك كله باسم "تلبية الشغف"

للاستكمال هذا الكتاب تواصل مع zumord123@gmail.com

طبقات برمجة القيم في القرآن الكريم



د. زهير منصور المزيدي

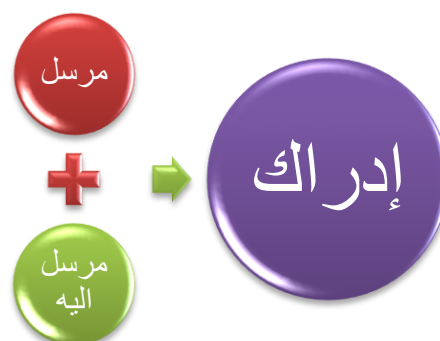
المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

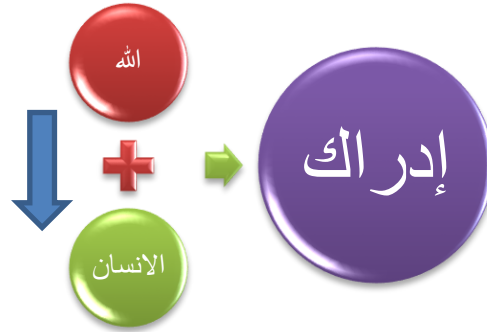
1434/2/19

تقديم

بالرغم من أنني متخصص في مجال الإعلان التجاري والتسويق، إضافة لكوني محكم دولي لجوائز الإعلان العالمية في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وبعض دول العالم العربي، غير أن كتاب الله شدني لأن أدلو بدلوي عبر ما تضمنه من جذب، فهو في علم البشر، فيه الكثير، ولصناعة الاعلام والتسويق فيه حظ كبير، فما الصناعة الاعلانية التجارية إلا صناعة الترويج والتحسين لصورة المنتجات والافكار التي يروج لها، وهو ما جعل صناعة الإعلان تجتهد في اعتماد أساليب علمية تعتمد على علوم متنوعة من علم النفس وعلم الاجتماع والاحصاء وغيرها من العلوم، وذلك لحث المستهدف بالرسالة للاستجابة لما تدعو إليه، والقرآن هو رسالة من مرسل وهو الله سبحانه، لمرسل إليه وهو البشر، اعتمد أساليب في غرس ما يتطلب أن يمثل إليه البشر، وهو ما حفز فينا الرغبة لاستكشاف أساليبه، وهو ما جعلنا نخوض في استكشاف ما انطوى عليه من أسرار، مجتهدين ما استطعنا، حيث بالكشف عن تلك الاسرار، سيمكننا من استهداف هذا الانسان بذات الأدوات، في غرس ما نشاء من رسائل، فمع تشكل الصورة في الدماغ، أطلقنا مؤلفنا " حركة الكامرة في القصص القرآني"، كأحد أدوات برمجة الرسالة في العقل والنفس، وفيما يلي نستعرض الذي توصلنا إليه من أدوات في البرمجة، وقد اخترنا القيم، كمسار في الآلية التي تعرضت اليه في عمليات البرمجة، فعملية البرمجة للقيم في القرآن الكريم اعتمدت أسلوب الطبقات، a multi-layer programing approach , (m.l.p.a) ، فكان ما يلي:

ذلك أن فكرة هذا العرض والتأصيل قائم على أركان العملية الاعلانية والاعلامية وهي، المرسل والرسالة والمرسل إليه، ذلك أن إدراك مضمون الرسالة هو الهدف





فنحن بني الانسان، عندما صنعنا جهاز الكمبيوتر، جعلنا له برامج كي يصبح قادرا على (الاداء) وإلا فلا فائدة منه!



فعبر (علم آدم الأسماء كلها) هي بمثابة برمجة للدماغ كي يتمكن من عملية الادراك لمضمون الرسالة



إن البرمجة في القرآن تتكون من عدة طبقات وجميعها تتم (وفق رزمة) مع كل قيمه، وهذه الطبقات (الرزمة) تتنوع أدواتها لتشمل:

١- برمجه مسار القيمة

٢- محور السورة الرئيس

٣- برمجه للموضوع الواحد (المتضمن من مجموعته متنوعة من مشارب متعددة من القيم)

٤- برمجه للموضوعات الخاصة بالسورة الواحدة

٥- ثمة علاقته (ظاهرة) في البرمجة يمكن ادراكها على نطاق السورة، وثمة برمجه تتم مستهدفه العقل الباطن تتم وفق علاقته تحتاج الي (تحليل وربط واعاده تركيب) فيما بين اكثر من سوره أو ما بين اكثر من عنصر أو موضوع .

❖ أما الخيط الجامع فيما بين كافة كلمات وموضوعات وسور القرآن فهو اسم الجلالة وصفاته.

6- قوافي لقطات الصور

7- برمجه عبر طبقه المشاعر ما بين (فرحه وأمل وإشفاق وخوف وود)

8- برمجه عبر طبقه المنطق

9- برمجه عبر استثاره الحواس، فالترتيل وقواعد المد والادغام يستثير السمع، وماء كالمهل يشوي الوجوه يستثير اللمس وهكذا

10- برمجه عبر ضرب الامثال لتقريب المعنى

11- برمجه عبر تعاطي كافه التخصصات ومجالات العلوم (كالطب والفن والادب والكيمياء والطبيعة، والقانون،،،)

12- البرمجة عبر (المضمون مع السياق) ، السياق الذي يدركه من يملك قدره التقاط الموجات القصيرة، قصيرة لأنها تحتاج للتعلم في معاني كل كلمة وحرف.

13- البرمجة عبر طبقة البيان والنظم.

14- البرمجة عبر (القصة)

15- البرمجة عبر أسلوب الترييب والترهيب

البرمجة الطبقية

تفعيل
الحواس



العقل الباطن



العقل



برمجة
المشاعر



الشكل العام في برمجة الرسالة

هنا تتم عملية اختيار
الكلمات ومسار
القيمة لاحظ هل
تستخدم الكلمات
وفق:
الجو السائد،
مصطلحات، سلوك
2- الكلمات المعززة
لغرس القيمة



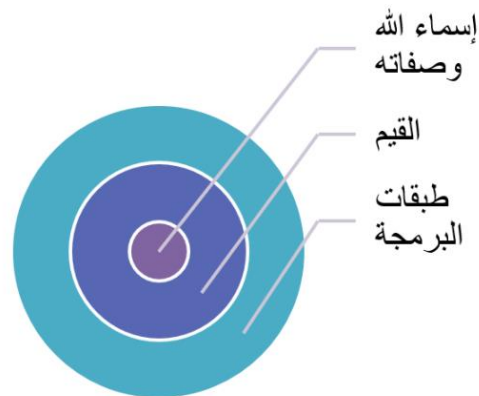
خطاب عام أم
خاص

المنطق
التقريب
بما هو
محسو
س
واستثارة
الحواس

قوافي
اللقطات
التجويد
المشاعر

يضاف الى ذلك أنه ثمة 15
طبقة من البرمجيات التي
تتعرض اليها كل قيمة وهو ما
نطلق عليه مصطلح " البرمجة
الطبقية" للقيمة أو "الرسالة".

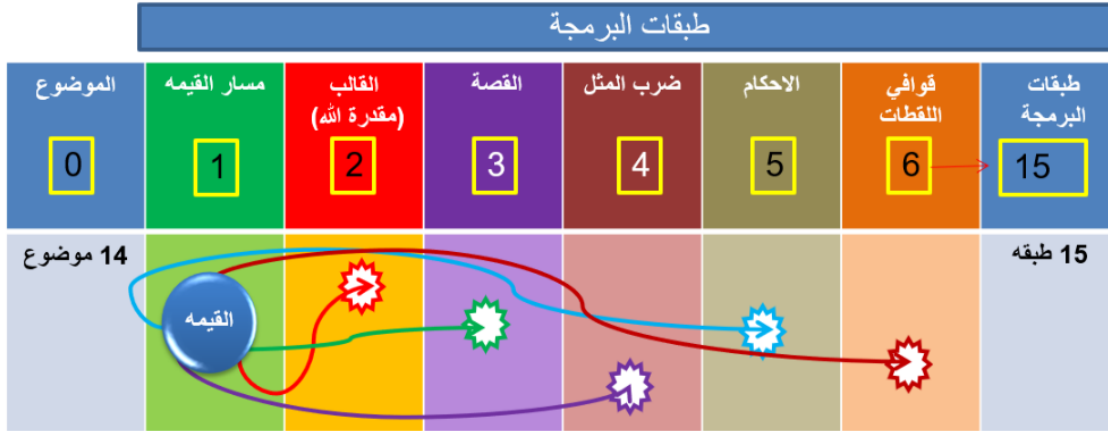
رسم توضيحي للخطاب





خارطة برمجة "القيم"

خارطة مستوحاة من القرآن الكريم



فحيال موضوعات القرآن الكريم، ثمة في القرآن الكريم 14 موضوع وفق ما قسمها العلماء ، وهذه الموضوعات تتنوع لتضم الموضوعات التالية :

ولما كان العلماء قد قسموا موضوعات القرآن الكريم كي تشمل :

موضوعات رئيسية محورية هي 14 موضوع :

1. الإيمان
2. العلم
3. الأمم السابقة
4. السيرة
5. القرآن
6. الأخلاق والآداب
7. العبادات
8. الأشربة والأطعمة
9. اللباس والزينة

10. الأحوال الشخصية

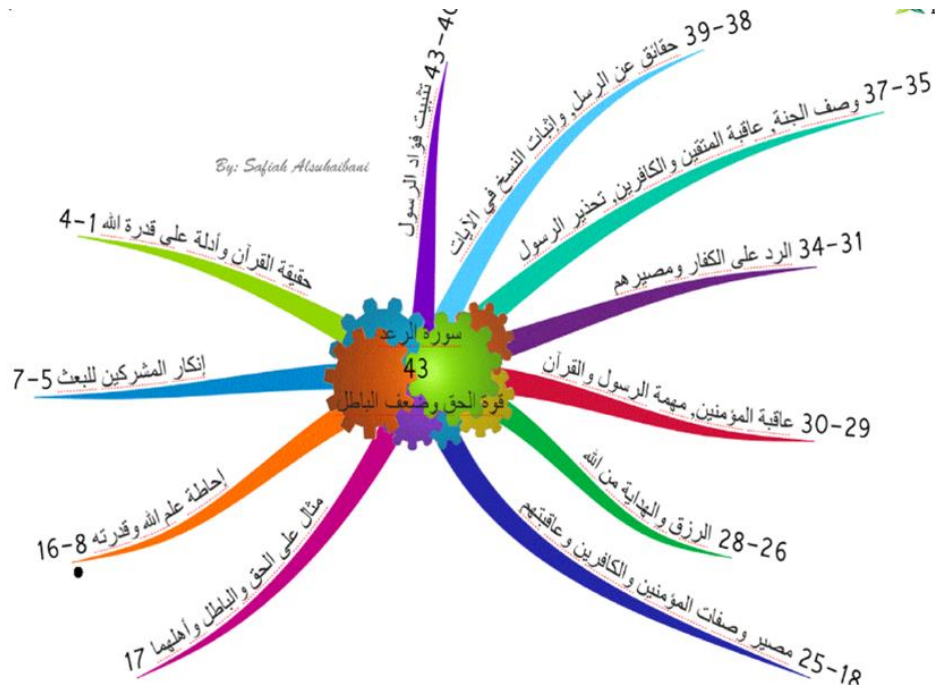
11. المعاملات

12. الأقضية والأحكام

13. الجنايات

14. الجهاد

وثمة خرائط ذهنية لكل سورة في مثل:

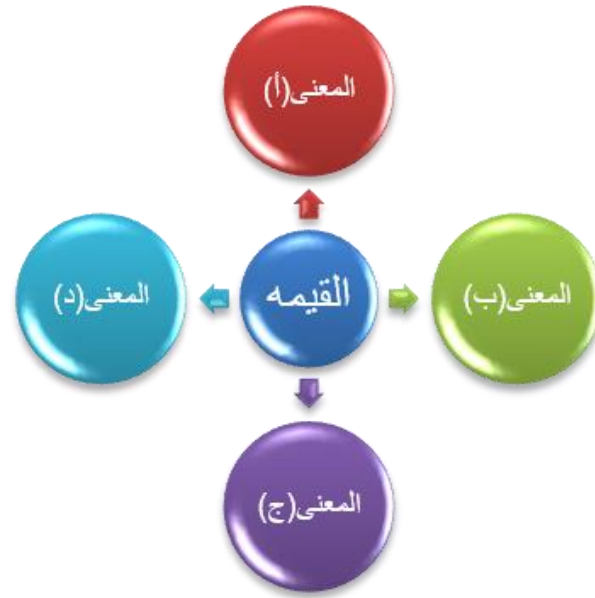


6. الأخلاق والآداب:

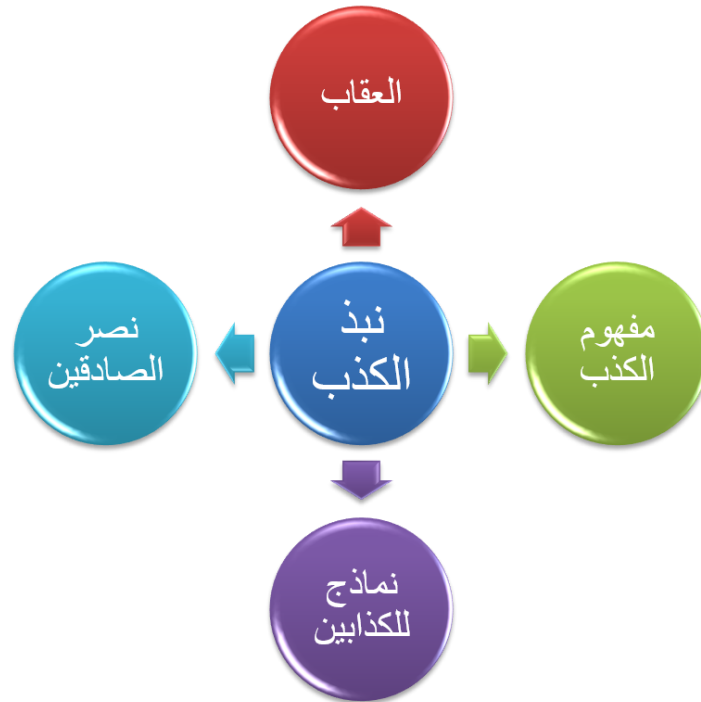
تتعدد القيم ضمن هذا المحور

ليبرز السؤال، هل الدعوة للامتثال للقيمة في القرآن يتم بشكل خطي (مباشر) أم لخطي (غير مباشر)، أم مزيج بين الاثنين معا؟

إن أولى الخطوات في برمجة القيمة هو: تحديد مسار للقيمة.



مسار القيمة



مسار قيمة نبد الكذب

سياقات القيمة ضمن "القوالب" على تنوعها:

• **العقاب في الدنيا**

1. الاستدراج
2. قطع الدابر
3. الطبع على القلب
4. صرف الآيات
5. اتخاذ سبيل الغي

• **العقاب في الآخرة:**

1. إحباط العمل
2. اسوداد الوجوه... الخ
3. نماذج لأقوام كذبت وعقابهم الدنيوي

مفهوم الكذب:

1. الاستهزاء
2. عدم تفعيل الحواس
3. العمي
4. عم الإحاطة العلمية
5. الغفلة
6. الاستكبار
7. اتباع الهوى
8. ظلم النفس

المكرر من معاني الكلمات في "نبذ الكذب":

1. الآيات
2. التبيان
3. الاستكبار
4. الاستهزاء
5. ظلم النفس
6. عدم الإحاطة العلمية

7. عدم تفعيل الحواس

8. نماذج لعقوبة أقوام خلت



مسار قيمة نبد الظن

ثمة قوالب عدة يتم من خلالها التعزيز للقيم إختارنا منها كمثال (مقدرة الله) ، لاحظ الخريطة الذهنية لموضوعات سورة التالفة لتتبن نمودج ذلك.



فالقلب هو = الاطار العام الذي من خلاله يتم ايجاد المعنى، فالقصة تعتبر قالب وهي تحمل مضمونا يعبر عن قيم أو معلومات ومقاصد

اما تطبيقات البرمجة = فهي معنية بالأسلوب وما يتم انتقائه من كلمات كما انه السياق وهو الشكل الذي تريد من خلاله ان ترمج الدماغ عبر الحواس والتأثير على العقل والقلب عبر ما يسميه العلماء بالترغيب والترهيب مثلاً



(نحن نقص عليك أحسن القصص)، قصص الانبياء، والاقوام السابقة، والملائكة وتاريخ ومستقبل الكون كله، يستعرضه رب العالمين، ليس للتسلية ولا لخلق أسلوب بل، هي وقفات تأمل وغرس مستمر للقيم.

وماذا نقصد "بالقلب" كقالب القصة؟

- بالنسبة لخارطة (القصص)، فقد استخدم هذا القلب في ليس أقل من (156) قصة في القرآن كان محور أساسي فيها الانبياء ثم الاحداث التاريخية للأقوام وشخصيات تاريخية.

- وهناك حوالي (15) سورة بين كبيره ومتوسطة لم تتضمن قصصا كقالب، هذا إذا علمتم أن عدد سور القرآن (114) سورة.
- لاحظنا أن هناك خارطة (القصة الواحدة، فهي إما تمضي بشكل متسلسل خطي مثل قصة يوسف، أو بشكل لا خطي منثورة في عدة موضوعات وسور في مثل قصة موسى)
- أما خارطة (القيم)، فلاحظنا، كيف أن القيمة الواحدة يتم برمجتها عبر مجموعة من الموضوعات وفق مسار مسبق الاعداد للقيمة، وأن القيمة قد يكون لها مساراً خطياً، غير أنه يرتبط بعدة ارتباطات مع أكثر من عنصر.
- لاحظنا أن المحور الرئيس الذي يمضي مع كافة السور هو محور (القيم) و(العقيدة) معا.
- وهناك مجموعة من (الخرائط) التي هي بحاجة لاستكشاف خارطة (الحوار \ التفاهم مع الغير) وهي جامعة فيما بين (القصص الخاصة بالأنبياء، والقيم)

وبالرغم من ان القرآن، من اسمه، يعتبر نموذجاً أخذ قالب الكتابة الا انه قد حوى، وهو ما يزيد في إعجازه، قوالب عدة، وما مؤلفنا " حركه الكامرة في القصص القرآني" الذي استعرضنا فيه قوافي لقطات الصور، إلا نموذجاً يعزز لصناعة السينما والاخراج التلفزيوني، والابهار في القرآن الكريم حارت فيه عقول عمالقة اللغة والفقه والشرعية، بل وحتى من درس علم الموسيقى، وقد تتبعت آلية برمجة القيم، فوجدت نموذجاً فريداً من نوعه يخلع اللب، ويبيهر الزراع، إذ أن النموذج القرآني في برمجة الرسالة، أو القيم الانسانية أو المجتمعية يخضع وفق الاجتهاد الذي توصلنا اليه لبرمجة متعددة الطبقات لا طبقة واحدة، فمن تلك الطبقات على سبيل المثال لا الحصر ضرب الامثال.



فهو يعتمد مقارنة شيء معنويا أو عقليا بشيء آخر مدرك ومحسوس للجميع، يعتمد تقريب المعنى بالتشبيه تعزيزا للمفاهيم



فطبيعة (الاحكام) عموما تعتمد على النواهي والاوامر، وهي مؤشر تقاس على ضوئه درجة استجابة المتلقي للرسالة، كما تقاس درجة اعتناقه للقيم.



تتبعنا الايقاع الذي أتبع في التقاط الصورة في القصص القرآني فوجدنا إنه يعتمد مسارات، أطلقنا عليها (قوافي اللقطات).

- فالأسلوب القرآني على سبيل المثال استلهمنا منه ما يمكن أن يميز لسينما واعمال درامية تلفزيونية مميزه، وذلك عبر ما ثبتناه في مؤلفنا "حركة الكامرة في القصص القرآني" والذي لم يطبع حتى الآن الا باللغة التركية، بعد أن أجازته اللجنة الاستشارية العليا للعمل على استكمال احكام الشريعة الاسلامية ، في مؤتمرها عام 2001 في الكويت.
- فهناك مثلا وعبر ما يسمى كتابة سيناريو الافلام والدراما ثلاث لقطات هي (الصغيرة والمتوسطة والطويلة).



لقطة قريبة



لقطة متوسطة

ففي اللقطة القريبة:

“اذ قال يوسف لأبيه يا أبت انى رأيت أحد عشر كوكبا”

ان كلمة قال تستوجب لقطة قريبة (C.U) وليست من النوع المتوسط أو البعيد

اللقطة المتوسطة:

“اذ قالوا ليوسف وأخوه أحب الى ابينا منا”

فكلمة قالوا لا يمكن التقاطها من خلال لقطة قريبة وأنماء لابد أن تكون متوسطة، كما أن اللقطة البعيدة لن تعبر بحق عما قالوه لبعد اللقطة .

اللقطة البعيدة:

”فلما ذهبوا به وأجمعوا أن يجعلوه فى غيابة الجب“

كلمة ذهبوا تشير الى لقطة بعيدة، ذلك لعدم احتوائها على ما يمكن أن نسمعه من أي منهم، بقدر ما أن المشهد يتطلب لقطة بعيدة ترينا المذهب الذى ذهبوا اليه مصطحبين معهم أخوهم يوسف. وبرمجة الصورة في القصص القرآني يتضمن أساليب عديدة ثبتناها في مؤلفنا "حركة الكامرة في القصص القرآني" وهي تشمل:

1-انواع اللقطات (القريبة ، المتوسطة ، البعيدة)

2-في الانتقال من لقطة قريبه الى لقطة بعيدة

3-الانتقال من مشهد الى مشهد آخر

4- في التعبير عن النقلة الزمنية

5-إيقاع استعراض اللقطات

6-التكرار ليس تكرر للمشاهد

7-اسلوب الابداز

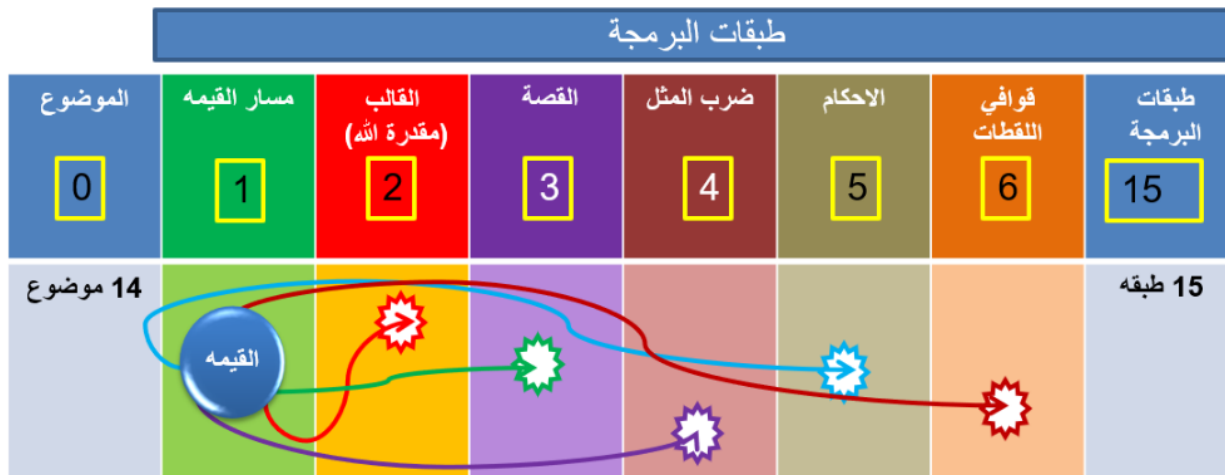
8-اسلوب التشويق

9-ختام المشهد\ المشاهد

10-ما بين الواقع والحقيقة

11-رسم الشخصية الدرامية

12-اسس لكتابة السيناريو



13- قوافي لقطات الصور

14- برمجه عبر طبقه المشاعر ما بين (فرحه وامل واشفاق وخوف ووو)

15- برمجه عبر طبقه المنطق

16- برمجه عبر استثاره الحواس، فالترتيل وقواعد المد والادغام يستثير السمع ، وماء كالمهل يشوي الوجوه يستثير اللمس وهكذا

17- برمجه عبر ضرب الامثال لتقريب المعنى

18- برمجه عبر تعاطي كافه التخصصات ومجالات العلوم (الطب والفن والادب والكيمياء والطبيعة، والقانون ،،،)

19- البرمجة عبر (المضمون مع السياق)، السياق الذي يدركه من يملك قدره التقاط الموجات القصيرة

20- البرمجة عبر طبقة البيان والنظم.

21- البرمجة عبر (القصة)

22- البرمجة عبر أسلوب الترييب والترهيب

وما يلي نموذج تطبيقي للطبقات السالفة

تسلسل	الآية	عناصر البرمجة المتعددة الطبقات (القيمة "نبذ الغيره")
1 سورة يوسف	اَقْتُلُوا يُوسُفَ أَوْ اطْرَحُوهُ أَرْضًا يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ يوسف (9)	1. طبقة محورها عدسة قوافي اللقطات في إستعراض المشهد ، وهو جانب فني محض ، يدركه المتخصصون في كتابة السيناريوهات السينمائية والمخرجون ، فهو يعتمد كما لو كانت حركة عدسة كامرة من نوع (متوسط)، وفق القطع عدسة متوسطة متضمنه لقطع متتابع للقطات (قريبه) سريعه فيما بين الاخوة المتأمرين على مصير يوسف(ع) 2. طبقة تتعامل مع الشق الايمن من الدماغ عبر مخزون المشاعر والعواطف التي خزنت في مشهد واحد ضمن آية واحدة جأئتنا محفوظة دون نقصان مما إعتراها من مشاعر (النبذ والحق والغيره)
	اَقْتُلُوا يُوسُفَ أَوْ اطْرَحُوهُ أَرْضًا يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ يوسف	3. طبقة تتعامل مع الشق الايسر من الدماغ حيث (المنطق) عبر التبرير لمثل هذا الفعل المشين (يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ) 4. طبقة تعتمد البرمجة لما خُزن في العقل الباطن من صنوف من المكر المماثل الذي إستعرضه لنا القرآن الكريم في أكثر من موضع عبر سير متنوعه للانبياء ، في مثل ما حدث مع (أهل الكهف ، ومشهد موسى (ع) وهو يتسلل خائف يترقب من أمر القبض والاحضار الذي صدر عن فرعون ، وحفظ الله لهم بالرغم من ما كان يحاط بهم جميعا من مكائد.
	اَقْتُلُوا يُوسُفَ أَوْ اطْرَحُوهُ أَرْضًا يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ يوسف	5. طبقة برمجة (مسار القيمة)، حيث أن القرآن الكريم يستعرض لنا عبر مواضع عديده لمجموعه من القيم كما يستعرض لمجموعه مما يجب أن نؤمن به ونعتقد، ففي هذه الآية إستعراض لما يجب أن نبتعد عنه من

		<p>(الحقد أو الغيره) مع أهمية تعزيز لقيمة (المحبة) و(البر) للوالدين، أما حيال العقيدة فهنا إشارة للمكر وأن الله خير الماكرين، وأن الله هو المتصرف وهو القدير.</p> <p>6. طبقة إستثارة الحواس ، وهو ما لا يتم إلا عبر ترتيل الآية وفق أحكام التجويد.</p>
	<p>اقتُلُوا يُوسُفَ أَوْ اطْرَحُوهُ أَرْضًا يَخْلُ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ <u>يوسف</u> (9)</p>	<p>9. البرمجة التي تتم عبر طبقة سياق الآية ، وهو ما يدرك عبر عمليات الربط والتحليل عبر دائرة خارج دائرة المعنى المباشر للآية، في مثل علاقة (القتل بمفهوم الصلاح) وفق مدركات إخوة يوسف وهو أمر بحاجة إلى تأمل وإستلال ما يمكن الخروج منه بفوائد في مجال دراسات علم النفس مثلا (طبقة تنوع العلوم عبر تعاطي كافة التخصصات ومجالات العلوم) وهي رقم (8).</p> <p>أما باقي طبقات البرمجة الثمان الاخرى فهي تتم عبر ذات قيمة "نبذ الغيره" مثلما سنجدها في سورة "التحريم" مثلا ، أو على لسان إبليس "أنا خير منه"</p>
2 سورة البقره	<p>{177} لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُولُوا وُجُوهَكُمْ قَبْلَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةِ وَالْكِتَابِ وَالنَّبِيِّينَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُوفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَجَيْنَ</p>	<p>لاحظ أن أحد موضوعات هذه الآية هو التوجيه حيال قيمة (الايثار) ، ولاحظ معي كيف تم البرمجة لهذه القيمة الخلقية:</p> <p>1. بالرغم من أن لموضوع الايثار في القرآن الكريم لم نجد له سوى موضعين إثنين، إلا أن موضع الآية رقم (177) من سورة البقره يجعلك مضطرا لتعزيز قيمة (الايثار) عبر زيارة كافة الآيات التي تناولت الاصناف المذكوره وهي (ذَوِي الْقُرْبَى وَالْيَتَامَى وَالْمَسَاكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَالسَّائِلِينَ وَفِي الرِّقَابِ) ما يعني التعظيم لاثر البرمجة للقيمة عبر 21 موضع آخر في القرآن يستعرض لنا</p>

تلك الصنوف. وهذا مجرد مثال واحد في البرمجة المتعددة الطبقات لمجرد قيمة واحدة .	البأس أولئك الذين صدقوا وأولئك هم المنقون	
---	--	--

الجانب التطبيقي لهذا "النموذج":

إنه من الممكن أن يكون لهذا النموذج تطبيقات لا حصر لها ومن الممكن أن تشمل فيما تشمل :

1. منهج تدريبي
 2. دراسي
 3. برنامج موسم ثقافي، رياضي، ترفيهي
 4. معرض
 5. تخطيط لمدينة
 6. حملة توعوية، ترويجية، سياسية، تثقيفية
 7. تحويل القيم إلى منتجات
 8. نمط حياة أسره
 9. مسلسل درامي \ سينمائي \ اعلان تجاري
 10. منتجات الحلال، والتسويق لها.
 11. جامعة، مدرسة، مجمع تجارى سكني
- إنه أسلوب حياة، واقعي يؤمن ب"لتعارفوا" فهو لا يعزز للانعزال، ويؤمن بأن له دور ضمن دائرتين، دائرة بركة مكة الخاصة ودوائر بركة بيت المقدس العامة.

نستفيد من هذا في برمجه خطابنا الاعلامي كما يلي:

- ١ - حملات التوعية المجتمعية أو في كتابه مجموعه مقالات، أو في برنامج حوارى تلفازي ثقافي، أو مسلسل درامي.
- ٢ - هذا يفرض علينا ان يكون تواصلنا مع شرائح المجتمع (كدوله) وفق خطه (شامله موحد كمنظلة) فيما تريد ان تبرمج له مع عقول كل شريحة، وفق مسار يعتمد من ٣-١٠ سنوات ويطور بشكل تلقائي ودوري بما يعزز الوصول للأهداف المرجوة.

- 3- برمجة القوالب وصفتها (إحااطية عامة Macro) غير تفصيلية ، ونعني بالقوالب مثل ، القصة ، ضرب الامثال،
- 4- برمجة " للقيم" وهو هنا يعتبر وفق نموذجنا "عنصر الرسالة " وصفة البرمجة هنا مركبة فيما بين (العامة والدقيقة Macro & Micro)
- 5- برمجة دقيقة (Micro)، في مثل ما يؤثر في رسم الصورة وما يؤثر على تشكيل المعنى عبر حاسة السمع ورسم الشخصيات وسياق الآية وكذلك التشخيص.
- 6- وهذه الانواع الثلاث تمضي وفق تسلسل السابق استعراضه وتوضيحا نبينه عبر الرسم التالي ووفق أربع مسارات:

1- مسار العقل، ويتم على سبيل المثال عبر:

أ- طبقه استثارة المنطق

ب- طبقة منن الله

ج- طبقة استحضار الصور

2- مسار العقل الباطن، مثال:

أ- وهو يتم بشكل تلقائي عبر التراكم المعلوماتي والمعرفي كي تشكل مدركات أكثر وضوحا لمتلقي الرسالة (المرسل إليه)، فتتووع الاساليب في عمليات البرمجة عبر طبقات ومسارات وقوالب يعزز نقل المتلقي للرسالة من دائرة الواقع نحو دائرة الحقيقة.

ب- مشكاة الأسماء الحسنی

3- مسار تفعيل الحواس، في مثل:

أ- تقريب المعنى بما يجعله قابلا للإحساس به سواء عبر حواس السمع أو البصر أو اللمس .

4- مسار تفعيل المشاعر (القلب)، ويتم عبر التأثير على مشاعر المتلقي إما عبر:

أ- بالإبهاج تارة وبالخوف تارة وبالإشفاق تارة وبالأمل وهكذا (أسلوب الترغيب والترهيب).

ب- استعراض مشاعر الغير ممن ذكرت قصصهم عبر التاريخ

وعليه فإن البرمجة الطبقية تتنوع لتضم المزيج التالي:

١- البرمجة عبر رسم مسار للقيمة المراد غرسها.

٢- البرمجة عبر محور السورة الرئيس

٣- برمجه للموضوع الواحد (المكون من مجموعه متنوعة من مشارب مختلفة من القيم)

٤- برمه للموضوعات الخاصة بالسورة الواحدة

٥- ثمة علاقة (ظاهره) في البرمجة يمكن ادراكها على نطاق السورة، وثمة برمه تتم مستهدفه العقل الباطن تتم وفق علاقة تحتاج الي (تحليل وربط واعاده تركيب) فيما بين أكثر من سورة أو ما بين أكثر من عنصر أو موضوع.

6- البرمجة عبر طبقه معادلات قوافي لقطات الصور

7- برمه عبر طبقه المشاعر فما بين (فرحه وأمل وإشفاق وخوف.. الخ)

8- برمه عبر إستتاره الحواس، فالترتيل وقواعد المد والادغام يستثير السمع ، ف(ماء كالمهل يشوي الوجوه) يستثير اللمس ، (وما تلك بيمينك) وهكذا

9- برمه عبر ضرب الامثال لتقريب المعنى

10- برمه عبر تعاطي كافه التخصصات ومجالات العلوم (الطب والفن والادب والكيمياء والطبيعة، والقانون ،،،)

11- البرمجة عبر (المضمون مع السياق) ، السياق الذي يدركه من يملك قدره التقاط الموجات القصيرة من الرسائل

12- البرمجة عبر طبقة البيان والنظم.

13- البرمجة عبر (القصة)

14- البرمجة عبر أسلوب الترهيب والترهيب

15- البرمجة عبر اختلاف القراءات، اعجاز بياني يعدد المعاني والاستدلالات الفقهية

15 - طبقة التشخيص كأداة تصويرية - Characterize

ولتخيل مسار عمليات البرمجة " متعددة الطبقات" هذا ، هب انك بصدد غابه غنيه بالأشجار والثمار، فانك ستلاحظ ثمة صنف محدد من الثمر يطالعك مره بعد كل خمس وعشرون خطوه، وهناك صنف آخر لا يطالعك ولا يتكرر الا بعد ان تخطو ٣٠٠٠ خطوه، وهناك ما يتكرر بمذاقات مختلفه بعد كل عشر خطوات ، تلك هي القيم بأنواعها ، وإسماء الله وصفاته والله المثل الاعلى، هي مداد هذه القيم ، فهي تدعوك للتأمل ، فهذا الذي تتغير مذاقاته كل عشر خطوات وذاك الذي لا يظهر لك الا نادرا ، نعم نادرا، ولكن يدركه فقط من أوتي مساحة أرحب في التقاط رسائل الله وفق إيقاعات خفية ، فيدرك ما لا يدركه الآخرون.

يمكننا أن نؤكد أن (القيم) هي الرسالة المحورية الأولى في القرآن الكريم، وعندما نقول القيم فنحن نعني كل ما هو مشتق من (مشكاة الإسماء الحسنی)

فهناك ما يعزز لأهمية (القيم) كمحور وفق ما جاء بالأحاديث والآيات:

في الآية: (وإنك لعلی خلق عظیم)، في الحديث: أقربكم الي يوم القيامة أحاسنكم أخلاقا

ويقول ابن القيم من فائق بالخلق فائق بالدين، إذا (القيم) أضحت معيارا رئيسيا وهي ما يجعل مفتاح الخطاب الاعلامي الاسلامي هو (القيم) وليس كما هو متداول: (القصة ، النظم الادبي ، طبقات البرمجة) فإذا قلنا (الحج عرفه) ، و (الدين المعاملة) فان (مدار الاعلام الاسلامي هو القيم) أي قضيته الأولى هي التعزيز والتبشير بالقيم، وأنا يكون التعامل دينا ما لم يكن قيميا.

هناك حوالي من القيم ما وردت في 114 موضع في القرآن منها مكرر لإسم القيمة ولكن السياق والمسار مختلف، ما يعني حوالي 114 مسار لمجموعة من القيم .

فنبذ الكذب والدعوة الي ممارسة الصدق جاءت في سياقات مثورة في (5) مواضع على سبيل المثال، وقد تكون أكثر من ذلك.

ولاحظنا كيف أن مسار الحياة يتفق مع سياق البرمجة في القرآن فنحن إذ كنا صغارا، تمر علينا مشاهد وأحداث لا نفهمها ثم ندرك تفسير ذلك عندما نكبر، ذلك ان عملية الإبذار الأولى تتم أولا ثم تتلوها مرحلة حصاد لما تم إيداره وزراعته فنمط الحياة مهما تنوع، نجد أنه منسجما مع النموذج القرآني، وهو ما أكدت عليه عائشة (رض) في وصفها للرسول بأنه " قرآن يتحرك" وهي أعلى درجات الانسجام التي من الممكن أن تكون فيما بين "القرآن ونمط حياتك"، حتى لو كان نمط حياة غربي.

لذا أكد الباحثون في جامعة كامبردج مؤخرا، من أن ثمة نمودجا للتسويق مستحدثا وجديدا سوف يجتاح العالم، وبعد بحث ميداني استغرق عام ، ضمن فريق تم تكليفه لذلك ، فكانت النتيجة ، أنه نموذج "تسويق الحلال" وتجدر الإشارة في أن "تسويق الحلال" لا يعني الذبح الحلال وإنما يشمل التصنيع والتمويل والتخزين وعمليات الاستيراد والتصدير ، والترويج والاعلان ، كما إنه يشمل كافة السلع بما فيها "مستحضرات التجميل" وتأكيدهم لذلك جاء انطلاقا من حقيقة يمتاز بها الاسلام دون سائر الاديان وهو أن هذا الدين "نمط حياة " وليس مجرد طقوس.

ما الجديد الذي جننا به حيال الخطاب القرآني؟

هل في أن (مسار القيمة) هو المحور الرئيسي الذي يأخذ بزمام البرمجة في القرآن ؟ ، لا بل نحن عمدنا الى ذلك كي نتعرف على مجرد صورة واحدة من صور التعامل مع عنصر "الرسالة " ، ذلك أن "المرسل إليه " وهو الانسان ، و "المرسل " هو "الله" سبحانه، وحيث أن "المرسل" هو "خالق المرسل اليه" فهو يعلم تماما نوع وشكل وسياق التعامل مع "هذا الذي خلق" ، لذا اذا عرفنا كيف تعامل معه" في إرسال رسالته اليه وأسلوب برمجتها ، فنتعامل حينئذ "كإعلاميين " بذات "النموذج

" في برمجة رسائلنا مع الشرائح المستهدفة ، نكون حينئذ قد إختزلنا بلا شك الزمن وحققنا أكبر معدل ممكن في "تواصلنا " الاعلامي مع الغير .

وهذا تؤكد وبشكل منسجم آيات سورة الاعراف (وَلَقَدْ دَرَأْنَا لِحَاجَتِكَ كَثِيرًا مِّنَ الْجِنَّ وَالْإِنسِ لَّهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبْصِرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا ۚ أُولَٰئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ ۚ أُولَٰئِكَ هُمُ الْعَافِلُونَ (179) وَاللَّهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَىٰ فَادْعُوهُ بِهَا وَذُرُوا الَّذِينَ يُلْحِدُونَ فِي إِسْمَائِهِ سَيُجْزَوْنَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ (180))

فهنا دعوة من شقين:

شق يدعو لتفعيل الحواس، ولن تصل للتفعيل الصحيح الا إذا عرفت كيف تقرأ، و(إقرأ بسم ربك) تبين لنا كيف نقرأ، و التخلق بأسمائه الحسني، بأن (نكون قيميين).

فهذا يعني ان اعجاب المغيرة لم يتجاوز الشكل نحو(القيم) التي هي المضمون، والذي يؤكد ذلك، محاولات العرب الفاشلة بالمجيب بقرآن مماثل، حيث كانت محاولاتهم تركيز علي الشكل فحسب دون المضمون، بل ربما من الشكل كانت محاولاتهم نحو الايقاع السمعي فحسب، غير ان ابن الخطاب ادرك الاثنان معاً، ويؤكد لنا ذلك ردة فعله (أمن هذا كانوا يفرون . ما أحسن هذا الكلام ما أجمله) ، وقارن فيما بين مقوله الخطاب ومقوله ابن المغيرة ستدرك العمق الذي ادركه الخطاب.

لذا فان القرآن الكريم يتكون من:

١- مضمون (الموضوعات) ومحورها (القيم) وهي مشتقة من إسمائه وصفاته.

٢- سياق تعززه (طبقات البرمجة)

والانسان يؤخذ عادة بالشكل ثم يعتمد الى المضمون، أو باللحن ثم يتفحص المضمون، أو بجمالية ما قدم من طعام ثم يعتمد الى تذوقه كي يستكشف مضمونه.

في اختيار الكلمة ضمن جموع من الكلمات التي تعزز للقيمة ، وهذه صفه رئيسه في الخطاب الاعلامي الاسلامي وهو ان يكون ذا هدف (واقصد في مشيك) ، وهنا سنحتاج ان نعرض من مفهوم (المشي) ، فكل حرف أو كلمه تخطها هو مشي ستحاسب عليه فأما الى نجاه واما الى هلاك ،

وهذا ما تؤكد الأحاديث، رب كلمة لا يلقي لها الرجل بالاً تهوي به في النار سبعين خريفاً، وكذلك

(كل الناس يغدو فبائع نفسه فمعتقها أو موبقها) ، والغدو هنا يتضمن ما تتلفظ به من كلمات أو تخطه يدك من مقالات أو قصص وروايات أو اخراج تلفازي وسينمائي.

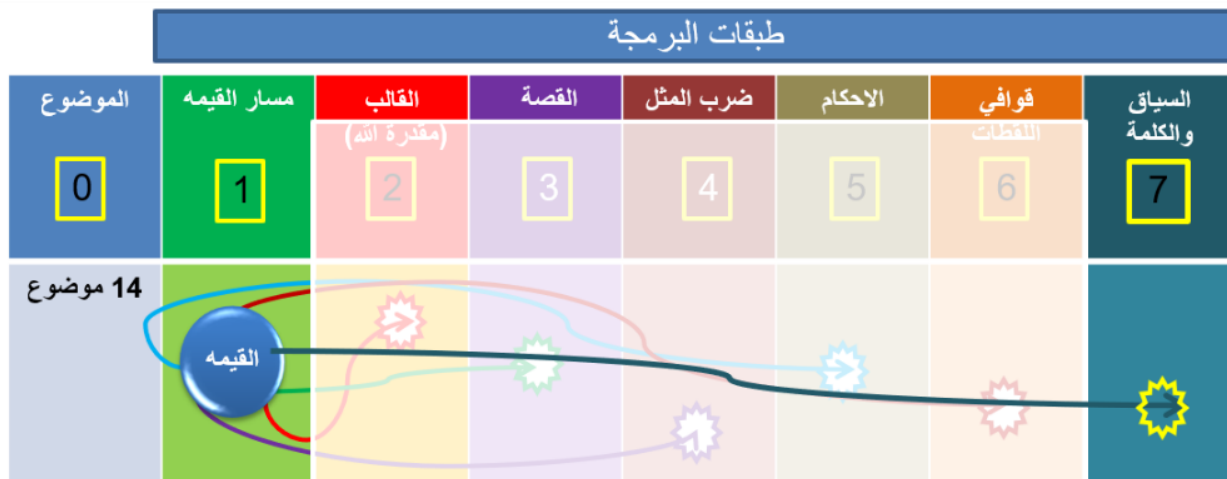
والكلمة نبضها يستلهم ويشتق من ثقافته البلد الذي تقصده، وهو ما أكد عليه الخطاب القرآني فهو نراه قد اعتمد مجموعه من الكلمات غير العربية، فبعضها ذو أصول فارسية وأخرى رومانية وهكذا، فاضحت عربيته باعتبار اعتمادها في القرآن، بل إن الأمر يكون مع الألفاظ الشعبية الدارجة في مثل (وي كان الله...)

وهي دعوه مبطنه لاعتماد المسح الميداني للتعرف على دقائق الثقافة الشعبية الخاصة بكل عرق حيال استعمال الكلمات أو كذلك حيال أنماط الحياة الخاصة بهذه الثقافة.

فالقالب هو = الإطار العام الذي من خلاله يتم إيصال المعنى، فالقصة تعتبر قالب وهي تحمل مضمونا يعبر عن قيم أو معلومات ومقاصد

أما طبقات البرمجة = فهي معنيها بالأسلوب وما يتم انتقائه من كلمات كما أنه السياق وهو الشكل الذي تريد من خلاله أن تبرمج الدماغ عبر الحواس والتأثير على العقل والقلب عبر ما يسميه العلماء بالترغيب والترهيب مثلاً.

لذا، نعم من الممكن أن يكون (مظاهر قدره الله) قالباً، والأمثال قالباً، ولكن الترغيب والترهيب حيث أنهما يؤثران على المشاعر فإنه يعتبر طبقه من طبقات البرمجة بما يخدم العاطفة.



اتضح من بحثنا حيال الكلمات التي استعملها الأنبياء في تفعيل القيم، أن لكل نبي كانت له كلمات ذات العلاقة بالقيمة، مثال لوط (ع) والتأكيد على كلمه الفاحشة، بينما موسى نجد معه كلمات ذات علاقته بعمل السحر (القوا، الملقين، تلقف، يأفكون، السحرة، انقلبوا، اعين الناس)، التركيز على مساله تعزيز الادراك بالعلم لذا ذهب ليتعلم على يد الخضر، وهو علم يمتزج فيه الواقع بالحقيقة، وليس الواقع مع الوهم مثل السحر، وحتى مع (أنظر الى وجهك) فهو واقع بالحقيقة وليس مع الوهم لأن الجبل تصدع، جو مشاعر الخوف كان مسيطرا من قبل ولادته الى ما بعد خروجه من قصر فرعون (خائف يترقب)، ويبدو أن مسأله الخوف كانت قد برمج عليها، خوفه من العصا ومن النار، و"اني لا يخاف لدي المرسلون"،

عيسى(ع) لم يستخدم يا قوم! فهو لا يمتد بنسب الى اي قبيله منهم، فنجد (التأكيد على من انصاري، كلمه التقوى، وظلم النفس، كانت عامه مع جميع الانبياء.

مع يوسف (ع) ، كلمات أني، وأنا، وهذا أخي،أبت ، اخوتي ، اخوتك ، الكلمات التي تعزز الثقة بالنفس وكذلك محور السورة في التأكيد على الثقة بالله.

(نلاحظ ضعف يوسف (ع)، وضعف موسى (ع)) كيف اضحو اقوياء بربهم

نلاحظ ضعف موسى (ع) النفسي (خوف، وجل، الهروب) والذي يمنح نوع من العلاقة مع الجو النفسي للسحر الذي كان هو الجو العام والسائد لامتهم في ذاك الوقت، وهو ما اكد عليه الله اني لا يخاف لدي المرسلون، اي انفض عنك الجو النفسي للمخاوف التي كانت تحاط بكم ويعزز لها فرعون عبر السحرة.

لذا انهد صرح وطوق الخوف الأول بسجود السحرة، فبمن يعزز فرعون مهابته بعد ذلك؟، وحيث انه تعرى من اهم درع فظهر ضعفه. وما اكهرتنا عليه من السحر، الاكراه يعزز مساله يريد لها فرعون لانها تعزز من متانه درعه، الهالة، التي كان يحتمي بها، لذا معظم كلمات موسى وفرعون كانت تدور حول كسر هذا الطوق الذي كان يقيهم، ومهمه التعلم من الخضر تنسجم بسياسه الاحلال ، احلال الحقيقة مكان السحر، فكليهما كان له وقع المفاجئة علينا، خرق السفينة بعد ان كان فعلا غير قيمى اضحي قيميا وهو أوقع في اثره من السحر، ذلك ان السحر مبني على الوهم والايهام بينما علم الادراك مبني على مزيج من الواقع والحقيقة معا، ما يجعله اقدر على الاستيعاب والتصديق لا مجرد الادعاء.

وسرد كهذا يعزز لحقائق واحداث ربما وقعت أو ستقع في مثل، حادثة الاسراء والمعراج، فمن آمن بالله عليه الاستسلام والتصديق ، فمن قال ان كل شيء يجب ان يعرض على العقل؟

ثم الذي يقدمه الاسلام (الادراك) عبر قصص عديده في القرآن، يعزز لبديل لذات مفهوم الشعوذة والسحر ، لذا اكد على ذلك مما عايشه المسلمون في (وما رميت اذ رميت ولكن الله رمى).

اذا لكل قيمه كانت ثمة كلمات، (نبذ السحر، الفاحشة، الثقة بالله لتعزيز الثقة بالنفس ، ...

واختيار الكلمات يتم ضمن مسارين:

١- مسار مشتق من مصطلحات السلوك الشائع

٢- كلمات تريد التأكيد عليها لاجتثاث السلوك الشاذ واستبداله بآخر

نلاحظ مثال ذلك مع لوط:

١- الكلمات ذات العلاقة بالسلوك الشائع، أتأتون الرجال شهوه من دون النساء

٢- الفاحشة، التقوى، الحزن، الأسى

مع نوح (ع):

١- الكفر

٢- ليلا ونهارا، تفيد عملية الاستمرار وعدم الانقطاع في عملية البرمجة، لاحظ الاحرف وتكرار حرف الراء ليعزز لذات التكرار هذا

ومع سليمان (ع):

1- الشكر

2- الامتنان لنعم الله

3- معنى العطاء الحقيقي ليس بالمال

(لاحظ الكلمات جميعها مشتق من بيئة القصور والملوك "الصرح، ممرد، قوارير، مال، منطق الطير، الاتيان من كل شيء، العلم)

ومع هذا العطاء رفيع المستوى نجد العدل والشكر والدعوة لله وتفعيل المسؤولية

فهذه هي القيمة كمسار وتلك كلماتها كأجواء، فنلاحظ هنا "المفهوم" في برمجة القيمة الذي جاء عبر ، ما يعيشه الملوك وليس أي ملك، وعبر تلك الاجواء "رسالة الهدد ، بلقيس ، صرح ، جيوش ، منطق الطير"

وهنا طرح ثالث كنموذج في غرس القيمة، عبر نموذج سليمان(ع) ، غرسا أكثر عمقا قد يصعب إدراكه غير الشريحة المعنية وهم الرؤساء والامراء والملوك، فاستعراض صور النعيم والمن من الله والذي يعجز الخيال تصوره، (قبل أن يرتد اليك طرفك) وهو ما يفوق في سرعته "الضوء" وجميع نتائج مختبرات "قاعدة ناسا الامريكية" ، تلك كانت مستويات المعيشة التي كانوا يعيشونها، وفوق ذلك كانوا يشكرون ويتعاملون بمسؤولية حتى مع الطير والحشرة.

ولك أن تقارن قصة ومستوا معيشي كهذا مع قصة ومستوا معيشة فرعون ، ذلك أن قيمة نبذ السحر وقيمة نبذ التأله يتطلبان مسارا للقيمة مختلف، محوره، أجواء كانت نمط حياة فرعون :

إِنَّ فِرْعَوْنَ عَلَا فِي الْأَرْضِ وَجَعَلَ أَهْلَهَا شِيَعًا يَسْتَضِعُّ مِنْهُ طَائِفَةٌ مِنْهُمْ يُذَبِّحُ أَبْنَاءَهُمْ وَيَسْتَحْيِي نِسَاءَهُمْ إِنَّهُ كَانَ مِنَ الْمُفْسِدِينَ [القصص\(4\)](#)

وَقَالَ فِرْعَوْنُ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ مَا عَلِمْتُ لَكُمْ مِنْ إِلَهٍ غَيْرِي فَأَوْقِدْ لِي يَا هَامَانُ عَلَى الطِّينِ فَاجْعَل لِّي صَرْحًا لَعَلِّي أَطَّلِعُ إِلَى إِلَهِ مُوسَى وَإِنِّي لأَظُنُّهُ مِنَ الْكَاذِبِينَ [القصص \(38\)](#)

وَنَادَى فِرْعَوْنُ فِي قَوْمِهِ قَالَ يَا قَوْمِ أَلَيْسَ لِي مُلْكُ مِصْرَ وَهَذِهِ الْأَنْهَارُ تَجْرِي مِنْ تَحْتِي أَفَلَا تُنبِصُونَ [الزخرف \(51\)](#)

أجواء كهذه تستلزم تعاملًا في مثل :

وَلَقَدْ أَخَذْنَا آلَ فِرْعَوْنَ بِالسِّنِينَ وَنَقْصِ مِّنَ الثَّمَرَاتِ لَعَلَّهُمْ يَذْكُرُونَ الأعراف (130)

بينما أجواء سليمان (ع) وبلقيس، والذين كانا ملكين من ملوك الارض ، لم تستخدم إلا الالفاظ التي كانت منسجمة مع أجواء السلطة والشكر وعيشة الرخاء.

فلاحظنا كيف أن القيمة يتم برمجتها عبر مسار، تتنوع سياقاته، وعبر برمجة طبقية لا خطية نعم نكون بذلك توصلنا بشكل تقريبي للنموذج القرآني في تواصله مع الشريحة المستهدفة، فلاحظنا كيف ان النموذج بشكله العام، ثم الشريحة المستهدفة تدرك عبر:

١- تحديد القيمة

٢- تحديد مسار القيمة

٣- اختيار الكلمات وفق الاسلوب الذي يبينه

(وعليه ما شكل الخطاب الموجهة للتجار والمتعاطين بالمال) ، ما الكلمات المستخدمة ، وما إسماء الله المستخدمة في الانذار ، وما نهج القصص والامثال ؟

إنه من محض صناعة البيان الاسلامي هذا تنطلق نظرية الاعلام الاسلامي، ذلك أن صناعة البيان أشمل وأدق من صناعة الاعلام.

فما إستعرضناه نشأت مفهوم "الاعلام الإسلامي" فهو لا يقدم شيء لمجرد تضييع الوقت، أوللقضاء علي الفراغ، أو التسلية والفكاهة من اجل السخرية من الآخرين ، بل حتى وان قدم التسلية فهو يقدمها بمسؤوليه وهدف بنائي ، فلسنا بحاجة لان نتعلم من البرامج الغربية ما يثير الضحك والسخرية من الآخرين ، ولسنا بحاجة لغرس قيم التميع عبر مسابقات تعزز للتخنت في المظهر والسلوك مع اهم شريحه يفترض ان تكون شريحه منجزه يعول عليها في بناء الامه.

وهذا يدعوا لأن تحتاط شريحه الدعاة في المجتمع كي يعيدوا النظر في اساليبها التواصلية مع من يستهدفون.

ذلك ان نموذجنا هذا يفرض من يتعامل معه الاستحواذ على امرين:

١- المضمون (مضمون الخطاب ، عبر قرائه سليمه وصحيحه لهذا الدين ، فقرائه لا تستند أو تنطلق من مشكاه الإسماء قرائه منقوصة)

٢- السياق (آليه ايصال الخطاب)

وهو ما يفرض اعاده النظر في اساليب الدعاة المباشرة في تبليغ الدعوة، وهي اساليب ان كانت صالحه في العهود الغابرة فهي لم تعد صالحه لعصر اصبح التواصل فيما بين البشر يعتمد علي التوتر ومواقع التواصل الاجتماعي وسيناريوهات محترفه الاعداد تغذي فيها شبكات التلفزه ودور

عرض السينما، و من جهة ويدعو للتطوير والخروج بأدوات مستحثة في التواصل (فادع الي سبيل ربك بالحكمة) اين عنصر الحكمة الذي سقط سهوا أو ربما عن قصد في تواصل الدعاة مع شرائحهم ما جعل شريحه عريضة في مجتمعاتنا تمقتهم وتمقت بالتالي هذا الدين .

كما إن اعتماد المسوح الميدانية في التعرف علي ثقافات الغير ، كي نحسن عملية الدخول الي عوالمهم ونتملك قلوبهم ، ونتمكن من ان نخاطبهم عبر ما يدركون ويفهمون لا عبر ما ندرك ونفهم فقط، ولك ان تتأمل في ظلال الايه (وما تلك بيمينك يا موسى) ، ما يشير الى ان نتعرف على انماط حياتهم كي عبرها نتحين الفرصة المناسبة للدخول في عالمهم.

تم بحمد الله

المؤلف في سطور



د. زهير منصور المزيدي

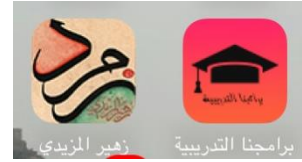
المواقع الالكترونية:

www.zumord.net

www.qeam.org

تطبيقات APPS:

- 1- زهير المزيدي (زمرد)
- 2- برامجنا التدريبية



سنوات الخبرة :

أكثر من 30 عاما في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الإعلانية والإعلامية والتسويق والإنتاج التلفزيوني والتأسيس للهيئة الإعلامية والعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية أو الشركات الخاصة.

الخبرات العملية :

1. مؤسس إدارة العلاقات العامة والإعلام في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1984.
2. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة T.C للدعاية والإعلان (1985).
3. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي 1986.
4. مؤسس لشركة الرؤية والكلمة المتخصصة في إنتاج الأفلام الدعائية التلفزيونية. 1991
5. رئيس تحرير مجلة أسواق. (إعلانيه تسويقية أكاديمية) تصدر في الكويت. 1994
6. مؤسس ومدير عام شركة سبوت لإدارة الإعلان التجاري في تلفزيون دولة الكويت (1995)، القنوات التلفزيونية الثلاث، العامة والرياضية والاجنبية.
7. مؤسس ومدير عام مؤسسة "الإعلاميون العرب" للاستشارات الإعلامية والتسويقية 2000
8. رئيس مجلس إدارة مبرة المؤسسة العربية للقيم المجتمعية – 2008
9. خبير إعلامي معتمد لدى غرفة تجارة وصناعة الكويت 2001.

العضوية في الجوائز الدولية:

1. عضو لجنة التحكيم جائزة الإعلان الدولية الامريكية I.A.A عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 – لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الابداع الإعلاني، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريا) الاعلانية لمجلة أراب آد Arab AD اللبنانية
5. عضو لجنة تحكيم جائز (سوبر براند) البريطانية 2010
6. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية: جمعية الإعلان الدولية - جمعية التسوق الخليجية - جمعية التسوق الأمريكية.

حيازة الجوائز والمناصب الدولية:

1. حائز على عدد من الجوائز الدولية في مجال الإعلان أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا - برشلونة 1992.
2. رشح لمنصب نائب رئيس مجلس إدارة فرع الكويت لجمعية الإعلان الدولية، الجمعية التابعة لأكبر منظمة إعلانية أمريكية-1996
3. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان 1999
4. قلد جائزة منتدى الاعلام العربي، للجامعة العربية، كمؤسس للصناعة الاعلانية في الكويت 2013

المؤلفات :

1. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلاسل للنشر، تم اعتماد الكتاب كمنهج تدريسي في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1985، واعتمد كمقرر تدريسي في إحدى الجامعات الآسيوية.
2. الجامعات المفتوحة في العالم وأضواء على انشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985
3. إنشاء بنك النصوص - 1994.
4. المكتب الاعلامي للتنمية -1995.
5. القوانين الاحترافية في مجالات الاعلام والإعلان في العالم 1994.
6. التسويق بالعاطفة 2006
7. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الاطفال) 2006
8. تسويق أنماط الحياة 2006
9. التسويق بالحواس الخمس 2006
10. التسويق بالمسؤولية الاجتماعية 2007
11. قوة العلامات التجارية 2010، دار إنجاز للنشر، ومكتبة جرير
12. تفعيل القيم وممارستها 2010 (برنامج معتمد في الجامعة الآسيوية المفتوحة في ماليزيا)، ومعتمد في (عشرات الجامعات ومؤسسة تعليمية دوليا) .
13. إستكشاف القيم 2010
14. محفز القيم 2010
15. حركة الكامرة في القصص القرآني 2010 (باللغة التركية)
16. تفعيل الحواس 2012
17. تحويل القيم إلى منتجات 2013
18. تحويل المشاعر إلى منتجات 2014
19. في استنساخ فكر العظماء 2014

البرامج الإذاعية والتلفزيونية:

- 1- 600 ساعة إذاعية مع إذاعة دولة الكويت، سلسلة توثق صناعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة.
- 2- استضافات عبر محطات إذاعية وتلفزيونية - قطر، دبي، وتركيا TRT

في مجال إبداع المشاريع الاجتماعية Social innovations:

- 1- مشروع "غراس" للوقاية من آفة المخدرات، عبر تشكيل مجلس عضوية وزارات الدولة وجمعيات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص في دولة الكويت، 1999-2005، أشادت ملكة السويد بنتائج المشروع ضمن جولتها في معرض دولي بما حققه المشروع من نتائج، ولم تحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.
- 2- مشروع " وقف الأرشيف الإعلاني" للجامعة الإفريقية العالمية في السودان، لنقل خبراتنا في تدشين وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق. 2017
- 3- مشروع "سما" سوق منتجات الإيتام، مقدم لبيت الزكاة الكويتي، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الإيتام وجعلها مراكز لموارد ماله عوضاً أن تكون مراكز للإنفاق فقط. 2016
- 4- مشروع "سمر" سوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتقاء بالحافظ كي يكون مشغلاً لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظاً فقط، عبر برنامج أدناه دولياً بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تمخض عن نواة لسوق للمنتجات، وعوائد ماله يستفيد منها سكان القرى. 2017
- 5- مشروع "أسوار" لشبكة بسواعد شبابية من مختلف دول العالم، لدعم قضايا العمل الإنساني والحث عليه بشكل تطوعي. 2017
- 6- إطلاق مشروع (تأملات)، عبر موسوعة من 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنسانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أسبوعي.
- 7- مشروع الجامعة الخليجية المفتوحة، 1986 مؤسسة الكويت للتقدم العلمي
- 8- توقيع عشرات مذكرات التفاهم في مجال التعاون المشترك مع جامعات ومؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات تعليمية على نطاق دولي، بهدف تفعيل عمليات التشبيك واعتماد برامج المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.

في مجال الاستشارات :

1. مستشار إعلامي لبعض مكاتب " الديوان الأميري " مكتب الشهيد - الكويت.
2. مستشار الشركة الكويتية للحاسبات 2000
3. مستشار شركة "حرف" إحدى شركات "صخر" الكويت - مصر 2000
4. مؤسس الاعلام والتسويق في بيت التمويل الكويتي. 1986-2003
5. مستشار اعلامي لبيت التمويل الكويتي التركي، 1987
6. قدم الاستشارات لقنوات تلفزيونية دولية كقناة الجزيرة 1997 في قطر، وقناة الرسالة في السعودية.
7. مستشار شركة مستشفى المواساة القابضة 2002-2004
8. مستشار "المركز العلمي " 2003، إحدى شركات مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
9. مستشار إسم الرواج التجارى لشركة الشرقية للاستثمار 2005
10. مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
11. مستشار إسم الرواج التجارى لشركة الامتياز للاستثمار 2006
12. مستشار التسويق لدى معهد الكويت للأبحاث العلمية 2007، 2009
13. مستشار مركز الكويت للتحكيم التجاري، غرفة تجارة وصناعة الكويت، 2007
14. مستشار وزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، مركز الطب الطبيعي 2009
15. مستشار اسم الرواج والتسويق لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2011، ثم مستشار العلاقات الدولية 2015

16. مستشار بلدية إمارة عجمان، الامارات العربية المتحدة 2012
17. مستشار للجمهورية التركية 2012 في (World political conference)
18. مستشارا للعديد من الشركات الاعلامية والوكالات الاعلانية في الكويت والخليج.
19. مستشار تسويق لمجموعة شركات تجارية وعقارية واستثمارية وللعديد من الشركات التمويلية والخدمية.