

التوعية الإعلامية ودورها في مكافحة المخدرات والوقاية منها لدى الشباب



د. الازهر ضيف، جامعة الوادي، الجزائر

البريد الإلكتروني: lazhardhif@gmail.com

ط.د/ محمد ذيب ، جامعة الوادي، الجزائر

البريد الإلكتروني: dhib-mohammed@univ-eloud.dz

تاريخ النشر: 2018/12/15

تاريخ قبول المقال: 2018/11/11

تاريخ ارسال المقال: 2018/9/5

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية لإبراز الدور المحوري للتوعية الإعلامية في الوقاية من المخدرات والحد من انتشارها، وذلك من خلال المادة الإعلامية الموجهة للجمهور بدا من الدعايات وانتهاء بالبرامج التوعوية، ووفق ذلك تهدف وسائل الإعلام إلى نشر مواد مقنعة ومؤثرة من اجل التثقيف والتوجيه والتوعية وغرس الوعي لدى الأفراد المجتمع بضرورة تجنب السلوكيات المشينة وتجاوزها، وخدمة المصلحة الوطنية وذلك انسجاما مع الأعراف والعادات النبيلة المعروفة داخل المجتمع.

الكلمات المفتاحية: التوعية - الإعلام - المخدرات - الإدمان - الشباب

Abstract:

Media awareness plays a pivotal role in the prevention and control of narcotics by means of media material aimed at the public, from advertisements to awareness programs. The media aims to disseminate convincing and influential materials for education, And to serve the national interest in line with the noble customs and customs known within society.

Keywords: Awareness - Media - Drugs - Addiction - Young

مقدمة:

تعد وسائل الأعلام المرآة العاكسة لصور المجتمع ولنشاط أفراده اليومي والمستمر وبذلك يقع على عاتق هذه الوسائل المتنوعة مسؤولية كبيرة وتبعية لأي اختلال أو تغيير في التوازن الحضاري بصفته العامة وبخاصة، ومن هذا المنطلق تؤدي وسائل الأعلام وظيفة حيوية تخدم المجتمع ويكون لها القدرة في التحضير الفكري والثقافي وبما يؤهلها بان تبلور قيما ومبادئ لدى جميع فئات المجتمع وشرائحه المختلفة وبالشكل الذي يتناسب مع ظروف ومعطيات ذلك المجتمع، وبالتأكيد هذا لن يتحقق إلا في توافر جهاز إعلامي كفاء ومتخصص ومتطور يتقن عملية التوجيه التي تعد الخطوة الأساس في تشخيص المشكلات والسلبيات السائدة وتمثيلها بصيغ واقعية وموضوعية اعتمادا على صدق المعلومات والتجرد، مع ضرورة توافر مبدأ الإخلاص الوطني الذي يمكن أن نعده من أهم الاشتراطات لنجاح عمل وسائل الأعلام في هذا الإطار من اجل الوصول إلى حلول ومعالجات جذرية ومناسبة لكل المشكلات والتي بالتأكيد تظهر في ضوء حالات الترددي الاقتصادي والثقافي وما يعانیه الوطن من أزمات ومعوقات تؤدي بالنتيجة إلى تعطيل حركة البناء والتنمية والتغيير نحو الأفضل.

للإعلام دور فعال وحيوي في معالجة المشكلات الاجتماعية التي تنتشر في المجتمع بسبب ترددي الأوضاع الاقتصادية والسياسية والثقافية وهذا الدور الفعال يتضح في إمكانية معالجة الظواهر السلبية ومنها ظاهرة تعاطي المخدرات والإدمان عليها، التي أصبحت أكثر الآفات انتشارا في المجتمع بين أوساط الشباب المراهقين، والتي تهدد الفرد والمجتمع، ومن هذا المنطلق نطرح تساؤل دراستنا التالي: كيف يكون الدور التوعوي الاعلامي في غرس الوعي الفكري لدى الشباب في مكافحة المخدرات؟ وماهي أهم السبل للوقاية منها؟

أولا. التأصيل المفاهيمي والنظري للبحث:

1- مفهوم المخدرات:

- لغة: هي مشتقة من الفعل الذي كل ما تؤدي إلى الفتور والكسل والاسترخاء والضعف والنعاس¹.
- اصطلاحا: فهناك عدة تعاريف للمخدرات ومنها:
- التعريف العلمي: المخدر مادة كيميائية تسبب النعاس والنوم في الغالب والغياب عن الوعي أحيانا ولها خاصية تسكين الألم.

- **التعريف القانوني:** المخدرات هي مجموعة من المواد التي تؤدي إلى الإدمان وتسبب تسمم في الجهاز العصبي ويحظر تداولها أو زراعتها أو تصنيعها أو الاتجار بها لأغراض يحددها القانون وبواسطة مرخص لها بذلك². وتعرف أيضا هي كل المواد والمرطبات التي تسبب الضرر والإدمان للإنسان³. كما تعرف أنها هي كل مادة تحدث في الجسم الإنسان تأثيرا من نوع خاص له أغراض معينة حددتها مؤلفات الطب سواء تناولها الإنسان عن طريق الفم أو الأنف أو الحلق أو بأي طريقة أخرى، وتعرف وهي مجموعة من العقاقير التي تؤثر على النشاط الذهني والحالة النفسية لمتعاطيها أما بتنشيطها للجهاز العصبي المركزي أو بإبطاء نشاطه أو بتسببها للهلوسة والمشاكل الاجتماعية، ونظرا لأضرارها بالفرد والمجتمع، فقد قام المشرع بحصرها وحظر الاتصال بها ماديا أو قانونيا إلا في الأحوال التي حددها القانون وأوضح شروطها⁴.

وتعرف إجرائيا بأنها: تلك المادة التي تذهب عقل الفرد ودخوله في عالم جديد حسب رؤيته وانها مادة تساعده في الخروج والهروب من الواقع الاصلي ودخول في دوامة الخيال.

*- مفهوم الإدمان:

- **لغة:** يقصد به الفعل أدمن والمقصود واعتياد وتعود واعتماد الإنسان على شيء وقد يكون الإدمان ضار للفرد.

- **اصطلاحا:** الإدمان يقصد به تكرار المواد المخدرة الطبيعية وتعود الشخص عليها إلى درجة الاعتماد⁵. والإدمان على المخدرات أو الكحوليات يقصد به التعاطي المتكرر لمادة نفسية أو لمواد نفسية لدرجة أن المتعاطي يكشف عن انشغال شديد بالتعاطي، كما يكشف عن عجز أو رفض الانقطاع، أو لتعديل تعاطيه، وكثيرا ما تظهر عليه أعراض الانسحاب إذا ما انقطع عن التعاطي، وتصبح حياة المدمن تحت سيطرة التعاطي إلى درجة تصل إلى استبعاد أي نشاط آخر⁶.

وعرفت الهيئة الصحية العالمية سنة 1973 بأنه حالة نفسية وأحيانا عضوية تنتج عن تفاعل الكائن الحي مع العقار، ومن خصائصها استجابات وأنماط سلوك مختلفة تشمل دائما الرغبة الملحة في تعاطي العقار بصورة متصلة أو دورية للشعور بإثارة النفسية أو لتجنب الآثار المزعجة التي تنجم من عدم توفره، وقد يدمن المتعاطي على أكثر من مادة واحدة.

ويعرف إجرائيا بأنه ذلك التعاطي المستمر دون توقف للمواد المحظورة ومنها المخدرات حيث ان الفرد لا يستطيع الانقطاع او التوقف عن تناولها ولا يمكنه تركها ابدأ ويلجأ لها مهما كان الامر أكثر خطورة.

ومن خصائص الإدمان:

- الرغبة الملحة في الاستمرار على تعاطي العقار والحصول عليه بأي وسيلة.
 - زيادة الجرعة بصورة متزايدة لتعود الجسم على العقار.
 - الاعتماد النفسي والعضوي على العقار.
 - ظهور أعراض نفسية وجسمية مميزة لكل عقار عند الامتناع عنه فجأة.
 - الآثار الضارة على الفرد المدمن والمجتمع⁷.
- *-عوامل وجود المخدرات:**
- العامل الاقتصادي: يشكل العائد المادي للمخدرات عاملا قويا لزراعتها أو صناعتها وترويجها بين المجتمعات.
 - العامل التكنولوجي: يمثل في الصناعة الدوائية التي لفتت الأنظار إلى بعض الأنواع من المخدرات، سواء طبيعية، أو المصنعة، وكذلك التطور التكنولوجي في وسائل النقل والمواصلات والتهرب والترويج.
 - العامل السياسي: يمكن أن يكون للسياسة دور في إيجاد المخدرات في منطقة معينة أو مجتمع معين، بمعنى انه يمكن استخدام المخدرات كسلاح لمحاربة دولة، أو مجتمع.
- *-أسباب تعاطي المخدرات:**
- وجود المخدر: إن وجود المخدر وتوفره مؤثر قوي على تعاطي المخدرات والإدمان عليها.
 - مفعول المخدر: إن لمفعول المخدر في بعض الأحيان دور في تكرار التجربة، متى كان الدافع حب الاستطلاع أما إذا كان الدافع إزالة عرض ما، أو الدخول في حالة معينة، ففي الغالب تكرار التعاطي، لما أحدثه المفعول المخدر في المرة الأولى من اثر المرغوب، وفي هذا الصدد يري رادو أن بعض الناس لديهم استعداد للاستجابة الفاعلة لتأثيرات احد العقاقير. ففي احد الدراسات الميدانية وجد أن بعض المتعاطين كان دافعهم الأول للتعاطي الحصول على لحظات نشوة، يعبر عنها بأنها حالة مزاجية قوامها الشعور بأن كل شيء على ما يرام .

- **الشخصية:** للشخصية تأثير في تعاطي المخدرات والإدمان عليها، فالشخصية الضعيفة أو الغير متكاملة تبدو منها سلوكيات منحرفة وقد تمثل هذه السلوكيات في تعاطي أنواع المخدرات. ويعتقد جيلينيك بان سبب الإدمان هو عدم تكامل بناء شخصية الفرد، حيث يكون الشخص غير متهيئا لحل المشاكل التي تواجهه في الحياة بصورة طبيعية.
 - **الأسرة:** للأسرة دور كبير في تشكيل شخصية الأبناء، والتقصير في ذلك قد يكون احد مؤشرات التي يمكن التنبؤ من خلالها بتعاطي المخدرات أو الانحراف بشكل عام ، فالاضطراب الأسري والانحرافات الأسرية العنيفة وتعاطي الأبوبين أو أحدهما للمخدرات وضعف الرقابة الأسرية وانعدام الضبط الأسري تمثل صورا قد تدفع بشكل أو بآخر إلى تعاطي المخدرات .
 - **الأصدقاء:** جماعة الرفاق تأثير فعال في شخصية كل عضو من أعضاء الجماعة، وتمثل جماعة الرفاق بيئة اجتماعية صغيرة تؤثر بشكل ما على شخصية كل فرد، وعن طريق التفاعل مع جماعة الرفاق تنتقل الأفكار، وتتعلم السلوكيات سواء كانت ايجابية أو سلبية كشرب الدخان وتعاطي المخدرات.
 - **وقت الفراغ:** ربما يكون وقت الفراغ عاملا يؤدي إلى الانحراف وتعاطي المخدرات لاسيما وان تعطيل مثل هذه الأوقات يدفع إلى الضجر والسام والشعور بالاعتراب، مما يدفع إلى ملء هذا الوقت بأي عمل كان، وخصوصا لدي المراهق الذي يمتاز بحبوية والنشاط، ويحدث دوما عن الجديد والرفاهية.
 - **وسائل الإعلام:** في كثير من الأحيان ترتبط وسائل الإعلام بوقت الفراغ، على أن وسائل الإعلام متنفس لوقت الفراغ، وعلى هذا أو ذلك يجب أن تكون وسيلة الإعلام ايجابية، ولا تكون سلبية تدعو بشكل مباشر أو غير مباشر إلى الانحرافات السلوكية، كتعليم تهريب المخدرات والاتجار بها، أو تعاطيها وما تحدثه من اثر بطريقة مشوقة، تدعو بشكل ما إلى التجربة والاستكشاف، ففي دراسة أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية شملت 4000 فرد من مدمني المخدرات، توصلت الدراسة إلى أن مشكلة إدمان المخدرات تتصل وبشكل كبير بعمليات التنشئة الاجتماعية الخاطئة، التي يستقيها من وسائل الإعلام.
 - **ضعف الوازع الديني:** يؤثر الوازع الديني على شخصية الإنسان، إذ تتولد لديه عدم المبالاة في قضايا التحريم والتحليل⁸.
- 2- مفهوم الشباب:

إن مرحلة الشباب هي ليست فقط مرحلة زمنية في الحياة العمرية للإنسان وإنما هي مجموعة من الخصائص والمواصفات الاجتماعية النفسية فهي عبارة عن تغيير كمي ونوعي جذري في ملامح الشخصية وهي مرحلة تغيير سريع، وفترة تضطرب فيها الشخصية ويرتفع فيها مستوى توترها، بحيث تصبح معرفته الانفجاريات والاختلالات في علاقتها مع أعضاء الاسرة والأصدقاء والمدرسة وغيرهم...⁹

ويرى بورديو بأن هناك اتجاه عام في علم الاجتماع يعتبر الحدود بين الاعمار هي الشرائح العمرية حدود أساسية، فنحن لا نعرف أين تنتهي مرحلة الشباب لتبدأ الشيخوخة¹⁰. ويعرف اجرائيا: الشباب هي المرحلة العمرية التي تلي مرحلة الطفولة وفيها ينضج العقل والتفكير السليم لدى الفرد ويصبح يميز اعماله ويدرك الضوابط الاجتماعية داخل مجتمعه مثل الثقافة والعرف والقانون.

3- ماهية الإعلام:

- لغة: هو التبليغ إي الإيصال، يقال بلغت القوم بلاغا إي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ إي وصلك، وأيضا فليبلغ الشاهد الغائب إي فليعلم الشاهد¹¹.
- اصطلاحا: هو عملية نقل الخبر أو وجهة النظر أو تلقيها من طرف إلى طرف آخر. وهذا التعريف يشمل كل صور الإعلام المتداولة في وسائل الإعلام المختلفة، وتوضيح التعريف لا بد من ذكر صور الإعلام المتداولة وهو على النحو التالي:
- نقل خبر بدون هدف من ورائه باستثناء الرغبة في نقله، واستجابة لرغبة المستمع، وهذه الصورة هي الدراجة في التعاملات العادية، وهي نادرة في وسائل الإعلام الحديثة.
- وهو نقل خبر حدث فعلا، وتوظيفه لخدمة جهة معينة من خلال تحليله بما يتناسب وتوجهات تلك الجهة أو إضافة أحداث وشخصيات غير واقعية للخبر أو إظهاره في توقيت معين أو إظهاره مع خبر أو مجموعة أخبار لفرض نتيجة تحليله لا شعورية على المتلقي، وهذه الصورة موجودة في كثير من وسائل الإعلام الحديثة بصورة ملفته للنظر.
- ويعني الإعلام أيضا افتعال حدث معين من خلال تهيئة الظروف الموضوعية للتصديق به ومن الطبيعي أن يكون وراءه هدف معين تتوخاه الجهة الناقلة ونفي الخبر إذا لم يحقق أهدافه أو اقتضت الحاجة له، وهذه الصورة موجودة بكثرة في كثير من وسائل الإعلام الحديثة.

- ينقل وجهة نظر إلى المتلقي ومحاوله إقناعه بها من خلال عدة أساليب أهمها اختيار الآلية المناسبة للطرح والتوقيت المناسب أيضا، واختيار المؤثرات المناسبة لتقبل وجهة النظر، كما في بعض الوسائل الإعلام المرئية، ومحالة حشد التأييد ولو الكاذب لوجهة النظر تلك.
- محاولة تغيير واقع موجود، وذلك لتغييرها والحصول على مكاسب معينة أو الضغط على جهة معينة من خلال التحليلات والتقارير، أو الأفلام والمسلسلات¹².
- ويعرف اجرائيا: هو نقل الاخبار والمعلومات عبر كافة وسائل الاعلام المختلفة وتقديمها لجميع شرائح الجمهور وتكون هذه المعلومات متسمة بالمصداقية والموضوعية وتعبيرا عن رأي وميل الاتجاهات للأفراد.

*وظائف الإعلام:

- يقصد بالإعلام نشر الحقائق والأخبار والآراء والأفكار بين الجماهير. وتشير الدراسات والأبحاث العلمية إلى وظائف الإعلام فيما يلي:
- نقل وتوصيل الأخبار والمعلومات والحقائق للمواطنين.
- التأثير في الآراء والأفكار لترشيدها وتشكيلها مما يؤدي إلى تكوين رأي بناء وفعال.
- متابعة ردود الأفعال الخاصة بالجماهير تجاه الأزمات للاستفادة منها في اتخاذ القرارات.
- إن الوظيفة الأساسية للإعلام هي الإخبار، أي نقل أخبار أو معلومات أو معارف أو مفاهيم معينة إلى الناس، أي نقل رسالة أو رسائل معينة إلى متلقيها ويمكن تلوين تلك الوظيفة بألوان معينة بحسب القصد من نقل المعلومات أو الرسائل، وكذلك بحسب رغبة أو رغبات من يتلقون تلك الرسائل، من هنا كان لوظائف الإعلام أو لمهمة الإعلام ورسائله ثلاثة عناوين هي:
- الإعلام أو الأخبار أو الأنباء.
- التثقيف والترفيه.
- إن مهمة الإعلام تتبع من الرغبة في إشباع الحاجات النفسية للإنسان التي تتمثل في:
- الحاجة إلى تزويد الإنسان بالأخبار حول موضوع المجتمع.
- الحاجة إلى رفع المستوى المعرفي والثقافة العامة.
- حاجة الإنسان إلى رفع المعلومات والتسلية والترفيه وشغل وقت الفراغ.

- دعم الاتجاهات النفسية وتقوية المبادئ والقيم والمعتقدات أو تعديلها والتوافق مع المواقف الجديدة. مع ما تحققه وسائل الإعلام لمختلف المواطنين من تسلية وترويج وامتناع، فإن الإعلام يوفر جوانب الثقافة الواعية ويعمل على نقل الخبرات والمهارات والتراث الاجتماعي ويلعب دورا كبيرا في بناء شخصية المجتمع وصقل مواهبه وعرض آرائه ومعطياته وتوجيه مسار التربية والحفاظ على القيم والمبادئ والتقاليد، مما يؤدي إلى خلق حالة من التوازن والانسجام بين أفراد المجتمع الواحد، مع تطوير الحياة في المجتمعات وزيادة مساحة الديمقراطية وتقدم العلوم وتعدد المخترعات وتعدد جوانب الحياة، يكون الإعلام أكثر أهمية، وقد ترتب على ذلك أن اتخذت العلوم الاجتماعية الحديثة في رصد ظاهرة، الإعلام للتحكم فيها والإفادة منها، حيث بات ممكنا للمواطن العادي بفضل تقدم الإعلام متابعة الأحداث الجارية في بلده والمشاركة في إبداء الرأي في أنواع كثيرة من أنشطة المجتمع، مما ساعد على تنمية ورفق المجتمعات واختيار قيادات صالحة لتولى شئون المجتمعات في كافة المجالات كما ساعد الإعلام على وجود التعاون والتفاهم بين الجماهير والهيئات المختلفة من جهة، وبين الهيئات نفسها من جهة أخرى.

في العصر الحديث، صار الإعلام علما قائما بذاته، يقترن بشتى مظاهر الحياة ويدعم جوانب النشاط الإنساني ويفرض نفسه على كل الشعوب، وقد أهتم العلماء الباحثون بدراساته المختلفة وتلاحقت الأبحاث بسرعة كبيرة لتواكب التطورات المذهلة لأجهزة الإعلام في العصر الحديث والتي جعلت من العالم قرية صغيرة. فقد أصبح ميسورا مع أجهزة الإعلام الحديثة أن تصل الأفكار والآراء والمعلومات من دولة لأخرى بل ولكافة أنحاء العالم في نفس لحظة صدورها، وزال حاجز الزمان والمكان بين الدول، وبالتالي يعد الإعلام في عصرنا الحالي سلاحا بالغ الخطورة والأثر بما له من قدرات سياسية واقتصادية واجتماعية.¹³

بصفة عامة، إن أجهزة الإعلام المختلفة في العصر الحديث هي مرآة المجتمعات، تساعد الأفراد على تكوين رأي عام تجاه المشاكل المحلية والإقليمية والعالمية سواء من الناحية السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية، إن الرسالة الحميدة لوسائل الإعلام مرهونة بسياسة رشيدة في توجهاتها تحسن استخدام أدواتها نحو صقل وتوجيه الأفراد إلى المبادئ والمثل والقيم الإنسانية الرفيعة التي يقوم عليها المجتمع.

*-خصائص الإعلام:

الإعلام نشاط اتصالي تنسحب عليه كافة مقويات النشاط الاتصالي ومكوناته الأساسية وهي:

- مصدر معلومات.
- الرسائل الإعلامية.
- الوسائل الإعلامية التي تنقل هذه الرسائل.
- جمهور المتلقين والمستقبلين للمادة الإعلامية.
- وترجيح الأثر الإعلامي.
- يتسم الإعلام بالصدق والثقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة دون تحريف باعتباره البث المسموع أو المرئي أو المكتوب للأحداث الواقعية، بعكس بعض أشكال الاتصال الأخرى التي لا تتوخى هذه الجوانب.
- يتصف الإعلام بأنه التعبير الموضوعي لعقليات الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها، وليس نشاطا ذاتيا يتأثر بشخصية الإعلاميين القائمين بالنشاط الإعلامي.
- يسعى الإعلام إلى محاربة التحيزات والانحرافات والعمل على تنوير الأذهان وثقيف العقول.
- يستهدف الإعلام الشرح والتبسيط والتوضيح للحقائق والوقائع.
- يترتب على الجهود الإعلامية الموضوعية تأثير فعلي في عقلية الجمهور ومستويات تفكيره، وإدراكه كما يؤدي ذلك إلى إحداث اليقظة والنمو والتكيف الحضاري في المجتمع.
- يتأثر الرأي العام تأثرا إيجابيا بالجهود الإعلامية حيث تسعى هذه الجهود عن طريق مخاطبة العقول والعواطف السامية للجمهور إلى تنوير الرأي العام وثقيفه وحشده والارتقاء به.
- تزداد أهمية الإعلام كلما أزداد المجتمع تعقيدا، وتقدمت المدينة، وارتفع المستوى التعليمي والثقافي والفكري لأفراد المجتمع¹⁴.

4- التوعية الإعلامية:

يقصد بالتوعية الإعلامية هو استخدام وسائل الإعلام المختلفة لتوعية أفراد المجتمع بالقضايا التي تخصهم وتخص المجتمع ككل، وهذا يعني أن تقوم المؤسسات الإعلامية بدورها الاجتماعي، إي التنشئة الاجتماعية والمساهمة في إعداد وتزويد الجمهور من خلال برامج هادفة ومسئولة بالبيانات والمعلومات اللازمة حول القضايا الأمنية وصحية وغذائية وما إلى ذلك يهدف التوعية من اجل تكوين فرد واع ومسئول في المجتمع مما يساعد على تفاعله وتعاطيه مع مختلف القضايا الاجتماعية بوعي

ودراية واقتدار وسلوك حضاري اجتماعي مسئول، ومن هنا فإن التوعية الإعلامية بصفتها عملية تهدف إلى التأثير في ادراك الجمهور ومن ثم وعيه وقناعاته وأخيرا سلوكه¹⁵.

وتعرف أيضا هي الوصول إلى وعي الجمهور من خلال وسائل الإعلام المختلفة من اجل إدراك موضوع معين أو مشكلة محددة للتعرف على جوانبها المختلفة لفهمها والتفاعل معها بطريقة واعية ومسؤولة وإيجابية، والإدراك التوعية الإعلامية يتوجب على وسائل الإعلام تبني حملات إعلامية واستراتيجية واضحة المعالم لتحديد المشكلة والتعريف بها ثم تحديد أسبابها والعوامل التي تفرزها والفئات التي تسبب فيها والتي تتأثر بها. وبعد تشخيص المشكلة تتم عملية وضع الحملة الإعلامية من اجل التوعية، وهي تحديد الجمهور المستهدف ثم الوسائل الإعلامية التي يتم استعمالها ثم تحديد الرسالة الإعلامية ومن بعد ذلك زمن الحملة والوقت المناسب لتنفيذها.

ولنجاح الحملة وإدراك التوعية الإعلامية يجب تفاعل الجمهور المستهدف مع الوسيلة الإعلامية والرسالة الإعلامية لتحقيق عملية الاهتمام ثم الإدراك ثم الإقناع ثم التأثير ثم الفعل. حيث أن الهدف النهائي للتوعية الإعلامية هو تقويم سلوك الجمهور المستهدف وتصويبه عن طريق تصحيح الفكرة الخاطئة أو التصور الذهني الخاطئ عند الفرد. وتصويب السلوك المنحرف لا يتم إلا بعد تصويب الوعي المنحرف عند الجاني. ومن هنا يجب أن نقرا أن التوعية الإعلامية هي عملية اتصالية قناعية معقدة يجب دراستها والتحضير والتخطيط لها بطريقة منهجية وعلمية، ونظرا للميزة المعقدة للسلوك المنحرف فإن تصحيحه ليس بالعملية السهلة حيث يجئ تضافر جهود جهات عديدة ومختلفة في المجتمع من اجل الوصول إلى نتائج معتبرة وملبوسة¹⁶.

وتعرف اجرائيا: بأنها ذلك النمط الارشادي لتعزيز النمط الإقناعي للفرد في التوجه نحو الاساليب الايجابية والتخلي عن الامور السلبية ومخاطبة العقل وترشيده من خلال الوعي بخاطر الآفات الاجتماعية والحث عن تركها.

5- حملات التوعية الإعلامية:

تنوع الحملات التوعية الإعلامية وتعدد حسب طبيعة الموضوع الهدف أو الأهداف من وراء الحملة وهي:

- الحملات الإخبارية: تهدف في الأساس إلى توفير كم معتبر من المعلومات والبيانات للجمهور المتلقي وغالبا ما تتمحور مواضيعها حول القوانين والقرارات الجديدة والأنظمة والسبل التي قد تنتهجها جهة معينة من اجل مصلحة ومنفعة أفراد المجتمع.
- حملات الصورة الذهنية: وتهدف هذه الحملات وهي غالبا ما تكون دورية للتأكيد على سلوك وخدمة واتجاه وصورة سائدة في المجتمع، والهدف هنا هو التأكيد على الاتجاه السليم والمحافظة عليه بمواصلة واستمرار الاتصال بالجمهور.
- الحملات التعليمية: مفاد هذه الحملات هو أن كلما توفرت المعلومات الكمية والتوعية لدى الجمهور حول موضوع معين كلما زاد وعيه ودرايته ببحوثات القضية وكيفية التعامل معها بمسؤولية، هذا النوع من الحملات يعنى عادة بقضايا الصحة والبيئة والتغذية وطرق التعامل مع الكوارث والأزمات والطوارئ.
- حملات الإقناع: يهدف إلى التأثير في الإدراك ثم الاتجاهات والمواقف ومن ثم السلوك، فالهدف هنا هو تغيير السلوك مما يعني إقناع الجمهور المستهدف بالتخلي عن أفكار وقناعات ومواقف واتجاهات وتبني أفكار جديدة ومن ثم سلوك جديد سوى وسليم¹⁷.

6-أهمية الحملات الإعلامية في التوعية والإرشاد والتوجيه

يقع على عاتق وسائل الإعلام جميعها مسؤولية إنسانية كبيرة وبالتعاون مع المؤسسات المعنية الأخرى لتنفيذ خطط وبرامج تنقذ المجتمع من الأوبئة الاجتماعية التي تنتشر كالنار في الهشيم من اجل التغيير في السلوكيات والأنماط السائدة وبما يتناسب مع المصلحة العامة ، وتعد الحملات الإعلامية الأكثر نفعا وإيجابية لتغطية هكذا موضوعات لها تأثيرها في حياة المواطنين وفق ما نعنيه بمفهوم الحملات من تكثيف مدروس ومخطط له لمضامين ومواد تقدم عبر الصحف والإذاعة والتلفزيون إزاء قضية ما أو مشكلة ما يعاني منها المجتمع اعتمادا على أساليب فنية مؤثرة ومقنعة وبما يتناسب مع طبيعة كل وسيلة، ويذكر المتخصصون في هذا الجانب إن نجاح الحملات الإعلامية يتأتى من دقة إدارة تلك الحملات أثناء مواجهة الأزمات والمشكلات وتأتي الحاجة هنا إلى مضاعفة الجهد الإعلامي بهدف تنمية التوعية بشأن موضوعات محددة بهدف تجاوز تلك الأزمات والمشكلات الترتيبية التي تظهر بين الحين والآخر، وتبرز هنا إمكانية المخطط الإعلامي على خلق إدارات موازية

للإدارات الإعلامية المتواجدة في الأجهزة المتخصصة (كالصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية)¹⁸

إن مهمة الإعلام الأساسية هي إنسانية لا تختلف عن مهن إنسانية أخرى كالطب والصيدلة والتعليم والحمامة، ومن الضروري تسخيرها وتطويرها بالإشكال التي تثير انتباه الجمهور ويشدهم إذ يتابع الجمهور الوسيلة الأكثر جدية وموضوعية ومصداقية والتي تقدم مادتها بأساليب جذابة ومشوقة بعيدا عن إثارة العواطف والزواجر لمجرد الإثارة بل يجب أن يكون الهدف أسمى كي لا تكون أدوات الإعلام مدمرة بل بناءة تساعد في تجاوز المشكلات والأمراض الاجتماعية وتنهض بالمجتمع نحو الأفضل وهو ما يجب اعتماده في التصدي لظاهرة تعاطي المخدرات، ونرى إن وسائل الإعلام تنفرد في تأثيرها في الجمهور عن باقي المؤسسات الأخرى وذلك لما تتمتع به من شعبية إذ يمكنها مخاطبة أفراد المجتمع كافة مجتمعين أو فرادى وتصل إليهم مهما تباعدت المسافات أو تزايدت الحواجز فباقي المؤسسات تخاطب فئة بذاتها، كالطالب في المدرسة أو الجامعة أو العامل في المصنع أو الفلاح في المزرعة.. الخ أما وسائل الإعلام فإنها تجمع بين عدد من الوظائف مجتمعة فتقوم بالتعليم والتوعية والإرشاد والتثقيف ودورها واضح في دعم الأفكار الوطنية وتعزيز حب الوطن والحفاظ على سلامته وتقدمه، ومع التطور التقني لوسائل الإعلام فإن قدرتها على التأثير أصبحت بارزة مما جعل الدول والحكومات تعتمد عليها كثيرا في الحملات الخاصة بالتوعية في موضوعات مختلفة، ووفق هذه المواصفات أصبح واجبا على دعم الأصول الثقافية للوطن وهذه الأصول التي ترفض الوقوع في دائرة الإدمان ومحاربه ومكافحته من جذوره. ولنجاح عمل وسائل الإعلام في إقناع المتلقي ومكافحة التعاطي يجب إتباع ما يأتي :

- ضرورة تقديم مواد وبرامج رصينة وعلمية عبر الصحف أو من خلال المدياع أو التلفزيون وحتى باقي وسائل الاتصال وأبرزها شبكة الانترنت لتعريف المتلقي بخطورة تعاطي المخدرات اختلاف أنواعها.
- أن تكون هذه المواد مشوقة جذابة ضمن الفنون الصحفية والإذاعية والتلفزيونية جميعها.
- إبراز الآراء العلمية المتخصصة للأطباء وعلماء علم النفس والاجتماع والقانون لتوضيح أسباب انتشار هذه الظاهرة وإبراز نتائجها المدمرة على الأسرة والمجتمع.
- إمكانية التركيز على فن الإعلانات المستمرة ذات المضامين المؤثرة بالوسائل الإعلامية كافة للتأثير والإقناع في محاولة تساعد على زيادة الوعي لتجاوز هذه العادة الخطيرة، ونرى انه من الأفضل أن يكون الإعلان عبر حوار تمثيل مشوق وبلغة بسيطة ومفهومة تجذب انتباه المتلقي ويثير اهتمامه

ومتابعته كون الإعلان المتكرر والسريع يأتي بنتائج ايجابية من حيث ترسيخ الآراء والأفكار وغرس القيم والأخلاقيات الفاضلة.

- أهمية اختيار ملاك إعلامي متخصص وكفاء من الكُتاب والمحرفين ومقدمي البرامج والمذيعين والمخرجين والفنيين من ذوي الاختصاص والخبرة والممارسة.
- ضرورة التواصل والاستمرارية في تنفيذ البرامج والمواد المضامين عبر وسائل الإعلام دون انقطاع حتى بعد تجاوز المشكلة ومعالجتها لضمان تواصل التوعية وبشكل خاص ما يوجه إلى المراهقين والشباب.
- إبراز مبدأ حب الوطن والعمل على تنقيته من الشوائب والممارسات غير الأخلاقية والتي تعكر أمنه وسلامته وصحته ليكون جسداً وعقلاً معافاً¹⁸

ثانياً. النظريات المفسرة للظاهرة المدروسة:

1- نظرية الغرس الثقافي: إن الغرس يعني كثافة التعرض والتعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام الانتقائي للرسائل، والتي تقود المشاهد إلى الاعتقاد بأن العالم الذي يشاهده على شاشة التلفزيون وهو صورة من العالم الواقعي الذي يعيش فيه وتحديث عملية الغرس عبر النقل المكثف للصورة الرمزية للأحداث، فتكون الثقافة هي عبارة عن وعاء من الرموز والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية¹⁹.

وعليه نقول من خلال هذا الطرح النظري أن تعرض الجمهور (الشباب) للعديد من الرسائل الإعلامية وخاصة رسائل التوعية في مكافحة الجريمة ومشكلات العنف ومشكلات الآفات الاجتماعية، مثل تعاطي المخدرات لدى مختلف شرائح المجتمع، من خلال نشر وتحسين الصورة الذهنية للفرد (الشباب) واكتسابه الثقة في التخلي عن الآفات الاجتماعية وتوير العقول.

وتعد نظرية الغرس المكون الثالث من مكونات المشروع المؤشرات الثقافية، وهذا المشروع يهدف إلى إقامة الدليل التجريبي على تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية، حيث ترى هذه النظرية أن التلفاز من بين وسائل الإعلام يعد المكون الأساسي الثقافي المركزي للمجتمع - باعتباره أكثر وسيلة متاحة لكافة شرائح المجتمع - وأنه يقدم القصص وأن المصمم الأساسي للصور الرمزية التي تساهم في تكوين المعتقدات عن العالم الحقيقي²⁰.

حيث أن وسائل الإعلام الأكثر تسويقاً للصور الذهنية وتكوين الآراء والاتجاهات للأفراد وبث ما يمكن تحسين وتوير العقول حول المشاكل الاجتماعية والحث على اجتنابها والتقليل من خطورتها.

كما أن النظرية ركزت على دور الرسالة الإعلامية في غرس الثقافة والمعلومات عند الجمهور بشكل عام، والفئات التي تجلس طويلاً أمام شاشات التلفزيون مع إمكانية تطبيقها على الوسائل الإعلامية الأخرى²¹.

وعليه نقول إن ثقافة التعرض لوسائل الإعلام يمكن لها التأثير بالشكل الكبير وخاصة في الحملات الإعلامية المبرمجة في أوقات الذروة أي الأوقات المناسبة للمشاهدة والمتابعة الإعلامية تحسّن وتورّ الأذهان للأفراد وحثهم على تجنب كل ما يضر بصحتهم ويشكل خطر على حياتهم وكذا على علاقاتهم الاجتماعية.

2- نظرية التعلم الاجتماعي: بالإضافة إلى نظرية الغرس الثقافي استعنا أيضاً بنظرية التعلم الاجتماعي التي قدمها العالم البرت باندورا عام 1958 وتعرف هذه النظرية بأسماء أخرى مثل نظرية التعلم بالملاحظة والتقليد، أو نظرية التعلم بالتمذجة، ومؤدى هذه النظرية أن التعلم يتم من خلال الملاحظة، بشرط دقة أعداد النموذج الاجتماعي الذي يتعرض له الفرد مع تدعيمه بالوسيلة المناسبة، وتشرح هذه النظرية السلوك الإنساني كنتيجة لعوامل معرفية وبيئية وتركز على خواص تعزيز الفعل لديه، وكذلك على المثيرات كما تأخذ في اعتبارها اثر العمليات الشعورية على التعلم المرتبطة بالإدراك والتذكر والتحفيز كالثواب والعقاب والتدعيم الذاتي أو البديل، مع الشرح العام لكيفية اكتساب الأشخاص أشكالاً جديدة من السلوك نتيجة ملاحظة تصرفات الآخرين، وكيف يتبنون هذه السلوكيات للاستجابة للمشاكل أو الظروف التي تصادفهم في حياتهم²²

فالكائن الاجتماعي يعيش ضمن مجموعة من الأفراد يتفاعل معها ويؤثر ويتأثر فيها، وبذلك فهو يلاحظ سلوكيات وعادات واتجاهات مجموعة من الأفراد الآخرين ويعمل على تعلّمها من خلال الملاحظة والتقليد. فوفقاً لهذه النظرية فإن الأطفال يستطيعون تعلم العديد من الأنماط السلوكية لمجرد ملاحظة سلوك الآخرين، فيعتبر هؤلاء بمثابة نماذج يتم الاقتداء بهم وسلوكياتهم²³.

وقد أوضح أصحاب هذه نظرية من خلال دراسة " باندورا" بعنوان " : أثر التمدجة في تعلم السلوك الخلقى " سنة 1963 التي قام من خلالها بالمقارنة بين النماذج العدوانية الحقيقية الحية والنماذج المقدمة

من خلال أفلام كرتونية مصورة وتأثيرها على سلوك العدوان لدى الأطفال في مرحلة ما قبل المدرسة بان التعلم بالنماذج المتلفزة لها فعالية في استثارة عدد من الاستجابات خاصة العدوانية منها مما يدل على أن هذه النماذج ممكن أن تكون مصدراً مهماً للسلوك لا يمكن تجاهل أثره في نمو شخصية الطفل²⁴.

وهذه النظرية مناسبة بالنسبة لدراستنا فالتلفزيون يقدم للأفراد برامج متنوعة تحتوي على تصرفات وسلوكيات بشكل ملموس، يمكن للفرد أن يعتبرها نموذجاً يقلدونها، فهو يتعلم عن طريق المشاهدة، ينتج سلوك على أساس ما يشاهده، وأن الطفل يقلد الذي يشبهه والأقرب إليه، إذا كلما ازداد تشابه النموذج مع المشاهد "المقلد" ازدادت نسبة تقمص النموذج.

فترى نظرية التعلم بالنمذجة أن الفرد (الأطفال كنموذج حساس ومؤثر داخل الفرد) يتعلمون من خلال البرامج التي يشاهدونها، وأنهم عندما يواجهون ظرفاً مناسباً فيما بعد، يحاولون تطبيق ما شاهدوه على شاشة التلفزيون، فبالنسبة للطفل فالنماذج المتلفزة التي تقدم بأشكال درامية تعرض مدى واسعاً من الخيال يفوق ما في الواقع الاجتماعي المباشر للطفل.

فالنماذج الملاحظة تشكل رموزاً لأفعال تنطوي على أحكام ممكن أن يمثلها الفرد لتُعبّر عن رفضه أو قبوله للفعل المشاهد بناء على الخصائص الموقفية التي يقع فيه الفعل والتي يمكن أن تشكل المبررات المنطقية للقبول أو الرفض، وإذا ما طبقنا هذه النظرية على فئة الشباب ستكون لها نفس النتائج التي طرأت على نموذج الطفل.

ثالثاً. دور المؤسسات الإعلامية في الوقاية من تعاطي المخدرات:

تؤدي وسائل الإعلام دوراً محورياً في توعية الأفراد المجتمع وتحسيسهم بأهم المشكلات والآفات المنتشرة بين مختلف الفئات، وهذا يعود بالدرجة الأولى إلى قدرة وسائل الإعلام على التأثير بشكل كبير في نفسيات الجماهير، خاصة وسائل الإعلام السمعية البصرية، حيث أن الصورة لها وقع كبير على المشاهد، ولعل هذا ما جعل كل الحملات التوعوية، والتحسيسية، وحتى الحملات الإعلانية والانتخابية، تعتمد بدرجة كبيرة على وسائل الإعلام المرئية، كما أن العديد من الأفراد يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام لاستقصاء معلوماتهم، وبناء مواقفهم تجاه مختلف القضايا، ولهذا نلاحظ أن الناس يبنون مواقفهم وآراءهم بناء على ما شاهدوه في حصة تلفزيونية أو برنامج تلفزيوني معين، أو ما قرأوه في جريدة أو مجلة معينة، ومن هذا المنطلق فإن الإعلام يلعب دوراً أساسياً في

محاربة ظاهرة استهلاك المخدرات، والمتاجرة بها، فإذا علمنا كما تشير الدراسات الميدانية أن فئة الشباب والمراهقين، هي الأكثر متابعة لوسائل الإعلام، خاصة الجديدة منها على غرار شبكة الانترنت، بالإضافة إلى أن هذه الفئة كذلك هي الأكثر استهلاكاً للمخدرات، فإننا ندرك أن هذه الوسائل الإعلامية هي الأكثر مقدرة على محاربة هذه الآفة، والحد منها على الأقل في المجتمع، وهذا يتم عبر بث مختلف البرامج التوعوية، والحملات والتحسيسية، التي تعمل على توعية الأفراد بخاطر هذه الآفة، وتحسيسهم بنتائجها الوخيمة على الفرد والعائلة وعلى المجتمع، فحينما يتم التركيز على النتائج المباشرة على حياة الأفراد المدمنين، وما يمكن أن تحدثه من أشياء سلبية مؤلمة، خاصة بالنسبة للأفراد العائلة، كالآباء والإخوة والآباء فيمكن حينئذ أن يدرك المدمن على المخدرات، نتائج وتبعات ما يقوم به.

كما ينبغي على وسائل الإعلام أن تكثف برامجها وحملاتها الإعلامية، بشكل يتوجه ليس فقط للمدمنين على المخدرات، وإنما حتى لغير المستهلكين لها، وكذلك لمن يتاجر بها، من خلال التركيز على مختلف الأبعاد الدينية والاجتماعية والاقتصادية، لهذه الظاهرة، وينبغي لا تكتفي وسائل الإعلام بالتحذير فقط من الظاهرة، فالمطلوب تقديم مخارج واقتراح حلول فعالة موجهة لكل الأطراف الفاعلة التي يمكن لها أن تساهم في حل الظاهرة، كالأولياء والمعلمين والأطباء النفسانيين.... علاوة على التوجه للمدمنين من خلال برامج متخصصة، تعتمد على المتخصصين في المجال للأخذ بيد المدمن إلى غاية التخلص نهائياً من الإدمان، عبر تقديم حلول عملية تراعي الظروف الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للأفراد المدمنين²⁵، لذلك فانه من الضروري عند إذاعة أو نشر معلومات الخاصة بأخطار المخدرات إبراز الحقائق التالية:

- إن العقار المخدر يحدث أثارا تختلف باختلاف الجرعة التي يتناولها الفرد، فالآثار المترتبة على تعاطي المخدر تحدث اضطرابات نفسية و صحية وعقلية واجتماعية واقتصادية ليست على الفرد فقط، بل وعلى أفراد أسرته ومجتمعه.

- إن هناك عقاقير سريعة التأثير على صحة الإنسان كالمشروبات الكحولية والأفيون وغيرها.

- انه عند طرح مناقشة متصلة بآثار إي مخدر، يجب أن يتم النقاش على عدة جوانب منها ما يتعلق بالجرعة الفعالة أو السامة أو القاتلة أو ردود الأفعال أو الآثار الايجابية.

فكل الأمور السابقة تحتاج إلى دقة في العرض والتحليل والربط والتمثيل بما يحقق الهدف والأثر المطلوب في نشر المعلومات²⁶.

وأخير يمكن القول إن وسائل الإعلام لها دور ومهم في محاربة مختلف الآفات الاجتماعية، على غرار ظاهرة استهلاك للمخدرات فهي وسائل ناجعة وذات تأثير كبير في الجماهير، مما يحتم على الهيئات والمؤسسات التي تعمل في هذا المجال، أن تعتمد عليها بشكل أساسي لأحداث النتائج المرغوبة.

رابعا. نموذج تصميم برنامج وقائي وإعلامي حول مكافحة المخدرات

لنفرض أننا أمام خطة إعلامية تستهدف مكافحة المخدرات لذلك وجب علينا أن نضع في حسابنا عدداً من النقاط عند التخطيط والتنفيذ وهي²⁷:

1- **معرفة الجمهور المستهدف:** وحتى نتكمن من التعرف على الجمهور المستهدف فلا بد لنا من الاستعانة بنتائج البحوث والدراسات التي أجريت في هذا الميدان حتى نعرف لمن نوجه رسالتنا لان هذه الرسالة إذا وجهت لمن لا يحتاجونها فقد تثر عكس نتائجها بإثارة حب الاستطلاع الذي قد يؤدي للممارسة. وتساعد نتائج الدراسات في الكشف عن مدى انتشار التعاطي وأنماطه مما يساعد على وضع خطط الوقاية، وقد أجريت بحوث كثيرة في ما يسمى بالجماعات الهشة ووجد أن أكثر الأشخاص المعرضين لمشكلة المخدرات هو أولئك :

- الذي يوجد تاريخ للتعاطي أو الإدمان داخل أسرهم.
- الانهيار الأسري / طلاق / خلافات شديدة.
- اختلال الضبط الأسري (انضباط أخلاقي).
- ضعف الوازع الديني.
- صحبة الأقران من متعاطين أو مدمنين.
- تدخين السجائر قبل سن الثانية عشر.
- الظروف السيئة في العمل أو السجل المدرسي السيء.

2- **الاستعداد النفسي والعقلي للجمهور:** يلعب الاستعداد النفسي والتحضير العقلي للجمهور المستهدف دوراً أساسياً في تقبل البرامج الموجهة للمكافحة فقبل أعوام عديدة لم يكن المواطن السعودي يتقبل فكرة أن توجد مشكلة في مجال تعاطي المخدرات في المملكة، كان هناك نوع من التوجه للتعيم على الكثير من المشكلات في هذا المجال باعتبارها ظواهر مؤقتة وغير منتشرة ومن ثم فلا داعي لتعريض الصورة المشرفة للإنسان السعودي للألم كما استمر التأكد على مبدأ الخصوصية السعودية التي من أبرز سماتها نقاء المجتمع المحلي من الشوائب عطفاً على تاريخه الديني وموروثه الثقافي وهذا أدى إلى نوع

من التعميم والرفض لفكرة وجود مشكلات من هذا النوع. غير أن التوجه نحو مواجهة المشكلات وطرح الحلول والتوعية حولها وتبني أجهزة الدولة هذا المدخل خلق جوا نفسيا وعقليا يساعد على استيعاب الجهود المبذولة في هذا المجال.

3- طبيعة محتوى الرسالة الإعلامية الموجهة: عند التفكير في محتوى الرسالة الإعلامية الموجهة لمكافحة مشكلة المخدرات يجب ملاحظة الآتي:

- انتاج مبدأ التخطيط السليم بدلا من ردود الفعل على أحداث مفاجئة أي ضرورة وجود خطط طويلة الأجل على المستوى الإعلامي.

- الاستعانة بنتائج البحوث والدراسات العلمية الحديثة مثلا: ماذا الذي يدفع البعض للتوقف؟
- الموضوعية والصدق في تناول والبعد عن التهويل والمبالغة إذ أوضحت الكثير من نتائج الدراسات التبعية في هذا المجال أن نسبة كبيرة من المعلومات التي أتت للمتعاين تأتي عن طريق أجهزة الإعلام.
- استخدام التقنيات الحديثة في عمل البرامج فالجمهور المستهدف هو الجيل الحاضر الذي يتوقع مستويات فنية متقدمة وبهزأً ويسخر ولا يبالي بالبرامج التقليدية.

- تجنب الخوض في التفاصيل الدقيقة وذلك حتى لا يعمد البعض للتقليد مثلا الامتناع كلية عن الكلام تفصيلا حول طرق التعاطي لأي مخدر.

- الحديث عن المخدرات في مجموعها مقضي عليه بالفشل لان الموضوع الآن من التعقيد والتنوع ما يجعل وظائفه ونتائجه بالغة التعقيد ولذا على المتحدث أن يتعد عن التبسيط المحل ومحاولة التركيز على نوع واحد من المخدرات ما أمكن.

- الالتزام بالأسلوب التربوي المتكامل بدلا من أسلوب التلقين المعتمد على نقل المعلومة وان ينقل الحديث عن المخدرات لطرحة ضمن سياق قيمي متكامل وضمن بند سلوكي يمكن لخلق اتجاه سلوكي معين مع إثارة مشاعر معينة مثل العلاقة الحميمة مع الأهل واثر المخدرات في تعطيل ذلك.

- التأكد والتنوير حول التبعات القانونية لتعاطي أو نشر المخدرات فالكثيرين يعزون بدوهم للجهل بالنتائج لكن القانون لا يحمي من لا يقرؤون كما أن كل فرد يجب أن يتحمل ما يترتب على جهله بعد التنوير بالعواقب.

4- نوعية الوسيلة المستخدمة: هل هي تلفزيون؟ إذاعة / ملصقات / نشرات: أي ماذا يتناسب مع

الجمهور المتلقي وماذا يتناسب مع الوسيلة المستخدمة لتحقيق الغرض من البرنامج المقدم؟

الخلاصة

يَكْمُن دور الإعلام في حياتنا ودوره المحسوس وغير المحسوس في تعزيز الوعي الايجابي بقضية المكافأة أو الإساءة أحياناً للهدف بما يعزز الاستخدام الخاطئ للمخدرات وفي هذا الجزء المنشور تناولنا الأشكال المختلفة لوسائل الإعلام المنتشرة في حياتنا وعرضنا شروط استخدامها بحيث تتمكن الجهات التربوية وحكومية من تهيئة كافة السبل لاستخدام أفضل عبر تتبع الاستراتيجيات الحديثة في هذا المجال، وأن الوسائل الإعلامية بالرغم من السلبيات التي تؤثر على الفرد وجوانب حياته إلا أنها لها دور كبير في مكافحة المشكلات الاجتماعية والآفات الاجتماعية المحيطة بالأفراد وتشكل خطراً على حياتهم ويرجع دورها الكبير في الحملات التوعية التي تنشرها عبر كامل الوسائل وفي كل الأوقات، وتسويق الصورة الذهنية والرمزية لمكافحة هذه المخاطر الاجتماعية التي أصبحت تشكل عائقاً على حياة الناس وخاصة الفئات الهشة مثل الأطفال والمراهقين الأكثر فئات حساسة وتعرضاً لمثل هذه المشاكل والآفات الخطيرة.

توصيات ومقترحات

- التوعية بمخاطر المخدرات.
- إنشاء مؤسسات خاصة تساهم بالشراكة مع وسائل الإعلام في الحث عن خطورة المخدرات وتعاطيها.
- الحث والتجنيد لإنشاء مؤسسات تساعد المدمنين في التخلي عن هذه الآفة الخطيرة.
- تجنيد كافة مؤسسات التنشئة الاجتماعية في التوعية وتكثيف الحملات الإعلامية للحد من مخاطر الآفات الاجتماعية بأنواعها.
- تدخل المؤسسات الأمنية ومؤسسات المجتمع المدني ومساهمتها في الترويج للحملات الإعلامية ودعمها

الهوامش:

1. مصطفى عمر التير(2007) المخدرات والعولة الجوانب السلبية ، جامعة نايف للعلوم الأمنية، ط1، الرياض، 7
2. محمد زيد(ب س)، آفة المخدرات وكيفية المعالجة الإدمان، دار الأندلس، ط4، بيروت، 19-20
3. رعدة الرشيم(2009) سيكولوجية المراهقة، كلية العلوم التربوية، ط1، الأردن، 35
4. معيش بن سعد السبيعي(2005) مدى فاعلية الإجراءات الأمنية في الحد من تعاطي المخدرات، رسالة ماجستير في العلوم الشرعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 9
5. فتحى دردار(2001/2000) الإدمان الخمر (المخدرات التدخين)، جامعة الجزائر، ص06
6. مصطفى سويف(1996) المخدرات والمجتمع نظرة تكاملية، سلسلة عالم المعرفة، الكويت، 17-18

7. عادل الدرمدراش (1982) الإدمان مظاهره وعلاجه، عالم المعرفة، الكويت، 22
8. عبد العزيز بن عبد الله البريثن (2002) الخدمة الاجتماعية في مجال إدمان المخدرات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، الرياض، 91-96
9. زهير حطب والآخرون (1981) السلطة الابوية والشباب، معهد الاثماء العربي، بيروت، لبنان، 29
10. عطا الله يعقوبي (2007/2006) التدين والسلوك الاجرامي لدى الشباب، رسالة ماجستير علم الاجتماع الثقافي، الجزائر.
11. مرشد عبد الصافي (2017) الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الجنادرية، ط1، 7
12. ياسر الخزاعل وآخرون (2018) إدارة الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق، دار الخليج للصحافة والنشر، ط1، الأردن، 29-30
13. بن عباس فتيحة (2011-2012) دور الإعلام في التوعية والوقاية من حوادث المرور في الجزائر: مقارنة المناطق الريفية والمناطق الحضرية، رسالة دكتوراه في الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 02، 53-55
14. فتيحة بن عباس ، مرجع سبق ذكره
15. محمد كيرات (2017) الإعلام والقضايا: سبل التوعية واليات المواجهة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، العدد 11، 22
16. محمد مسعود قيراط (2011) الإرهاب دراسة في البرامج الوطنية واستراتيجيات مكافحته مقارنة إعلامية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، الرياض، 2011، 268-269
17. محمد كيرات (2017)، مرجع سبق ذكره، 21-22
18. زهت محمود الديلي (2010) فاعلية الإعلام الحر في معالجة المشكلات الاجتماعية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد التاسع. 134-138
19. عبد الرزاق الديلي (2012) وسائل الإعلام والطفل، دار المسيرة للنشر والتوزيع، د ط، عمان الأردن، 89
20. عبد الرزاق الديلي (2012)، مرجع سبق ذكره، 6
21. حمزة شقير بارعة (2002) تأثير التعرض للدراما الأجنبية في القنوات الفضائية على إدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي، رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة ، مصر، 8
22. محمد عوض (2000) الأب الثالث والأطفال -الاتجاهات النظرية لتأثيرات التلفزيون على الأطفال، دار الكتاب الحديث، الكويت، 17-18
23. عمار الزغلول (2003) نظريات التعلم ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن، 125
24. سهير فارس السوداني (2009) البرامج التلفزيونية وقيم الأطفال ، كنوز المعرفة ، ط1، الأردن، 82-83
25. بعزیز احمد (2014) دور الإعلام في الوقاية من المخدرات، مجلة الوقاية والمكافحة، 28
26. معيش بن سعد السبيعي (2005)، مرجع سبق ذكره، 33-43

27. فوزية بنت بكر البكر(1426) دور الإعلام في مواجهة المخدرات، مجلة المكافحة، العدد42.
http://www.alamal.med.sa/article18.shtml بزيارة اليوم 2018-09-30.