

# Acting values process

الكتاب الجامع لتفعيل القيم للمزيد

2018



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

د.زهير منصور المزیدي

المؤسسة العربية لقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

[www.qream.org](http://www.qream.org)

[zumord123@gmail.com](mailto:zumord123@gmail.com)

برامجا التدريبية:

Kuwait

برنامج "تفعيل القيم وممارستها" (اكتناع فالبوز)  
موجه إلى شريحة الطلبة الجامعيين والمدرسين  
تأليف: د. زهير منصور المزیدي  
دار النشر: مؤسسة الإعلاميون العرب للنشر والتوزيع  
طلب من المؤسسة العربية لقيم المجتمعية  
أبريل 2010، الكويت

جميع الحقوق محفوظة للمؤلف  
2010، الكويت  
رقم الإيداع 381/2010  
978-99966-40-71-1 تدمك

تصويب لغوي : د. معنر ياسين الموقّع  
مدرس الحضارة العربية الإسلامية سابقًا. الجامعة العربية المفتوحة. فرع الكويت  
عضو رابطة الأدب الإسلامي العالمية

## إهداه وشكر

إلى كل من ساهم في إخراج هذا الكتاب والذي هو عبارة عن منهج معتمد في التفعيل للقيم وممارستها في العديد من الجامعات العربية والاجنبية حول العالم ، أقدم لهم جزيل الامتنان والشكر على مازرتي ومساعدتي في إخراج هذا العمل ، وأخص بالذكر منهم رفيقة دربى وأمين سر المؤسسة العربية للقيم المجتمعية الزوجة المثالية نهلة الابراهيم ، وأخي الدكتور موسى المزبدي الذى ما تردد يوما في الدعم والتشجيع ، وبناتي المتألقات بدور زهير وهديل زهير على كل لحظة عاشهما معى كانت سعيدة أو شعروا بالمعاناة بصحبتهما لى ، إن هذا الكتاب إختزل مجهودا كان فيه جميع هؤلاء المساهمين رفقاء لى في الاجتماعات وفي السفر وفي الاعداد وفي سبر آفاق ما تضمنته فصوله وأبوابه من موضوعات.

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

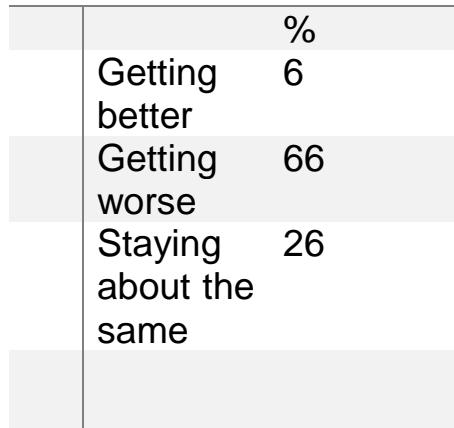
## فهرس الكتاب

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

## تفعيل القيم ومارستها

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 الإفاداة 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?"



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...."

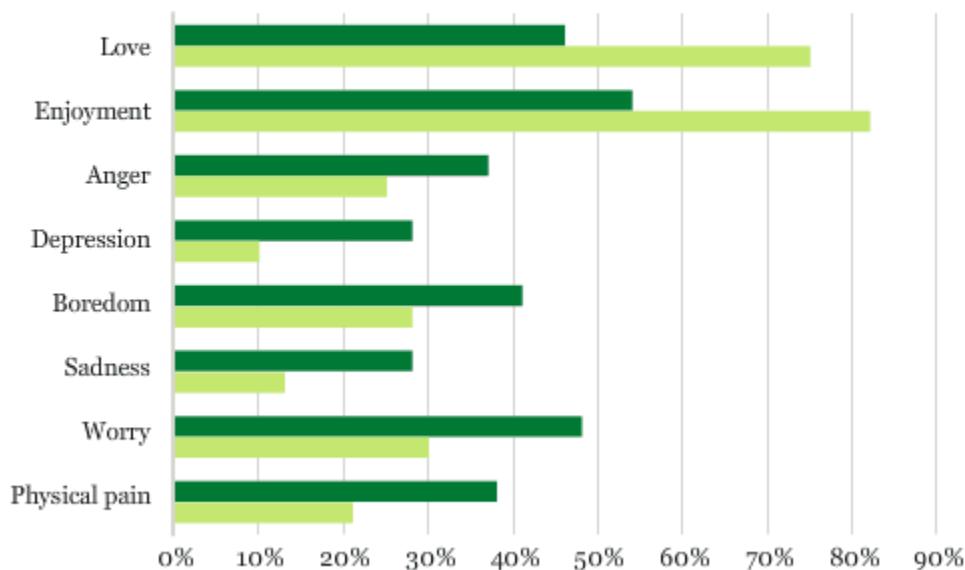
		Much Stronger	Somewhat Stronger	Somewhat Weaker	Much Weaker	About the Same (vol.)
		%	%	%	%	%
Respect for authority	2	8	40	46	3	
Commitment to marriage	2	8	33	50	5	
Respect for the law	3	12	39	38	6	
Respect for other people	3	15	37	37	7	
Personal responsibility	5	18	35	34	6	
Good citizenship	5	23	40	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 . . ."

■ Yemen ■ Saudi Arabia



GALLUP POLL

وإن لزعزع 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 كثيرون من المعوقات تحول دون تطور الاستثمار ونحوه من همها ما يلي:

جدول رقم (18) معوقات الاستثمار

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

ثم ندرج 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 يؤمن كل إنسان جانب الإنسان الآخر، ويعيش الجميع حياة الغاب، حيث لا قانون ولا رقابة ذاتية، بل تهيمن 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، تعلالت 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 عدّة، وزيادة معدلات الالكتاب.

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

## طبيعة برنامج تفعيل القيم وممارستها

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

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

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

وتتجدر الإشارة إلى أن تطوير المنهج شمل شقيّن اثنين...  
الشقّ الأول هو شق نظري، نعرف فيه الطالب الجامعي إلى تقنيات غرس القيم وأساليبه وندرّبه عليهما.

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

ومن أجل أن نؤصل لمُخرجات 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 المربّي، 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 مرشد.

ج. الجانب المحول من هذه القيم إلى مركبات 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 يعain القيمة في الرسم والملصقة (البوستر)، ومن خلال السمع يعainها في المقطوعة الموسيقية، ومن خلال اللمس يعainها في الهدايا وأدواته المدرسية، ومن خلال الممارسة يعainها في حواره اليومي وتعامله مع أصدقائه. وكذلك يمكنه أن يحتضنها، كاحتضانه قيمة السلام من خلال "المنتج"، أو يستنشقها من خلال ممارسة تمرّين الاسترخاء.

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

4- نستعرض هنا بالأرقام ما حققناه عملياً في غرس قيم متحممية، من خلال دراسة ما حوتة 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 المفعّلة 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- إفراد معرض لهذه الأسماء وغيرها من أسماء الله الحسنى حول موضوعات محددة، مثلاً في الإعجاز العلمي.. "المؤمن" و"السلام" و"المتدين" ... 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 حث 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 المتراع.
- تعني أيضاً: الفائدة والمنفعة، فيتحدث عامة الناس عن فوائد:
- 1- مادية: قيمتي الهواء والماء.
  - 2- روحية: قيم الصلاة والزكاة والصوم وتزويد النفس.
  - 3- جمالية: قيمة الزهور وتزيين المكان.
  - 4- ثقافية: قيمة العلم.
  - 5- اقتصادية: قيمة الربح والخسارة.
  - 6- شخصية: قيمة النجاح في الحياة.

### القيم اصطلاحاً:

- اسم هيئة، فمن قام الشيء بعدها يعني كان ثمنه المقابل كذا، ثم استعمل بمعنى القدر والمنزلة.
- من هنا نشأ "المعنى الفلسفى" لهذه الكلمة، فهو انتقال من دلالة مادية معروفة في علوم الحساب والاقتصاد والسياسة إلى دلالة معنوية تعبّر 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 القيمة 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، ويأخذ بها نفسه على مقدار عينيه. فإن زاد عليه إلى غيره، قيل: تخلق بغير خلقه. وفي القرآن ﴿إِنْ هَذَا إِلَّا خُلُقُ الْأَوَّلِينَ﴾ [الشعراء / 137]، قال: يربى عادتهم".
- قيل: "إن مفهوم الأخلاق يعني المبادئ والقواعد المنظمة للسلوك الإنساني، التي يحددها الوعي على نحو يحقق الغاية من نزوله"؛ قال الله تعالى: ﴿لَفَدْ خَلَقْنَا إِلَّا إِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَفْوِيمٍ﴾ [التبان / 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. فالاصل- الذي انبثق عنـه الأخـلـاقـ فيـ الإـسـلـامـ هوـ العـقـيـدـةـ الإـسـلـامـيـةـ، وـعـنـ هـذـهـ العـقـيـدـةـ صـدـرـتـ مـفـاهـيمـ الـأـخـلـاقـ.. وـتـحـدـدـ الـقـيـمـ الـعـلـيـاـ لـدـىـ الـمـسـلـمـيـنـ.
- على حين أن الأخلاق لدى الغرب تفصل عن الدين، ولا تمت إليه بصلة، والأساس- الذي انبثق 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 يتعلّق بما هو جدير بالرغبة، ذلك المعتقد الذي ي ملي على الفرد مجموعة من التوجّهات المجمّسة لقيمة ما".
- والقيم لن تكون قيماً إلا إذا وصلت إلى مستوى العقيدة، وهذا هو الفرق بين القيم والتوجّه، فالتجّه قد يعني رغبة أو حاجة عرضية.

## مكونات القيم:

ت تكون القيم من ثلاثة مستويات، هي:

- المكون المعرفي: ومعايير الاختيار، أي: انتقاء القيمة من بسائل مختلفة بحرية، بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسؤوليته. وهذا المكون يتكون- بدوره- من ثلاثة درجات أو خطوات متتالية، هي: استكشاف البسائل الممكنة، والنظر في العواقب، ثم الاختيار الحر.
- المكون الوجداني: ومعايير التقدير، الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها، والشعور بالسعادة لاختيارها، والرغبة في إعلانها.
- المكون السلوكي: ومعايير الممارسة والعمل، ويكون من خطوتين، هما: ترجمة القيمة إلى ممارسة، وبناء نمط قيمي.

## 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 تساعده على التنبؤ بسلوك الأفراد.
- القيم تساعده على كسب استحسان الجميع ورضاهـمـ؛ فالفرد الصادق يكون محل تقدير وتقـرـيمـ.
- القيم تعمل على ضبط السلوك، فلا تغلب شهوـاتـهـ علىـ عـقـلـهـ.
- 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 وقایة للمجتمع من الأفاف 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 ذكر منها:

• **بعد 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 وينتسب إليهم؛ 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، كالروحية.

• **على أساس المنفعة:** قيم 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: وت تكون من 18 قيمة، منها: الحياة المرحة، الحياة المثيرة، الإنجاز، السلام، المساواة، الحب، السعادة، التقدير.

- القيم الوسائلية: وت تكون 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 نتلامسها من القرآن الكريم والسنّة 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 ويتكيّف معه.
- 3- منح النشاء سندًا عقليًا 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 لا ي 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 تعمير الأرض.. ﴿ وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيقَةً ۖ قَالُوا أَجَعَّلُ فِيهَا مِنْ يُقْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِلُ الْدِمَاءَ وَنَحْنُ نُسْتَخْبِطُ بِخَنْدِكَ وَنُقْسِنُ لَكَ ۖ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴾ [البقرة/ 30].
- 2- للعبادة.. ﴿ وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَنَ إِلَّا لِيَعْبُدُونَ ﴾ [الذاريات/ 65].

### أهمية القيم في وقتنا الحالي:

- 1- التغيير الاجتماعي المتسارع- الذي هو إحدى خصائص القرن الحادي والعشرين- يعني أن القيم والمبادئ وال العلاقات 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 سريعي التكيف والتتأقلم مع كل تحول وتبديل!
- 3- سبب "أزمة القيم" هو تداعي منظومة القيم الموروثة والمكتسبة، وهذا يسبب ضعف أفراد المجتمع ويدفعهم للتمرد على قيمه.
- 4- إذا غابت القيم أو تشوشت، 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- مقطفات من بروتوكولات حكماء صهيون (1902): "يجب أن نعمل لتنهار 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" ..

و قالوا: "سننشر الإلحاد" و نشروه، و قالوا: "سننشر الفساد الخالي" و نشروه، و قالوا: "سنستولي على الصحافة العالمية و نوجهها كيما نشاء" و فعلوا.

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

7- أهمية القيم تتبع من كونها تمس العلاقات الإنسانية بصورها كافة، فهي تتغلغل في الأفراد على شكل توجهات و تطلعات، و تتضح في السلوك الظاهر الشعوري واللاشعوري، و تعبر عن نفسها بقوانين التنظيم الاجتماعي و برامجه.

**طموحاتنا في برنامج "تفعيل القيم و ممارستها" (آكتنفع فاليلوز):**

إن بعض القيم الإسلامية يسهل اشتقاقها من آيات القرآن الكريم (العوا، 1987)، مثلًا في قوله تعالى: ﴿ وَكُلَّ إِنْسَانٍ أَلْرَمَهُ طَائِرٌ فِي عُنْقِهِ ﴾ [الاسراء / 13] .. و قوله تعالى: ﴿ إِنَّكَ لَنْ تَخْرُقَ الْأَرْضَ وَلَنْ تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا ﴾ [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 ونقضها (قتل النفس).
- المحافظة على مال اليتيم.
- الوفاء بالعهد.
- الأمانة.
- مخالفة الهوى.
- مجانية 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 ترکز على قيم المجال المعرفي أكثر من المجالات الأخرى.

**هل ثمة منظومة قيمية أكدتها القرآن الكريم؟**

- إن دعائم وجود المجتمع الإسلامي تقوم على وجود المنظومة القيمية التربوية الأخلاقية. وقيم المجتمع الإسلامي تنبثق من مصادرتين أساسين، 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 الله واحد يتصف بصفات الكمال وأن له الأسماء الحسنى. فالقرآن الكريم يعده 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 أعطى استعداداً للتخلق بأسماء الله مع العبودية له تعالى. وتزكية النفس البشرية تضبط استعداداتها الأخلاقية بمعيار العبودية لله.
- العقيدة الإسلامية تعرف بالميول والغرائز والدوافع الفطرية، على أساس أنها ليست شرًّا ولا خيراً في ذاتها، وإنما هي قوى وطاقات واستعدادات ضرورية لدوار حياة هذه الطبيعة وتوجيهها إلى غاياتها النبيلة في إطار النهج الإسلامي القوي.
- خلق الله سبحانه الإنسان على هيئة مطبوعة. على عمل الخير، يقول الرسول الكريم: «إنما بعثت لأنتم مكارم الأخلاق» [ صحيح البخاري].. وقيل في وصفه: «لقد كان الرسول الكريم قرآنًا 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 القدر غاب معه الالتزام.
- ﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أَخْرَجْتُ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتَؤْمِنُونَ بِاللَّهِ﴾ [آل عمران/ 110]، فالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والإيمان بالله هي ثلات قيم ومقومات للأخلاق الإنسانية.
- يقول فرحان وتوفيق (1988): إن القرآن أكد أربع قيم أساس، هي:

  - 1- العلم: ﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أَوْتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ حَسِيرٌ﴾ [المجادلة/ 11].. ﴿فَلْمَنِعْنَتْنَوْيِ الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَاب﴾ [الزمر/ 9].
  - 2- العمل: تأدية أركان الدين الإسلامي الخمسة جميعها يعبر عنها بالسلوك العملي.
  - 3- التقوى: هي الفضيلة الأساسية، والمراد بها أن يتقى الإنسان ما يغضب ربه. ومن هنا كان الذي يعلم الله هو الذي يخشأه، وكان الذي يخشاه هو الذي يتقى. ويطلع المتقى إلى مراقبة أفعاله وإنقاص 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 وبنهاها الأخوة، والعدل وبنها المساواة، والرحمة وبنهاها الإحسان والتعاطف والصبر، والأمر بالمعروف وبنها حب الخير للآخرين، والنهي عن المنكر وبنها نبذ كل ما يسيء إلى النفس وإلى الآخرين (النجار، 1976).

### الإسلام يقر 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 تماماً، فإن نتيجة القضية- حينئذ- تكون صفراء، 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. فارتفاع 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 الملزם بالشك، لما في الأول من حق المصاب بإعلان الألم. ولذا، يقتصر الحكم الأخلاقي هنا بالإلزام بعدم لطم الخود.

### تطبيق بعض القيم في المرحلة الشبابية

القيمة	نسبة الحق، الجمال، الخير	الحكم (اللزم، ترغيب، ترك، مباح)
الشك	كبيرة	اللزم
الصبر	ألم	ترغيب
الهداية	نسبة الجمال والخير كبيرتان	غير ملزمة، ترغيب
الزكاة	نسبة حق الفقراء كبيرة	اللزم
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 إلغاءها أو إلغاء شيء منها، ما لم تقضي 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 وقم، فإن لجسدي عليك حقاً» [صحيح البخاري].
- الحكم الأخلاقي قد ينزل من مرتبة الوجوب إلى مرتبة الاستحسان، وسبب ذلك طبيعة التعارض. فإذا فرضنا أن نجاة صاحب الحق الشخصي أفعى للجماعة من نجاة 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 يحترموه.
  - إذا اخالط الأمر، والتبس على الحس الأخلاقي، فيعتمد مبدأ "انتقاء الشبهات" .. «إن الحلال بين وإن الحرام بين، وبينهما مشتبهات لا يعلمها كثير من الناس، فمن انتقى الشبهات استبرأ لدينه وعرضه، ومن وقع في الشبهات وقع في الحرام، كالراعي يرعى حول الحمى يوشك أن يرتع فيه، إلا وإن لكل ملك حمى، إلا وإن حمى الله محارمه، إلا وإن في الجسد مضحة، إذا صلحت صلح الجسد كله، وإذا فسدت فسد الجسد كله، إلا وهي القلب» [ صحيح مسلم ].
  - مصدر اكتساب الحق في الإسلام في مجال القيم هو الله، وليس التقدير الإنساني المحيض، الذي لا يخضع لمعايير 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".

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

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 المؤمنة التي سقطت الكلب).

الفطرة الأخلاقية مودعة في حس كل إنسان  
أرشدت النصوص القرآنية إلى وجود هذا الحس الضميري البشري، فأحالات المسلم إلى استفتاء قلبه..

- وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاها (7) فَأَهْمَمَهَا فُحُورَهَا وَنَفْوَهَا (8) فَدْ أَفْلَحَ مِنْ زَكَاهَا (9) ﴿الشَّمْس﴾؛ فالنفس ألهمت في فطرتها إدراك طريق فجورها وطريق نقاها.
- ﴿بِلِ الْإِنْسَانُ عَلَى نَفْسِهِ بَصِيرَةٌ (14) وَلَوْ أَلْقَى مَعَاذِيرَهُ (15)﴾ ﴿القيامة﴾.. ﴿أَمْ نَجْعَلُ 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 أفتاك المفتون".

## التدريب على البرنامج التربوي "تفعيل القيم وممارستها"

يسعى هذا البرنامج التربوي إلى إكساب الطالب الجامعي أو المدرس أو رب العمل وكذا رب الأسرة المهارات الالزمة 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 يخرج 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 يتخيلوا 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، وأاضعين في حسبانهم تربية قدرات المستهدف بالغرس القيمي، وتنمية جوانبه النفسية والعلقية والروحية والجسدية كافة، مبينين دور الحوافز في تشكيل هذه القيم، ودور تفعيل حواس الإنسان في تدعيمها وتشجيعها.

### اختبار القيم وفق مستويات عدة

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

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

## تصنيف مجموعة أنشطة تفعيل القيم وممارستها

### وقد صنفت مجموعة أنشطة القيم وفق هذا البرنامج إلى: نقاط التأمل:

تعرف بالقيم، وتحتاج بعض المفاهيم المجردة للتأمل فيها، بل تدعوا إليها. فإذاً نقاط التأمل في قيمة الاحترام- مثلاً- هي: حق الناس كلهم- والمؤلفان منهم- في أن يعيشوا باحترام وكرامة. وإذاً 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 الفوتوغرافي أو الرسم أو القصيدة الشعرية- للتعبير عن قيمة السلام، ما يجعل القيمة المتخيلة قيمةً ممارسةً من خلال تفعيل حواس المنتظم في البرنامج؟

### تمارين الاسترخاء:

أكملت البحوث النفسية الأثر الموجب لتمارين الاسترخاء؛ إذ تعلم 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 لسعادة 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 موافق سالبة 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 يتوصلا إلى أجوبةً موجبةً تترافق 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 مقالاتٍ أو أحداثٍ واقعيةً أو ما شاهدوه في أفلام لها صلة بالموضوع. وكذلك يمكنهم تأليف مشاهد تمثيلية أو درامية أو سيناريوهات إعلانية.

## من المعنى بغرس القيم؟

باستطاعة جميع المنتظمين- على تنوع مشاربهم 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 ينونون العمل في مهنة التدريس- إلى إعادة النظر في الدروس، ليضمّنوا ما يدعوه إلى إثارة النقاش. فقيمة الصدق يمكن تدريسيها في حصة التاريخ أو اللغة الإنجليزية أو الرسم. فعلى سبيل المثال، إن مبحثاً تاريخياً عن الاستقلال هو سانحةً مثاليةً للنظر في أنواع الحرية التي يريدها الناس. وضمن الطرح الجغرافي، يمكن أن تحدد مناطق خسرت فيها الشعوب حريتها، وأخرى ظفرت فيها الشعوب بالحرية. فالمنهج الدراسي -بجميع تفريعاته- معنى بالغرس القيمي، ولا يقتصر ذلك على مادةٍ علميةٍ دون أخرى. ويمكن تخصيص وقتٍ قبل كل حصةٍ دراسيةٍ لمناقشة قيمة محددة، طوال العام الدراسي. وهذا الأمر متزوجٌ لتقديرات مربى الفصل؛ وربما يتتفق 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 تحتاج إلى تفعيل كل الأنشطة؟

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

### التقويم:

بعد 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 استماره 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، ويرفون ذلك في تقرير إلى إدارة المدرسة.
- 2- تقويم عملي. فبعد إدارة حملة إعلاميةٍ تواصليةٍ مجتمعيةٍ، يقاس ما حققته من نتائج في مستويات: المعلومة، تعديل المواقف، السلوكيات، ثم تنشر 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 مجتمعاً يسوده الكذب، وأخر يسوده الصدق.
- تأمل كوكباً يسوده العنف، وأخر يسوده التسامح والصفح.

**الغاية الثانية:** الاستفادة من الموارد والإبداعات الخاصة.

الخطوات:

- كتابة قصة أو التقاط صورة أو رسم لوحة أو نظم قصيدة تعبّر عن العطاء.
- استعراض أبطال يتعلمون بتوافق 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 يbedo 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 عملياً.

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 ينتمي بها كافة أفراد الفريق المنتظم معنا في البرنامج.
- سرد قصص عن مَنْ أحدث فرقاً في حياته لتخلّفه 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.

## المبحث 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 غرس قيمة  
7-3 السلام  
سنوات

من الممكن أن نلخص ما سيقوم به المعلم في ثلاثة محاور:

1- الحوار (القصة، النقاش،...).

2- الممارسة.

3- استثارة الحواس (الأغنية، المشهد،...).  
من منكم يستطيع أن يحدثني عن السلام؟  
ما السلام؟

حوار  
(برمجة  
للغُل  
والقلب)

ما معنى أن نعيش في عالم مسلم؟

صف إجاباتهم بأنها "إجابات رائعة"، واشكر الأطفال.

المارسة

اليوم سنستعمل الخيال لصنع صورة لعالم مسلم 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 ما، 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؟).

اطلب إلى الأطفال أن يرسموا ما تخيلوه.

وسائل سمعية لحن: نشيد أو أغنية.  
مشهد لجدول، سيناريو فيلم مرئي أو إعلان إذاعي.  
استثارة  
الخيال من أنفسنا مثلها.. يمكن رؤيتها ولا يمكن سماعها.. انظر كم هي هادئة ومسالمة.  
خلال قصة إذا كنت تعمل مع أطفال أعمارهم 3-5 سنوات، فاصنع نجمة من الكرتون المقوى، لونها باللون الأزرق، اثثر عليها ذرات براقة. للأطفال الأقل سنًا اجعلها كالدمية واصنع لها عيناً.  
احك للأطفال قصة "النجمة" التي كانت أشعتها مفعمةً بالمحبة، وكانت مسلمةً، سعيدةً، وكانت سبباً في فض نزاع بين طفلين كادا يتعاركان، فكانت أشعتها سبباً في بث السلام والمحبة بينهما، فتعانقاً.

بصرية  
استثارة  
المخيلة  
ضمن  
عنصر  
الحوار

تصور أنك نجمة. ما لون السلام الذي تشرق به اليوم؟ نحن نجوم السلام لا نتحرك، ممتنئون بالمحبة، مسترخون، مسلمون. فإذا أردت السلام الداخلي، فما عليك إلا أن تتحرك بهدوء، وتذكر أنك نجمة سلام.

المارسة

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 يزيّنوا النجوم بالمواد المتاحة (اختم الدرس بأغنية عن السلام).

## قصة "الحشرة الطائرة"

كانت سعاد وشقيقها فؤاد يحلان وظائفهما المدرسية، في وقت انهمك 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، تسللت مع النسمات حشرة طائرة تشبه الفراشة، واندفعت نحو المصباح تحدث ضجيجاً. حاول فؤاد التخلص من الحشرة، بأن رفع مسطرة طويلة ناحيتها. صاحت سعاد: لا، لا تؤذها. لعلها تطير بعيداً، وتذكر بأننا مسالمان. أجاب فؤاد: أريد فقط إبعادها عن المصباح الكهربائي كي لا تحرق. 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، وأنفذت الفراشة من موت محقق، مؤكدة مبدأ الرفق بالحيوان.

متى تشعر بأنك أكثر أناً؟

إن كان السلام والأمن لوناً، فأي لون ستختار؟ أثن على كل الإجابات.  
الحكمة في التصرف تؤكّد أننا مسالمون ومحبون للغير.  
ماذا يمثل السلام لكم؟ (قد يكون حمام، خيلاً، قطعة بسكوت، نجمة، ...)

دع الأطفال يمثلوا قصة الحشرة.

أن تسرد قصة أولاً،

ثم تناقش القصة،

ثم اطلب إليهم أن يرسموا صوراً تعبّر عن القصة، أو أن يمثلوا مقاطع منها.  
غرس معنى "الذراعان للعنق".

(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 للعنق".

3. ثم اطلب إكمال الجملة الآتية: "في عالم مسالم لن يكون هناك.....".  
4. فيم نستعمل الذراعين؟ (العنق، تسليم المواد، المصادفة، منح المساعدة...)  
5. أوضح أن أهم جزء في السلام هو استطاعتنا التفوه بكلمة لا: "لا يعجبني أن تفعل ذلك. إن الذراعين للعنق لا للدفع".

اطلب إليهم أن يرسموا كلمة سلام: يكتبون الحرف "س"، ويلونونه.  
ممارسة فض النزاع:

إذا احتمم نزاع بين طفليْن، فاطلب إليهمَا أن يجلسا. اسأل أحد الطفليْن عن شعوره، على حين يستمع الآخر. فُل 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 إليهمَا أن يخبر كلّ 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 كلّ منهما ما قاله الآخر.

استثارة المخيلة من خلال قصة ضمن عنصر الحوار

حوار

تمثيل إذن الفكرة هنا

علاقة راجع شكل جديدة مع دائرة السلام قيمة و العلاقات السلام التابعة لها

ممارسة فض (حل) النزاع

من المهم أن تشجع 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:

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

حوار

علاقة راجع شكل غرس معنى "المشاعر" جديدة مع دائرة السلام من خلال الحوار نقاش نقاط السلام أوضح أن السلام هو التمتع بمشاعر داخلية طيبة، ثم اسأل:

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 تتنمنى أن تفعلها أنت؟

ممارسة

اطلب إلى الطفل رسم الأشياء الطيبة، التي يود القيام بها، وتلك التي يود الآخرون القيام بها.

تمرين: "أقفة 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:

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

الشريحة

7-3

سنوات



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

- 14-8 منظومة السلام** عاماً القيمية
- السلام أكثر من مفهوم غياب الحرب.
  - السلام هو العيش في تناغم، ومن دون مقاتلة الآخرين.
  - السلام هو السكينة الداخلية.
  - السلام يتكون من أفكار موجبة، وأحسان نقية، وأمانٍ طيبة.
  - السلام ينمو من خلال التقبل والعدل وعدم العنف والتواصل بين البشر.
- من الممكن أن نلخص ما سيقوم به المعلم في ثلاثة محاور:
- الحوار (القصة، النماش،...).
  - الممارسة.
  - استثارة الحواس (الأغنية، المشهد،...).
- ما السلام؟  
ماذا يعني أن نعيش في عالم من السلام؟

حوار  
لاستثارة  
العقل  
والقلب  
تخيل

تخيل عالماً مسالماً. دع نفسك في هدوء وسكون. تخيل فقاعة كبيرة جميلة، كبيرة على نحو يمكنك الدخول فيها، و تستطيع أن تسافر فيها. من خلال خيالك- إلى المستقبل، إلى عالم أفضل. ادخل الآن هذه الفقاعة، وطرز 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 النماش بشعور الطالب بما حوله من طبيعة وبشر، ثم بنفسه، ثم بعلاقات الناس من حوله بعضهم مع بعض. قسم الطلبة إلى مجموعات، بحيث ترسم كل مجموعة لوحه كبيرة عما تخيله في هذا العالم المسالم. بعد ذلك، ترشح كل مجموعة من يمثلها للحديث عن تجربتها في السلام.

مناقشة  
رسم

ما الأشياء التي تكون موجودة في عالم النزاعات، ولا تكون موجودة في عالم السلام؟ (غالباً ما تكون الإجابات: الحروب، الأسلحة، العصابات).

اقسم اللوح **board** إلى قسمين:

الأول: بعنوان عالم مسالم.

والآخر: بعنوان عالم النزاعات.

ارسم خريطة ذهنية لكل منهما.

"كبسولة الزمن".

حوار

نشاط

نشاط

قل: "للنظام - اليوم - أننا نعيش عالم السلام الذي تخيلتموه. المطلوب إليكم أن تصنعوا كبسولة زمان، لكي يجعلوا الأجيال القادمة تتعرف إلى عالمكم. ما العناصر العشرة التي تختارون وضعها في الكبسولة ومن شأنها التعريف بعالمكم المليء بالسلام؟".

للأعمار 8-10، اختر لوناً واحداً، وارسم السلام.

للأعمار 11-14، اكتب عن وقت شعرت فيه حقاً بالسلام.

ضرورية لاستشعار الطلبة بالسكينة وبالسلام؛ مع صور ملصقات (بوسترات) تحت على الاسترخاء.

"إعداد كعكة العالم".

رسم

جلسات

الاسترخاء

تمرين

للطلاب

هي كعكة ستشكل من مجموع خصائص الإنسانية. هذا التمرين يعطي فرصة أكبر للتفكير في عالم أفضل. وتسأل للبدء: ما أروع صفات الإنسان التي يجب أن تكون في كعكة العالم؟ سنستبعد العوامل التي تسبب الأذى والألم.

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".

حوار

نريد أن نستعرض الفروق بين مدرسة مسالمة ومدرسة مليئة بالنزاعات.

كيف يشعر هؤلاء الذين يتشاركون؟

كيف يشعر هؤلاء الذين في مدرسة مفعمة بالسلام؟

حوار

على حسب آرائكم، 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 والفصحي، فمن الممكن أن يلقي طفل بعض الأبيات من نظمه، ويلحنها، ويتشدّها الجميع.

رسم

قصيدة

ما الكلمات والجمل التي تعبر عن السلام؟

اللغة

العربية

حوار

"الذراعان للعنق".  
ما الذراعان؟ وما استعمالاهما؟

(تعانقان- ترسمان- ترميـان الـكرة نحو الـهدف- تـبنيـان الـبيـوت والـمـصـانـع-  
تسـاعـدانـ الغـير، ...).

طـرـيقـةـ استـعـمالـناـ لـذـرـاعـيـناـ هـيـ ماـ يـمـيزـنـاـ.

ماـ شـعـورـكـ عـنـدـمـاـ يـسـتـعـمـلـ الغـيرـ ذـرـاعـيـهـ لـإـيـذـائـكـ؟  
لـمـاـذـاـ بـرـأـيـكـ.ـ يـشـعـلـ النـاسـ حـرـوـبـاـ؟ـ

"الذراعان للعنق لا للتدافع". هل من جملة مرادفة تعبـرـ عنـ المعـنىـ ذاتـهـ؟ـ

"الذراعان للعطاء لا للتعـفـفـ"ـ،ـ "ـالـذـرـاعـانـ لـحـسـنـ الـاسـتـعـمـالـ لاـ لـسـوـءـ  
الـاسـتـعـمـالـ"ـ،ـ "ـالـذـرـاعـانـ لـلـإـمـسـاكـ لـلـإـيـذـاءـ"ـ.

اطـلـبـ إـلـيـهـمـ عـلـمـ مـلـصـقـةـ عـنـ السـلـامـ مـنـ أـذـرـعـ مـتـشـابـكـةـ،ـ بـحـيـثـ تـكـوـنـ أـذـرـعـ  
الـطـلـبـةـ مـتـصـلـلـةـ بـعـضـهـاـ بـعـضـ؛ـ مـسـدـسـ يـتـحـوـلـ إـلـىـ حـمـامـةـ،ـ مـعـ شـعـارـ كـتـابـيـ

مـنـ اـبـتـكـارـهـمـ يـعـبـرـ عـنـ السـلـامـ.

زـيـنـ الـفـصـلـ بـإـنـتـاجـاتـهـمـ،ـ وـاـهـدـ بـعـضـهـاـ لـلـفـصـولـ الـأـخـرـىـ أوـ لـلـوـالـدـيـنـ أوـ  
لـمـدـارـسـ مـجاـوـرـةـ.

"ـالـحـرـبـ"ـ.

رسم

ماـ أـسـبـابـ الـحـرـوبـ؟ـ (ـالـرـغـبـةـ فـيـ:ـ الـغـنـىـ،ـ السـلـطـةـ...ـ)  
ماـذـاـ يـحـدـثـ لـلـبـشـرـ عـنـدـمـاـ تـكـوـنـ هـنـاكـ حـرـبـ؟ـ (ـالـتـشـرـيدـ،ـ الـأـمـرـاـضـ،ـ اـنـتـشـارـ  
الـتـدـخـيـنـ وـالـمـخـدـرـاتـ،ـ إـلـاـعـاتـ،ـ الـفـقـرـ،ـ الـأـمـيـةـ..ـ)

ابـحـثـ فـيـ الـأـطـلـسـ عـنـ بـلـادـ مـزـقـتـهـاـ الـحـرـبـ.

ماـذـاـ يـعـنـيـ السـلـامـ فـيـ بـلـدـكـ؟ـ

حوار

شـعـرـ مـنـ نـظـمـكـ أـوـ مـقـتـبـسـ مـنـ الـأـهـازـيجـ أـوـ الـأـغـانـيـ الـوـطـنـيـةـ.  
الـهـدـفـ تـطـوـيرـ مـهـارـةـ تـوـاـصـلـ وـتـعـاـوـنـ مـفـيـدـةـ لـلـحـيـاـةـ عـمـومـاـ.

لـيـلـعـ بـعـضـ الـطـلـبـةـ دـورـ الـمـدـيـرـ فـيـ فـضـ النـزـاعـ بـيـنـ زـمـلـائـهـ.ـ يـرـتـديـ هـؤـلـاءـ  
الـطـلـبـةـ شـارـةـ أـوـ وـشـاحـاـ أـوـ قـبـعـةـ لـلـدـلـالـةـ عـلـىـ دـورـهـمـ الـمـتـعـلـقـ فـيـ فـضـ النـزـاعـ.

سـيـرـوـرـةـ فـضـ النـزـاعـ:ـ يـسـأـلـ.ـ أـوـلـاـ.ـ الـتـلـمـيـذـانـ الـمـتـنـازـعـانـ إـذـاـ مـاـ كـانـاـ يـرـغـبـانـ  
فـيـ أـيـ مـسـاعـدـةـ.ـ إـذـاـ كـانـ رـدـهـمـاـ بـالـإـيـجـابـ،ـ فـلـيـجـلـسـ مـعـهـمـاـ وـاـحـدـ أـوـ اـثـنـانـ مـنـ

هـؤـلـاءـ الـمـخـتـصـينـ بـفـضـ النـزـاعـ.ـ إـذـاـ لـمـ يـكـنـ الـمـتـنـازـعـانـ رـاغـبـينـ فـيـ حـلـ

مـشـكـلـتـهـمـاـ،ـ فـعـنـدـهـاـ يـرـسـلـانـ إـلـىـ الـإـدـارـةـ الـمـدـرـسـيـةـ أـوـ الـمـشـرـفـ الـاجـتمـاعـيـ.

مـدـيـرـ فـضـ النـزـاعـ يـسـتـمـعـ إـلـىـ إـجـابـتـهـمـاـ،ـ وـيـوجـهـهـمـاـ إـلـىـ اـسـتـمـاعـ أـحـدـهـمـاـ إـلـىـ  
الـآـخـرـ بـدـلـاـ عـنـ مـقـاطـعـةـ أـحـدـهـمـاـ الـآـخـرـ.ـ يـشـجـعـهـمـاـ عـلـىـ إـلـيـنـصـاتـ لـلـآـخـرـ.ـ لـيـسـ

عـلـيـهـ أـنـ يـلـوـمـ أـوـ يـتـهـمـ أـوـ يـعـظـ أـوـ يـحـكـمـ.ـ وـجـوـدـهـ فـقـطـ لـمـسـاعـدـةـ الـمـتـنـازـعـينـ عـلـىـ

حـلـ مـشـكـلـتـهـمـاـ (ـثـمـ تـطـبـقـ الـخـطـوـاتـ لـفـضـ النـزـاعـ الـمـذـكـورـةـ سـابـقـاـ).

ماـذـاـ يـحـدـثـ فـيـ الـعـالـمـ،ـ لـوـ تـعـلـمـ كـلـ شـخـصـ أـنـ يـحـلـ مـشـكـلـاتـهـ بـدـلـاـ عـنـ الـعـرـاـكـ

وـالـشـجـارـ؟ـ

قصيدة

فضـ

الـنـزـاعـ

(ـصـورـةـ

تـطـبـيقـيـةـ

(ـلـلـسـلـامـ)

حوار

اـكـتـبـ الـخـطـوـاتـ الـأـرـبـعـ الـخـاصـةـ بـفـضـ النـزـاعـ فـيـ مـلـصـقـةـ،ـ وـاجـعـلـهـاـ مـتـاحـةـ  
لـلـجـمـيعـ.

ماـ الـأـمـورـ الـتـيـ يـتـنـازـعـ فـيـهـاـ مـنـ هـمـ فـيـ أـعـمـارـكـ؟ـ (ـاـكـتـبـهـاـ عـلـىـ الـلـوـحـ)

كـيـفـ تـشـعـرـ عـنـدـمـاـ.....ـ؟ـ (ـاـذـكـرـ حـادـثـاـ مـاـ)

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

كرر المسؤولين السابقين.

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

عندما نغضب، يكون سبب الغضب هو الشعور بالألم أو الخوف أو الإحراج. عندما يشعر الغضبان بأنه غير مقدر أو غير محترم أو غير محظوظ.

"مهارة 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، التلفظ بألفاظ من مثل:

سخيف وغبي، محاولة إشعار الآخر بالذنب.

تمرين حول نشاط الإنصات: شكل مجموعات وكل مجموعة من ثلاثة طلبة.

اطلب إليهم أن يرقصوا أنفسهم بـ 1، 2، 3.. 1 سيكون المتحدث، 2 سيكون المصغي، 3 سيكون المراقب. ليعدوا ترقيم أنفسهم، والمراقب في كل دورة

يعد المجموعة بملحوظاته.

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

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

أكثر الأمكنة سلاماً التي أذكرها 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؟  
رسم أو لون أشكالاً تعبّر عن الغضب والسلام، كأن يكون الغضب في نصف الورقة والسلام في النصف الآخر.

ألوان  
السلام  
وألوان  
الغضب

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 خلائق لتحويل الموقف السالب إلى موقف موجب (مسالم). "علق على الحركات التي كان لها دور في التأجيج، وعلى الحركات التي

كان لها دور في التهدئة".

من هم أبطال السلام في حضارتك؟

حوار  
تأليف  
قصص

تاريخ

اجتماعيات 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؟

- 1- السلام طاقة نوعية.
- 2- البقاء مساملين يقتضي قوة وجوداً.
- 3- السلام هو السمة البارزة لما نسميه "المجتمع المتحضر".

الشريحة المنظومة  
القيمية 18-15  
سنة  
(الشباب)

حوار

قل: هناك مشروع مشوّق أنجز من سنوات، سمي "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 يتخيّلوا 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.

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 قيمنا. والبرنامج ينشد للأفراد استكشاف أساليب للعيش في عالم أفضل وتحقيق سعادة أكبر في حياتهم.

ثم ناقش معهم العبارة الآتية: "السلام أشمل من الاحرب وأوسع وأعم".  
ثم ناقش معهم: "لو كان كل إنسان في هذا العالم يشعر بالسلام الداخلي، فهل يصير عالمنا أكثر سلاماً؟ كيف؟".

تمرين  
استرخاء

متى تشعر بأنك مضطرب؟  
ما أنواع الأفكار أو الأنشطة، التي تساعدك على الشعور بالسلام أكثر؟  
ناقش: "السلام حال ذهنية هادئة مسترخية".

ممارسة

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.

تمرين

نشر السلام في المدرسة.  
إذا كان الطلبة لا يفلحون في فض النزاعات، فيجب تدريس الأساليب للطلبة وتطوير مهاراتهم فيها. فمن يسير أن ينطلق 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 ينافق 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؟"

- 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 كانوا يستطيعان الالتزام التام بالتصريف 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)، وزعها على الفصول، واطلب إلى الأساتذة تدريب الطلبة على ذلك. فلهذا 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).

مارسة  
حوار

الأمور التي تعوق فض النزاع أو توقفه:

- 1- الشتم، أو وصفه بصفة غير محببة، غبي مثلاً.
- 2- اللوم.
- 3- المقاطعة.
- 4- الاتهام.

المعارضة (انتظر دورك في الحديث، واستمع إلى الآخر عندما يتكلم، وهذا يتطلب الصبر والاحترام).

- 5- محاولة إشعار الآخر بالذنب.
- 6- الغضب لأن الطرف الآخر غاضب.
- 7- منح حلول لمشكلة الآخر الشخصية.
- 8- الانتباه بصدق لكل كلمة يقولها الشخص الآخر.

مارسة  
الإنصات  
حوار

يناقشه الطلبة في تمرين:  
ما الذي أعاد الإنصات؟  
ما الذي يسر الإنصات؟

لماذا الإنصات بصدق يؤدي إلى الاحترام؟  
ابدا بأي موضوع يسبب الإضطراب 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 كل منها.

منشا  
النزاع

ما الذي جعل النزاع يكبر؟

كيف تتحكم في مشاعر الغضب؟ وكيف نستعيض بها مشاعر أكثر هدوءاً وأكثر سلاماً؟  
أمثلة:

- 1- نحن كثيراً ما نغضب عندما نكون مر هقين أو جياعاً.
- 2- التوقف دقيقة لتهيئة النفس قبل تحليل الموقف مرة أخرى.
- 3- التفكير في العواقب.
- 4- التفكير في قيمنا. فإذا كنت حقاً تقدّر السلام، فستحاول أكثر أن تبقى مسالماً.

الأسأل: 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 تشكّلهم 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) سعى إلى تحقيق السلام.
- ادرس معهم قصائد الشعراء في ذلك.
- الأغاني الشعبية أو الوطنية**

أبطال  
اليوم  
رسم

الدروس

- في الاجتماعيات:** اشرح كيف تستطيع الحكومات أن تتحقق السلام من خلال تنمية ثقافة السلام وتوفير احتياجات شعوبها؟
- كيف يعبر عن السلام في العالم من خلال الفنون والمؤسسات الاقتصادية؟
- اطلب إلى الطلبة أن يدرسووا 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 تختاره 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، ورایات تعبّر عن السلام، لافتة للانتباه.
- في الاقتصاد المنزلي:** كيف يمكن تصميم ديكور، والقيام بتدبيير منزلي يساعد على الاسترخاء والسلام؟

## شريحة

### المرحلة الجامعية

في هذه المرحلة، يتعرف الطالبة إلى ما ذكره ابن قيم الجوزية في كتابه مدارج السالكين، إذ يتعرض ماقمین من الممكن أن يصل إليهما الإنسان إذا اجتهد في علاقته مع الله. وهذا المقامان وطبيعا العلاقة بقيمة السلام، وهما: مقام الطمأنينة ومقام الذكر.

ففي مقام الطمأنينة يذكر القرآن الكريم: ﴿الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُ الْقُلُوبُ﴾ [الرعد/28].

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

﴿يَا أَيُّهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَةُ (27) ارْجِعِي إِلَى رَبِّكَ رَاضِيَةً مَرْضِيَةً (28) فَادْخُلِي فِي عِبَادِي (29) وَادْخُلِي جَنَّتِي (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 للثوابية، سكن قلبه واطمأن بمشاهدة العوض. وقد تقوى مشاهدة العوض حتى يستلذ بالبلاء ويراه نعيمًا.

و ضمن حلقات تلفازية، عَرَضَ الشِّيخُ الدِّكتُورُ مُحَمَّدُ رَاتِبُ النَّابِلِيَّ بِالشِّرْحِ لِأَسْمَاءِ اللَّهِ الْحَسَنِي. ورأينا أن نختار منها مقاطع، وشكّلنا وفقها مجموعة مبسطة من اللوحات الإيضاحية حول اسم "السلام".

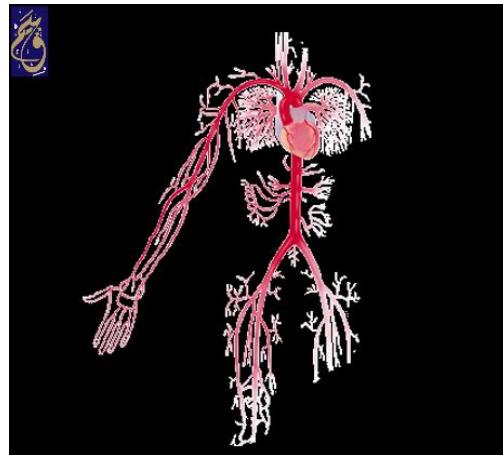


جعل الدماغ في صندوق عظمي تحقيقاً لسلامته  
ولو جعله كرة متصلة ما الذي يحدث؟ عند أول  
صدمه تنكسر الجمجمة، أما عندما جعل هذه  
الجمجمة عدة قطع وجعل العلاقة فيما بين هذه  
القطع مفاصل متحركة ثالثة أي هناك مفصل لا  
يزيد عن نصف ميلٍ فأية صدمه أصابت الرأس.  
فهذه الفوائل الدقيقة تمتاز الصدمات وتنجو  
الجمجمة



كلما سدَّ شريان فُتح شريان آخر  
هذا من اسم السلام

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



• النخاع الشوكي في العمود الفقري  
من اسم السلام.

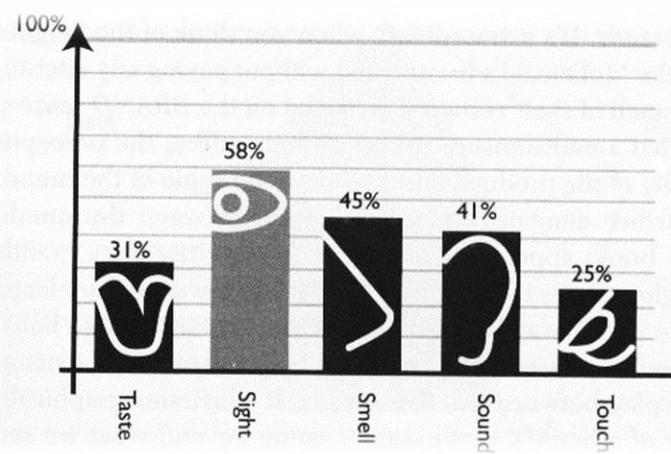
• الشريان في داخل العضلات  
والوريد في خارجها من اسم  
السلام.



العين في محجر العين من اسم السلام  
والرحم في حوض المرأة من اسم السلام  
والجلد من اسم السلام والشريان في داخل  
العضلات والوريد في خارجها من اسم  
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.<sup>(1)</sup>



درجة أهمية الحاسة لدى الإنسان في تلقيه للمعلومات (Lindstrom)

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

المبحث الثاني  
قيمة التسامح

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

الشريحة  
التسامح  
7-3 سنوات

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 أقترف الخطأ.
- 3- التسامح هو أن أتقبل الآخرين، حتى عندما يقترفون 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،  
فأسأل الأسئلة الآتية:

1. ما اسم والدتك؟
2. ما الشخصية المفضلة لديك في الصور المتحركة؟
3. ما القصة المفضلة لديك؟
4. من من أجدادكم يتكلم لغة مختلفة عن اللغة التي تتكلم بها الآن؟  
القصة باختصار أنه كان ثمة تنين ودود، صغير الحجم، اسمه توت.  
كان يبحث عن صديق له من جنسه (تنين) يلاعبه. ولكنه لم يصادف- وهو يتجلو في الغابة- حيواناً يتافق و الجنس؛ 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 رأهم جميعاً يلعبون، ولم يعثر هو على تنين مثله يلاعبه، رضخ للأمر الواقع، وأخذ يلعب معهم.

قصة  
"التنين توت"

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

رسم 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، وأعرافهم. كلنا نملك عينين ويدين ورجلين، ولكننا نتكلّم بلغات مختلفة، وبشراتنا بألوان مختلفة. هل نستطيع أن ننسجم معًا في وحدة واحدة كأنسجام ألوان طيف الشمس؟

اطلب إلى الأطفال أن يرسموا طيفاً كبيراً للشمس يزيّنون به الفصل.

لقد استفادت شركة بنيتون من قيمة التسامح في الترويج لمنتجاتها من الملابس. فظهر في حملتها الإعلانية الصيني والأمريكي والعربي، والأسود والأبيض.

قصص من ثقافات مختلفة ومع كل قصّة يحكّيها طفل حاورهم بهذه الأسئلة والعبارات: كيف بُرِزَ الحب؟ كيف بُرِزَتِ الشجاعة؟ فالترابط والتسامح يحتاجان إلى شجاعة.

من المهم أن نكون متسامحين وصبورين، عندما نقرف الخطأ عندما أقرف خطأً أحّبّ نفسي حتى تواب، صبور، غفار، عفو).

لا بأس من اقتراف الخطأ، ونحن هنا لا نحثّ عليه، ولكن عليك أن تصحّ خطأك، وهذه القاعدة مهمة، ولا سيما عندما يصادف الأطفال صعوبات في تنفيذ مهمة ما.

مرّنهم على قاعدة حسابية تتطلب صبراً ومحاولات عدّة للوصول أسرع إلى الحل، مثل مسائل المعدلات الكسرية (كن راحماً لنفسك).

الرسم  
بطاقة  
حوار وتأمل

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- يؤكّد 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. شجّعهم على الحوار والتفاهم. وضّح لهم لم نشأت نزاعات فيما بينهم، وكيف يمكن تخطيّها، وكيف يسعنا تغيير ذلك.

الشريحة  
14-8 عاماً

درس الحساب

نقاط التأمل

نشاط

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

- 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؟

حوار

### الشريحة العمرية المستهدفة الطلبة الجامعيون

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

- **﴿وَعَبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هُوَنَّا وَإِذَا خَاطَبُهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾** [الفرقان/ 63]. و"الهون" هو الرفق واللين.
  - وفي الحديث الشريف: «ما انقم رسول الله ﷺ لنفسه قط» [ صحيح البخاري].
  - وكان صلى الله عليه وسلم يعرف الشاة، ويأكل مع الخدم، ويجالس المساكين، ويمشي مع الأرمدة واليتيم، ويبداً من لقيه بالسلام، ويجيب دعوة من دعاه ولو إلى أيسر 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، أفلأ ترضى أنت به أخاً؟ فعدم رضاك به أخاً هو الكبر عينه.
  - ولا تصح لك درجة "التواضع" حتى تقبل الحق من تحب ومن تبغض، فقبله من عدوك كما قبله من ولدك.
  - كذلك إذا جاءك من أساء إليك يعتذر، فإن "التواضع" يوجب عليك قبول معذره، حقاً كانت أو باطلأ، وأن تكل سريرته لله.
- وعلامة الكرم والتواضع أنك إذا رأيت الخلل في عذرها، فلا توقفه عليه ولا تحاجه، وقل: يمكن أن يكون الأمر كما تقول.
- ومن متطلبات التسامح أن تكون حكيمًا. 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...





هناك أوعية تعباً من أعلاها ولها صنبور في أسفلها ، فأنت لا تصدق أن يخرج من الصنبور سائل يخالف ما في هذا الإناء أبداً ، فان عبأته ماء يخرج من أسفله ماء وإن عبأته لبناً تحد لبناً، وإن عبأته ماء آسناً ، خرج ماء آسناً فكل إنسان له منه ينهمل 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 يقوما بها. ففي دراسة عن المسؤولية تجاه الأبناء، وجد أن:
1. ثلثي عدد الوالدين يتذرون أبناءهم في المنزل وحدهم مدة تراوح ما بين الساعة وال ساعتين، وأن واحداً من أصل خمسة يتذرون الأبناء طوال اليوم من دون رعاية في المنزل.
  2. الخبر السعيد هو أن الأطفال يلجؤون إلى آبائهم بنسبة 78%， إذا احتاجوا إليهم.

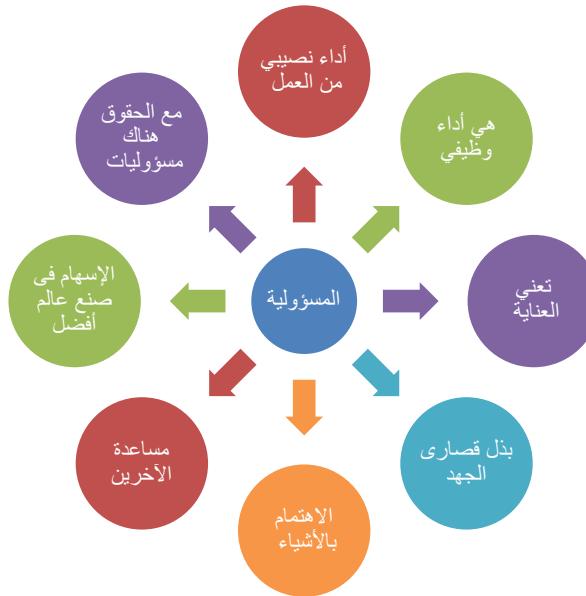
و هذه دراسة عن المسؤولية تجاه البيئة:

#### 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 مركبة 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- تعين 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- تعين مسؤولية واحدة للمدرس.
- 4- ما مسؤولية الإلطفائي والممرضة؟ لكل منا وظائف مختلفة في الحياة.
- 5- ممارسة الكلب لمسؤوليته في إرشاد المكفوفين، وتصرفة 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 مشهدتين تلقياً لتفعيل الوجودان والعقل وحاستي السمع والبصر لدى المتألق:

### المسمع

نسمع صوت التلفاز، ويظهر فيه الصور المتحركة.

### المشهد 1

الجدة تتحدث إلى ابنتها، موجهة الكلم إلى حفيدها في عمر خمس سنوات، 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.

الأم

وإذا كبر فسوف يرتب سريره بنفسه. صح ناصر؟

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

ناصر

ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل.

تعليق

### مشروع "عالمي الأفضل"

أحد مشاريع المؤسسة العربية لقيم المجتمعية

### المسمع

هو هو (صوت الطفل)  
واما دور هذا الكلب في تشييد المنزل يا رؤوف؟  
لحراسة المنزل.

### المشهد 2

حوار بين أم وابنيها (5 و 7 سنوات)، وهما يصنعان بيتهما كبيراً من قطع الليغو.  
أحد الطفلين يضع لعبة الكلب خارج المنزل.

الأم

وماذا يمكن أن يقوم به الكلب من مسؤوليات  
يا فيصل؟  
إرشاد الكفيف إلى منزله، والخروج معه إلى  
الشارع.

رؤوف (5 سنوات)

الأم موجهة الحديث لابنها فيصل (7 سنوات)

فيصل

فيصل وماذا عنك أنت؟ هل أنت مسؤول؟

الأم لابنها فيصل

ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل.

تعليق

## الشريحة

8-14 سنة

- 1- ليست المسؤولية شيئاً يلزمها فحسب، بل هي أيضاً شيء يتيح لنا تحقيق ما ننتمناه.
- 2- المسؤولية العالمية تتطلب احترام جميع الناس.
- 3- المسؤولية هي الاستفادة من مواردنا لإحداث تغيير موجب.
- 4- هل تؤمن بالسلام؟ بالعناء بالبيئة؟ بالوفاء؟ بأن تكون أصدقاء طيبين؟ السلام يحتم أن تكون مسلمين. العالم النظيف يتطلب العناية بالطبيعة (هناك مسؤولية أن نفعل ما نقول).  
إذا كنت أؤمن بالعناء بالبيئة، ولكنني أرمي بورقة الحلوى على الأرض، فأكون عندئذ مخالفًا عملياً لما أؤمن به.
- 5- ما مسؤولياتي كوني طالباً؟ ما النتيجة البعيدة الأجل لعدم الالتزام بالمسؤولية؟ هل سيتحقق هدفك الذي رسمته في حياتك؟
- 6- ماذا تفعل لظهور لأبيك ولأمك أنك مسؤول؟
- 7- هل هناك وضع لا يعجبك وتود تغييره؟  
(يحدث ذلك في خطوات أربع:
  - أ- فكر فيما تنتمني أن تكون قد فعلته.
  - ب- حدد القيمة التي تحتاج إليها من أجل ذلك.
  - ج- تخيل تلك القيمة وتلمسها في ذهنك.
  - د- حدث 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 تلفازية في تفعيل الوجдан والعقل وحاستي السمع والبصر لدى المتألق:

### المشهد 3

إنها في سوق المباركة، يتبعان من الفاكهة. أصوات الباقة لترويج فاكهتهم: بطيخ سعودي، يرى ابن الأب وهو يلقط الورقة التي تلف بها مشمش لبناني، ... الفاكهة من على الأرض.

ولكن يا أبِّي ثمة عامل للنظافة، مسؤوليته أن يجمع القمامه.

إذا كنت أؤمن بالعناء بالبيئة، ولكنني أرمي بورقة الفاكهة على الأرض، فأكون عندئذ مخالفًا

عملياً لما أؤمن به.

كيلوين من التفاح.

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

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

#### المسمع

و هذه الأوساخ في جنبات السوق مسؤولية من يا أبتي؟  
شكراً (مغافلاً غطاء السيارة الخلفي، ومتجهاً نحو الباب الأمامي ليقود السيارة).  
بالنقاطي لورقة الفاكهة من على الأرض، أكون قد أسممت أنا في تقليل حجم القاذورات هذه.  
تصور الحال عندما يتصرف كل منا بلا مسؤولية.

ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل

تعليق

#### المسمع

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

و الآن مارس مسؤوليتك في نقل ما اشتريناه إلى مطبخ المنزل.

و هذه حصتي من الإنفاق!

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 تشير أباً؟

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

وفيما يأتي نعرض مشهداً تلفزيونياً في تفعيل الوجدان والعقل وحاسطي السمع والبصر لدى المتألق:

### السمع

### المشهد 1

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. مسؤوليتنا إنك تنجح، وترفع راس أسرتك وبلدك. مسؤوليتنا إذا تزوجت وبيت اعيال تربيتهم. ومسؤوليتنا إنك تقبل كل ما هو مطلوب منك، وإتمام الواجب بكل ما أوتيت من قدرة.

خالد

الحين قولي: حليت واجب باشر؟ طبعاً. ومن مسؤوليتنا هالمرة إنك تحلمه بنفسك.

يوسف

ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل.

تعليق

### مشروع "عالمي الأفضل" أحد مشاريع المؤسسة العربية لقيم المجتمعية

### مرحلة الطلبة الجامعيين

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

#### 1- مرحلة توجيه النفس:

تبأ الحركة النفسية بتوجيه النفس، فهو كالالتفاتات الجسدي إلى الشيء، للنظر إليه والبحث فيه والتأمل، وهذا أمر خالٍ من المسؤولية تماماً. وبعد هذا التوجّه قد يحدث الإعراض، وقد تتحرّك النفس بميّل ما إلى العمل.

#### 2- الرغبة:

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

فيقول تعالى: ﴿وَيَسْأَلُوكُنَّا فِي النِّسَاءِ ۖ قُلِ اللَّهُ يُفْتَنُكُمْ فِيهِنَّ وَمَا يُنْتَلِي عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ فِي يَتَامَى النِّسَاءِ الْلَّا تُؤْتُنَهُنَّ مَا كُتِبَ لَهُنَّ وَتَرْغَبُونَ أَنْ تَنْكِحُوهُنَّ وَالْمُسْتَضْعَفَيْنَ مِنَ الْوُلْدَانَ وَأَنْ تَقُومُوا لِيَتَامَى بِالْقِسْطِ ۖ وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ حَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِهِ عَلِيمًا﴾ [النساء / 127].

وقال رسول الله ﷺ: «إِنَّ اللَّهَ تَجَوَّزُ عَنِ الْمُتَّقِيِّ مَا وَسَوَّسَتْ بِهِ صُدُورُهَا، مَا لَمْ تَعْمَلْ بِهِ أَوْ تَكَلَّمْ﴾ [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 إِذْ كُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ هُمْ قَوْمٌ أَنْ يَنْسُطُوا إِلَيْكُمْ أَيْدِيهِمْ فَكَفَّ أَيْدِيهِمْ عَنْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَعَلَى اللَّهِ فَلِيَتَوَكَّلُ الْمُؤْمِنُونَ﴾ [المائدة / 11].. ويقول تعالى: ﴿وَلَقَدْ هَمَّتْ بِهِ وَهُمْ بِهَا لَوْلَا أَنْ رَأَى بُرْهَانَ رَبِّهِ كَذَلِكَ لِنَصْرَفَ عَنِ السُّوءِ وَالْفُحْشَاءِ إِنَّهُ مِنْ عِبَادِنَا الْمُخْلَصِينَ﴾ [يوسف / 24].

إن إرادة الفاحشة عند امرأة العزيز كانت قراراً جازماً، حاولت تنفيذه بالمراؤدة وتغليق الأبواب، وإن إرادة العفة من يوسف عليه السلام كانت قراراً جازماً، ظهر أثره في قوله: ﴿قَالَ مَعَادَ اللَّهِ إِنَّهُ رَبِّي أَحْسَنَ مَثَرَايَ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ﴾ [23 / يوسف]. ويظهر أنها همت بضربه فلحقت به، وأنه هم بأن يقابلها بالمثل لصدتها عنه ودفعاً 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: «إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى كَتَبَ الْحَسَنَاتِ وَالسَّيَّئَاتِ»، ثُمَّ بين ذلك، «فَمَنْ هُمْ بِحُسْنَةِ فَلَمْ يَعْمَلُهَا، كَتَبَهَا اللَّهُ تَعَالَى عَنْهُ حُسْنَةً كَامِلَةً، وَإِنْ هُمْ بِهَا فَعَمَلُهَا كَتَبَهَا اللَّهُ عَشْرَ حَسَنَاتٍ إِلَى سَبْعِمِائَةٍ ضَعْفٌ إِلَى أَضْعَافٍ كَثِيرَةٍ. وَإِنْ هُمْ بِسَيِّئَةٍ فَلَمْ يَعْمَلُهَا، كَتَبَهَا اللَّهُ عَنْهُ حُسْنَةً كَامِلَةً، وَإِنْ هُمْ بِفَعْلِهَا كَتَبَهَا اللَّهُ سَيِّئَةً وَاحِدَةً» [ صحيح البخاري ].

### 4- الإرادة الجازمة:

وهي بلوغ التوجيه النفسي نحو الشيء في ذروة الجزم به.

يقول تعالى: ﴿مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعَاجِلَةَ عَجَلْنَا لَهُ فِيهَا مَا نَشَاءَ لِمَنْ نَرِيدُ ثُمَّ جَعَلْنَا لَهُ جَهَنَّمَ يَصْلَاهَا مَذْمُومًا مَذْحُورًا﴾ (18) وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَى لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَئِكَ كَانُوا سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا﴾ (19) [الإسراء].

والعاجلة هي حياة الدنيا وزينتها.

## 5- العقل:

يقول تعالى: **﴿وَتَلَكَ الْأَمْثَالُ نَضْرُبُهَا لِلنَّاسِ ۖ وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالَمُونَ﴾** [العنكبوت/43]. فالعاقل في اللغة هو الذي يحبس نفسه ويردها عن هواها.

## 6- العزم:

وهو توجّه نفسي جازم ذو نسبة عالية من القدرة على التصدي للعقبات والصعوبات. يقول تعالى: **﴿فَمِمَّا رَحْمَةً مِّنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَطَّا غَلِيلَهُ الْقَلْبَ لَأْنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ ۖ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ ۖ وَشَارِرُهُمْ فِي الْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۖ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ﴾** [آل عمران/159].. ويقول تعالى: **﴿الشَّهُونُ فِي أَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ وَلَتَسْمَعُنَّ مِنَ الَّذِينَ أَوْتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَمِنَ الَّذِينَ أَشْرَكُوا أُذْنِي كَثِيرًا ۖ وَإِنْ تَصْبِرُوا وَتَنْقُوا فَإِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأَمْرِ﴾** [آل عمران/186].. ويقول تعالى: **﴿وَلَمَنْ صَبَرَ وَغَفَرَ إِنَّ ذَلِكَ لَمِنْ عَزْمِ الْأَمْرِ﴾** [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، وتشييع 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 والشتمة.
- 15- الجهاد في سبيل الله.
- 16- التواد والترابح والتعاطف.

## المبحث الخامس

### قيمة التعاون

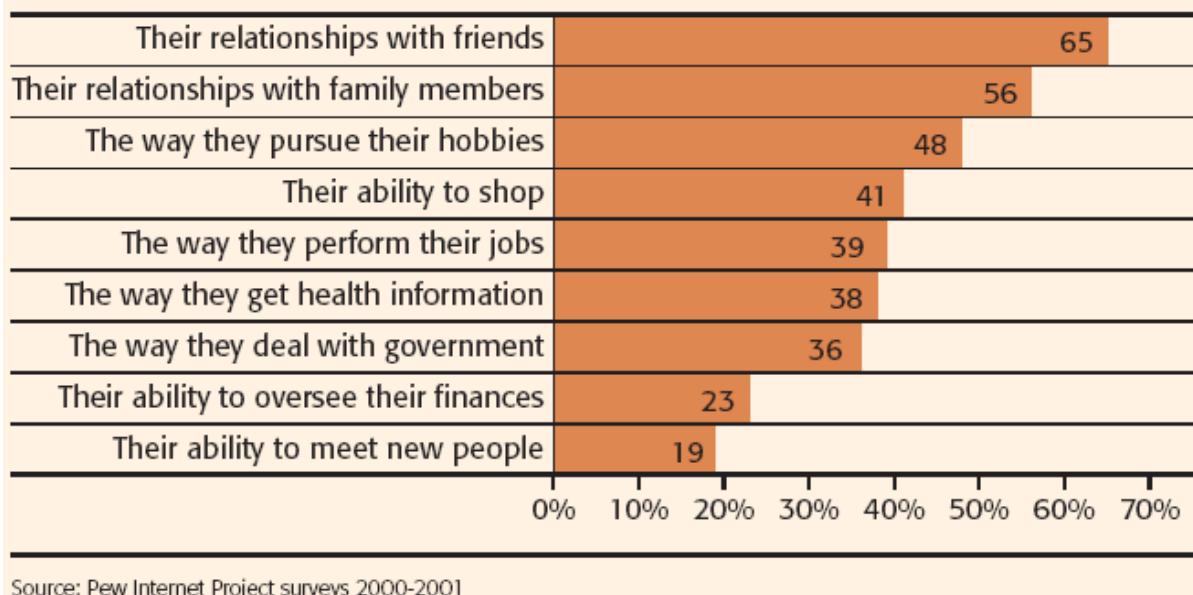
فيما يأتي نستعرض صوراً من التعاون، غير تلك الصور النمطية، التي اعتاد عليها الإنسان في عصور غابرة. ولتكن هذه الصور المستحدثة مادة للمنتظمين في البرنامج في مناقشتهم لقيمة التعاون. فالإنترنت فرض نوعاً آخر من التعاون فيما بين الناس.

#### 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

7 سنوات - 3

نقاط التعاون

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

2- يمكن 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 التشكى، أم غاضباً؟ إذن، يكون التعاون الحقيقي في العمل بصرير ومحبة وسعادة.

يمكن للأطفال أن يتعاونوا على بناء منزل على طاولة المدرس أو على الأرض باستعمال قطع الليغو. يقسم الأطفال إلى مجموعات ليبني بعضهم القاعدة، وأخرون يجمعون الشبابيك والأبواب، وأخرون 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 شبابيك أو مدخلان.

تمرين "الطهي معاً" (البنات). تحضير العجينة، تلوين العجينة، تجهيز الفرن، غسل الأدوات، تحضير القوالب.

يقسم الأطفال إلى مجموعات من أربعة أطفال. تمنح المجموعة ورقة ليرسم طفلان منها جناحين لفراشة، وأما الطفلان الآخرين فلننسج الجناحين على ورقة أخرى على نحو دقيق. اطلب إلى كل طفل أن يختار شريكأً.

اطلب إلى الشريكين أن يشبكا أيديهما من الخلف، ويساعد أحدهما الآخر على النهوض أو القيام بمهمة، ثم أن يجلسا مجدداً. شكل مجموعات من الأطفال، وكل مجموعة من شخصين. اطلب إلى كل مجموعة أن يربط الشخصان فيها حذاءيهما معاً: كاحد الأطفال من جهة الشمال بكاحل الآخر من جهة اليمين، ثم اطلب إلى كل فريق إنجاز مهمة. وليسفق الأطفال لمن ينجز المهمة. نقاش ما الذي جعل المشي بهذه الطريقة أيسراً.

وقل: "على قدر ما نراقب.. ونقرر ما نحن في حاجة إليه.. ونتعاون بمحبة، على قدر ما يكون تنفيذ المهمة أفضل".

أسأل: ما الأمور التي تحبون أن تسمعواها وأنتم تحاولون أن تتعاونوا في أمر ما؟

ما الأمور التي تبعث فيكم شعوراً جيداً وأنتم تتعاونون؟ (مثال: لا ليس هذه الطريقة أنها الأحق، فشلت مرة أخرى)، أو (النجرب 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 أو لاً ضمن عمل تعاوني.

اختر ثلاثة 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 يربطا كاحليهما، وفي حديقة  
المدرسة اطلب إلى كل زوجين أن يوصلوا القائمة- التي كتبها- إلى  
المدرس، الذي يقف في نهاية المضمار.

الشريحة  
سنة 14-8

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 تحتاج 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.

وأسأل: لفترض أن السماء كانت ممطرة في الأمس، وكان أبو أحدكم  
يقل زميلك بالسيارة إلى المدرسة، فسقط في الوحل وعجز عن  
إخراجه بمفرده. هل تعتقدون أننا سننجح إذا تعاونا على إخراجه  
معاً؟

ماذا لو قررت إفراغ هذه الغرفة في ثلث دقائق؟ هل تعتقدون أننا  
نستطيع ذلك؟

تمارين رياضية

يربط كل طفلين كاحليهما المتعاكسين (الشمال باليمن). اطلب إلى  
كل فريق (مكون من اثنين) أن يرمي الكرة إلى الفريق المقابل من  
دون أن تسقط على الأرض.

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

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 (اللعب بسلام).  
إن.....ضروري للتعاون (الصبر).

التعاون ضمن فريق:  
أعط كل تلميذ مقياساً مترياً، واطلب إلى الجميع قياس طول الملعب  
أو مساحته الكلية، وامنحهم خمس دقائق  
يجب على الجميع الوقف 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.

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 الوردة،..)

حوار

تمارين رياضية

قواعد التعاون

## 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 المحسات 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، الملمس.

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

وتفيد الدراسات- التي أجرتها 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 بملمسها، ويؤكد أكثر من 20% من سكان العالم أن رائحة الطعام أهم من المذاق. وينقل لنا التاريخ قرار ثيودور توبлер- العام 1906- بأن يجعل تصميم قضيب الشوكولاه الذي ينتجه على شكل مثلث؛ فقد كان ضد القانون أن تستعمل الموروث السويسري في شعارات الشركات، ولكن قرار توبлер كان صائباً في استعارة شكل أحد الجبال المشهورة لديهم لعلامته التجارية، وكانت أول شوكولاه عالمية يسجل حفظ حقوق شكلها.

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

[Zumord123@gmail.com](mailto:Zumord123@gmail.com)

# Sences activating

تفعيل الحواس

2013



إن دعوتنا لتفعيل الحواس لا تعتبر من باب الترف الفكري أو التتطع في ممارساتنا اليومية في الحياة، ذلك أننا بينما 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 للارقاء بها، وفي القرآن ما يعزز هذا كله

**د. زهير منصور المزیدي**  
المؤسسة العربية للقيم المجتمعية  
Arab institution for social values  
Almazeedi Dr. Zuhair  
00965-99290092(M)  
[zumord123@gmail.com](mailto: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 يحيط به من رسائل عبر وسائل اتصاله بالعالم المحيط، فيصل - وبناء على هذا المسار - إلى مرحلة من الانسجام التام مع ذاته ومع العالم المحيط به ومع خالقه. وأن يعقل ما تلقاه حواسه من رسائل عبر وسائل اتصاله بالعالم المحيط به بالتعاون المشترك مع العقل، فالعقل قدرة ذهنية يملكتها 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 والاقتران بين الأشياء والظواهر كما تجلّى في علاقات السببية والتعليق.

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



إدراك العلاقة الجامدة فيما بين العناصر

إن لم تكن عملية تفعيل الحواس وإطلاق قدراتها في التأمل واستخراج المعاني بمنزلة الواجب، فهي لمقام "المشفقون" ومنزلة "السابقون" فرصة لا تعوض، فرصة لمن "اعتمد الموجة القصيرة في الالتقاط ولم يكتف بالموجة الطويلة (\*)"، إن تفعيل الحواس الذي ندعوه إليه هو لمن أراد أن يكون تواصله بالمعبود بدرجة أعمق، ما يجعله قادراً على التقاط رسائله ونوميسه 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 وَاحْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِأُولَئِكَ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا  
وَعَلَىٰ خُُنُوبِهِمْ وَيَنْفَكِرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقَدْ أَنْهَا عَذَابَ  
الثَّارِ" (آل عمران).

(\*) : في المقامات راجع كتاب "مدارج السلكين" ، أما المذيع فهو الموجة القصيرة يمتاز عن نظيره ذي الموجة الطويلة بقدرتها على التقاط المحطات التي تبث 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 ملعاً أنت لست فيه مهيناً للعب فلا تمتلك الأدوات المعينة في التعامل مع معطيات ما سيعرضك من خطوب، إذاً نحن أمام مسألة التحصين ورياضة الاستعداد الدائم لصد ما قد ييسره لنا الشيطان ويزينه فضل، ولن يضل حينئذ 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 لِلْمُتَوَسِّمِينَ" (75 الحجر)، وهل (المتوسمين) درجة يحثنا الله سبحانه له 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 يعمد إليه في توجيه المفاهيم أو التصورات أو السلوك؟ وما علاقة ذلك في ممارسة "الشكر والصبر والتمكين"؟ وما علاقة ذلك في ممارسة باقي العبادات كالصلة والصيام، أو التعامل مع اليتيم، والصدقات، وممارسة التجارة.. إلخ.

هل ثمة توجيه قراني لمعرفة مفهوم الرسالة المرسلة "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"، فأنني للصبر أن يكون جميلاً؟! ومع مفهوم "البر" في ربط بر الوالدين بربنا ربنا، ومع مفهوم "نبذ الظلم" و"العدل"، لذا التعامل يجب أن يكون مع "المفهوم" لا "شكل المفهوم"، وهو عنصر أساسي في التمكّن من "تفعيل الحواس". هل ما ندعوه إليه من تفعيل له علاقة بالتمكّن، أو لنقل "بالمسلطان"، **"يَا مَغْشَرَ الْحِنْ وَالْأَنْسِ إِنْ أَسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ فَأَنْفُذُوا 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 و مجرد عن أشياء الواقع. ويعتبر بعض الفلاسفة المفهوم في علاقته الأساسية بالوجود أو بالموجودات، سواءً أكانت تصورات في الذهن أم أعياناً في الواقع الخارجي، مما يجعله مرتبطاً بمشكلات المعنى والدلالة والإحالة.

أما "التجريد" فهو عملية اختصار واحتزال **محتوى المعلومات للمصطلح** بغية الحفاظ فقط على **المعلومات ذات العلاقة بغائية 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 (ليها أربع عجلات، وعجلة قيادة... إلخ).

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

المرجع: صدي المفهوم ، للمؤلف ، ١ ويكيبيديا، الموسوعة الحرة.

وحيال الصورة والمفهوم، فإن شعيرة "الصلاه" 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 "الزكاه" ومع "بر الوالدين" ومع "صلة الأرحام" أنت تتواصل مع الله لا مع البشر، فما البشر إلا وسائل لتحقيق ذلك. لذا ذكر 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 والخطب.

"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، وإنما وإنك هالك لا محالة. ومن أجل انسجام الصورة العامة، نجد أن الأجرام تمضي وفق حركة موحدة والأرض تبعاً لذلك، ومن خلالها يتكون الزمن فالأشهر الاثني عشر، ودليلها الأهلة، فيرشدك رب العالمين لأن تنسجم، فت تكون مواقف الصلاة كي تتحقق الجانب الصوري، ويبقى الجانب "المفهوماتي" الذي إن أدركته ملكت "السلطان" ألا وهي "النومايس" التي يتحرك على صوتها هذا الكون. لاحظ كيف شيخ الإسلام ابن تيمية أدرك ذلك، عندما استسلم لهذا الانسجام والمسار العام فقال "ونفي سياحة، وسجني خلوة". وعليه أمرنا سبحانه "بالتوكيل" لأنه الاستسلام لأقدار الله وفق الانسجام الذي مساره موحداً، فالصبر والشكر "هو تعبير للانسجام الذي نعنيه، وذلك هو "المفهوم" الذي إن أدرك حقيقته "اطمأننت" فتمضي وأنت واثق دون التفات.

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 أحاطت بها أو أحاطك الله بها.. وإنما تسمى الحالة التي ذهب فيها الأئم 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 لطفله، 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 ومحبتي لله رب العالمين) ، إنه "التوكل ضمن بذل كافة الأسباب ثم الاتكال على رب الأسباب في المشيئة والرضا بالقضاء".

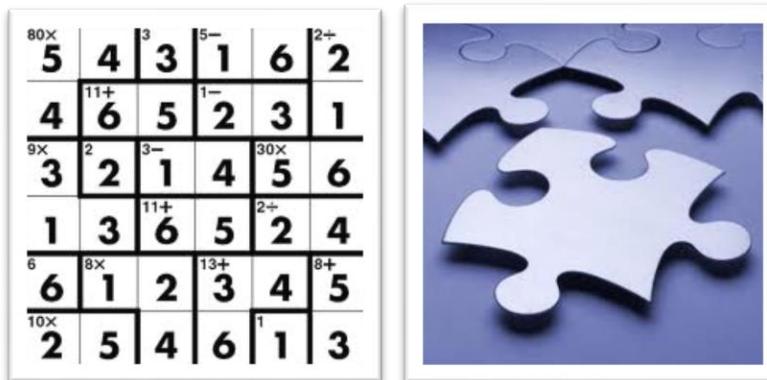
"السلطان" هو رهان على ما في يد الله، من حكم وحكمة ومصير ودرب وعطاء.

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

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

#### علم الإعلام وتحليل المضمون:

لماذا ندرس في علم الإعلام والتواصل موضوع "تحليل مضمون الرسالة" "Content analysis" ، فما شكل الرسالة؟ وما مضمونها؟ وما سياقها؟ وما المفهوم الذي تؤدي إليه؟ ولماذا يدرس الفيزيائيون والرياضيون العلاقات الجامعية فيما بين الأرقام، أو فيما بين العناصر والمركبات، ولم لا نطبق ذات العلاقات عملياً مع الرسائل المحيطة بنا؟ لا 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؟



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



مع تركيب تلك الأجزاء سدرك المفهوم والرسالة

Topic: School											
S	H	Q	W	E	P	E	N	R	T		Word List
O	S	A	P	O	E	A	I	U	Y		Math
C	I	S	D	F	N	G	P	H	J		Science
I	L	C	H	X	C	Z	L	E	K		Social Studies
A	G	V	T	B	I	N	M	A	R		English
L	N	H	A	G	L	F	D	S	O		Technology
S	E	J	M	K	L	E	E	R	T		Gym
T	M	P	O	I	C	U	Y	T	A		Pencil
U	A	S	D	N	S	D	B	E	L		Pen
D	E	S	E	O	G	B	O	O	U		Paper
I	A	I	S	D	F	G	O	H	C		Books
E	C	B	N	M	L	K	K	J	L		Calculator
S	V	C	M	X	A	D	S	F	A		
D	K	Y	O	I	K	J	H	G	C		
Y	G	O	L	O	N	H	C	E	T		

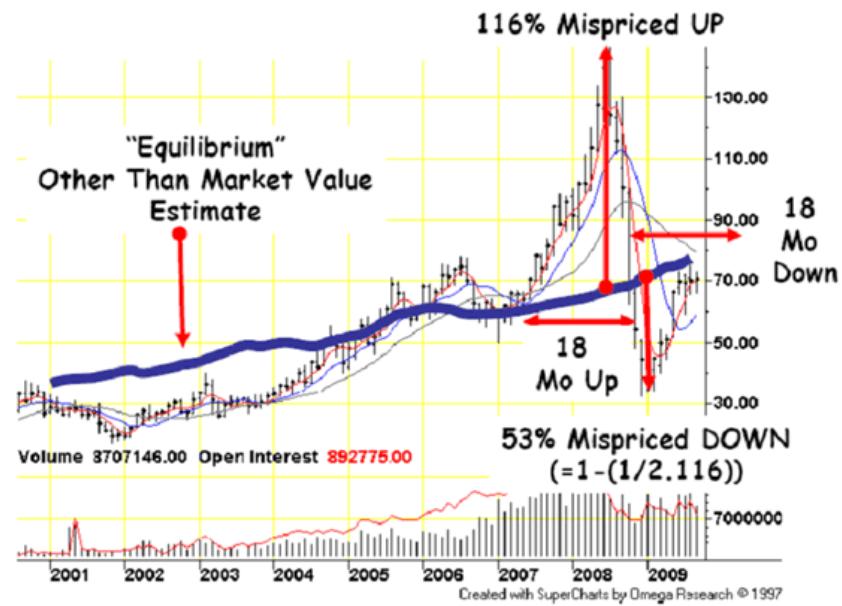
تمرين عملية جمع الحروف ما يشكل معنى الكلمة، هو نوع من أنواع إدراك العلاقات فيما بين العناصر المتناثرة



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



عملية قراءة وتحليل الأسواق العالمية واستخلاص الرسائل وفق الإيقاع العام للسوق

وهل يكون ما ذكر في القرآن مجرد حلية أسلوب في "إِنْ فِي ذَلِكَ لَذِكْرٍ 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 الْمَلَكُ إِنِّي أَرَى سَبْعَ بَقَرَاتٍ سَمَانٍ بِأَكْلِهِنَّ سَبْعَ عَجَافٍ وَسَبْعَ سُنْبُلَاتٍ خُضْرٍ وَأَخْرَ يَابِسَاتٍ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُوْنِي فِي رُؤْيَايِّ إِنْ كُنْتُمْ لِرُؤْيَا تَعْبِرُونَ" (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، فالامر بحاجة لإعادة تركيب الصور لاستخراج المعنى، وهو ممكن فقط لمن استحوذ على كشف العلاقات فيما بين تلك العناصر بعد الاستعانة بالله.

وهنا نسأل، هل من مراحل ومسار محدد للتأمل؟ وما الذي يعني تلك الحواس؟ وهل عبادة التأمل تغنى وتعزز درجة حساسية الحواس؟ وماذا عن ممارسة التسبيح بعد كل صلاة هل يغنيها أيضاً؟

إنها عملية إدراك الإشارة "الرسالة المرسلة" ثم إدراك المعنى ثم الاقتداء "كي يواري سوء أخيه"، فالتعلم من كل شيء من حولنا من الحشرة "النحل والنمل"، من الحيوان والطائر وحتى من الحجر، ألم يسمعنا الله سبحانه صوت الحجر وهو يسقط من خشبة الله، وذلك الذي يتذوق الماء من بين جنباته في "يشقق"! "وَإِنْ مِنْ الْحِجَارَةِ لَمَا يَتَقَعَّرْ مِنْهُ الْأَنْهَارِ وَإِنْ مِنْهَا لَمَّا يَشَقَّقْ فَيَخْرُجْ مِنْهُ الْمَاءِ وَإِنْ مِنْهَا لَمَّا يَهْبِطْ مِنْ حَشْبَةِ اللهِ".

فحن هنا إذاً أمام:

- 1 إدراك الإشارة (فما صور الإشارات، وكيف يتم إدراكتها من قبل شخصين برغم كونها إشارة موحدة).
- 2 إدراك المعنى (يختلف باختلاف الأشخاص حتى وإن كانت الإشارة موحدة)، وهنا تأمل في الآية الكريمة "أَضْحَكَ وَأَبْكَى" فمعنى وتأثير الرسالة هنا يختلف من شخص لآخر على الرغم من أن المشهد واحد. وهنا يمكن الإعجاز في التفسير ضمن الخواطر التي تناولها الشيخ الشعرواي رحمة الله عليه في ذلك.

فحن مطالبون بالتأمل فيما نسمع إليه والتأمل فيما نبصره، كي نعقل الرسالة المرسلة، وكي لا نكون من شملتهم الآية "لَمْ يَغْنِ عَنْهُمْ سَمْعُهُمْ وَلَا أَبْصَارُهُمْ.." الآية.

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

كما أن بعض الأحاديث تعزز حجم الحساسية (فَاللَّهُ يَسْمَعُ دَبِيبَ النَّمَلَةِ عَلَى الصَّخْرَةِ الصَّمَاءِ...)، والله يسمعني صوت نفاث الماء فيما بين الصخور الصماء "وَإِنَّ مِنْ الْحِجَارَةِ لَمَا يَنْقَرِجَ مِنْهُ الْأَنْهَارُ وَإِنَّ مِنْهَا لَمَا يَشْقَقَ فَيَخْرُجُ مِنْهُ الْمَاءُ وَإِنَّ مِنْهَا لَمَا يَهْبِطُ مِنْ حَشْيَةِ اللَّهِ"

#### درجات الحساسية:

إن عملية إدراك المعنى والقدرة على تأويله وتقسيره لهما ارتباطهما الكبيران بإدراك وفهم أسماء الله الحسنى، فتلك الأسماء والصفات تغنى درجة الحساسية، ذلك أنك إذا أردت الامتثال والتخلق بالأخلاق المشتقة من الصفات فلا بد أن تتقدّم المواقع المناسبة لها، ففي الرحمة فهو "الرحيم" وفي الكرم فهو "الكريم" وفي العطاء فهو "المعطى" 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 الغريد "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 يتلقاه 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 عقلاً المجانين.

#### نلخص ذلك لنقول إن هناك مسارات للحساسية هذه فشمة:

1- حساسية للجوارح (أدوات تلقي الإشارات "الخام" الصادرة من المحيط)، وهي مرتبطة بالتأمل "وارجع 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.



وفي تصورنا بأن خلا ما يتعرض إليه الإنسان دوما في (إدراك الإشارة) ثم (إدراك المعنى)، وما تتضمنه تلك الإشارة "الرسالة" من (شكل ومضمون ومفهوم) كيف أستطيع أن أطور أداء تلك الحواس لإدراك "الإشارة" وما تتضمنه من مضمونين ومفاهيم كي نصل إلى تفعيل "المقامات فالخلق باسمه 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 أسلوبيا فريدا ينتهجه القرآن الكريم في عملية برمجة الحواس، توصلنا إليه ووتقناه في مؤلفنا "حركة الكاميرا في القصص القرآني"، حيال آلية برمجة الصورة وإدراكتها وفق ما أطلقنا عليه مصطلح قوافي اللقطات.

وال الخليفة عمر ، وأمنا عائشة (رضي الله عنهمَا) ، 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 مستحوذا على مسار الحواس ، فها هو الشاعر إليها أبو ماضي نموذج للإنسان الذي أدرك الإشارات غير أنه لم يدرك ما تضمنته من معانٍ محيطة فأصبح يتخطى ، على الرغم من استحواذه على الوسائل المعينة للوصول إلى المفاهيم وما تتطوي عليه من معانٍ :

إذ يقول :

جئت لا أعلم من أين ولكنني أتت  
ولقد أبصرت قدامي طريقاً فمشيت  
وسأبقي ماشياً إن شئت هذا أم أبيت  
كيف جئت؟ كيف أبصرت طريقي؟  
لست أدرى.

أيها البحر أتدري كم مضت ألفٌ عليك؟  
وهل الشاطئ يدري أنه جاٍ لديك؟  
وهل الأنهر تدري أنها منك إليك؟  
ما الذي الأمواج قالت حين ثارت؟  
لست أدرى  
أنت يا بحر أسيّر آه ما أعظم أسرك  
أنت مثلي أيها الجبار لا تملك أمرك  
أشبهت حالك حالٍي وحـى عذري عذرـك  
فمتى أنجو من الأسر وتنجو؟

لست أدرى

ترسل السُّحَبْ فتسقِي أَرْضَنَا والشَّجَرَا

قد أَكَلَنَاكَ وَقَلَنَا قد أَكَلَنَا الثَّمَرَا

وَشَرَبَنَاكَ وَقَلَنَا قد شَرَبَنَا المَطَرَا

أَصْوَابُّ مَا زَعْنَا أَمْ ضَلَالٌ

لست أدرى

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 ومعانٍ فيفضل، وهو ما يسوقنا إلى منظومة الإدراك، وفق ما استعرضناها في مؤلفنا "مؤشر الإدراك والقيم" 2011 من جهة، ومن جهة أخرى فهي إشارة لمسار يدعونا لقصصيص "الإشارات" الواردة في نحو من (الشكل، والمضمون، والمفهوم)، فقد تأخذ الإشارة الواردة أشكالاً في مثل:

- 1 صورة أ مشهد، وقد يظهر في شكل ورقة مطبوعة أو مشهد تطالعه 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 صحفة.

غير أن تلك الأشكال لا بد أن يكون لكل منها مضمون، فمضمون "الصورة" قد يكون طفلاً رضيعاً أو زهرة أو قطة، 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 مثلاً له شكل (من خلال التصميم الذي جاء به).

وله مضمون (المواد المصنوع منها).

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

وكذلك نلاحظ ذات الأمر بالنسبة، لسيارة، فكل موديل شكل، ومضمون يختلف باختلاف الوظيفة فتصنع من مواد خفيفة مثل الفيبر글اس 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 ندعوا 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 بإدراك الحقيقة، (الحقيقة الكلمة 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 ليسوا 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 عين 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 ندعوه 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 تنطلق لإدراك الإيقاع بإدراك المفهوم كي نلجم 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 وعلاقتها بدرجة الحساسية:

وعليه فلا أعتقد أننا موفقون في تعاملنا مع بعض المصطلحات في الإسلام، حيث نلاحظ أن البعض يتعامل معها شكلاً، 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: لفظات محددة مسبقاً حددتها القرآن الكريم وضمن كيفية محددة، ونية.. إلخ.
- 3 المفهوم: المال مال الله وأنت مستخلف فيه. لذا "ما نقص مال من صدقة".

### والاستخلاف كمصطلح:

الشكل: مجرد نظام سياسي في حكم البشر.

المضمون: حاكم ومجلس شوري وطاعة لولي الأمر.

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 ممثلاً عنه في إدارة شؤون مملكته، فترعى حتى البيئة والأجواء والهواء المحيط بالنطاق الجغرافي الذي استخلفت فيه، وترعى كل الكائنات بما فيها الحيوان والحيثارات والنباتات 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 النباتات.. إلخ. وعليه فمن الممكن أن يكون استخلافاً وفق شكل "الملك" أو "الإمارة" وفي أي صورة من صور الحكم الحالية، طالما كنت عادلاً، ومعززاً للدور الذي من أجله خلق الإنسان "العبادة"، ومدركاً لهذا المفهوم الشمولي "للاستخلاف".

فإلاسلام وجّه المسلم كي يتعامل مع ما حوله من أشياء وسلوكيات وفق "مفاهيم"، فصحيح أن المسلم يمارس الصلوات الخمس وفق أوقات محددة في الليل والنهار "كتاباً موقوتاً"، 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 الدائريّة، من الكون على اتساع أبعاده إلى هذا الإنسان في مثل دورته الدموية، وفي ممارساته التعبدية من خلال مواقيت صلواته المحكومة بالدقة والمرتبطة بدوران

الأرض حول نفسها وحول الشمس إلى أصغر جزء ألا وهو الكرة في دوران الالكترون حول البروتون، جميعها محكوم بذات الانسجام، وقد سبقت الأرض الإنسان بالامتثال حين قالت "أتينا طائعين"وها هو الإنسان يمضي إذا اختار في نفس النظام طائعاً وممثلاً. فعلى المسلم أن يتأمل في تلك المواقف التي تتغير من إقليم جغرافي إلى إقليم جغرافي آخر فلا مماثلة فيما بين رقعتين 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 ينبي 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 والنسمة 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، ذاقت 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 أيضاً، فإدراك "المفهوم المفاهيم" يدخلنا في دائرة الحقيقة، انطلاقاً من دائرة الواقع. للمزيد راجع مؤلفنا "مؤشر الإدراك والقيم - 2011".

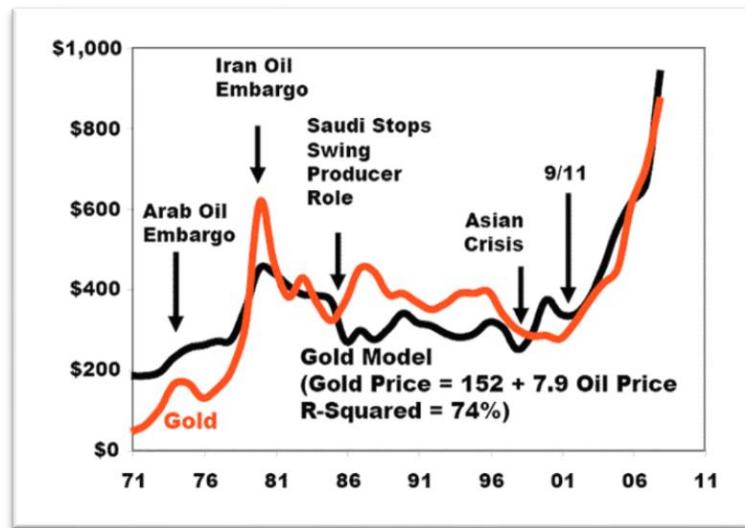
إن مكونات جسم الإنسان من عناصر سواء الأكسجين أو الكربون أو الكبريت أو غيرها من عناصر شاهد آخر حيال الانسجام مع هذا الكون والأجرام المحيطة من زاوية التكوين، والإعجاز الإلهي يكمن في كون ذات المركبات من العناصر، تتشكل في هيئة قادرة على التفكير والاختيار والتصرف، بما أودعه الله فيها من روح، وهي من أمر الله، 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 تعديل للحواس يكون من أدناها "البُرْهَة تدل على البعير.." إلى أعلاها "أَفْلَا يَنْظَرُونَ إِلَى الإِبْل كَيْفَ خَلَقْتَ وَإِلَى السَّمَاءِ كَيْفَ رَفَعْتَ...".

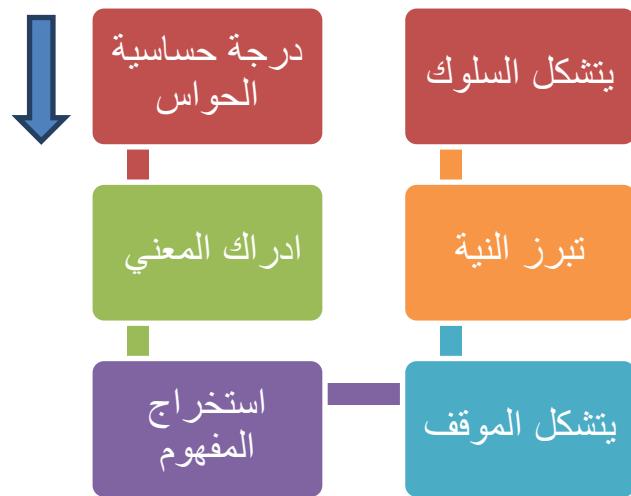
أما دائرتا الواقع والحقيقة فسوف نتعرض لهما بشيء من التفصيل في موضع قادم بإذن الله.

## تفعيل الحواس والسلوك

إذاً مع ارتفاع معدل درجة حساسية الحواس، يكون ثمة إدراك غني للمعنى المرسل، وعندما يتم إدراك المعنى فالمفهوم فإن السلوك 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 ببنية مختلفتين، أو بسلوكين مغایرين وفق نية متشابهة وهو ما يعكس إعجاز الله في ما خلق، ويؤكد "كل آتىه يوم القيمة 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 بناءً على ما استوعبواه 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 فتحترز، ومع هذا الاحتراز تكون الرسالة قد أدركت



مسار تفعيل الحواس والسلوك

#### منظومة مسار تفعيل الحواس والنية

$$\text{مفهوم 1} + \text{نية 1} = \text{سلوك 1}$$

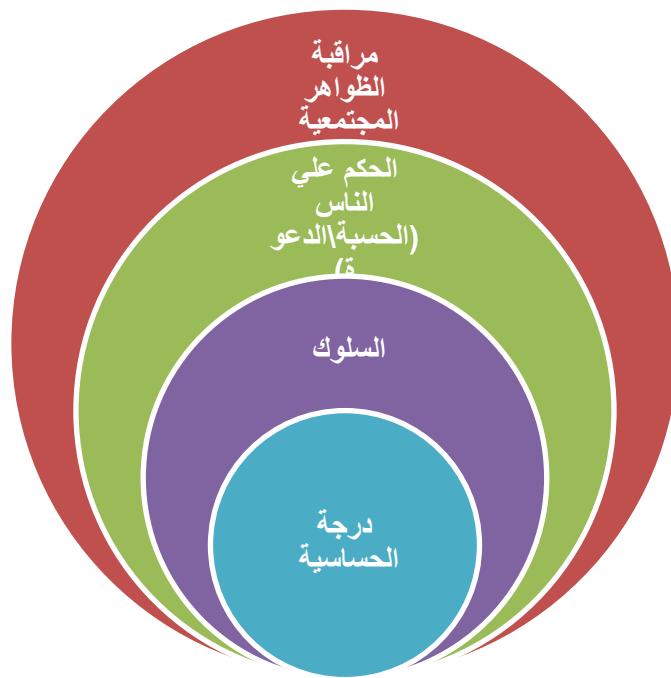
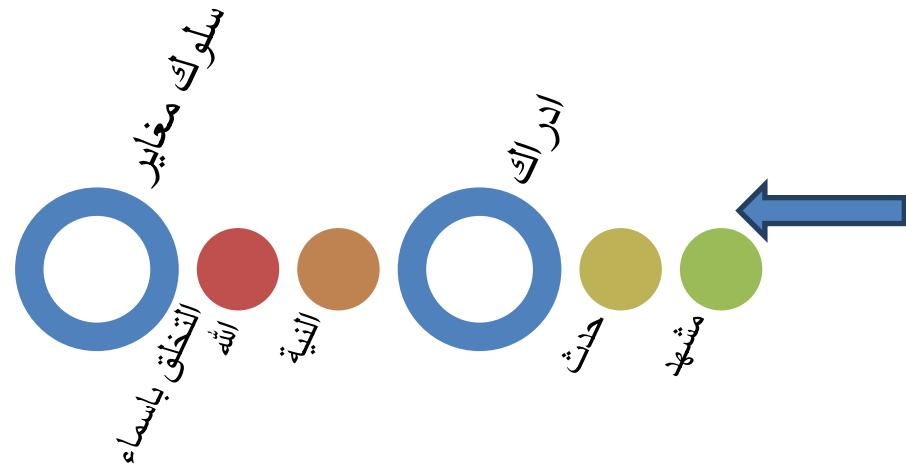
$$\text{مفهوم 1} + \text{نية 1} = \text{سلوك 2}$$

$$\text{مفهوم 1} + \text{نية 2} = \text{سلوك 3}$$



وتحة 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 بالتخليق به، فعلى 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 يتتفق مع نوع ما تعرضت إليه حواسه من ازعاجات سواء شملت لألفاظ نابية أو تعابير للوجه جارحة.. إلخ

أو ربما يمارس السعي في حاجة شخص ما لم يكن أهلا لمثل هذا السعي امثلا لاسم الله "الجبار" ول الحديث الرسول (صلى الله عليه وسلم) "من سعى في حاجة أخيه..." (الحديث)  
لذا نلاحظ هنا بالرغم من وجود ذات المشاهدات أو الحدث الذي يعيشه أشخاص عدة، غير أنه يتعامل مع تلك المؤشرات بنية مختلفة ومفهوم مختلف وسلوك مغاير.



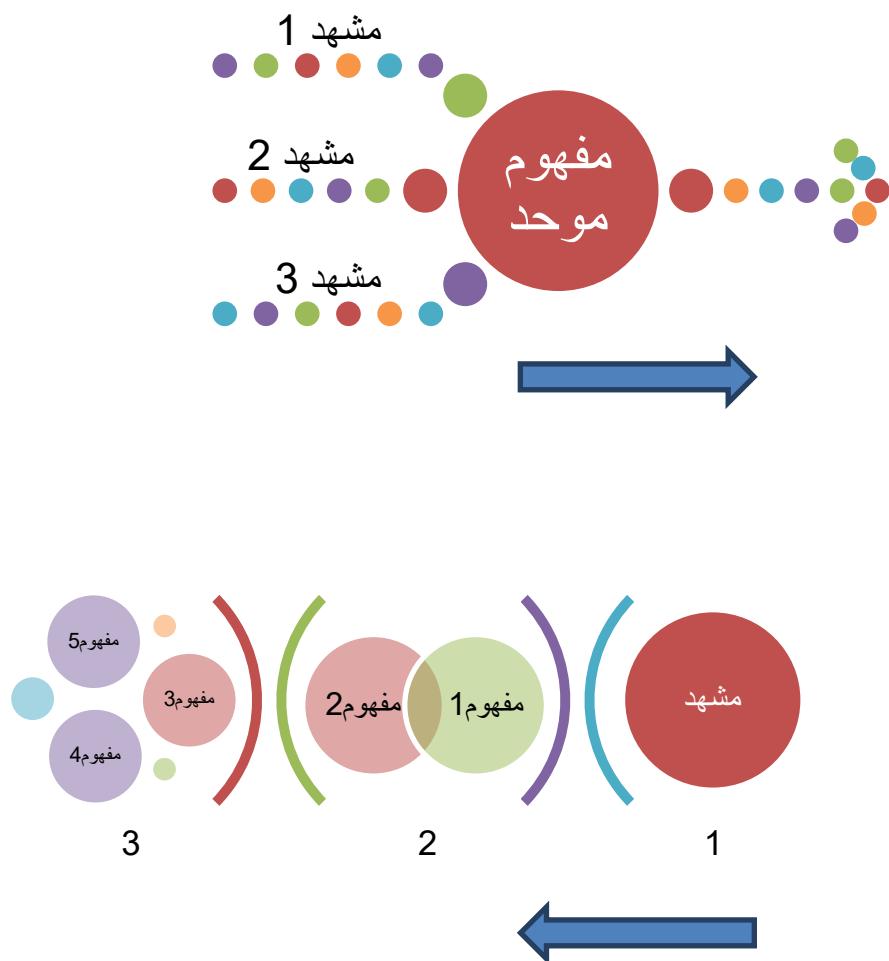
### علاقة درجة حساسية الحواس بالسلوك المجتمعي

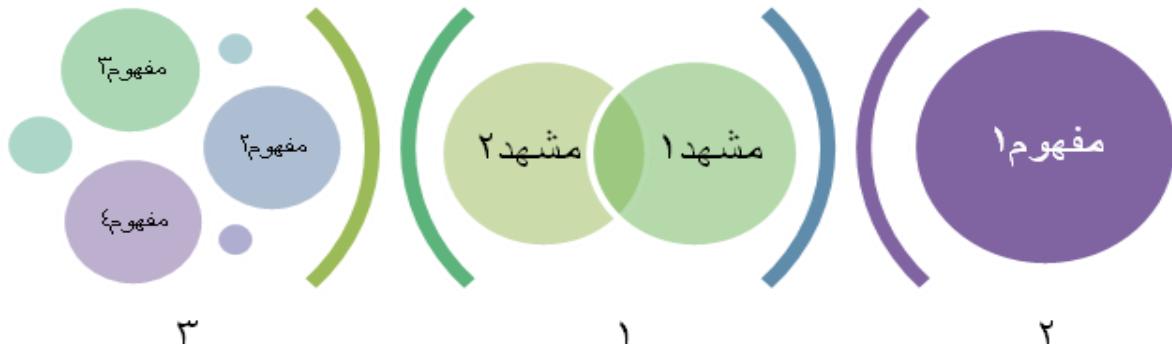
ودرجة الحساسية لها علاقة بالقدرة على الربط فيما بين (الأحداث) وإيجاد علاقات الارتباط والاقتران بين الأشياء والظواهر كما تجلى في علاقات السببية والتعليق للتوصل إلى (الإيقاع) فـ(المفهوم)، وثمة ما يشير إلى منظومة أو مصفوفة لما تتعرض إليه الحواس والمفاهيم التي يمكن تلقيها جراء ذلك.

## 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 1 المشاهد "ألم تر كيف فعل ربك بأصحاب الفيل" (سورة الفيل).
- 2- تتعدد المفاهيم (حمل 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 نشاهد من الممكن أن نستلهم مفاهيم لا حصر لها، وعليه فإن السلوك يتشكل ويختلف ويتنوع مع تشكيل تلك المفاهيم.

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

وأيا كان التفسير والاستدلال فهو يكون متألقا بقدر قرب اشتقاءه من استيعابنا لأسماء الله الحسنى وتخلقنا بها، كي يصل العبد إلى "...أَحِبَّهُ فَإِذَا أَحِبَّنَاهُ كُنْتُ سَمْعَهُ الَّذِي يَسْمَعُ بِهِ وَبَصَرَهُ الَّذِي يُبَصِّرُ بِهِ وَيَدَهُ الَّتِي يَبْطِشُ بِهَا وَرِجْلَهُ الَّتِي يَمْشِي بِهَا وَإِنْ سَأَلْنَا لِأُعْطِيَنَاهُ وَلَئِنْ اسْتَعَدْنَا لِأُعْيَدَنَاهُ وَمَا تَرَدَّدْتُ عَنْ شَيْءٍ" .. الحديث القدسي (البخاري).

إن ضبط الإيقاع الخاص بالرسائل المنثورة حولنا وفق مسار خطى Linear لا يستقيم ولا يتقد والرؤية الإسلامية، بل الإسلام يدعو لإطلاق النظر والبحث والتأمل والاستكشاف، فهو يدعو كدين إلى مسار لا خطى 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 يؤكّد أننا نحن أيضاً 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 يطّلع عليها تقع في حدود 160 درجة في الوقت الذي يركز الإنسان عندما ينظر إلى فقط ما نحو 2 درجة، تلك السعة، وذاك الانتقاء هي مسؤولية العبد فيما يختار ويساء ضمن مساحة رحبة أتاحتها الله للجميع.

لاحظ مقوله الصحابي "كنا نعدها 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 يطأ بما لا ينسجم مع الرخاء. فنحن أمام منهج لا خطى قادر على استيعاب المتغيرات.

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

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

ولماذا يستعرض المفسرون في "وكشفت عن ساقيهما" بما لا يليق ببنينا سليمان! ولم لا يكون مبرر كشف الساق تعزيزاً لإدراكها المحدود ضمن دائرة الواقع، حيث مع الانتقال من دائرة الواقع إلى دائرة الحقيقة، كان أن تلفظت بإنني 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 وكل 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 والثوابt ويكون الرقي مع تفعيل مشكاة الأسماء).

والامر 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 مرتفع، 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 بعو فندق فاستنشقت رواحة زكية للورد وأطابيب زكية من طيب المسك والعود، هل في تصورك أن لتلك الروائح تأثيرا على سلوكك؟ وهل سيكون سلوكك مماثلاً مقارنة بدخولك إلى سوق بيع السمك؟ حيث تتطاير رواحة "زفة" من هنا وهناك، وأحيانا تكون ممتزجة مع رواحة محلات بيع اللحوم.. كم ستقرر أن تبقى في كلا المكانين؟

في محال السوبر ماركت التي تبيع الخبز يعمدون إلى نفث رواحة 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. ونسائل مجدداً، كيف تمت عملية كتابة التاريخ، هل من خلال سرد الأحداث وتسليسها 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؟

لِمَ وَبَخَ الرَّسُولُ (صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ) وَأَعْرَضَ عَنْهُ غَاضِبًا، أَوْ كَمَا قَالَ "مَاذَا سَتَقُولُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ لِلشَّهَادَتَيْنِ الَّتِي نَطَقَ بِهِما"؟

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 (صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ) فقال الرجل يقاتل للمغمم والرجل - ص 1035 -

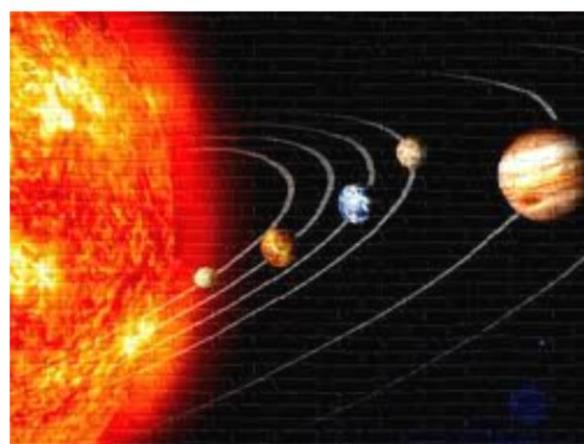
يقاتل للذكر والرجل يقاتل ليرى مكانه فمن في سبيل الله قال من قاتل لتكون كلمة الله هي العليا فهو في سبيل الله.

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

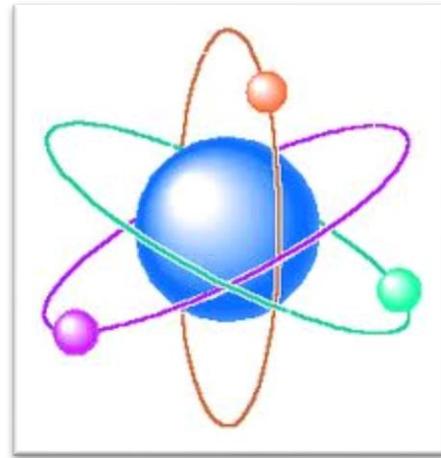
### الصورة الموحدة في الكون

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

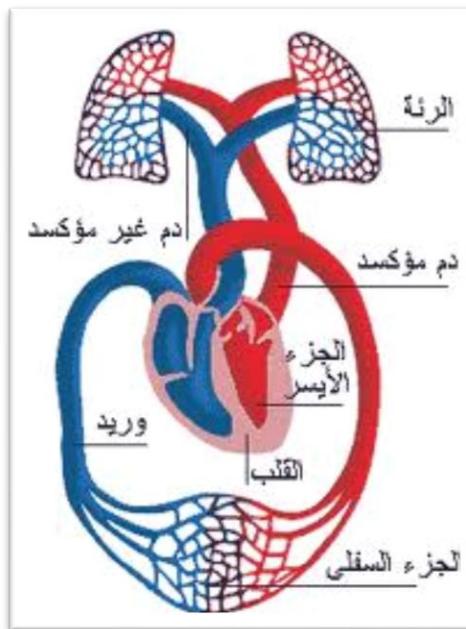
- 1 اللون
- 2 الكائنات الحية
- 3 حركة الأجرام
- 4 دوران الأرض وحركة الدورة الدموية في جسم الإنسان ودوران الالكترون حول البروتون في الذرة والطواف حول الكعبة.



حركة الكواكب حول الشمس



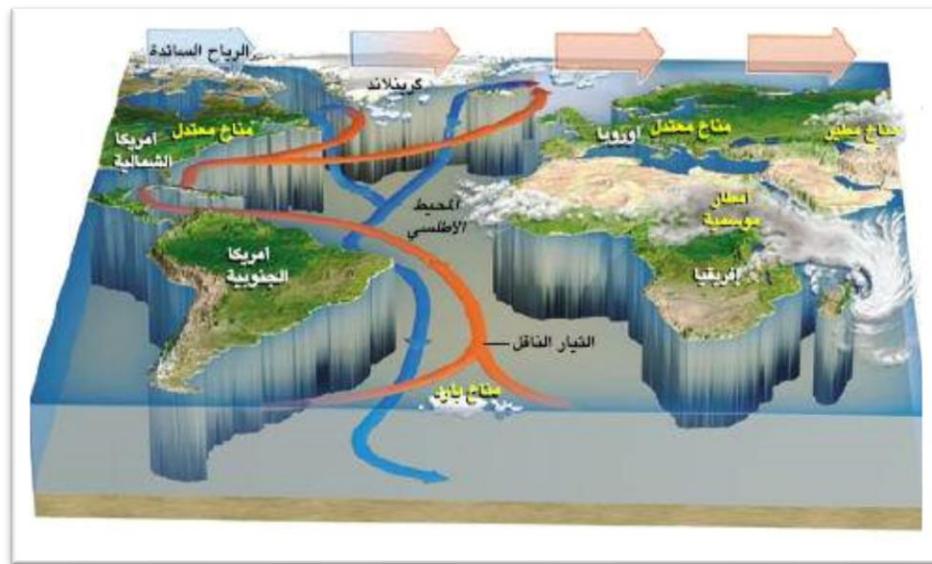
الإلكترونات حول البروتون



الدورة الدموية لدى الإنسان



## الصلاه وكذلك الطواف حول الكعبه



## دورة المطر ودورة حركة المياه الحارة والباردة في المحيطات

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

فمع اللون، فالليل دوما يغلب عليه اللون الأسود في كل بلد نزوره. والصباح يزهو بلون يغلب عليه اللون الأبيض. والتربة بعد ألوانها تظل واحدة في ما هو حولنا من أحجام 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 الجسم.

والانسجام في حركة المجرات يكون دوما في شكل دائري، يقابلها انسجام للمجموعة الشمسية للكواكب حول الشمس، ويقابلها حركة دائيرية للدورة الدموية في جسد الإنسان، ويقابلها حركة دائيرية لحركة الالكترون حول البروتون في الذرة...الخ.

تلك الصورة الموحدة، تتملاها 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 متعددة 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 تتسرع 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 "صوريته الموحدة".

## التطبيقات العملية لمنهج تشغيل الحواس

### أ- منهجية تشغيل 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" مستخدما المنطق وآلية العقل للحكم، لذا كافية 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 يوصلنا إلى حقيقة الوجود، فثمة قوة عظمى تدرك شؤون هذا الكون وتسييره، فاستسلم، وكان أول المسلمين. ومن هنا ظهر "الإسلام" كدين، وهو الاستسلام المطلق لما يريد 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 الإسلام. وتأتي نصوص الآيات التي تؤكد مسار الحضارات التي تؤمن بالحقائق العلمية فقط لتنقول "هَتَّى إِذَا أَخَذْتِ الْأَرْضَ رُخْرَقَهَا وَازْيَّنْتِ وَطَنَ أَهْلَهَا أَنَّهُمْ قَادِرُونَ عَلَيْهَا أَتَاهَا أَمْرُنَا لَيْلًا أَوْ نَهَارًا فَجَعَلْنَاهَا حَصِيدًا كَأَنْ لَمْ تَعْنِ بِالْأَمْسِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ" (يونس 24).

ثم نلاحظ مسارا جديدا 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 وقدرة ونظم المعدلات 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 المعدلات العلمية ليست حقائق دائمة فالله هو الذي أوجدها وهو القادر على قهرها، فمن أين أتى عيسى عليه السلام؟! أين أبوه؟! لم لم يخضع وجوده لذات المنطق الذي خضع إليه وجودهم، أين معدلاتهم الرياضية؟! وأنى له أن يتكلم وهو في المهد؟! وأنى له أن يحيي الموتى ويشفي المرضى وهم يومنون به كنبي لهم؟! فأين موقع المنطق والشك والفلسفة هنا؟!

إذاً لا ملجأ إلا بالاستسلام الكامل، لذا شرع الاستغفار الدائم من كافة صور التشکك، وصور الاستسلام للعقل والمعادلات الممحضة، وصور ما تبهرنا به المشاهدات من حولنا والأحداث مما يبتکرون، فالله هو الملجأ الأول والأخير. كما شرع التسبيح بعد كل صلاة لتنزيهه سبحانه عن كل نقص، فهو بلا شك، الباسط والرzaق حتى وإن لم يسع الإنسان السعي الحثيث في الكسب. كما أنه هو الوكيل وهو ما يدعى 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 التلاميذ المعرفة والاستسلام الممحض لما تعلمه معاينته الأسباب.

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

ومن هنا نلاحظ عزوف العديد من القضاة ومن توكيل إليهم مسؤولية الحكم والقضاء لما يشعرون به من حرج أمام الأحكام التي قد تكون في غير محلها والناتجة 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 الإسلام "هو سماكم المسلمين" (الحج 78).

نمة منهج للحواس يمر عبر مراحل وهو كما يلي:

- 1 إطلاق الحاسة مثل (الإيصال، الاستماع..).
- 2 التأمل فيما أنت بصدده من مؤثر (بصري، سمعي..).
- 3 التحقق فيما تراه (عدد زوايا النظر مثلاً، تبين مما 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.

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

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

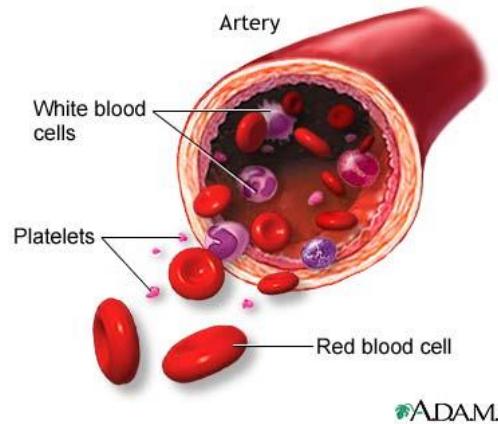
#### أ- تطبيقات هذا المنهج

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 الصباح وفترة الظهر، ثم تختم برائحة مشتقة من العود لتأمين الاسترخاء اللازم من التعب في فترة ما قبل المساء.

بيّنت 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 أكّدت أن اشتمام رائحة الفانيلا تقلل من أثر الإجهاد الذي يشعر به الإنسان، و يجعله أهداً. وهو ما أكّدته جامعة توبنجن الألمانية، كما أكّدت الأبحاث من أن الطاقة الفكرية تتحسن وتتضاعف مع اشتمام الروائح الزكية كرائحة الفانيلا.



تعاضد الألوان مع الروائح في دعم حب الأشياء من حولنا لذا تعمد إليها شركات العطور والشامبوهات وشركات الأغذية لاستمالة العميل ودعم تقضيالته.



للرائحة دور كبير في الحكم على جودة الأشياء وحرفيّة الأفراد من حولنا.

هناك من المنتجات ما يشتراك فيها أكثر من حاسة، مثلاً معاجين الأسنان (المذاق، الرائحة، الملمس)، خيط الأسنان كذلك.



سيارة الرولزرويس: 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%.

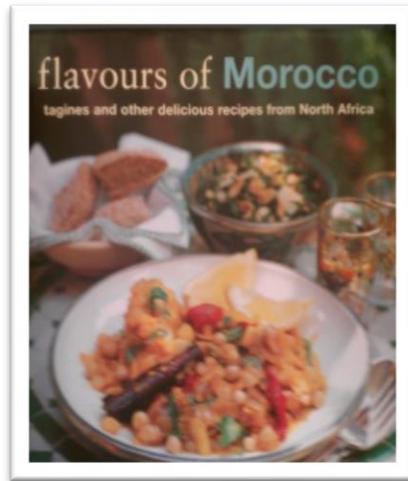
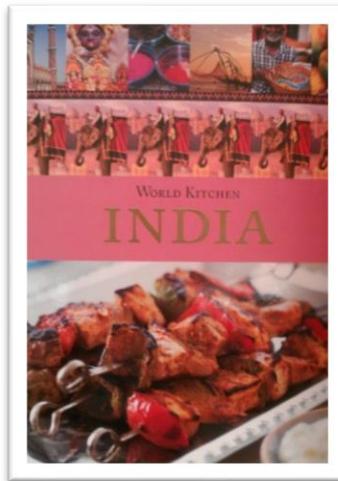
أدركت العلامات التجارية أهمية الاستحواذ على لون يميزها عن منافسيها، كولا تمتلك اللون الأحمر بنسبة 36% في السوق العالمي 22%.

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

نف عن هذا الحد في استعراض المادة، للمزيد تواصل مع المؤلف عبر البريد التالي:

[Zumord123@gmail.com](mailto:Zumord123@gmail.com)



موجه لمن هم في مجالات : التربية، الادارة والتسويق، الاعلام، الدعوة والشريعة وعلم النفس وعلم الاجتماع.

د. زهير منصور المزیدي

المؤسسة العربية للفيقي المجتمعية

Arab institution for social values

Almazeedi Dr. Zuhair

00965-99290092(M)

[zumord123@gmail.com](mailto:zumord123@gmail.com)

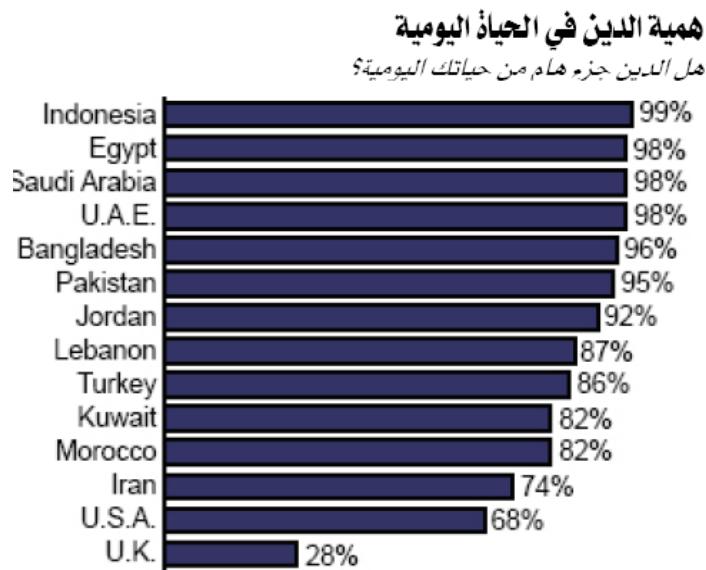
Kuwait

## المقدمة

يأتي المريض إلى الطبيب شاكياً له من صداع أصبح يداهمه على مدى أسبوع، فالطبيب الذي لا يمارس مهنته بشكل محترف سيصف له مسكنًا للصداع منهاً الأعراض بشكل مؤقتٍ، 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 سيعمد إلى مجموعة من الدراسات الاستكشافية يتضمن بعضهاأخذ عينة من دم المريض لفحصها وهكذا، قد تتعدد الأسباب، فلا يصف مسكنًا، بل يعمد إلى آليات الاستكشاف السبب، ومن ثم يصف الدواء المناسب الذي سيفصلي بذنب الله على معاودة ظهور أعراض الصداع، والأمر لا يختلف بتاتاً عما نحن بصدده حالاً موضوع استكشاف القيم، فنحن أمام دراسة القيم المجتمعية لمجتمع ما، نعمد إلى آلية مشابهة نتعرف من خلالها على الظواهر المستشرية في هذا المجتمع سواء الإيجابي منها أو السلبي، فننعمد إلى فحص هذا المجتمع كالفحص الإكلينيكي الذي قام به الطبيب، فنشخص الحالة المجتمعية لقيمة 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 محري الأعمدة، أو في مطالعة تصاميم الحملات الإعلانية خلال فترات زمنية معينة؛ حيث إن التصاميم الإعلانية هي نوع من أنواع التعبير التي أيضاً تتعكس فيها ما يؤمن به أفراد هذا المجتمع من قيم أو عادات وتقالييد نعمد إلى هذا كله مستكشفين المدى الذي آلت إليه قيمة ما والاتجاهات التي آلت إليها، وهذا من شأنه أن يبصرينا بعد ذلك في وصف نوع البرنامج الاتصالي المناسب مع الشرائح المستهدفة المعنية في هذا المجتمع، ويعرفنا بالوسائل المثلثة 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

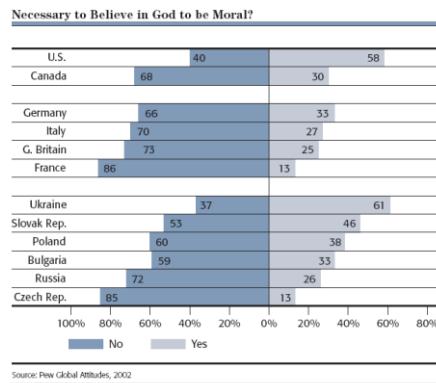
من الممكن اعتبار الخريطة بأنها مسار يحدد لنا معلم للشكل العام الذي نحن بصدده، سواء حال التضاريس أو المناخ أو مواطن الضعف والقوة، أو مواطن الحاجات وما يشكل فرضاً متاحة، فالخريطة في الشكل التالي على سبيل المثال نشرتها مؤسسة Gallop الأمريكية عام 2005 تبين درجة أهمية الدين وانعكاساته على الحياة اليومية للفرد 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، وهذه الخريطة عرفتنا بقيمة "الدين" وفق نسب مئوية لدى شعوب عدّة، 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 المزاج الذي تعرض لهدا السؤال. مما هو مزاج المعتقدات الخاص بكل عينة بحثية؟ وهل تم تمثيل عادل للمعتقدات مع كل عينة بحثية وفق النسب التي ينتشر فيها كل معتقد 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 يوروپ» 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 تتعدي 24%， بالمقارنة مع 61% في بولندا، و72% في تركيا.

وحيث سُئلت العينة الاستطلاعية، إن كانوا يمارسون شعائر معتقدهم 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%， فالدنمارك 37%， وألمانيا 37%， وبليجيكا 36%， فالسويد 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 قيمة 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 وبيّنت نتائجها ما يلي من أسباب،

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

شكل (4)

وهو كشف إحصائي يستعرض لنا الأسباب وفق أوزان وأولويات، يتضح من خلالها بأن كثرة السفر لا يعتد به كسبب في انتشار الظاهرة، ومن أن أصدقاء السوء هو السبب الرئيس الذي هو حاجة إلى تعديل لبرنامج تواصلي مع الشريحة المستهدفة من أجل العلاج.

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

عن الانتماء وسنينه - فهمي هويدى

هذه قصة أهديها 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 بالبأ فنشرته، وحينئذ تلقى سيلًا من الاتصالات التي يبدو أنها سببت له إزعاجاً، فقال في اتصال هاتفى لصحيفة "ميامي هيرلد": إن ما أقدم عليه لا يستحق الأصداء التي أحاطت به ولاحته، حيث ما كان لوسائل الإعلام أن تبالغ في اهتمامها بالموضوع.

المبلغ ليس استثنائياً لكن الحالة استثنائية، فقبل ثلث 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، لينتفرغ 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 روكلفر" الذي تبرع بمبلغ 475 مليون دولار، وهي مبالغ تعادل عدة مiliارات بأسعار هذا الزمان. صحيح أن هناك أثرياء في الولايات المتحدة قدموا للمجتمع مبالغ أكبر مما قدمه "ليونارد أبيس"؛ إلا أنه تميز عنهم بأمررين، أولهما: أنه تبرع بستين مليون دولار في صمت ودون أي إعلان، وثانيهما: أنه أراد بها أن يسعد من حوله وأن يرد الحمил إلى الذين عملوا معه، معتبراً أن لهم حقاً في تلك الثروة التي حققها.

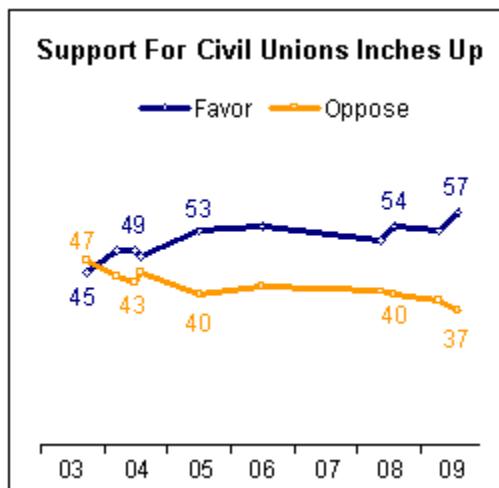
بها ن بالصورة التي ذكرتنا بنبل الأثرياء المصريين قبل قرن من الزمان، الذين تسابقوا في وقف العقارات والأراضي لأوجه البر والخير. وهو ما رصده الدكتور إبراهيم البيومي غانم في كتابه المهم عن «الأوقاف والسياسة في مصر». وذكر فيه أن من بين أثرياء تلك الفترة الذين وقفوا أراضي

تراوحت بين ألف و 4500 فدان: علي باشا مهنا، وأحمد باشا المنشاوي، و محمد باشا البدراوي عاشور، و علي باشا شعراوي، و محمد بك حسن الشندوليلي، ولملوم بك السعدي... وآخرين كثيرين.

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

من تلك الملاحظات أيضاً أن إسهام متواطي 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 مجاهلة أوقفت نصف قيراط تقام عليه طلبة 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 أسمم غياب المشاركه السياسية في بلوغ هذه النتيجة؟!

نفس أسلوب الملاحظة الذي كشفت عنه مركز PEW للأبحاث الميدانية عام 2009 حيال زيادة نمو المؤيدين في الولايات المتحدة الأمريكية 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 تساواوا في العرق والدين واللغة والجنس والنطاق الجغرافي، غير أن الدراسات الميدانية تكشف لنا الاتجاه العام لمجموعة الأفراد التي تشتراك في خصائص موحدة من الدين واللغة والعرق والنطاق الجغرافي، ولعل الآية

القرآنية " وَكُلُّهُمْ آتَيْهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فَرْدًا (95، مريم)، وَنَرَثُهُ مَا يَقُولُ وَيَأْتِنَا 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، فيما يلي نستعرض على سبيل المثال وجهة نظر المسلمين في ثلاثة 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 بتنفيذها شركة Gallup الأمريكية 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 POLL

*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%	-

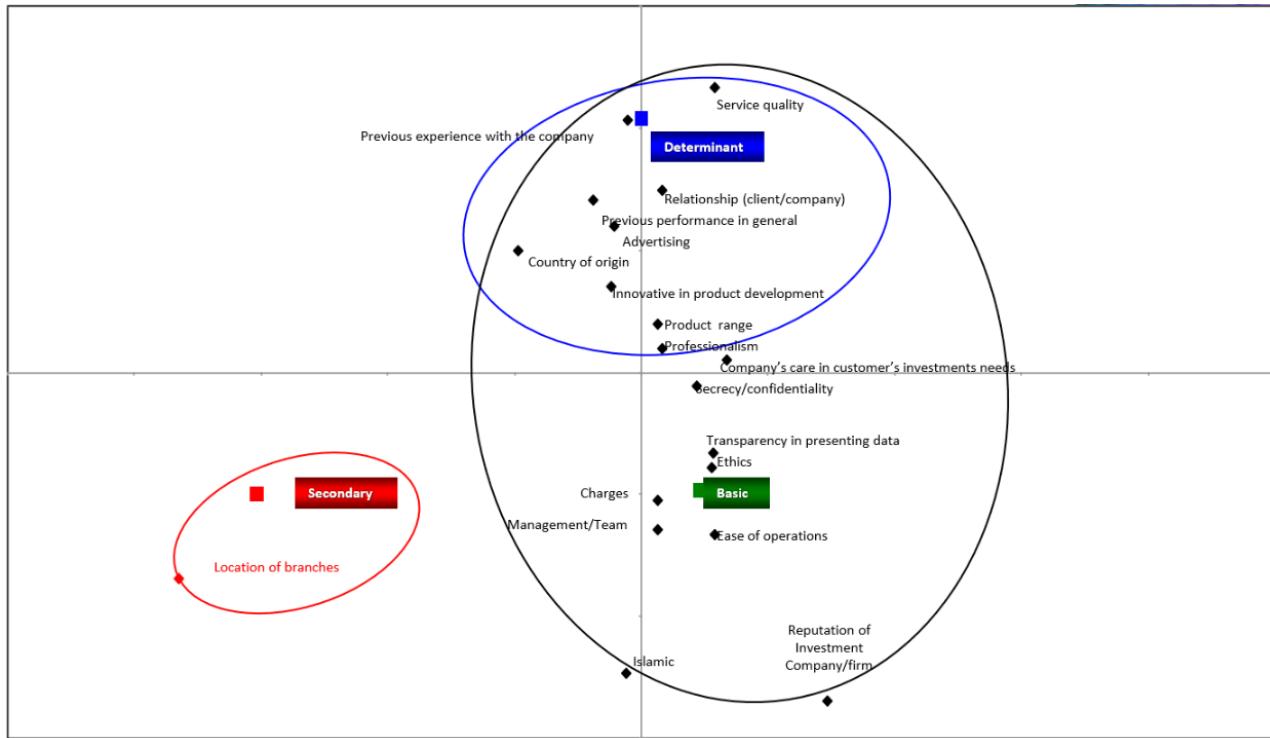
July 2007

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 والأعراف 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 المفصليّة، كما تضع لنا وزناً لكل ميزة، وتبيّن درجة رغبة العميل وفق إحداثيات ثلاثة، الخارطة التي يمكن أن تنطّق منها في صياغتنا للخدمة الاستثمارية التي يتطلع إليها العميل.

إذن رحلة الاستكشاف للقيم تبدأ بالتعرف على أداة (الإحصاء) التي نزاول من خلالها الدراسات الميدانية على كافة صورها، مانحة إيانا المسار الذي فيه "القيم" تمضي، فتارة هي في نمو وتارة تكون في انحسار، وملحوظاتنا لقيمة التي هي مدار دراستنا على مر الزمن تعطينا التوجّه الذي هي تسير إليه، فتحتاط بتفعيل برامج تواصلية مع الشريحة المعنية في المجتمع من خلال مزج من الأدوات التسويقية، والمزيج من وسائل الإعلام والإعلان، والمزيج من برامج العلاقات العامة، ثم نعمد بعد كل فوج من برامجنا التواصلية هذه إلى دراسات استكشافية تالية؛ كي نستبين وبالأرقام ما يؤكد لنا تجاوب المجتمع لوصفة البرامج المفعّلة 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 المتوفّرة، محاولاً التغلب على مشكلات مثل عدم تجانس البيانات وتباعدتها. 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 تتطوّي على مفاهيم نظرية الاحتمالات بشكل أساسي: مجتمع إحصائي *population*, عينة *sample*, وحدة استعian *unit sampling*, احتمال *probability*.

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

الأنماط الموجودة ضمن البيانات يتم دمجها (تمذج) *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 عشوانية  وعدم دقة الملاحظات (القياسات).

الاستدلالات الإحصائية غالباً ما تأخذ شكل إجابات لأسئلة من نوع (نعم/لا)، (فيما يدعى اختبار الفرضيات *hypothesis testing*، تقدير خاصيات عدديّة (تقدير *estimation*، التبؤ *prediction* بـملاحظات أو قياسات مستقبلية، وصف ارتباطات وعـلاقات (ارتباط *correlation*، النـفاف *convolution* أو نـذـجة عـلـات *regression* (انـحدـار) أو الـنـفـاف *convolution*)

مجمل العمليات والإجراءات والفرع الإحصائية الموصوفة أعلاه تدخل في إطار ما يدعى إحصاء تطبيقي *applied statistics*، يقابلـه 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 مـتنـي. (المـصدر: ويـكـيـبيـديـا)

## هل يمكن تـشـريعـ الـقيـمـ وـالـأـخـلـقـ فـيـ شـكـلـ قـوـانـينـ دـسـتـورـيـهـ؟

نعم، فالعديد من شعوب العالم قنـتـ ذلك وـجـعـلـهـ مـتـضـمـناـ فيـ تـشـريعـاتـهاـ وـقـوـانـينـهاـ، وـيمـكـنـ مـلـاحـظـةـ ذلكـ بـجـلاءـ منـ خـلـالـ قـوـانـينـ المـرـورـ مـثـلاـ، وـالـمـعـاقـبـةـ الـتـيـ يـتـعـرـضـ لـهـ مـخـتـرـقـوـهاـ، أوـ فيـ تـجـرـيمـ دـورـ الـبـغـاءـ، أوـ السـرـقـاتـ، أوـ إـتـلـافـ المـرـاقـقـ الـعـامـةـ، وـأـخـيرـاـ أـصـبـحـنـاـ نـشـهـدـ تـشـريعـاتـ حـيـالـ الـحـدـ مـنـ مـارـسـةـ الـتـدـخـينـ فـيـ الـمـرـاقـقـ الـعـامـةـ وـعـلـىـ الطـائـرـاتـ، وـنـلـاحـظـ فـيـ الـلـوـلـاـيـاتـ الـمـتـحـدـةـ الـأـمـيرـكـيـةـ عـلـىـ سـبـيلـ المـثـالـ الضـغـطـ مـنـ أـجـلـ السـمـاحـ لـمـنـ يـرـغـبـ مـنـ الـطـلـبـةـ مـارـسـةـ الـصـلـاـةـ فـيـ الـمـدـارـسـ، أوـ فيـ التـشـريعـاتـ فيـ تـجـرـيمـ مـنـ يـتـعـاطـىـ الصـورـ الـإـبـاحـيـةـ، وـمـاـ زـالـ مـوـضـوـعـ الـإـجـهـاـضـ يـشـكـلـ قـضـيـةـ مـحـورـيـةـ لـمـ تـجـدـ لـهـ سـبـيلـاـ فـيـ التـشـريعـاتـ الـغـرـبـيـةـ بـشـكـلـ مـنـاسـبـ.

ونـحنـ فـيـ الـعـالـمـ الـعـرـبـيـ وـالـإـسـلـامـيـ، نـلـاحـظـ تـشـريعـاتـ فـيـ بـعـضـ الـدـوـلـ تـعـاقـبـ مـنـ يـفـتـحـ مـحـالـهـ التـجـارـيـةـ أـثـنـاءـ الـصـلـوـاتـ الـخـمـسـ أوـ فـيـ بـعـضـهـاـ الـآـخـرـ فـيـ فـتـحـهـاـ وـقـتـ صـلـاـةـ الـجـمـعـةـ.

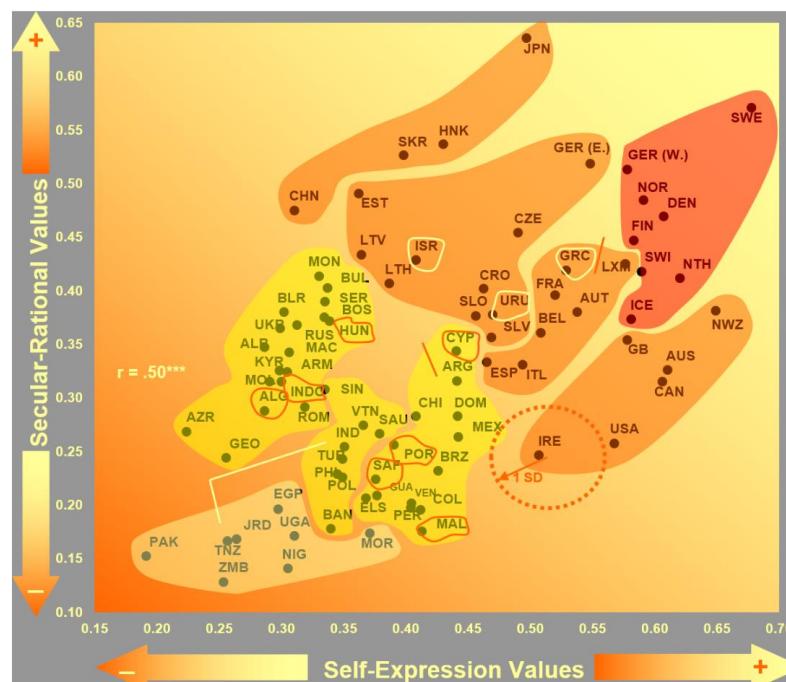
## هل ثمة خرائط للقيم العالمية؟ وهل القيم الخاصة بأي شعب تتغير وتتطور عبر الزمن؟

بالرغم من ثبات القيم غير أن بعض القيم قد تتغير على المدى البعيد، ويمكن أن يتم ذلك لأسباب التحولات الاقتصادية، وأثر الحادثة، 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 بالتمدد، وتتمنى 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 الحادثة عززت فيها الأنانية للأمة اليابانية والاعتمادية قيمة وعمق احترام المسؤولين والعلاقات مازالت قوية.

نعم ثمة محاولات لرسم خرائط للقيم الإنسانية تبين البعدين، بعد مراحل التغيير التي طرأت على القيم، وبعد الزمني عن كل مرحلة تغيير، فيما يلي نستعرض رسمتين يعبران عن ذلك، يستعرضهما لنا البروفيسور "كريستيان ويلز" "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).

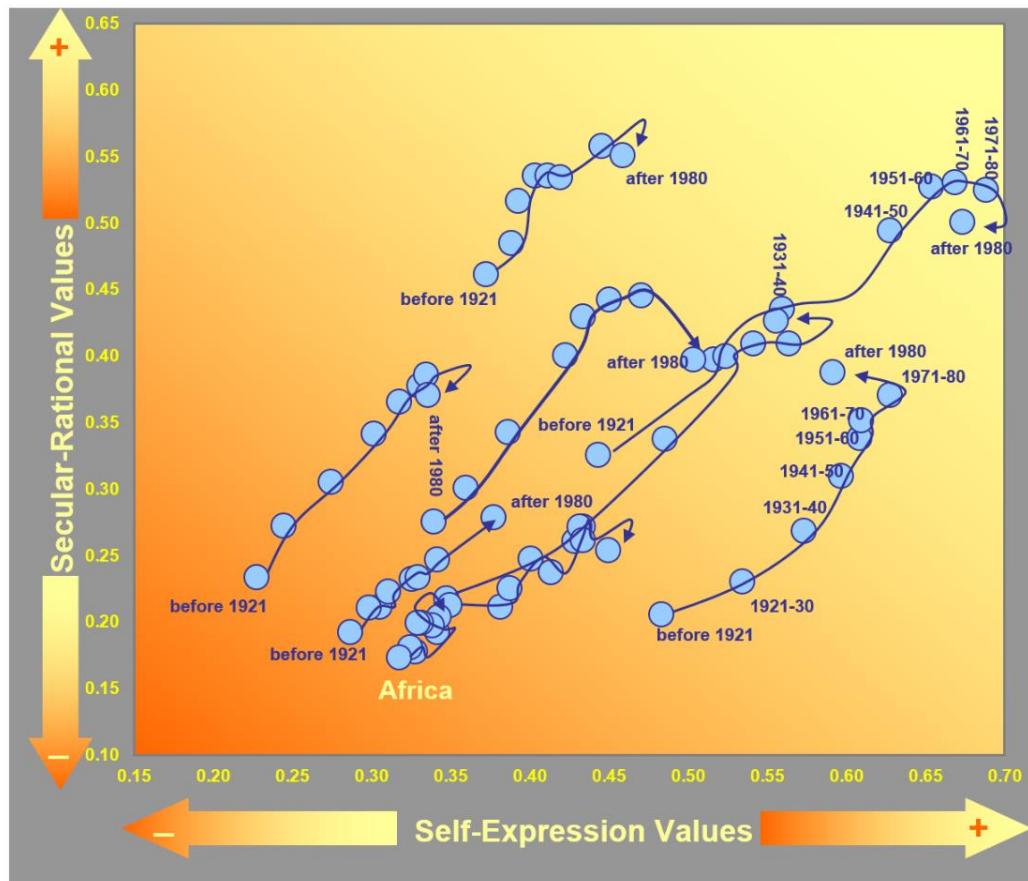
فالرسم البياني التالي نلاحظ من خلاله مجموعة من الثقافات العالمية لقيمة هذه.



شكل (8)

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

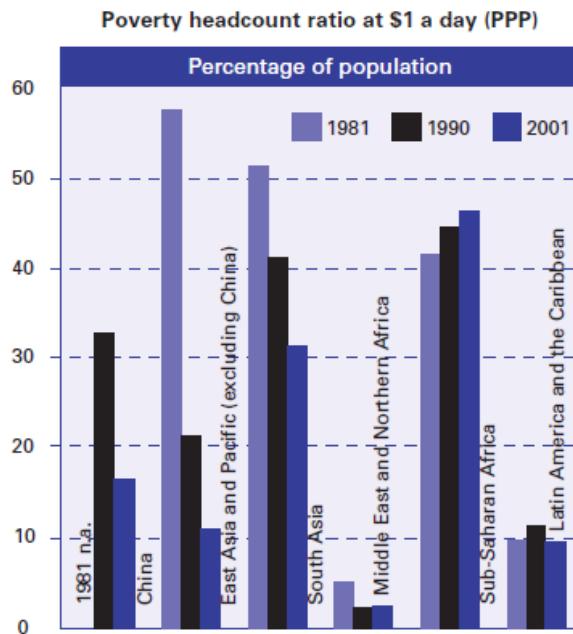
### حركة التغير التي تطرأ على القيم زمنيا



شكل (9)

حيث إن البروفيسور "كرستن" بين أن كافة المجتمعات 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 والمدحىل 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 وبالتالي 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.

**٤- وظيفة الوالدين:**

- و- دخل الأسرة.
- ز- البيئة المحيطة بالأسرة.
- ح- درجة فاعلية ونشاط الأسرة.

**4- سياق التعليم:**

- ط- التواجد.
- ي- نوعية التعليم.

نف عنـد هذا الحـد في استـعراض المـادـة، للمـزيد تـواصـل معـ المؤـلـف

عـبر zumord123@gmail.com

Transforming values into products

تحويل القيم لمنتجات

2013



حيث أن القيم تدرك بشكل معنوي، فقد جعلناها قابلة للادرارك ومعاينتها عبر حواس الانسان الخمسة، وفي هذا الكتاب نبين لمراحل التحويل وأليتها

د.زهير منصور المزیدي

المؤسسة العربية للفيقي المجتمعية

Arab institution for social values

Almazeedi Dr. Zuhair

00965-99290092(M)

[zumord123@gmail.com](mailto:zumord123@gmail.com)

Kuwait

فالمنتاج مصطلحاً يعني بالضرورة أن تتمكن من إدراكه بحواسك، وأن تكون قادراً على معاينته، فأنى لك أن تعاين قيمة الصدق أو المسؤولية أو التسامح بشكل قابل للمس.

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

أن في (ألم تر كيف فعل ربك بأصحاب الفيل) تأصيل للقطة ليست بأنورامية فحسب وإنما 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 يتبعها بحدث ما أن يرسل إليها أو ينقل إليها الحدث وفق فورمات يلغى من خلال ما ينقله سواء من صور أو وصف مشاعره ووجهة نظره، فهي بذلك تجرد الإنسان من أحاسيسه وتجعله مثل كamera مجردة من أي مشاعر، أما ما ينقله الله لنا عبر (ألم تر كيف) فإنه ينقل لنا بأم قلوبنا ما قد يمكن أن تخيله ويشعر به قلبك ويتحقق له وما قد يشكل لك من مسامع 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 أنهت ضمن زمن بعيد فما زالت مستمرة مع الزمن إلى يوم القيمة ما استمر هذا الإنسان في التوالي، فهي إحاطة مكانية ضمن مد زمني ستطاله جميع الأجيال، فالعدسة التي يمنحنا إياها الإسلام جاءت مرة من خلال أبنا إبراهيم عليه السلام ، ومرة من خلال سورة الفيل، وأخرى من خلال سورة الكهف، هي عدسة استوفت المعايير التالية:

1. الإحاطة ، 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 دفعاً لأن ترى الحدث وتقرأه من خلال مشكاة الأسماء الحسني، فتقرأه باسم ربك الذي خلق.
4. أن اللقطة الإسلامية متعددة الأوجه بتنوع اسماء الله الحسني، فهي ليست تعبير خططي بل إحاطي.

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

1- مستوى التعبير المباشر من خلال الرسم، فهنا يكون التحويل مباشر.

2- مستوى يتعامل مع "مخيلة المتلقي وقدراته على التجريد والربط للمعاني" فيحولها إلى تصاميم.

3- مستوى نفع فيه (الإدراك والإضفاء فالبناء) للمنتج.

4 - مستوى تحليل مسار القيمة.

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

فمع مستوى التحويل المباشر، مثل:

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

قصة «هدى 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 الساعدين ويطلب من الطلبة الصغار رسم مشهد واحد من مشاهد القصة ضمن ورقة واحدة (مفعلاً بذلك حواسهم) ليتم جمع كافة الأوراق ضمن دفتر ويمنح عنواناً عريضاً باسم القيمة التي يتم برمجتها، ليكون ذلك الدفتر مثل الكتاب الأول الذي يألفه الأطفال عن تلك القيمة.

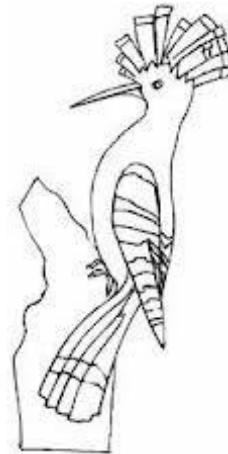
وهكذا، فمن خلال ما رسمه كل طفل يتم إنشاء (بطاقات ، قمصان، ..)



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 الهدى

# بطاقة لوالدي



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

وفي هذا المستوى تُشتق تصاميم من وحي السرد القصصي للقصبة وهو مماثل لما نطالعة في  
والد ذنبي عندما يتم إشتقاق صور من مشاهد الفيلم مثل:

1- مولان

2- الأسد الملك

3- بوكاهايتس





أما المستوى الثاني في عملية تحويل القيمة إلى منتجات فإن ذلك يعتمد على "التصميم"، من خلال تحويل مقصـد "القيمة" المروج لها إلى تعبير، فليس ثمة ما تم سرده من قصة في المخيلة كـي يتم نقلـها رـسما ، بل يكون الاعتمـاد هنا على التخيـل والتجـريـد من أجل التـعبـير عن الـقيـمة .

كـأن يتم التـعبـير من خـلال تصـامـيم تعـزـز قـيمـة ما فـي مـثـل الدـعـوة لـلـقضـاء عـلـى الفـقـر عـبـر دـفـع الـزـكـاة مـفـعـلـن بـذـاك قـيمـة "الـعـطـاء" ، ولكن هـذـه المـرـة عـبـر رـسـومـات تـجـريـدية وـهـو مـا يـصـعـب إـنـجـازـه مـن قـبـل الـطـلـبـة أـنـ كـأـنـوا فـي مـرـحلـة الـطـفـولـه ، غـيـر أـنـه مـمـكـن حـالـ كـوـنـهـم يـافـعـين ، لـذـا نـحـن عـبـرـنـا هـنـا عـن دـفـع قـيمـة الـزـكـاة وـهـي 2.5% ، كـمـا عـبـرـنـا عـنـهـم مـن خـلال شـرـيـطـ أـسـود يـنـتهـي بـشـرـيـطـ أحـمـر يـعـبـر عـنـ تـلـكـ النـسـبـةـ وـالـتـنـاسـبـ.

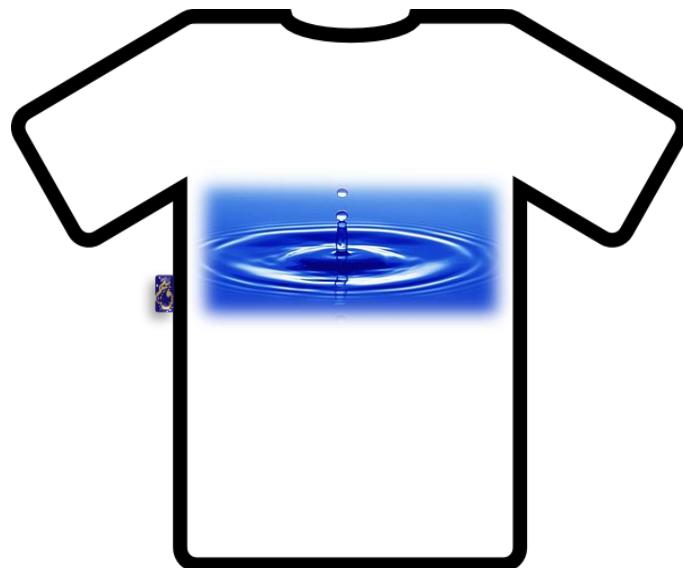
## قيمة العطاء





فعندما تتشكل رغبة الطالب في احتسائه ما يفضلها من مشروبات فهو يشربها عبر كوب كهذا متجرعاً مع كل جرعة تلك القيمة كي يتم برمجتها عبر حاسة المذاق

## قيمة العطاء



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

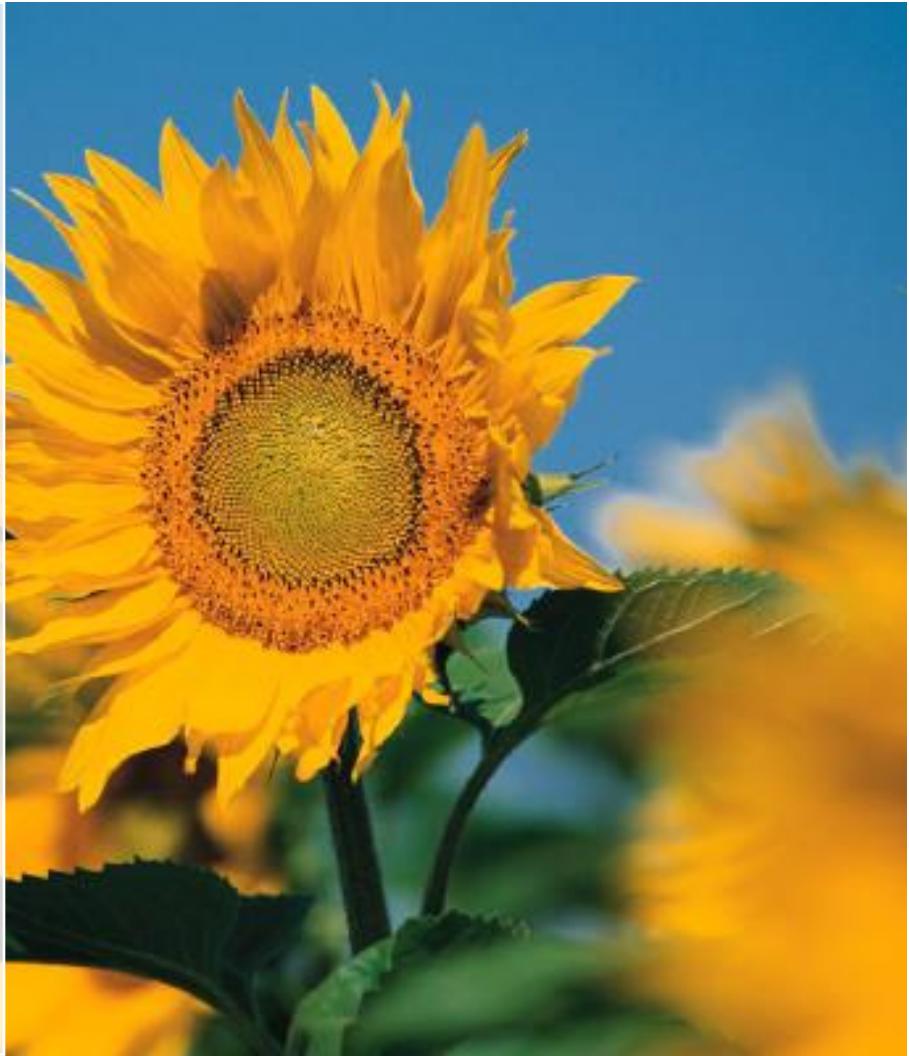
نفف عند هذا الحد في استعراض المادة، للمزيد تواصل مع المؤلف عبر البريد التالي:

[Zumord123@gmail.com](mailto:Zumord123@gmail.com)

# Forming concepts

صيغة المفهوم والقيم

2013



د. زهير منصور المزیدی  
المؤسسة العربية للاقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

[zumord123@gmail.com](mailto: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 على الإبهار إن أحسن الإعلامي استغلالها بشكل علمي صحيح ، فهي لديها قدرة على برمجة وإعادة برمجة العقول ، قدرة على إحلال صور محل صور مسابقة البرمجة ، وقدرة على إضفاء معان غير مسبوقه ، وقدرة مع الاسف على تزيين الباطل وتفبيح الحق ، تلك وسائل الاعلام والاعلان وبرامج التسويق والعلاقات العامة يمكنك ويفيق لك أن تفهمها تاره وأن تنتهي على أدائها تارة أخرى ، فهي لا تعود أن تكون أدوات ووسائل ، والعتب دوماً أو الاطراء أيضاً يكون على من يصيغون مضامينها وكذا المديرون لها ، فهم من خصمهم سبحانه بالآلية "ن والقلم وما يسطرون" لأنها أمانة ومسؤولية ، ونحن في هذه الصناعة بعون الله أدركنا أسرار التعامل معها ، فأدركنا السبل العلمية في تعظيم أثرها على السلوك الانساني تارة أو في نفسي 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 الأسس العلمية هذه هو تعاطيها مع المفاهيم ، وقد دأبت حين أقدم دوراتي التدريبية ، في التأكيد على أهمية البنية التحتية في برمجة الوسيلة الاتصالية من خلال عدم إغفال عنصر "المفهوم" غير أني وجدت أن المتدربون يميلون في التعامل مع الوسائل الاعلامية من خلال "الشكل" متغافلين أو غير مدركين ما لبنيه "المفهوم" من أثر ، ما جعلني ألتفت لخصيص مبحث متكملا حول هذا العنصر ، ما جعلني وبعد أن رست سفني على اليابسة أدرك من أن جميع الموانئ التي يستهدفها أفكارى وما إطاعت عليه من أبحاث جامعية أو السياحة التي أغنت مداركي فيما بين القراءتين ، قرائة ما يحيط بي من واقع وقراءة ما إنطوى عليه القرآن الكريم من أسرار ، أدرك بأن هذا الكون كله تكاد أن تكون بنيته التحتية ، بنيته اللامرئية تعتمد حسرا على "المفاهيم" ولا شيء سواها ، فما هو "المفهوم" وما أهمية أن ندرك أهميته بالنسبة لنا ، وما درجة أهميته في تفعيل التواصل مع شرائنا المستهدفة ، وكيف يمكن تشكيله وبناءه ، وكيف يمكن التعامل معه ؟

ترددت في بادئ الامر أن أخصص "المفهوم" مبحثا ، غير أن التجربة التي خضتها مع مدرسة ( إهرام جي زاده ) التركية في إسطنبول ، جعلتني أعيد النظر ، فما كنت أتصور أن يتفاعل مع الطلبة بالشكل الكبير والذي أكده لهم وإستيعابهم للمادة ، ما جعلني محلا 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:

مأخذ من الفهم، وهو معرفة الشيء بالقلب، يقال: فَهَمْتُ الشَّيْءَ أَيْ: عَقَلْتُهُ وَعَرَفْتُهُ، وَفَهَمْتُ فَلَانَّا وَفَهَمْتَهُ، وَرَجُلٌ فَهِيمٌ: سَرِيعُ الْفَهْمِ، وَتَفَهَّمَتِ الْمَعْنَى: إِذَا تَكَوَّفَ فَهْمَهُ.

ويقال: فَهَمَهُ فَهْمًا وَفَهَامَهُ: عَلَمَهُ، الْأُخْرِيَّةُ عَنْ سَبِيبِهِ.

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

تعريف المفهوم اصطلاحاً:

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

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

- a. جوارح قادرة على الالتفات ...
- b. درجة مرهفة في التقاط الحواس
- c. ثقافة عامة ، موسوعية ما أمكن ، شيء من كل شيء
- d. صاحب رساله قادر على ايجاد ما يشكل علاقات فيما بين الاشياء والاحاديث من حوله

والفاعدة في النظر الى الاشياء من حولنا تتعلق من :

- a. تفصيص ما نطالعه الى أجزاء (حال كان المشهد ثابت)
- b. ننظر الى 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 و عربي  
هندسة و شعر  
موسيقي و العاب ؟

ونسأل هل الكون من حولنا مفعم بالمفاهيم ؟  
عدد لي بعضها ؟  
مفاهيم قرآنية :  
(ومن يتق الله يجعل له مخرجا) ، هل هذا المفهوم ينطبق على نماذج حياتية اخرى ؟  
مثال «تجنب العوائق يؤدي الى الوصول الى الاهداف بشكل امن وسلام وباقل التضحيات»

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

هي ثلاثة مراحل



1- مرحلة المعلومات المنثورة من حولنا

2- مرحلة (الادراك) لهذه المعلومات من خلال التعرف على مقاصداتها

3- مرحلة التعرف على (المفهوم)

1- فالعلم يتشكل من تلك المعرفة على تنويعها من حولنا ، يعرف منها الصغير والكبير ، وهي  
ما يوضع في الموسوعات المعرفية .

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

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

لما أدركوا تلك المفاهيم ، فمنهم من يستسلم فؤمن و منهم من يكابر ف تكون عليهم تره و شهاده عليهم لا لهم .

### تعريف المفهوم المفكون

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 إدراكتها عن طريق الحواس . تعريف المفهوم المجرد : هو فكرة ، أو مجموعة أفكار يكتسبها الفرد على شكل رموز ، أو تعريفات لتجزئات معينة .

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

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

ويذكر الدكتور / مسعد محمد زياد (19)

أما إذا كان تعلمك 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 مثلا 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 الأحمر المميزة للمفهوم ، لذلك لا بد من عرض مجموعة أخرى من الأمثلة على المفهوم . مثل : بلح ،

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

نطلب من الطفل الاستجابة بكلمة ( أحمر ) لمثل هذه الأشياء . غير أن هذا ليس دليلاً قاطعاً على تعلم الطفل المفهوم 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 انطابعاً ، أو تصوراً شخصياً يختلف باختلاف الأفراد أنفسهم ، واختلاف خبراتهم فيه . ومع ذلك يمكن أن يتتشابه معنى المفهوم الواحد لدى الأفراد المختلفين ، عندما يتتشابه الخبرات التي يمررون بها .

#### المراحل الأساسية لتشكيل المفهوم

1 - المرحلة العملية : وتعتبر 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 طريق 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 ، وتكتيفها في رموز رياضية ، أو جمل ذات دلالات معنوية .

نمو المفاهيم وتطورها :

لا تنشأ المفاهيم فجأة بصورة كاملة الواضح ، ولا تنتهي لدى الفرد عند حد معين ، ولكنها تنمو وتطور 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 وتطور بمعدل واحد ، وإنما تختلف في درجة نموها وتطورها باختلاف المفهوم نفسه .

\* المفاهيم المادية تنمو وتطور 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 تشتراك معاً بخصائص متشابهة .

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

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

جزئياً 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 اللامثلة من الصنف ، عندها يتم التأكد من إتقان المتعلم للمفهوم .

#### صفات المفهوم وقواعد

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

1 - الصفات : ويقصد بها المظاهر الأساسية ، 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 تتنظم بوسائلها صفات المفهوم المميزة .

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

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

## ماهية المفهوم (20) :

منذ أن وجد الإنسان على الأرض وهو يحاول فهم هذا العالم من خلال تعامله مع الأشياء والمدركات الحسية العديدة ومروره بالخبرات والمواقوف المختلفة وفي محاولته هذه كان يلجا دائماً إلى عقد المقارنات بين الأشياء التي يتعامل معها والخبرات والمواقوف التي يمر بها لايجاد اوجه الاختلاف واجه الشبه بينها ، ثم يقوم بتصنيفها إلى فئات او اصنافٍ بناءً على خصائصها المشتركة ، لكي تكون أكثر فهماً بالنسبة له ، واكثر قابلية للتطبيق في المواقف الأخرى الجديدة. وبعملية التصنيف هذه تمكن الإنسان من اختصار العديد من الجزيئات والأشياء ، واصبح بمقدوره أن يستجيب لمجموعةٍ من الأشياء المتشابهة وغير المتطابقة باستجابة واحدة هي مفهومه عنها ، ومع نمو الإنسان ومروره بمزيد من المعارف والخبرات ، وازيد ياد قدرته على التفكير المجرد ، فقد نمت مفاهيمه وتوسعت ، ولم يعد يتعامل مع الأشياء او المدركات الحسية فحسب وإنما انتقل إلى التعامل مع المجردات والتعيميات المعقدة ، وهكذا نشأت المفاهيم لدى الإنسان ثم تطورت واتسعت .

وتختلف(21) تعريفات المفهوم تبعاً للنظرة الخاصة بكلٍ علم او مجال من مجالات التفكير الانساني ، وكل علم ينظر إلى المفهوم من زاوية خاصة .

فالمفهوم عند المناطقة يشير إلى السمات والخصائص الجوهرية التي تميز الأشياء او الأحداث او الأسماء عن بعضها البعض وترسم صورة ذهنية لمنطق الشيء ذاته .

أما معنى المفهوم في العلوم النفسية فإنه يشير إلى مجموعة السمات او الدلالات التي تستدعيها القوى الادراكية عند سماع منطق 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 الداخلية معها في الجنس . في حين إن التعريفات النفسية تقوم على أساس البحث عن صورة ذهنية يكونها الفرد عن الأشياء او الأشخاص او الرموز الداخلية معها في الجنس .

وفي الاصطلاح:

- تعريف قلادة " المفاهيم أنظمةٌ معقدةٌ من الأفكار الأكثر تجريداً والتي يمكن بناؤها فقط من خبرات متعاقبة في مختلف المجالات . ( قلادة ، 1979 ، ص245 )

- تعريف القاسمي : " تمثيلٌ فكريٌّ لشيءٍ ما ( محسوسٍ او مجرِّد ) او لصنفٍ من الأشياء لها صفاتٌ مشتركةٌ ويُعبر عنه بمصطلح او برمزٍ ". ( القاسمي ، 1985 ، ص213 )

- تعريف زيتون : " مصطلحٌ يتضمنُ مجموعةً من الأفكار التي تم تعميقها من مناسبات او ملاحظات او مواقف معينة ) . " زيتون ، 1986 ، ص86 )

- تعريف سعادة واليوفسون : " مجموعةٌ من الأشياء او الأشخاص او الحوادث او العمليات ، التي يمكن جمعها معاً على أساس صفةٍ مشتركةٍ او اكثراً والتي يمكن أن يشار إليها باسمٍ او رمزاً معيناً " ( سعادة واليوفسون ، 1988 ، ص61 )

- تعريف الاذير جاوي : " فئة من المثيرات بينها خصائص مشتركة و هذه المثيرات قد تكون اشياء او احداث او اشخاص او غير ذلك " . ( الاذير جاوي ، 1991 ، ص 299 )
- تعريف ميرل وتينسون : " عبارة عن زمرة من الأشياء او الرموز او الحوادث جمعت بعضها الى بعض على اساس خصائص مشتركة يشار اليها باسم او رمز معين ) . ميرل وتينسون ، 1992 ، ص 7 )
- تعريف حافظ " هو المعنى المجرد او المدرك الكلي ، اي الماهية المجردة عن المادة الشخصية وعن الأغراض الازمة للمادة " . ( حافظ ، 2002 ، ص 146 )

وحدد (سعادة يوسف) بأنها تشير الى الطرق المختلفة التي تنظم بوساطتها صفات 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 ) ويدرك 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 يحكم اليه ضمن أجواء الحالة المعرفية محل البحث ، تشرح ما هو ممكن أو مقبول ، مثل ذلك "قواعد اللغة" .

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

يدرك د.أحمد بن محمد عزب أن القاعدة في اللغة الأساس، وجمعها قواعد، وهي أساس الشيء وأصوله، سواء كان حسياً كقواعد البيت، أو معنوياً كقواعد الدين أي دعائمه، وقد جاء هذا اللفظ في القرآن الكريم، قال تعالى: (( وإذ يرفع إبراهيم القواعد من البيت وإسماعيل ))، وفوله تعالى: ( فَتَنَّى اللَّهُ بِنِيَانِهِمْ مِنَ الْقَوَاعِدِ ) فمعنى القاعدة في الآيتين الأساس وهو ما يرفع عليه البناء، فكل ما يبني عليه غيره يسمى قاعدة.

- القاعدة اصطلاحاً: قضية كلية منطبقه 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 الأغلبي فيخرج عن القاعدة بعض الأمور، وهذا هو الصحيح لأن بعض الجزئيات قد تتشذ 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 شيئاً 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 خاصية واحدة او اكثر من خاصية ، وقد تكون بعض الخصائص متصلة بالمفهوم وبعضها غير ذي صلة به ، وبعضها يساعد على تميز المفهوم عن غيره بدرجة كبيرة عن البعض الآخر.(جابر ، 1977 ، ص 319)

ومن الضروري عند التطرق الى خصائص المفهوم تبيان الفرق بين خصائص المفهوم و خصائص الحقيقة ، فقد ميز ( جراغ وجاسم ) بين المفهوم والحقيقة بالخصوصيات الثلاث الآتية:

1- التمييز : اي ان المفهوم عبارة عن تصنیف الاشياء او المواقف ويتم التمييز بينها وفقا لعناصر مشتركة . وبذلك يكون المفهوم اكثراً 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 الاشياء والمواقف وبذلك فهو اكثراً شمولية من الحقيقة.

3- الرمزية : فالمفهوم يرمز فقط لخاصية او مجموعة من الخصائص المجردة ولذلك فهو اكثراً تجريداً من الحقيقة .(سعادة واليوفس ، 1988 ، ص 60)

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 اكثراً ثباتاً من الحقائق ، فالحقائق قابلة للتعديل والتغيير ، والمفاهيم وان كانت كذلك الا ان سرعة تغيرها اقل نسبياً من الحقائق .

3- ان المفاهيم تساعده على ربط الكثير من الحقائق بعضها ببعض لذلك فهي يمكن ان تستخدم في توفير علاقة بين الحقائق المختلفة وجعلها متراقبة بصورة يسهل تعلمها.

4- انها اكثراً استخداماً من الحقائق . فالمفاهيم يمكن استخدامها كثيراً في تفسير الظواهر وفي مواجهة بعض المواقف التعليمية ولذلك فانها تكون اسهل تذكراً من الحقائق ولا تنسى سريعاً . (نادر واخرون ، 1991 ، ص 20-19)

إن معظم الصفات والخصائص ذات مدى واسع من القيمة ، فصفة الحجم تتراوح من الدقيق إلى الضخم وصفة الوزن تتراوح من الخفيف إلى التقيي وتحتاج في عدد صفاتها أو خصائصها ، فالمفاهيم المعقدة ذات خصائص ومميزات أكثر من الأخرى البسيطة ، فصفات الكرة قليلة ولكن صفات وخصائص الديمقراتية عديدة ومعقدة وهنالك بعض الصفات وخصائص تلاحظ وتدرك بسهولة وسرعة أكثر من الأخرى ) . البغدادي ، 1979 ، ص63)

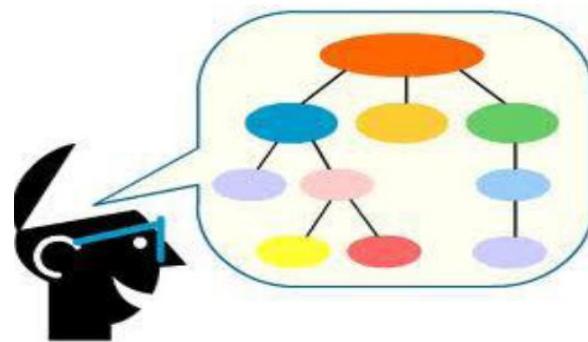
ان اهم ما يميز المفهوم تضمنه لظاهرتين اساسيتين هما ، الصفات والقواعد ، اما الصفات فيقصد بها المظاهر الأساسية او الخصائص المميزة attributes ذات العلاقة بالمفهوم والتي على اساسها يتم تمييز امثلة المفهوم ووضعها في الصنف ، واما قواعد المفهوم فتشير الى الطرق المختلفة التي تتنظم بواسطتها صفات المميزة . وقد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

#### صيد المفهوم:

إن علماء التاريخ يحاولون مجتهدين ان يشكلوا معادلات خاصة بقيام وأفول الام ، والامر يصدق كذلك على علماء الاجتماع في التعرف على أسرار انتشار ظواهر مجتمعية سواء كانت سالبة او ايجابية ، أما علماء العلوم البحتة ، فقد سبقونا فتعرفوا على قوانين الطفو والجاذبية والعلجة وعلاقة السرعة بالزمن ، وطبقوها في حساباتهم على الفلك واطلاق الاقمار الصناعية وفي تامين التواصل عبر شبكات الانترنت والهاتف المحمول فاختزلوا الزمن .

وهناك أدوات مثل ما أشرنا سابقا ، تعين على إستخلاص المفاهيم منها ما يدعى بالخرائط الذهنية ، فالخرائط الذهنية دورا مساعدا وشاحذا يسهم في عملية التوصل إلى إدراك "المفاهيم" ، فيما يلي نستعرض آلية 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 على ما تم تخزينه في عقلك ، ومذكراتك الخاصة ومنهجك التعليمي ، تحدد من خلالها الحقائق والافكار والمواضيع ذات العلاقة بالموضوع ، وقد تصل الى نحو 50 عنصرا ذات علاقة بالموضوع .«تجنب الشرح هنا أو الاستفسار »
- 2- مرحلة الترتيب والتنظيم : كون ما يشكل مجاميع ومجاميع تابعه ، ابدأ بما تعتقد أنه يشكل أولوية
- 3- مرحلة الرسم : اعمد الى ورقه كبيرة وارسم فيها ما يشكل قناعتك ضمن تلك الروابط والعلاقات ، فقد تظهر في شكل هيكلي أو دائري أو شجري أو خطى ،
- 4- مرحلة تجسير الروابط : يستخدم الخطوط والاسهم لتبيين العلاقة واتجاهها ...بين نوع العلاقة بكلمة علي الخط المرسوم .
- 5- المرحلة النهائية : كن مبدعا في استخدام الالوان والصور ان احبيت لتبسيط ما آل اليه المفهوم ، وامنح خريطتك عنوانا

الخريطة الذهنية تمثل(22):

1. تمثل أو ترمز لعلاقات ذات معنى
2. تمثل تعزيز لفهم الطالب بما تضمنته المعلومة من مفهوم
3. إنه تعزز تفعيل المعلومة
4. تزوج المعلومات القديمة بالمستحدثة
5. تسهل عملية التعلم
6. تنظيم للمعارف والمعرفة
7. أداة في البحث العلمي
8. إستراتيجية لخطيط المنهج التعليمي
9. قادرة أن تري الآخرين ما تفكر به!

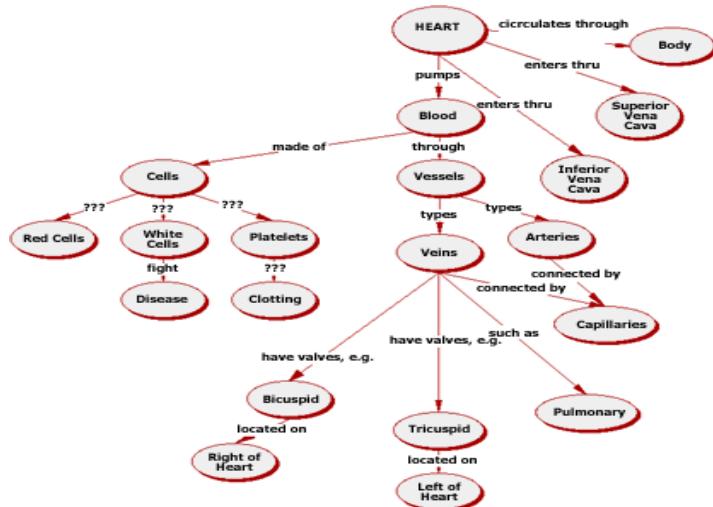
كما أن خريطة المفاهيم تعتبر أداة جيدة لتصويب misconceptions المفاهيم الخاطئة لدى الطلبة .

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 وتبسّطها 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 الأشكال الهندسية فيما يلي جميعها أعضاء ضمن فئة مفهوم الشكل الرباعي .

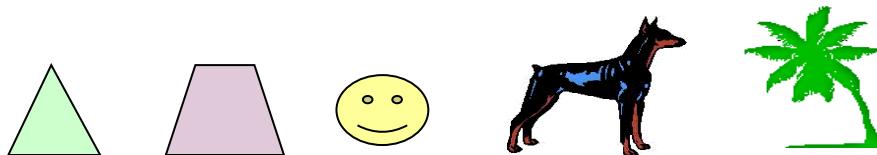
صفاتها المشتركة هي :

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



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

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



#### لكل مفهوم مركبين اثنين :

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 إيجابية لهذا المفهوم.

للمستطيل ، فسماتها تكون الميزات الأربع التي نوشت 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 "التبوب" :

التبوب أو التقسيم الفئوي أو التقسيم التصنيفي Categorization هو عملية تمييز وفهم وتفريق 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 مسبقاً فقط، وقد تكون صحيحة أو خاطئة.

يتم الاستدلال بطريقتين : إما استقرائية Induction أو استدلالية deduction و تتم 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 :

التجريدي هو عملية اختصار و اختزال محتوى المعلومات للمصطلح لغاية الحفاظ فقط على المعلومات ذات العلاقة بغية معينة purpose.

مصطلح التجريد يشير إلى عملية عقلية التي من خلالها يتم استبدال مجموعة من الأشياء بشكل ذات مفهوم عام يوصف الأشياء وفقاً 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 واقعياً

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

## دييونو والدماغ

يذكر د.إدوارد دييونو في أحد مؤلفاته التي بلغت الستون مؤلفاً في مجال التفكير ، أن أساليب التفكير قابلة للتعلم وهي عملية قابلة للتدريب عليها ، وقال أنه لا توجد ثمة حقائق مطلقة ، بل هي على الدوام إحتمالات ، 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 بذلك الاستشارات ، إن دماغك هو بمثابة الملعب إنه بمثابة البستان  
الذي تجول فيه كيف ما تشاء

### الكاميرا والدماغ

ثمة إختلاف كبير فيما بين عدسة ما تلتقطه الكامرة وما يلتقطه الدماغ ، فالكاميرا تلتقط فحسب وتسجل ما يعرضها ، أما الدماغ فهو يزيد على ذلك بأنه يستعرض مع ما تلتقطه ، الخبرات السابقة والمشاعر والقيم ، والاحتمالات تظل مفتوحة على 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 بستاننا 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 فتعمد إلى إستعراض (الاحتمالات والبدائل ثم محاولة تجسير العلاقات فالتوصل إلى المفاهيم ..) ، و التكامل فيما بين (الحواس والدماغ) هو ما يجعل الإنسان مفعم بالاستثارة ويشعره بأنه ذو قيمة مضافة في الحياة .

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

[Zumord123@gmail.com](mailto:Zumord123@gmail.com)



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 المزیدي**

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

[Zumord123@gmail.com](mailto: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 ينافس 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 تطويراً وتحولاً. فمن محض الدعوة إلى تنمية القيم المجتمعية والعودة إليها، إلى رعاية الشركات الكبرى لبعض القضايا المجتمعية، ثم أخيراً نجد شركات كبرى تبri لدعم القيم المجتمعية؛ فتحول سلعها ومنتجاتها إلى قيم ملموسة ينفع منها الجميع، وفي المقابل تنتفع الشركة من الناحية الاستثمارية.

وفي هذا الفصل من الكتاب، نعرض ماهية هذا النوع من الصناعة الإعلانية، والآلية التي يتعامل 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 سلوكات لها مردودها الموجب على عموم المجتمع، مثل: السلوكيات الصحية أو الاجتماعية أو البيئية.

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

### 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.

## الخلط التسويقي في ترويج القضايا المجتمعية:

وكم يقوم مفهوم التسويق على استثارة الحاجات وتلبيتها، 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، والحد على الرضاعة الطبيعية، والمحافظة على البيئة...

ويجب هنا القيام بما يأتي:

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

### 2- السعر

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

### 3- المكان

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

### 4- الترويج

هنا نبحث في الكيفية التي ستعتمدتها في إيصال رسالتنا. عبر الوسائل المتعددة. لتحفيز المستهلكين على ممارسة ما تدعوه إليه، ومن ثم الاستمرار في الممارسة. والوسائل تتتنوع لتشمل: الإعلان والنشر في الصحف والمجلات، وعقد الندوات، والمشاركة في المناسبات، .. الخ. و اختيار 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. إضافة إلى أولئك المستهدفين، ثمة مجموعات ذات علاقة، كالوالدين والأصدقاء والمدرسين والأطباء والمشرعين ووسائل الإعلام.

## 6-الشراكات

بالتأكيد ثمة فرق عمل وجمعيات نفع عام تشتراك 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 الأجزاء لضمان النتائج التي تدعوا إليها. فرئيس الولايات المتحدة "بل كلينتون" هي الأجزاء، عندما استصدر قانون منع التدخين في الأماكن العامة. ونحن استصدرنا القوانين، ولكننا لم نهيء الأجزاء لتطبيقها. وببقى 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:**

هناك مراحل وأدوات لا بد من استيفائها عند التخطيط للتسويق المجتمعي، منها:

أ- التعرف إلى حقيقة المشكلة المجتمعية (حجم المشكلة، درجة نتائجها السالبة على النفس أو المجتمع).

ب- تحديد الهدف المرجو من الحملة التسويقية (زيادةوعي الجمهور بالمشكلة، تقليل استشراء 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 التواصيلية، و اختيار الوسائل التواصيلية الازمة، و تطوير أدوات معايدة للامتثال السلوكي.

ج- الاختبار القبلي (دراسة ميدانية).

ح- تنفيذ الحملة التسويقية في مزيج تسويقي مناسب.

خ- رصد ردود الفعل وتقويم النتائج.

و ضمن التخطيط يندرج إجراء البحوث الميدانية، منها:

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

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

## مرحلة التزفيذ

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، الأكتشاك الإرشادية... وأيًّا كان المنشط الذي سيقرر، فلا بد من أن تلبى حوائج ثلاثة، تكون فيها قادرة على:

  - أ- جذب الشرائح المستهدفة.
  - ب- توصيل رسالة القضية المطروحة.
  - ت- الاستحواذ على ما تটطلع إليه وسائل الإعلام.

3. الخطة التواصلية، ولا بد من احتواها على:

  - أ- ماهية الوسائل الإعلانية المراد التواصل من خلالها.
  - ت- مقدار الحاجة إلى عقد مؤتمر صحفي أو التواصل بوكاللة أنباء أو حضور شخصية مجتمعية داعمة... (تعيين الدور الموكل لكل فرد ضمن فريق التواصل).
  - ث- دور المنظمات أو المؤسسات ذات العلاقة.
  - ج- المستهدف أو المستهدفي بالردد على أسئلة الوسائل الإعلامية.
  - ح- المتحدث الرئيس في المؤتمر.
  - خ- النقاط الرئيسية التي يجب أن يتضمنها خطاب المؤتمر الصحفي:
    - حقائق عن القضية المطروحة، مع بعض الإحصاءات.
    - كيف سيعمل برنامجك على تقليل 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 للشريحة المستهدفة، كي تختار 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 تقليل الكلفة إلى أضيق الحدود، مع الالتزام بإحداث الأثر المناسب في الشريحة المستهدفة، والإللام بفنونات البرمجة العلمية وأسسها السليمة لكل وسيلة إعلامية واعلانية.

## 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 ستتصدى لها في برنامجك التوعوي تسويقي؟

---

---

---

ما الزاوية التي ستتناول 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- السلوكات ..... 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
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

## 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

---

---

---

ديمقراطيياً

---

---

---

سياسيًّا

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؟

هل بقي؟  
لا

هل تغير القانون؟  
نعم

القانون/ التشريع

ما اسم المنظمات الحالية التي تتصدى للمشكلة ذاتها؟

حجم الشريحة المستهدفة

الخدمة المقدمة

المنظمة

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

أ- حملات إعلانية مهمة ذات علاقة برسائلتك

ب- رسائل الخصوم

## ج- رسائل الداعمين

---

---

---

قنوات التواصل الاجتماعي 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 التواصلي؟

---

---

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..)

- تطوير برنامج الشركات مع الغير

● صياغة الرسائل الإعلامية

- التصميم والطباعة

● الإنتاج الإذاعي والتلفزي

- العلاقات العامة

- التخطيط للرسائل وشراؤها 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، فبين في أي المجالات؟

---



---

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

اسم الموظف	عدد الساعات/ الأسبوع	مجموع الساعات

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

---



---

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

اسم المنظمة	حجم الشراكة

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

دـ- أخرى

طـ- احتياطي % 10

المجموع

هل أنت بحاجة إلى تمويل إضافي قبل البدء بالبرنامج؟

نعم ( ) لا ( )

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

نعم ( ) لا ( )

النموذج 4: تعين 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 السلوكيات التي تجعل الناس في موقع الخطر الأكبر؟

ج

ب

أ

ما السلوكيات التي تساعد على تقليل الأخطار؟

ج

ب

أ

كيف يمكنك أن تحدد الشريحة المستهدفة بناء على السلوكيات 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 الموصفات في الشرائح السابقة، ثم دون أهم خمس منها.

---

---

---

من خلال الموصفات المدرجة في الجواب السابق، حدد موصفات الشرائح التي تتعرض لأعلى  
معدلات الخطر.

---

---

---

من خلال الموصفات المدرجة في الجواب ما قبل السابق، حدد موصفات الشريحة التي يسهل  
الوصول إليها أو يسهل إقناعها بإحداث التغيير المطلوب.

---

---

---

كيف سيجري الصرف المالي تجاه كل من الشرائح الممتازة السابقة؟

- تخصيص متساوٍ
- تخصيص متعاون
- تخصيص معظم الميزانية لشريحة محدودة

هل ثمة شرائح قد تسهدف 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

دراسة نوعية

- جمع معلومات،  
رصد المواقف  
والسلوكيات

- معلومات تسويقية

- أخرى

- 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 الموظفين المسؤولون عن متابعة الشركات المنفذة للدراسة؟  
(المساعدون والمستشارون في تنفيذ الدراسة).

الاسم \_\_\_\_\_ المهمة \_\_\_\_\_

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

## كيف ستصل إلى المشاركين في الدراسة؟

- **شخصياً**
  - **بـالهاتف**
  - **بـالبريد**
  - **بـالبريد الإلكتروني**
  - **بـالإعلان**
  - **من خلال جهة خارجية**
  - **بوسائل أخرى**

## الجدول الزمني للدراسة

## الموعد المحدد للتنفيذ

## المنشط

- \_\_\_\_\_ تعيين فريق العمل
- \_\_\_\_\_ تخطيط الدراسة وتصميمها
- \_\_\_\_\_ تعيين الأسئلة
- \_\_\_\_\_ تدريب منفذى الاستبانة
- \_\_\_\_\_ التعاقد الخارجى
- \_\_\_\_\_ تتفقى البيانات والمعلومات وإدخالها في الحاسوب
- \_\_\_\_\_ تحليل البيانات
- \_\_\_\_\_ كتابة الفهرس النهايى

## النموذج 6: استراتيجية التسويق المجتمعي

المستهدفون في الخطاب التواصلي:

1- ما الشريحة المستهدفة التي سيجري اختيارها؟

---

---

---

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

---

---

---

الأهداف:

1- ما هدفك النهائي لبرنامجك التواصلي؟

---

---

2- ما الأهداف المرجو تحقيقها من برنامجك؟

---

---

أ-

من؟

سوف؟

ماذا؟

بواسطة

بمعدل تغيير

ب-

من؟

سوف؟

ماذا؟

بواسطة

بمعدل تغيير

**الخلط التسويقي:**

**1- المنتج:**

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

---

---

---

ب- ما الفوائد الرئيسية 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 الأماكن 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 وال قالب المفضل في إيصال رسالتك الإعلامية لشرائحك؟

---

---

---

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

---

---

---

5- الجمهور:

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

---

---

---

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

---

---

## 6- الشراكات:

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

---

---

---

7- السياسات والضوابط:  
هل من قوانين وتشريعات وضوابط يجب أن تhattat بها أو أن تعدلها في تسويقك المجتمعي؟

---

---

---

## 8- التمويل: أي الجهات التمويلية تأمل في استهدافها؟

---

---

## 9- مخطط العمل:

## النموذج 7: قنوات التواصل الإعلامية

أي قناة من القنوات المدرجة تحقق أكبر تواصل ممكن مع شرائك 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 التلفازية 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  
ال قالب

---

ب- القناة التواصلية  
ال قالب

---

ج- القناة التواصلية  
ال قالب

---

## 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 التغيير في السلوك.  
فاختر إحدى نظريات التغيير في السلوك، أو اختر مجموعة من العناصر من مجموع النظريات.

### 1- نموذج الاعتقاد الصحي

أ- إلى أي درجة تدرك الشريحة المستهدفة المشكلة؟

منخفضة	عالية
--------	-------

ب- ما درجة إدراك الشريحة معظم دواعي المشكلة؟

قليلة	كثيرة
-------	-------

ج- هل تعتقد الشريحة أن امتحالها للسلوك المحافظ سيقلل أخطار المشكلة؟

لا	نعم
----	-----

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

الفوائد
---------

العواائق

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؟

الداعي	درجة الأهمية (عالية- متوسطة- منخفضة)
_____	_____
_____	_____
_____	_____

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

الداعي	درجة الأهمية (عالية- متوسطة- منخفضة)
_____	_____
_____	_____
_____	_____

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

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

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

هـ- بناء على الأجوبة السابقة، كيف يمكن زиادة اهتمام الشريحة المخاطبة بالامتثال للسلوك؟
_____
_____

## 3- نظرية التعلم بالإدراك الاجتماعي:

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

متعادلة	سالبة	موجبة
_____	_____	_____

ب- هل الشريحة المستهدفة تملك المهارات اللازمة لامثال السلوك البديل؟

متعادل سالب موجب

ج- هل الشريحة المستهدفة تعتقد بأنها تملك المهارات الكافية لامثال السلوك؟

متعادل سالب موجب

د- كيف ستعلّمهم المهارات؟ أو هل لديك نموذج تهتمي به؟

---

---

---

#### 4-نظريّة 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، فأي الفوائد المتواخة ستتركز عليها؟ وكيف يمكنك زيادة الضغط الاجتماعي وتحويله لصالح دعم السلوك البديل؟

---

---

---

نفّ عند هذا الحد في استعراض المادّة، للمزيد تواصل مع المؤلّف عبر البريد التالي:

[Zumord123@gmail.com](mailto:Zumord123@gmail.com)





## المشغولات اليدوية وغرس القيم



د.ز.هير منصور المزيدي

المؤسسة العربية للفيـم المـجـتمـعـيـة

Arab institution for social values

Almazeedi, Dr. Zuhair

00965-99290092(M)

[Zumord123@gmail.com](mailto:Zumord123@gmail.com)

Kuwait

المشغولات اليدوية، صناعة سادت منذ القدم، ومازالت تمارس إلى وقتنا هذا، لترفرفها 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 أضحت 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 أيضاً حين توجه كأساليب في التخفيف من بعض ما يعنيه المرضى أو كبار السن من فراغ وعزلة، ونحن عبر هذا الاستعراض سنبين ما للصناعة اليدوية هذه أيضاً 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 تتعلون فيها الحواس الخمس، ود الواقع 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 فعملية الاستفادة من المخلفات، أي كان نوع هذه المخلفات، للخروج بمنتجات جديدة بحد ذاته يعتبر قيمة.

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

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

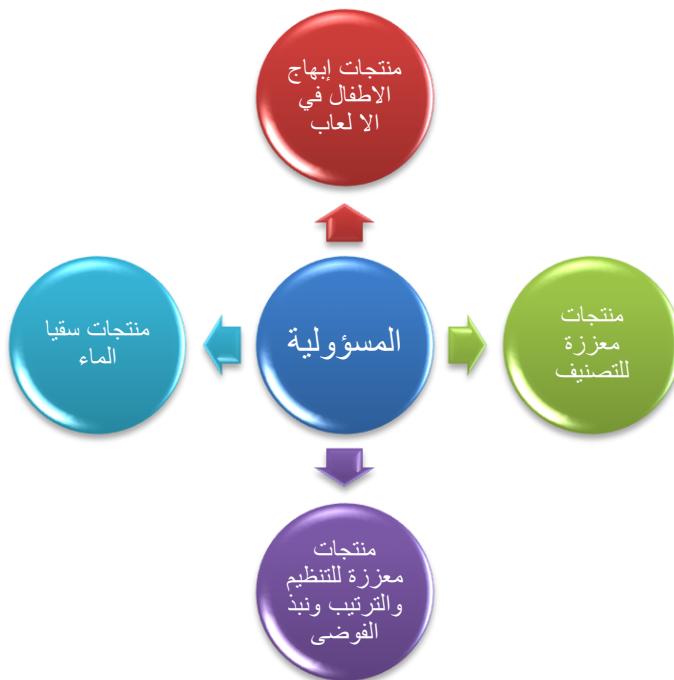
طبقات البرمجة في التعامل مع المشغولات اليدوية:

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

ممارسات طبقات البرمجة للقيم:

- 1- مسار القيمة
- 2- تفعيل الحواس
- 3- المدى الزمني
- 4- تحويل القيمة لمنتج
- 5- إين إذنك يا جى
- 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 والليونه وهو ما يبرمح للتراحم وللين الجانب، وروائحة الفواحة، وهو ما يعزز للصداقة والقرب، والتشكيلات المختلفة التي تأخذ أشكال الورود، والاطعمة، والألعاب الأطفال، والهدايا وغيرها ومع كل شكل فيها ما يعزز لقيمة.

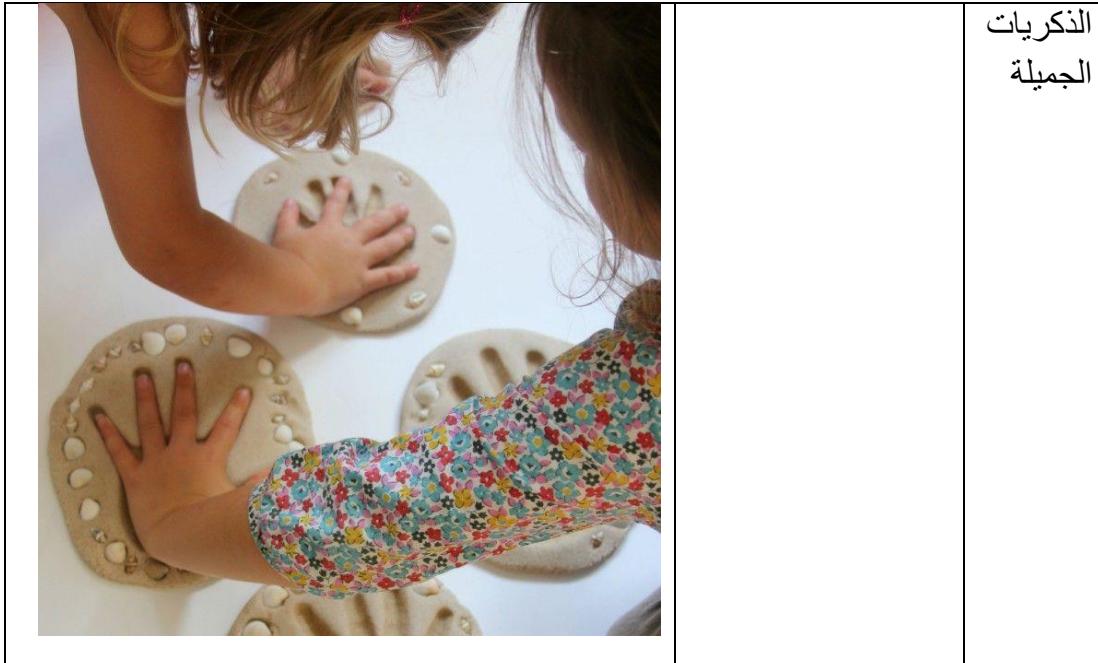
ومع مسار المدى الزمني في التصنيع والتشكيل، ومع استحضار دافع التصنيع، طالع قائمة الدوافع في مؤلفنا "تفعيل القيم وممارستها"، تتم عملية البرمجة لقيمة، فإن كانت المشغولة ستقدم كهدية، فدافعها روحي *spiritual motivation*، وإن كانت لسد حاجة منزلية فدافعها الطرف المحيط *circumstances motivation* وهكذا.

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

نموذج	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	القيم
	الطين	1
	شرب ماء زلال	المسؤولية
	كافة العناصر طبيعية خلال من الشوائب	الصدق
	مع الطبيعة	الناغم
	شرب ماء بارد	الترابم
	للزراعة	التازر

	<p>سقيا الماء للطير</p>	
	<p>سكن للطير</p>	<p>الاطمئنان</p>
	<p>فنون الزخرفة</p>	<p>ممارسة الجمال</p>

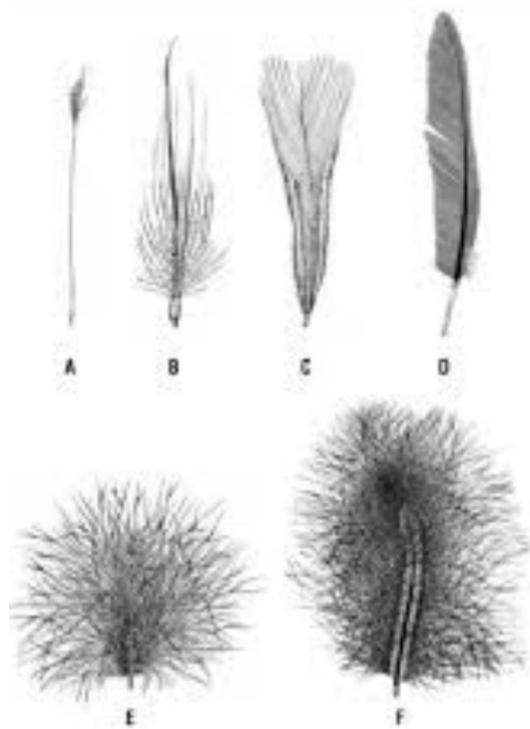
	لعب الاطفال	الابهاج
	عبر أساليب التشكيل	اللين



الذكريات  
الجميلة

نموذج	نوع المشغولات اليدوية والقيمة	القيم
	الريش	2
		الجمال

الابداع  
في خلق  
الله



الناغم



الترابم

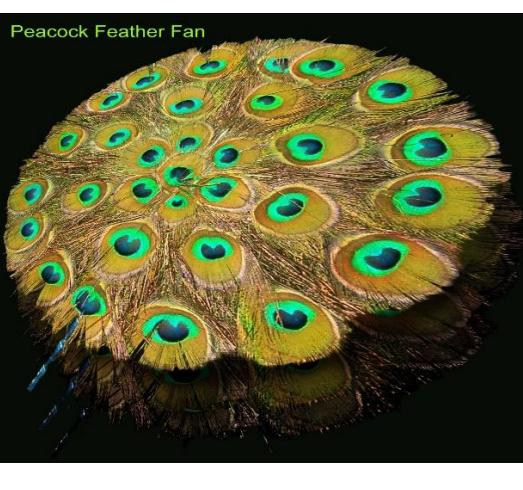




السترة



المازورة

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



نماذج	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	القيم
قشور البيض	3	
	في المزاوجة فيما بين المواد	<b>التكامل</b>



تحفيز العمليات العقلية  
في تشكيل موضوعات  
اللوح الفنية

تحفيز  
الخيال  
والتأمل



الزراعة



الرسائل  
المحفزة



في الحفر الدقيق  
والمتأنى

الصبر

الابهاج للأطفال



المحبة عبر تقديم الهدايا



 	<p>عبر مهرجان من الألوان و اختيارات متعددة لها</p>	<p>الطلقة والابداع</p>
	<p>الجمال</p>	

نموذج	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	القيم
	<b>الصابون</b>	4
	فالرائحة العطرية تعزز لقيمة النظافة	تفعيل حاسة الشم
	عبر أساليب الاهداء	المحبة
	عبر التنوع الثقافي للشعوب	التعايش



عبر مزج العناصر  
على تنويعها لتشكيل  
عجينة الصابون

التكامل



في التصميم والتشكيل

الجمال

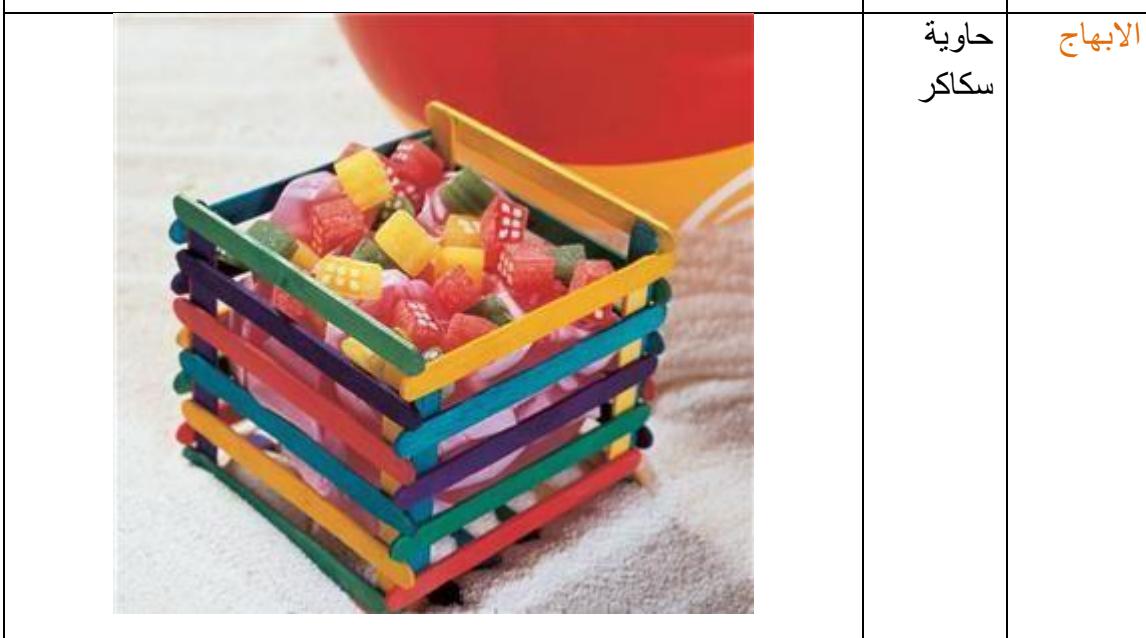
	<p>عبر استهداف شخص بعينه للإهادء</p>	<p>الخصيص</p>
		
	<p>بما يعزز لمستحضرات طبيعية خالية من المواد الكيميائية</p>	<p>النقاء</p>

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

	السكن	الاطمئنان
	النور	الهداية



المقعد الاسترخاء



الابهاج حاوية سكاكر

	<p>سقيا ماء الطيور</p>	<p>الترابم</p>
	<p>لبعب الاطفال</p>	<p>الابهاج</p>

	<p>الهدايا</p>	<p>التحاب</p>
--	----------------	---------------

نموذج	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	القيم
	<b>الحصى</b>	6
	عبر أسلوب إضفاء الألوان	<b>الجمال</b>

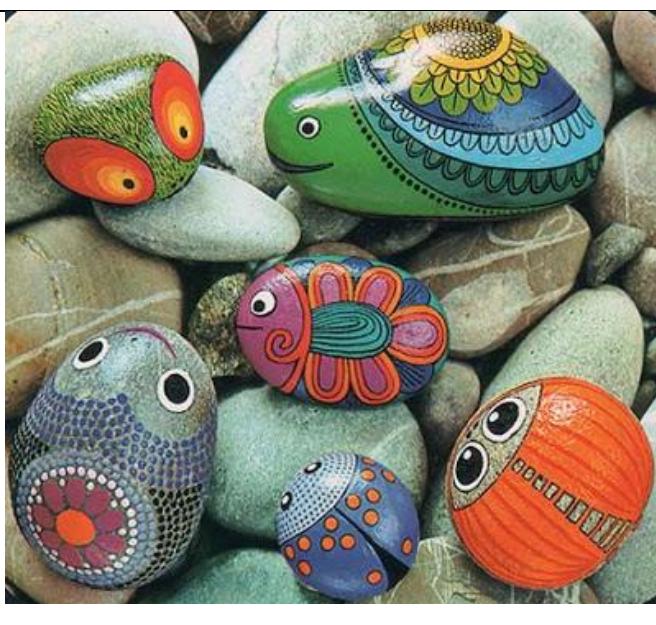


الابداع



الحياة  
كميص

الحديمية

	<p>حر كريم</p>	<p>الفضيل</p>
	<p>للاطفال</p>	<p>الابهاج</p>
	<p>حاويات المزرعوا ت</p>	<p>المازوة</p>



الاطمئن  
ان  
للحيوان  
السكن



التراب

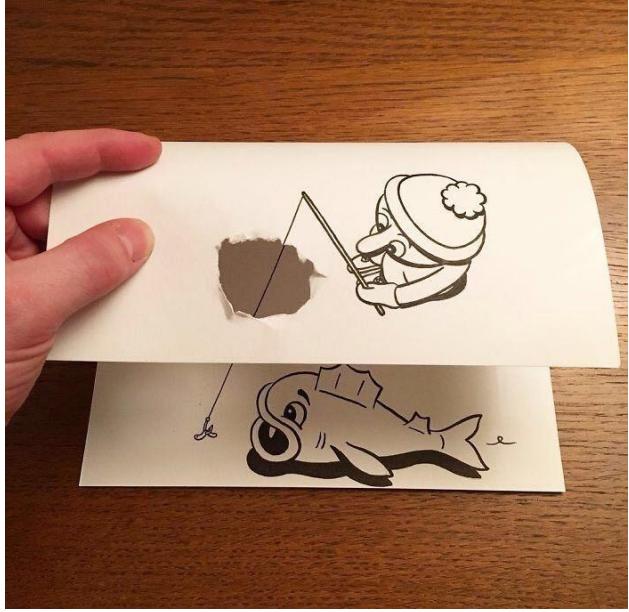
	خرائط	الهدية
	مزاوجة بين مجموعة عناصر	تحفيز العقل في التأمل والابداع
		



التبسيح

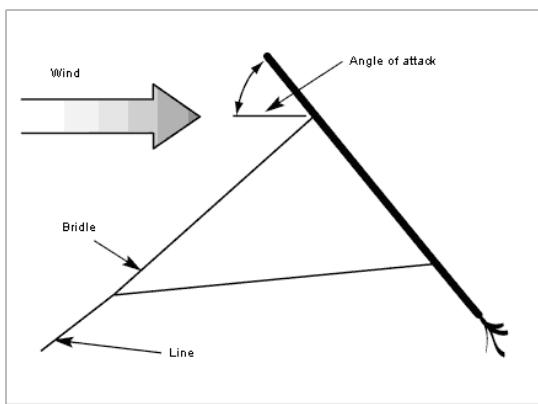
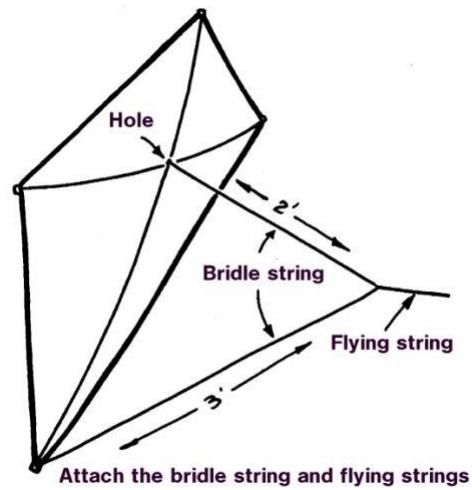


التكامل

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

التحليق

طائرات  
ورقية

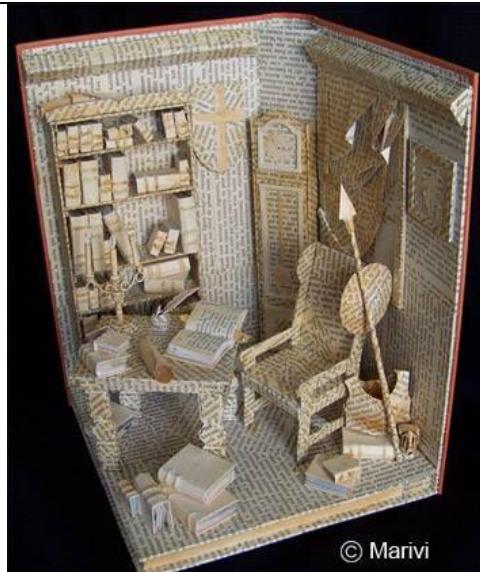


تفعيل  
الخيال



التحلية  
تنوع  
الأفكار  
تجعلك  
تحلق  
كالفراشة





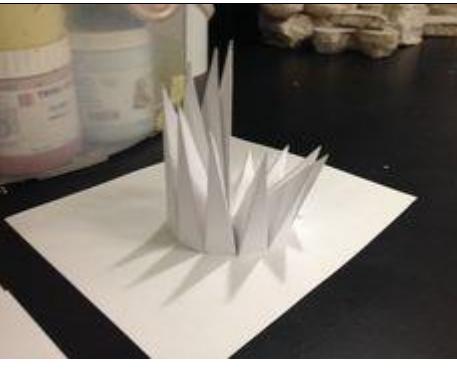
الشعور  
بالأمان  
مع كثرة  
الاطلاع

اقرأ



مصابح  
للأنارة

الهدایة

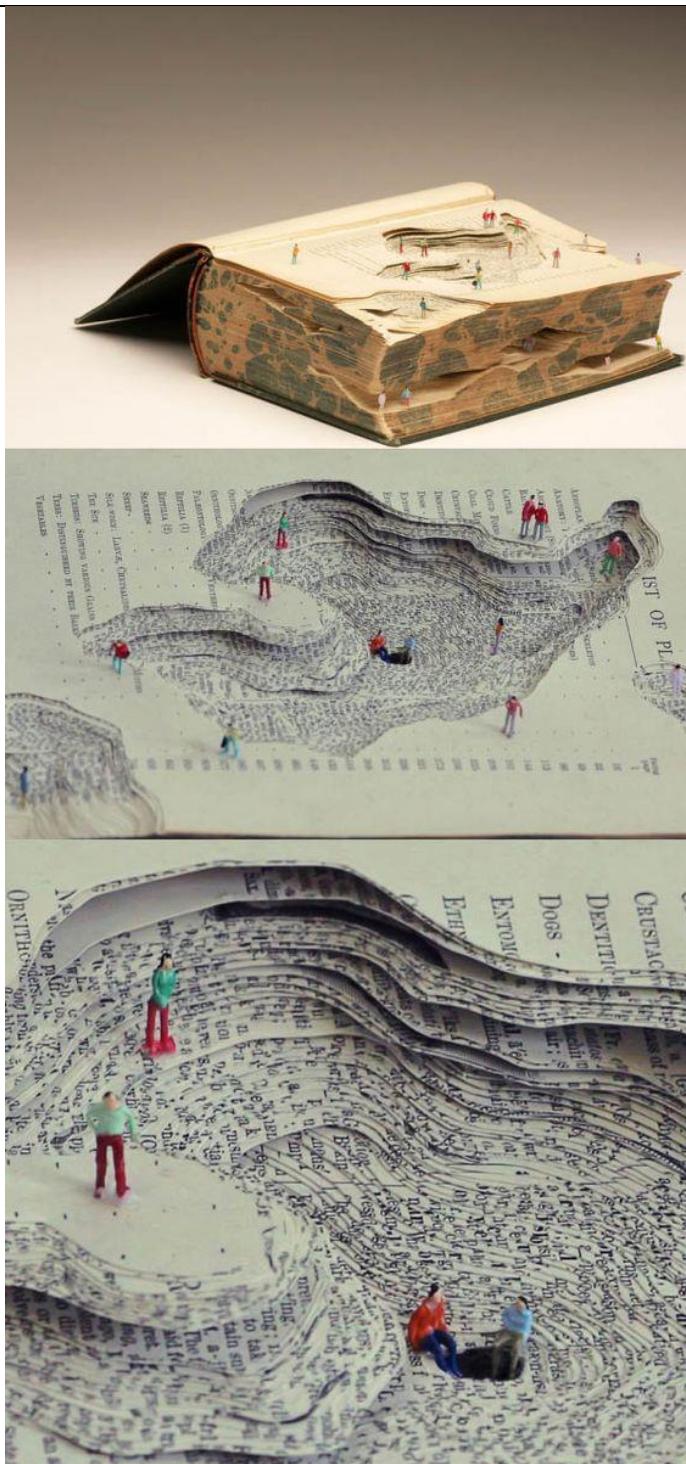
	<p>رحلة الاستكشاف</p>
	<p>طبقات البرمجة ومستوى اتها</p>
	<p>هندسة العقل المعمارية الورقية</p>



لعبة  
الاطفال

الابهاج

مهارات  
الحوار



انسيابية  
العلاقات



خاتم التميز



الابراج

مدن  
الاطفال



نموذج	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	القيم
	البلاستيك	8
	لعبة الاطفال	الابهاج
		



أباجورة  
مصابح  
الاضياء

الهدية



الحفظ





الجمال

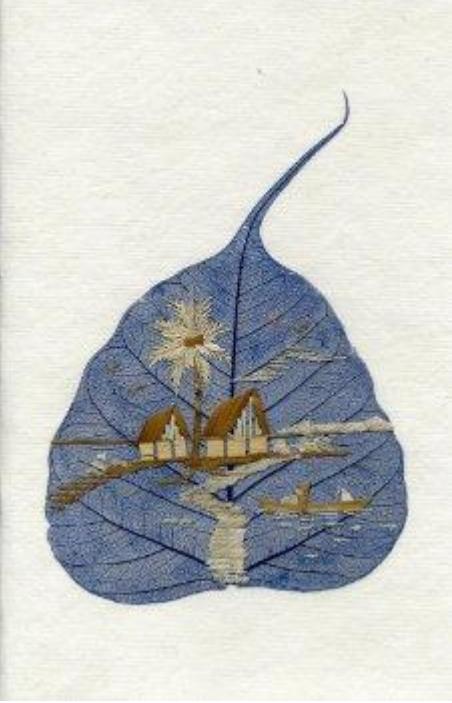
			الحفظ
		حاويات المزروعة	ت
		إعادة التشكيل	الابهاج



إعادة  
التشكيل



الجمال

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



السكن  
الطمأنينة



الدقة  
والصبر



التحول





الاهداء

الدقة  
والصبر



العروق  
تبين شبكة  
تواصل  
الماء بين  
أجزاء  
النبات

التواصل

دفء  
العلاقات



الأثر  
الطيب



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



الابهاج  
شخصي  
ات  
للاطفال



صناعة  
الورود

الزينة



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

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

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

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



نموذج	نوع المشغولة اليدوية والمقدمة	القيم
المعادن	إعادة تشكيل شوك الاكل بتوظيفها لمهام مختلفة	12
	توظيف	



للزينة



الحجر  
الكريم

الحفظ



الابداع

	<p>المعلقة تحفة فنية</p> <p>إعادة التشكيل</p>
	

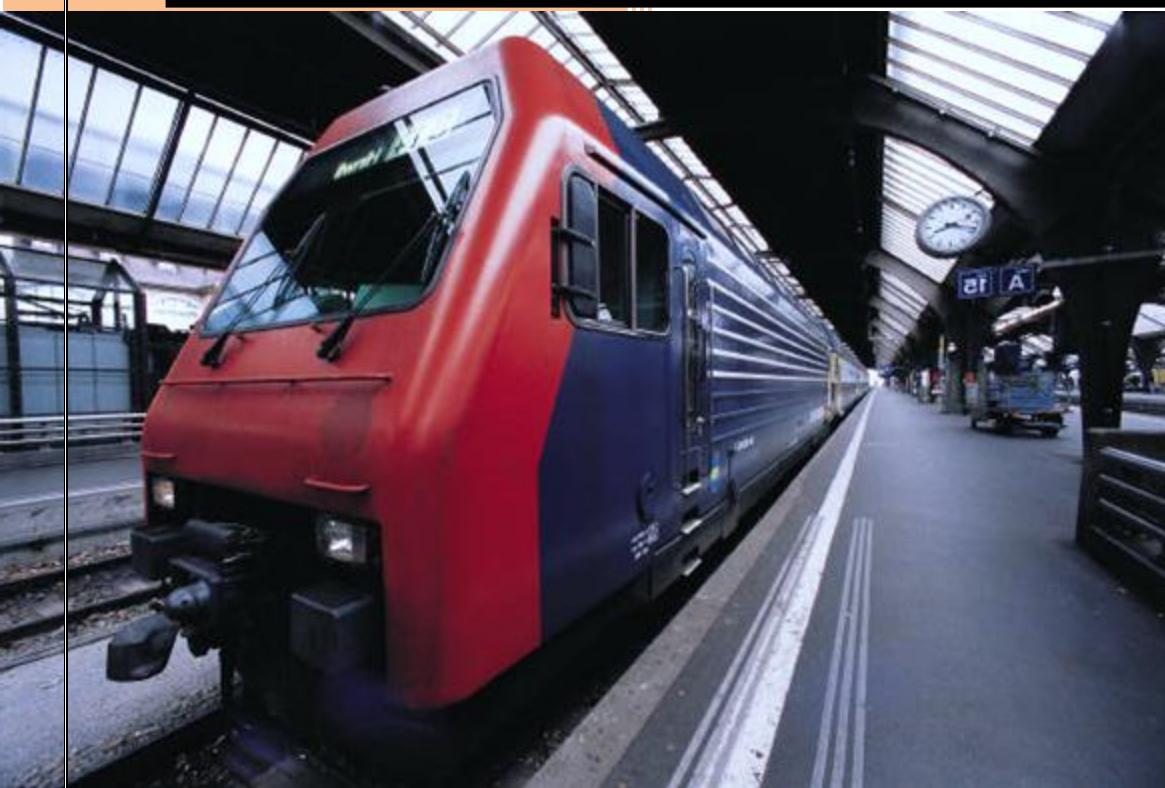
نموذج	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	القيم
	خيوط وخرز	13
	إعادة تشكيل شوك الأكل بتوظيفها لمهام مختلفة	توظيف
		للزينة
	هدايا	المحبة

		
	<p>قوالب قماشية لحفظ الأشياء</p>	<p><b>الحفظ</b></p>
	<p>تعزيز البرمجة عبر مد الزمن في حياكة قطعة القماش</p>	<p><b>المدى بالزمني والصبر</b></p>

<p>للكتب</p>  <p>glia sporgenti aggronate, come se ti l'dare la vita per la sua donna. A vo ndo il bisogno d'un po' di attenzione, llora Angelica si voltava a sorridergli e, io spianato, un luccichio negli occhi. se in parole, Tigre aveva la netta impressione le donne fossero più energiche e interessanti lla Bianca e Alloro come sole eccezioni. Di eva la sua casa con il marito e i figli, ma, essendo immine sull'isola, spesso due donne vivevano . Era questo il caso della signora Rododendro, rentemente felice ménage con il signor Ombra più giovane di lei che si chiamava Calendola tavia Rododendro, che aveva superato da un tempo la giovinezza messo gli occhi su uno dei</p>	 <p>occhi. Tigre si rese conto ra tornato al Lago della teria. Con un brivido del scere e ad amare. Quello era il punto più magnifica. Dovunque, tra gli alberi e le colline ra lo scintillio dell'acqua. A sud il mare era choline grigie delle rocce dense, perché Tigre oschia abbronzata della densa sbordamento, tico di luce. Con faccia dell'astro, eggi sulla faccia passava mentre una lancia dell'astro ava cadendo nel bosco, i ritirarsi. Una voce verrebbero</p>
<p>الابهاج الاطفال</p> 	<p>لعب</p>

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

# نماذج من أنماط البناء للقيم



د. زهير منصور المزیدي

المؤسسة العربية للفيـم المـجـتمـعـيـة

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

[Zumord123@gmail.com](mailto: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 والزعزعة للقيم، فهي تعمد لغرس السلوكيات السالبة عبر ما أساليب الاستهواء والشغف الذي تتطلع إليه النفوس الضالة.

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

منطلقين مما يؤثر في سلوكيات الإنسان وتدفعه لتبني خلق دون آخر، ونمط حياة دون آخر، السلوكيات التي تتأثر عبر أساليب من البرمجة تتعرض إليها حواس الإنسان ودماغه، ليتمثل، وهي كما أشرنا إليها في مؤلف سابق بعنوان "تفعيل القيم وممارستها"، والتي تبدأ برسم مسار القيمة، لنتعرض بعد ذلك لرزمة متعددة الطبقات في برمجة القيمة الواحدة، وعليه جاءت نماذجنا كي تكون بمثابة تطبيقات عملية عن تلك الطبقات في برمجة القيمة عبر تأمينها كمعلومة أولاً، فموقف ثانياً، فسلوك أخيراً، وفيما يلي بيان بذلك.

بيان بالنماذج ونوع البرمجة الطبقية التي اعتمد عليها

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

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

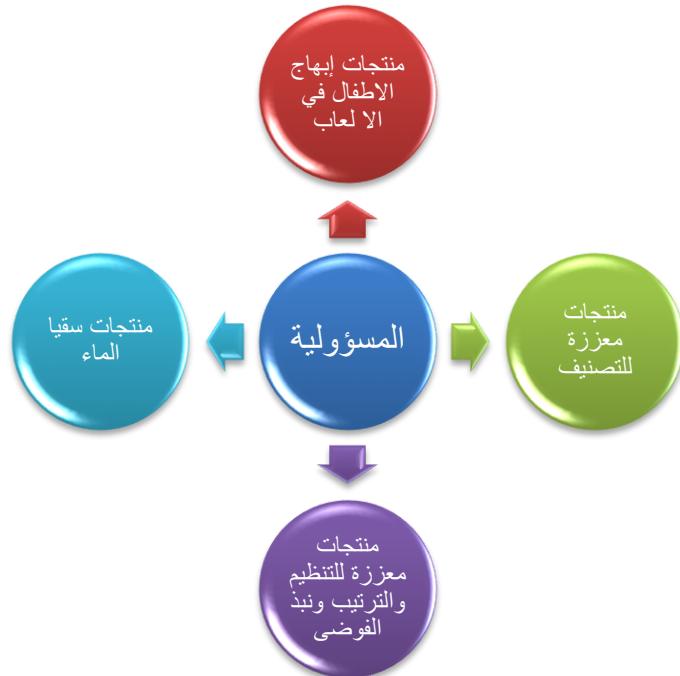
### **أولاً: المشغولات اليدوية**

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

#### **مسارات طبقات البرمجة للقيم**

- 8- مسار القيمة
- 9- تفعيل الحواس
- 10- المدى الزمني
- 11- تحويل القيمة لمنتج
- 12- ابن إدراك 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، كمجال في المشغولات اليدوية، يعتمد في الملمس الانسيابية والليونة وهو ما يبرمج للترابم وللين الجانب، وروائحه الفواحة، وهو ما يعزز للصدقة والقرب، والتشكيلات المختلفة التي تأخذ أشكال الورود، والاطعمة، وألعاب الأطفال، والهدايا وغيرها مع 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، دافعها روحي *spiritual motivation*، وإن كانت لسد حاجة منزلية دافعها الظرف المحيط *circumstances motivation* وهكذا.

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

نموذج	نوع المشغولة اليدوية والقيمة	القيم

 	<b>البلاستيك</b> <b>الابهاج</b>	<b>8</b>
---	------------------------------------	----------

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.

### ثانياً: حاويات تصنيف نوع القمامه

ذلك أن النمط الذي كان سائداً 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

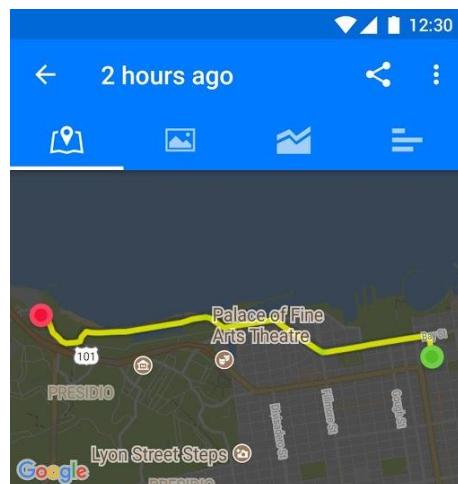
النط کي يتم وضعها في أكياس کي يتم تجميعها في حاويات خارج المنزل، ثم جاءت مسألة تدوير النفايات، فظهرت حاويات تطلب منك تصنیف المخلفات الى ورقية و بلاستيكية و زجاجية و معدنية وهكذا، کي يكون المواطن عبر هذا السلوك، مساهما في عملية الحفاظ على البيئة عبر عمليات التدوير.



فهذا المثال يعتبر نموذجا صالحا في دفع المواطن للامتثال للسلوك الذي نتطلع اليه، وعلى ضوء ذلك، يمكننا التفكير بنماذج أخرى تدفع فيها المواطن لسلوكيات تحفظ المجتمع من الآفات على تنوعها، کي تضحي 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 الصوات الخمس، وبرامج تعزز للصحة في مثل عدد الاميل التي قطعتها يومياً مثياً على الاقدام لحثك على ممارسة المشي، أو التذكير بشرب أربعة لترات من الماء بشكل يومي، وهكذا.



Running, San Francisco

4.72      00:25:10      255  
Distance (km)      Duration      Calories

 Avg. Pace      05:20 min/km

 Avg. Speed      11.2 kph

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 لعملائها.

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 لأنشطة القيمية التي من الممكن ممارستها عبر نوادي تابعة لمؤسسات التعليم، أو تلك التابعة لمؤسسات المجتمع المدني.

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

#### أنشطة للمرحلة العمرية 9-7 سنوات

إن كافة الأنشطة المزاولة في النادي يجب أن يكون محورها "القيم" أو "المفاهيم" ، أو ما يعزز أدوات منهج "تفعيل القيم ومارستها" 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 إستحداها أو إستلهاها من أنشطة سابقة تقليدية ، ببقي الدور الرئيس للموجه الا وهو إعادة صياغة النشاط بما يعزز ما أشرنا إليه من "قيم" و "مفاهيم" حيث أن "المفهوم" يعني أن تتعرف على دوائر التشابه التي تمضي وفق قاعدة فيما بين (الأشياء، المشاهدات ، الاحاديث) 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

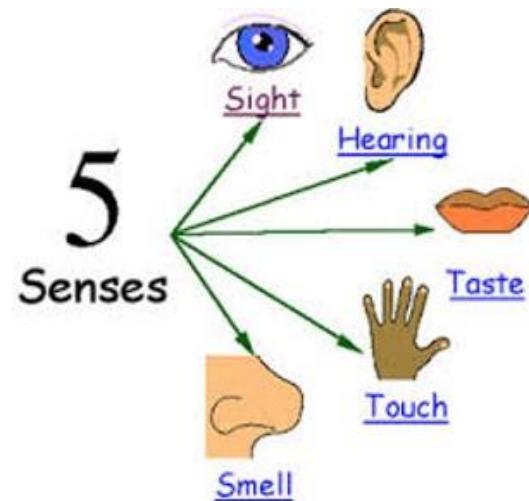
2- ألوان شمعية

- ممحة

- مقص

- مسطره

- الخ



فيتم تفعيل الحواس من أجل التوصل للمفهوم،

- فيطلب من كل طالب أن يدخل يده ويتعرف على خصائص تلك الأشياء 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 الأشياء التي تم معاينتها باللمس

## التمرين 2: تصنیف الأشياء

- وعملية التصنیف تعتبر بحد ذاتها خطوة نحو إدراك "المفهوم"
  - وهنا نعمد إلى تقسيم الطلبة إلى مجاميع، ويتم منح كل مجموعه كيساً يوضع به من 8-10 قطع من الأشياء، ونموذج لرصد النتیجة.
  - يأخذ في كل مره الطالب من الكيس قطعة ويتعرف على قابلیتها للطي
  - القطع في الكيس يجب أن تصنف إلى قسمین (قابلة للطي، وغير قابلة للطي)
  - أما القطع المرشحة لإدخالها في الكيس فهي :
- 1- عود اسطواني مفرغ
- 2- أعواد أسنان
- 3- ورقه
- 4- قلم
- 5- فویل قصدير
- 6- قطعة قماش
- 7- ماسك شعر

يتم رصد النتائج في نموذج كالتالي:

غير قابل للطي	قابل للطي	القطعة

### التمرين 3: تصنیف ثلاثي

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

٠ من الممكن زيادة دروب التصنيف كي تصب في خانات ثلاثة، في مثل :

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

#### تمرين 4: لا مبرر بعدم العطاء

إن الأشياء من حولنا تتألف مع الظروف المحيطة بها مهما قست كي تمنحنا مع كل ظرف عطاء.

ذلك ”الماء“ على سبيل المثال، فنعد إلى تجربة ، يضع فيها كل طالب إناءين مجوفين ، الأول 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:

١- الشرب ... هل يسهل شرب الماء إن كان صلبا؟

٢- الحفظ ... هل يمكننا حفظ اللحوم الطازجة بالماء؟

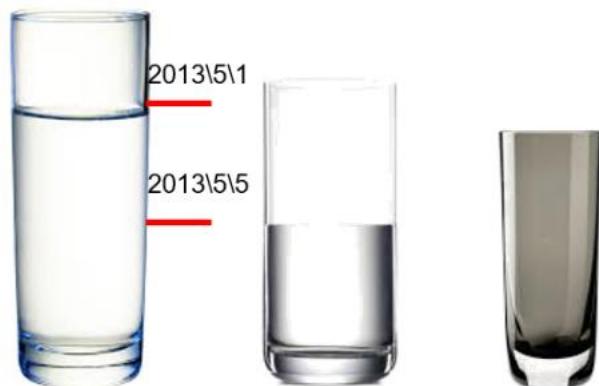
٣- ماذا لو وصلت درجة حرارة الجو من حولنا لما دون الصفر، فهل سيتجمد الماء في عيوننا، وعروقنا؟

٤- ماذا لو كان الثلج أكبر وزنا من الماء فما مصير السمك في البحار؟

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

## تمرين 5: ملاحظة التحولات المجتمعية

- هذا التمرين يساعد الطلبة في التعرف على صورة مبسطة لأليات التحول في المجتمعات.
- والتمرين يبدأ بأن يعمد الطلبة إلى ملئ أكواب شفافة بالماء
- يتم وضع إشارة في المستوى الذي يظهر فيه الماء مع إدراج التاريخ.
- بعد يوم يتم ملاحظة المدي الذي انخفض فيه مستوى الماء، وهو نتيجة طبيعية لعملية التبخر التي يتعرض إليها 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 أجلأخذ الحيطه.
- مثال للتحولات:
- 1- ممارسة رياضة المشي
- 2- البدانة
- 3- ...الخ



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

4- ...وهكذا.

#### تمرين 6: لا شيء مستحيل

- هذا التمرين، يسهم في إعادة برمجة فناعات الطالب الذي استسلم لا داعه 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.



وأجعل الطلبة يعملون تفكيرهم ويجتهدون في التوصل إلى حل، ثم ، بين لهم بأن الامر يحتاج إلى شيئين 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" لدى 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 الآيقادات المحمولة بالرسائل التي تحيط بنا .
- يحتاج المدرس هنا لتأمين المواد التالية:
  - 1- علاق ملابس من معدن
  - 2- سلك معدني حلزوني الشكل
  - 3- كوبين من ورق مقوى
  - 4- شوكة أكل
  - 5- ملعقة أكل



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



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



#### تمررين 8: إلى أين سينتج؟

- هذا التمررين، يبين كيف أن كافة الأحياء من حولنا سواء طيور أو حيوان أو حتى نبات أنها تشعر ولديها مطالب، لذا علينا أن نتعهدها بالرعاية المناسبة تحقيقاً لمفهوم ”الأمانة“ التي استودعها الله سبحانه لبني الإنسان .
- المتطلبات:

1- صندوق من ورق مقوى



2- بذرة نباتية

3- وعاء يوضع فيه قطن وماء

4- يوضع الاناء الذي فيه البذرة داخل الصندوق

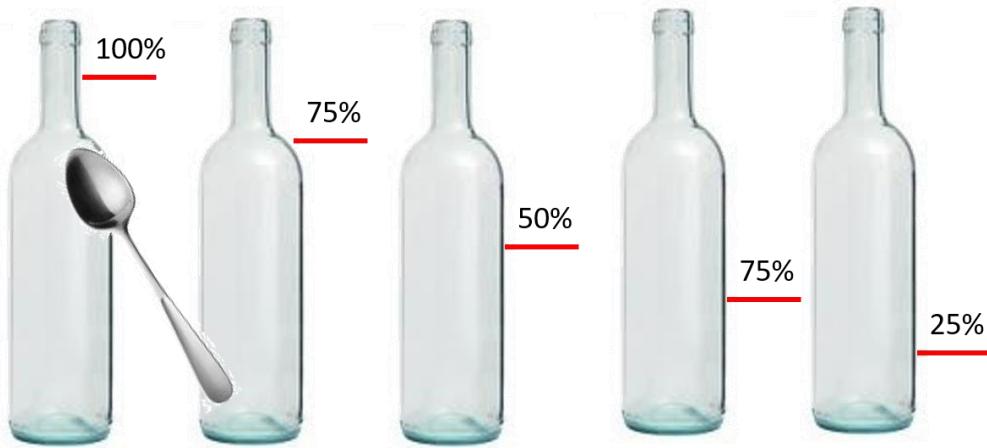
5- يعمد إلى فتح شباك صغير في جانب الصندوق

- 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 مثلاً 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
- يعرف 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 ثلاثة قناني ملئى بالماء ، مع ثلاثة زهارات من نوع القرنفل وذات اللون الأبيض
- هنا مجال لشرح درس في العلوم حيال أهمية الماء للنبات على سبيل المثال ، ولكن الذي نريد أن نوجه فكر الطالب إليه هو بأن يقوم بما يلي :



- 1- يتم وضع لون معين مختلف في كل قنينه 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"الصحبة" ودور ذلك وأثره في تشكيل فكر وسلوكيات الإنسان ، مثلاً تشكلت الزهرة باللون الذي وضعت فيه .
- 4- وهو ما يعزز دور مستوى الرعاية ونتائجها.



### أنشطة نوادي قيم المدارس المرحلة 12-8

- مجموعة الأنشطة التالية تهدف إلى:

  - 1- أن نبين لمرشد النادي أهمية النشاط وحيويته تتبع من فكرته وليس بالضرورة بتعدد الأدوات المستخدمة فيه، فمحدوية الأدوات لا تعني أننا أمام عائق نحو تفعيل الأنشطة .
  - 2- أن نقدم للمرشد نموذجا حيويا نعزز من خلاله «القيم» بشكل غير مسبوق وقدر 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 او لوح للكتابة عليه

**قائمة الكلمات:**

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

(ب)	1	2	3	4	5	6
1	نعايس	برنفال	زرارة	وسادة	شمعة	إسمنت
2	مبرأة	كاشف	ضفدع	وسام	صدر	سماء
3	حديد	ورقة	صدر	طاووس	مسمار	غيموم
4	ضوء	ماء	حقيقة	شطة	قبعة	هاتف

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

(٤)	1	2	3	4	5	6
1	حجر	مزهريه	شبكة	مصيده	ضمان	عضلة
2	كتاب	مفتاح	عام	فيلم	طابع	فم
3	حسان	جاسوس	قرص	سعال	هضبه	سلة
4	طاوله	قهوة	سمك	غابه	سلطة	ليل
5	قلم	عطر	حبة	قمامه	علامة	باب
6	سرير	عسل	عصير	عنوان	تجارة	حقيقة

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

	1	2	3	4	5	6
1	احترام	توبه	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	إجتهداد	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 « مزهريّة » ، « فرّص » ، « سلطة » من قائمة الكلمات ، ووقع الاختيار على قيمة « السلام » من قائمة القيم .

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

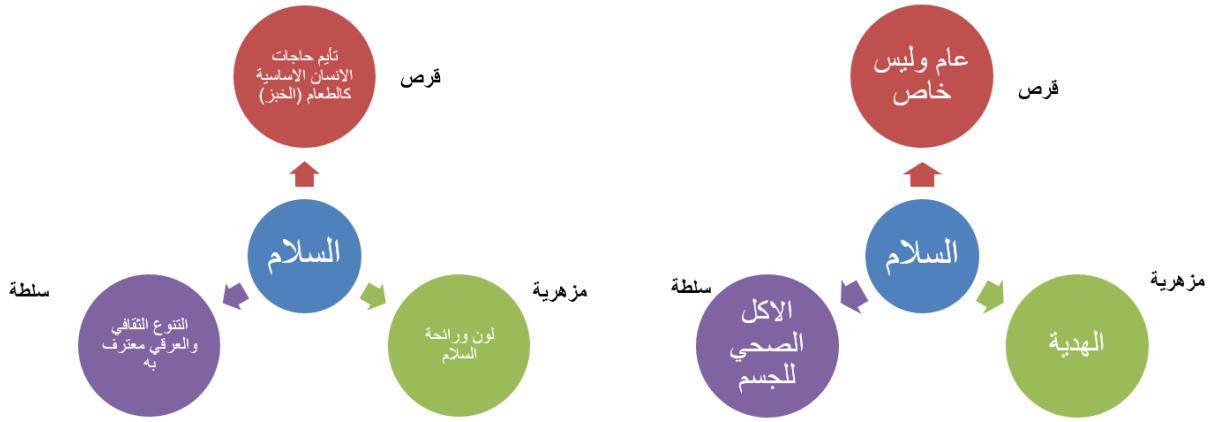
- كلمة «المزهريّة» وقيمة «السلام» أولاً ثم
- كلمة «الفرّص» وقيمة «السلام» ثانياً ثم
- كلمة «السلطة» وقيمة «السلام» ثالثاً

3- يعمد 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 «المزهريّة» وقيمة «السلام»، من خلال إهاده باقة زهور ضمن مزهريّة صديق
- وكلمة «الفرّص» وقيمة «السلام»، دائرة الفرّص تفرض أن يعم السلام الأرض كلها وليس بقعة دون بقعة.
- وكلمة «السلطة» وقيمة «السلام»، فأكل السلطة العنيفة بالألياف تعزز بنية سليمة للجسم بعيده عن الامراض بالأخص امراض السرطان
- 3- يعمد مرشد النادي لرسم مساراً للقيمة بناء على إفادات الفريقين



### إفادة الفريق الثاني

### إفادة الفريق الاول

- الايقاع وأسلوب التفكير:
- يلاحظ كيف أن اسلوب التفكير يتشكل بتنوع الزوايا الخاصة بالطرح، فالمزهيرية استخدمت مرة كهدية ومرة كمعزز للحواس لاستشعار قيمة السلام
- والقرص تم التعاطي معه كمادة معبرة عن حاجة اساسية كالطعام ومرة كمفهوم، وكذلك مع الكلمة السلطة مره كطعام ومرة كتنوع ثقافي وتنوع عرقي.

### تمرين شخذ مسألة الربط

- نعد إلى ذات التمرين السابق، وعوضا عن اختيار كلمة واحدة يتم اختيار كلمتين مع القيمة الواحدة، مثل ذلك:
- حال وقع الاختيار العشوائي على الكلمتين التاليتين، "فيلم" و"قمامنة" ، والقيمة التي تم اختيارها عشوائيا "عزم"
- ف تكون نتائج التمرين على سبيل المثال:

كان لابد من إخراج سكان المنازل المطلة على الشارع بتصوير فيلم عن مدى تماديهم في إلقاء القمامنة دون الالتزام بإلقائها في الحاويات المخصصة لذلك، حاثنهم بالعزم لانتشالها.

- لاحظ هنا شخذ الذهن لدفعه للربط فيما بين ما لا علاقة جامدة بينه أو في مثل "الفيلم" و "القمامنة" حيال قيمة مثل "العزم"
- إن عملية البحث عما يشكل رابطا هو في حد ذاته، يمرن العقل على:
  - أن هناك على الدوام ارتباط فيما بين أي شيء وأي شيء في هذا الكون المحيط بنا
  - الشخذ والارتقاء باستشعار الجانب القيمي الذي يجب أن يفعل مع كل شيء من حولنا.

## تمرين التصنيف

1- يقسم اللاعبون إلى مجموعتين

2- يعمد إلى اختيار مجموعتين من الكلمات ، كل مجموعة مكونة من 6 كلمات عشوائية الاختيار .

3- تعمد كل مجموعة إلى إعادة تشكيل الكلمات على 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 الأولى:

عضلة | ضمان | مصيده  
المجموعة الثانية:

سمك | قهوة | طاولة

حال كان الاختيار العشوائي للقيم هو ”رحمة“، ”البر“

المبرر	رحمة
إن مسألة ضمان الانجاز رحمة	ضمان
اللحوم البيضاء تقى مرضي الكلسترول فهي رحمة	سمك
قدرة العضلة في القبض والبسط رحمة تعزز الانجاز لدى الإنسان	عضلة
المبرر	البر
وضع القهوة على الطاولة ل الكبير السن الذي يعاني من مرض خشونة الركب هو من البر	طاولة

تخليص منزل والديك من القوارض بشراء  
مجموعة من مصائد القوارض هو من البر

ويلاحظ في هذا التمررين 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 .

### تمررين 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 "الأمانة" ، فلا يمكن أن نتصور أن يقوم التاجر ببيع عصير فاسد منتهي الصلاحية.

### تمرين التطوير والتحسين

هناك مجالات عدة لعمليات التطوير والتحسين، والتطوير قد يعني (الكثير أو الصغر) في الحجم أو حل مشكلة ما ،

يبين من خلال اختيار كلمة عشوائية ما يسهم في تطوير أو تحسين شيء ما، حال قيمة يتم اختيارها عشوائيا من قائمة القيم.

• مثال: كلمة "عطر" ، أمام قيمة "زكاة"

أن نحسن من صناعة الجوارب والاحذية بما يجعلها تثبت عطرا زاكيا بدلا من الروائح النتنه بعد ارتدائها، مستوحين تحسين كهذا من عملية الفرك التي تعرض اليها حبات سبحة الكهرب فتبث روائح زكية بفركها .

هذا التمررين، 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 على إثراء ما يمكن التفكير به من مشاريع تعين على ممارسة "الاحسان " و"الانقان" في العمل .

## تمرين استكشاف مواضع الخل

- هذا التمرن يكشف بعد الحوار الذي يتم بين المرشد والطلبة ، أنواع عديدة من مواطن الخل ، ما يستوجب بناء عليه تفعيل لقيم مجتمعية معينة حيال كل قيمة .

- مثال :

- حيال تفشي ظاهرة القاء القيد الدراسي ، فقد يكون الخل من إرتقاع رسوم المدارس التي لا يقوى عليها الوالدين ، أو ضعف القرارات 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 ثلاثة كلمات مختلفة.

- مثال:

- إذا كانت القيم الاربع المختارة هي:

إرادة	ارشاد	عطاء	بساطة
-------	-------	------	-------

والكلمات الاربع المختارة بشكل عشوائي هي :

كتاب
حصان
طاوله
قلم

فإن الكلمات الاربع من الممكن أن تدرج كما يلي :

بساطة	عطاء	ارشاد	إرادة
طاولة	قلم	كتاب	حصان

- والمبرر هو: أن الطاولة من سماتها أن تكون مبسطة، والقلم من سماته العطاء بالكتابة، والكتاب من سماته الارشاد والتوجيه، ويتمتع على الدوام الحصان بالعزيمة والإرادة.
- هذا التمرين، يبين للاعبين كيف أن الأشياء 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 ثانيتين ..وهكذا

5- تعرف من خلال نتائج التمرين على مسار القيمة

هذا التمرين من الممكن إنجازه من خلال الصور أيضا

مثال:

القيمتين المختارتين عشوائيا هما: النصرة والتعاون

الكلمتين المختارتين عشوائيا هما: حقيقة، سرير

التطبيق:

إن سرير جدي لا يدرك حقيقة صنعه إلا الشركة الطبية التي صنعته نصرة للمسنين (لاحظ هنا كيف أن صياغة الجملة جاءت بشكل يسهل إدراجها تحت أي من القيمتين السالفتين )  
ومن الممكن أن يعد 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 متناقضًا حيال أي قيمة من القيم الثلاث المختارة.
- 4- بين تفسيرك لهذا التناقض.

مثال : اذا كانت الكلمات المختارة عشوائيا هي:

جاسوس	مفتاح	سعال	هضبة
-------	-------	------	------

والقيم المختارة عشوائيا هي:

ارشاد
نظافة
اجتهاد

فإن حل مفترض قد يكون كما يلي:

الكلمتين المتناقضتين هما (هضبة، ومن سماتها الارتفاع والعلو والظهور)

والجاسوس، ومن صفاته التخفي وعدم الظهور)

أما القيمة المحورية فهي (الارشاد) فقيمة الارشاد تجنبك المزالقات التي تكون في العادة مخفية وتحميك فرصة للظهور بشكل رشيد نظيف.

أما مع الكلمتين التاليتين وهما (مفتاح وسعال):

فلاحظ 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 سالفة الاختيار

مثال:

إذا كانت القيم المختارة عشوائياً هي:

محبة - مسؤولية - صدق - تسامح - تعاون

والكلمة المختارة «غابة» فيكون الحل كما يلي:

المحبة غابة من الأخضرار 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 مبررها فيما بين الكلمتين والقيمة المختارة

مثال:

حال كانت الكلمتين: حصاة، 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 المنتشرة لإحداث فعل الاحتراق .

يهدف التمرين السابق لتبيان أن ثمة 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 معايراً في فهم القيمة

1- اعتمد قيمة عشوائية من قائمة القيم

2- اختر ثلاثة كلمات عشوائية من قائمة الكلمات

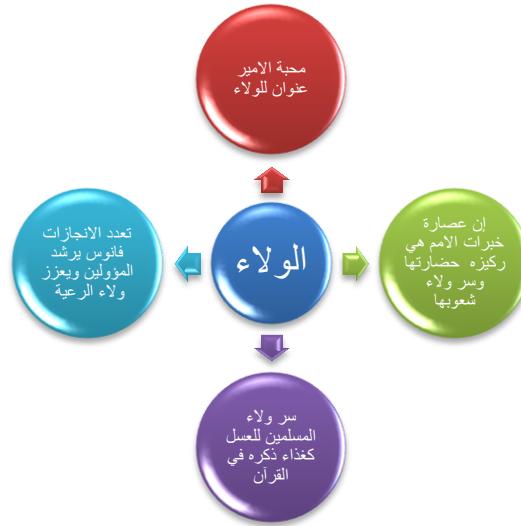
3- اعد إلى رسم مساراً للقيمة، مع كل كلمة من خلال ما يبرر علاقتها معها .

مثال:

إذا كانت القيمة المختارة هي "الولاء"

وإذا كانت الكلمات الثلاث المختارة:

فانوس	عسل	عصير	عنوان
-------	-----	------	-------



لاحظ كيف أن القيمة أخذت مسارا 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 مسارا لأي قيمة اعمد إلى قائمة من الكلمات العشوائية لرسم مسارا لها.
- إن لكل كلمة حظ في أي قيمة تختار، ولكلمة 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 صورا وأشكالا .
- 3- هل تمنحك تلك الصور والأشكال ”مفهوما“ معينا .

مثال:

حال كانت الكلمات: ضغط، صرخ ، 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 = الماس
موت الانسان ، وكل كائن حي	الالم تعبير بالاحساس عن الصراخ	ب = ارتفاع 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 تنوّعت مفهوم واحد يغديه ويسيره.

## تمرين نقاط التشابه

1- اختر مجموعة من الكلمات العشوائية

2- لكل كلمة من تلك الكلمات اقترح اسم حيوان (طائر ، حشره ، ثديي ، من غير الانسان )

3- وضح مبرر التشابه

4- حال كانت الكلمة العشوائية اسم لحيوان اعمد إلى كلمة بديله.

مثال:

فإذا كانت الاختيارات في،

برتقال	زرار	وسادة	شمعة
--------	------	-------	------

فإن اسماء الحيوانات المقترحة هي:

نحلة	فراشة	قطة	ذبابة
------	-------	-----	-------

فالذباب يحب الطيران نحو مصدر الضوء، والقطط تحب الجلوس على وسائد، والفراشة هي بمثابة وسام على الصدر لجمال جناحيها، والنحل يرشف من ورد البرتقال لإنتاج العسل.

تكمّن فائدة هذا التمرين في:

1- توسيعة مدارك اللاعبين حيال ما يشكل نقاط تشابه أو التقاء، وإدراك نقاط التشابه هي المرحلة التي تسبق مرحلة الكشف عن قاعدة يخضع إليها هذا التشابه في عملية إدراك "المفهوم" .

2- من خلال الحوار سيدرك اللاعبون من أن أدمعتهم 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 ثلاثة 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:

كوب	ماء	مسمار
-----	-----	-------

فالمسمار يفقد صفتة إذا فقد الحدية  
والماء يفقد صفتة إذا فقد صفة الشرب  
والكوب يفقد صفتة اذا فقد صفة الحمل  
غير أن المسماط لن يفقد وظيفته اذا لم يصنع من الحديد، والماء لن يفقد صفتة اذا كان صلبا (ثلج)،  
والكوب لن يفقد صفتة اذا أخذ الوانا مختلفة

فالتمرین 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 عادها موصفات ثانوية يمكن الاستغناء عنها أو بالإضافة إليها وتطويرها.
- 3- تميز تلك الأشياء بصفات محددة يمكن اعتباره بمثابة "المفهوم" الذي يجب المحافظة عليه ، وما عاده يعتبر منتجات تابعة لذات المفهوم "راجع مؤلفنا "تحويل القيم والمفاهيم إلى منتجات" .

### تمرین قوّة التأثير

- 1- اختر قيمة ما بشكل عشوائي
- 2- اختر خمس كلمات بشكل عشوائي
- 3- بين كيف أن كل كلمة تم اختيارها لديها قوّة تأثير في منح القيمة المختارة معنا وعمقا في الفهم ومسارا جديدا .

مثال:

لتكن القيمة المختاراة "الصدق"

لتكن الكلمات المختاراة عشوائياً :

كاشف	ضفدع	وسام	صدر	سماء
------	------	------	-----	------

- ممارسة الصدق ترفعك في عيون الناس نحو السماء
- وتكون في الصداراة على الدوام في أذهان الناس عندما يذكرون الصدق
- ممارسة الصدق وسام يرفع الانسان درجات يوم الحساب
- لا يكيل الصادق بمكاييلين ولا يقفز كالضفدع في عرض الحقيقة بل تكون أقواله على الدوام مستقيمة دون مراوغة أو تضليل
- الصادق يكشف الحقائق والمراوغ يخدع

لقد وضح التمرين السابق الاضافة والتأثير الذي تمنحه الكلمة في تعميق معنى القيمة، ذلك أن للتأثير صور عده 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" مثل "رباطة المسؤولية " أو "ربطة 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 ضمني "غير مباشر".

الطلبة يعشقون الماراتونات بأنواعها، فمن أجل "جذب" أكبر شريحة ممكنته من الاعضاء +  
برمجة القيم المراد غرسها ، نعمد الي ما يلي :

## مسابقة الدراجات:



- يتتسابق 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 العضلات (مشاريع عناصرها الاوراق الملونة والالوان والخرز والقمسان والرسومات والبطاقات .. الخ )
- 2- يتم تحويل القيم الى منتجات مؤلف "تحويل القيم الى منتجات"
- 3- اشراك النماذج الناجحة في المسابقة الدولية.

## رابطة "ماراثون السيارات"



- مسابقة سباق السيارات:
- يتتسابق 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 علاقه "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



في الاقتراب .. هلاك

نريد الآن من الطلبة أن يختاروا ما يشكل:

أ- استمرارا 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.





## خامساً- ارتداء الزي الرسمي القومي

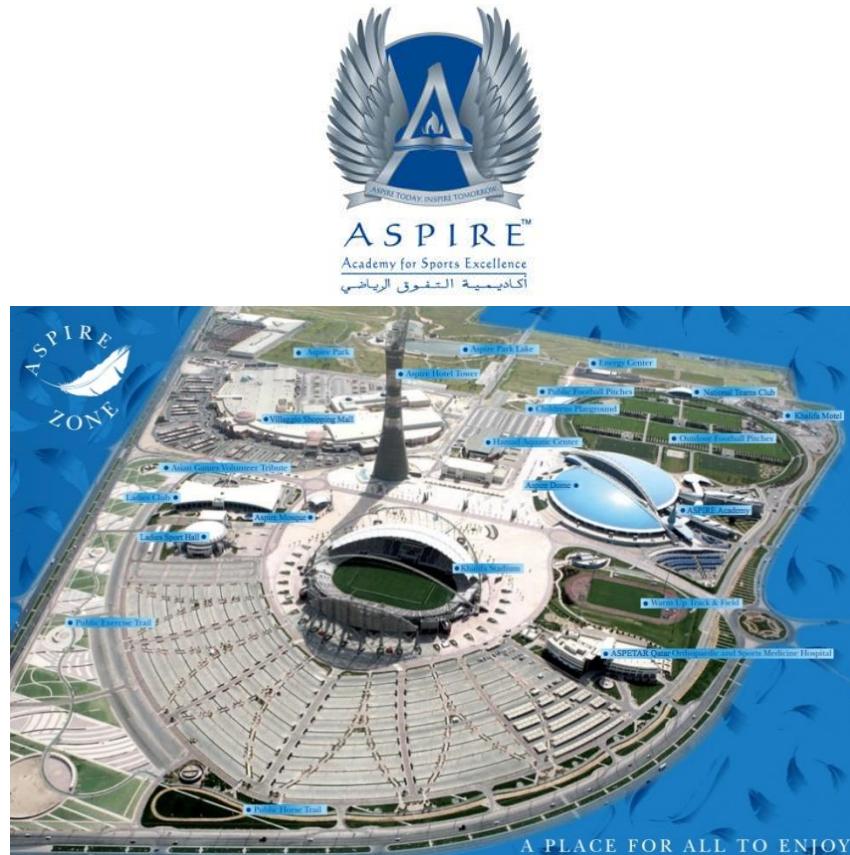


فعبر ارتداء الزي الرسمي القومي، يتم التعزيز لقيم المجتمع والموروث الشعبي الذي يستمد أصوله من الدين الإسلامي، وهو ما نلاحظه في المملكة العربية السعودية وقطر وموريتانيا على سبيل المثال.



الزي الرسمي في مدارس موريتانيا

## سادساً-ممارسة أنواع الرياضات، ونموذج آسپير



تحرص أكاديمية التفوق الرياضي ASPIRE لأن تخرج شباباً محترفاً في الرياضيات وممارسات للقيم في ذات الوقت، لذا نجد المنهج الدراسي للاكاديمية يعتمد منهاجاً إحترافياً في التعزيز للقيم في الجانبين النظري والعملي.

## سابعاً- تحويل المشاعر لمنتجات

### الهدف العام للبرنامج التدريسي:

- التعرف على آلية التخلص من المشاعر السلبية وتحويل المشاعر السلبية إلى 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 التدريسي:

ثمة ثلاثة نظريات حيال مصادر النبض العاطفي التي يمكن تحويلها إلى منتجات وخدمات، حيث أن جميعها يعتمد متغيرين إثنين، الأول ويدعى المثير "Stimuli"، وهو يعني بالمنتج، والثاني يدعى الاهتمام "Concern"، وهو يعني 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 دافعاً للخروج بتصاميم نابضة بالمشاعر أو العواطف، ذلك أن المشاعر السالبة مالم يتم احتواها وفق مسار سليم فقد تتحول نحو مسار مدمر قد ينعكس على الذات أو على محيط الفرد.

لقد أصبحت دائرة النبض العاطفي للمنتجات، محل بحث متعمق في الجامعات الرائدة عالمياً، 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 إستثارة مشاعر الإنسان 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 باقتناه المنتج.

### م الموضوعات 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 تطويقها 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- القطاء
- 4- المرشدون التربويون
- 5- النوادي الاجتماعية
- 6- الامهات وأولياء الأمور

## ثامناً- نادي سبيكة ومريم

رابطة " سبيكة ومريم " للبنات



• في هذه الرابطة لبنات الابتدائي، تغذى في العضوات:

1- الحنان، الرعاية – المسؤولية – التعامل المهذب مع الاصحاب.. الخ

2- برمجة القيم عبر القصص التي تكون بطلاتها "سبيكة" تاره و "مريم" تارة اخرى .

3- تعزز لبس المحتشم وغض البصر ولبس الحجاب.

## تاسعاً- مسلسلات درامية "أسماء الله الحسنى"

من الممكن إنتاج حلقات تلفزيونية وفق أسس درامية، وفيما يلي نماذج يمكن إنتاجها إذاعياً أو تلفزيونياً في ذلك:

مسلسل الأسماء (أسماء الله الحسنى)

المرحلة الأولى 30 حلقة مدة الحلقة 20-15 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 نقربه من الواقع أكثر) يتردد على عبد المحسن زبائن، تجار، أحفاده، أبناءه، معارف زوجته.. كل بزيارته يحمل مفهوم يحتاج إلى إعادة صياغة، توجيهه أو قد يكون مفهوم خاطئ ومن خلال الشراء/ البيع يقوم عبد المحسن بتصحيح ذلك المفهوم بشرح أسم من أسماء الله الحسنى.

الرمن: يمثل عبد المحسن الاسلام بالمفهوم الانساني الذي يدعو إلى الربانية فهو الرجل المحب والطامع لخيري الدنيا والآخرة في نفس الوقت وليس الإنسان الزاهد الفقير.

#### رسم لشخصية عبد المحسن:

- (+) 1- معاصر مهتم لجديد التكنولوجيا (حتى نقربه من الشباب)  
2- ممارس لأسماء الله الحسنى (محسن بعطلياه للمساكين بالنقد أو المعرفة / رحيم بالعاملين/ صبور..  
3- الخير ظاهر عليه ملابسه، حبه للتطيب..
- (-) 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 المساعدة: 1- البائع رفيق في المتجر (باكستاني)  
2- بو قتيبة صديق عبد المحسن المقرب  
3- بو أسعد صاحب محل الطيب والبخور المجاور لمحل عبد المحسن  
4- صبي (عامل)

كاتبة النصوص: أ.هديل زهير المزبدي

الحقوق : المؤسسة العربية لقيم المجتمعية

#### الحالة الأولى (مالك الملك)

مشهد: يد رجل تلتف حول معصمه حلقات مسباح يخرج 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 أرضا يظهر في المكتب الداخلي للمتجر العم بوعبد المحسن وبيدو جالسا مترئسا مكتبه العتيق الفخم أمامه يجلس صاحبه المخلص بوقتيه.

بوقتيه: شسوبي فيها هالأرض.. ما جني **ملكها** أبد (يلوح فتظهر حلقات المسابح بيده) دافع فيها القيمة الفلانية شنقول 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؟

بوقتيه: ولا شكلهم راح يحكمون.. ربنا تعلمني فيهم خواره يومهم بـمليون سنة حين هذا أنا معاك يوم رحنا شفنا الأرض قبل ثلاثة سنوات تذكر؟ وماكو بس **ملكتها** وأنا ماني قادر أتصرف فيها كله من هاللي لقوه تحتها.. يا الله 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.

بوقتيه: والحين شدبره أنا باني عليها آمال والمخطط جاهز قايلك ببنبيها مجمع استثماري.

بوعبد المحسن: شلي في بالك؟

بوقتيه: مادري.. يعني أنا أقول لو إنك تشوف صاحبنا اللي في الوزارة كلمة شوف وين اوصلت القضية ختيوصى فينا مو معقوله هالطولة بيا احنا ناس تجار الوقت ثمين بالنسبة لنا.. قوله يا بوعبد المحسن شلون يعني.. أغسل إيدي من الأرض! هذى بعد وهي **ملكى** حلاي خو ماني بايقها.

بوعبد المحسن: شوف يا بوقتيه أنت غالى وتسناه العنوه وأدرى شكتر صبرت تنتظر قطعة هالارض لكنى أشور عليك بشيء أحسن من إنا نكلم فلان ولا فلان. لا واسطة ولا توصاية أنت مالك غير مالك الملك.

بوقتيه: أي أنا صاحب **الملك**.

عبد المحسن: صحيح لكنك تحتاج المالك والمالك هو ربك سبحانه يقول الحديث القديسي: "أنا ملك الملوك، ومالك الملوك، قلوب الملوك بيدي، فإن العباد أطاعوني حولت قلوب ملوكهم عليهم بالرأفة والرحمة، وإن العباد عصوني حولت قلوب ملوكهم عليهم بالسخط والنفقة، فلا تشغلا أنفسكم بسب الملوك، وادعوا لهم بالصلاح، فإن صلاحهم بصلاحكم". يا بوقتيه سبحانه هو مالك الملك: يملك الشيء ويصرف فيه ومصيره إليه، وهذا أعلى درجات الملكية ملكية الله سبحانه وتعالى أنا أقول وكل أمرك للملك رب العباد ترى الناس ما تحرك ساكن مثل ما أنت شايف. ربك سبحانه هو يسخرهم لك أنت بس ناجي بهالليلة الفضيله وإن شاء الله يتيسير أمرك. (يقدم له تمر مناديا الصبي: قهوة يا حسن).

بوقتيه: سبحانه شورك وهداية الله.

## ب- اسم الله (الوهاب)

المشاهد	المسمى
ورقة نوت على أوراق معاملة مكتوب عليها: (من طرف عبد الوهاب) موقعة ومختوم عليها لا مانع.	سارة: لأنني بنبيه عشان جذبي يمشي شغلي بسرعة!
في المتجر اجتمع بو عبد المحسن الذي يظهر أنه يراجع حساباته وأحفاده سارة وشقيقها أحمد في زيارة له.	

بو عبد المحسن ينظر إليهما ويستمع لحوارهما بطم.

يعطيني ويه!

ساره: شدعوه ليش كل هذا انت شتبه منه؟

أحمد: أبي أسجل في مادة بس المشكله ان هالدكتور وايد  
صعب ما يسمح لأي طالب يدخل عليه.

ساره: قوللي متى مواعيد ساعاته المكتبيه وأنا أضبطاك أفا  
عليك.

أحمد: يا بعد جبدي صج والله.

ساره: بس ها ابي مقابل ترى خدماتي موبلاش!

أحمد: الله يستر شنو تبين؟ شدعوه بيا أحنا اخوان!

ساره: ماكو.. أخدمك تخدمني.

بو عبد المحسن: بهذا يا سارة يا بنيني صدقتي أما باجي  
حبيج كله يبيله إعادة صياغة!

ساره: شقصدك يدي؟

أحمد: قصده أنج مصلحجيه ما تسوين شي الله كلشي بمقابل.

بو عبد المحسن: من حقها تاخذ مقابل على خدماتها عادي.

أحمد: يدي أنت معاي ولا معاه؟

بو عبد المحسن: أول شي مو صحيح أن على أيدج ينفتح  
كل باب.

ساره: عيل بيد منو؟

بو عبد المحسن: بيد الوهاب سبحانه، الوهاب اللي عطاءه  
جزيل ونواه كثير، الوهاب اللي ينعم علينا بلا سبب وبلا  
عرض، لا تظنون أن إنساناً يعطي شيئاً إلا والله سبحانه  
أقوى في قلبه الدافع. يعني لما أنتي فلتني امورج كلها تمشي،  
إذا بغيتني الصج فهده من الله.

أحمد: يعني موشطاره.. مو قدرات سحرية مثل ما تقول  
ساره؟

بو عبد المحسن: الإنسان في ساعة غفلة يقول أنا كذيت  
وسعيت بكم يميني وعرق جيبي وأسست وجمعت.. هذه يا

تضحك سارة بعجب!

باستغراب

ابتسم بو عبد المحسن قائلًا:

باستغراب

باستغراب

يضحك بو عبد المحسن قائلًا:

جماعة هي الغلة عن الله عز وجل، كل هاللي صار له وتحقق له هدية قدمها الله له.

أحمد: يعني أهنا ما بيدنا شيء.

بو عبد المحسن: شوف وأنا يدك إذا عاونك إنسان لازم تعتقد اعتقاداً كأي أن الله سبحانه الوهاب ألقى في روع هذا الدكتور أن يتناهى معك، خلاه يتعاطف معك خله تصير عنده رغبةً أن يساعدك.

أحمد: ما فهمت.

بو عبد المحسن: ما قط مرة مر عليكم إنسان خدمكم وتعجبتوا ليش خدمكم مع ان ما تعرفونه تلقاه يسر لك أمرك، تناهى معك، ما مر عليكم هذا الحادث؟

سارة: إيه صح وايد تصير.

أحمد: إيه.

بو عبد المحسن: الله ألهمه، وهو اللي مكّنه هو الفعال ، من الواجب أنك تقول يا رب لك الحمد.

أحمد: إذا الله سبحانه مكن هالإنسان أن يخدمني هذا معناته مو لازم أرد الجميل! سمعتني يا سارة ما كوشيء 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 تضائق إذا نسي الفضل! "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

سارة: إيه صح.

بو عبد المحسن: شوفوا يا عيالي مع اعتقادكم أن هذا اللي ياك 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 هنـي لازم ما تنسـي.

سارة: زين فزت بشيء! سمعت لازم ما تنسـي.

بسـرور قالت سارة موجهـه خطابـها لـشـقيقـها:

بو عبد المحسن: إذا قدم لك إنسان خدمة لازم تقدم له خدمة مقابلها.

أحمد: وإذا ما قدرت أخدمه شسو؟

بو عبد المحسن: إذا كنت فعلاً عاجز عن رد جميله أو حتى عن مقابلة هديته بهدية ما قدرت تقابل خدمته بخدمة! قول له جراك الله عني كل خير فهذا مقبولة منك.

ربك يحب اللي يخدم عباده ويراعيهم ويعاونهم يحسن له مثل ما أحسن عبده لعباده.

بو عبد المحسن: السلام عليكم.. هلا عبد الوهاب كيف حالك بيا.. تمر علي المكتب الليلة.

يا الله خوش بانتظارك مع السلامة.

عبد الوهاب: شدعيوه 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 بيتني تطلب مني أسعالك في حاجة فلان إيه!

!

خلاص اعتبره تم

"من أحصاها... دخل الجنة"

يرفع سماعة الهاتف استعداداً للاتصال بأحد!

بو عبد المحسن محدثاً الطرف الآخر.

بو عبد المحسن مع عبد الوهاب في المكتب.

يقدم بو عبد المحسن ظرف لعبد الوهاب.

عبد الوهاب ( يحاول يتنكر )

عبد المحسن يمد يده بمصروف يعطيه له

شعار لفظي + اسم "الوهاب"

شعار المؤسسة العربية لقيم المجتمعية.

ج- اسم الله (المؤمن):

المسمى	المشهد
	<p>يبدو رفيق في المتجر يرتب قطعاً ذهبية ويلمع أخرى يسترق أبو أسعد (صاحب المحل المجاور لمتجر بو عبد المحسن) يسترق البصر ينظر من خلال فترينة المحل الزجاجية يتقصى حركة البيع.</p>

<p>أبو أسعد: بو عبد المحسن موجود؟</p>	<p>يدخل أبو أسعد المحل بعد أن تأكد من غياب بو عبد المحسن: السلام عليكم.. حي الله رفيق رفيق الذي تظهر عليه ملامح العلم بطبع جارهم يرد: وعليكم السلام والرحمة.</p>
<p>رفيق: طلع شوي وراجع تبى شيء؟</p>	
<p>أبو أسعد: لا خلاص لما إيه أنا أكلمه. إلا يا رفيق شلون البيع؟</p>	
<p>رفيق: الحمد لله.</p>	
<p>أبو أسعد: شنو يعني؟ أقصد.. إلا أقولك أنت فكرت باللي قلته لك ذيج المرة؟</p>	
<p>رفيق: إيه.</p>	
<p>أبو أسعد: وشقلت موافق؟</p>	
<p>رفيق: لا أنا ما أترك العم بو عبد المحسن.</p>	
<p>أبو أسعد: أفا !! بيا قنالك نعطيك دبل بس تعال اشتغل في محل!</p>	

رفيق: ما يصير.	
أبو أسعد: ويه ما منك فايده.	متعضا
يلمح بو قتييه أبو أسعد وهو خارج بالتو من متجر العم بوعبد المحسن.	بو قتييه: السلام عليكم شلونك رفيق زين؟
رفيق: الحمد لله	
بو قتييه: شبيبي بو أسعد؟ رفيق: يسأل عن العم. بو قتييه: إلا لفافته الزايدة أدرني فيه ما يبي شيء بس يحوس ينفقد الزباين الحمد لله والشكر.	
رفيق: العم ما رجع معاك!	
بو قتييه: 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 يبيلنا شاي.	
رفيق: إن شاء الله.	

بو قتيبة: عسى ما شر!	
بو عبد المحسن: رفيق طالب زيادة راتب بس الزيادة اللي طالبها هالمرة وايد، وأنا بصراحة تعودت عليه الريال أمين وصادق وصار له معاي بالمحل عمر.	
بو قتيبة: وهو متى طلب الزيادة؟	
بو عبد المحسن: من يومين.	
بو قتيبة: هذا ابليس الله يلعنه! فر راسه أكيد عرض عليه إن يشتغل معاه في المحل و قاله بيعطيه أكثر.	
بو عبد المحسن باستغراب: منو هذا.. من عنه تتكلم؟	
بو قتيبة: وأنا داخل لمحت بو أسعد توا طالع من محلك الله يعلم شكان يسوبي فر راس رفيق الله يهديه من جار.	
بو عبد المحسن: أنت سمعت شيء؟	

<p>بو قتيبة: لا تقدّم تقولي "إن بعض الظن إثم" السوق كلّه يعرف حركات أبو اسعد هاللي ما يستحي ذاك اليوم يقولي بو سالم.. بو سالم صاحب ماركة الأقلام الفرنسية ما ادرى شلون ينطقونها..</p>	
<p>بو عبد المحسن: أيه عرفته بوسالم شفيه؟</p>	
<p>بو قتيبة: أيه.. يحبيلى يقول بو أسعد رايح من وراه غرفة التجارة يجييك على رخصته؟!</p>	
<p>بو عبد المحسن: ها!! وهو شعليه!</p>	
<p>بو قتيبة: ملقوف شلون شعليه إذا ما حبس ونبش وما عرف من الطالع والداخل من محلّك ومو بعيد سأل عن مبيعاتك! شوف يا بو عبد المحسن أنا جان أقول أكثر بس أدرى فيك بتعاتبني بعدها ما تحب كشف ستّر البير بس ما تهون علي صاحبي.</p>	
<p>بو عبد المحسن: الواحد إذا ما أمن جاره ما يسمونه مؤمن يا بو قتيبة اسم من أسماءه سبحانه "المؤمن" بالأول تتأكد من رفيق شعنهه بو اسعد.</p>	
<p>بو قتيبة: إيه نفوس مريضه نسأل الله العافية.</p>	

<p>يدخل حسن ليقدم الشاي.</p>	
<p>بو عبد المحسن: المؤمن أخلاقه تعكس ما في دخله يعني لو تشق قلبه تلقى الطمأنينة والأمن والراحة النفسية والاستسلام لله والرضا بقضاءه والتوكّل عليه سبحانه، لسانه ينطق بذكر الله ولسانه يبعث الأمان بالناس ويطمئنهم.</p>	<p>استكانه بو قتيبة فارغه.</p>
<p>بو قتيبة: وين بو أسعد يسمع ويتعلم هذا باين ما في قلبه إذا هذه أفعاله اشبتنا 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 يقفز ربك في قلبه الخوف.</p>	
<p>بو قتيبة: ليش عاد؟</p>	
<p>بو عبد المحسن: حتى يرجع لربه فيطمئن له.</p>	
<p>بو قتيبة: شلون يعني؟</p>	
<p>بو عبد المحسن: يعني يخيفك حتى يأمنك ويفقرك حتى يغريك وينزعك حتى يعطيك ويضرك حتى ينفعك.. حتى ترجله دايما.</p>	

<p>بو قتيبة : و آنہ أشہد إن الله راح ينفعك ويأمنك من ضرر بوأسعد</p>	
<p>رفيق: وهذا اللي قاله لي أبو أسعد.</p>	<p><b>بو عبد المحسن في جلسة خاصة بيته وبين رفيق.</b></p>
<p>بو عبد المحسن: وأنت شقررت؟</p>	
<p>رفيق: أنا أني أشتغل هني معاك ما بي أروح مكان ثاني.</p>	
<p>بو عبد المحسن: كفو ولدنا وابشر بالزيادة.</p>	<p><b>يرن الهاتف : الو .. الله يبشرك بالخير ، يعني الربح ضعف اللي توقعناه !!</b></p>
	<p>مشهد : بوأسعد في مكتبه ويأتيه القائم بأعمالة مقدما استقالته ، وعلامات الاندهاش مع الانزعاج على وجهه.</p>
	<p><b>"المؤمن"</b></p>

## عاشر- القصص:

إنني المجموعة القصصية ( الشيف فرانسوا )، (منطق الطير )، (ماكان في جزيرة خيوس اليونانية )، (كستن والقيقب ) لشريحة الكبار ، وقصص أخرى للأطفال ، عبر الموقع الإلكتروني [www.qeam.org](http://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 أجزناه، 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 آفة 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 حدث شريحة المراهقين في المجتمع الكويتي للحفاظ على عبادة الصلاة وممارستها ، جاءت تحت اسم "نفاس" ، وهي حالة تم تفيذها في عام ٢٠٠٢ من قبل وزارة الأوقاف والشئون الإسلامية في الكويت ، ونستعرض كلا الحالتين بصفتنا كمستشارين تسويقيين وواضعين أفكار وإستراتيجيات الحالتين السابقتين ، وال媢جهين للدراسات الميدانية القبلية والبعدية لمعظمها في تلك الحقبة .

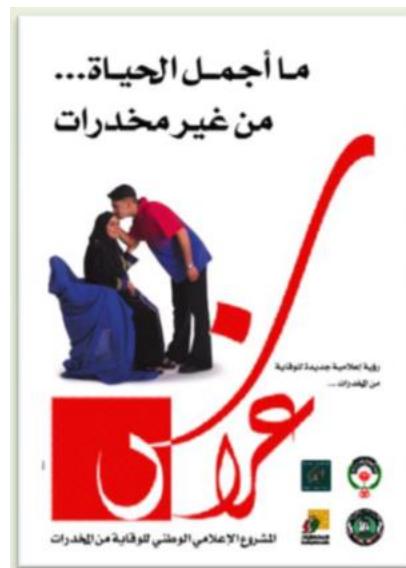
أولا: " غراس " المشروع الوطني لوقاية المجتمع الكويتي من المخدرات يمكننا أن نتعرف على الوضع العام للمشكلة القيمية في الكويت حيالحيازة والتعاطي والمتجارة بالمخدرات وذلك من خلال استعراض حجم المشكلة وفق الاحصاءات التالية ،

لم يتم اعتماد برنامج تواصلي مجتمعي بأسلوب تقليدي كالذي كان معمول به في دولة الكويت والمناطق العربية المحيطة بها طيلة الثلاثين سنة الماضية ، بل عمد إلى إستراتيجية علمية منطلقة من نتائج لدراسات ميدانية قام بها مجموعة من الأساتذة الجامعيين ، وتبعها مجتمع من الدراسات الميدانية للتثبت من صحة المسار الذي اتخذ في المعالجة بالتعاون مع شركات بحثية عالمية تمت على نطاق أكثر من شريحة معينة في المجتمع الكويتي وعدها وصل إلى قرابة الخمس عشر دراسة طيلة سنوات تنفيذ البرنامج ، أي على مدى الخمس سنوات من بدأ البرنامج .

فقد أشارت نتائج الدراسة الميدانية للأسباب المؤدية لتعاطي المخدرات أن ثمة أسباب رئيسية ، وبناء على 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 " .



تبعها 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



تبعها حملة تحت علي وجود الأب قريبا من أبناءه بعنوان " يبه أمانة ... خلّاك ويانا "



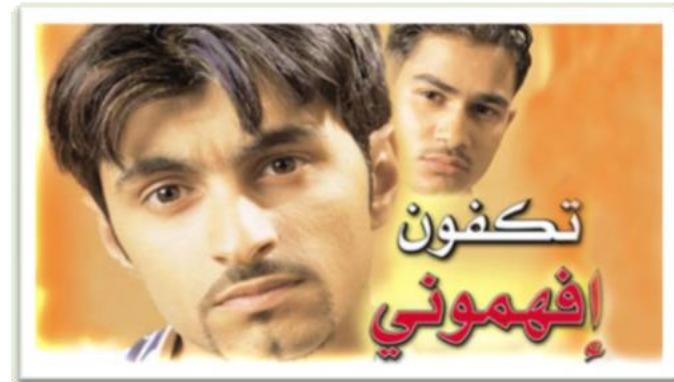
وكان أهـم نتائج دراسة رصد الحملة :

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 يراغبون ويتبعون أولادهم أكثر.

تبعتها حملة تواصلية كانت تستهدف التقارب مع الشباب المراهق بعنوان "تكفون إفهموني" في عام ٢٠٠٢



تبعتها حملة التعريف "بالصحبة الصالحة" عام ٢٠٠٢



وكان أهم نتائج دراسة رصد الحملة :

- ٨٢% من العينة ذكرت بأنهم تعلموا أشياء محددة من الحملة.
- ٥٦% من العينة ذكرت بأنهم تعلموا متابعة الأبناء والاهتمام بهم.
- ٢٣% من العينة ذكرت بأنهم تعلموا مناقشة الأبناء والتقارب إليهم.
- ٩٣% من الأبناء ذكرت بأنهم تعلموا تجنب أصدقاء السوء وانتقاء الأصدقاء بعناية.



ثم في إبريل ٢٠٠٤ انطلقت حملة تعزز القيمة المجتمعية .. "أهمية حنان الأم في السنوات الخمس الأولى من عمر الطفل"



وكانت أهم نتائج دراسة رصد الحملة :

٧٤% من العينة ذكرت بأن الحملة قد أثرت بهم وجعلتهم يحدثوا تغييرًا معيناً في حياتهم .

٤٠% من العينة ذكرت بأنهم أصبحوا أكثر قرباً 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 نصائح أكثر لأولادهم .

٧٨% من العينة ذكروا بأن الحملة تساهم في محاربة خطر المخدرات .

ثم انطلقت حملة تواصلية عام ٢٠٠٥ ، لتعزيز الصحة النفسية للطفل بعنوان " أنه أمانة ماني مهانة "



ثم تبعتها حملة بعنوان " آنة هدية ماني أذية "



التغطيات الصحفية في الصحف والمجلات  
بما فيها ملحق غراس



إعلانات الحافلات



إعلانات الطرق



اعتماد وسيلة التلفزيون في البيت حيث يظهر أستاذين جامعين من قسم علم النفس يرشدان الوالدين حيال مسار الاضطهاد الطفولي.



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 %

ثانياً: حملة نفاس لتعزيز العادات

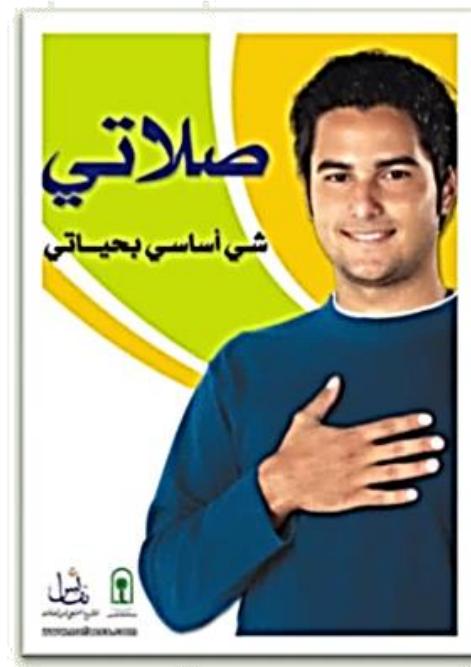
القضية القيمية المثارة :

الشعور العام لدى المجتمع الكويتي:

الشعور العام هو أن هناك تدنى خلقى في المجتمع الكويتى (٣٠ / ٢٣)

التقييم من ١ إلى ٣ حيث ٣ موافق، ٢ وسط، ١ غير موافق)

حيث أن الكويتيين لا يتبعون بقوة تعاليم الإسلام (٣٠ / ٢٠).



- فعالية وتأثير الحملة
- فعالية الحملة
- (٦٠%) ذكروا بأنهم قد تعلموا بعض الأشياء من هذه الحملة.
- (٤٥%) قالوا بأنهم تعلموا بأن يستمروا ويلتزموا بالصلوة.
- (١١%) ذكروا بأنهم استفادوا لأنها ذكرتهم بشكر الله على نعمه
- و (٨%) ذكروا بأنهم استفادوا بذكر الله دائماً.
- (٤٣%) تأثروا للدرجة 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 اشتريت نتيجة للتأثير بالحملة

٪11	دجاج
٪11	خضروات
٪10	بسكويت
٪7	زيت طعام

٪24	كل شيء
٪22	أغذية
٪14	لبن
٪12	حليب
٪12	معكرونة

- 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 ٥٤-٤٩ سنة (٪٣٨)



## حالة دراسية (٤) - حث الشباب للعمل في القطاع الخاص

- يشعر الشباب أن الاستمرار في العمل في القطاع الحكومي أكثر أمنا وأضمن مقارنة في العمل في القطاع الخاص ، وبعد تدشين الحملة ، حفقنا ما يلى :



- (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 خيطة، و تم تسجيل الدرجات التالية (معدل المساعدة من ٥-١):
- وقد حصلت على معدل ٤.٣ بالنسبة لمدى مساعدتها.



- سجل الإدراك العفواني لوسائل الإعلان المشاهدة ما يشير إلى المزيج التسويقي المناسب للحملة حيث جاءت :
  - الصحف (٤٦%)
  - الطرق (٣٠%)
  - التلفزيون (٢١%)
  - الحالات (١١%)
- نتائج الإدراك العفواني للحملة بمعدل (٢٦%)
- ذكر (٨٤%) بأن الحملة ستساهم في دعم العمالة الوطنية:
  - أرباب أسرة (٧٨%)
  - ربات أسرة (٩٣%)
  - طلاب ذكور (٤١%)
  - طالبات إناث (٤٧%)

## ثاني عشر- حملات المسؤولية المجتمعية للشركات CSR

لهذا المصطلح أسماء عديدة منها:

strategic philanthropy, corporate citizenship, social responsibility

CSR تمحور حول "المصلحة المشتركة" ، وليس مجرد على أساس تمويل مشاريع مجتمعية ، وليس لمجرد برامج مجتمعية تمارس كأنشطة علاقات عامة لتعزيز صورة مؤسسي 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 إلى 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 يمكن في التصور لدى اعضاء مجلس الادارة في كون الشركة تعمل في هذا المجتمع فيجب عليها ان تساهم في مازرة برامجه المجتمعية وإحتياجاته.

ضمن هذا نجد مثلا :

كوكا كولا تبرع بمبلغ 88 مليون \$ لبرامج المنظمات المعنية بالتعليم والبيئة

مايكروسوفت تبرع 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

وأحياناً 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 أولاً:

إن الأولوية في هذا المسار يأخذ مساراً يستفيد منه العميل أولاً ، 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 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 قمامنة الشركة الجوية والبرية والبحرية ، وفرض قوانين حماية للموظفين وتأمين سلامتهم أثناء العمل ، وهذا نجده فيما اعتمده نايكـي وغـاب NIKE & GAAP لصناعة الملابس

والبعض يقدم خدمات التعليم لابناء الموظفين ، والخدمات الصحية ويقدمون برامج التمويل للموظفين لجبر احتياجاتهم

فذلك عوائد ايجابية في تخفيض الكلفة على السلعة وكذلك رفع جودتها وايضاً ولاء الموظف

### أخيراً حيال برامج البيئة:

وهو ما يعتمد على اعتماد خطط استراتيجية طويلة المدى ، وهو ما تعتمده شركات متعددة المنتجات وال المجالات ، وقدرات تمويلية هائلة ، ولا تنتظر عوائد مباشره عن ذلك ، في مثل برامج تحسين الاداء البيئي .

في مثل برامج ، مصادر المياه ، والانبعاثات الكربونية ، وبرامج الحد من المجاعات العالمي ، وهو ما يحتاج تعاوناً كبيراً مع مؤسسات تلك الدول و المنظمات العالمية 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:

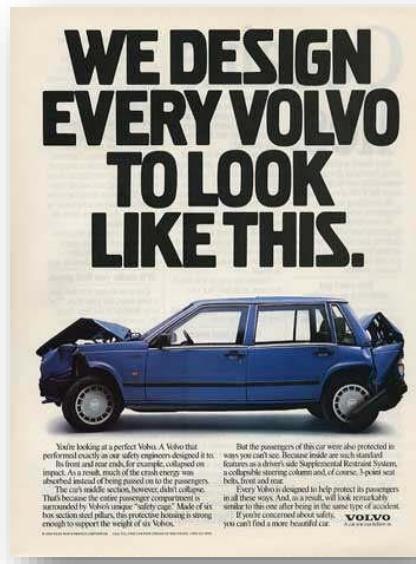
**Table 1: Different Motivations and Benefits**

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	Fulfils 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:

- أ- لا تعزز السلعة لسلوك سالب أو محرم في مثل التدخين أو تعاطي المسكرات
- ب- لا تتعرض السلعة للأداب العامة في مثل تعاطي مشروبات الطاقة المضرة بالصحة أو ارتداء الممزق من اللباس أو اعتماد أساليب التعرى في اللباس.
- ت- لا تمتلك 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 امثلت لهذه الضوابط، وأخرى امثلت جزئياً لها، وأخيره استغلت القيم لتحقيق عوائد تجارية.

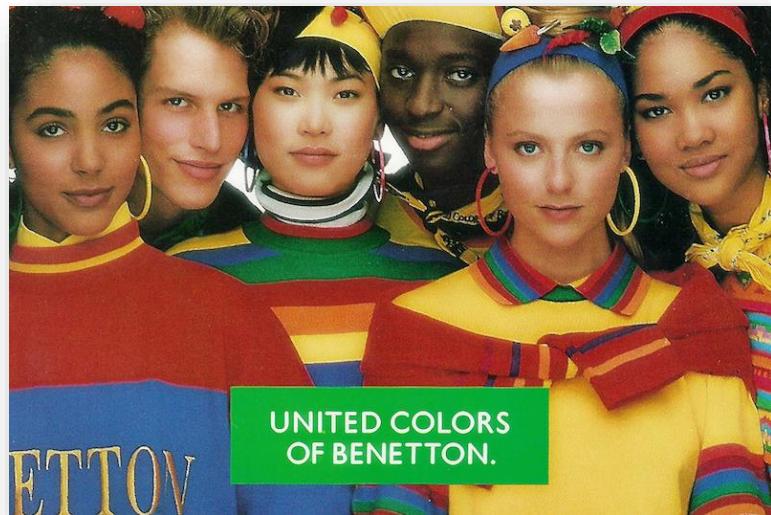
**أولاً: الممثلة للضوابط في الترويج للفيم**  
 علامة فولفو للمركبات، فقد ترجمت قيمة (المسؤولية) عبر تصميم هيكل فولاذي لمركباتها، حافظا على سلامة الأسرة، وممارسة لمسؤولية الأمان إثناء القيادة في الطرق.



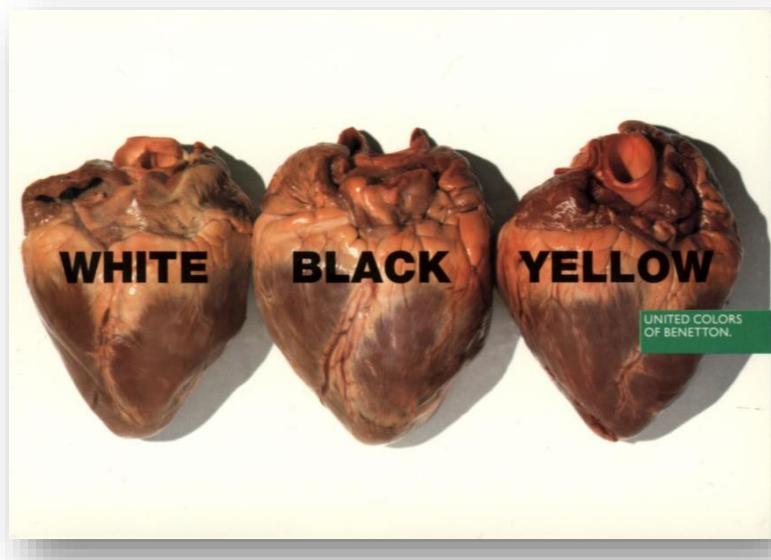
**علامة هاتف خلوي:**  
 علامة تي موبайл، حثت العملاء بممارسة التواصل المجتمعي والابتعاد عن الانزوال، لتكون بذلك معززة للتواصل الارحام والبر للوالدين، حال وجهوا الشرائح لذلك.



ثانياً: علامات امثلت بشكل جزئي في الترويج للفي  
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 جنسياً  
ومع مرضى الإيدز، وهو ما يشير لتناقض في ممارستها للفي.



الأبيض والأسود والأسفر ، إتحاد الوان البشر



شكل واحد للقلب بالرغم من ألوان متعددة لبشرة الإنسان



التناقض لدى بينيتون حين يتعاطفون مع الشاذين جنسياً لمرضى الإيدز

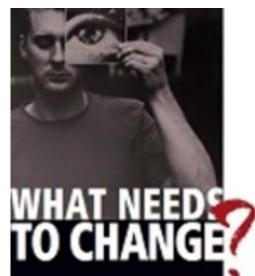
علامة بيبسي، تعمد إلى مساهمات مجتمعية وإطلاق مسابقات للترويج لمنتجها.



ليست ماكينة سحب آلي وإنما لتدوير العبوات الفارغة "محافظة على 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 أثبتت علمياً أضرارها الصحية، غير أنها تعمد لأنشطة من الفعاليات الرياضية وتزاوجها بالاستشارات الإبداعية عبر تدشين الملاعب وتخصيص قناة تلفازية وبرامج رياضية عالمية لذلك.



## حلبات لسباق السيارات



## استعراضات الدراجات النارية

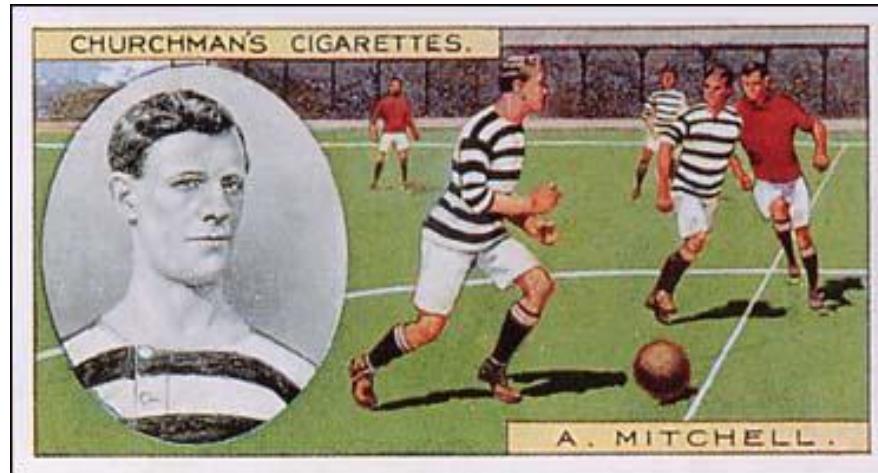
وما يلي نتائج مسابقة تطوير علب مشروب الطاقة لتشكيلات فنية تعبر عن قيم "رد بول"





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:



إسهداف 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

#### ثـ. علامة بروكتور آند غامبل الأمريكية:

تتعدد السلع التجارية الخاصة بهذه العلامة، ولما كانت تتضمن منتجاتها بعض الغلال 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 قيمي إلا إنه كان لهدف تجاري محض، وتتنوع السلع لتشمل المياه المعدنية ومعاجين الاسنان ومنتجات التنظيف.



### ثالث عشر- تدريس مناهج التعليم عبر محور القيم

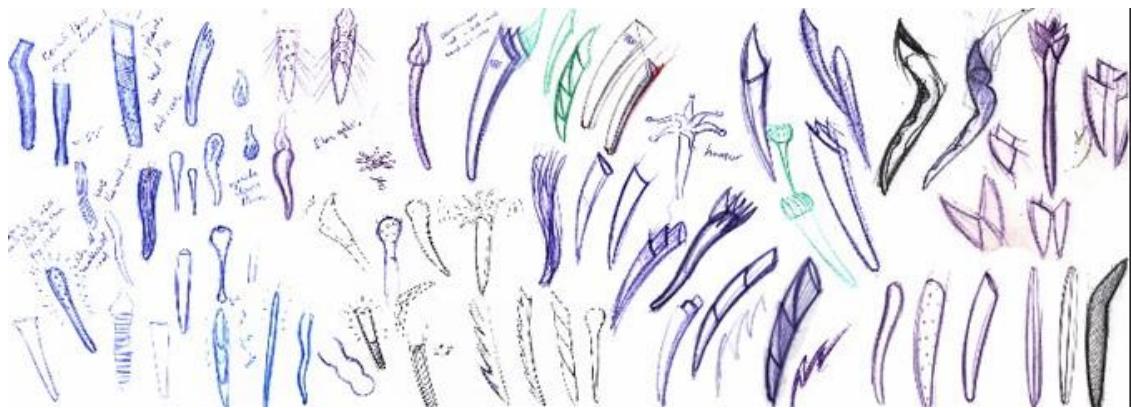
إن التجربة التي خاضتها المؤسسة العربية للقيم المجتمعية عبر إطلاقها لنموذج (تفعيل القيم وممارستها)، النموذج المعنى بتدريس مناهج التعليم في عالمنا العربي والإسلامي عبر محور القيم من دون تغيير المقررات والكتب المعتمدة من قبل الدولة، ولكن عبر تغيير أسلوب التدريس من قبل المدرسين، فالنموذج يتعامل مع كافة مراحل التعليم من مرحلة رياض الأطفال إلى المرحلة الجامعية، وقد حقق هذا النموذج قبولاً شمل من القارات الثلاث الآسيوية والأفريقية والأوروبية دوناً عديده.

فالنموذج اعتمد مزيجاً من الخبرات التي عززت لها الأبحاث الجامعية لدى العديد من جامعات العالم، كما اعتمد مزيجاً 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

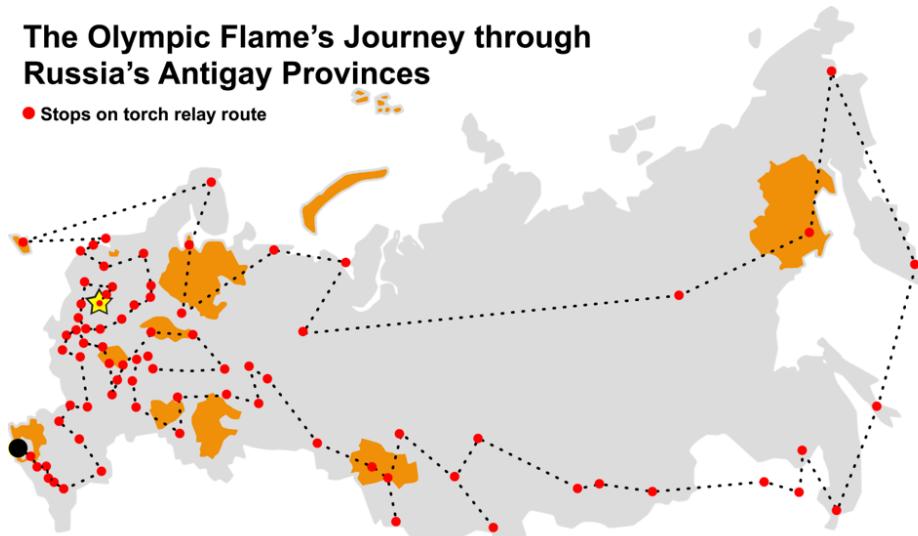
### رابع عشر- مد حياة الحدث

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 الاولمبية يستغرق إشعالها مدى يزيد عن السنة أشهر في حين يمكن الإعلان عن إشعالها بما لا يزيد عن ساعة زمان، والهدف هو مزيد من حشد الجماهير، وفيما يلي نستعرض بطاقة التي يتم عبرها مرور الشعلة لتشمل العديد من الدول إضافة للعديد من التحديات بقصد الإبهار وجعل وسائل الإعلام تلاحق الشعلة إنما وصلت جغرافياً، وتبدأ فعالية الشعلة زمنياً في انطلاقها من لحظة الإعلان عن التصميم الفائز للشعلة والذي تتبرى إليه شركات الإعلان الدولية والاحترافيين من المصممين.





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 أيضاً معنّيون





تعزيز عنصر الابهار عبر أساليب غير مسبوقة



وفوق مرتفعات الجبال



وتحت الماء



وفي تصميم شكل مبني موقع الألعاب قصص تروى أيضا



مضمار الشعلة



بدأ الفعالية بعد مضي سبعة أشهر من إشعال الشعلة



فقرات برنامج الافتتاح



في تصميم ميداليات الفائزين

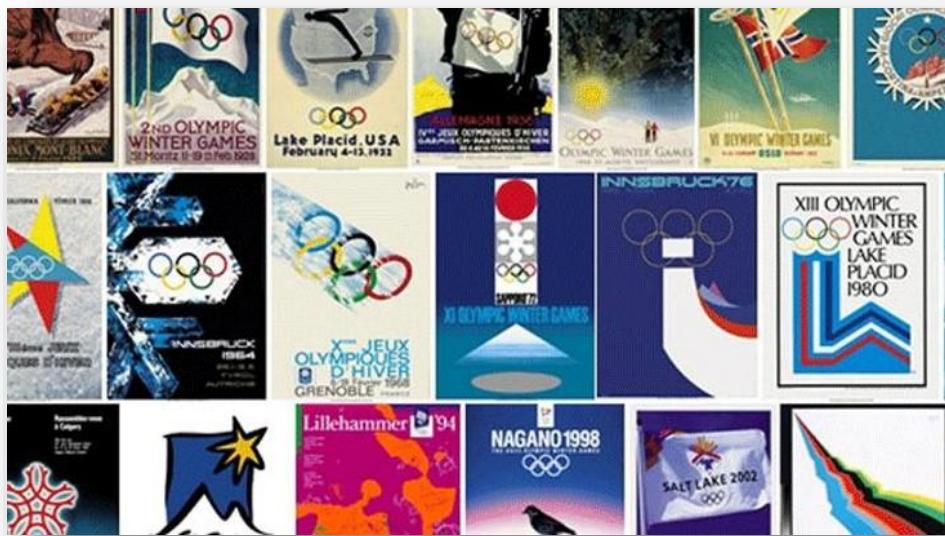
كما أن للمنتوجات الغذائية جميعها مساهمات:



الكوكا كولا تنتج علبة خصصت للحدث



والهدايا التذكارية



### وملصقات وطوابع واعلانات الفعالية

هذا نكون قد بینا صورا من الأنشطة والفعاليات بما يدعم أنماط الحياة السوية ليعزز من القيم كممارسة يومية، وتتعدد الأنشطة والإبداع فيها حال إنبرى لمشروع القيم من يشمر لتمكن الإنسان من الحياة الكريمة.



أدركت العلامات التجارية الأهمية الكبرى للقيم عند الإنسان، حين أدركت العلاقة فيما بين دوافع الشراء والقيم، فاستهدفت سلوكيات الشراء لديه عبر التأثير على القيم وأنماط حياته، حيث يسهل تغيير الحكم على ما تعتقده من قيم بدلًا من تغيير القيم.

د. زهير منصور المزیدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

[Zumord123@gmail.com](mailto:Zumord123@gmail.com)

Kuwait

تقديم:

**أخذت** أتأمل في الظواهر المجتمعية المستجدة التي بدأت تغزو قلوب أطفالنا وجذوب شبابنا و تستحوذ على سلوكيات فتياتنا في المجتمع العربي والإسلامي، محاولاً التعرف على ما يجعل مثل هذا التبني السريع لتلك الظواهر والأنمط الغربية مبرراً لتلك الشرائح. فتأملت، بصفتي مستشاراً للعلامات التجارية ومحكماً دولياً لجائزتي لندن لسينما والإعلان والجائزة الأميركية للإعلان وللعديد من الجوائز الدولية، الدور الفاعل الذي تقوم به الصناعة الإعلانية والإعلامية في الترويج والتسويق لتلك الظواهر، فقررت أن أفرد مؤلفاً أعرّي فيه الحياكة الفنية الصعبة والعلمية التي ينبع리 لها القوم في المجتمعات المتحضرة لأجل تحقيق أهدافهم التسويقية، وبهدف تعظيم معدلات الربح إلى أضعاف مضاعفة على حساب معاناة هذا الإنسان وتدمره حتى وإن كان ذلك على حساب القيم، ومن ثم أخذت أتأمل النهج الذي سأتبّعه في انطلاقتي البحثية، فكان اختياري ليس ما تقوم به شركات الترويج والإعلان في الترويج والتسويق لما يدعم تلك الظواهر ويعزز لها، ولا ذلك المراهق الذي يقع في الأسر كضحية لتلك الظواهر، وإنما في التعرف على آلية تشكيل تلك الظواهر، تلك "الأنمط الحياتية" .. كيف تتشكل ثم تستشرى فتضحي في هيئة ظواهر، وكيف يُكتب لها القبول، وكيف يتم إماتتها، وكيف يتم بعثها مجدداً ..

"أنماط الحياة" الشاذ أو السلبي منها بالتحديد، مدار بحثي وتحليلي ..

في ما يلي نماذج لدور الإعلان في التعزيز لنمط التعاطي مع جهاز الهاتف المنزلي  
كمط مستجد على الحياة، إلى أن نصل إلى الهاتف المحمول:

لاحظ الحجم الكبير لجهاز الهاتف قياساً  
بحجم أفراد العائلة  
توجيه العائلة لاستخدام الجهاز كنمط  
حياتي



عملية استعراض لصور حياتية حيال  
عوائد استعمال جهاز الهاتف (تعزيز  
وتحث للسلوك)



"Boy, was I a chump for not telephoning ahead!"

"There we were riding through the night with no place to head to.  
— 'I'm sorry, sir, we are getting very worried by the nature. Every NOVACANCY sign has been telling me what a choice we have to make. I have to make a reservation.'  
— 'Just one call could have had us all in bed a lot more quickly. Matter of fact, it did find us a room when I finally stopped and telephoned.'

BELL TELEPHONE SYSTEM

عملية استعراض لصور حياتية حيال  
عوائد استعمال جهاز الهاتف (تعزيز  
وتحث للسلوك)

ولاحظ العبارة "إن الاستقبال يكون بحفاوة  
عندما تخطفهم قبل مجيئك"



Welcomes are warmer  
when you call ahead

It's so easy to call Long Distance...and folks appreciate your thoughtfulness. Expected guests are doubly welcome.

BELL TELEPHONE SYSTEM

*Keep in touch by Long Distance*

عملية استعراض لصور حياتية حيال  
عوائد استعمال جهاز الهاتف (تعزيز  
وتحث للسلوك)

Two places where every young family  
will welcome handy extension phones



IN THE BEDROOM—Here, where all should be calm and soft, your bedside phone helps make friends and family are always within easy reach—doctor and dentist, too. In day time, too, it helps you get to work and pleasure.

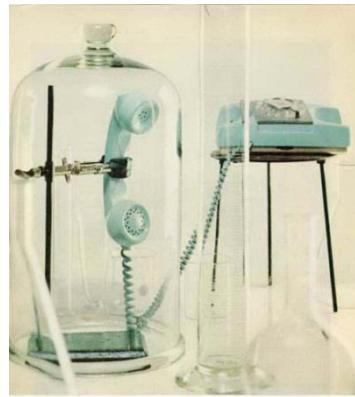


IN THE KITCHEN—So much of the life of a growing family centers around the kitchen. Again, your extension phone is a big help in saving time and energy. It keeps you in touch with the world outside while you control the world inside.

Extension phones in a wide variety of popular colors cost so little wherever you put them. You can—choose from a wide variety of styles—the graceful new Princess phone, the graceful new Princess phone. It's small in size with a dial that lights up! To order, just call or visit your Bell Telephone Office, or ask your familiar wall and table models, or

BELL TELEPHONE SYSTEM 

تطوير لنمط المستحدث، فلم تعد الحاجة  
للرد على الهاتف، ودع الرد التلقائي يقوم  
بذلك

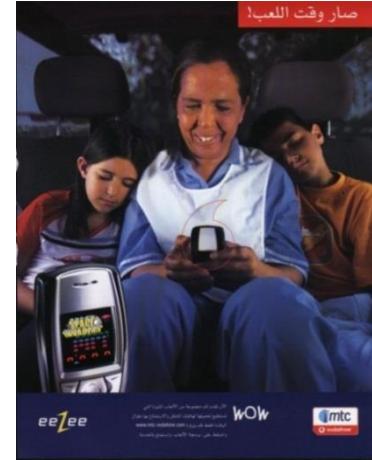


GETTING THE ANSWERS THROUGH RESEARCH

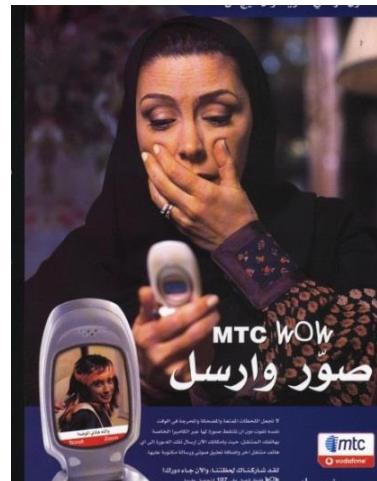
At GTE, research is solving tomorrow's communications problems today. Example: In advance of the launching of high-altitude communications satellites, our scientists have developed a new type of telephone system that can be used in space stations without having "double talk." It is now being produced by our subsidiary, Lenkurt Electric. Research such as this—in advance of the need—provides GTE with an open line to tomorrow.

GENERAL TELEPHONE & ELECTRONICS 

تطوير لنمط المستحدث، فلم تعد الحاجة للرد على الهاتف، ودع الرد التلقائي يقوم بذلك

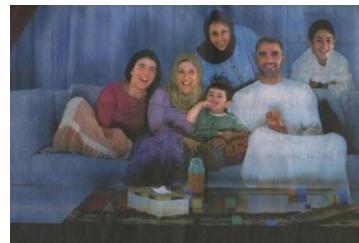


تعزيز لأنماط غير مسبوقة، ولذلك أن  
تطلق عنان الخيال لديك!



## ثانياً: جهاز التلفزيون

طرح نمط حياتي مستحدث، جهاز تلفاز "أسود وأبيض" وتعزيز دوره كقطعة أثاث جميلة ضمن ديكور المنزل، وكجزء تكميلي لممارسة التسلية داخل المنزل عوضاً عن خارجه.



تطوير النمط "شاشة ملونة" آسراً



تحول النمط من نمط يجمع العائلة بأكملها إلى نمط يستهدف انعزالية الفرد



## تحول النمط إلى آلة لنفخ جيوب المشاهدين



### ثالثاً: أساليب المعيشة اليومية:

#### نمط مستحدث في البطانية والتدفئة الكهربائية



#### نمط تخزين المواد الغذائية وحفظها لأسباب عوضاً عن التسوق اليومي



في عام 1987 بدأ اهتمامي كنائب مدير إدارة الاعلام والعلاقات العامة في بيت التمويل الكويتي بما كان يُسمى "بالإعلام القيمي"، نمى هذا الاهتمام، لما كان يشكل من شغف، كنت أتوق حينها في التعرف على ماهيتها، 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 اتزانها "النفسمجتمعي"، وتطلق قدرات أفراده كي تحلق عالياً، بدلاً من الالتصاق الأرضي الذي كانت تعززه في دعغة غرائزه الحيوانية وتشبع تطلعاته الاقتصادية، فكانت نقطة تحول في اهتماماتي المعرفية والثقافية والإعلامية والتسويقية نحو تبيان المسار الذي يمكن أن نوجه فيه تلك الصناعة إلى ما بيني المجتمعات قيمياً جنباً إلى جنب كمساهمته في بنائه الاقتصادي، فانطلقت مستشرفاً وباحثاً ومتواجداً ضمن النطاق المحلي والدولي ثم ممارساً، إلى أن بلغنا مبلغاً "يُعجب الزَّرَاعَ"؛ فقالت رئيسة لجنة مكافحة المخدرات الدولية (ملكة السويد) حينها قولتها: "لقد حققت 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 أدعى بأنه غير مسبوق، ولكن أؤكد على أنه مميز وفريد؛ ضمن 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 دوراً مشرقاً وبناءً لهذه الصناعة.

ومن خلال مركز المعلومات الإحصائي المجتمعي الذي بحوزتنا في المؤسسة، تمكناً 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 والتسويقيّة وحققنا فيها، بل ووثقنا مسيرتها إذاعياً على ما يربو عن خمسة 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 بدءاً 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 كل 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 "المایکرو" أي أن نستهدف أنماط الحياة الشاذة جنباً إلى جنب مع العامة، على المستوى "الماکرو".

## الباب الأول: آفاق الإعلام القيمي

إن آفاق تسويق الإعلام القيمي ينطلق من..

أولاً: سبل التواصل المجتمعي مع أكبر مجتمع 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 مجتمع (الأنماط المستجدة ) (Lifestyle Groups )  
فتغيير السلوك يتم من خلال الترويج للسلوك المستحدث (1) باستخدام الأنماط الحياتية للمجتمع البشرية ونقصد بالمجاميع هنا وعلى سبيل المثال:

(نمط الكول، نمط البيئيين، نمط مدمني الإنترن特، الفيس بوك والتويتر، نمط راكيبي الدراجات النارية،..الخ)

2- التعرف على أساليب تواصل "العلامات التجارية" مع شرائحها المستهدفة، مثل علامات:

« Diesel , Guess , c.k » 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 تواصل مجتمعاً وبنجاح 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، نفاس، 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 منهج وأدوات وطرق لقياس الأثر لنخوض 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 «PSC» إلى «PSA» 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 وقيمته الذاتية والطريقة التي يرى فيها نفسه ويراه بها الآخرون. وهي نموذجاً متكاملاً من النشاطات سواءً 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 بصدده هو السلوك المجتمعي الذي يعبر عن نمط حياة، فإذا استطعنا أن نسيطر على هذا النمط بما يجعله يمضي وفق المسار الذي يحقق أهدافنا، تكون قد حققنا الكثير، والتأثير في الغالب سيتم من خلال أدوات «التسويق المجتمعي».

### التسويق ونمط الحياة

ثمة حملات إعلامية قيمية تستهدف جموع المجتمع، في نطاق الماكرو، وهذا ما عهناه 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

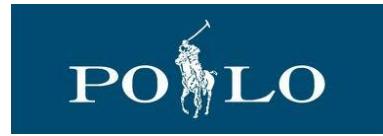
ماקרו



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 واضحًا يتم اقتراح نمط حياة يتم تسويقه مع المنتج التجاري.

"آن فيشمان" رئيس إحدى الشركات التسويقية في نيويورك يقول: "إن الموجة الإعلانية المقبلة يحركها المستهلك، وهذا السبب الذي يجعل تقسيم الجيل إلى مجموعات مهما جداً، ويقول أيضًا: "إن الخصائص العامة لا تتغير، أي أن مواقفهم وأنماط حياتهم تبقى معهم طوال العمر، إذن أنت تملك الدافع التي تحركم".

فها هي علامة «ديزل» التجارية تعزز نمطاً حياتياً شاداً 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 بتغيير نوع النمط الحياتي والشريحة المستهدفة.



### استهداف أصحاب الأنماط الحياتية

في بريطانيا على سبيل المثال، وحال حملة التوعية للحد من مرض الإيدز تم استهداف الحانات نظراً لارتياد معظم الشباب المستهدف لها كنمط حيّاتي يومي للبريطانيين.

وفي مصر، استخدام "فيسبوك" 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 "فيسبوك" 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 السكك بورد أو لبس البنطال لروبيست، أو الجينز المرقع..

ويبرز السؤال، كيف تتم ولادة «نمط حياة» ما؟ وكيف يمكن الحد من الآثار السلبية لهذا النمط إن كان شاذًا وغير متفق مع ثقافة المجتمع ودينه؟

### التسويق ونمط الحياة

لقد أظهر استطلاع أجرته إحدى المجلات الأمريكية демографية، أن 30% من المراهقين يتوجهون إلى العلامات التجارية التي تهتم بهم، و23% منهم تقودهم الإعلانات إلى الشراء من ماركة معينة.

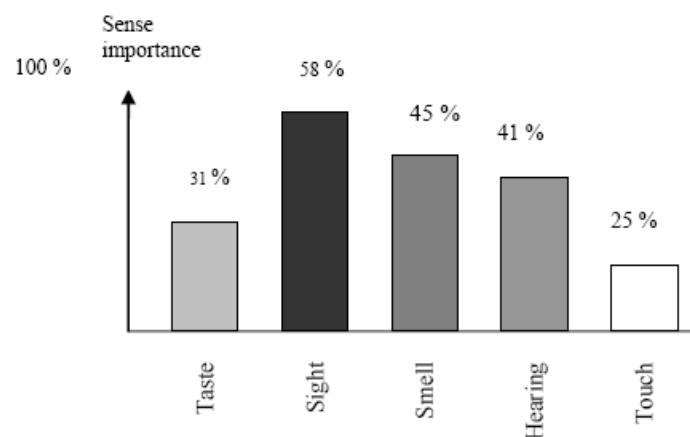
نيلسن برازن Nielsen PRIZM، إحدى الشركات الأمريكية التي تهتم بالجمع بين الديموغرافيا، وسلوك المستهلكين، ونمط حياتهم، والبيانات الجغرافية للمساعدة في التعرف عليهم، وفهم أهدافهم، هذه المعلومات تستفيد منها الشركات الأخرى عندما ت يريد الدخول إلى السوق، لتكون هناك لغة مشتركة بينها وبين عملائها المنتظرين لكتابتهم 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 وجданياً وعقلياً؛ 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 إليك، فيتعزز ولاؤك وتتعزز مشاعرك نحو تلك العلامة قبل أذان الفجر.

عندما تذهب لتفتسل 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 جمعاً غفيراً من العلامات التجارية، وقد يكون من ضمنها رقائق الكيلوقز وجبن الكرافت وحليب النيدو إضافة إلى شاي اللبتون مثلاً، وهكذا، فكل علامة من تلك العلامات تكون قد عززت معانيها ونالت من ولائك مع أول مذاق يلامس حاستة اللسان لديك والتي تشتراك معها حاستا اللمس والشم، فضلاً عن حاستة الإبصار التي تجعلك تستمتع بالألوان الزاهية التي جاءت بها علب ومغلفات وتصاميم تلك العلامات التجارية، وقبل أن تذهب إلى العمل، فستحتار في ما ستلبسه من قميص أو بنطال قد يكونان من علامات مختلفة مثل "نكسن" أو "ديزل" أو "بوس"، أو "غيس" و"غوتشي" وجوارب من "بنيتون" أو "بيار كارдан"، مع لمسة عطرية من "شانيل" أو "فهرنهاي"، وساعة "رولكس" وذلك إذا كنت ستقابل شخصية مهمة، فإن كل تلك العلامات تكون محمّلة بمعانٍ ومفاهيم ستنقل فوراً وبلا استحضار قسري ما قد يعزز من ولائك لكل منها، وتكمّن المشكلة إذا كان المفهوم الذي سوقت فيه تلك العلامة التجارية معززاً لنمط شاذ لا يستقيمُ والقيم السوية التي نؤمن بها.



درجة تأثر الحواس للمؤثرات المحيطة، (لندستروم 2005)

وهو ما انبرت له معظم «العلامات التجارية» الرائدة هذا اليوم مثل:  
Harley Davidson – jeep – Red bull – Guess – Pepsi – Starbucks

وغيرها كثير ، فقد عمدت تلك العلامات التجارية إلى تفعيل برامج من التواصل المجتمعي مع شرائحها كي تؤكد «ولاء» مستقرابل ومتاميا ودائما معها..

وفي ما يلي نستعرض نماذج من حملات التواصل تلك، كي ندلل على أن الآفاق لا تحدُّها حدود، بل هي عملية ابتكارية متتجدة على مدار الساعة، صراع على «كسب القلوب» وتأمين «الولاء» والتأثير على «السلوك» من خلال «أنماط» مستحدثة بشكل دوري.



وعلامة ديزل تستهدف شرائحها من الشباب بحملة «stupid»! وأخرى بحملة «Dirty»!

من جهة أخرى، فإن العلامات التجارية لا تطرح منتجاً مستحدثاً في الأسواق إلا من خلال استحداث نمط حيادي خاص به، ويتم ذلك من خلال الترويج لهذا النمط مع جميع وسائل الإعلام والإعلان والتسويق المتاحة، ويظهر السؤال، أَنَا لَنَا أَن نَحْدِّ من الأثر السلبي لتلك «الأنماط» والسلوكيات والمفاهيم المستحدثة إن لم نواجهها بذات الأدوات مع الابتكار لأساليب 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، طاقية، مسباح، لون، شعار، قطعة موسيقية، كلمة، حركة يتميز بها،..)
- 5- أن يكون ثمة من يرود هذا النمط ويبداً 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، حتى وبعد أن يموت؟

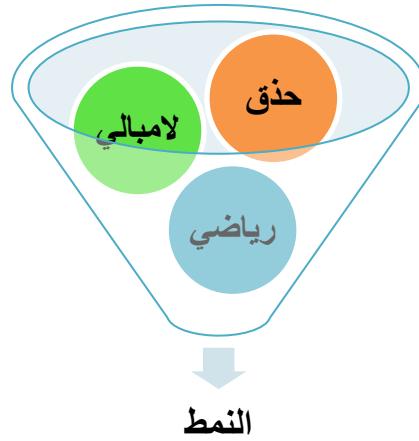
ما معدل بقائه زمنيا وما دورة حياته؟

متى يمكننا الحكم عليه بأنه أصبح يشكل نمطا (Style)؟

متى يمكننا الحكم عليه بأنه أصبح توجها (Trend)؟

متى يمكن الحكم عليه بأنه «مات»؟

وهل يمكن أن يصبح نمطا من غير منتج يدعمه؟، وهل يتطلب التعامل معه من خلال أصدقاء هذا النمط؟



شكل تبسيطی نستعرض من خلاله آلية تشكل النمط وآلية تفريخه.

#### 5 خطوات لبناء النمط:

1. كون هوية للعلامة التجارية مستهدفا بها شريحة مجتمعية.
  2. من خلال منتج يعينه يلبي احتياجات الشريحة هذه.
  3. عزز المعنى المحدد للعلامة التجارية في عقول ووتجان الشريحة.
  4. تعرف على وجهة نظر وآراء الشريحة حيال هوية العلامة ومعناها المقترن.
  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 إليها الشباب
  - واعلم أن إدراك العلامة = المميزات ووظيفة العلامة + مميزات رموزها

والعلامة التجارية في كل مراحل العمر هذه تعمد في التواصل مع الشريحة المستهدفة من خلال:

- 1- الصور
- 2- المشاهير
- 3- تصاميمهما
- 4- الرموز
- 5- تلبية الحاجة
- 6- مميزاتها ومواصفاتها
- 7- وظائفها



مايكلا جوردن "رمز" ورابط مع علامة "نايك" 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 الفرصة 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 مكданالاد..)

5- التصاميم

6- الشعار اللفظي

8- سلم الروابط (الصور المرتبطة بالعلامة )

ما يجعل العلامة التجارية المروجة للنمط مميزة:

نقاط الأولوية (POP) = عبارة عن «ميزة» تلبي تطلعات الشريحة المستهدفة وتكون كافية لتحقيق تطلعاتها.

نقطة المغایرة (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 تجسّير 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 - موقع الإنترنـت، التسويق عبر الصداقات..)

#### 4- التواصل الإلكتروني (إعلانات البانر في الإنترت - التسويق الفيروسي عبر الإنترت - 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 تقىد إلى قائد يوجهها من الداخل، بل في الغالب يتم توجيه ممارساتها السلوكية وتتبني نمطاً حياتياً معيناً بتوجيهه من الخارج، ونرصد هنا بالخارج فرق العمل التي تموّل وتوجه من قبل العلامات التجارية، والتي تستهدف تلك المجاميع البشرية بقصد التسويق لمنتجاتها فتمطرهم بأصناف من الأنماط المستحدثة والغريبة عن مجتمعاتها.

نحن لا يعنينا التعرف على آلية تشكيل 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 نمطاً 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 سنتعرض لـ"نمط الحياة" من خلال التعرف على الذي يزاوله ألا وهو "المجموعة" من البشر، ثم نستعرض أنواع المجاميع ومن ثم نعرج لآلية تشكيل النمط وما يحفظه ويروج له و يجعله 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 الموصفات بدورها تؤثر أيضاً على حالة المجموعة العاطفية.

وقد صورت إحدى الروايات لهذا "النهج العاطفي للمجموعة" في كتابات مبكرة لـ "لوبون" وأيضاً "فرويد" الذي عزا ذلك للتأثير العام لـ "الحشد" أو "المجموعة" ما يجعل أعضاء الفريق "يشعرون ويفكرن ويتصرفون" بشكل مختلف مقارنة بحالهم كأفراد معزولين، فالاطمئنان بالانتماء إلى مجموعة يجعل الناس يتصرفون بشكل مغاير للغاية، والسبب أن الناس تم اجتياحهم عاطفياً للانضمام إلى الغلاف الجوي للجماعة، وهذا.. فإن تأثير عواطف المجموعة سبب في المبالغة فيه لدى الأفراد المنتسبين.

كما يشير بعض المختصين مثل "جاسيكا هارفي" إلى أن مجموعة القواعد التي تحكم العواطف يتم عرضها في حالة محددة وفقاً 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 جزءاً مهماً 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 متعمداً 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. وتميز بأنها صغيرة في الغالب، وتستمر لسنوات طويلة، والتفاعل فيها يتم وجهاً لوجه وهي مما يكون خاضعاً للرقابة.

ب- المجموعة الثانوية: وهي على النقيض من المجموعات الأساسية؛ فهي مجموعات كبيرة تتطوّي 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 ينتمي أفرادها في عضوية الجامعة، فالصلات التي تحدث في ما بين الأصدقاء قد تُعد في حكم المجموعة الأساسية التي ينتمي إليها الأصحاب، والأفراد عالمياً 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 والمشتركة وفي العادة لديهم قواعد ونظم تحكمهم.
- 3- النادي Club: وهو يعتمد على العضوية التي يفرضها النادي لمن يرغب الانضمام إليه، والنادي يكون مهيناً في الغالب لممارسة أنشطة محددة، في مثل نادٍ رياضي.

4-سكن المنزل: حيث كل الأفراد القاطنين في منزل موحد أو من هم ناطقون بلغة أجنبية محددة كالإنجليزية مثلاً 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 المتدخلة.

6-الامتياز:Franchise: منظمة تدير مجموعة من الأنشطة التجارية في مواقع جغرافية متعددة.

7-عصابة:Gang العصابة عادة ما تكون مكونة من مجموعة حضرية تجتمع في منطقة معينة. إنها مجموعة من الناس الذين يتواصلون مع بعضهم البعض مشكلة بعض الاندية، ولكن من غير غطاء رسمي.

8-الغوباء:Gang الغوباء عادة ما تتكون من المجموعات التي تجتمع مؤقتاً لسبب معين.

9-فرقة:Squad هو عادة مجموعة صغيرة من نحو 3 إلى 8 أشخاص، يعملون كفريق واحد لتحقيق أهداف محددة.

10-الفريق:Team وهو مشابه للفرق غير أن أعضاءه أكثر، والفريق الاجتماعي أو المجموعة الاجتماعية هي أي عدد من الناس ممن يتقاسمون الأهداف المشتركة والقواعد، وتمارس قدرًا 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 الأثنية 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 عهدها 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 السبعينيات وبداية الثمانينيات بدأ المخططون للإستراتيجيات التسويقية يلاحظون أن صوراً جديدة لأنماط حياتية جديدة بدأت تظهر في السوق، مثل ظاهرة مغني البيتلز في بريطانيا، وظاهرة جماعات الهبيز، وأخرى عديدة، ما جعلهم يلتقون إلى دراسة الجمهور والعمل على تفصيصه إلى شرائح Segments بما يسمى في التعرف على المواصفات والسمات التي تجعل كل شريحة ضمن تصنيف محدد قابل للاستهداف، بل إن تلك الشركات غالباً 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 وقرinetاتها 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](mailto:zumord123@gmail.com)

# طبقات برمجة القيم في القرآن الكريم



د. زهير منصور المزیدي

المؤسسة العربية لقيم 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 أدلوا 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 متعددة من علم النفس وعلم الاجتماع والاحصاء وغيرها من العلوم، وذلك لحث المستهدف بالرسالة للاستجابة لما تدعوه إليه، والقرآن هو رسالة من مرسلي وهو الله سبحانه، لمرسل إليه وهو البشر، اعتمد أساليب في غرس ما يتطلب أن يمتثل إليه البشر، وهو ما حفظ فينا الرغبة لاستكشاف أساليبه، وهو ما جعلنا نخوض في استكشاف ما انطوى عليه من أسرار، مجتهدين ما استطعنا، حيث بالكشف عن تلك الأسرار، سيمكنا من استهداف هذا الإنسان بذات الأدوات، في غرس ما نشاء من رسائل، فمع تشكيل 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 إليه في عمليات البرمجة، فعملية البرمجة للقيم في القرآن الكريم اعتمدت أسلوب الطبقات، a multi-layer programing approach ، فكان ما يلي:

ذلك أن فكرة هذا العرض والتأصيل قائمة على أركان العملية الاعلانية والاعلامية وهي، المرسل والرسالة والمرسل إليه، ذلك أن إدراك مضمون الرسالة هو الهدف





فنحن بني الإنسان، 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 عده طبقات وجميعها تتم (وفق رزمه) مع كل قيمة، وهذه  
الطبقات (الرزمة) تتتنوع أدواتها لتشمل:

1- برمجه مسار القيمة

## ٢- محور السورة الرئيس

٣- برمجه للموضوع الواحد (المتضمن من مجموعه متعددة من مشارب متعددة من القيم)

٤- برمجه للموضوعات الخاصة بالسورة الواحدة

٥- ثمة علاقه (ظاهره) في البرمجة يمكن ادراكيها على نطاق السورة، وثمة برمجه تتم مستهدفة العقل الباطن تتم وفق علاقه تحتاج الي (تحليل وربط واعاده تركيب) فيما بين اكثـر من سوره أو ما بين اكثـر من عنصر أو موضوع .

❖ أما الخيط الجامع فيما بين كافة كلمات و الموضوعات و سور القرآن فهو اسم الجلة وصفاته.

## ٦- قوافي لقطات الصور

٧- برمجه عبر طبقه المشاعر ما بين (فرجه وأمل وإشراق وخوف ووو)

٨- برمجه عبر طبقه المنطق

٩- برمجه عبر استثاره الحواس، فالترتيب وقواعد المد والادغام يستثير السمع، وماء كالمهل يشوي الوجوه يستثير اللمس وهكذا

١٠- برمجه عبر ضرب الامثال لتقريب المعنى

١١- برمجه عبر تعاطي كافة التخصصات و مجالات العلوم ( كالطب والفن والادب والكيمياء والطبيعة ، والقانون ،،، )

١٢- البرمجة عبر (المضمون مع السياق ) ، السياق الذي يدركه من يملك قدره النقاط الموجات القصيرة، قصيرة لأنها تحتاج للتعمرق في معاني كل كلمة وحرف.

١٣- البرمجة عبر طبقة البيان والنظم.

١٤- البرمجة عبر (القصة)

١٥- البرمجة عبر أسلوبـي التـرغـيب والـترـهـيب

**البرمجة  
الطبقية**

**تفعيل  
الحواس**



**العقل الباطن**



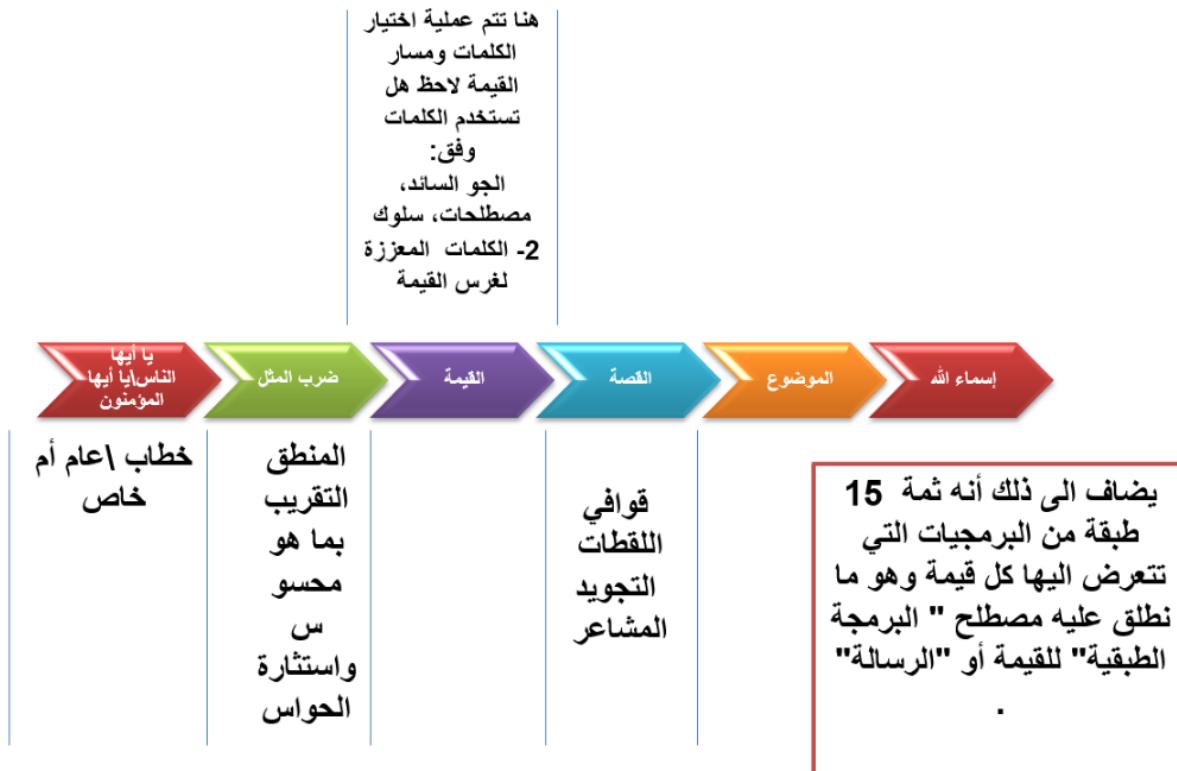
**العقل**



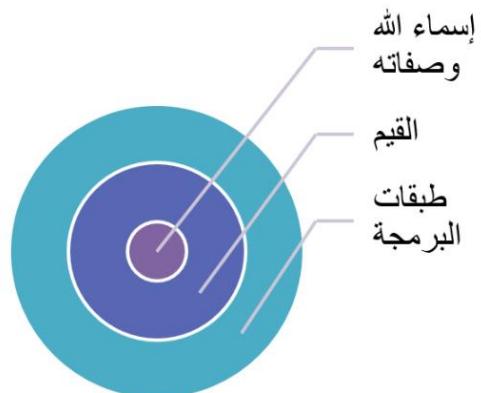
**برمجة  
المشاعر**

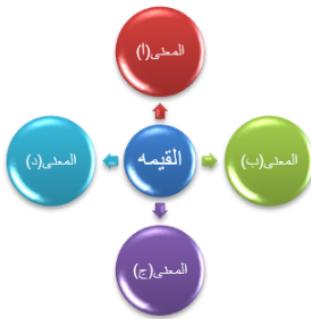


# الشكل العام في برمجة الرسالة



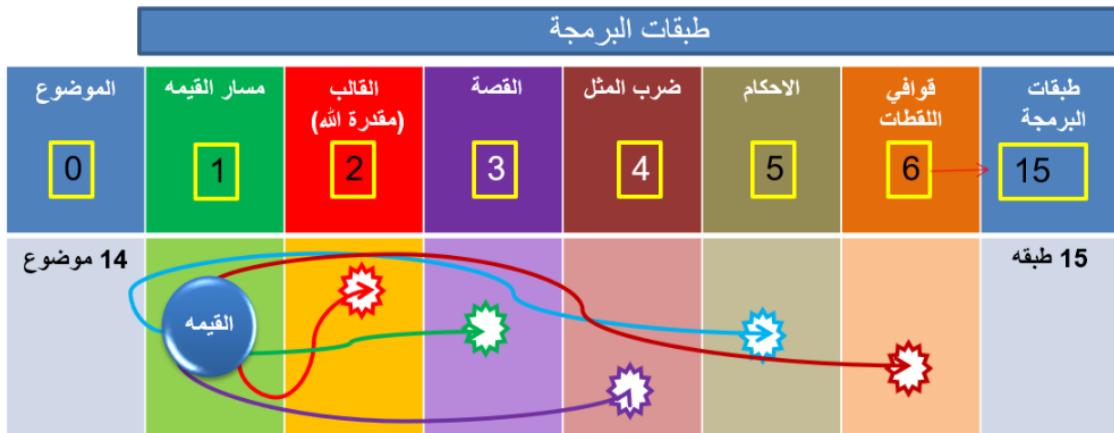
## رسم توظيفي للخطاب





# خارطة برمجة "القيم"

## خارطة مستوحاة من القرآن الكريم



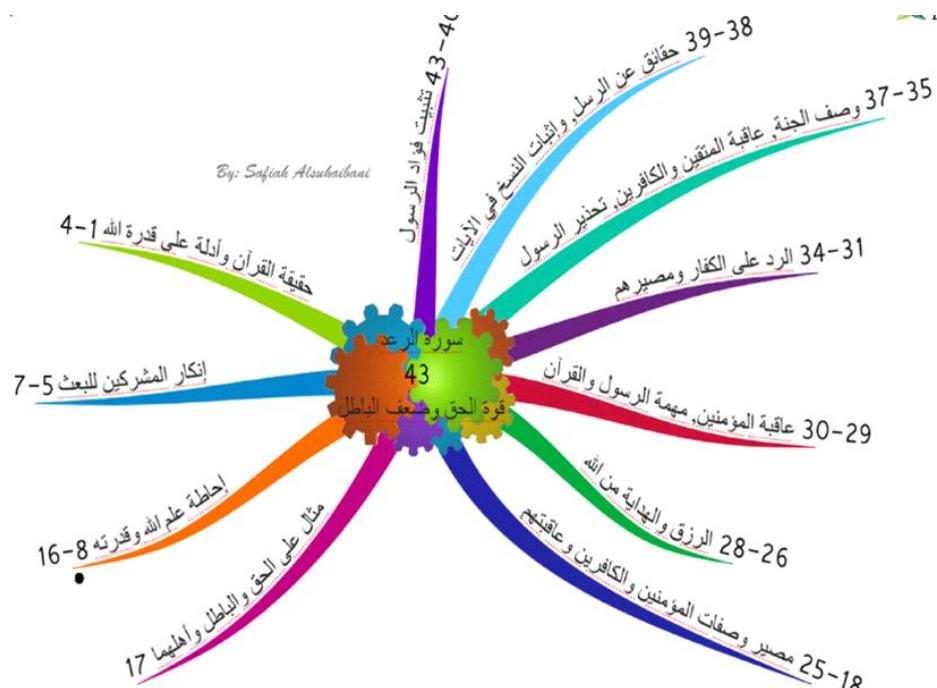
فيما يلي موضوعات القرآن الكريم، ثمة في القرآن الكريم 14 موضوع وفق ما قسمها العلماء ، وهذه الموضوعات تتبع لتضم الموضوعات التالية :

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 والأداب
7. العبادات
8. الأشربة والأطعمة
9. اللباس والزينة

- |                  |     |
|------------------|-----|
| الأحوال الشخصية  | .10 |
| المعاملات        | .11 |
| الأقضية والأحكام | .12 |
| الجنايات         | .13 |
| الجهاد           | .14 |

وثمة خرائط ذهنية لكل سورة في مثل:

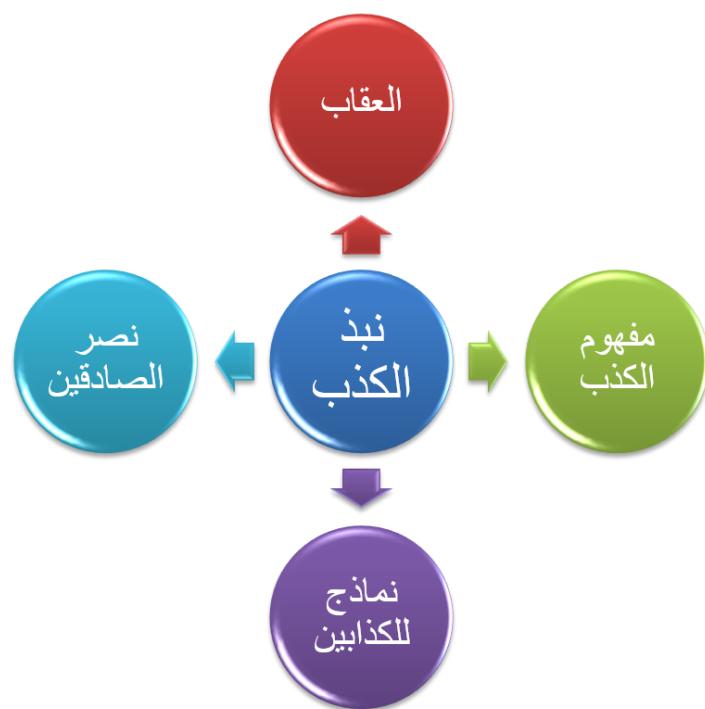
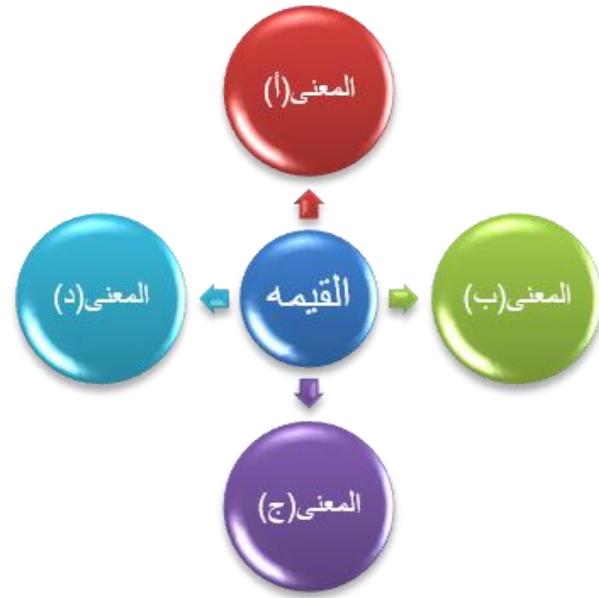


## 6. الأخلاق والآداب:

تتعدد القيم ضمن هذا المحور

ليرى السؤال، هل الدعوة للامتنال القيمة في القرآن يتم بشكل خطي (مباشر) أم لخطي (غير مباشر) ، أم مزيج بين الاثنين معا ؟

إن أولى الخطوات في برمجة القيمة هو: تحديد مسار القيمة.



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. العمى
- 4. عدم 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



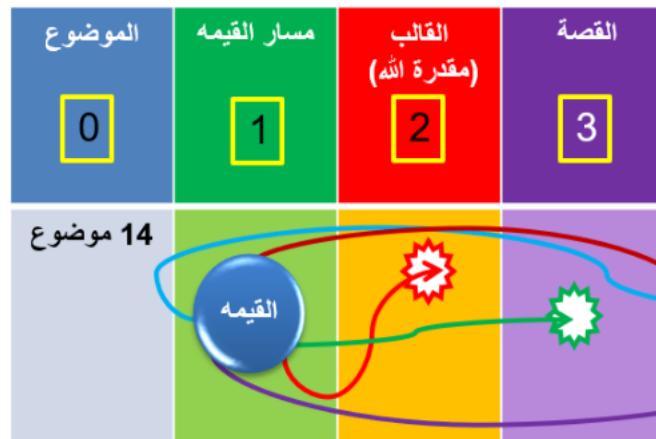
مسار قيمة نبذ الظن

ثمة قوالب عدة يتم من خلالها التعزيز للقيم إخترنا منها كمثال (مقدمة الله) ، لاحظ الخريطة الذهنية لموضوعات سورة التالية لتتبين نموذج ذلك.



فال قالب هو = الاطار العام الذي من خلاله يتم ايصال المعنى، فالقصة تعتبر قالب وهي تحمل مضمونا يعبر عن قيم أو معلومات ومقاصد

اما طبقات البرمجة = فهي معنية بالاسلوب وما يتم انتقاله من كلمات كما انه السياق وهو الشكل الذي تريده من خلاله ان تبرمج الدماغ عبر الحواس والتأثير على العقل والقلب عبر ما يسميه العلماء بالترغيب والترهيب مثلا



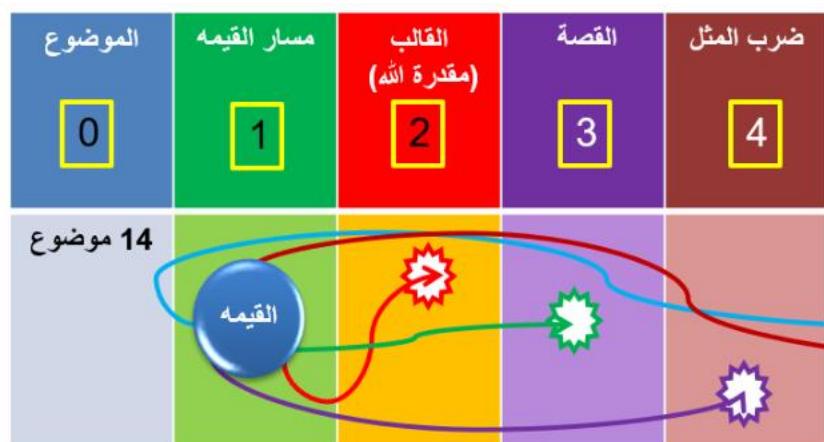
(نحن نقص عليك أحسن القص)، قصص الانبياء، والاقوام السابقة، والملائكة وتاريخ ومستقبل الكون كله، يستعرضه رب العالمين، ليس للتسلية ولا لحلية أسلوب بل، هي وقفات تأمل وغرس مستمر لقيم.

وماذا نقصد ”بال قالب“ ك قالب القصة؟

- بالنسبة لخارطة (القصص)، فقد أستخدم هذا القالب في ليس أقل من ( 156 ) قصبة في القرآن كان محور أساسى فيها الانبياء ثم الاحداث التاريخية للأقوام وشخصيات تاريخية.

- وهناك حوالي (15) سورة بين كبيرة ومتوسطة لم تتضمن قصصاً كقالب، هذا إذا علمت أن عدد سور القرآن (114) سورة.
- لاحظنا أن هناك خارطة (القصة الواحدة)، فهي إما تمضي بشكل متسلسل خطى مثل قصة يوسف، أو بشكل لا خطى متثرة 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 الأعداد 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) معاً.
- وهناك مجموعة من (الخرائط) التي هي بحاجة لاستكشاف كخارطة (الحوار التفاهم مع الغير) وهي جامدة فيما بين (القصص الخاصة بالأنباء، والقيم)

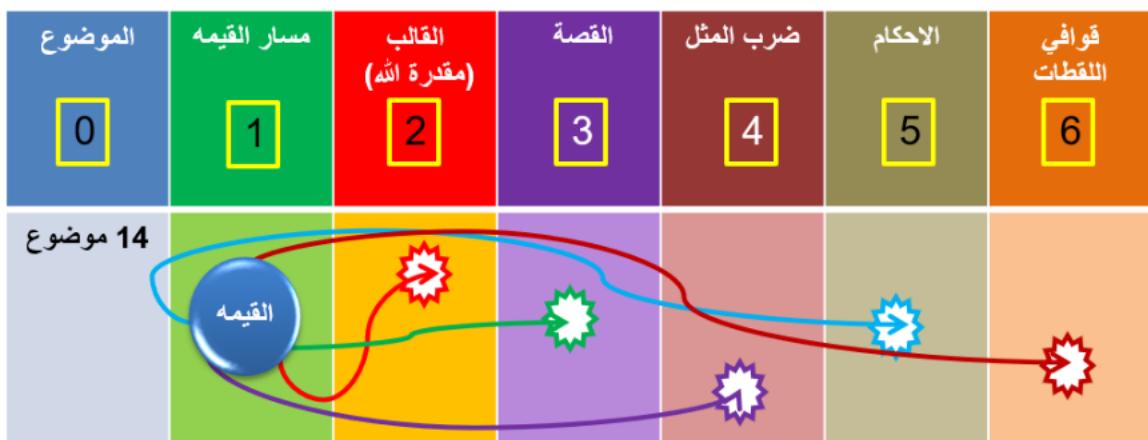
وبالرغم من أن القرآن، من اسمه ، يعتبر نموذجاً أخذ قالب الكتابة إلا أنه قد حوى، وهو ما يزيد في إعجازه ، قوله عده ، وما مؤلفنا "حركة الكامنة في القصص القرآني" الذي استعرضنا فيه قوافي لقطات الصور ، إلا نموذجاً يعزز لصناعة السينما والاتصال التلفازي، والابهار في القرآن الكريم حارت فيه عقول عمالقة اللغة والفقه والشريعة ، بل وحتى من درس علم الموسيقى، وقد تتبع آلية برمجة القيم ، فوُجدت نموذجاً فريداً من نوعه يخلع اللب ، ويبهر الزراعة، إذ أن النموذج القرآني في برمجة الرسالة ، أو القيم الإنسانية أو المجتمعية يخضع وفق الاجتهاد الذي توصلنا إليه لبرمجة متعددة الطبقات لا طبقة واحدة ، فمن تلك الطبقات على سبيل المثال لا الحصر ضرب الأمثل.



فهو يعتمد مقارنة شيء معنوياً أو عقلياً بشيء آخر مدرك ومحسوس للجميع، يعتمد تقرير المعنى بالتشبيه تعزيزاً للمفاهيم



فطبيعة (الاحكام) عموماً تعتمد على النواهي والاوامر، وهي مؤشر تقاس على ضوئه درجة استجابة المتلقى للرسالة، كما تقاس درجة اعتنائه لقيم.



تبعدنا الإيقاع 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 مميزة، وذلك عبر ما ثبته في مؤلفنا "حركة الكامرة في القصص القرآني" والذي لم يطبع حتى الآن الا باللغة التركية، بعد أن أجازته اللجنة الاستشارية العليا للعمل على استكمال احکام الشريعة الاسلامية ، في مؤتمرها عام 2001 في الكويت.
  - فهناك مثلاً وعبر ما يسمى كتابة سيناريو الافلام والدراما ثلاثة لقطات هي (الصغرى والمتوسطة والطويلة).



لقطة قريبة



لقطة متوسطة

**ففي اللقطة القريبة:**

”اذ قال يوسف لأبيه يا أبىت انى رأيت أحد عشر كوكبا“

ان كلمة قال تستوجب لقطة قريبة (U.C) وليس من النوع المتوسط أو البعيد

**اللقطة المتوسطة:**

”اذ قالوا ليوسف وأخوه أحب إلى أبينا منا“

فكلمة قالوا لا يمكن التقاطها من خلال لقطة قريبة وأنماه لابد أن تكون متوسطة، كما أن اللقطة البعيدة لن تعبر بحق عما قالوه بعد اللقطة .

## اللقطة البعيدة:

"فَلَمَّا ذَهَبُوا بِهِ وَأَجْمَعُوا أَنْ يَجْعَلُوهُ فِي غَيَابَةِ الْجَبِ"

كلمة ذهبوا تشير الى لقطة بعيدة، ذلك لعدم احتواها على ما يمكن أن نسمعه من أي منهم، بقدر ما أن المشهد يتطلب لقطة بعيدة ترينا المذهب الذى ذهبوا اليه مصطحبين معهم أخوههم يوسف.

وبرمجة الصورة في القصص القرآني يتضمن أساليب عديدة ثبتنها 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 تكرار للمشاهد

7-اسلوب الاذار

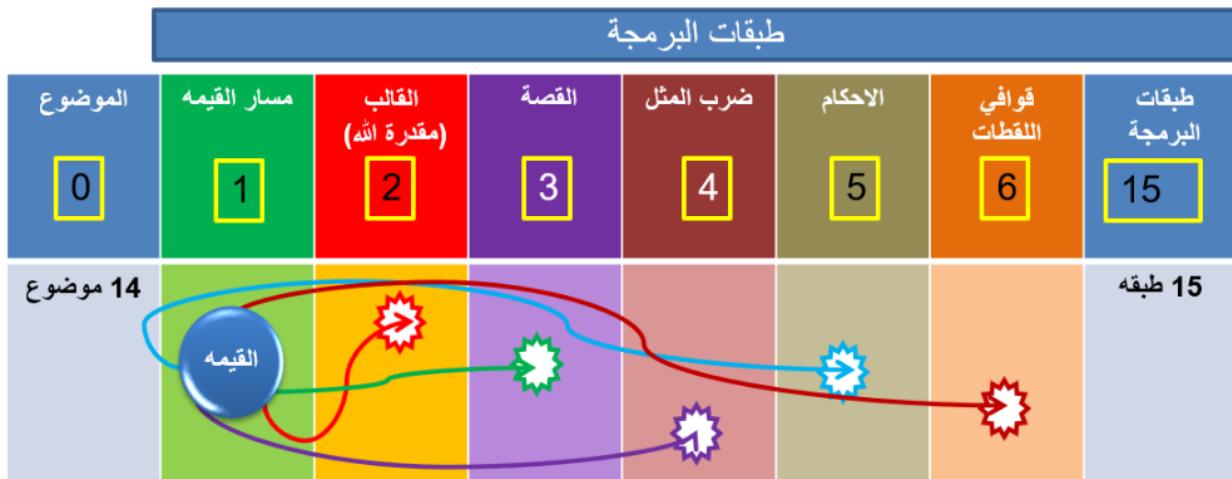
8-اسلوب التشويق

9-ختام المشهد المشاهد

10-ما بين الواقع والحقيقة

11-رسم الشخصية الدرامية

12-اسس لكتابه السيناريو



13- قوافي لقطات الصور

14- برمجه عبر طبقة المشاعر ما بين (فرحه وامل واسفاق وخوف ووو)

15- برمجه عبر طبقة المنطق

16- برمجه عبر استثارة 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 كافة التخصصات و مجالات العلوم (الطب والفن والادب والكيمياء والطبيعة، والقانون ،،،)

19- البرمجة عبر (المضمون مع السياق)، السياق الذي يدركه من يملك قدره النقاط الموجات القصيرة

20- البرمجة عبر طبقة البيان والنظم.

21- البرمجة عبر (القصة)

22- البرمجة عبر أسلوب بي الترغيب والترهيب

## وما يلي نموذج تطبيقي للطبقات السالفة

عناصر البرمجة التعددة الطبقات (القيمة "نبذ الغيره")	الآية	تسلسل
<p>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 متنابع للقطات (قريبة) سريعة فيما بين الاخوة المتآمرون على مصرير يوسف (ع)</p> <p>2. طبقة تتعامل مع الشق الایمن من الدماغ عبر مخزون المشاعر والعواطف التي خزنت في مشهد واحد ضمن آية واحدة جائتنا محفوظة دون نقصان مما اعترها من مشاعر ( النبذ والحدق والغيره )</p>	<p>اقْتُلُوا يُوسُفَ أَوْ اطْرُحُوهُ أَرْضًا يَحْلُّ لَكُمْ وَجْهٌ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ <a href="#">يُوسُف</a>(9)</p>	<p>1 سورة يوسف</p>
<p>3. طبقة تتعامل مع الشق الایسر من الدماغ حيث (المنطق) عبر التبرير لمثل هذا الفعل المثين (يَحْلُّ لَكُمْ وَجْهٌ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ)</p> <p>4. طبقة تعتمد البرمجة لما حُزن في العقل الباطن من صنوف من المكر المماثل الذي إستعرضه لنا القرآن الكريم في أكثر من حديث مثل (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.</p>	<p>اقْتُلُوا يُوسُفَ أَوْ اطْرُحُوهُ أَرْضًا يَحْلُّ لَكُمْ وَجْهٌ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ <a href="#">يُوسُف</a></p>	
<p>5. طبقة برمجة (مسار القيمة)، حيث أن القرآن الكريم يستعرض لنا عبر مواضع عديدة لمجموعه من القيم كما يستعرض لمجموعه مما يجب أن نؤمن به ونعتقد، في هذه الآية إستعراض لما يجب أن نبتعد عنه من</p>	<p>اقْتُلُوا يُوسُفَ أَوْ اطْرُحُوهُ أَرْضًا يَحْلُّ لَكُمْ وَجْهٌ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ <a href="#">يُوسُف</a></p>	

<p>(الحد 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>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 بمحض الصالح) 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 و مجالات العلوم ) وهي رقم (8).</p> <p>أما باقي طبقات البرمجة الثمان الأخرى فهي تتم عبر ذات قيمة "نبذ الغيره" مثلما سجدها في سورة "التحريم" مثلا ، أو على لسان إبليس "أنا خير منه"</p>	<p>اقْتُلُوا يُوسُفَ أَوْ اطْرُحُوهُ أَرْضًا يَحْلُّ لَكُمْ وَجْهُ أَبِيكُمْ وَتَكُونُوا مِنْ بَعْدِهِ قَوْمًا صَالِحِينَ <a href="#">يُوسُف</a> (9)</p>
<p>لاحظ أن أحد موضوعات هذه الآية هو التوجيه حيال قيمة (الإيثار) ، ولاحظ معي كيف تم البرمجة لهذه القيمة الأخلاقية:</p> <p>1. بالرغم من أن لموضوع الإيثار في القرآن الكريم لم نجد له سوى موضوعين إثنين، إلا أن موضع الآية رقم (177) من سورة البقرة يجعلك مضطرا لتعزيز قيمة (الإيثار) عبر زيارة كافة الآيات التي تناولت الأصناف المذكورة وهي (<u>ذوي الفُرْبَى</u> <u>وَالْيَتَامَى</u> <u>وَالْمَسَاكِينَ</u> <u>وَابْنَ السَّبِيلِ</u> <u>وَالسَّائِلِينَ</u> <u>وَفِي الرَّقَابِ</u>) ما يعني التعظيم لاثر البرمجة للقيمة <u>الرَّقَابِ</u> ما يعيّن التعظيم لاثر البرمجة للقيمة عبر 21 موضع آخر في القرآن يستعرض لنا</p>	<p>2 {177} لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُؤْلَمَ وُجُوهُكُمْ قَبْلَ الْمَشْرُقِ وَالْمَغْرِبِ وَلَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَالْمَلَائِكَةُ وَالْكِتَابُ وَالنَّبِيُّونَ وَآتَى الْمَالَ عَلَى حُلُبِهِ <u>ذَوِي</u> <u>الْفُرْبَى</u> <u>وَالْيَتَامَى</u> <u>وَالْمَسَاكِينَ</u> <u>وَابْنَ السَّبِيلِ</u> <u>وَالسَّائِلِينَ</u> <u>وَفِي</u> <u>الرَّقَابِ</u> وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَآتَى الزَّكَاةَ وَالْمُؤْفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَسَاءِ وَالضَّرَاءِ وَحِينَ</p>

ذلك الصنوف. وهذا مجرد مثال واحد في البرمجة المتعددة الطبقات لمجرد قيمة واحدة .

الْبَأْسُ أَوْلَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا  
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ

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 تجاري سكني

إنه أسلوب حياة، واقعي يؤمن بـ"التعارفوا" فهو لا يعزز للانعزال، ويؤمن بأن له دور ضمن دائرتين، دائرة بركة مكة الخاصة ودائرة 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 حواري تلفازي ثقافي، أو مسلسل درامي.
- ٢- هذا يفرض علينا ان يكون تواصلنا مع شرائح المجتمع (كدوله) وفق خطه (شامله موحده كمظلة) فيما تزيد ان تترجم له مع عقول كل شريحة، وفق مسار يعتمد من ١٠-٣ سنوات ويطور بشكل تلقائي ودوري بما يعزز الوصول للأهداف المرجوة.

- 3- برمجة القوالب وصفتها (إحاطية عامة Macro ) غير تفصيلية ، ونعني بالقوالب مثل ، القصة ، ضرب الأمثال،
- 4- برمجة "لقييم" 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 وتوضيحاً نبينه عبر الرسم التالي ووفق أربع مسارات:

1- مسار العقل، ويتم على سبيل التمثال عبر:

أ- طبقة استثارة المنطق

ب- طبقة منن الله

ج- طبقة استحضار الصور

2- مسار العقل الباطن، مثل:

أ- وهو يتم بشكل تلقائي عبر التراكم المعلوماتي والمعرفي كي تشكل مدركات أكثر وضوحاً لمنتقى الرسالة (المرسل إليه)، فتنوع الاساليب في عمليات البرمجة عبر طبقات ومسارات وقوالب يعزز نقل المتنقى للرسالة من دائرة الواقع نحو دائرة الحقيقة.

ب- مشكاة الأسماء الحسني

3- مسار تفعيل الحواس، في مثل:

أ- تقريب المعنى بما يجعله قابلاً للإحساس به سواء عبر حواس السمع أو البصر أو اللمس .

4- مسار تفعيل المشاعر (القلب)، ويتم عبر التأثير على مشاعر المتنقى إما عبر:

أ- بالإبهاج تارة وبالخوف تارة وبالإشفاق تارة وبالأمل وهذا (أسلوب الترغيب والترهيب).

ب- استعراض مشاعر الغير من ذكرت قصصهم عبر التاريخ

وعليه فإن البرمجة الطبقية تتتنوع لتضم المزيج التالي:

١- البرمجة عبر رسم مسار للقيمة المراد غرسها.

٢- البرمجة عبر محور السورة الرئيس

٣- برمجه للموضوع الواحد (المكون من مجموعه متعددة من مشارب مختلفة من القيم)

#### ٤- برمجه للموضوعات الخاصة بالسورة الواحدة

٥- ثمة علاقة (ظاهره) في البرمجة يمكن ادراكتها على نطاق السورة، وثمة برمجه تتم مستهدفه العقل الباطن تتم وفق علاقة تحتاج الي (تحليل وربط واعده تركيب) فيما بين أكثر من سوره أو ما بين أكثر من عنصر أو موضوع.

٦- البرمجة عبر طبقة معادلات قوافي لقطات الصور

٧- برمجه عبر طبقة المشاعر فما بين (فرجه وأمل وإشراق وخوف.. الخ)

٨- برمجه عبر إستثاره الحواس، فالترتيب وقواعد المد والادغام يستثير السمع ، ف(ماء كالمهل يشوي الوجه) يستثير اللمس ، (وما تلك بيمنيك ) وهكذا

٩- برمجه عبر ضرب الامثل لتقريب المعنى

١٠- برمجه عبر تعاطي كافه التخصصات و مجالات العلوم (الطب والفن والادب والكيمياء والطبيعة ، والقانون ،،،)

١١- البرمجة عبر (المضمون مع السياق ) ، السياق الذي يدركه من يملك قدره التقاط الموجات القصيرة من الرسائل

١٢- البرمجة عبر طبقة البيان والنظم.

١٣- البرمجة عبر (القصة)

١٤- البرمجة عبر أسلوب الترغيب والترهيب

١٥- البرمجة عبر اختلاف القراءات، اعجاز بياني يعدد المعاني والاستدلالات الفقهية

١٥ - طبقة التشخيص كأداة تصويرية - Characterize

ولتخيل مسار عمليات البرمجة " متعددة الطبقات" هذا ، هب انك بصدده 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 مختلفة بعد كل عشر خطوات ، تلك هي القيم بأنواعها ، واسماء 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 اوتى مساحة أرحب في التقاط رسائل الله وفق إيقاعات خفية ، فيدرك ما لا يدركه الآخرون.

يمكنا أن نؤكد أن (القيم) هي الرسالة المحورية الأولى في القرآن الكريم، وعندما نقول  
القيم فنحن نعني كل ما هو مشتق من (مشكاة الإسماء الحسنى)

فهناك ما يعزز لأهمية (القيم) كمحور وفق ما جاء بالأحاديث والآيات:

في الآية : ( وإنك لعلى خلق عظيم ) ، في الحديث : أقربكم إلى يوم القيمة أحسنكم أخلاقا

ويقول ابن القيم من فاقك بالخلق فاقك بالدين، إذا (القيم) أصبحت معياراً رئيسياً وهي ما يجعل مفتاح الخطاب الإعلامي الإسلامي هو (القيم) وليس كما هو متداول: (القصة ، النظم الادبي ، طبقات البرمجة ) فإذا قلنا (الحج عرفة ) ، و (الدين المعاملة ) فان (مدار الإعلام الإسلامي هو القيم) أي قضيتها الأولى هي التعزيز والتبشير بالقيم، وأننا يكون التعامل ديناً ما لم يكن قيمياً.

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 إلى ممارسة الصدق جاءت في سياقات متفرقة في ( 5 ) موضع على سبيل المثال ، وقد تكون أكثر من ذلك .

ولاحظنا كيف أن مسار الحياة يتفق مع سياق البرمجة في القرآن فنحن إذ كنا صغاراً، تمر علينا مشاهد وأحداث لا نفهمها ثم ندرك تفسير ذلك عندما نكبر، ذلك أن عملية الإذار الأولى تتم أولاً ثم تتلوها مرحلة حصاد لما تم إبزاره ورعايته فنمط الحياة مهما تتنوع، نجد أنه منسجماً 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 مؤخراً، من أن ثمة نموذجاً للتسويق مستحدثاً وجديداً سوف يجتاح العالم، وبعد بحث ميداني استغرق عام ، ضمن فريق تم تكليفه بذلك ، وكانت النتيجة ، أنه نموذج "تسويق الحلال" وتجدر الإشارة في أن "تسويق الحلال" لا يعني النجاح الحلال وإنما يشمل التصنيع والتمويل والتوزيع وعمليات الاستيراد والتصدير ، والترويج والإعلان ، كما إنه يشمل كافة السلع بما فيها "مستحضرات التجميل" وتأكيدهم لذلك جاء انطلاقاً من حقيقة يمتاز بها الإسلام دون سائر الأديان وهو أن هذا الدين "نمط حياة" وليس مجرد طقوس.

ما الجديد الذي جئنا به حيال الخطاب القرآني؟

هل في أن (مسار القيمة) هو المحور الرئيسي الذي يأخذ بزمام البرمجة في القرآن؟ ، لا بل نحن عمدنا إلى ذلك كي نتعرف على مجرد صورة واحدة من صور التعامل مع عنصر "الرسالة" ، ذلك أن "المرسل إليه" وهو الإنسان ، و"المرسل" هو "الله" سبحانه، وحيث أن "المرسل" هو "خالق المرسل إليه" فهو يعلم تماماً نوع وشكل وسياق التعامل مع "هذا الذي خلق" ، لذا إذا عرفنا كيف تعامل معه" في إرسال رسالته إليه 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.

و هذا تؤكده وبشكل منسجم آيات سورة الاعراف (وَقَدْ دَرَأْنَا لِجَهَنَّمَ كَثِيرًا مِنَ الْجِنِّ وَالْإِنْسَنِ لَهُمْ قُلُوبٌ لَا يَفْقَهُونَ بِهَا وَلَهُمْ أَعْيُنٌ لَا يُبَصِّرُونَ بِهَا وَلَهُمْ آذَانٌ لَا يَسْمَعُونَ بِهَا أَوْلَئِكَ كَالْأَنْعَامِ بَلْ هُمْ أَضَلُّ أَوْلَئِكَ هُمُ الْعَاقِلُونَ (179) وَلِلَّهِ الْإِسْمَاءُ الْحُسْنَى فَادْعُوهُ بِهَا وَدَرُوا الَّذِينَ يُلْحِدُونَ فِي إِسْمَائِهِ سَيُجْزَوْنَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ (180))

فهنا دعوة من شقين:

شق يدعو لتفعيل الحواس ، ولن تصل لتفعيل 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 يؤكده ذلك ، محاولات العرب الفاشلة بالمجبي بقرآن مماثل ، حيث كانت محاولاتهم ترتكز على الشكل فحسب دون المضمون ، بل ربما من الشكل كانت محاولاتهم نحو الایقاع السمعي فحسب ، غير ان ابن الخطاب ادرك الاثنان معا ، ويفكك لنا ذلك ردة فعله (أمن هذا كانوا يفرون . ما أحسن هذا الكلام ما أجمله ) ، وقارن فيما بين مقوله الخطاب ومقوله ابن المغيرة ستردك العمق الذي ادركه الخطاب.

لذا فان القرآن الكريم يتكون من:

١- مضمون (الموضوعات) ومحورها (القيم) وهي مشتقه من إسمائه وصفاته.

٢- سياق تعززه (طبقات البرمجة)

والانسان يؤخذ عاده بالشكل ثم يعمد الى المضمون ، أو باللحن ثم يتفحص المضمون ، أو بجمالية ما قدم من طعام ثم يعمد الى تذوقه كي يستكشف مضمونه .

في اختيار الكلمة ضمن جموع من الكلمات التي تعزز لقيمة ، وهذه صفة رئيسه في الخطاب الاعلامي الاسلامي وهو ان يكون ذا هدف ( وقصد في مشيك ) ، وهنا سنحتاج ان نعرض من مفهوم ( المشي ) ، وكل حرف أو كلامه تخطتها هو مشي ستحاسب عليه فأما الى نجاه وأما الى هلاك ،

وهذا ما تؤكده 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 ثقافه البلد الذي تقصده، وهو ما أكد عليه الخطاب القرآني فهو نراه قد اعتمد مجموعه من الكلمات غير العربية، فبعضها ذو اصول فارسيه وآخرى رومانية وهكذا، فاوضحت عربىه باعتبار اعتمادها في القرآن، بل ان الامر يكون مع الالفاظ 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.

فال قالب هو = الإطار العام الذي من خلاله يتم إيصال المعنى، فالقصة تعتبر قالب وهي تحمل مضمونا يعبر عن قيم أو معلومات ومقاصد

اما طبقات البرمجة = فهي معنيه بالأسلوب وما يتم انتقاءه من كلمات كما انه السياق وهو الشكل الذي تريده من خلاله ان تترجم الدماغ عبر الحواس والتأثير على العقل والقلب عبر ما يسميه العلماء بالترغيب والترهيب مثلـا.

لذا، نعم من الممكن ان يكون (مظاهر قدره الله) قالبا، والامثال قالبا ، ولكن الترغيب والترهيب حيث انهمما يؤثران على المشاعر فانه يعتبر طبقه من طبقات البرمجة بما يخدم العاطفة.

طبقات البرمجة							
الموضوع	مسار القيمة	ال قالب ( مقدرة الله )	القصة	ضرب المثل	الاحكام	قوافي ال نقطات	السياق والكلمة
0	1	2	3	4	5	6	7
14 موضع	القيمة						

اتضح من بحثنا حيال الكلمات التي استعملها الانبياء في تفعيل القيم، ان لكل نبى كانت له كلماته ذات العلاقة بالقيمة ، مثل لوط (ع) والتأكيد على كلمه الفاحشة، بينما موسى نجد معه كلمات ذات علاقه بعمل السحر ( القوا ، الملقين ، تلقي ، يأفكون ، السحرة ، انقلبوا ، اعين الناس )، التركيز على مساله تعزيز الادراك بالعلم لذا ذهب ليتعلم على يد الخضر، وهو علم يمترزج 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 مسيطرًا من قبل ولادته الى ما بعد خروجه من قصر فرعون ( خائف يترقب ) ، ويبدو ان مسألة الخوف كانت قد برمج عليها، خوفه من العصا ومن النار، و"اني لا يخاف لدى 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 اني، وأنا ، وهذا أخي،أبنت ، اخوتك ، 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 والسائلد لامتهم في ذاك الوقت، وهو ما اكد عليه الله اني لا يخاف لدى المرسلون، اي انفض عنك الجو النفسي للمخاوف التي كانت تحاط بكم ويعزز لها فرعون عبر السحر.

لذا انه صرخ وطوق الخوف الأول بسجود السحر، فبمن يعزز فرعون مهابته بعد ذلك؟ ، وحيث انه تعرى من اهم درع فظاهر ضعفه. .... وما اكهرتنا عليه من السحر، الاكراه يعزز مساله يريدها فرعون لانها تعزز من مтанه 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 الاخلال ، احلال الحقيقة مكان السحر، فكليهما كان له وقع المفاجئة علينا، خرق السفينة بعد ان كان فعل غير قيمي اضحي قيميا وهو اوقع 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 واحادث ربما وقعت او 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 عديدة 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 قيمة كانت ثمة كلمات، (نبذ السحر، الفاحشة، الثقة بالله لتعزيز الثقة بالنفس ، ...

و اختيار الكلمات يتم ضمن مسارين:

١- مسار مشتق من مصطلحات السلوك الشائع

٢- كلمات تزيد التأكيد عليها لاجتثاث السلوك الشاذ واستبداله بآخر

نلاحظ مثال ذلك مع لوط:

١- الكلمات ذات العلاقة بالسلوك الشائع، أتائون الرجال شهوه من دون النساء

٢- الفاحشة، التقوى، الحزن، الأسى

مع نوح (ع):

١- الكفر

٢- ليلاً ونهاراً، تفيد عملية الاستمرار وعدم الانقطاع في عملية البرمجة، لاحظ الأحرف وتكرار حرف الراء ليعزز لذات التكرار هذا

ومع سليمان (ع):

١- الشكر

٢- الامتنان لنعم الله

٣- معنى العطاء الحقيقي ليس بالمال

(لاحظ الكلمات جميعها مشتقة من بيئة القصور والملوك "الصرح، ممرد، قوارير، مال، منطق الطير، الاتيان من كل شيء، العلم)

ومع هذا العطاء رفيع المستوى نجد العدل والشكرا 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) ، غرساً أكثر عمقاً قد يصعب إدراكه غير الشريحة المعنوية وهم الرؤساء والأمراء والملوك، فاستعراض صور النعيم والمن من الله والذى يعجز الخيال تصوره، (قبل أن يرتد إليك طرفك) وهو ما يفوق في سرعته "الضوء" وجميع نتائج مختبرات "قاعدة ناسا الأمريكية " ، تلك كانت مستويات المعيشة التي كانوا يعيشونها، وفوق ذلك كانوا يشكرون ويعاملون بمسؤولية حتى مع الطير والحشرة.

ولك أن تقارن قصة ومستوا معيشى كهذا مع قصة ومستوا معيشة فرعون ، ذلك أن قيمة نبذ السحر وقيمة نبذ التأله يتطلبان مساراً للقيمة مختلف، محوره، أجواء كانت نمط حياة فرعون :

إِنَّ فِرْعَوْنَ عَلَىٰ فِي الْأَرْضِ وَجَعَلَ أَهْلَهَا شَيْعًا يَسْتَضْعُفُ طَائِفَةً 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 فَاجْعَلْ لِي صَرْحًا لَعْلِي أَطْلِعَ إِلَى إِلَهِ مُوسَىٰ وَإِنِّي لَأَظْنُهُ مِنَ الْكَاذِبِينَ القصص (38)

وَنَادَى فِرْعَوْنُ فِي قَوْمِهِ قَالَ يَا قَوْمَ أَلِيْسَ لِي مُلْكُ مِصْرَ وَهُذِهِ الْأَنْهَارُ تَجْرِي مِنْ تَحْتِي أَفَلَا تُبْصِرُونَ الزخرف (51)

أجواء كهذه تستلزم تعاملًا في مثل :

وَلَقَدْ أَخَذْنَا أَلَّا فَرْعَوْنَ بِالسِّينَ وَنَفَّصٍ مِّنَ الْثَّمَرَاتِ لَعَلَّهُمْ يَذَكَّرُونَ [الأعراف \(130\)](#)

بينما أجواء سليمان (ع) وبليقين، والذين كانوا ملوك الأرض ، لم تستخدم إلا اللفاظ التي كانت منسجمة مع أجواء السلطة والشكرا وعيشة الرخاء.

فلاحظنا كيف أن القيمة يتم برمجتها عبر مسار، تتبع سياقاتها، وعبر برمجة طبقية لا خطية

نعم نكون بذلك توصلنا بشكل تقريري 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 بناه

(وعليه ما شكل الخطاب الموجهة للتجار والمعاطفين بالمال ) ، ما الكلمات المستخدمة ، وما إسماء الله المستخدمة في الإنذار ، وما نهج القصص والامثال؟

إنه من محضن صناعة البيان الإسلامي هذا تتطلق نظرية الاعلام الاسلامي، ذلك أن صناعة البيان أشمل وأدق من صناعة الاعلام.

فمما يستعرضناه نشتق مفهوم "الاعلام الإسلامي" فهو لا يقدم شيء لمجرد تضييع الوقت، أو للقضاء على الفراغ، أو التسلية والفكاهة من أجل السخرية من الآخرين ، بل حتى وان قدم التسلية فهو يقدمها بمسؤوليه وهدف بنائي ، فلسنا بحاجه لأن نتعلم من البرامج الغربية ما يثير الضحك والسخرية من الآخرين ، ولسنا بحاجه لغرس قيم التمتع عبر مسابقات تعزز للتختن في المظهر والسلوك مع اهم شريحة يفترض ان تكون شريحة منجزه يعول عليها في بناء الامه.

وهذا يدعوا لأن تحتاط شريحة الدعاة في المجتمع كي يعيدوا النظر في اساليبها التواصيلية مع من يستهدفون.

ذلك ان نموذجنا هذا يفرض من يتعامل معه الاستحواذ على امريرن:

١- المضمون (مضمون الخطاب ، عبر قرائه سليمه وصحيحة لهذا الدين ، فقرائه لا تستند أو تتطلق من مشكاه الإسماء قرائه منقوصة)

٢- السياق ( آلية إيصال الخطاب)

وهو ما يفرض اعاده النظر في اساليب الدعاة المباشرة في تبليغ الدعوه، وهي اساليب ان كانت صالحة في العهود الغابرة فهي لم تعد صالحة لعصر اصبح التواصل فيما بين البشر يعتمد على التوتر وواقع التواصل الاجتماعي وسيناريوهات محترفة الاعداد تغذي فيها شبكات التلفزه ودور

عرض السينما، و من جهة ويدعو للتطویر والخروج بأدوات مستحثه في التواصل (فادع الي سبیل ربك بالحكمة ) این عنصر الحکمة الذي سقط سهوا أو ربما عن قصد في تواصل الدعاة مع شرائحهم ما جعل شريحة عريضة في مجتمعاتنا تمقتهم وتمقت بالتألي هذا الدين .

كما إن اعتماد المسوح الميدانية في التعرف على ثقافات الغير ، كي نحسن عملیه الدخول الى عوالمهم ونتمكن قلوبهم ، ونتمكن من ان نخاطبهم عبر ما يدركون ويفهمون لا عبر ما ندرك ونفهم فقط، وللک ان تتأمل في ظلال الايه ( وما تلک بیمینک يا موسی) ، ما يشير الى ان تتعرف على انماط حياتهم کي عبرها تتحين الفرصة المناسبة للدخول في عالمهم.

تم بحمد الله

## المؤلف في سطور



د. زهير منصور المزیدي

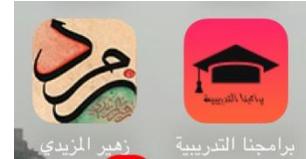
### الموقع الإلكتروني:

[www.zumord.net](http://www.zumord.net)

[www.qeam.org](http://www.qeam.org)

### تطبيقات APPS :

- 1- زهير المزیدي (زمرد)
- 2- برامجنا التدريبية



### سنوات الخبرة :

أكثر من 30 عاماً في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الإعلانية والإعلامية والتسويق والإنتاج التلفزيوني والتأسيس للهيكلة 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. (إعلانية 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 الأمريكية A.I.A. عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 – لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الإبداع الإعلاني، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريبا) الإعلانية 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 التسويق الخليجية - جمعية التسويق 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 الإعلام العربي، للجامعة العربية، مؤسس للصناعة الإعلانية في الكويت 2013

### المؤلفات :

1. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلسل 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 وأوضاعه على إنشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985
3. إنشاء بنك النصوص - 1994.
4. المكتب الإعلامي للتنمية- 1995.
5. القوانين الاحترازية في مجالات الإعلام والإعلان في العالم 1994
6. التسويق بالعاطفة 2006
7. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الأطفال) 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 ومارستها 2010 (برنامج معتمد في الجامعة الآسيوية المفتوحة في ماليزيا)، وعتمد في عشرات الجامعات ومؤسسة تعليمية دولية .
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 العظام 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" الوقاية من آفة المخدرات، عبر تشكيل مجلس بعضوية 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 تتحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.
- 2- مشروع "وقف الأرشيف الإعلاني" للجامعة الأفريقية العالمية في السودان، لنقل خبراتنا في تدشين وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق. 2017
- 3- مشروع "سما" سوق منتجات الابتام، مقدم لبيت الزكاة الكويتي، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الابتام وجعلها مراكز لموارد مالية عوضاً أن تكون مراكز للإنفاق فقط. 2016
- 4- مشروع "سمر" سوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتفاع بالحافظيكي يكون مشغلًا لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظاً فقط، عبر برنامج أذرناه دولياً بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تمخض عن نواة لسوق المنتجات، وعوائد مالية يستفيد منها سكان القرى. 2017
- 5- مشروع "أسوار" لشبكة بسواتش شبابية من مختلف دول العالم، لدعم قضيائنا العمل الإنساني والبحث عليه بشكل تطوعي. 2017
- 6- إطلاق مشروع (تأملت)، عبر موسوعة من 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنسانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أسيوي.
- 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 التنشيط واعتماد برامج المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.

## **في مجال الاستشارات :**

1. مستشار إعلامي لبعض مكاتب "الديوان الأميركي" مكتب الشهيد - الكويت.
2. مستشار الشركة الكويتية للحسابات 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 التجاري لشركة الشرفية للاستثمار 2005
10. مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
11. مستشار إسم الرواج التجاري 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 إسم الرواج والتسويق لمركز صباح الأحمد للموهبة والإبداع 2011، ثم مستشار العلاقات الدولية 2015

16. مستشار بلدية إمارة عجمان، الإمارات العربية المتحدة 2012
17. مستشار للجمهورية التركية 2012 في (World political conference)
18. مستشاراً للعديد من الشركات الإعلامية والوكالات الإعلانية في الكويت والخليج.
19. مستشار تسويق لمجموعة شركات تجارية وعقارية واستثمارية وللعديد من الشركات التمويلية والخدمية.