

## دور وسائل الإعلام في التوعية بمخاطر تعاطي وإدمان المخدرات (دراسة وصفية مسحية)

د. عبد الدائم عمر الحسن

### مستخلص البحث

يتناول هذا البحث دور وسائل الإعلام في مكافحة المخدرات والإدمان والسموم البيضاء بحسبان أن الإعلام هو التعبير الأمين عن عقلية الجماهير وميولها ووجدانها واتجاهاتها وهو في جوهره الحقيقي حركة جماهيرية تأخذ مادتها من الجماهير وتعود بها للجماهير صاحبة المصلحة الأولى والأخيرة في العملية الإعلامية علماً بأن حاجة الجماهير للإعلام تشتد كلما واجهت خطراً يهدد كيانها ويستدعى تبادل الرأي والمشورة في التصدي له ومقاومته ومطلوب من الإعلام المقروء والمسموع والمرئي ومتعدد الوسائط أن يفتح النار عبر الأثير على مهربي وتجار المخدرات والسموم البيضاء، وهكذا يتضح دور الإعلام في التصدي لمكافحة تلك الظاهرة وأثارها المدمرة على المجتمع، ويتفاوت تناول الإعلامي للظاهرة وفقاً لطبيعة كل وسيلة إعلامية وخصائص جمهورها، واستخدم الباحث المنهج الوصفي مستعرضاً موضوع المخدرات والإدمان ومن ثم دور وسائل الإعلام في مواجهة الظاهرة وذلك من خلال أربعة مباحث :

المبحث الأول : المخدرات والإدمان.

المبحث الثاني : الإعلام ما هيته ووظائفه.

المبحث الثالث : دور وسائل الإعلام في التوعية بمخاطر المخدرات.

المبحث الرابع : نحو خطة إعلامية قومية لمكافحة ظاهرة المخدرات  
المقدمة:

تواجه الدول العربية والإسلامية كافة زائراً شرساً وعدواً خطيراً لا يهمله إلا تحطيم النفوس وتدمير الشباب عماد المستقبل في هذه الدول وروح النهضة والتقدم والتطور ألا وهو "المخدرات" والتي أصبحت ظاهرة تعد من أهم المشكلات التي تواجهها الدول كافة .. وفي رأبي هذا مخطط خطير من عدو خطير يهدف أول ما يهدف إلى تحطيم شباب هذه الأمة صاحبة الحضارة والريادة والعودة بدولها عن ركب التقدم والسمو والازدهار.

ولا نشك مطلقاً من أن هناك أصحاباً للمصلحة يسهلون الطريق لهذا العدو ليتمكن من نفوس الشعوب خاصة وأن هناك كميات كبيرة من أنواع عديدة جرى تهريبها إلى البلاد بمختلف الطرق والوسائل .. وهناك العديد من المدمنين والتجار والمهربين ..

والضحايا .. وعلى الأخص ضحايا الهيروين ذلك المخدر الخطير إلى جانب الحشيش (البنقو) الشائع في بلادنا والرائجة تجارته.

### مشكلة البحث:

من هذا المنطلق كانت هناك العديد من المآسي الاجتماعية التي لا يلقى لها بالاً أصحاب المصلحة من التجار الذين تعودوا على الكسب الحرام والذين لا يهتمهم إلا سعادة أنفسهم ولو على تعاسة غيرهم مهما كلفهم ذلك، فكلما ضبطت بضائعهم الفاسدة تلك لجأوا إلى وسائل أخرى لتعويض خسائرهم عن المضبوطات التي فقدوها وغيروا أساليبهم بوسائل شيطانية مستخدمين أناساً بعيدين عن الشبهات متعاونين مع المافيا العالمية لتنتسلل أصناف من المخدرات لمجتمعنا لخرة وزنها وعلو ثمنها تعويضاً عن كل ما يفقدوه من أرباح محرمة مجردين من ذلك من أي قيم ومبادئ لتدمير شباننا ومواطنينا. وبالطبع هذه خيانة عظيمة للوطن.

إن أجهزة الدولة عليها دور مهم في كشف هذا الخطر والقضاء عليه بكل السبل .. وعلى الشعب بكامل طبقاته أن يجند طاقاته متعاوناً مع الأجهزة الرسمية لمكافحة هذا الوباء حتى تبتز الفئة الفاسدة دون رحمة ولا شفقة لأن الأمر يتعلق بتدمير شباننا ذخيرة مستقبلنا وكياننا.

إذن هذه هي المشكلة؟ وكيف يمكن علاجها؟ وما هو دور الإعلام في مكافحتها؟ خاصة وأن الكتاب والمصلحين والأطباء، ووسائل الإعلام كافة تناولوا البيانات العلمية والطبية والسلوكية وتحديد قوة التدمير المنبثقة من تعاطي هذه السموم.

### التساؤلات:

ولهذا فإن المشكلة التي تنطلق منها هذه الورقة هي مشكلة الإدمان، إدمان المخدرات محاولين الإجابة على عدد من التساؤلات أبرزها:

- 1) متى نصحو وننتبه بكامل الصحة والانتباه لهذا الخطر؟
- 2) لماذا التناسي والغفلة وفتح الأبواب على مصارعها لهذا الوباء الذي يدب فينا دبب السرطان فلا ندرك أمره إلا بعد أن يتفاقم ويتعاطم لدرجة يصبح فيها القضاء عليه ضرباً من ضروب المستحيل؟
- 3) ما الدور الذي ينبغي أن يقوم به الإعلام لمكافحة هذه الظاهرة الخطيرة؟

### أهم الأهداف:

إن الهدف من هذه الورقة العلمية إنارة الطريق للشباب وللأسرة للصحة ضد هذا الوباء وإبراز دور وسائل الإعلام لمكافحة آخذاً في الاعتبار ضرورة أن يتطور هذا الدور للإعلام بتطور أساليب مروجي المخدرات، وتطور تقنيات الإعلام التي أصبحت محببة ومقربة من الشباب أكثر من الوسائل التقليدية المعلومة .. وأعني في ذلك الوسائط المتعددة (Multimedia) خاصة الانترنت..

## المنهج :

يستخدم في هذا البحث المنهج الوصفي الذي يعتبر من مناهج الدراسات المسحية بهدف جمع البيانات المهمة والمعلومات عن الظاهرة موضوع البحث ولهذا فإن هذه الورقة تأتي في أربعة مباحث هي :

المبحث الأول : المخدرات والإدمان

المبحث الثاني : الإعلام ما هيته ووظائفه

المبحث الثالث : دور وسائل الإعلام و التوعية بمخاطر تعاطي وإدمان المخدرات

المبحث الرابع : نحو خطة إعلامية قومية لمكافحة ظاهرة المخدرات

المبحث الأول : المخدرات والإدمان

كتب على هذا الجيل أن يعاني وهو يواجه مشكلتين طاحينتين خلفت وتخلف مآسي لا تحصى حيث انطلق وحش مرض الإيدز من مكانه يحصد الملايين على مرأى ومسمع من عالم خائف وحائر ويأس .. كما برزت مشكلة أدهى وأمر تسلب الإنسان عقله وتجرده من إنسانيته, وتمتص صحته وعافيته وتركه خرقة بالية لا نفع فيها : إلا وهي مشكلة الإدمان على المخدرات التي تمد مخالبتها الشرسة للشباب وهم في عمر الزهور خاصة شباب الجامعات لتدمر المستقبل وتقع بالأمم والدول عن ركب الحضارة والتقدم.

يقول أحد الباحثين الاجتماعيين: "خلال زيارتي الأخيرة للولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا . . لاحظت أن الرعب الذي كان سائداً في أوروبا وأمريكا من شبح الإيدز منذ عدة أعوام قد تراجع إلى الدرجة الثانية . . وتقدم عليه رعب آخر . . اسمه إدمان المخدرات, وماله من آثار مدمرة على الشباب والمجتمع والحضارة كلها"<sup>(1)</sup>, ويقول الدكتور هيلموت جيمس: "إن أخطر ما في الحياة هو أن يصاب الإنسان بمرض الإدمان على المخدرات أو بمرض الإيدز"<sup>(2)</sup>.

## الخصائص التي تجمع بين المخدرات والإيدز:

لقد ذكر هيلموت جيمس عشر خصائص مشتركة تجمع بين هذه المرضيين المدمرين هي<sup>(3)</sup>:

أن المصاب بأحد هذين المرضين هو إنسان ميت يمشى على الأرض, جسم محطم, وقوة تتهاوى . . وصحة تتداعى.

أن المرض في كليهما لا يدع جزءاً من أجزاء جسم المريض إلا أصابه ببلاء شديد.

أن المرض في كليهما يخرب الحياة الجنسية لدى المصاب ويضعف قواه الجنسية.

أن حياة المرضى في كلا المرضين تكون قصيرة, وخاتمتهما تكون محزنة.

أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين المرضين, حيث ثبت أن زيادة موجة الإدمان على المخدرات تترافق بارتفاع موجة الأمراض التناسلية ومن بينها الإيدز.

أن المرضى في كليهما كانوا يلهثون وراء اللذة والمتعة والسعادة وإذا بهم يحصدون في النهاية العلقم والدمار والندم. وعلينا أن نلفت الانتباه هنا إلى أن المقصود بمرضى الإيدز ليس أولئك الأشخاص الذين أصيبوا به بسبب خارج عن إرادتهم كنقل الدم مثلاً، وإنما المقصود الأشخاص الذين أصيبوا به من جراء إتيانهم الشذوذ الجنسي أو الاتصال الجنسي غير المشروع. إن السمة المشتركة في كلا المرضين فقد المصاب القدرة على العمل، والانحدار نحو الفقر والتشرد العائلي والضياع.

إن المصاب في كلا المرضين يسيطر عليه فقد الحس الأخلاقي وقيم الشرف والمروءة.

إن المصاب في كلا المرضين يفقد احترام الناس، وتتدنى سمعته في عيون المجتمع إلى الحضيض.

إن المصاب في كلا المرضين يورث أسرته بعد وفاته الخزي والعار والقهر والذل. هكذا نجد أن هذه الخصائص العشر المشتركة بين الإدمان على المخدرات وبين الإيدز تشير وتؤكد على معاناة رهيبية. ما بعدها معاناة يعانيتها المصابون بهذين المرضين. إنهم اقترفوا ما حرمه الله. فجاءت معاناتهم جزاء وفاقاً من الله تعالى. . "ذلك لهم خزي في الدنيا ولهم في الآخرة عذاب عظيم"\*

خلاصة القول : أن المخدرات والإيدز وباءان لم تشهد المجتمعات أكثر منهما خطورة فكلاهما يتفشيان بالعدوى ويهددان أمن المجتمع، كما يهددان كيانه من الجذور، وقد أشارت دراسات كثيرة إلى أن تعاطي المخدر تبدأ العدوى فيه أول ما تبدأ بترغيب وإغراء من شلل المعارف والأصحاب.

## أنواع المخدرات الشائعة :

قبل الحديث عن الأنواع الشائعة للمخدرات لا بد أن نقف عند بعض المصطلحات والمفاهيم الضرورية التي لها علاقة بموضوع هذا البحث<sup>(3)</sup>:

1. الإدمان: إن تعاطي المخدرات يؤدي إلى الإدمان, أو بمعنى أدق يؤدي إلى الاعتماد عليها ويتميز الإدمان برغبة ملحة لا تقاوم وقوة جبرية لتكرار تعاطي العقار والحصول عليه بأي وسيلة.
2. التحمل: هو الاتجاه المستمر لزيادة الجرعة , حيث تصبح الجرعات المألوفة بدون تأثير, مما يدفع المدمن إلى زيادة حجم الجرعة ليحصل على التأثير المطلوب.
3. الاعتماد النفسي على المخدر: وهو الوضع عندما يكون هناك دافع نفسي لا يقاوم يتطلب الاستعمال الدوري للمخدر, لإحداث السرور أو يعطى النشوة والراحة والقوة, وهذه الحالة العقلية هي بالتأكيد أقوى العوامل في مجال الإدمان المزمّن.
4. الاعتماد الجسمي على المخدر: وهي حالة تنتج عنها اضطرابات جسمية حادة إذا ما حدث انقطاع عن تناول المخدر, ويرتبط الاعتماد الجسمي بالاعتماد النفسي ارتباطاً قوياً.

من هذا المنطلق فإن المدمن هو الشخص الذي يعتاد على مخدر معين فلا يستطيع أن يتوقف عن تعاطيه رغم محاولاته اليائسة في التوقف. فالمدمن يجد دوافع نفسية وجسمية قوية لا يستطيع أن يكبح جماحها لتناول المخدر في أوقات متقاربة بحيث لا يكون له هم ولا تفكير إلا في طريقة حصوله عليه . . فينفق وقته وماله وتفكيره كله فيها بحيث يشل حياته شللاً بالغا . . و إذا توقف المدمن عن تعاطي المخدر فجأة لأي سبب من الأسباب يضطرب كيانه النفسي والجسمي اضطراباً شديداً<sup>(4)</sup>.

أما أنواع المخدرات فيمكننا أن نقسمها إلى نوعين رئيسيين حسب تقسيم الدكتور عبد الحميد الشواربي<sup>(5)</sup>:

أولاً : المخدرات الطبيعية ذات الأصل النباتي : وهي المخدرات التقليدية المعروفة وأهمها:

1. الحشيش والماريجوانا
2. الأفيون : ويصنع منه المورفين والهيروين وهو أكثر العقاقير المسببة للموت في العالم.
3. الكوكايين - مخدر خطير

وهناك نبات القات الذي يعتبر من المخدرات الطبيعية وينتشر تعاطيه في اليمن والصومال.

## ثانياً: المخدرات المصنعة كيميائياً :

هذا النوع يعتبر من المواد التي تؤثر في الحالة النفسية وبعضها له تأثير مشابه للأفيون ومشتقاته وبعضها الآخر له تأثير مشابه للحشيش وكثير منها يستعمل في علاج أمراض كثيرة بشرط أن يكون تحت إشراف طبي لأن استخدامها بدون إشراف طبي يؤدي إلى إدمانها وهذا الإدمان يفتح الباب أمام الاعتماد النفسي أو الاعتماد النفسي والجسمي معاً . . وأهم هذا النوع:

1/ المهدئات والمنومات

2/ المنشطات

3/ عقارات الهلوسة

4/ الباربيتورات – مخدر كيميائي

ولعل أبرز الأنواع وأكثرها انتشاراً وأقدمها ظهوراً هو الحشيش وله أسماء أخرى كثيرة تختلف من بلد إلى بلد – والطريقة الشائعة لتعاطيه في بلادنا العربية هي تدخينه مع السجائر أو مع الدخان في "الجوزة" الشيشة<sup>(6)</sup>.

إن الحشيش يؤدي إلى تخدير العقل والشعور بالرغبة في الكلام الكثير والتوهان والغيوبة ويضعف حاسة اللمس ولذلك فهو طريق للجنان حيث يفقد المدمن عقله تدريجياً<sup>(7)</sup>.

أما السم القاتل فهو الهيروين: حيث ينظر الأطباء إليه باعتباره أخطبوط المخدرات . . وأكثرها رعباً وتدميراً . . فهو من أخطر المخدرات على الإطلاق حيث يصعب على المدمن الاستغناء عنه . . وقد استعمل في البداية في الأغراض الطبية باعتبار أن قوته تفوق قوة المورفين بأربعة إلى عشرة أمثال , إلا أن لجنة المخدرات التابعة للأمم المتحدة حظرت استعماله . . وهناك أنواع أخرى لا تقل خطورة عن الحشيش والهيروين, وهي الكوكايين الذي يعتبر أشد المخدرات فتكاً بالإنسان ويمثل ثنائياً قاتلاً مع الهيروين إلى جانب ظهور كارثة جديدة في عالم المخدرات هي "الكراك" فإذا كان الهيروين من أخطر المخدرات على الإطلاق فإن الكراك الذي ظهر أول ما ظهر في الولايات المتحدة وأوروبا يعتبر قاتلاً جديداً أخطر أثراً وأشد فتكاً ويدعى أحياناً باسم "الصخرة" وهو سريع التأثير في حواس الإنسان . . وتتمثل خطورته في استقطابه وجذبه بشدة للفقراء والشباب المحتاج إلى الإدمان وهو متوفر بكثرة ومن السهل الحصول عليه ويعد أرخص كثيراً من الكوكايين ولذلك اتسعت دائرة المدمنين بعد نزول الكراك إلى ساحة الإدمان وإقبال الفتيان الصغار الذين لم تبلغ أعمارهم سن العشرين على تناوله بحجة الشائعات التي تقول . . إن المخدر يجعل المرء شاعراً بالسعادة ويكون في حالة طيبة<sup>(8)</sup>.

**دوافع إدمان المخدرات :**

أعلنت منظمة الصحة العالمية أن الإدمان مشكلة أكبر من أن تكون صحية فقط, إذ إن خصائصها الحالية تستوفي شروط الوباء كظاهرة<sup>(9)</sup>, ويقول الدكتور أحمد العقباوى

أستاذ الطب النفسي في جامعة الأزهر: "إن البيانات والدراسات في كثير من البلدان توضح أن المفزع حقاً من هذه الظاهرة ليس أعداد المدمنين والمدمنات، وإنما قابلية التوسع وزيادة مخاطر الانتشار وتصاعد قوة انجراف الشباب مع تيار المخدرات.. وهنا يأتي السؤال المحوري ما الذي يدفعهم إلى تعاطي المخدرات؟ وما هي العوامل وراء انتشار الإدمان، الذي استوفى شروط الوباء كظاهرة؟ وما الدوافع وراء هذا الانجراف خاصة انجراف الشباب المتزايد وانخراطهم في صفوف المدمنين؟

وهنا تأتي الإجابة في بحث أجراه Coleman . . حيث توصل من خلاله إلى أن ثمة علاقة ثابتة وقوية بين الانحراف مع تيار المخدرات، وتأثير مجموعات الزملاء والأقران والأصدقاء<sup>(10)</sup>. وبالطبع هذا يشير إلى أن المسيطر في أوساط الشباب واقعياً هو جر بعضهم بعضاً على شكل شلل تذهب إلى سهرات فيها أنواع شتى من المخدرات، وبالتالي فإن مسايرة الأصدقاء تؤدي إلى الإدمان، وقد سئل أحد المدمنين عن سر اندفاعه الشديد نحو المخدرات؟

فقال : "كان السبب الأساسي في إقدامي على تعاطي المخدرات هم أصدقائي . . . فقد ذكروا لي أن الشعور بالنشوة شعور لذيذ للغاية . . فبدأت بالتعاطي مسايرة لهم، وكانت البداية خالية من أي شعور بالمتعة، بل كنت أتعاطي المخدرات لأشعر بأنني انتمي إلى جماعة . . وبعد أن انتظمت في التعاطي أصبحت أحس بأنني أقضي وقتاً سعيداً حقاً وسط الأصدقاء . . وكانت المخدرات تعطيني شعوراً قوياً باللذة والمتعة والسعادة . . فالمخدرات بالنسبة لي كانت وسيلة للتواصل مع الآخرين . . فإذا أعطيت أحد أصدقائي بضعة أنفاس وانتشى معي أصبحت العلاقة بيننا أفضل، ولم أكن أثناء التعاطي أشعر بأنني مكبوت المشاعر"<sup>(11)</sup>.

وبالنظر إلى تحليل هذه الحالة من خلال سؤال المدمن المشار إليه عن المدة التي قضاها مع المخدرات. وهل الأهل لا حظوا عليه علامات الإدمان أم لا؟ كانت إجابته أنه ظل على هذه الحالة ثلاث سنوات وكان يتقن الإخفاء.. إخفاء كل شيء أي يتقن التخفي . . فالأب كان ينام بعد صلاة العشاء والأم وحدها لاحظت وعرفت ولكنها لم تقف على خطورة الأمر . . ولم تستطع أن تخبر الأب لأنه رجل صعب وقاسٍ للغاية وكانت تخاف على ابنها الوحيد من بطشه.

هنا يتبين من التحليل حسب رأى الدكتور فاخر عاقل رئيس قسم علم النفس بجامعة دمشق "أن الأب المترمت والمتسلط يفشل في توفير ما يحتاج له ابنه المراهق من المودة والتسامح والمرونة والرعاية، الأمر الذي يجعل الابن يندفع إلى أن يكون أشد ميلاً إلى الاعتماد على جماعة الرفاق والأصدقاء لإشباع حاجاته العاطفية والابتعاد عن الوالدين اللذين تقل أهميتهما وجاذبيتهما تدريجياً بنظره"<sup>(12)</sup>.

وهكذا نجد أن ترمت الأب كان هو العامل غير المباشر في انحراف ابنه . . أما العامل المباشر فهو وقوعه تحت ضغط شلة غارقة في الإدمان حتى القاع.

ومن هنا فإن دوافع الإدمان وراءها ثمة عوامل غير مباشرة أخرى تعزز ظهور المدمنين في الأسر ومن أهمها<sup>(13)</sup>:

- (1) الابتعاد العاطفي بين أفراد الأسرة.
- (2) عدم وجود فرص للترويح عن النفس داخل الأسرة.
- (3) عدم إتاحة الفرص داخل الأسرة للتعبير عن المشاعر والأفكار.
- (4) ضعف رقابة الأباء وقلة اهتمامهم بشؤون أبنائهم والتراخي في الإشراف على سلوكهم وأنشطتهم.
- (5) غياب الأب أو الأم في مرحلة المراهقة لسفرهما طلباً للرزق.
- (6) ضعف الوازع الديني، وعدم احترام التقاليد والقوانين.
- (7) الجهل بحقيقة الأضرار التي تخلفها المخدرات صحياً ونفسياً واجتماعياً.
- (8) الاختلاط بقرناء السوء والنفور عن الأسرة والبحث الدائم عن اللذة الحسية.
- (9) ويشير رجال المكافحة وأساتذة علم الاجتماع والأساتذة النفسيون إلى دوافع شهيرة للإدمان هي<sup>(14)</sup>:

- (1) الدافع الجنسي . . الاعتقاد الخاطيء بأن المخدرات تنشط الناحية الجنسية.
- (2) التخلص من التعب والإرهاق . . باعتبار المخدر مسكن قوى للألم.
- (3) الدافع المرضي . . خاصة المرضي بالاكتئاب.
- (4) التقليد والمحاكاة خاصة بين الشباب حديثي السن.
- (5) الهروب من الواقع إلى دنيا الأحلام، والشعور بالنقص.
- (6) التفاخر والمباهاة.

ونخلص من ذلك إلى أن الإعلام بوسائله كافة مطالب بمخاطبة الأسرة الأب والأم والمدرسة قبل مخاطبة المدمنين بتصميم رسائل إعلامية هادفة تعين في الإرشاد والتوجيه والتربية قبل وقوع الفأس على الرأس.



الإسلام . . وتحريم المخدرات:

لم يرد في القرآن الكريم ولا في السنة النبوية الشريفة، نص على حكم المخدرات . . ولم ينقل عن الأئمة المجتهدين أصحاب المذاهب الفقهية كافة قول في الحكم الشرعي للمخدرات . . ويعود ذلك إلى أن المخدرات لم تكن معروفة في زمانهم . . ومنذ ظهورها في أواخر القرن السادس الهجري، اجتهد الفقهاء في استنباط الحكم الشرعي لها بالقياس على الخمر، وذلك عن طريق الأدلة الواردة في تحريم الخمر ومدى اشتراك الخمر والمخدرات في هذه العلة.

ومن المعروف أن القياس يعتبر من مصادر الأحكام الشرعية بعد الكتاب والسنة والإجماع واجتهاد الأئمة أصحاب المذاهب الفقهية المعروفة وفي ضوء القياس فإن علة الحكم في الخمر هي الإسكار أو السكر تكون قد توفرت في المخدرات أيضاً لأنها تفعل فعل الخمر، بل تتفوق عليها في حجب العقل . . ويكون حكم الخمر التحريم هو ذاته حكم المخدرات أيضاً.. وبالتالي تكون جميع أنواع المخدرات حراماً . . وكذلك فإن النصوص التي تحرم كل مسكر ومفتر تنسحب على المخدرات.

ولعل الكلمة النيرة التي قالها سيدنا عمر بن الخطاب رضي الله عنه "الخمر ما خامر العقل" حدد بها مفهوم الخمر : فكل ما لابس العقل وأدى إلى تعييبه وعدم اتزانه واخرجه عن طبيعته المميزة والحاكمة فهو خمر حرام حرمة الله ورسوله إلى يوم القيامة، ومن ذلك تلك المواد التي تعرف باسم "المخدرات" مثل الحشيش والكوكايين والأفيون وغيرها . . مما عرف أثرها عند متعاطيها أنها تؤثر في حكم العقل على الأشياء والأحداث فيرى البعيد قريباً، والقريب بعيداً أو يتخيل ما ليس بواقع، ويسبح في بحر الأحلام والأوهام، وهذا ما يسعى إليه متناولوها حتى ينسوا أنفسهم وديانهم، ويهيمنون في أودية الخيال<sup>(15)</sup>.

ولهذا فإن الشريعة الإسلامية تحرم المخدرات من أجل حماية الأعمدة الأساسية التي يقوم عليها كيان الفرد والمجتمع وهي: " الدين والنفس , العقل . النسل . المال" لأنها تفعل فعلها المدمر في حياة كل من الفرد والمجتمع.

وبالطبع فإن الأديان السماوية جميعها لها رأى في المسكرات وقد شجبت تعاطيها وجلبها وبيعها وحتى حملها، والمخدرات تقع كما أسلفنا تحت بند المسكرات بالقياس على الآيات القرآنية والأحاديث الشريفة وكذلك ما جاء في الكتاب المقدس للمسيحيين . فالمخدرات تجعل الإنسان مطية للشيطان فيأخذه بعيداً عن طاعة الله : فعندما يتمكن الإدمان من شخص ما ويستحوذ عليه استحواداً كاملاً يتعلق قلبه بالمخدرات وتصبح شغله الشاغل، لا يرى الكون إلا من خلالها ولا يسعد إلا بالحصول عليها وتصبح لديه أعلى من كل شيء في الوجود: أعلى من روحه وزوجه وولده وأصدقائه ومن عمله مصدر معيشتة . . فأين المدمن والحال هذه من قوله ﷺ "لا يؤمن أحدكم حتى يكون الله ورسوله أحب إليه مما سواهما"(\*)؟! فالمدمن ليس لديه وقت للتفكير بغير

المخدرات، فليس لديه وقت للتفكير بالله أو بالحلال والحرام أو بالجنة والنار أو بالخير والشر أو البعث والحساب والدار الآخرة فالمخدرات رجس من عمل الشيطان الذي يصد عن طاعة الله فالمدمن لا يفيق عن المخدر ليقف بين يدي الله. قال تعالى: (إنما يريد الشيطان أن يوقع بينكم العداوة والبغضاء في الخمر والميسر ويصدكم عن ذكر الله وعن الصلاة فهل أنتم منتهون) (\*).

ولهذا فإن وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة ومتعددة الوسائط مطالبة بأن تخصص جانباً معتبراً من البرامج الدينية بأشكالها المختلفة لتناول ظاهرة المخدرات وبيان أثرها السالب وخطورتها على الفرد والمجتمع والعبادة والتركيز على شخصية الفرد المسلم السوي وعلى الطاعة والتجرد والإخلاص لله رب العالمين ومن ثم المجتمع.

### المبحث الثاني: الإعلام ماهيته ووظائفه

يقوم الإعلام بعدة وظائف ويلعب دوراً مهماً في المجالات كافة ومن هنا فإن دوره في مجال مكافحة المخدرات يمثل أهمية كبيرة خاصة تجاه مكافحة هذه الظاهرة التي أصبحت مشكلة عالمية فقد تناولنا في المبحث الأول المخدرات ماهيتها وأنواعها وتحديثنا عن الإدمان ودوافعه ووقفنا عند تحريم الإسلام والأديان السماوية كافة للمخدرات. وفي هذا المبحث نتناول ماهية الإعلام ووظائفه وكيفية توظيفه في محاربة هذه الظاهرة والتوعية بخطورتها والمساهمة في مكافحتها مع الجهات المعنية وكلنا يعلم أن آثار المخدرات على المجتمعات تعدت حدود الشق الاجتماعي إلى آثار سياسية واقتصادية وأخلاقية تهدد مستقبل البشرية بصفة عامة والوطن بصفة خاصة ومن هنا كان تركيز هذه الورقة على الدور الذي يمكن أن يقوم به الإعلام لدرء هذا الخطر ومكافحته والحد من انتشاره.

ماهية الإعلام: وبداية لا بد من الوقوف عند مفهوم الإعلام قبل تناول أهدافه ووظائفه في المجتمع.

فالإعلام: هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي عام صائب حول واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم. ولعل هذا التعريف لمفهوم الإعلام ينسجم تماماً مع المشكلة التي نحن بصدها وهي مشكلة ظاهرة "المخدرات" والتي نود أن نتعرف على دور وسائل الإعلام حول مكافحتها والحد من انتشارها! . . إذن الغاية من الإعلام هي الإقناع عن طريق نشر المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات ونحو ذلك عن الظاهرة أو المشكلة المعنية.

ولقد اختلف المفكرون في وضع تعريف دقيق لمفهوم العمل الإعلامي كما تختلف الدول في فهم الإعلام وتفسيره باختلاف أنظمة الحكم القائمة فيها واختلاف فلسفة كل مجتمع ونظرته لمختلف الشؤون الاقتصادية والاجتماعية والثقافية فيه، إلا أن أوضح تعريف يمكن أن يكون معبراً بعيداً وموجزاً وشاملاً لمعنى الإعلام هو التعريف الذي وضعه العالم الألماني "أتوجروت" حيث عرف الإعلام بأنه "التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت"<sup>(16)</sup>.

إذن الإعلام تعبير موضوعي . . . ويعني ذلك أنه ليس تعبيراً ذاتياً من جانب الصحفي أو المذيع، وإنما هو تعبير موضوعي خالص يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات أو عليها جميعاً إذا لزم الأمر.

فوسائل الإعلام كافة تمثل قوة حضارية تعمل بالمشاركة مع القوى الحضارية الأخرى على رفع مستوى المجتمع ثقافياً واجتماعياً وسياسياً والى جانب دوره المتمثل في نقل الأفكار ونشرها بين الجماهير على نطاق واسع فهو يهدف أيضاً إلى عملية تغيير الاتجاهات وتحريك الجماعات للعمل في اتجاهات معينة لتحقيق الأهداف المرجوة ونشر الأفكار العصرية وخلق الشخصية الجديدة وحل مشكلات المجتمع وليس دوره محصوراً في مجرد إعطاء معلومات ومعارف للناس وإنما تسهم وسائله بشكل عام في انتفاع الجماهير بالمعرفة والثقافة والإرشاد والتوعية والتوجيه ومن ثم تغيير الاتجاهات السالبة نحو الأفضل وتولد آثار متنوعة وواسعة الانتشار على جميع المستويات وقطاعات المجتمع، خاصة وأن نظام الاتصال والإعلام الجماهيري يتأثر دوماً بالبيئة الاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها، فالأفكار والقيم السائدة في مجتمع ما تعمل على تشكيل الإعلام<sup>(17)</sup>.

ومن هذا الواقع فإن ما ذكر يلقي على القائمين بأمر الإعلام دوراً مهماً وصعباً من حيث الصدق والأمانة والدقة والموضوعية في جميع المعلومات والبيانات التي تبت من مصادرها الأصلية، فالوضوح والصراحة ودقة المعلومات مع ذكر مصادرها أمر في غاية الأهمية ويسهم في تشكيل الرأي العام بصورة صحيحة ويحدث الإقناع المطلوب . . . ويقول : دكتور إبراهيم إمام "إن الإعلام هو تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة التي يمكن التثبت من صحتها أو دقتها بالنسبة للمصدر الذي تتبع منه"<sup>(18)</sup>، وهذا ديدن الصحف والإذاعات التي تعتمد دائماً على ذكر المصادر التي استقت منها المعلومات والأخبار مثل الوكالات أو غيرها من المصادر . . . وبما أننا بصدد تناول دور الإعلام في مكافحة المخدرات فنحن مطالبون أن يكون تناولنا لهذه المشكلة ومكافحتها لهذه الظاهرة الخطيرة مبنياً على الصدق والأمانة حتى يكون تعبيراً صادقاً وأميناً عن الجماهير التي توجه إليها الرسالة في عاداتها وتقاليدها وميولها واتجاهاتها ومصوراً لآمالها وآمها ومناسباً لثقافات وتفكير أفراد هذا المجتمع.

ولذلك فإنه يجب على وسائل الإعلام وهي تتعرض بعمق لهذه الظاهرة ظاهرة المخدرات أن تستخلص الأحداث والمواقف من البيئة الاجتماعية والثقافية السائدة بما فيها من اتجاهات وقيم ومعايير وتقاليده بحيث تكون تجسيدا لثقافة الأمة وحضارتها فلن يكتب للرسائل الإعلامية التي توجه لمعالجة الظاهرة النجاح إذا لم يكن ما تقدمه انعكاساً صادقاً لهذه الثقافة أو الحضارة . . تلك هي أهم وأبرز خصائص العمل الإعلامي.

### وظائف وسائل الإعلام:

إن المتعرضين لوسائل الإعلام والمتلقين لمضامينها فإنهم يحققون بها اشباعاً مختلفة، فهم يحصلون منها على المعلومات ويقضون معها أوقات ممتعة تسرى عن النفس الحزن وعناء العمل فيرتحلون إلى آفاق جديدة ويتعرفون على عادات وقيم وتقاليده جديدة ومن هنا غدت وسائل الإعلام سلاحاً ذا حدين(19).

أولاً: هي قوة إيجابية داخل المجتمع تعمل على تماسكه وتدعيم بنائه كما تعبر عن قضاياها وتكشف عن ألوان الفساد والمحاباة والانحراف، وتسهم في دفع عجلة التنمية فيه.

ثانياً: وهي قوة سلبية إذا لم يحسن استخدامها، وذلك أنها قد تعمل على تخريب المجتمع وتفتيته وتحطيم معنويات افراده، وتشويه الشخصية القومية أو الوطنية بغرس قيم غريبة فاسدة، وبتقديم صور من النماذج الغريبة للاحتذاء بها.

ولهذا فإن فهم وظائف وسائل الإعلام ومعرفة أهدافها ومن ثم استخداماتها يصبح ضرورة للتعامل مع هذه القوة، التي يمكن أن تكون قوة خير تعمل لصالح المجتمع، أو قوة شر تسهم في تعطيل قواه التنموية.

ومن هذا المنطلق لا بد من أن نقف عند مواجهة أنفسنا بسؤال حول وسائل الإعلام التي تحاصرنا كل يوم، وهو لماذا نسمع أو نقرأ أو نشاهد وسيلة إعلامية ما .؟ أو لوسائلنا أنفسنا ماذا تحقق لنا هذه الوسائل؟ فإن هذين السؤالين يجعلان المرء يفكر في وظائف وسائل وفي استخداماتها وفي تأثيراتها على الإنسان، ويجعلانه أيضاً يفكر هل وسائل الإعلام ذات قوة حقيقية في تأثيراتها في الجمهور أم لا؟.

إن المتتبع للدراسات الإعلامية حول الإعلام والاتصال الجماهيري سيجد أنه لا يوجد اتفاق أساسي حول وظائف الاتصال الجماهيري وكثيراً ما يحدث الخلط ما بين الوظائف وما بين التأثيرات عند الحديث عن وسائل الإعلام فالوظائف تهتم بالدور العام الذي تؤديه وسائل الإعلام بينما التأثيرات هي نتائج لهذا الدور العام وهي تخصيص وتحديد لهذه الأدوار العامة التي تؤديها وسائل الاتصال عامة، فعلى سبيل المثال إذا اعتبرنا أن الترفيه هو إحدى وظائف الإعلام، فإن هذه الوظيفة قد تحقق تأثيرات نفسه واجتماعية مختلفة عند الجمهور وقد تكون تلك التأثيرات إيجابية أو

سلبية. فالمتفرج أو المشاهد الذي يشاهد برنامجاً ما بمفرده يمكن أن يكون تأثير المشاهدة عليه القضاء على شعوره بالوحدة أو الملل أو غيرهما، كذلك إذا اعتبرنا أن الأخبار وظيفة تقوم بها وسائل الإعلام فإنه يمكننا أن نجد تأثيرات لهذه الوظيفة من حيث ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور الذي يقرأ الأخبار أو يسمعها أو يشاهدها: إذن مما سبق يمكن القول أن أهداف الإعلام الأساسية تتمثل في توسيع مدارك الجماهير في اتجاهين الأول: تزويدهم بالمعارف واحاطتهم بكل ما يدور حولهم وتمليكهم الحقائق والمعلومات، والثاني: إقناعهم بأن يسلكوا سلوكاً معيناً عن طريق الأخبار والمعارف والمعلومات التي تلقوها من وسائل الإعلام بشرط أن تكون صحيحة وسليمة وحقيقية حتى تساعدهم على تكوين رأي صائب حول مشكلة من المشكلات أو واقعة من الوقائع بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير وميولهم واتجاهاتهم(20)، فهدف الإعلام يتضح من خلال فكرة ما يراد توصيلها إلى المتلقي والذي قد يكون فرداً أو جماعة أو شعباً فإذا كانت النتيجة أو رد الفعل الـ Feedback اتباع المتلقي السلوك الذي يحقق الهدف الذي تحمله الرسالة الإعلامية وتريده الفكرة المعينة فإن رجل الإعلام بذلك يكون قد نجح في تحقيق غرضه، وإذا لم يتبع المتلقي مضمون الرسالة وما تريده الفكرة يكون رجل الإعلام قد فشل في تحقيق غرضه، وهذا يؤكد أن الإقناع لا يتم إلا بتزويد المتلقي بالمعلومات والحقائق المسنودة بالبرهان والدليل بحيث تكون الرسالة كاملة غير محرفة، لأن أي عبث بالرسالة يخرج العمل الإعلامي عن غايته الأساسية يؤدي إلى تضليل الجماهير وعدم مساعدتها على تكوين رأي صائب سليم.

وظائف وسائل الإعلام في المجتمع من خلال آراء الباحثين:

من وجهة نظر هارولد لاسويل Lasswel أن هذه الوظائف تتمثل فيما يلي(21):

أولاً: الإشراف والرقابة: الإشراف والرقابة على البيئة أو المحيط.  
ثانياً: ترابط المجتمع: العمل على ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة للمحيط والبيئة التي يعيش فيها الناس.

ثالثاً: نقل التراث: وعند تحليل الوظائف الثلاث لاسويل نجد أن الوظيفة الأولى

الإشراف على البيئة - المحيط الذي يعيش فيه الناس تكشف ما يهدد قيم الجماعة ويؤثر عليها وعلى العناصر المكونة لها . . . وبالنظر إلى موضوع هذه الورقة نجد أن المخدرات مهدد خطير للقيم ويؤثر على العناصر المكونة للبيئة بشكل واضح وملحوظ . . . أما الوظيفة الثانية عند لاسويل تجعل للاتصال والإعلام دوراً أساسياً في ترابط المجتمع وبيئته وتماسكه حيث يقوم الاتصال بمسؤولية الربط بين الحاكم والمحكوم، وبين الجماعات المختلفة في المجتمع بما يتلاءم مع مصالحها المشتركة وبالطبع فإن المخدرات عامل

أساسي في التفرقة والتشتت وضد ترابط المجتمع فهي إذن من الظواهر الخطيرة على ترابط المجتمعات.

أما الوظيفة الثالثة فهي التي بها يتم نقل القيم والعادات والتقاليد واللغة إلى أفراد المجتمع، وفي هذه الوظيفة يكمن دور فاعل ومؤثر للإعلام من خلال برامج مختلفة وخطته لمواجهة ظاهرة المخدرات بأن تسود القيم الفاضلة والعادات الحميدة والتقاليد المحببة، ويتم نبذ كل ما هو بال وسمي من القيم والعادات والتقاليد غير الفاضلة والتي تمس وحدة وترابط المجتمع وتعين على محاربة تعاطي المخدرات.

وطبقاً لرأي لازارسفيلد ومورتون Lazars field & Morton فإن لوسائل الإعلام ثلاث وظائف اجتماعية هي<sup>(22)</sup>:

أولاً: تشاورية: بحيث تقوم بخدمة القضايا العامة والأشخاص والتنظيمات والحركات الاجتماعية من خلال الوضع التشاوري الذي تحققه وسائل الإعلام. . . وهنا بالقطع تحتاج مواجهة ظاهرة المخدرات إلى تعاون وتشاور كل الجهات ذات الصلة بهذه الظاهرة كشريك مع وسائل الإعلام لمحاربة هذه الظاهرة من خلال بيان المعلومات والحقائق حولها وتوضيحها لوسائل الإعلام لتتمكن من وضع الخطط الإعلامية والبرامجية لمجابهتها ومحاربتها.

ثانياً: تقوية الأعراف الاجتماعية: والتي تتحقق من خلال مقدرة وسائل الإعلام على فضح وكشف الانحرافات عن الأعراف الاجتماعية، وذلك بتعرية هذه الانحرافات للرأي العام. . . وبالتأكيد فإن ظاهرة تعاطي المخدرات تمثل شرخاً كبيراً في المجتمع ومؤثراً خطيراً على الأعراف الاجتماعية ولهذا فإن وسائل الإعلام مطالبة بفضح وكشف أي انحرافات عن الأعراف الاجتماعية المتبعة في المجتمع بهدف مواجهة هذه الظاهرة الخطيرة (المخدرات).

ثالثاً: التخدير: وهي وظيفة معيقة تدل عملياً على اختلال وظيفي لدور وسائل الإعلام، وذلك عن طريق زيادة مستوى المعلومات للجمهور، حيث يتسبب طوفان المعلومات لإعداد كبيره من الناس في تحويل معرفة الناس إلى معرفة سلبية، وذلك يؤدي إلى الحيلولة دون أن تصبح أنشطة البشر ذات مشاركة فعالة نشطة.

أما باحث الاتصال شرام Schramm فقد قدم ثلاث وظائف عامة يرى أنها ضرورية للاتصال الجماهيري خاصة في مجال التنمية الشاملة وهي<sup>(23)</sup>:

الأولى: المراقبة: لاستكشاف الآفاق وإعداد التقارير عن الأخطار التي تواجه المجتمع. . . وبالطبع فإن المخدرات من أكثر الأخطار التي تواجه المجتمع.

الثانية: اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياسة إلى جانب القرارات القيادية وإصدار التشريعات. . . وهذه الوظيفة تمثل أهمية كبرى لمواجهة ظاهرة المخدرات والإدمان ومجابهتها بالتشريعات والقوانين الرادعة.

الثالثة: التنشئة: وهذا دور المعلم من خلال تنشئة أفراد المجتمع الجدد بإمدادهم بالمهارات والمعتقدات التي يقدرها المجتمع وأعرافه وتقاليده وبنائه الاجتماعي.

أما وجهة نظر ليزلي مويلر Leslie Moeller فنجد أنها توسع من هذه الوظائف لتصبح تسع وظائف وهي(24):-

الأولى: نقل الأخبار والتزويد بالمعلومات ورقابة البيئة.  
الثانية: الربط والتفسير بهدف تحسين نوعية المعلومات وتوجيه الناس لما يفكرون به وما يعملونه.

ثالثاً: الترفيه : بهدف تحرير الناس من التوتر والضغط والمصاعب.  
رابعاً: التنشئة الاجتماعية: بهدف المساعدة في توحيد المجتمع من خلال توفير قاعدة عريضة مشتركة للمعايير والقيم والخبرة الجماعية.

خامساً: التسويق: بهدف الترويج لكل ما هو مفيد وصالح للمجتمع.  
سادساً: المبادرة: بهدف التغيير الاجتماعي وقيادته في المجتمع.

سابعاً: خلق النمط الاجتماعي: بهدف وضع نمط للمجتمع بتوفير المثال في الشؤون العامة والأدب والثقافي ونمط الحياة.

ثامناً: الرقابة: وهي الحارس العمودي.

تاسعاً: التعليم: وهكذا ومن خلال آراء الباحثين كما سبق أن بينا أنفاً فالاتصال والإعلام يقوم بمجموعة أساسية من الوظائف والتي تحقق مجموعة من التأثيرات المتنوعة والبعيدة النتائج سواء على مستوى الفرد، أو الجماعة، أو المجتمع وهذه الوظائف نلخصها فيما يلي:

(1) نقل الأخبار: سواء محلية أو إقليمية أو دولية أو مهما كان مضمونها اقتصادية أو سياسية، أو اجتماعية أو فنية وذلك لمتابعة ما يجري حول المرء في عالمه الصغير والكبير.

(2) الإعلام والتعليم: وظيفتان تكمل كل منهما الأخرى: فالإعلام يقدم كل المعلومات التي يستفيد منها المرء مادياً أو فكرياً أو اجتماعياً بينما التعليم يقدم نوعاً من المعلومات المنهجية لتدعيم عملية التعليم الرسمي وتقديم مهارات جديدة في إطار التعليم غير الرسمي.

(3) ترابط المجتمع ونقل تراثه: الاتصال والإعلام يعمل على ترابط المجتمع من خلال ربط أفراد الأسرة بعضهم ببعض وكذلك ربط أفراد المجتمع بعضهم ببعض الآخر، ويوثق العلاقة بين الشعب وحكومته ويعمل على نقل التراث واللغة والقيم والعادات والتقاليد إلى جانب جعل الشعب قادراً على حفظ تماسكه ووحدته. ولهذا فإن الإعلام دون شك يقوم بدور فعال في مكافحة وبياء المخدرات لأنه يمثل الأفة التي تعمل على تفكك الأسرة وتفكك المجتمع في حالة انتشارها بين

أفراد المجتمع وكذلك أفراد الأسرة وهي ضد تماسك الأسرة وتماسك المجتمع وتشكل عقبة أمام أمنه واستقراره وتنمية قدرات شبابه.

(4) الترفيه : إن وظيفة الترفيه لا تقل أهمية عن الوظائف الأخرى، وهي من أقدم الوظائف التي عرفها الإنسان للاتصال، فالمرء لا يمكنه أن يعيش حياته حياة عمل جادة بحيث لا يجد فيها ما يسري عنه ويخفف متاعبه، ولذلك فإن الترفيه وظيفة أساسية لتحقيق بعض الاشباع النفسية والاجتماعية لإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات في أي مجتمع كان مع الوضع في الاعتبار ضرورة أن يكون هناك توازن بين وظائف الإعلام فلا يغلب الترفيه على الوظائف الأخرى، كما يلاحظ في معظم المحطات الإذاعية والتلفزيونية العربية، وعموماً الترفيه من الوظائف التي يمكن أن تسهم في مكافحة المخدرات على مستوى الأفراد ونقلهم من التوتر والهموم إلى ساحة الانبساط والهدوء والراحة النفسية.

(5) الرقابة : هذه الوظيفة تمثل أحد الدروع الأساسية لحماية المجتمع وصيانتته من الفساد والمخالفات وإساءة استخدام السلطة وهي من الوظائف المهمة في كل المجتمعات لأنها تمثل عوناً في كشف أشكال الفساد التي يمكن أن تحدث، كما أنها تلعب دوراً أساسياً في الدفاع عن مصالح الناس خاصة في دول العالم الثالث من أجل تعبئة الجهود الوطنية تجاه التنمية. دون شك فإن دور هذه الوظيفة أكثر أهمية في مراقبة أوكار الجريمة ورفقاء وأصدقاء السوء الذين يتعاملون في الاتجار بالمخدرات والذين يتعاطونها ويسعون لتجنيد الشباب للدخول في فلكتها وقتلهم وتدميرهم لأن في قتلهم وتدميرهم قتل وتدمير للتنمية الشاملة في المجتمع.

(6) الإعلان والترويج : من الوظائف الأساسية للإعلام في المجتمعات الحديثة وتمثل الوسيلة المهمة للترويج عن السلع والأفكار إلى جانب تقديم خدمات على مستويات عدة . . . وهنا يمكن الاستفادة من هذه الوظيفة للترويج والإعلان عن الأفكار الحديثة والبناء والتي تمثل سياجاً من القيم والأخلاق الفاضلة ضد الترويج للمخدرات ومكافحة الإدمان بصورة منظمة وراتبة ومن خلال حملات إعلانية ترويجية عبر وسائل الإعلام المختلفة.

(7) 7/ تكوين الآراء والاتجاهات : تساعد هذه الوظيفة الأفراد والجماعات والشعوب على تكوين الآراء والاتجاهات لديهم، ومن ثم تكوين الرأي العام . . . وهناك ارتباط وثيق بين هذه الوظيفة ووظيفتي الأخبار والإعلام والتعليم إلا أنها تتميز بهدف أساسي هو تشكيل الرأي العام والاتجاهات لدى الجمهور، ولذلك يمكن استخدامها في تشكيل رأى عام قوي ومستنير حول مكافحة المخدرات في المجتمع وتكوين اتجاهات إيجابية نحو محاربتها.



المتطلبات الأساسية لضمان نجاح وسائل الإعلام في أداء وظائفها على الوجه الأكمل: في رأى عالم الاتصال Moller أن ذلك يتم من خلال ما اقترحه لجنة هاتشنز Hachens Commission وذلك بتحقيق المتطلبات التالية<sup>(25)</sup>:-

أ/ الصدق والشمولية, والاستقصاء الذكي للأحداث اليومية في سياق يعطيها معنى.

ب/ أن تكون منبراً لتبادل التعليقات والنقد.

ج/ إبراز صور مثلى للجامعات التي يتشكل منها المجتمع وقيمه.

د/ التمكن من الوصول الكامل للمعلومات.

ولتقييم أداء وسائل الإعلام لوظائفها انسجماً مع تلك المتطلبات فإن الرقابة والإشراف على المعلومات أصبحت مهمة مع اتساع وتعقيد المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام, ولذا فإن تقييمها يتم من حيث الصدق والشمولية والمتابعة الذكية للأحداث, وبينما تعتبر الدقة والصدق معيارين عاليين جداً لتقييم وظائف وسائل الإعلام, إلا أن تلك الوسائل لا يخلو من التحيز والخداع, وتشهد وسائل الإعلام الغربية صورة من صور التحيز ضد العرب ومن أمثلتها إبراز صور مشوهة للشخصية العربية في التلفزيون والصحافة والكتب وإبراز صور نمطية تسيء إليها.

وأما من حيث الشمولية فإن تعدد مصادر المعلومات وسرعة الاتصالات أصبحت توفر فرصاً لتحقيق أكبر قدر ممكن من تغطية الموضوعات المطروحة للنقاش . . وفيما يتعلق بالتغطية الذكية وذات المعنى فيمكن للقراء والمستمعين والمشاهدين أن يتعرضوا لرسائل ذات نوعية جيدة من حيث مضمونها يعدها إعلاميون محترفون ذوو خبرة وثقافة.

وخلاصة القول : إن وسائل الإعلام تقوم عبر وظائفها المختلفة والتي سبقت الإشارة إليها بإشباع رغبة الجماهير في المعرفة إذ إن عدم معرفة الناس بالحقائق التي تعالج شؤونهم وعدم علمهم بالأحداث الجارية داخل مجتمعهم يؤدي إلى خلق جو من التوتر وعدم الثقة بينهم وبين حكاهم, والطريقة المناسبة لمنع اللبس وسوء الفهم عند الجماهير هي تزويدهم بالمعلومات والحقائق الكافية التي تعالج شؤونهم وأحوالهم عن طريق مختلف أجهزة الإعلام وإتاحة الفرصة للإعلام لكي يناسب للناس بطريقة جذابة ومفهومة ويصل إلى مختلف طبقات الشعب.

وكما أشرنا من قبل فإن الإعلام يساعد على رقى المجتمع وتقدمه وذلك بما يقدمه للناس في مختلف المجالات حتى لا يعيشوا بمعزل عن العالم الذي حولهم ولا يتخلفوا عن مسيرة التقدم التي تجتاح العالم, أما الترفيه الذي يعتبر وظيفة مهمة من وظائف الإعلام فهو يساعد على تخفيف أعباء الحياة عن الجماهير ويروح عن نفوسهم ويشيع السعادة بينهم ويجعلهم أكثر قدرة على العطاء والإنتاج في المجتمع – ونود أن نشير هنا إلى أن مواد الترفيه يمكن أن تكون ذات مضمون ومغزى تثقيفي إرشادي تربوي وتنموي خاصة فيما يختص بمكافحة المخدرات ومحاربتها من خلال التوجيه

والإرشاد فالترفيه ليس دائماً من أجل الترفيه فقط وإنما من أجل رفع القدرات وتوعية وتنقيف المجتمعات فقد كان "برناردشو" كثير النكات لكنها كانت في معظمها تهدف إلى الرقي بمجتمعه . . وهكذا يمكن توظيف وسائل الإعلام لكل إمكاناتها الفنية والإبداعية وتوظيف برامجها في خدمة محاربة وباء المخدرات ومعالجة ضحايا الإدمان بالمشاركة مع الجهات ذات الاختصاص.

### المبحث الثالث: دور وسائل الإعلام في التوعية بمخاطر تعاطي وإدمان المخدرات:

يجدر بنا بداية أن نحدد وسائل الإعلام المراد قيامها بدور فاعل في مكافحة المخدرات ورفع الوعي بمخاطر التعاطي والإدمان... فوسائل الإعلام يمكن تقسيمها على النحو التالي<sup>(26)</sup>:

أولاً : الوسائل الجماهيرية وتشمل :

1/ الوسائل المقروءة : (الصحف – المجلات – الكتب – النشرات - اللافتات).

2/ الوسائل السمعية : (الراديو).

3/ الوسائل المرئية السمعية : (التلفزيون – السينما - الفيديو).

### ثانياً : وسائل الاتصال المباشر وتشمل:

1) الاتصال المواجهي (اتصال بين فردين أحدهما مرسل الرسالة الإعلامية والآخر هو مستقبل أو متلقي الرسالة)

2) الاتصال الجمعي : (الخطبة – المحاضرة – الندوة).

### ثالثاً : الإعلام الجديد (New Media) ويشمل<sup>(27)</sup>:

1) الإعلام الشبكي: إعلام الانترنت والإعلام الذي يتيح المحتوى في روابط متعددة.

2) الإعلام الإلكتروني : الذي يعتمد على الوسائط الإلكترونية (استخدام الحواسيب).

3) الإعلام الرقمي : المعتمد على التكنولوجيا الرقمية, مثل مواقع الويب (Websites).

4) إعلام المجتمع – أو الإعلام الشعبي : يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يقوم أفراد المجتمع أو الجمهور بإنتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكية عبر كاميرات الفيديو والكاميرات الرقمية والهواتف النقالة.

إن وسائل الإعلام وطبقاً للتقسيم المشار إليه ومن خلال عناصر الاتصال المعلومة والمعروفة والمتمثلة في المرسل – الرسالة – الوسيلة – المتلقي تستطيع هذه الوسائل أداء وظائفها والقيام بدورها وتتلقى ردود الأفعال ومعرفة مدى استجابة المتلقي للرسالة ومدى تأثيره بمضمونها سلباً أم إيجاباً والى أي مدى يمكن للرسالة إحداث الإقناع المطلوب.

وتبعاً لتنوع واختلاف الوسائل من حيث الطبيعة والخواص والجمهور فإن الجمهور المتلقي لهذه الوسائل يختلف في اعتماده عليها نتيجة لاختلافه في الأهداف

والمصالح والحاجات الفردية واختلاف الجماعات والأنظمة البيئية والاجتماعية والاتصالية التي يعيش بداخلها إلى جانب اختلاف الفئات والثقافات, كما أن الاعتماد على وسائل الإعلام تحدده أهمية وسيلة بعينها للفرد أو الأفراد كمصدر للمعلومات خاصة عند وقوع مشكلة تمس المجتمع وأمنه والنظام الاجتماعي مثل المشكلة التي نحن بصدددها وهي مشكلة تعاطي المخدرات وحدوث الإدمان.

وبالطبع فإن لكل نوع من وسائل الإعلام دور يقوم به وأهمية يحققها ووظيفة يؤديها, فالوسائل المقروءة: بمختلف أنواعها فإنها تمكن القارئ من الاستفادة منها بالطريقة التي تلائمها ويستطيع أن يفرض نفسه عليها في الوقت الذي يناسبه ويتفق مع ظروفه ومراجعة ما قرأه في أي وقت شاء مع القدرة على الاحتفاظ بالمعلومات فترة طويلة.

أما الوسائل السمعية: وأهمها الراديو فهي من أهم وأسهل الوسائل في التعامل معها وهي متاحة أكثر من غيرها خاصة في بلدان العالم الثالث وتتخطى حاجزي الزمان والمكان وتمثل جامعة شعبية تخاطب الجميع ولذا فهي مفيدة في المجتمعات النامية ويمكن توظيفها بصورة تحقق الأهداف المطلوبة في مواجهة هذه الظاهرة.

وبالنسبة للوسائل المرئية: خاصة التليفزيون فهي تمتاز بقدرتها على الاستحواذ وقوة التأثير خاصة شريحة الأطفال والمراهقين. فالتليفزيون والسينما والأفلام الناطقة كلها تلعب دوراً مهماً في مواجهة ظاهرة المخدرات والتعاطي والإدمان في المجتمع إذا أحسن استغلالها الاستغلال الأمثل ووظفت برامجها بعلمية ودراية وفهم لطبيعة المشكلة المراد علاجها ومكافحتها فالوسائل المرئية خاصة التليفزيون فهي من الوسائل الأكثر جذباً للشباب والأطفال ولذلك فإن استغلالها من جديد وبرؤية علمية ومعالجة هادئة يمكن أن يحقق نجاحاً كبيراً في مكافحة المخدرات لما لها من دور فاعل ومهم في مجال منع الجرائم من خلال الأفلام البوليسية.

أما التليفزيون فهو من أحدث وسائل الإعلام التي عرفها العالم وتطور من المحلية إلى العالمية عبر الأقمار الاصطناعية وساد مضمونه عبر الفضائيات محلياً وأقليمياً ودولياً, ويتميز بالجاذبية والتشويق من خلال الصوت والصورة والحركة مما يجعل له القدرة على استهواء الجماهير وجذبهم والتأثير فيهم, وقد تفوق على السينما واستحوذ على قطاع كبير من مرتاديها فهو يوجد في كل المنازل ولا يتطلب مجهوداً للمشاهدة ولا يكبد المشاهدين عبئاً مادياً أو مشقةً بدنية بينما السينما تتطلب استعداداً معيناً لمغادرة المنزل والتوجه إلى دور السينما وما يتحملة الشخص نتيجة لذلك من أعباء مالية وبدنية, كما أن التليفزيون يلعب دوراً بارزاً ومهماً في مجال التعليم والتثقيف وله دور مهم في تكوين الرأي العام وهو من أكثر الوسائل تأثيراً على الأطفال والشباب وتكوين أفكارهم وهو من هذا المنطلق يشكل أهمية في مكافحة المخدرات من خلال أشكال البرامج المختلفة سواء الأحاديث أو الحوارات أو الأشكال الدرامية.

أما المسرح فمزال يقوم بدور في مجال الثقافة والترويح والإرشاد والتوجيه ويعبر عن الحياة الإنسانية في كافة أشكالها ومشكلاتها ونظمها المختلفة. ومن الوسائل المرئية (المعارض) وهي من الوسائل محدودة الأثر – والمعارض نوعان تعليمية: وتهدف إلى تعليم الجمهور وحثه على القيام بعمل معين بعد أن يلتبس بنفسه فوائد المعروض مثل معارض الكتاب والمعارض الزراعية وغيرها. ومعارض دعائية: تهدف إما إلى البيع أو كسب السمعة أو التعرف على نشاط مؤسسة وما تعرضه على الجمهور.

أما الوسائل الإعلامية المباشرة : فهي التي تعرف بالاتصال المباشر وهي شفوية أساسها الاتصال المواجهي أي الاتصال وجهاً لوجه بين المرسل والمستقبل ويعتبر أول صورة من صور الاتصال الإنساني وظل على مر التاريخ من أكثر الوسائل المستخدمة شيوعاً وهو أكثر قدرة على التجاوب والمشاركة ويعتبر التحوار والمحاورة بين المرسل والمستقبل من أهم العوامل التي تؤدي إلى نجاح الرسالة الإعلامية وتقوية أثرها ذلك لأن المستمعين يؤثرون في بعضهم البعض نتيجة لما يصدر عنهم من انفعالات وإشارات وتعليقات تسرى فيما بينهم بفعل المحاكاة والتقليد والعدوى والمشاركة.

ومن أبرز وسائل الاتصال المواجهي(28):

- 1) الاتصال الشخصي: وهو الاتصال بين فردين أحدهما المرسل والآخر المستقبل, ويرى "كارترز" أن التأثير الشخصي من أهم طرق التأثير فهو يحدث تأثيراً بعيداً يفوق كل المصادر الأخرى في اتخاذ الناس لقراراتهم.
- 2) الاتصال الجمعي: ويتمثل في الوسائل الآتية:
  - أ) الخطبة: وهي من أقدم الوسائل الشفهية وهي تعتمد على مقدرة الخطيب الكلامية ونبرات صوته في إثارة الانفعالات والتأثير على الجماهير وتحريك مشاعرهم وهي من أصلح الوسائل لمخاطبة الفئات الشعبية والطوائف محدودة التعليم.
  - ب) المحاضرة: وسيلة شائعة في مختلف المجالات التعليمية والسياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها, وهي عبارة عن شرح وتوضيح لفظي لموضوع أو مشكلة يؤديها ويقوم بها شخص ذو خبرة ودراية بموضوعها الذي ينبغي أن يكون مهماً للمتلقين لها على أن يتصف أسلوب المحاضرة بالبساطة والبعد عن التكرار واستخدام الكلمات المألوفة. والمحاضرة من الوسائل اللفظية الشائعة ويمكن الاستفادة من المحاضرة في مجال التوعية بأخطار المخدرات والإدمان.
  - ج) الندوة: وهي واحدة من أشكال الحوار يطرح من خلالها موضوع للنقاش الكامل بين مجموعة من المختصين يتناول كل منهم جانباً من جوانب الموضوع – وتتيح الندوة التفاعل بين المرسل والمستقبل مما يثري الموضوع المطروح والمتناول بالنقاش ويجعل الاتصال يسير في اتجاهين بعكس المحاضرة التي تسير في اتجاه واحد غالباً. . . وهنا يمكن توظيفها في مجال مكافحة المخدرات.
  - د) المؤتمرات: المؤتمر عبارة عن مناقشة وتبادل فكري بين الأعضاء حول قضية أو موضوع أو مشكلة أو ظاهرة أو مشروع بهدف تشخيص وبيان جوانب المشكلة أو الظاهرة وسلبياتها، ومن ثم التداول حولها والخروج بآراء وتوصيات أو قرارات يتم الالتزام بها وتعين في حل المشكلة وتحقق الأهداف المرجوة وبالطبع فهي وسيلة مناسبة للتداول حول ظاهرة المخدرات وعقد المؤتمرات حولها وتشكيل الرأي العام تجاهها وجعلها الشغل الشاغل للمجتمع حتى الوصول إلى الأساليب التي يمكن أن تعين وتسهم في محاربتها على أن تكون المؤتمرات بطريقة دورية في إطار عام وقومي ومهني على المستوى المحلي أو القومي أو الإقليمي أو الدولي.

وسائل الإعلام الجديد (New Media):

ظهور مصطلح الإعلام الجديد (New Media) يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية – ويطلق على الإعلام الجديد مفاهيم ومصطلحات

ظهرت في الواقع الإعلامي الجديد ومنها الإعلام الشبكي أي كل ما هو متوفر على الإنترنت بما فيها الصحافة الشبكية وذلك نسبة للوسيط الذي يحمل المضمون الإعلامي قياساً على الإعلام الإذاعي والتلفزيوني وغيرهما. وهناك مصطلح الإعلام الإلكتروني وهو يعبر عن مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية في تزويد الجماهير بالمعلومات ويشترك مع وسائل الإعلام بشكل عام في الأهداف والمبادئ العامة إلا أنه يتميز باعتماده على وسائل تكنولوجية جديدة تتمثل في استخدام الحواسيب الآلية والأجيال المتطورة من الهواتف النقالة وتصفح شبكة الانترنت ويركز على الوسائل المستخدمة في هذا النوع من الإعلام. ومن المصطلحات والمفاهيم في الإعلام الجديد الإعلام الرقمي (Digital Communication) وهو الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب (Websites) الفيديو والصوت والنصوص وغيرها وهو يشمل كل وسائل الإعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية لتحقيق أهداف معينة مثل التلفزيون التفاعلي أو التلفزيون غير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في إنتاج وبث المضامين الإعلامية. وهناك مصطلح آخر هو إعلام المجتمع أو الإعلام الشعبي (Society Media) والذي بدأ ينتشر على نطاق واسع ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يقوم أفراد المجتمع أو الجمهور بإنتاجه وبثه عبر الوسائل الاتصالية الشبكية وساعد في انتشار هذا النوع من الإعلام انتشار أدوات إنتاج مثل كاميرات الفيديو والكاميرات الرقمية والهواتف النقالة - ومن أنواعه ما يطلق عليه صحافة الفيديو بعد انتشار المواقع الإلكترونية ومن أشهرها (يوتيوب).

وبشكل عام فإن هذا النوع من الإعلام الجديد يسهم إسهاماً فاعلاً في طرح مشكلة المخدرات والإدمان ومكافحتها خاصة أن أكثر رواد الإعلام الجديد من فئة الشباب الضحية الأولى والأساسية لظاهرة المخدرات - فكيف نحسن استغلال هذه الوسائط الجديدة ونوجهها نحو هذه الظاهرة.

وبما إننا بصدد الحديث عن التوعية بمخاطر المخدرات وإدمان تعاطيها وأثر ذلك على المجتمع ودور الوسائل الإعلامية في ذلك فبالضرورة النظر إلى علاقة الجمهور بوسائل الإعلام على أنها علاقة ذات شقين الشق الأول هو دور وسائل الإعلام في حياة الجمهور باعتبارها إحدى قنوات الحصول على المعلومات والتنقيف والترفيه والتوجيه والإرشاد والتعليم والتنمية أما الشق الثاني فيتعلق بتأثير الجمهور في وسائل الإعلام باعتباره مصدراً مهماً من مصادرها وأحد الروافد الأساسية لإثرائها فكرياً - فوسائل الإعلام تلبى رغبات ومتطلبات واحتياجات الجمهور ويسهم الجمهور كمصدر من مصادر المعلومات الأساسية لتلك الوسائل.

وفيما يختص بدور وسائل الإعلام في مواجهة ظاهرة المخدرات فإن اعتماد الجمهور على تلك الوسائل يزداد في وقت الأزمات والمخدرات لا بد من النظر إليها كأزمة من الأزمات التي تواجه الشعوب وتدمر الشباب وهناك الجمهور يطلب من وسائل الإعلام مده بالمعلومات والحقائق عن الأزمة والظاهرة وحجمها ومدى خطورتها والفئات العمرية الواقعة تحت تأثيرها لتحقيق أهداف محددة تتمثل في :

أولاً : الفهم . . . الذي يساعد على معرفة أشياء عن الظاهرة والبيئة المحيطة.  
ثانياً : التوجيه . . . سواء للعمل أو السلوك في إطار أهداف محددة للإلمام بجوانب المشكلة والظاهرة كافة فضلاً عن التوجيه التفاعلي التبادلي للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع تلك الظاهرة والمواقف الجديدة المحيطة بها.  
ثالثاً : مراقبة البيئة المحيطة للتعرف على كل ما يدور حول المشكلة والظاهرة داخلياً وخارجياً حتى لا يشعر أفراد الجمهور بالعزلة.

ومن هذا المنطلق فإن وسائل الإعلام تقوم بدور رائد ومقدر في مواجهة كل الأزمات والمشكلات والظواهر التي تواجه الجمهور في كل مجتمع وتلعب دوراً فاعلاً في السعي عبر خططها وبرامجها لتشخيص وتحليل تلك المشكلات والظواهر وتبصير المواطنين بأخطارها وعواقبها وترشدهم إلى كيفية تفاديها وتجنب آثارها السالبة.

دور الإذاعة (الراديو): مطلوب من وسائل الإعلام خاصة الإذاعة أن تتصدى لظاهرة انتشار المخدرات والسموم البيضاء بالتخطيط العلمي الذي ينبغي أن يركز على ثلاثة محاور أساسية<sup>(29)</sup>:

1) الإعلام بصفة عامة والإذاعي بصفة خاصة وهو التعبير الأمين عن عقلية الجماهير وميولها ووجدانها واتجاهاتها أي أن الإعلام في جوهره الحقيقي حركة جماهيرية تأخذ مادتها من الجماهير وتعود بها إلى الجماهير صاحبة المصلحة الأولى والأخيرة في العملية الإعلامية، وهذا يعني أيضاً أن حاجة الجماهير للإعلام المعبر عنها تشدد كلما واجهت الجماهير خطراً يهدد كيانها ويستدعي تبادل الرأي والمشورة في التصدي له ومقاومته، ويبدو ذلك واضحاً في انتشار ظاهرة المخدرات والإدمان حيث يتطلب الأمر من وسائلنا الإعلامية خاصة الإذاعة أن تفتح النار عبر الأثير على أعداء الشعب من مهربي وتجار المخدرات والسموم البيضاء الذين يستهدفون تدمير الشباب بناة الحاضر والمستقبل بتجارهم الملعونة.

2) الإيمان الواعي بأن التنمية الشاملة ليست عملية اقتصادية فحسب ولكنها كما يعرفها الخبراء عملية ثلاثية الأضلاع قاعدتها التنمية الاقتصادية وضلعها المساعدان التنمية الاجتماعية والتنمية الثقافية. وهنا نجد أن العنصر الأول والأساسي في التنمية هو الإنسان فهو وسيلتها الأولى وهو في النهاية غايتها وهدفها لأن الإنسان هو الذي يخطط للتنمية وهو الذي يقوم بتنفيذها وهو في

النهاية المستفيد منها، ولهذا تبرز أهمية العملية الإعلامية في التنمية وتبرز أهمية الرسالة الإعلامية خاصة الرسالة المسموعة نظراً لسرعة وصولها وسعة انتشارها بين الجماهير أينما وجدوا في الريف والحضر والنجوع والصحارى على حد سواء.

(3) الوعي الكامل بالخطر المدمر الذي تجره المخدرات والسموم البيضاء على كل من يقع في مصيبتها الرهيبة لما لها من آثار مدمرة على القدرات العقلية والجسدية للإنسان من ناحية وأثار تخريبية على الاقتصاد القومي من ناحية أخرى.

ولهذا ينبغي على وسائل الإعلام أن تهتم وهي تتصدى لهذه الظاهرة المدمرة بالأسباب الاجتماعية والاقتصادية التي تكمن وراء تعاطي المخدرات خاصة وسط الشباب كضعف الرقابة الاجتماعية في أماكن التجمعات الجماهيرية كالمدارس والجامعات والأندية وما أدى إليه هذا من إحساس الشباب بالفراغ الوجداني والوحدة النفسية وهما من أخطر معالم الهدم لشخصية الشباب ومكوناته النفسية. كل هذه العوامل السلبية جعلت من قطاعات كبيرة من الشباب فريسة سهلة لمهربي وتجار ومروجي المخدرات.

دور التلفزيون : وفي ذات الاتجاه يأتي دور التلفزيون باعتباره وسيلة مهمة من وسائل الإعلام للتصدي لظاهرة انتشار المخدرات والسموم البيضاء من خلال الخطة البرمجية بتخصيص برامج خاصة لتناول الظاهرة أو توظيف فقرات من البرامج الراقية في الخطة المعدة ومن خلال الزيارات الميدانية لأسر المدمنين وبيوت رعاية المدمنين وكشف أساليب العصابات في جلب المخدرات ومقابلات وتحقيقات مع المسؤولين والخبراء والمتخصصين في تلك الموضوعات.

وهناك الكثير من البرامج الخاصة التي تتناول هذه الظاهرة وعلى سبيل المثال : برنامج "مراقبة العقاقير" – "وبرنامج حرب المخدرات" اللذان يبثهما تلفزيون وإذاعة الـ BBC ضمن سلسلة من البرامج من أجل التصدي لانتشار ظاهرة تعاطي المخدرات وتعاطي العقاقير السامة. وكان المشاركون في تلك البرامج أسر المدمنين وبعض المدمنين وخبراء في الطب والتربية وضباط شرطة إلى جانب وزراء الداخلية والتعليم والصحة الذين شاركوا بالرد عن خطط وزارتهم من أجل حماية المجتمع من هذا الخطر الداهم . وقد تخلل البرنامج أفلام عن أنواع المخدرات وزيارات ميدانية لأسر المدمنين ومستشفيات تعالج المدمنين – كما تناول البرنامج قضايا ضبط عصابات لتهريب المخدرات ومقابلات مع مسؤولين وخبراء في الموضوع وقد شمل الموضوع بياناً لأساليب العصابات الدولية في التهريب والجهود المبذولة للتصدي لهذه الظاهرة ولقطات لأماكن زراعة الحشيش والكوكايين والهيروين.

ومن الأمثلة كذلك :



تحقيق إذاعي حول مشكلة المخدرات في بريطانيا – إذاعة راديو لندن في 23 مارس 1987, شارك فيه عدد من المذيعين واستضاف البرنامج واستطلع وحقق مع عدد من المشاركين المهتمين بالأمر ومنهم رئيس فريق مكافحة المخدرات الذي تكلم عن مشكلة تزايد عدد مدمني الهيروين في بريطانيا والصعوبة التي يواجهونها في التصدي لمروجي المخدرات كما شارك في التحقيق أحد منسوبي الشرطة الهولندية وهي شرطية تحدثت عن تجربتها في مجال مكافحة المخدرات وذكرت أنهم لم يتركوا وسيلة من وسائل المكافحة إلا واستخدموها بل واستعانوا بمكاتب متخصصة في بيع الأفكار الجديدة حول كيفية مكافحة تهريب المخدرات وما زال الأمر صعباً. كما ضمت الحلقة رئيس مجلس مكافحة المخدرات في باكستان ووزير الداخلية البريطاني وأحد المدمنين, ورئيس المجموعة الأهلية لمكافحة المخدرات في ليفربول ومدير المستشفى الخاص بعلاج المدمنين بلندن.

وهكذا تستطيع الإذاعة المسموعة (الراديو) والإذاعة المرئية (التلفزيون) وضع خططها لمكافحة المخدرات والتصدي لها من خلال عدة اتجاهات هي<sup>(30)</sup>:

### الاتجاه الأول: الاتجاه الديني:

عن طريق توظيف الوازع الديني لمحاربة المخدرات والسموم البيضاء باعتبارها من المحرمات التي نهت عنها الأديان السماوية عامة والإسلام خاصة وتوظيف عدد من الأشكال البرمجية لمعالجة الموضوع ومواجهة هذه الظاهرة الخطيرة من خلال الوازع الديني.

### الاتجاه الثاني : الاتجاه الاقتصادي:

عن طريق إبراز خطر المخدرات والسموم البيضاء على الاقتصاد القومي وعلى دخل الفرد والوضع المعيشي للأسر خاصة أسر المدمنين.

### الاتجاه الثالث: الاتجاه الاجتماعي والثقافي:

بهدف معالجة المشكلة والتصدي للظاهرة اجتماعياً وثقافياً من خلال أشكال برمجية هادفة وجاذبة - مثل برنامج الشباب - الأسرة - طريق السلامة - من وراء القضبان - قضية للمناقشة وغيرها من الأشكال.

### الاتجاه الرابع : الاتجاه الصحي:

بهدف مناقشة الأضرار الصحية للمخدرات والسموم البيضاء سواء الأضرار على الصحة الجسدية أو الصحة النفسية من خلال عدد من الأشكال البرمجية والاستعانة بالمختصين في المجال مع إخضاع الحالات المدمنة للدراسة والنقاش. وهكذا تقوم كل وسائل الإعلام بدور يكمل بعضه بعضاً ويحقق أهداف الحملة الإعلامية لمكافحة المخدرات والسموم البيضاء سواء الوسائل المقروءة أو المسموعة أو المرئية ووسائل الإعلام الجديد وبصورة متواصلة وليست موسمية لمحاصرة تلك الظاهرة.

أما الدور الأكبر في مكافحة فيقع على عاتق الراديو والتلفزيون باعتبار أن الصحافة تخاطب قادة الفكر والرأي والقيادات السياسية والتشريعية اللازمة لعملية الدعوة لكسب التأييد والمناصرة من الجمهور المستهدف من مختلف التيارات والاهتمامات لمكافحة الظاهرة.

ونرى أن من أبرز وأهم الأشكال البرمجية المسموعة والمرئية البرامج الدرامية بأنواعها المختلفة التمثيلية والمسلسلات والسلاسل والاسكتشات(31). ولا يختلف اثنان على أن الدراما تعد من أهم أساليب معالجة القضايا والمشكلات الاجتماعية خاصة تلك القضايا والظواهر التي تطفو على سطح الأحداث في مجتمع ما ويكون لها ردود فعل شديدة ومؤثرة في كيان وبناء وأفراد المجتمع كله من النواحي النفسية والاجتماعية والأخلاقية والثقافية وغيرها كما أنها تلعب دوراً مهماً في تصحيح المفاهيم الاجتماعية وإبراز الآثار النفسية والأخلاقية الناجمة عن ممارسات أو عادات خاطئة تؤدي إلى خسائر جسيمة وكم من أعمال درامية أحدثت نتائج طيبة وشاركت

بفعالية في معالجة قضايا اجتماعية خطيرة بأسلوب ناجح غير مباشر يكشف عن مواطن الخير ومواطن السوء في القضايا التي يتناولها فيبرزها. ومن بين القضايا التي يمكن معالجتها درامياً قضية المخدرات والإدمان بشرط أن نضع في الاعتبار أن التعرض لمثل هذه النوعية من الموضوعات يحتاج إلى دراسة تفصيلية متأنية لكل جوانب الموضوع من حيث مواقع الأحداث والبيئة ونوعية الشخصيات وملاءمتها وأهليتها لما تقوم به من تصدٍ وبيئة كل شخصية وأثرها على تصرفات الشخصية واللغة واللهجة السائدة، والأحوال الاجتماعية والنفسية المؤثرة والدافعة إلى الانحراف ... ونظراً لأهمية وخطورة مثل هذه الموضوعات وأثرها على المستوى القومي والوطني، فإن الأمر يحتم أن توجه محطات الراديو والتلفزيون النداء إلى جميع الكتاب ومدتهم بالمعلومات الوافية حول ظاهرة المخدرات والإدمان لتتناول مثل هذه الموضوعات بالاهتمام اللازم.

#### المبحث الرابع: نحو خطة إعلامية قومية لمكافحة ظاهرة المخدرات:

من خلال ما تناولناه في المباحث السابقة فلم يعد هناك مجال للشك أننا نواجه مشكلة خطيرة وحملة شرسة لتدمير الإنسان من الداخل عن طريق المخدرات والسموم البيضاء والزرقاء وغيرها من العقاقير ولهذا كانت ظاهرة تعاطي المخدرات محور اهتمام علماء الاجتماع والدراسات الإكلينيكية والنفسية بالإضافة إلى منظمة الصحة العالمية والمنظمات الأخرى مثل منظمة الإيسيسكو واليونسكو من خلال عقد الورش المهمة التي تتناول هذه الظاهرة بالبحث والنقاش، ومحاولة إيجاد الحلول الناجعة والأساليب الذكية لمكافحة ومحاربة هذه الظاهرة.

\* وقد أوضحت العديد من الدراسات أن العوامل الرئيسية التي تدفع الفرد إلى تعاطي المخدرات هي<sup>(32)</sup>:

الشعور الفردي بالنقص وعدم القدرة على اختراق الحاجز المادي والمعنوي الذي تفرضه الظروف الاجتماعية في مجتمع ما.

حرمان الجسد من حاجته.

القسوة والإهمال في العلاقات الأسرية.

الجهل والامية بين نسبة عالية من أفراد المجتمع.

أصدقاء السوء.

\* وتقسم الدراسات المدمنين إلى أربع مجموعات رئيسية:

الأولى: المرضى الذين يعانون من التخلف العقلي.

الثانية: المرضى الذين يعانون من أمراض عصبية أو ذهنية مصحوبة بقلق وتوتر.

الثالثة: الأشخاص الذين كان علاجهم على مواد مخدرة استمروا في تعاطي هذه المواد بعد شفائهم.

الرابعة : الحاقدون على المجتمع المملوون بالحسد والكراهية للمحيطين بهم والشر طابعهم.

كل هذا يوضح لنا خطورة مشكلة المخدرات والسموم البيضاء وأنها مشكلة عميقة الجذور متعددة الجوانب لذا أجمعت المؤتمرات الدولية والإقليمية والمحلية على أن مواجهتها تتطلب تنسيقاً كاملاً للجهود التي تبذل في مجال الحد من الاتجار غير المشروع في المخدرات والسموم الأخرى ولا بد من توعية الجمهور بمشكلة المخدرات باستخدام وسائل الإعلام والتعليم وعلاج المدمنين وإعادة تأهيلهم. من ناحية أخرى وذلك من خلال خطة قومية والإعلام يمثل أحد عناصر الخطة العامة التي تضعها الدولة في إطار جهودها لردع خطر إدمان أفراد المجتمع للمخدرات. ولضمان نجاح الإعلام بوسائله المختلفة في تحجيم هذه المشكلة لابد من وضع خطة مدروسة تقوم على خطوات علمية تتمثل فيما يلي<sup>(33)</sup>:

أولاً : تحديد أهداف الخطة الإعلامية لمشكلة تعاطي وإدمان المخدرات.

ثانياً : تحديد الجمهور المستهدف بالخطة الإعلامية لمشكلة تعاطي وإدمان المخدرات.  
ثالثاً: اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة للخطة الإعلامية لمشكلة تعاطي وإدمان المخدرات.

فبالنسبة لتحديد الأهداف: فإن أي خطة إعلامية يجب أن تشمل على أهداف ينبغي تحقيقها ولذلك تبدأ الخطة بتحديد الأهداف تفصيلاً فإذا كان الهدف العام هو مكافحة المخدرات فإنه من الضروري استخلاص أهداف أكثر تحديداً لكل طرف من أطراف المشكلة وعلى ضوء هذه الأهداف الدقيقة يمكن استخدام الوسيلة الإعلامية الأنسب مع تدبير الإمكانيات اللازمة لوضع الخطة موضع التنفيذ.

فمشكلة المخدرات متعددة الجوانب متنوعة الأطراف مما يتطلب توضيح أسلوب مخاطبة لكل طرف فالرسالة التي توجه إلى المدمن تختلف عن الرسالة التي توجه إلى المهرب والتاجر، كما تختلف أيضاً عن الرسالة التي توجه للمواطن العادي الذي لم يدخل دائرة الخطر ولكنه معرض له ومهدد به.

يلي ذلك الاتفاق على مدتها كأن تكون قصيرة المدى أو طويلة بالإضافة إلى بيان خطوطها العريضة والدقيقة، مع ملاحظة أنه كلما زادت درجة الدقة في تحديد الأهداف كان من السهل تقييم البرنامج في مراحلها المختلفة، وكما يتم تحديد أهداف الخطة الإعلامية لمكافحة المخدرات والوقاية منها يجب على المخططين والإعلاميين أن يضعوا نصب أعينهم عدة نقاط منها:

نوعية وحجم المعلومات عن المخدرات لدى الجمهور.  
تحديد المشكلات وحجمها للتعامل معها إعلامياً مثل مشكلة الاعتقاد السائد لدى البعض بعدم تحريم المخدرات شرعاً.

تقسيم المشكلات إلى مجموعتين, المجموعة الأولى: تقع بعيدة عن دائرة الإعلام, المجموعة الثانية : تضم المشاكل التي تقع في دائرة اختصاص وسائل الإعلام. تحديد الوسائل الإعلامية المتاحة وقدرة كل منها في النهوض بالانشط المطلوبة. بالنسبة لتحديد الجمهور المستهدف الذي توجه إليه الحملة الإعلامية فهو يعتبر عنصراً أساسياً لنجاح الخطة الإعلامية وذلك للأسباب الآتية:

(أ) تحديد وتصنيف الجمهور يساعد في إعداد وتصميم الرسائل المناسبة التي توجه إليهم – فالرسالة الموجهة للمخرفين بالطبع تختلف عن الموجهة إلى المدمنين. والرسائل الموجهة إلى من دخلوا في دائرة الخطر (الإدمان) يجب أن تختلف عن تلك الموجهة لمن هم على حافة هذه الدائرة ولم يدخلوها بعد. (ب) تحديد الجمهور المستهدف عنصر أساسي في تحديد قنوات الاتصال لأن الطريقة التي يتصل بها الناس تتأثر بعدة عوامل منها :

العامل الأول : المستوى الثقافي.

العامل الثاني : اللغة

العامل الثالث : مستوى المعيشة.

العامل الرابع : العلاقات الاجتماعية والتفاعلية.

ويمكن تقسيم الجمهور المستهدف إلى ثلاث مجموعات على النحو التالي :

الأولى : المدمنون أو المعرضون للإدمان (أصحاب المشكلة).

الثانية : المؤثرون على أصحاب المشكلة بطريقة مباشرة.

(الأصدقاء – أفراد العائلة – الجيران)

الثالثة : المؤثرون على أصحاب المشكلة بطريقة غير مباشرة

(رجال الشرطة – رجال الدين – الأطباء –

الإعلاميون – رجال السياسة – قادة الرأي)

فئات الجمهور المستهدفة من الحملات الإعلامية : لمكافحة المخدرات والوقاية منها وهي أربع فئات:

المتعاطون والمدمنون للمخدرات.

المهربون وتجار المخدرات.

أجهزة مكافحة المخدرات.

الجمهور ككل.

بالنسبة للمتعاطين والمدمنين: فإن الإعلام الذي يوجه إليهم يستهدف في الأساس حثهم على الإقلاع عن الإدمان ولا يتم ذلك بالعبارات الحماسية والدعوات الأخلاقية لأن الدافع إلى إشباع الإدمان أقوى من الكلمات وإنما المطلوب من الإعلام في إطار الحملة التركيز على الخطوات العلمية التي تعاونهم على الإقلاع وتذلل أمامهم الصعاب التي تعترضهم ومن هذه الخطوات:

## التركيز على إمكانية العلاج

بيان سلامة موقف من يطلب العلاج من ناحية القانون وعدم الإضرار به في وظيفته وعمله.

التأكيد على أن الإقلاع عن الإدمان ممكن ويحدث بالفعل للعديد ممن واجهوا المشكلة نفسها ومن المهم جداً تفادي الخطأ الذي قد تقع فيه وسائل الإعلام أحياناً وهو تركيزها على استحالة العلاج خاصة مدمني الهيروين لأن ذلك يؤدي إلى تخويف الجماهير فلا يحاولون تجربة العلاج ومن ثم يدفع المدمن إلى استبعاد فكرة العلاج أو الإقلاع ويدفعه ذلك إلى اليأس المطلق من إمكانية الشفاء.

أما المهربون وتجار المخدرات: فإن الإعلام الذي يوجه إليهم ينبغي أن يضع في اعتباره أنهم عصابات جيدة التنظيم على نحو نادر ويعمل لحسابها العديد من ذوى الخبرات في مختلف المجالات القانونية والفنية والتكنولوجية وتتسم هذه العصابات بالشراسة، ولهذا فإن الإعلام الذي يوجه إلى المهربين والتجار يجب ألا يركز في مضمون رسالته الإعلامية على الحديث عن الشرف والأخلاق والوطنية أو الدين أو حتى يذكرهم بضحاياهم من الشباب والأطفال، فكل ذلك جهد لا طائل من ورائه فقد ماتت ضمايرهم، وإنما يجب أن يركز على العقوبة التي تنتظرهم ويجسدها لهم<sup>(34)</sup>، إلى جانب التركيز بصفة عامة على نشر القضايا التي يتم ضبطها في مجال التهريب والاتجار بالرغم من كل ما تبذله عصابات التهريب والاتجار من محاولات التستر والتمويه ليؤكد الإعلام من خلال هذا النشر أن الجريمة لا تفيده، وأن الجريمة الكاملة تقع في أو هام المجرم وحده ولكنها لا تحدث في الواقع، وبذلك يحقق الإعلام نوعاً من الردع قد يدفعهم إلى التوقف أو التردد في مواصلة تجارتهم.

فيما يختص بأجهزة مكافحة المخدرات كأحد أطراف الخطة الإعلامية لمشكلة تعاطي وإدمان المخدرات: فإن المكافحة تعتمد على قوات الشرطة والأمن، والملاحظ أن الخطط الإعلامية في مجال المكافحة تتجه إلى الأفراد كافة وتغفل هذا العنصر المهم الذي تقوم عليه مكافحة المخدرات معتقدة أن هذا هو واجبه الذي يؤجر عليه ويحاسب على الإهمال فيه<sup>(35)</sup>، وبالطبع فإن هذه النظرية قاصرة وتتجاهل الاعتبارات التالية:

أن واجبات المكافحة ليست محددة ولا تقتصر فقط على الخروج في الدوريات مثلاً، أو تلقى البلاغات ولكن يجب أن تؤدي بالشكل المطلوب الذي يحقق الأهداف المطلوبة منها بصورة قاطعة.

إن مواجهة مهربي المخدرات والمتاجرين فيها تتسم بالعنف والقسوة أو قد تكلف رجل المكافحة حياته، ومن هذا فإن إقدامه على أداء واجبه بحماس يستلزم وجود حافز قوي يدفعه إلى المخاطرة.

تعرض رجال مكافحة المخدرات لإغراء هائل من جانب مهربي المخدرات وتجارها لا تقارن بما يتقاضوه من مرتبات ومزايا, وبذلك يصبح تجنيدهم للعمل لحساب المخدرات أو على الأقل للسكوت عن عمليات هذه العصابات أمراً وارداً. ومن هنا فإن الخطة الإعلامية ينبغي أن تركز على الاتصال المباشر من خلال اللقاءات والمحاضرات والندوات بمشاركة أفراد مكافحة المخدرات لتأكيد أبعاد مهمتهم الوطنية في مواجهة هذا الخطر الذي يهدد الوطن وحثهم على العطاء والتضحية, وتنمية قيم الشرف والأمانة والكسب الحلال ورفع روحهم المعنوية والتعبير عن مشاعر التقدير لهم وصرف الحوافز للتميزين منهم والاهتمام بمشكلاتهم ورعايتهم صحياً واجتماعياً وبالطبع سيكون لكل ذلك أثر كبير على جهودهم في مجال مكافحة المخدرات.

الجمهور كأحد أطراف الخطة الإعلامية: فهم الطرف الأكثر أهمية في مجال الإعلام عن مكافحة المخدرات ... والمقصود بالجمهور هنا المواطنين والمواطنات من مختلف الفئات والأعمار الذين لا يدخلون ضمن الأطراف الثلاثة السابقة فلا هم مدمنون ولا هم مهربون أو تجار وليسوا من أجهزة المكافحة لكنهم معرضون للوقوع في براثن الإدمان مع احتمال دخول البعض منهم إلى فئة المهربين والتجار تحت أغراء الكسب السريع ولسد حاجتهم الملحة من المخدر إذا ما وقعوا فريسة الإدمان. فالخطة الإعلامية تضع في الاعتبار أن الإعلام الصحيح للجماهير التي لم تتورط في مشكلة المخدرات قادر على أن يحقق الوقاية الضرورية لأن استخدام وسائل الإعلام في توعية أفراد الجمهور بأبعاد مشكلة المخدرات والأضرار الناجمة عنها يعتبر من التدابير ذات الطابع الاجتماعي التي تساعد على منع دخول أفراد جدد في دائرة الإقبال على المواد المخدرة. وقد اتفقت الآراء على أن الإعلام القائم على أسس علمية وواقعية دون مبالغة يلعب دوراً كبيراً في الحد من انتشار تعاطي المخدرات<sup>(36)</sup>. ولكي يتحقق للإعلام دوره المطلوب في التوعية بأضرار المخدرات لا بد من اتباع ثلاث مراحل متتالية :-

المرحلة الأولى : نشر المعرفة: المقصود بنشر المعرفة تصحيح المفاهيم المغلوطة لدى مستقبل ومتلقي الرسالة الإعلامية سواء أكان مشاهداً أو قارئاً أو مستمعاً لأن هناك معلومات مجهولة عند العديد من المواطنين منها الاعتقاد عند البعض من أن المخدرات غير محرمة شرعاً, وأن تعاطيها يزيد من المتعة فالمعلومات تقوم بدور رئيسي في التوعية في مجال المخدرات لكنها لا تكفي في حد ذاتها لتغيير المواقف وأنماط السلوك.

المرحلة الثانية : تغيير الاتجاهات: المقصود هنا تغيير الاتجاهات والمواقف غير المستحبة لجمهور الرسالة الإعلامية وتقوية الاتجاهات المستحبة منها من خلال برامج التوعية الدينية والتوعية الطبية إلى جانب عرض برامج خاصة لحالات تم

علاجها وشفائها لعرض تجاربها على الجمهور ومناقشتها ومعرفة آرائه تجاهها مع العمل على تأكيد الاتجاه والموقف الفكري الراض للإدمان من قبل الجمهور<sup>(37)</sup>.  
المرحلة الثالثة: تغيير السلوك : تستهدف تغيير سلوك الجمهور من مدمنين ومتعاطين للمخدرات إلى أسوياء بقدر الإمكان.

فالتغيرات الثلاثة تحدث متتابعة فتغيير السلوك يتطلب تغيير المعلومات الخاطئة لدى الفرد أولاً – ثم تغيير الاتجاهات غير المستحبة، ثانياً – غالباً ما يحدث تغيير الاتجاهات والأفكار إذا كان الاتجاه الجديد مستنداً على العقيدة والقيم والرسائل الإعلامية واضحة لا تترك فرصة للجمهور المتلقي كي يستنتج معنى آخر غير المقصود منها.

ولهذا فإن الاستراتيجية الإعلامية التي تهدف إلى تغيير السلوك لدى المدمنين لجعلهم مواطنين صالحين وتغيير اتجاهات القابلين للإدمان لحمايتهم من الخطر الداهم والمدمر يجب أن تسند لمخططين إعلاميين تتوافر لديهم المعلومات الكافية عن النظام الإعلامي للمجتمع، إلى جانب النظام السياسي والاقتصادي، والوازع الديني لأن النظام الإعلامي لا يعمل بمعزل عن بقية الأنظمة الأخرى في المجتمع مع الوضع في الاعتبار معدل الأمية بين السكان حتى يتم اختيار الوسائل الإعلامية المناسبة للوصول إلى مختلف القطاعات المستهدفة بالإعلام.

يأتي بعد ذلك اختيار وسيلة الإعلام المناسبة للخطة الإعلامية وهذا الاختيار تحكمه عدة نقاط هي:

الأولى : الوسيلة ودرجة انتشارها.

الثانية : درجة المصداقية والجاذبية بين الوسيلة والجمهور المستهدف.

الثالثة : تناسب الوسيلة مع معدل الأمية واللغة والسن، ونوعية الجمهور.

الرابعة : إمكانية وصول الوسيلة للجمهور.

وبشكل عام عندما يكون الهدف هو الوصول إلى جمهور محدد بمعلومات معينة فإن أية وسيلة من الوسائل الإعلامية بما فيها الاتصال الشخصي قد تكون كافية ... ولكن في قضية مثل إدمان المخدرات فإن الحاجة ماسة إلى استخدام كل وسائل الإعلام والاتصال وكافة الأشكال نظراً لتنوع المعلومات وتعدد فئات الجمهور واختلاف ظروفها.

تصميم الرسائل الإعلامية :

تجدر الإشارة إلى أنه عند تصميم الرسائل الإعلامية يجب وضع الآتي في الاعتبار :  
الرسائل الإعلامية قطعية وجازمة لا تترك فرصة للتخمين أو الاستنتاج لمعنى غير مقصود.



تفادى احتمال أي خطأ في فهم الرسالة الإعلامية بما ينتج عنه تأثير مضاد لأن إدمان المخدرات موضوع حساس - فمثلاً إعلانات أحد الأفلام التي تعالج موضوع الإدمان قد تكون إغراء يشجع الشباب على الدخول في مجال المخدرات.

يجب ألا تكون الرسالة الإعلامية منفرة أو جامدة مع ضرورة استخدام الأساليب الفنية المتنوعة والجذابة والمشوقة حتى تترك الأثر المطلوب في المتلقي.

ونخلص من هذا إلى أن الاتجاهات الرئيسية للإعلام لمكافحة المخدرات تنحصر بصفة عامة في الاتجاه الديني باعتبار أن المخدرات من المحرمات التي نهت عنها الأديان السماوية. والاتجاه الصحي لما تسببه من أضرار بالغة على متعاطيها والاتجاه العقابي من خلال التوعية بعقوبات الاتجار والتعاطي نظراً لما تمثله هذه الظاهرة من تهديد للأمن واستقرار المجتمع ولذلك يجب التركيز على هذه الاتجاهات إعلامياً مع تصميم برامج التوعية بما يتناسب مع ميول واتجاهات الجمهور وبما يتناسب مع التطور المستمر في وسائل الإعلام، مع زيادة التوعية الأمنية لدى الجماهير.

أما جدول الأنشطة للخطة الإعلامية: فيجب على المخططين الإعلاميين أن يقوموا بترتيب الأنشطة الإعلامية بتوقيت زمني مع الوضع في الاعتبار ما يلي للحصول على نتائج جيدة.

توقيت الوصول إلى الجمهور:

اختيار التوقيت المناسب للوصول للجمهور المستهدف لأن الناس تختلف وظائفهم وبالتالي تختلف توقيتات الوصول إليهم إعلامياً ولهذا يجب أن يوضع ذلك في الاعتبار عند وضع جدول الأنشطة بالنسبة لمن سيقومون بعمليات الاتصال الشخصي.

توقيت نشر الرسالة:

التأكد من التوقيت المناسب لنشر الرسالة المعنية فإذا كان المستهدفون بالرسالة المدمنون كي يذهبوا إلى مراكز علاج الإدمان فيجب على المخطط الإعلامي أن يكون على ثقة ومعرفة أن هذه المراكز مستعدة بالفعل لاستقبال المرضى.

توافر الوسيلة الإعلامية :

التأكد من أن الوسيلة الإعلامية متوافرة في الوقت المختار وأن هذا التوقيت مناسب مع الجمهور المستهدف ويستطيع فيه اختصاصيو الاتصال الشخصي القيام بمهامهم.

التقييم والمتابعة:

يشمل التقييم التخطيط والتنفيذ والتأثير وهو ينقسم إلى قسمين :

التقييم الأولي

التقييم النهائي

فالتقييم الأولي : يعرف بأنه نوع من البحث الذي يجرى أثناء فترة عمل الأنشطة والخطة من أجل تحسين تأثيرها، أما الوظيفة الرئيسية للتقييم الأولي فهي الحصول

على رجع الصدى بالنسبة للأنشطة الإعلامية بهدف تطويرها وبالتالي يصبح التقييم أساسياً للبرامج الإعلامية

عند استخدام وسائل الاتصال الجماهيري.

عندما يضم الجمهور المستهدف نسبة كبيرة من الأميين.

عندما يصعب على المخططين التأكد من الأثر الذي قد تحرزه الرسائل المصممة.

عندما تكون درجة التباين بين الجمهور والقائمين بعملية الاتصال عالية.

عندما تكون الرسائل جديدة نسبياً على الجمهور (مثل إدمان المخدرات).

عندما يكون هدف الرسائل هو تغيير الاتجاهات والسلوك.

أما التقييم النهائي: فيهدف إلى مد صانع القرار بملخص عن نتائج المشروع ويعرف بأنه نوع البحث الذي ينفذ من أجل الوصول لقرار عن تأثير النشاط والنظام الموضوع بعد انتهاء الحملة.

أما المتابعة: فهي متابعة البرنامج والخطة الإعلامية الموضوعة وتعد أمراً حيوياً وبدونها فإن الخطة لا تحقق جميع أهدافها وقد تحدث الكثير من الأخطاء أثناء تنفيذ الأنشطة – فالمتابعة مهمة للتأكد من أن الرسائل :

وزعت – وصلت للجمهور – مصدقة ومشوقة – يتذكرها الجمهور بسهولة.

#### الخاتمة:

من خلال كل ما تقدم وما تم تناوله في المباحث الثلاثة السابقة يتضح أن الإعلام بصفة عامة هو التعبير الأمين عن عقلية الجماهير ميولها ووجدانها واتجاهاتها. والإعلام في جوهره الحقيقي حركة جماهيرية تأخذ مادتها من الجماهير وتعود بها إليهم وهم أصحاب المصلحة الأولى والأخيرة في العملية الإعلامية وأن حاجة الجماهير للإعلام المعبر عنها تشتد كلما واجهت الجماهير خطراً يهدد كيانها ويستدعي تبادل الرأي والمشورة في التصدي له ومقاومته ومن هنا تبرز أهمية العملية الإعلامية للتنمية وأهمية الرسالة الإعلامية في المجتمع ودورها في تحقيق الوعي الكامل بالخطر المدمر الذي تجره المخدرات والسموم البيضاء على كل من يقع في مصيبتها الرهيبة ... ولهذا فإن جميع وسائل الإعلام في المجتمع تشد أسلحتها حرباً ضد انتشار المخدرات والسموم البيضاء في المجتمع. ومن هنا فإننا نخلص إلى مجموعة من التوصيات التي توصلنا إليها من خلال هذه الورقة العلمية:

أولاً: ضرورة وضع خطة لتشجيع المدمنين للتقدم للعلاج وإزالة ما يعترضهم من عقبات مع توفير أماكن للعلاج منفصلة عن مستشفى الأمراض العقلية وبالمجان مع ضرورة :

تكوين جهاز مركزي للتخطيط لعلاج المدمنين تمثل فيه الوزارات والجهات

المعنية.

- توفير مراكز للعلاج والنوادي العلاجية.
- ثانياً : التوسع في إعداد مجموعة المكافحة المكلفة بمواجهة المشكلة وإعداد الكوادر المدربة الصالحة لهذه المهمة.
- ثالثاً : إعادة النظر في دراسة أغلب التشريعات الخاصة بمكافحة الظاهرة بهدف تشديد العقوبة.
- رابعاً : الاهتمام بالأسرة والتماسك الأسرى وحماية النشء من الوقوع في دائرة الإدمان، وتوافر القدوة الحسنة داخل الأسرة.
- خامساً : الاهتمام بقيام المؤسسات التربوية بدور فعال في التبصير بخطورة المشكلة.
- سادساً : قيام دور العبادة بدور فعال في التبصير بخطورة المشكلة وإحياء دور الدعاة ورجال الدين في الوعظ والإرشاد فالعقيدة عامل علاجي ذو أثر كبير يعطي دفعة قوية تزيد من فعالية العلاجات القاصرة حتى الآن في مجال الإدمان، مع ضرورة مشاركة الدعاة ورجال الدين مع الفريق العلاجي.
- سابعاً : دعم النشاط الرياضي والاجتماعي للشباب.
- ثامناً : التخطيط الإعلامي السليم وذلك بحصر القوى والأجهزة الإعلامية التي يمكن تجنيدها في أداء هذه الخطة وتوجيه هذه القوى لتحقيق أهداف الخطة.
- ومن هذا المنطلق واستناداً على ما سبق فإن من المسلم به أن أي خطة لا بد وأن تقوم على الحقائق والمعلومات وأن المعلومات الصحيحة المتكاملة هي العمود الفقري للخطة الإعلامية القومية لمكافحة المخدرات، وهذا يتطلب على سبيل المثال لا الحصر :
- توفير المعلومات عن حجم المشكلة وإحصاءات عن عدد المتعاطين.
- الفئات التي لحق بها الخطر والتي يحتمل أن يمتد إليها.
- عناصر ووسائل محاربة تجارة المخدرات والسموم البيضاء.
- مدى الاستعداد والإمكانات المتوافرة لدى الوزارات والجهات المعنية بمواجهة المشكلة.
- حصر النتائج التي تحققت حتى الآن من الجهود في عملية المكافحة.
- الاستفادة من تجارب الدول الأخرى إعلامياً.
- أن تكون الرسائل الإعلامية مبسطة، مفهومة، مباشرة، ومناسبة للجمهور المستهدف حتى تحقق الهدف منها وهو توعية المواطنين بخطورة الإدمان.

## المصادر والمراجع

\* القرآن الكريم

- (1) محمد مياسا, مأساة الإدمان (بيروت: دار الجيل, 1997) ص 15.
- (2) عبد الحميد الشواربي, جرائم المخدرات (الإسكندرية : مؤسسة الثقافة الجامعية, 1990) ص18.
- (3) محمد رمضان, أحكام تعاطي المخدرات, (طرابلس : منشورات مجمع الفاتح, 1989) ص 23.
- (4) إبراهيم نافع, في بيتنا مدمن, (القاهرة : مؤسسة الأهرام, 1981) ص15.
- (5) عبد الحميد الشواربي, مرجع سابق, ص 32.
- (6) محمد مياسا , مرجع سابق, 19.
- (7) إسماعيل حلمي, الإعلام والمخدرات, (القاهرة : الهيئة العامة للكتاب, 1989) ص 12.
- (8) محمد مياسا, مرجع سابق, ص 39.
- (9) أحمد العقباوى, الإدمان والمدمنون, (القاهرة : جامعة الازهر, 2001) ص 81.
- (10) Cole man, J. C. Butcher, JN. & Corson, R. C. Up Normal Psycholgy and Modern Life (7th ed) London: Scott, Forsnon & Co.1983. p. 42.
- (11) محمد مياسا, مرجع سابق, ص 83.
- (12) فاخر عاقل, علم النفس التربوي, (بيروت : دار الملايين, 1986) ص 56.
- (13) محمد مياسا, مرجع سابق, ص 86.
- (14) إسماعيل حلمي , مرجع سابق, 31.
- (15) عزت حسنين, المسكرات والمخدرات بين الشريعة والقانون (القاهرة : دار الفكر العربي, 1986) ص 247.
- (16) عبد اللطيف حمزة, الإعلام والدعاية ط2, (القاهرة: دار الفكر العربي, 1978) ص10.
- (17) نجوى الطوبى, الأثر الثقافي والاجتماعي للتلفزيون في المجتمعات النامية, مقال, مجلة الفن الإذاعي العدد 88, (القاهرة: اتحاد الإذاعة والتلفزيون, يوليو, 1980) ص 20.

- (18) إبراهيم إمام, العلاقات العامة والمجتمع ط4, (القاهرة : الانجلو المصرية, 1981) ص 13.
- (19) صالح خليل أبو أصبع, الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة ط4, (الأردن : دار أرام للدراسات والنشر والتوزيع, 2004) ص 203.
- (20) إسماعيل حلمي, مرجع سابق, ص 76.
- (21) Harlod Lasswel (1982) The Structure and Function of Communication Society, New York, p.15.
- (22) Lasars Field and Norton, Perspectives of Mass Communication, ed. Worren Agee, P.H alult and Emerg, New York: Harper and Row, p. 9.
- (23) Willbar Schramm, (1964) Mass Media and National Development, Stanford University Press, p.38.
- (24) Leslie Moller (1979) The Big Four Mass Media, N. J. Hayder Book Co, p. 36.
- (25) صالح خليل أبو أصبع, مرجع سابق, ص 210.
- (26) إسماعيل حلمي, مرجع سابق, 77
- (27) حسنين شفيق, الإعلام الجديد (القاهرة : دار فكر وفن للطباعة والنشر, 2010) ص ص52-54.
- (28) سوزان القليني, إدارة الأزمات إعلامياً, مجلة الفن الإذاعي, العدد 171, (القاهرة : إتحاد الإذاعة والتلفزيون, 6 يونيو 2003) ص 69.
- (29) إسماعيل حلمي, مرجع سابق, ص 118.
- (30) كرم شلبي, فن الكتابة للراديو والتلفزيون (جدة : دار الشروق, 1987).
- (31) صابر الملاح, الهويس وقضية الإدمان على الشاشة الصغيرة, مجلة الفن الإذاعي, العدد 115, (القاهرة : إتحاد الإذاعة والتلفزيون, أكتوبر 1987) ص 33.
- (32) إسماعيل حلمي, مرجع سابق, ص 100.
- (33) جاسم خليل ميرزا, الإعلام الأمني بين النظرية والتطبيق, (القاهرة : مركز الكتاب للنشر, 2006) ص 8.
- (34) سمير نعيم 6 تعاطي المخدرات والتدابير الوثائقية الاجتماعية والإعلامية, (القاهرة: دار الفكر العربي 1996) ص 18.

(35) زامل عبد الله مخلف, التخطيط الإعلامي لمكافحة الجريمة في مجال المخدرات (الرياض: المركز العربي للدراسات الأمنية والتدريب, 1990) ص

15.

(36) سمير نعيم, مرجع سابق, ص 2.

37) Bottons, A.E Crime Prevention, the policing and Society, New York, 1990. p. 22.