

Acting values

تفعيل القيم وممارستها

2020



Windows Ink Workspace

"تفعيل القيم وممارستها" هو نهج في تفعيل القيم موجه إلى الطلبة الجامعيين في تخصصات: التربية، الإدارة والتسويق، الإعلام، الدعوة والشريعة وعلم النفس وعلم الاجتماع .

د. زهير منصور
المزيدي

المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

Arab institution for social values

Dr. Zuhair Almazeedi

00965-99290092(M)

www.zumord.net

www.qeam.org

almazeedizuhair@gmail.com

Kuwait

برنامج "تفعيل القيم وممارستها" (أكتنغ فاليوز)
موجه إلى شريحة الموجهين والتربويين والمدرسين
تأليف: د. زهير منصور المزيدي
دار النشر: مؤسسة الإعلاميون العرب للنشر والتوزيع
بطلب من المؤسسة العربية للقيم المجتمعية
أبريل 2010، الكويت
النسخة المزيدة المنقحة 2020

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

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

إهداء وشكر

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

فهرس الكتاب

المحتويات	الصفحة
المقدمة: نحو تفعيل حقيقي للقيم	5
طبيعة برنامج تفعيل القيم وممارستها	9
مدخل لتعريف القيم لغوياً واصطلاحياً	11
أهمية التربية القيمية في المؤسسة العربية للقيم المجتمعية	14
الفصل الأول: القيم الذاتية	
مَبَحَث السلام	28
مَبَحَث التسامح	43
مَبَحَث المسؤولية	48
مَبَحَث الصدق	57
مَبَحَث التعاون	75
مَبَحَث الاحترام	83
مَبَحَث المحبة	95
مَبَحَث العطاء	116
مَبَحَث الصبر	122
هل القيم والأخلاق مكتسبة أم يمكن تعلمها؟	123
الفصل الثاني: الكشف عن اسرار التسويق للقيم	132
الفصل الثالث: الاستفادة من البحوث العلمية لدى الشركات في الترويج للقيم	147
اختبار المجسات الحسية	147
مسرحة العلامة التجارية	166
التطبيق العملي والعلمي للتعرف على مدى ادراك وسم العلامة ومدرک القيم	168
ملاحق	189

من الممكن تحميل الحلقات المذاعة عن جميع المباحث المشار إليها في الفهرست في الملحق من الموقع الإلكتروني: www.zumord.net

المقدمة:

نحو تفعيل حقيقي للقيم

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

"Do you think that society's standards for acceptable and unacceptable behavior are getting better, getting worse, or are they staying about the same?"		
		%
	Getting better	6
	Getting worse	66
	Staying about the same	26

ثم وردت قائمة بالقيم التي تعد مهمة لدى بعض الناس، وكان السؤال لكل منها: على مدار عشر السنوات الماضية، هل تشعر بأن هذه القيم صارت أقوى أم أضعف؟ وكانت الإفادات على النحو الآتي:

احترام السلطة منخفض بنسبة 40%، ومنخفض جداً بنسبة 46%.

الالتزام بالعلاقة الزوجية منخفض بنسبة 30%، ومنخفض جداً بنسبة 50%.

وفي قيمة المسؤولية جاءت النتيجة منخفضة بنسبة 35%، ومنخفضة جداً بنسبة 34%.

Asked of half the sample:

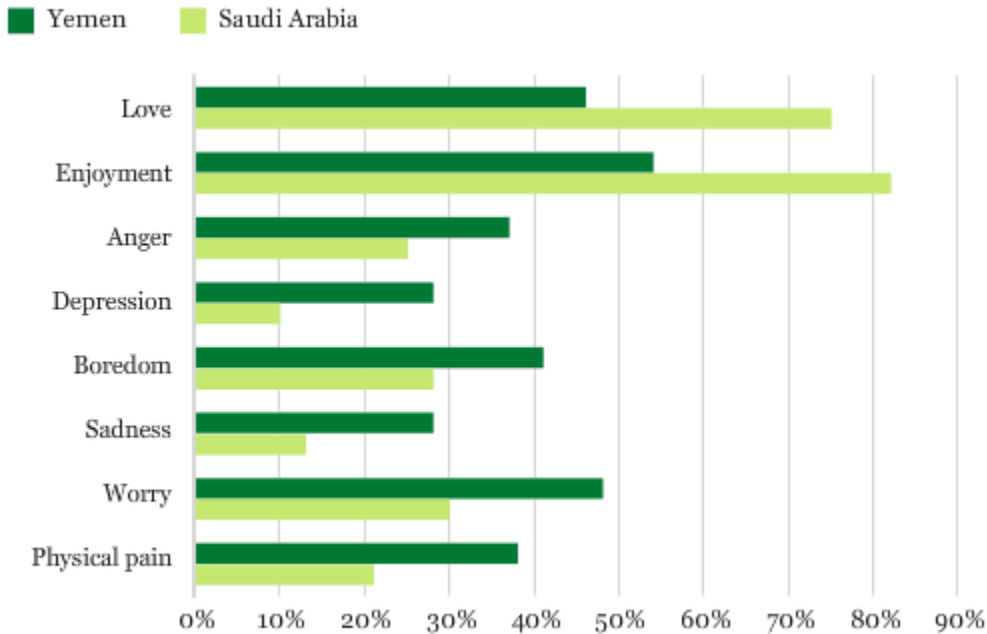
"I'm going to read you a list of values that some people may feel are important. For each one, please tell me whether you think that in the past ten years we have gotten much stronger as a nation, somewhat stronger as a nation, somewhat weaker as a nation, or much weaker as a nation in terms of this value....

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

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

Yemenis' vs. Saudis' Daily Emotions

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



GALLUP POLL

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

معوقات الاستثمار

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

جدول رقم (18) معوقات الاستثمار

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

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

Belief in God and Morality

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

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

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

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

طبيعة برنامج تفعيل القيم وممارستها

في هذا الوضع القيمي العالمي المهزوز، انبرت المؤسسة العربية للقيم المجتمعية تدعو إلى برنامج تربوي تطبيقي خاص بغرس القيم وتسويقها. ونحن نعني- تماماً- ما نقوله، عندما نصف البرنامج بعملية "التسويق"؛ لأن القيم- اليوم- بحاجة إلى من يسوق لها كما تسوق الشركات التجارية الكبرى سلعتها، وتتفنن في تسويقها والترويج لها. وفي هذا العمل- الذي أسميناه "تفعيل القيم وممارستها"- قمنا بتطوير منهج تعليمي تدريبي وضعته دول عدة حول العالم. وثمة مجهود مشكور انبرت له مجموعة من الدول بإشراف الأمم المتحدة، وحددت له مناهج لمراحل عمرية مختلفة.

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

وتجدر الإشارة إلى أن تطوير المنهج شمل شقين اثنين...

الشق الأول هو شق نظري، نعرف فيه الطالب الجامعي إلى تقنيات غرس القيم وأساليبه وندربه عليها.

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

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

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

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

أ. التقنية المتبعة في غرس القيمة.

ب. التمارين التي يمارسها المتعلم مع أستاذه ومع زملائه.

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

د. منظومة الوسائل السمعية البصرية الأخرى [الهدايا، مسابقات الرسم، مسابقات القصة، المقطوعة الموسيقية، أدوات الطالب المدرسية (الكراس، الحقيبة، البطاقات اللاصقة)].

2- ولكن هل ثمة استثارة لحواس المتلقي أثناء غرس القيمة؟ نعم، فمن خلال حاسة البصر يعاين القيمة في الرسم والملصقة (البوستر)، ومن خلال السمع يعاينها فيما ينشده عبر المقطوعة الموسيقية، ومن خلال اللمس يعاينها عبر تحويلها لمنتجات ومشاريع، ومن خلال الممارسة يعاينها في حوارهِ اليومي وتعامله مع أصدقائه. وكذلك يمكنه أن يحتضنها، كاحتضانه قيمة السلام من خلال "ما يشكله من رموز"، أو يستنشقها من خلال ممارسة تمرين الاسترخاء.

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

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

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

أ- "الوتر": يمكن غرس معناه من خلال حاسة الإبصار، باستعمال التصاميم المعبرة عن التفرد والوحدانية وكذلك يمكن إدراك هذا الاسم من خلال الحواس الأخرى، نتيجة للتطبيقات التي يمارسها الطالب من خلال: إصراره إلى الصلاة عند سماع الأذان، حرصه على تحقيق الدرجات العلمية، تحويل ما يتلقاه من معلومات دراسية إلى تطبيقات عملية علمية Science fare.

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

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

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

مدخل

ما الذي نعنيه بالقيم؟

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

القيم اصطلاحاً:

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

القيم الأخلاقية:

- استعملت لفظة الأخلاق في القرآن، عندما خاطب عز وجل الرسول الكريم بقوله: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ [سورة القلم/ الآية 4].
- إن الرسول جعل الأخلاق هدفاً لرسالته، فقال: «إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق» [فتح الباري بشرح صحيح البخاري].. ووردت في أحاديث الرسول الكريم: «ما من شيء أثقل في ميزان المرء يوم القيامة من خلق حسن» [فتح الباري بشرح صحيح البخاري]، و «أفضل المؤمنين أحسنهم خلقاً» [فتح الباري بشرح صحيح البخاري].
- قال ابن قيم الجوزية: الدين كله خلق. فمن زاد عليك في الخلق، زاد عليك في الدين.
- في القاموس المحيط: الأخلاق تعني السجية والطبع، وهي وصف لصورة الإنسان الباطنة.

- يقول العسكري (صاحب كتاب الفروق في اللغة): "إنه لا فرق بين العادة والخلق.. الخلق هو العادة التي يعتادها الإنسان، ويأخذ بها نفسه على مقدار بعينه. فإن زاد عليه إلى غيره، قيل: تخلق بغير خلقه. وفي القرآن ﴿إِنْ هَذَا إِلَّا خُلُقُ الْأَوَّلِينَ﴾ [الشعراء / 137]، قال: يريد عاداتهم".
- قيل: "إن مفهوم الأخلاق يعني المبادئ والقواعد المنظمة للسلوك الإنساني، التي يحددها الوحي على نحو يحقق الغاية من نزوله"؛ قال الله تعالى: ﴿لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ﴾ [التين / 4].

هل مفهوم الأخلاق لدى المسلمين ولدى غيرهم واحد؟

إن مفهوم الأخلاق في الإسلام يختلف عن مفهومه عند غير المسلمين، من جهة الأصل الذي انبثق عنه، ومن جهة فحواه ومضمونه. فالأصل- الذي انبثقت عنه الأخلاق في الإسلام- هو العقيدة الإسلامية، وعن هذه العقيدة صدرت مفاهيم الأخلاق.. وتحددت القيم العليا لدى المسلمين.

على حين أن الأخلاق لدى الغرب تنفصل عن الدين، ولا تمت إليه بصلة، والأساس- الذي انبثقت عنه- متغير، فهو إما الفائدة وإما المنفعة.

عرفها يماني (2009) بأنها: "مجموعة المعايير والمبادئ الموجهة لسلوك الفرد المسلم (الظاهر والباطن)، لتحقيق غايات خيرة، مستوحاة من القرآن والسنة النبوية".

تعريف القيم عند الفلاسفة والمفكرين:

لا يوجد تعريف واحد لمفهوم القيم.

عرفها وادراف (1952) بأنها: "المعايير والمبادئ التي تتحدد وفقها الأهداف".

عرفها كرتيش (1965) بأنها: "معتقد يتعلق بما هو جدير بالرغبة، ذلك المعتقد الذي يملئ على الفرد مجموعة من التوجهات المجسمة لقيمة ما".

والقيم لن تكون قيماً إلا إذا وصلت إلى مستوى العقيدة، وهذا هو الفرق بين القيم والتوجه، فالتوجه قد يعني رغبة أو حاجة عرضية.

مكونات القيم:

تتكون القيم من ثلاثة مستويات، هي:

- 1- المكون المعرفي: ومعياره الاختيار؛ أي: انتقاء القيمة من بدائل مختلفة بحرية، بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسؤوليته. وهذا المكون يتكون- بدوره- من ثلاث درجات أو خطوات متتالية، هي: استكشاف البدائل الممكنة، والنظر في العواقب، ثم الاختيار الحر.
- 2- المكون الوجداني: ومعياره التقدير، الذي ينعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها، والشعور بالسعادة لاختيارها، والرغبة في إعلانها.

3- المكون السلوكي: ومعياره الممارسة والعمل، ويتكون من خطوتين، هما: ترجمة القيمة إلى ممارسة، وبناء نمط قيمي.

وظيفة القيم:

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

تصنيف القيم:

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

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

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

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

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

القيم الغائية والوسيلية:

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

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

أهمية التربية القيمية في المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

1- محاولة بناء منظومة قيم أخلاقية نتلمسها من القرآن الكريم والسنة النبوية لمعالجة أزمة القيم، التي تعصف بمجتمعاتنا العربية والإسلامية.. ومجتمعات الأرض قاطبة، بعيداً عن مادية الأنظمة المذهبية والفلسفات الغربية، التي تنمو نحو التطرف؛ مسترشدين بالآليات العلمية الحديثة، التي وضعها الغرب من أجل الغرس القيمي.

2- تبصير التربويين بالقيم الأخلاقية، التي تحتاج المجتمعات العربية والإسلامية والعالمية المعاصرة إلى تعزيزها وتنميتها من أجل إعداد الإنسان السوي؛ فالشعور الأخلاقي لا يولد مع الطفل، ولكن يتشكل ويتكيف معه.

3- منح النشء سنداً عقلياً يعتمدون عليه في الدفاع عما يقومون به من أعمال في الميادين التربوية والتعليمية، وغيرها.

4- دراسة القيم الأخلاقية الإسلامية دراسة علمية، بما تحويه من قواعد وخصائص، انطوت على مرونة وشمول وواقعية، وملكة القدرة على تعزيز تنمية الدور الحضاري للإنسان.

تشكيل القيم الإنسانية

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

موضوع القيم مع بدء الخليفة:

الله تعالى خلق الإنسان لغايتين:

1- ليكون خليفة في تعمير الأرض.. ﴿وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً ۖ قَالُوا أَتَجْعَلُ فِيهَا مَنْ يُفْسِدُ فِيهَا وَيَسْفِكُ الدِّمَاءَ وَنَحْنُ نُسَبِّحُ بِحَمْدِكَ وَنُقَدِّسُ لَكَ ۚ قَالَ إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ ۝﴾ [البقرة/ 30].

2- للعبادة.. ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ۝﴾ [الذاريات/ 65].

أهمية القيم في وقتنا الحالي:

- 1- التغيير الاجتماعي المتسارع- الذي هو إحدى خصائص القرن الحادي والعشرين- يعني أن القيم والمبادئ والعلاقات الاجتماعية ستكون عرضة للتغيير والتحول والتبدل مرات ومرات، لا من جيل إلى آخر، ولكن في حياة الجيل نفسه.
- 2- هذا التغيير الحثيث يتطلب من الفرد والمجتمع أن يكونا سريعَي التكيف والتأقلم مع كل تحول وتبدل!
- 3- سبب "أزمة القيم" هو تداعي منظومة القيم الموروثة والمكتسبة، وهذا يسبب ضعف أفراد المجتمع ويدفعهم للتمرد على قيمه.
- 4- إذا غابت القيم أو تشوّشت، فإن الإنسان يغترّب عن ذاته وعن مجتمعه، ويفقد دوافعه للعمل ويقل إنتاجه.
- 5- ثمة جهات منظمة تعمل على هدم القيم على مستوى العالم. ونقرأ هنا- على سبيل المثال- مقتطفات من بروتوكولات حكماء صهيون (1902): "يجب أن نعمل لنتهار الأخلاق في كل مكان، فنتسهل سيطرتنا. إن فرويد منا، وسيظل يعرض العلاقات الجنسية في ضوء الشمس، لكي لا يبقى في نظر الشباب شيء مقدس، ويصير همه الأكبر إرواء غرائزه الجنسية"..
- وقالوا: "سننشر الإلحاد" ونشروه، وقالوا: "سننشر الفساد الخلقي" ونشروه، وقالوا: "سنستولي على الصحافة العالمية ونوجهها كيفما نشاء" وفعلوا.
- 6- اهتم الإسلام اهتماماً كبيراً بقيم الإنسان الأخلاقية، ليصير جزءاً من شخصية الأمة (صورة الإنسان المسلم).
- 7- أهمية القيم تنبع من كونها تمس العلاقات الإنسانية بصورها كافة، فهي تتغلغل في الأفراد على شكل توجهات وتطلعات، وتتضح في السلوك الظاهر الشعوري واللاشعوري، وتعبّر عن نفسها بقوانين التنظيم الاجتماعي وبرامجه.

مسار بعض ما تعرضت اليه دراسات القيم في عالمنا العربي:

يذكر (العوا، 1987) إن بعض القيم الإسلامية يسهل اشتقاقها من آيات القرآن الكريم ، مثلاً في قوله تعالى: ﴿ وَكُلُّ إِنْسَانٍ أَلْزَمْنَاهُ طَائِرَهُ فِي عُنُقِهِ ﴾ [الاسراء / 13] .. وقوله تعالى: ﴿ إِنَّكَ لَنْ تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَنْ تَبْلُغَ الْجِبَالَ طُولًا ﴾ [الاسراء / 37] .

والم تأمل لمثل هاتين الآيتين الكريمتين تجد أنها تحوي مجموعة من القيم :

- المسؤولية.
- الاعتقاد في الحساب.
- حرية الاعتقاد.
- طاعة الوالدين.
- صلة ذوي القربى والمساكين.

- الحياة ونقيضها (قتل النفس).
- المحافظة على مال اليتيم.
- الوفاء بالعهد.
- الأمانة.
- مخالفة الهوى.
- مجانبة الفساد والإفساد.

نتائج بحث ميداني لتحليل مضامين مدارسنا التربوية:

أجرى الباحثان وقائي وعلاوي (1999) دراسة بعنوان: دور الروضة في إكساب الأطفال القيم الأخلاقية، قاما فيها بإعداد استبانة مكونة من 15 قيمة أخلاقية مستقاة من أحاديث الرسول الكريم.

وكشفت نتائج الدراسة أن أكثر القيم الأخلاقية ممارسة وتمثيلاً في سلوك الأطفال:

- أ- من وجهة نظر المعلمات، ابتداء من القيمة الأكثر ممارسة وانتهاء بالأقل ممارسة:
 - الأمانة.
 - الحفاظ على المال العام.
 - احترام الآخرين.
 - الصدق.
 - الحب.
 - التسامح.
 - النظافة.
 - أدب الحديث.
 - النظام.
 - التحية والاعتزاز.
 - التعاون.
 - الإيثار.

ب- من وجهة نظر معلمات رياض الأطفال، ابتداء من القيمة الأكثر ممارسة وانتهاء بالأقل ممارسة:

- الأمانة.
- الصدق.
- النظافة.
- الاستئذان.
- التحية.
- النظام.
- احترام الآخرين.
- أدب الحديث.

- الحفاظ على المال العام.
- الاعتذار.
- التعاون.
- التسامح.
- الشكر.

نتائج دراسات ميدانية عربية حول القيم في المناهج الدراسية:

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

هل ثمة منظومة قيمية أكدها القرآن الكريم؟

- إن دعائم وجود المجتمع الإسلامي تقوم على وجود المنظومة القيمية التربوية الأخلاقية. وقيم المجتمع الإسلامي تنبثق من مصدرين أساسيين، هما: القرآن والسنة. وإن أهم ما يميز القيم الإسلامية هو ربط العقيدة بالعمل، والقول بالفعل، والنظرية بالتطبيق، ولا قيمة لإيمان لا يتبعه عمل صالح يبرهن على صحته.
- الأساس الأول للقيم في القرآن هو ارتباطها بالإيمان بوجود إله واحد يتصف بصفات الكمال وأن له الأسماء الحسنى. فالقرآن الكريم يعدّ الله تعالى المثل الأعلى في الأخلاق؛ فالله هو الرحمن الرحيم الغفار.. إلى ما هنالك من أسماء إلهية حسنى، تمثل في مجموعها منظومة قيمية تربوية أخلاقية.
- الإنسان أعطي استعداداً للتخلق بأسماء الله مع العبودية له تعالى. وتزكية النفس البشرية تضبط استعداداتها الأخلاقية بمعيار العبودية لله.
- العقيدة الإسلامية تعترف بالميل والغرائز والدوافع الفطرية، على أساس أنها ليست شراً ولا خيراً في ذاتها، وإنما هي قوى وطاقات واستعدادات ضرورية لدوام حياة هذه الطبيعة وتوجيهها إلى غاياتها النبيلة في إطار النهج الإسلامي القويم.
- خلق الله سبحانه الإنسان على هيئة مطبوعة. على عمل الخير، يقول الرسول الكريم: «إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق» [صحيح البخاري].. وقيل في وصفه: «لقد كان الرسول الكريم قرآناً يمشي على الأرض» [صحيح البخاري].
- الأخلاق الإسلامية هي التزام أكثر منها أوامر ونواهي؛ فهي تقوم على الإيمان بالله وحب وطاعته والولاء له. ولم يكن القهر حافزاً على الالتزام، لأنه إذا غاب القهر غاب معه الالتزام.

• ﴿كنتم خير أمة أخرجت للناس تأمرون بالمعروف وتنهون عن المنكر وتؤمنون بالله﴾ [آل عمران/ 110]، فالأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والإيمان بالله هي ثلاث قيم ومقومات للأخلاق الإنسانية.

• يقول فرحان وتوفيق (1988): إن القرآن أكد أربع قيم أساس، هي:

1- العلم: ﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ ۚ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾ [المجادلة/ 11].. ﴿قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ ۚ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ﴾ [الزمر/ 9].

2- العمل: تأدية أركان الدين الإسلامي الخمسة جميعها يعبر عنها بالسلوك العملي.

3- التقوى: هي الفضيلة الأسمى، والمراد بها أن يتقي الإنسان ما يغضب ربه. ومن هنا كان الذي يعلم الله هو الذي يخشاه، وكان الذي يخشاه هو الذي يتقيه. ويتطلع المتقي إلى مراقبة أفعاله وإتقان عمله. وبناء على هذا تكون التقوى أم الفضائل الإسلامية، وتقابل "الهوى" الذي هو أساس الرذائل؛ بعد أن كانت "الحكمة النظرية" - عند اليونان - هي رأس الفضائل، وتقابل عندهم "الشهوة" التي هي رأس الرذائل.

4- العدل.

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

الإسلام يقرر نهجاً فريداً في غرس القيم:

قاعدة: تبعاً لاختلاف نسب وجود الحق أو الخير أو الجمال - من الناحيتين الكمية والكيفية - في القضايا الأخلاقية، يكون الحكم الأخلاقي في الإسلام، وتكون نسبته إلزاماً أو ترغيباً في الفعل أو في الترك.

• بعض القضايا الأخلاقية ترتفع نسبة وجود الأسس فيه إلى مرتبة إيجاب الفعل والإلزام به.

• بعضها تنزل فيه هذه النسبة إلى ما دون الوجوب.

• بعضها ترتفع نسبة وجود الأسس فيه إلى مرتبة التحريم والإلزام بتركه.

• حين تتكافأ مقتضيات الفعل والترك تكافؤاً تاماً، فإن نتيجة القضية - حينئذ - تكون صفراً، فيكون حكمها حكم الإباحة المطلقة، وعلى الآخرين - حينئذ - احترام هذا الحق.

مثالان:

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

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

تطبيق بعض القيم في المرحلة الشبابية

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

التعارض بين الحقوق

- عند تعارض مقتضيات الأحكام الأخلاقية لتعارض الحقوق، فإن الحكمة تقتضي التوفيق بينها أو إلغاءها أو إلغاء شيء منها، ما لم تقض الضرورة بذلك؛ أي: إعطاء كل ذي حق حقه. ونذكر هنا قصة الرسول ﷺ عندما بلغه أن عبد الله بن عمرو بن العاص حلف أن يصوم النهار ويقوم الليل ما عاش، فقال له ﷺ: «صم وأفطر، ونم وقم، فإن لجسدك عليك حقاً» [صحيح البخاري].

- الحكم الأخلاقي قد ينزل من مرتبة الوجوب إلى مرتبة الاستحسان، وسبب ذلك طبيعة التعارض. فإذا فرضنا أن نجاه صاحب الحق الشخصي أنفع للجماعة من نجاه أخيه، فإن الحق يكون في جانبه أقوى وأرجح من جهتين:

- 1- حق نفسه عليه.
 - 2- حق الجماعة عليه نسبة عالية لحق الخير، الذي سينعم به الجميع.
- وقد يصل الحكم الأخلاقي- في مثل هذه الحال- إلى "منع ممارسة قيمة الإيثار؛ فنسبة الحق هنا في كون هذا الفعل جميلاً هي أقل من نسبة الخير التي ستُحرم منها الجماعة".
- وجدنا في أحكام الشريعة الإسلامية أن من الواجبات ما تركه كفر، ومنها ما تركه كبيرة، ومنها ما تركه صغيرة.
 - إن ما دون الواجبات بعضها فعله سنة مؤكدة، وبعضها مستحب.

السلوك الأخلاقي وإرادة المسلم

السلوك الأخلاقي- سواء كان فعلاً أو تركاً- هو حق مسلط على إرادة الإنسان بنسب متفاوتة.

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

الإسلام يقرر نهجاً فريداً في غرس القيم

- قواعد في ممارسة القيم في الإسلام:
- 1- قاعدة "النية".

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

- 2- قاعدة "أن تحب لأخيك ما تحب لنفسك" .. «لا يؤمن أحدكم حتى يحب لأخيه ما يحبه لنفسه» [صحيح مسلم].

3- قاعدة "ارتقاء الإنسان إلى مرتبة الجنة قد يكون بخطوة واحدة، وانزلاقه إلى موقع النار قد يكون بخطوة واحدة" .. «الجنة أقرب إلى أحدكم من شراك نعله، والنار مثل ذلك» [صيح البخاري].
(قصة المرأة المومس التي سقت الكلب).

الفطرة الأخلاقية مودعة في حس كل إنسان

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

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

التدريب على البرنامج التربوي "تفعيل القيم وممارستها"

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

أ- 3- 7 سنوات (مرحلة الطفولة).

ب- 8- 14 سنة (صغار السن).

ج- 15- 18 سنة (الشباب).

د- أكثر من 18 سنة (الطلبة الجامعيون).

ولذا يطلب إلى المنتظمين أن يفكروا في قيمهم الخاصة، وأن يعرضوا آراءهم عن العناصر الموجبة، التي يوافرها عادة المناخ المفعم بالقيم، وأن يتخيلوا المناخ الأفضل في الصف. وأثناء ذلك، تتفعل كل قيمة مدرجة ضمن هذا البرنامج من خلال أنشطة يدخل فيها النقاش والتمارين والرسم والتصوير والصور التعبيرية والقصة والشعر، واضعين في حساباتهم تنمية قدرات المستهدف بالغرس القيمي، وتنمية جوانبه النفسية

والعقلية والروحية والجسدية كافة، مبيينين دور الحوافز (الدوافع) في تشكيل هذه القيم، ودور تفعيل حواس الإنسان في تدعيمها وتشجيعها.

اختبار القيم وفق مستويات عدة

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

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

تصنيف مجموعة أنشطة تفعيل القيم وممارستها

إن نهج الغرس القيمي الذي اعتمدناه قائم على محور (التفعيل) عبر ثلاث محاور المحور الأول: يعتمد على أسلوب (برمجة القيمة) من أجل أن نتأكد من أننا قد غرسناها بالفعل، ذلك لايماننا من أن الغرس لا يتم الا بالتهيئة والتهيئة لا تتم الا عبر البرمجة، وقد إختارنا مصطلح (البرمجة) لأننا سنعتمد أسس علمية في تعاملنا مع دماغ هذا الانسان وحواسه، ذلك أن الدماغ والحواس هما وسائل تواصل الانسان مع العالم المحيط به في تلقيه للرسائل، وعليهما تتشكل مواقفه وسلوكياته، لذا وجب علينا معرفة ما تتأثر وتفاعل معه الحواس في برمجة المعلومة الواردة للدماغ، وفي عملية البرمجة اعتمدنا مسار (تعددية طبقات البرمجة) للقيمة الواحدة، ذلك أن إكمال صورة القيمة لا تتم عبر رسالة واحدة وإنما عبر رسائل بسياقات متنوعة.

المحور الثاني: يعتمد تفعيل القيمة محل الغرس عبر أنشطة حركية يشترك فيها الجسد فيزيائياً والقلب عاطفياً والدماغ منطقياً.

والمحور الثالث: يعتمد مسار من مجموعة سياقات في تقديم المعلومة وقد صنفنا كالتالي:

نقاط التأمل:

حيث يتم التعرض لبعض المفاهيم المجردة للتأمل فيها، بل تدعو إليها. فأحدى نقاط التأمل في قيمة الاحترام- مثلاً- هي: حق الناس كلهم في أن يعيشوا باحترام وكرامة. وإحدى نقاط التأمل في قيمة التسامح تتركز في أن: التسامح هو الانفتاح وتقبل جمال الاختلاف.

ويسمح للمنتظم في البرنامج صياغة نقاط التأمل بأنفسهم، والبحث عن أقوال مأثورة من ثقافتهم وتاريخهم.

التخيل والتعبير الفني:

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

تمارين الاسترخاء:

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

أنشطة تنمية الذات:

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

المهارات الاجتماعية:

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

الاستفادة من الموارد والإبداعات الخاصة:

يحث البرنامج الطلبة على الاستفادة من الموارد المتاحة من حولهم، مع إطلاق الإبداعات الذاتية. فباستطاعة الطلبة تبادل قصصهم الخاصة- سواء من الموروث الشعبي أو التاريخي- حول القيمة المعنية، أو طرح مقالاتٍ أو أحداثٍ واقعيةٍ أو ما شاهدوه في أفلام لها صلة بالموضوع. وكذلك يمكنهم تأليف مشاهد تمثيلية أو درامية أو سيناريوهات إعلانية، وهو ما افردنا له عبر ورشة عملية في نوادي القيم كي تكون محضناً للآراء القيمي، وعززنا في ذلك برنامجاً أطلقنا عليه اسم (تحويل القيم لمنتجات) يحول فيها المنتظم لأي قيمة محل غرس لمنتجات أو مشاريع قابلة للمعاينة.

من المَعْنى بغرس القيم؟

بإستطاعة جميع المنتظمين- على تنوع مشاربهم وتخصصاتهم: الأدبية أو التربوية أو الفنية أو الإعلامية أو التسويقية أو الإدارية أو الدعوية - أن يشاركوا في استكشاف قيم ضمن مجالاتهم المختلفة.

وسيحتاج الطلبة- الذين ينوون العمل في مهنة التدريس- إلى إعادة النظر في الدروس، ليضمّنوها ما يدعو إلى إثارة النقاش. فقيمة الصدق يمكن تدريسها في حصة التاريخ أو اللغة الإنجليزية أو الرسم. فعلى سبيل المثال، إن مَبْحَثاً تاريخياً عن الاستقلال هو ساحة مثالية للنظر في أنواع الحرية التي يريدها الناس. وضمن الطرح الجغرافي، يمكن أن نحدد مناطق خسرت فيها الشعوب حريتها، وأخرى ظفرت فيها الشعوب بالحرية. فالمنهج الدراسي- بجميع تفريعاته- معني بالغرس القيمي، ولا يقتصر ذلك على مادة علمية دون أخرى. ويمكن تخصيص وقت قبل كل حصة دراسية لمناقشة قيمة محددة، طوال العام الدراسي. وهذا الأمر متروك لتقديرات مربّي الفصل؛ وربما يتفق مدرسو المواد على تنسيق المباحث بينهم، كأن يتناول مدرسو الفنون واللغة مباحث القيم الخاصة بالسلام والمسؤولية أشهراً عدة، على حين يتولى مدرسو الاجتماعيات والتاريخ قيم الصدق والتسامح، وإن كنا نجد الأفضل أن يكون التظافر فيما بين جميع المدرسين في التعزيز لقيمة بعينها عبر كافة ما يقدمونه من دروس، ليكون التركيز على ثلاث قيم أو أربع طوال العام ، وهكذا.

هل نحتاج إلى تفعيل كل الأنشطة؟

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

التقويم:

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

1- تقويمٌ للراغبين في ممارسة مهنة التدريس بعد التخرج، إذ يُمنحون استمارة التقويم التي تعد نوعاً من الاستبانة، يوزعونها على الطلبة قبل بدء العام الدراسي، وبعد حصر النتائج. يبرمج المربون القيم طوال العام الدراسي بهدف غرسها. وفي نهاية العام يعمدون إلى استبانة أخرى، ليتعرفوا من نتائجها إلى ما تحقق من تقدم أو انحسار لقيمة أو قيم محددة، ويرفعون ذلك في تقرير إلى إدارة المدرسة.

2- تقويم ميداني. والمعنيون فيه مؤسسات المجتمع المدني أو الوزارات المعنية في الدولة، فمن أجل تقويم سلوك مجتمعي ثمة مسار يعتمد أسلوب إدارة حملة إعلامية

تواصلية مجتمعية، يقاس ما حققته من نتائج في مستويات التقدم أو الانحسار في: المعلومة، المواقف، والسلوكيات.

الغايات

الغايات هي تنمية المهارات الشخصية والاجتماعية والعاطفية.

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

الخطوات:

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

الغاية الثانية: الاستفادة من الموارد والإبداعات الخاصة.

الخطوات:

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

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

الخطوات:

- راجع نقاط التأمل الخاصة بكل قيمة.

الغاية الرابعة : الاستمتاع بتجربة قيمة ما.

الخطوات:

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

الغاية الخامسة: زيادة سلوكات المحبة والنزاهة والتآزر، وتنفيذها عملياً.
الخطوات:

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

الغاية السادسة: زيادة احترام من يمارس القيم.
الخطوات:

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

الغاية السابعة: الترفع عن التصرفات السالبة.
الخطوات:

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

ماذا نعني بالبرمجة الطبقية للقيم؟

لعل المعنى يكون أوضح إن جاز أن نمثل القيمة بمذاق الايسكريم أو لطبق من الكيك، فنحن نلاحظ كيف لتعدد المذاقات قوة جذب أكبر تكون لصالح المنتج سواء كان آيسكريم أو كيك، ونعني هنا أن تعدد المذاقات يعني بالضرورة تعدد للالوان والمذاقات، فطبق الكيك الذي تتعدد طبقات المذاقات فيه لاكثر من طبقة ولون سيتمتع بقوة تفضيل على ذاك الطبق الذي اعتمد طبقة بمذاق واحد، وكذلك في غرس القيمة، فنحن نعلم في برمجتنا بسياقات متنوعه نشرك فيها حواس المتلقي وعواطفه وجسده، وقد حددنا في عملية البرمجة الطبقية لثلاث عشرة طبقة، نعتمدها جميعها مع كل قيمة، أو لنقل نعتمد ما استطعنا اليه منها مع كل قيمة.

البرمجة التطبيقية

1	مسار القيمة	11	التعرف على بوصلة القيم
2	تفعيل الحواس	12	تفعيل الأنشطة والمسابقات
3	الدوافع	13	مفاجئة العقل (الابداع)
4	أين إذنك يا جحي؟		
5	سلام الارتباطات		
6	القصة، الحوار		
7	الصورة (ق،م،ب)		
8	المفاهيم		
9	شقي الدماغ		
10	نسبة معدل الادراك (زاوية النظر)		

ثلاث عشر طبقة في برمجة القيمة الواحدة

المَبَحَث الأول قيمة السلام

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

الشريح غرس ة 3-7 قيمة سنوات السلام	من الممكن أن نلخص ما سيقوم به المعلم في ثلاثة محاور: 1- الحوار (القصة، النقاش،...). 2- الممارسة. 3- استثارة الحواس (الأغنية، المشهد،...).
حوار (برمجة للعقل والقلب)	من منكم يستطيع أن يحدثني عن السلام؟ ما السلام؟ ما معنى أن نعيش في عالم مسالم؟ صف إجاباتهم بأنها "إجابات رائعة"، واشكر الأطفال.
الممارسة	اليوم سنستعمل الخيال لصنع صورة لعالم مسالم في ذهنكم (حديقة جميلة مليئة بالأشجار، الطيور تحلق في السماء، هناك شعور بالأمان والسلام). اطلب إلى الأطفال المشاركة بخبراتهم (من منكم يسمع أصوات الطيور؟ هل توجد أصوات لحشرات ما، كصوت ذبابة مثلاً؟ هل تسمعون صوت جدول ماء؟ من يستطيع أن يلتقط عوداً جافاً من حوله؟ ضعه في الجدول. هل تسمع صوت جريان العود في الماء؟ من يشتم رائحة ما؟ رائحة زهور، دخان، أو غيرهما؟ كم تبلغ درجة الحرارة من حولنا؟ هل حرارة الشمس مزعجة؟ هل ثمة غيوم؟). اطلب إلى الأطفال أن يرسموا ما تخيلوه.
وسائل سمعية بصرية استثارة المخيلة من خلال قصة ضمن	لحن: نشيد أو أغنية. مشهد لجدول، سيناريو فيلم مرئي أو إعلان إذاعي. ناقش: إحدى الطرق لتكون مسالماً هي الهدوء الداخلي. لننتفكر في النجوم ونتخيل أنفسنا مثلها.. يمكن رؤيتها ولا يمكن سماعها.. انظر كم هي هادئة ومسالمة.

عناصر الحوار
إذا كنت تعمل مع أطفال أعمارهم 3-5 سنوات، فاصنع نجمةً من الكرتون المقوى، لونها باللون الأزرق، انثر عليها ذرات بريقةً. للأطفال الأقل سنًا اجعلها كالدمية واصنع لها عيناً.

احكِ للأطفال قصة "النجمة" التي كانت أشعتها مفعمةً بالمحبة، وكانت مسالمةً، سعيدةً، وكانت سبباً في فض نزاع بين طفلين كادا يتعاركان، فكانت أشعتها سبباً في بث السلام والمحبة بينهما، فتعانقا.

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

الممارسة
اطلب إلى كل طفل أن يصنع نجمة سلام. يمكنك أن تمنحهم نجومًا مقطعةً. يكتب كل طفل اسمه على نجمته التي اختار لونها بنفسه. اطلب إليهم أن يزينوا النجوم بالمواد المتاحة (اختتم الدرس بأغنية عن السلام). قصة "الحشرة الطائرة"

استثارة المخيلة
من خلال قصة ضمن عنصر الحوار
كانت سعاد وشقيقها فؤاد يحلان وظائفهما المدرسية، في وقت انهماك والداهما في تحضير طعام العشاء، وجو الهدوء والسلام كان يحيط بالمنزل مع سدول الليل. لا يسمعون سوى أصوات الحشرات الآتية من خارج المنزل. كان الضوء ساطعاً في الغرفة، وشباك الغرفة مفتوحاً على مصراعيه يستقبل النسيم العليل. فجأةً، تسالت مع النسمات حشرة طائرة تشبه الفراشة، واندفعت نحو المصباح تحدث ضجيجاً. حاول فؤاد التخلص من الحشرة، بأن رفع مسطرة طويلة ناحيتها. صاحبت سعاد: لا، لا تؤذيها. لعلها تطير بعيداً، وتذكر بأننا مسالمان. أجاب فؤاد: أريد فقط إبعادها عن المصباح الكهربائي كي لا تحترق. هرعت الأم نحوهما تاركة المطبخ. فكرت الأم للحظة، فأضاءت مصباح الشرفة وأطفأت مصباح الغرفة، شوهدت الفراشة تغادر الغرفة المظلمة إلى الشرفة المضيئة. أغلقت الأم الشباك، وأنقذت الفراشة من موت محقق، مؤكدة مبدأ الرفق بالحيوان.

حوار
متى تشعر بأنك أكثر أمناً؟
إن كان السلام والأمن لوناً، فأين لون ستختار؟ أثن على كل الإجابات.

الحكمة في التصرف تؤكد أننا مسالمون ومحبون للغير.
ماذا يمثل السلام لكم؟ (قد يكون حمامة، خيلاً، قطعة بسكوت، نجمة، ...)

تمثيل
دع الأطفال يمثلوا قصة الحشرة.

إذن الفكرة
أن تسرد قصة أولاً،

ثم تناقش القصة،
هنا

ثم اطلب إليهم أن يرسموا صوراً تعبر عن القصة، أو أن يمثلوا مقاطع منها.

علاقة راجع شكل غرس معنى "الذراعان للعناق".

جديدة دائرة (عنصر الحوار)

مع قيمة السلام 1. السلام هو أن ينسجم البشر من دون مشاجرة أو اعتداء بالضرب.
السلام والعلاقات 2. اطلب إلى كل طفل أن يكمل الجملة الآتية: "في عالم مسالم...
التابعة لها نستعمل الذراعين للعناق".

3. ثم اطلب إكمال الجملة الآتية: "في عالم مسالم لن يكون هناك.....".

4. فيم نستعمل الذراعين؟ (العناق، تسليم المواد، المصافحة، منح المساعدة...)

5. أوضح أن أهم جزء في السلام هو استطاعتنا التفوه بكلمة لا: "لا يعجبني أن تفعل ذلك. إن الذراعين للعناق لا للدفع".

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

ممارسة

فض (حل)

النزاع

إذا احتدم نزاع بين طفلين، فاطلب إليهما أن يجلسا. اسأل أحد الطفلين عن شعوره، على حين يستمع الآخر. قل للطفل الآخر: "كرر ما قاله زميلك". اسأل ذلك الطفل السؤال نفسه (عن شعوره)، ثم اطلب إلى الطفل الأول أن يكرر ما قاله الطفل الآخر..

ثم اطلب إليهما أن يخبر كل منهما الآخر ما لا يعجبه في تصرفات صديقه تجاهه، واطلب إلى المستمع أن يكرر ما قاله المتحدث..

ثم اطلب إلى أن يقول ما يعجبه في تصرفات الآخر تجاهه، ثم اطلب أن يكرر كل منهما ما قاله الآخر.

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

ملخص فض النزاع:

1. ما شعورك؟ (ماذا قال هو؟) (كرر)

2. ما الذي لا تحب فلاناً أن يفعله؟ (ماذا قال هو؟) (كرر)

3. ما الذي تحب فلاناً أن يفعله؟ (ماذا قال هو؟) (كرر)

ناقش:

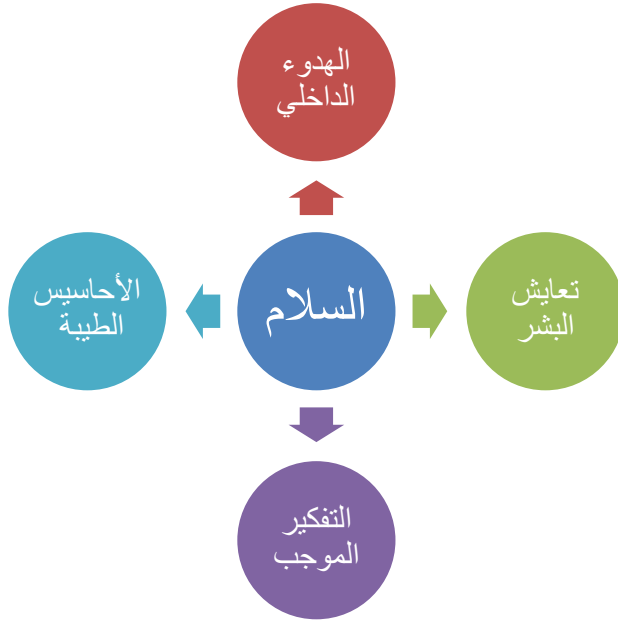
حوار

1. ما شعورك حين يضربك شخص ما؟

2. ما الأشياء الأخرى التي لا تحب أن يقوم بها زملاؤك؟

3. ما الأشياء الطيبة التي يمكن للآخرين عملها؟ (اجعلهم يمثلوا مشهداً متكاملًا لفض نزاع).

- علاقة راجع شكل غرس معنى "المشاعر" من خلال الحوار ناقش نقاط السلام
- جديدة دائرة أوضح أن السلام هو التمتع بمشاعر داخلية طيبة، ثم اسأل:
- مع السلام 1. ما شعورك حينما يبكي طفل آخر؟
- قيمة العلاقات 2. ما شعورك حينما يقول لك طفل آخر شيئاً لطيفاً؟
- السلام التابعة لها 3. ما الأشياء الطيبة التي تود أن يفعلها الآخرون؟
4. ما الأشياء الطيبة التي تتمنى أن تفعلها أنت؟
- ممارسة اطلب إلى الطفل رسم الأشياء الطيبة، التي يود القيام بها، وتلك التي يود الآخرون القيام بها.
- تمرين: "أقنعة حيوانات السلام". اطلب إلى الأطفال أن يرسموا قناعاً يرمز لحيوان. يجب أن يكون ثمة ما يبرر اختيار الطفل لحيوانه، ثم اطلب إليهم المشاركة في الجملة الآتية "اسمي", وأنا أحب السلام، لأن"
- نقاط التأمل:
- الشريحة 7-3 سنوات
- 1- السلام هو الهدوء الداخلي.
 - 2- هو الأحاسيس الطيبة داخلنا.
 - 3- هو تعايش البشر من دون مشاجرة أو اعتداء بالضرب.
 - 4- هو التفكير الموجب في نفسي والآخرين.
 - 5- السلام يبدأ داخل كل منا.



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

- 14-8 منظومة
عاما السلام
القيمية
- 1- السلام أكثر من مفهوم غياب الحرب.
 - 2- السلام هو العيش في تناغم، ومن دون مقاتلة الآخرين.
 - 3- السلام هو السكينة الداخلية.
 - 4- السلام يتكون من أفكار موجبة، وأحاسيس نقية، وأمانٍ طيبة.

5- السلام ينمو من خلال التقبل والعدل وعدم العنف والتواصل بين البشر.

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

- 1- الحوار (القصة، النقاش،...).
- 2- الممارسة.
- 3- استثارة الحواس (الأغنية، المشهد،...).

ما السلام؟

ماذا يعني أن نعيش في عالم من السلام؟

حوار
لاستثارة
العقل
والقلب
تخيّل

تخيّل عالماً مسالماً. دع نفسك في هدوء وسكون. تخيل فقاعة كبيرة جميلة، كبيرة على نحو يمكنك الدخول فيها، وتستطيع أن تسافر فيها- من خلال خيالك- إلى المستقبل، إلى عالم أفضل. ادخل الآن هذه الفقاعة، وطِرْ إلى ذلك العالم الذي يسوده السلام. كيف تبدو لك منازل الناس؟ وكيف يبدو الناس من حولك؟ هل هم مبتسمون؟....

قد يرغب المعلم في أن يبدأ النقاش بشعور الطالب بما حوله من طبيعة وبشر، ثم بنفسه، ثم بعلاقات الناس من حوله بعضهم مع بعض.

مناقشة

قسّم الطلبة إلى مجموعات، بحيث ترسم كل مجموعة لوحة كبيرة عما تتخيله في هذا العالم المسالم. بعد ذلك، ترشح كل مجموعة من يمثلها للحديث عن تجربتها في السلام.

رسم

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

حوار

اقسم اللوح board إلى قسمين:

نشاط

الأول: بعنوان عالم مسالم.

والآخر: بعنوان عالم النزاعات.

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

قصيدة
كوننا- نحن العرب- معروفين بالقصائد النبطية والفصحى، فمن
الممكن أن يلقي طفل بعض الأبيات من نظمه، ويلحنها، وينشدها
الجميع.

اللغة
العربية
حوار
ما الكلمات والجمل التي تعبر عن السلام؟
"الذراعان للعناق".

ما الذراعان؟ وما استعمالتهما؟
(تعانقان- ترسمان- ترميان الكرة نحو الهدف- تبنيان البيوت
والمصانع- تساعدان الغير، ...).
طريقة استعمالنا لذراعينا هي ما يميزنا.
ما شعورك عندما يستعمل الغير ذراعيه لإيذاك؟
لماذا- برأيك- يشعل الناس حروباً؟
"الذراعان للعناق لا للتدافع". هل من جملة مرادفة تعبر عن
المعنى ذاته؟ "الذراعان للعتاء لا للتعسف"، "الذراعان لحسن
الاستعمال لا لسوء الاستعمال"، "الذراعان للإمساك لا للإيذاء".
اطلب إليهم عمل ملصقة عن السلام من أذرع متشابكة، بحيث
تكون أذرع الطلبة متصلة بعضها ببعض؛ مسدس يتحول إلى
حمامة، مع شعار كتابي من ابتكارهم يعبر عن السلام.
زيّن الفصل بإنتاجاتهم، واهد بعضها للفصول الأخرى أو
لوالدين أو لمدارس مجاورة.

رسم

حوار

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

قصيدة
فض
النزاع
(صورة)
تطبيقية
للسلام
شعر من نظمك أو مقتبس من الأهازيج أو الأغاني الوطنية.
الهدف تطوير مهارة تواصل وتعاون مفيدة للحياة عموماً.
ليلعب بعض الطلبة دور المدير في فض النزاع بين زملائهم.
يرتدي هؤلاء الطلبة شارة أو وشاحاً أو قبعة للدلالة على دورهم
المتعلق في فض النزاع.
سيرورة فض النزاع: يُسأل- أولاً- التلميذان المتنازعان إذا ما
كانا يرغبان في أي مساعدة. إذا كان ردهما بالإيجاب، فليجلس

معهما واحد أو اثنان من هؤلاء المختصين بفض النزاع. وإذا لم يكن المتنازعان راغبين في حل مشكلتهما، فعندها يُرسلان إلى الإدارة المدرسية أو المشرف الاجتماعي.

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

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

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

ما الأمور التي يتنازع فيها من هم في أعماركم؟ (اكتبها على اللوح)

كيف تشعر عندما.....؟ (اذكر حادثاً ما)

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

كرر السؤالين السابقين.

خذ سبباً للغضب من الأسباب السابقة (السبب والنتيجة) واسأل:

بماذا تشعر عندما يحدث ذلك؟ وما سبب هذا الغضب؟

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

"مهارة الإنصات (الإصغاء) أثناء فض النزاع".

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

كيف تشعر عندما تتحدث إلى شخص ما فلا يلتفت إليك خلال حديثك؟

الاتهام، المقاطعة، عدم انتظار الدور في المعارضة، التلطف بألفاظ من مثل: سخييف وغبي، محاولة إشعار الآخر بالذنب.

تمرين حول نشاط الإنصات: شكّل مجموعات وكل مجموعة من ثلاثة طلبة. اطلب إليهم أن يرقموا أنفسهم بـ 1، 2، 3.. 1

سيكون المتحدث، 2 سيكون المصغي، 3 سيكون المراقب.

ليعيدوا ترقيم أنفسهم، والمراقب في كل دورة يمد المجموعة بملاحظاته.

حوار

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

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

نادي
السلام
(نادي
القيم)

أكثر الأمكنة سلاماً التي أتذكرها هي.....
السلام هو.....

مقابلات
بين الطلبة

كيف تتصاعد المشاعر، بحيث تصير الانزعاجات البسيطة ردات فعل كبيرة، خارجة عن الإرادة؟
كيف نستطيع أن نستبدل الهدوء بمشاعر الغضب؟ (مثال: بالمساعدة على الإنصات).

ألوان
السلام
وألوان
الغضب

كيف يساعد السلام على إحداث حياة أسعد؟
ارسم أو لون أشكالاً تعبر عن الغضب والسلام، كأن يكون الغضب في نصف الورقة والسلام في النصف الآخر.
ما الذي يسمح للسلبية أن تنمو؟

حوار

ما طبيعة الأفكار التي تغذي المشكلات؟
ما نوعية الأفكار التي تساعد السلام على الانتشار؟
ألف قصصاً تمثل موقفاً مسالماً يتحول إلى موقف سالب، ثم قصصاً بالعكس.

تأليف
قصص

ابحث عن أساليب خلاقة لتحويل الموقف السالب إلى موقف موجب (مسالم).
"علّق على الحركات التي كان لها دور في التأجيل، وعلى الحركات التي كان لها دور في التهدة".

من هم أبطال السلام في حضارتك؟
ما مظاهر السلام في بلدك؟ وفي العالم؟
هل من مؤسسات ترعى السلام في العالم؟ ما رأيك بها؟ هل تؤدي دوراً ما؟ كيف يمكن تفعيلها على نحو أفضل؟

تاريخ
اجتماعيات

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

الشريحة
المنظومة
15- 18
القيمية
سنة
(الشباب)

حوار

قل: هناك مشروع مشوق أنجز من سنوات، سمّي
"التعاون الشامل من أجل عالم أفضل". في هذا المشروع
آلاف من المجموعات من مختلف الحضارات والأعمار
والأديان والمستويات الاجتماعية والاقتصادية، تجمع أفرادها
من 129 دولة لكي يتخيلوا عالماً أفضل.. وكيف ستكون
علاقاتهم؟ وكيف ستكون البيئة؟
كيف تودون أن يكون العالم في نظركم؟
كيف تودون أن تكون البيئة؟
كيف تودون أن تكون علاقاتكم؟
اشكر الجميع.

إن دورة القيم- التي سنقوم بدراستها- تسمى "تفعيل القيم
وممارستها"، وإن الأساس- الذي يقوم عليه هذا البرنامج- هو
قدرتنا على أن نصنع عالماً أفضل، لو كنا نعيش قيمنا.
والبرنامج ينشد للأفراد استكشاف أساليب للعيش في عالم
أفضل وتحقيق سعادة أكبر في حياتهم .
ثم ناقش معهم العبارة الآتية: "السلام أشمل من اللاحرب وأوسع
وأعم".

ثم ناقش معهم: "لو كان كل إنسان في هذا العالم يشعر بالسلام
الداخلي، فهل يصير عالمنا أكثر سلاماً؟ كيف؟".
متى تشعر بأنك مضطرب؟
ما أنواع الأفكار أو الأنشطة، التي تساعدك على الشعور بالسلام
أكثر؟

ناقش: "السلام حال ذهنية هادئة مسترخية".
يتكون السلام من أفكار طاهرة وأحاسيس صافية وأمانٍ نقية.
اكتبوا رسائل إلى القادة في وطنكم، أو إلى قادة العالم، أو إلى
آخرين يعجب بهم الطلبة.
نشر السلام في المدرسة.

إذا كان الطلبة لا يفلحون في فض النزاعات، فيجب تدريس
الأساليب للطلبة وتطوير مهاراتهم فيها. فمن اليسير أن
ينزلق فض النزاع إلى أسلوب فوضوي. لذا يجب اتباع
الخطوات الآتية:

- 1- على مدير فض النزاع أن يبدأ بالطالب الذي يبدو عليه
الانزعاج أكثر، فيطلب إليه أن يشرح له ما الذي حدث.
- 2- اطلب إلى الطالب الآخر أن يكرر ما سمعه (على الطالب
الآخر أن لا يخالف أو يناقش أو يلوم، وإنما فقط يكرر).

تمرين
استرخاء

ممارسة

تمرين

- 3- يوجه السؤال نفسه "عما حدث" للطالب الآخر، وعلى الطالب الأول أن يستمع بانتباه، ثم يكرر ما قيل.
- 4- السؤال التالي، الذي يوجه للطالبين: "كيف شعرت حينذاك؟"
- 5- ومرة أخرى، على كل طالب أن يكرر ما قاله الآخر.
- 6- يسأل كل منهما: ما الذي يود أن يتوقف حدوثه؟
- 7- يكرر كل منهما ما يود الآخر أن يتوقف حدوثه.
- 8- يسأل الطالبان عن البديل الذي يودان أن يحدث.
- 9- ثم يسأل كل منهما إذا كان يوافق على ما طرح من حلول.
- 10- إذا لم يرضيا عن ذلك المقترح، يطلب إليهما اقتراح حلول أخرى.
- 11- ثم يسألان إن كانا يستطيعان الالتزام التام بالتصرف على النحو الذي اتفقا عليه.
- 12- يمدح مدير فض النزاع كلا الطالبين، ويدعوهما إلى العودة إلى النشاط المدرسي.
- علق مختصر هذا الأسلوب على ملصقات (بوسترات)، ووزعها على الفصول، واطلب إلى الأساتذة تدريب الطلبة على ذلك. فلهذا الأمر دور فاعل في خفض حالات النزاع في المدارس.
- قل: أحد الأمور المهمة في فض النزاع هو الإنصات إلى ما يريد الآخرون قوله هذا يساعد على فض النزاعات فيما بين الدول، أعضاء مجلس الأمة (يجب ممارسة عملية الإنصات من الأطراف كافة).
- الأمور التي تعوق فض النزاع أو توقفه:
- 1- الشتم، أو وصفه بصفة غير محبة، غبي مثلاً.
 - 2- اللوم.
 - 3- المقاطعة.
 - 4- الاتهام.
 - 5- المعارضة (انتظر دورك في الحديث، واستمع إلى الآخر عندما يتكلم، وهذا يتطلب الصبر والاحترام).
 - 6- محاولة إشعار الآخر بالذنب.
 - 7- الغضب لأن الطرف الآخر غاضب.
 - 8- منح حلول لمشكلة الآخر الشخصية.
- 1- الانتباه بصدق لكل كلمة يقولها الشخص الآخر.
- 2- إعلام الآخر بأنك تفهم ما يقول.

ممارسة
حوار

ممارسة
الإنصات

حوار	يناقشه الطلبة في تمرين: ما الذي أعاق الإنصات؟ ما الذي يسّر الإنصات؟ لماذا الإنصات بصدق يؤدي إلى الاحترام؟
منشأ النزاع	ابدأ بأي موضوع يسبب الاضطراب للطلبة. قد يكون مشكلة في المدرسة أو المجتمع. اسأل: ما منشأ هذا النزاع؟ وقد يحتاج المدرس إلى أن يسأل إذا ما كان يحدث قبل ذلك؟ اكتب العوامل المسببة- التي يذكرونها- في قائمة، ثم راجع كلاً منها. ما الذي جعل النزاع يكبر؟ كيف نتحكم في مشاعر الغضب؟ وكيف نستعويض بها مشاعر أكثر هدوءاً وأكثر سلاماً؟ أمثلة:
التضاد	1- نحن كثيراً ما نغضب عندما نكون مرهقين أو جوعاً. 2- التوقف دقيقة لتهدئة النفس قبل تحليل الموقف مرة أخرى. 3- التفكير في العواقب. 4- التفكير في قيمنا. فإذا كنت حقاً تقدر السلام، فستحاول أكثر أن تبقى مسالماً. اسأل:
أبطال اليوم	1- ما الذي يسمح للجوانب السالبة أن تزداد؟ 2- ما أنواع الأفكار التي تغذي استمرار النزاع؟ 3- ما أنواع الأفكار التي تساعد على نشر السلام؟ من هم أبطال اليوم الذين يحققون السلام؟ وما رسائلهم إلى العالم؟
رسم	ما رسالتك إلى العالم؟ اطلب إلى الطلبة- بعد أن تشكلهم في مجموعات- أن يعبروا عن رسائلهم في رسمة أو شعار أو خطاب.
الدروس	<u>في اللغة والأدب:</u> يستطيع الطلبة البحث والقراءة في قصص عن حياة شخصية (نبوية، وطنية، عالمية) سعت إلى تحقيق السلام. ادرس معهم قصائد الشعراء في ذلك. الأغاني الشعبية أو الوطنية <u>في الاجتماعيات:</u> اشرح كيف تستطيع الحكومات أن تحقق السلام من خلال تنمية ثقافة السلام وتوفير احتياجات شعوبها؟ كيف يعبر عن السلام في العالم من خلال الفنون والمؤسسات الاقتصادية؟ اطلب إلى الطلبة أن يدرسوا تقارير الأمم المتحدة

في التنمية المجتمعية، وإحصاءات أكثر الدول غنى وأكثرها فقراً، والوضع الخاص بالتجارة العالمية.

في العلوم:

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

في الفنون:

ابتدع لوحة حائط عن السلام. ناقش الطلبة عما يودون أن يدرجوه عن السلام في هذه اللوحة.
ابتدع شعارات عن السلام، ورايات تعبر عن السلام، لافتة للانتباه.

في الاقتصاد المنزلي: كيف يمكن تصميم ديكور، والقيام بتدبير منزلي يساعد على الاسترخاء والسلام؟

شريحة

المرحلة الجامعية

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

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

اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ﴾ [الرعد/ 28].

- "الطمأنينة" سكون القلب إلى الشيء، وعدم اضطرابه أو قلقه.
- الصدق طمأنينة، والكذب ريبة.
- (يَا أَيُّهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ ارْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَّرْضِيَّةً فَادْخُلِي فِي عِبَادِي وَادْخُلِي جَنَّاتِي) [الفجر].

- هنا دليل على أن النفس لا ترجع راضية إلا إذا كانت مطمئنة.
- يقال اطمأن المكان والمنزل: إذا أقام به.

- إذا اطمأن العبد، علم أن لن يصيبه إلا ما كتب الله له، فلا وجه للجزع والقلق.
- إذا قويت مشاهدة العبد للمثوبة، سكن قلبه واطمأن بمشاهدة العوض. وقد تقوى مشاهدة العوض حتى يستلذ بالبلاء ويراه نعيماً.

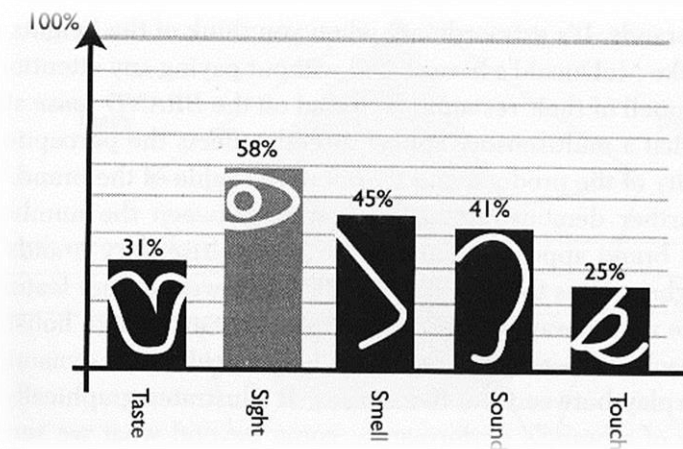
وضمن حلقات تلفازية، عَرَضَ الشيخ الدكتور محمد راتب النابلسي بالشرح لأسماء الله الحسنى. ورأينا أن نختار منها مقاطع، وشكلنا وفقها مجموعة مبسطة من اللوحات الإيضاحية حول اسم "السلام".



نلاحظ المزج للعلوم عبر هذا التكوين الذي شمل جوانب العقيدة والاحياء وفن التصميم



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



درجة أهمية الحاسة لدى الإنسان في تلقيه للمعلومات (Lindstrom)

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

المَبْحَث الثاني قيمة التسامح

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

الشريحة 7-3 سنوات

التسامح

حوار:

الجانب

العقلي

الجانب

العاطفي

استثارة

الحواس

نقاط التأمل

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

الحوار

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

1. ما اسم والدتك؟
2. ما الشخصية المفضلة لديك في الصور المتحركة؟
3. ما القصة المفضلة لديك؟
4. مَنْ مِنْ أجدادكم يتكلم لغة مختلفة عن اللغة التي نتكلم بها الآن؟

قصة

"التنين"

توت"

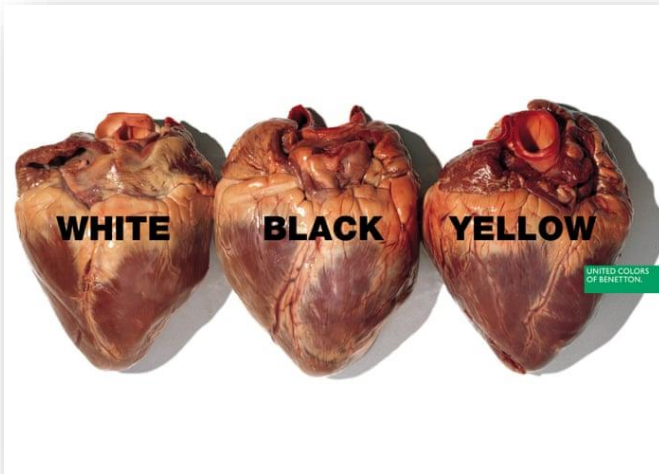
القصة باختصار أنه كان ثمة تنين ودود، صغير الحجم، اسمه توت. كان يبحث عن صديق له من جنسه (تنين) يلاعبه. ولكنه لم يصادف- وهو يتجول في الغابة- حيواناً يتفق وجنسه؛ فقد مر على فيل، فقال له: أنت عندك أذنان كبيرتان وأنف طويل. وعلى

الرغم من أن الفيل لم يكن ليمنع من أن يلعب معه، فقد ذهب توت مسرعاً واختفى في الغابة؛ ثم مر على أرنب، فقال له بأنه يبحث عن صديق من جنسه. وعلى الرغم من أن الأرنب لم يمانع من اللعب معه، فقد قال توت له: ولكن عندك أذنان طويلتان، ولا يمكنني أن أكون صديقاً لك. والشيء نفسه كان مع شبل في الغابة. وفي النهاية، عندما رأهم جميعاً يلعبون، ولم يعثر هو على اثنين مثله يلعبه، رضح للأمر الواقع، وأخذ يلعب معهم. فاختلاف الأشكال والأجناس واللغات يجب أن لا يسبب التنافر، وأن لا يحول دون التواصل والتعارف. فهذا الاختلاف هو اختلاف في الوحدة وتنوع، كطيف الشمس في تنوع ألوانه. ارسم مشهداً من مشاهد القصة، وعلق عليه في أسفله. ترسم فيها أجمل لحظة في القصة، وتوجهها إلى صديق. تأملوا طيف الشمس. هل ألوانه واحدة؟ كذلك ألوان البشر متعددة، ولغاتهم، وأعراقهم. كلنا نملك عينين ويدين ورجلين، ولكننا نتكلم بلغات مختلفة، وبشراتنا بألوان مختلفة. هل نستطيع أن ننسجم معاً في وحدة واحدة كانسجام ألوان طيف الشمس؟ اطلب إلى الأطفال أن يرسموا طيفاً كبيراً للشمس يزينون به الفصل.

الرسم
بطاقة
حوار
وتأمل

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

للمرشد



مهما تعددت ألوان البشرة تظل القلوب في لونها واحد



قصص
من ثقافات
مختلفة
أحب نفسي
حتى عندما
أقترف
خطأ

ومع كل قصة يحكيها طفل حاورهم بهذه الأسئلة والعبارات:
كيف برز الحب؟ كيف برزت الشجاعة؟ فالتراحم والتسامح
يحتاجان إلى شجاعة.
من المهم أن نكون متسامحين وصبورين، عندما نقترف الخطأ
(الله تواب، صبور، غفار، عفو).
لا بأس من اقتراف الخطأ، ونحن هنا لا نحث عليه، ولكن عليك
أن تصحح خطأك، وهذه القاعدة مهمة، ولاسيما عندما يصادف
الأطفال صعوبات في تنفيذ مهمة ما.
مرّنه على قاعدة حسابية تتطلب صبراً ومحاولات عدة للوصول
أسرع إلى الحل، مثل مسائل المعادلات الكسرية (كن راحماً
لنفسك).

درس
الحساب

الشريحة
14-8 عاماً

نقاط التأمل

- 1- السلام هو الهدف، والتسامح هو الوسيلة.
- 2- التسامح هو الانفتاح وتقبل جمال الاختلاف.
- 3- التسامح هو الاحترام المتبادل من خلال الفهم المتبادل.
- 4- إن بذرة التسامح (أي: المحبة) يغذيها التعاطف والاهتمام.
- 5- الإنسان المتسامح هو من يرى الخير في الناس وفي الأحداث المحيطة به.
- 6- يؤكد التسامح الخصوصية الفردية والتنوع (لا يعترف النظام العالمي الجديد بالاختلاف الحضاري وتنوعه، بل فرض شكلاً واحداً من الحضارة، وهذا ينافي التسامح).

نشاط

اطلب إلى الطلبة متابعة الصحف للعثور على المزيد من المقالات والصور التي تصلح أمثلة للتسامح أو عدمه، وناقش كل مقال وصورة. سيتضح لدى الأطفال معنى التسامح. ساعد الأطفال- أثناء ذلك- على إشاعة مفهوم عدم الأنانية. شجعهم على الحوار والتفاهم. وضّح لهم لم نشأت نزاعات فيما بينهم، وكيف يمكن تخطيها، وكيف يسعنا تغيير ذلك. شدد على أن التسامح هو القدرة على مواجهة الأوضاع الصعبة وإيجاد حلول مبتكرة لها.

حوار

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

الشريحة العمرية المستهدفة

الطلبة الجامعيون

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

- ﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾ [الفرقان/ 63]. و"الهون" هو الرفق واللين.
- وفي الحديث الشريف: «ما انتقم رسول الله ﷺ لنفسه قط» [صحيح البخاري].
- وكان صلى الله عليه وسلم يعلف الشاة، ويأكل مع الخدم، ويجالس المساكين، ويمشي مع الأرملة واليتيم، ويبدأ من لقيه بالسلام، ويجيب دعوة من دعاه ولو إلى أيسر شيء.
- وقيل: التواضع أن لا ترى لنفسك قيمة.
- والتواضع في الدين هو الانقياد لما جاء به الرسول صلى الله عليه وسلم.
- فإذا كان الله قد رضي أخاك لنفسه عبداً، أفلا ترضى أنت به أخاً؟ فعدم رضاك به أخاً هو الكبر عينه.
- ولا تصح لك درجة "التواضع" حتى تقبل الحق ممن تحب وممن تبغض، فتقبله من عدوك كما تقبله من وليك.

- كذلك إذا جاءك من أساء إليك يعتذر، فإن "التواضع" يوجب عليك قبول معذرتة، حقاً كانت أو باطلاً، وأن تكل سريرته لله. وعلامة الكرم والتواضع أنك إذا رأيت الخلل في عذره، فلا توقفه عليه ولا تحاجّه، وقل: يمكن أن يكون الأمر كما تقول. ومن متطلبات التسامح أن تكون حكيماً. وهنا تستعرض اسم الله "الحكيم" إذا رغبت.

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



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



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

المَبَحَث الثالث قيمة المسؤولية

تشير الدراسات الميدانية إلى انخفاض نسبة ممارسة الوالدين لمسؤولياتهما التي يفترض أن يقوموا بها. ففي دراسة عن المسؤولية تجاه الأبناء، وجد أن:

1. ثلثي عدد الوالدين يتركون أبنائهم في المنزل وحدهم مدة تراوح ما بين الساعة والساعتين، وأن واحداً من أصل خمسة يتركون الأبناء طوال اليوم من دون رعاية في المنزل.
2. الخبر السعيد هو أن الأطفال يلجؤون إلى آبائهم بنسبة 78%، إذا احتاجوا إليهم.

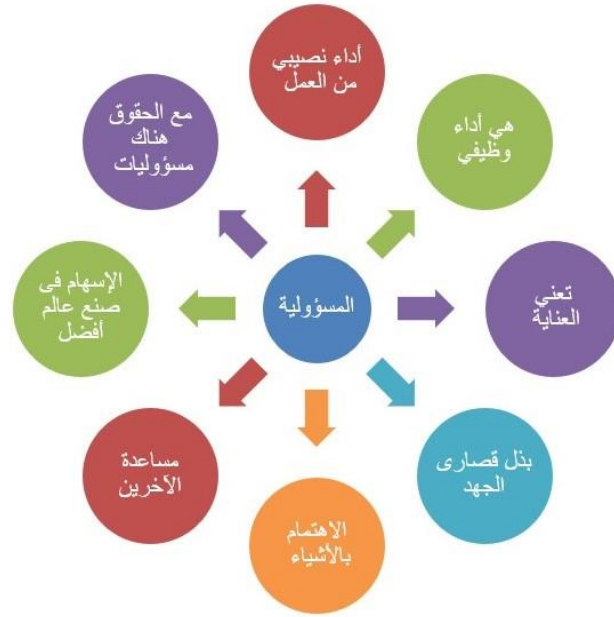
وهذه دراسة عن المسؤولية تجاه البيئة:

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

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

للتوصل إلى المفهوم الخاص بقيمة المسؤولية:

في البدء حدد الأمور التي لها علاقة بالمسؤولية، أي حدد مساراً لها (نقاط التأمل في قيمة المسؤولية)، ثم اجعلها ضمن دوائر مرتبطة بدائرة مركزية للمسؤولية.



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

الشريحة

3- 7 سنوات

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

وفيما يأتي نعرض مشهدين تلفازيين لتفعيل الوجدان والعقل وحاستي السمع والبصر لدى المتلقي كبرمجة طبقية ضمن مسار غرس المسؤولية:

المشهد 1	المسمع
الجدة تتحدث إلى ابنتها، موجهة الكلام إلى حفيدها في عمر خمس السنوات، وهما جالستان على الأريكة في صالة المنزل، والطفل يقوم بترتيب الألعاب.	نسمع صوت التلفاز، ويظهر فيه الصور المتحركة.
الجدة	طبعاً ناصر مسؤول، فهو يعيد الألعاب إلى المكان المخصص لها، ويحافظ على مقتنيات المنزل من حوله، فهو لا يلعب بالكرة في الصالة.
الأم	وإذا كبر فسوف يرتب سريره بنفسه. صح ناصر؟
ناصر	هازاً رأسه (بما يشير إلى القبول)، وهو مستغرق في اللعب.
تعليق	ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل.
	مشروع "عالمي الأفضل" أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية
المشهد 2	المسمع
حوار بين أم وابنيها (5 و 7 سنوات)، وهما يصنعان بيتاً كبيراً من قطع الليغو.	
أحد الطفلين يضع لعبة الكلب خارج المنزل.	هو هو (صوت الطفل)
الأم	وما دور هذا الكلب في تشييد المنزل يا رؤوف؟
رؤوف (5 سنوات)	لحراسة المنزل.
الأم موجهة الحديث لابنها فيصل (7 سنوات)	وماذا يمكن أن يقوم به الكلب من مسؤوليات يا فيصل؟
فيصل	إرشاد الكفيف إلى منزله، والخروج معه إلى الشارع.
الأم لابنها فيصل	فيصل وماذا عنك أنت؟ هل أنت مسؤول؟
تعليق	ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل.

الشريحة

8- 14 سنة

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

المشهد 3	المسمع
إنهما في سوق المباركية، يتبضعان من الفاكهة. يرى الابن الأب وهو يلتقط الورقة التي تلف بها الفاكهة من على الأرض.	أصوات الباعة لترويج فاكهتهم: بطيخ سعودي، مشمش لبناني، ...
الابن	ولكن يا أبتِ ثمة عامل للنظافة، مسؤوليته أن يجمع القمامة.
الأب	إذا كنت أؤمن بالعناية بالبيئة، ولكني أرمي بورقة الفاكهة على الأرض، فأكون عندئذ مخالفاً عملياً لما أؤمن به.
الأب مخاطباً البائع	كيلوين من التفاح.
الأب	إذا كنت تؤمن بمسؤولية السلام، وأن نكون أصدقاء طيبين، فهذا يحتم علينا أن نكون مسالمين. وتطلعنا لعالم نظيف يحتم علينا العناية بالطبيعة والبيئة من حولنا (هناك مسؤولية أن نفعل ما نقوله ونؤمن به).
تعليق	ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل
المشهد 4	المسمع
يتجهان نحو السيارة بعد الانتهاء من التبضع في سوق المباركية. يعلق الابن بقوله:	وهذه الأوساخ في جنبات السوق مسؤولية من يا أبتِ؟
الأب يعطي الحمال ربع دينار ويقول له:	شكراً (مغلقاً غطاء السيارة الخلفي، ومتجهاً نحو الباب الأمامي ليقود السيارة).
الأب	بالتقاطي لورقة الفاكهة من على الأرض، أكون قد أسهمت أنا في تقليص حجم القاذورات هذه. تصور الحال عندما يتصرف كل منا بلا مسؤولية.
تعليق	ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل
المشهد 5	المسمع
وصلا إلى المنزل. يوقف الأب السيارة، ويقول الابن له:	لاحظت أنك كنت في قمة الذوق والتلطف في تعاملك مع الحمال.
الأب وهو ينظر إلى ابنه	المسؤولية العالمية تقتضي.. أولاً: احترام البشر كافة، وثانياً: الاستفادة من مواردنا المشتركة في إحداث تغيير موجب، وثالثاً: إنصاف الشخص المسؤول للناس.. وحرصه على حصول كل إنسان على حقه.
الأب وهو يعطي ابنه مفتاح السيارة	والآن مارس مسؤوليتك في نقل ما اشتريناه إلى مطبخ المنزل.
الابن مبتسماً	وهذه حصتي من الإنصاف!
تعليق	ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل
	مشروع "عالمي الأفضل" أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

الشريحة العمرية المستهدفة

الشباب

- 1- هل تعد نفسك مسؤولاً الآن؟
- 2- كيف ستعلم أولادك المسؤولية عندما تصير أباً؟
- 3- ما مسؤولية الأمهات؟
- 4- ما الإسهامات التي ستقدمها لأسرتك، أو التي قدمتها وتفخر بها؟
- 5- مع الحقوق هناك مسؤوليات.
- 6- المسؤولية هي قبول ما هو مطلوب منك، وإتمام الواجب بكل ما أوتيت من مقدرة.
- 7- حوادث سيئة وقعت لطائرات، لعمارات، مات فيها أشخاص. وهناك من يمارض لأخذ ما لا يستحق....

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

المشهد 1	المسمع
صديقان، يحدث أحدهما الآخر من مكتبه في المنزل، مستعملاً الهاتف الثابت	(الحوار باللهجة الخليجية)
خالد	إي بس هم لا تنسى، وانت بعد من حقك تتمتع بكل الخدمات اللي تقدمها لنا البلد. من حقنا التعليم، ومن حقنا الخدمات الصحية بالمجان، ومن حقنا شوارع سنعه، ومن حقنا...
يوسف	إي بس لا تنسى انت بعد عليك مسؤوليات. مسؤوليتك إنك تنجح، وترفع راس أسرتك وبلدك. مسؤوليتك إذا تزوجت تأمين بيت واعيال تربيههم. ومسؤوليتك إنك تقبل كل ما هو مطلوب منك، وتتم الواجب .
خالد	الحين قولي: حليت واجب باشر؟
يوسف	طبعاً. ومن مسؤوليتك هالمرة إنك تحله بنفسك.
تعليق	ممارسة المسؤولية تعني صناعة عالم أفضل.
	مشروع "عالمي الأفضل" أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

مرحلة الطلبة الجامعيين

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

1- مرحلة توجيه النفس:

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

2- الرغبة:

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

فيقول تعالى: ﴿وَيَسْتَفْتُونَكَ فِي النِّسَاءِ ۚ قُلِ اللَّهُ يُفْتِيكُمْ فِيهِنَّ وَمَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ فِي الْكِتَابِ فِي يَتَامَى النِّسَاءِ اللَّائِي لَا تُؤْتُونَهُنَّ مَا كُتِبَ لَهُنَّ وَتَرْغَبُونَ أَن تَنْكِحُوهُنَّ وَالْمُسْتَضْعَفِينَ مِنَ الْوِلْدَانِ وَأَن تَقُومُوا لِلْيَتَامَىٰ بِالْقِسْطِ ۚ وَمَا تَفْعَلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ كَانَ بِهِ عَلِيمًا﴾ [النساء/ 127].

وقال رسول الله ﷺ: «إن الله تجاوز عن أمتي ما وسوست به صدورها، ما لم تعمل به أو تتكلم» [البخاري].

3- الهم:

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

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

إن إرادة الفاحشة عند امرأة العزيز كانت قراراً جازماً، حاولت تنفيذه بالمرادة وتغليق الأبواب، وإن إرادة العفة من يوسف عليه السلام كانت قراراً جازماً، ظهر أثره في قوله: ﴿قَالَ مَعَاذَ اللَّهِ إِنَّهُ رَبِّي أَحْسَنَ مَثْوَايَ ۖ إِنَّهُ لَا يُفْلِحُ الظَّالِمُونَ﴾ [23 /يوسف].

ويظهر أنها همت بضربه فلحقت به، وأنه هم بأن يقابلها بالمثل لصددها عنه ودفاعاً عن نفسه.

وهذا المستوى من حركة النفس، إذا كان في اتجاه الخير كان مأجوراً، وإذا كان في اتجاه الشر لم يترتب عليه الجزاء.

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

4- الإرادة الجازمة:

وهي بلوغ التوجه النفسي نحو الشيء في ذروة الجزم به. يقول تعالى: ﴿مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعَاجِلَةَ عَجَّلْنَا لَهُ فِيهَا مَا نَشَاءُ لِمَنْ نُرِيدُ ثُمَّ جَعَلْنَا لَهُ جَهَنَّمَ يَصْلَاهَا مَذْمُومًا مَذْهُورًا (18) وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَىٰ لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ كَانَ سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا (19)﴾ [الإسراء]. والعاجلة هي حياة الدنيا وزينتها.

5- العقل:

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

6- العزم:

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

المسؤولية الجماعية:

ثمة مسؤولية جماعية يحثنا الإسلام عليها، تتضمن بنوداً من أهمها:
1- رعاية كل راعٍ لرعايته.

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

المَبْحَث الرابع قيمة الصدق

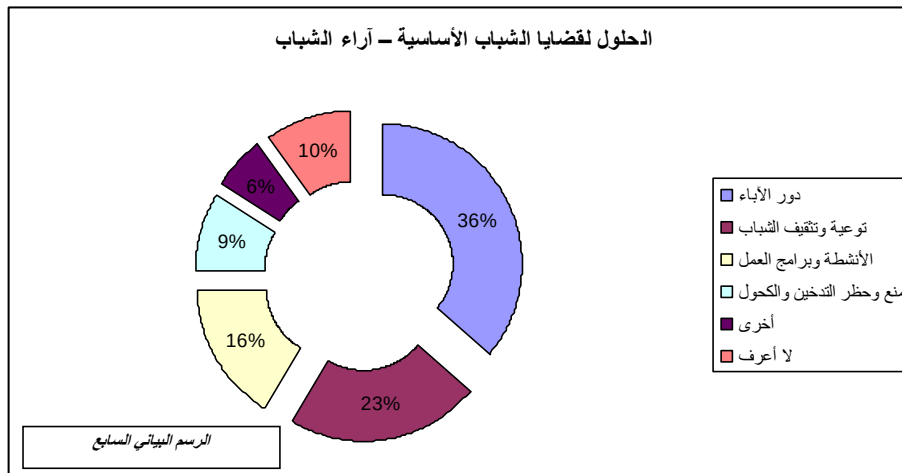
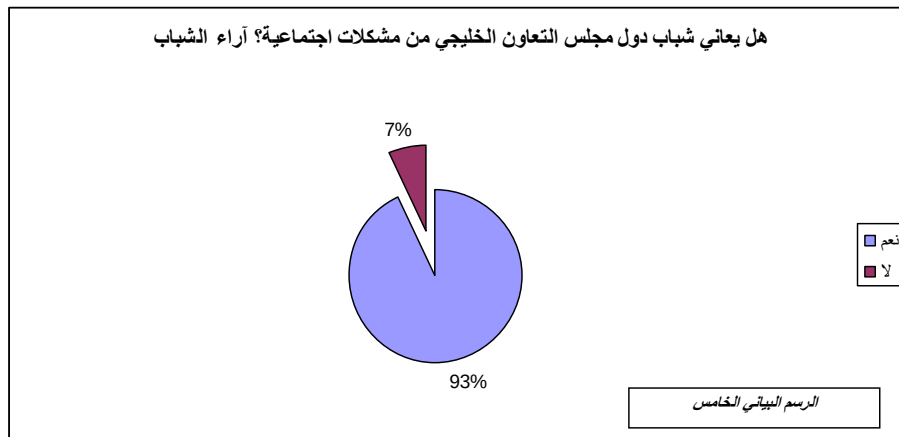
لنقرأ التقرير الرقمي الآتي الذي نشر في الولايات المتحدة، ويوضح مقدار مصداقية العاملين في المجالات المذكورة وثقة الناس فيهم:

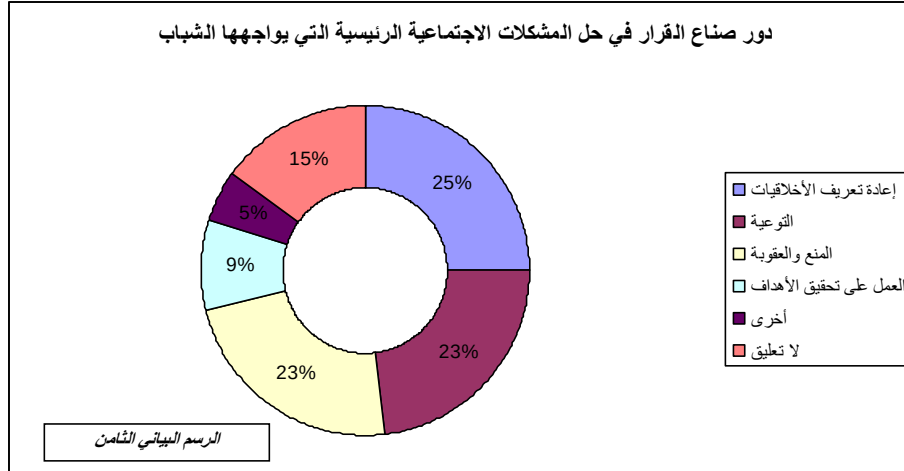
"Please tell me how you would rate the honesty and ethical standards of people in these different fields: very high, high, average, low, or very low?...."

	Very high، High
	%
Nurses	84
Druggists, pharmacists	73
Veterinarians	71
Medical doctors	69
Dentists	62
Engineers	61
Clergy	58
College teachers	58
Policemen	54
Psychiatrists	38
Bankers	37
Chiropractors	36
Journalists	26
State governors	22
Business executives	18
Lawyers	18
Stockbrokers	17
Senators	15
Congressmen	14
Insurance salesmen	13
HMO managers	12
Advertising practitioners	11
Car salesmen	7

فتلك البيانات، التي حررت باللون الأحمر، تعين مقدار اهتزاز ثقة الناس في مزاولي هذه المهن، مثلما يبدو في مهنة المحامي، التي تدنت فيها النسبة لتصل إلى 18%، وبائع السيارات إلى 7%!

هذا جزء من الاختلال الذي يؤثر في القيم عالمياً. والنتائج السابقة تعضدها نتائج هذه الدراسات الميدانية، التي أجرتها المؤسسة العربية للقيم المجتمعية في بعض دول الخليج.





وفيما يأتي نستعرض آلية غرس قيمة الصدق لدى 4 شرائح عمرية...

هل سألنا أنفسنا يوماً: لم تحرص العلامات التجارية على أن تستحوذ على لون معين، كالأحمر أو الأزرق؛ أو أن تستحوذ على كلمة محددة، مثل مقرمش crispy، كما هي الحال مع شركة كيلوغز Kellogs، أو كلمة تمتع enjoy أو الحلم dream أو الخيال fantasy، كما هي الحال مع دزني Disney؛ أو الاستحواذ على رياضة بعينها، كالمراثون الخاص بسيارات السباق، كما هي الحال مع مراثون سجناء روثمان؛ أو الاستحواذ على رمز معين مثل الخيل، كما هي الحال مع سجناء مالبورو؟ تعالوا معي أبين لكم السبب. من الممكن أن نلخص ما يجب أن يقوم به التربوي في 3 محاور:

7-3
سنوات

1- الحوار (القصة).

2- الممارسة.

3- استثارة الحواس (الأغنية، المشهد، ..).

نقاط التأمل:

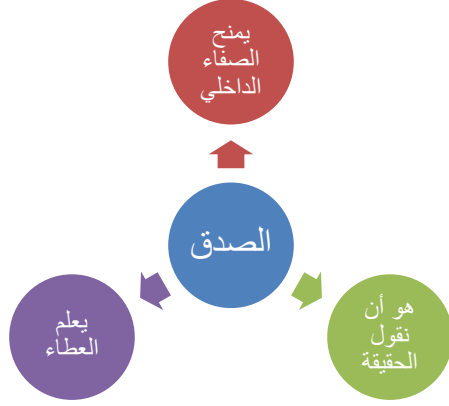
1- يكمن الصدق في أن نقول ما حصل فعلاً.

2- الصدق هو أن نقول الحقيقة.

3- عندما أشعر بأنني صادق، أشعر بأنني صافٍ من الداخل.

4- عندما أكون صادقاً، أتعلم العطاء، وأساعد الآخرين على أن يتعلموا العطاء مثلي.

مسار
افتراضي
لقيمة
الصدق



من منكم يستطيع أن يخبرني عن الصدق؟ أثن على الإجابات.
قل: يعني الصدق أن نقول الحقيقة، أي أن نقول ما حصل فعلاً.
احمل كتابين، وقل: "لقد حملت كتابين".
احمل قلماً وقل: "حملت قلماً".
قل: "اسمي هو.....".
صافح أحمد وقل: "صافحت أحمد".
ثم قل: إن عدم الصدق هو عدم قول الحقيقة، أي عدم قول ما حصل فعلاً.
احمل كتاباً، وقل: "لقد حملت طاولة"، ثم اسأل: هل قلت الحقيقة؟
احمل حقيبة وقل: "حملت سيارة"، ثم اسأل: هل قلت الحقيقة؟
إذن، الصدق هو أن تقول ما حصل فعلاً. أن يطابق القول ما تراه العين.

الحوار
(استثارة
العقل
والقلب)

كان ثمة إمبراطور عاشق للطبيعة، وكانت الأزهار هي المفضلة عنده. كانت لديه أشجار كبيرة مثمرة، كانت تزهر على نحو ساحر. ولما كان الإمبراطور طاعناً في السن، أراد من الأزهار أن تساعد على اختيار خليفة له، وليّ للعرش. فمن تراه يكون؟ وكيف يختاره؟
في اليوم التالي صدر إعلان، جاء فيه دعوة الرجال والنساء والفتيات والفتيان إلى القصر. أثار هذا الإعلان حماسة لدى الناس، وجاء الجميع وهم يتطلعون للنظر إلى الإمبراطور.
يظهر الإمبراطور، فيمر على كل واحد منهم، فيمنحه بذرة. ولما فرغ، قال لهم: أرجو من كل واحد منكم أن يهتم بزراعة هذه البذرة، وأن يأتيني بها بعد عام، وسوف أعين أفضل صاحب زهرة ولياً للعرش.

حوار (قصة
الإمبراطور
وبذور
الأزهار)

بماذا يشعر خالد وهو شاب صغير في السن؟ يحلم أن يلتقي الإمبراطور، وها هو يلتقيه، بل يمنحه فرصة لم يكن يحلم بها. فيتخيل خالد أنه صار ولياً للعرش ببذرة سيهتم برعايتها حق الرعاية، كي تنمو وتصير زهرة كبيرة، ساحرة في جمالها. وبعد عام، رجع الجميع، وببدا كل واحد منهم وعاء فيه زهرة. والجميع يتفاخر بما حصل عليه من نتيجة مبهرة. خالد- ولدنا الصغير- لم يكن مسروراً، لأن البذرة التي حصل عليها من الإمبراطور لم تنم قط، على الرغم من محاولاته الكثيرة وعنايته الفائقة. فقرر أن يأتي بالوعاء فارغاً. اطلع الإمبراطور- بشغف واهتمام كبيرين- على النتائج التي حققتها الرعاية. ولما انتهى إلى خالد، سأله عن سبب نتيجته المخيبة، فقال له الحقيقة: إنه لم يفلح، على الرغم من اهتمامه الكبير.. وتجديد التربة أكثر من مرة. ابتسم الإمبراطور، وأعلن للجميع أنه عثر على ولي عرشه، وأنه هو خالد. استغرب الجميع، فقد كان وعاء خالد فارغاً. ولكن الإمبراطور بين لهم أنه منحهم بذوراً فاسدة. ولذا، فهو يعلم أنه لا يمكن لأحد أن يزرعها. وهكذا استطاع أن يتعرف إلى الصادق منهم، الذي جاء بالوعاء كما هو. لذا، استحق خالد المنصب. تمثيل مقطع من القصة.

قل لهم:

التقمص
ممارسة
حوار

- 1- يشكل الوفاء بالوعود إحدى صور قول الحقيقة. أريدكم أن تفكروا في أحد يقول الحقيقة دائماً. بماذا تشعرون تجاهه؟
- 2- عندما يقول الناس الحقيقة، نشعر بأنه يمكننا الوثوق بهم. ما رأيك؟
- 3- بماذا تشعرون تجاه شخص ينقض وعده؟
- يجب أن تعلم أن الأطفال في سن 4- 5 سنوات لا يدركون الفرق بين الحقيقة والخيال.
- 4- لماذا- برأيكم- لا يقول الناس الحقيقة أحياناً؟ (لأنهم يخشون توريط أنفسهم في المشكلات، لا يريدون أن يغضب أحد). ولكن ماذا يجري عندما يكتشف الآخرون أننا نكذب؟ نعم، يزيد غضبهم، وتزيد خيبة أملهم فينا. وإذا كذبنا مرة، فلن يثقوا بنا مرة أخرى).
- 5- هل نريد أن يثق الآخرون بنا؟ (الحقيقة تتطلب الجرأة أحياناً).

تأمل النقاط الآتية (إضافة إلى نقاط الشريعة السابقة):

- 1- ثمة علاقة وطيدة بين الصدق والصدقة.
- 2- الصدق هو أساس الترابط.
- 3- عدم الصدق يؤدي إلى الفساد.
- 4- علاقة الصدق بالشجاعة.
- 5- الصدق هو أن تحسن استعمال الوديعة (الأمانة) التي أعطيتها.

- مسار قيمة
الصدق
أو
المنظومة
الافتراض
ية لقيمة
الصدق
- 1- حسن استعمال الوديعة.
 - 2- الصدق والصدقة.
 - 3- الترابط.
 - 4- الفساد.
- لاحظ محفزات (الأنا، المواءمة،..)



- الحوار
قصة
"الإمبراطور وبذور الأزهار"
ارسم
استثارة
الحواس
- ناقش:
ما طريقة حكمك لو كنت أنت الملك/ الملكة؟
(قد تكون الإجابات: معاقبة الكاذب، برنامج تأديبي أو دورة تدريبية لمن لم يصدق).
لقطة من أحد مقاطع القصة (موقف الملك وهو مجتمع مع شعبه، صورة خالد وهو يتأمل جمال القصر، خالد ومعه الإناء الفارغ،...).
بطاقة للأب أو للصديق (صورة وردة).

عنصر
"الفساد"

اطلب إلى الطلبة تبادل قصص عن الصدق والفساد، وليستفيدوا في ذلك من كتاب منهج التاريخ، وليوضحوا انعكاس الفساد على الأمد البعيد.

عنصر
"الشجاعة"

اطلب إلى الطلبة أن يجمعوا قصصاً من الصحف اليومية، يعتقدون أن حدوث المحن فيها نتيجة للفساد وعدم النزاهة.

أسأل: ما نتائج عدم النزاهة وعدم الصدق؟

أسأل: كم من الطاقة يتطلب حجب الكذب مقابل قول الحقيقة؟ لا يتطلب قول الحقيقة أكثر من دقيقة واحدة من الشجاعة الحقيقية.

عندما أكون نزيهاً أشعر بطمأنينة داخلية.

ممارسة

اطلب إلى الطلبة تأليف قصة حول حادثة واقعية أو خيالية كذب فيها أحدهم.

عنصر
"الثقة والوفاء"

إذا طلب إليك صديقك أن تصلح له إطار دراجته بمقابل (بمال)، ولكنه لم يدفع لك المال، عندما انتهيت من الإصلاح. هل كان صديقك نزيهاً؟ إذن النزاهة تتطلب الوفاء بالوعد.

قصة
"المنقب والأمير"

كان وليد رجلاً مفتول العضلات، يعمل في منجم في إحدى الدول الفقيرة، يعمل جاهداً كل يوم لتأمين قوت أبنائه وزوجته. هو رجل فقير، وليس لديه سوى هذا العمل الذي يقتات منه. ذات يوم ذهب للعمل، فوجد صخباً، وسيارات للإسعاف وللنجدة. صدم عندما عرف أن المنجم قد انهار جراء عبوة ناسفة استعملت خطأ. رجع مكتئباً إلى زوجته، وليس لديه ما يقتات منه سوى عمله في المنجم. أشارت عليه زوجته بالعمل حطاباً في الغابة.

توكل صاحبنا وليد على الله، وذهب يجرب حرفة تتطلب مجهوداً عضلياً، وهو أهل له بإذن الله. في الغابة كان ثمة فرسان يصطادون للأمير بعض الغزلان، وأثناء صيدهم سقط من أحدهم صرة نفود. رآها وليد بين أوراق الشجر والوحل فالتقطها، فوجد أنها تخص الأمير. فتحها، وإذا فيها ما لا يقل عن ألف دينار. شعر بالرهبة. فأخذ يبحث عن الفارس الأمير، كي يسلمه المحفظة؛ ولكن من غير جدوى، فقد انتقلوا إلى ركن بعيد في الغابة، واختفوا عن الأنظار.

ذهب وليد إلى بيته وأطلع زوجته على المحفظة وما فيها. فسرت الزوجة أيما سرور، وقالت: رزق ساقه إلينا الرزاق العليم. صاح في وجهها وليد: بل هي أمانة، ويجب أن نردها. فقالت الزوجة: بل هو مال وجدته أنت في الغابة؛ ولم تسرقه؛ ثم إن الأمير لديه الملايين، وليس في حاجة إلى هذا النزر اليسير من المال.

قرر الفلاح أن يرجع الصرة. وفي صباح اليوم التالي، ذهب إلى قصر الأمير محاولاً لقاءه، ولكن الحرس منعه. ومع الضوضاء التي أحدثها

مع الحرس بسبب إصراره ومنعهم، خرج الأمير فسأل عن سر هذه الجلبة، فمد الفلاح يده للأمير مسلماً إياه الصرة. نظر الأمير إلى المحفظة فعرّفها. فتحها، فإذا بالنقود كاملة فيها. فقال لوليد مستغرباً: لم لم تأخذ شيئاً من المال؟ فقال وليد: إن المال الذي بها لا يخصني، بل يخصك. فدفع الأمير بكل ما في المحفظة إلى وليد، شاكراً إياه على أمانته.

ناقش
القصة

هل يصعب مقاومة هذا الإغراء وضغطه؟
ما الأمور التي تساعدكم على مقاومة هذا الإغراء وضغطه؟
على المعلم أن يتعمق كثيراً في النتائج السالبة المتوقعة (مثال: مشاعر الكاذب، وتأثير ذلك في علاقاته بالأصدقاء).

عنصر
"الصداقة"
بم تشعرون حيال الصديق الصدوق؟
كيف تتأثر علاقاتكم بالصدق والكذب؟
من الصديق الصالح؟

الشريحة 3- 7 سنوات

نستعرض مشهداً تلفازياً لاستثارة عقل المتلقي وقلبه وحواسه كي نتمكن من برمجة فكره للقيمة التي نريد.

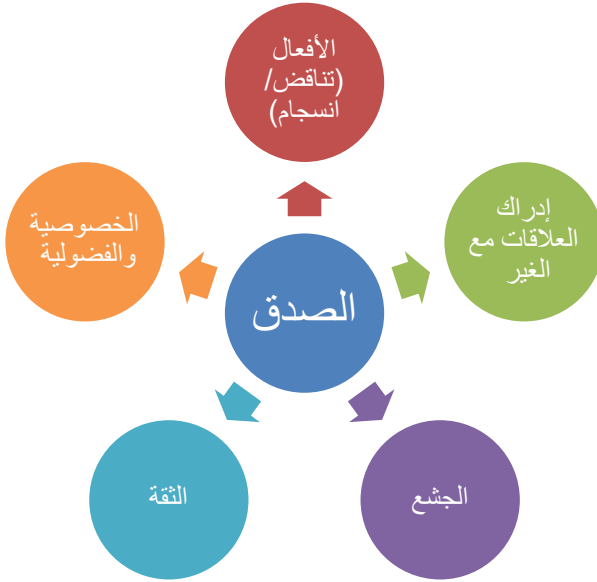
المشهد	المسمع
الأم وهي تقص لابنيها (بنت وابن) قصة قبل النوم.	
الأم	أخبراني في أي من القصتين الآتيتين سأقول الحقيقة. وكلتا القصتين لن تزيد علي 10 كلمات.
الابنان يستعدان للاستماع بشوق كبير.	
الأم	القصة الأولى: كنت أتمشى في الشارع في أحد الأيام فرأيت محمداً ووالدته.
	القصة الأخرى: كنت أتمشي في الشارع في أحد الأيام، وفجأة رأيت قدماً خضراء كبيرة! لقد كانت كبيرة كالبيت!
الابنان	القصة الأولى، القصة الأولى.
تعليق	الصدق هو أن تقول الحقيقة. مشروع "أنا صادق" أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

في استبانة نفذتها العام 2006 مؤسسة بيو الأمريكية، نطالع رأي الشارع الأمريكي تجاه من يمارس سلوك الكذب مع الآخرين...

Telling a Lie to Spare Someone's Feelings						
Percent who believe this behavior is...						
	Morally wrong	Morally acceptable	Not a moral issue	(Vol.) Depends	Don't know	N
All adults	43	23	26	6	2=100	745
Gender						
Men	43	22	27	6	2=100	359
Women	42	25	24	7	2=100	386
Age						
18-49	42	26	28	3	1=100	357
50-64	39	21	25	11	4=100	230
65+	50	19	18	9	4=100	147
Education						
College Grad	36	26	32	5	1=100	304
Some college	40	22	31	6	1=100	188
High school or less	48	22	20	7	3=100	249
Family Income						
\$75,000 or more	33	26	35	4	2=100	234
\$30,000 to \$75,000	41	27	26	6	*=100	254
Less than \$30,000	52	20	18	8	2=100	180
Marital Status						
Married	44	21	27	6	2=100	447
Not married	41	26	24	7	2=100	292
Church Attendance						
Weekly or more	55	15	21	6	3=100	290
Monthly or less	39	27	26	7	1=100	246
Seldom or never	29	32	33	4	2=100	198
Religion						
White evangelical protestant	58	16	19	3	4=100	173
White mainline protestant	36	28	26	8	2=100	172
Catholic	37	29	26	6	2=100	173
Ideology						
Conservative	54	15	24	6	1=100	301
Moderate	35	31	26	6	2=100	291
Liberal	31	28	30	6	5=100	126
Party Identification						
Republican	48	21	26	4	1=100	242
Democrat	40	25	23	10	2=100	239
Independent	37	26	29	5	3=100	228
Region						
Northeast	33	30	30	7	*=100	128
Midwest	41	24	28	3	4=100	177
South	54	18	21	6	1=100	254
West	37	25	26	9	3=100	186
Source: Pew Research Center survey, February 1 - 5, 2006						

يلاحظ من الجدول السابق ارتفاع نسبة من يعتقد أن ممارسة الكذب أمر طبيعي لا ينافي القيم بنسبة 26% للشريحة العمرية 18-49 سنة، وهي نسبة عالية.

الشريحة المستهدفة	المنظومة القيمية (إضافة إلى ما فات)	18-14 سنة
1- الصدق يعني أن ليس هناك تناقض أو تعارض بين الأفكار أو الكلمات أو الأفعال.		
2- الصدق إدراك لما هو صحيح وملائم في دور المرء وسلوكه وعلاقاته.		
3- الجشع يكمن أحياناً في بواعث الكذب.		
4- أهم ما في الصدق مع الذات أنه يكسب الثقة ويزرعها في نفوس الآخرين.		



هل تذكر مرة نلت فيها تقديراً على صدقك؟
اطلب إلى الطلبة كتابة مقال قصير حول "الصدق والناس" من معيشتهم اليومية.
اطلب إليهم جمع قصص عن الفساد وآثاره من الصحف اليومية والمحطات التلفازية والإذاعية (بعد تقسيمهم إلى مجموعات).

حوار
ممارسة

وقع حريق في مخيم ما في بلد ما، مات إثره 20 طفلاً، وكان سببه سوء التقيد بتعليمات السكن في المخيم. حصل الساكنون على أموال لبناء مساكن لائقة، ولكنهم لم يستخدموا الأموال، بل دفعوا رشاً للصحافيين لكتمان ذلك.

رسم
خريطة
ذهنية

حوار
(استثارة
العقل/
القلب)
الخصوصية
والفضوليون
ن

لم الناس جشعون؟ ماذا يريدون؟
هل يريدون السعادة والأمان؟
هل سيحصلون على السعادة والأمان على الأمد البعيد؟
هل جميع الأغنياء سعداء؟
الصدق لا يعني أن يعري الشخص نفسه أمام الآخرين بالروح
بتفصيلات شخصية.
ما الأشياء التي ترى أنها تخصك وحدك؟
من الذي لا ترغب في أن يشاطرك تلك الخصوصيات؟
ما ميزان المحبة والصدق؟

ممارسة
اللغة العربية

ما الكلمات والأفعال التي تهدم الثقة في العلاقات؟ (أنت كاذب، لا
تقول الحقيقة، أنت توهم من حولك بأنك صادق، لم تف بوعدهك،..
وما تلك الكلمات والأفعال التي تبني الثقة في العلاقات؟
(أنا معجب بك، أنت إنسان محترم، تتمتع بأسلوب أسر، "يا حلة
بروشك"، عطرك جميل الرائحة، أحب ألوان ملابسك).
(الأفعال: نشرب، نلعب، نأكل. ما الفعل الماضي منها وما فعل
الأمر؟).

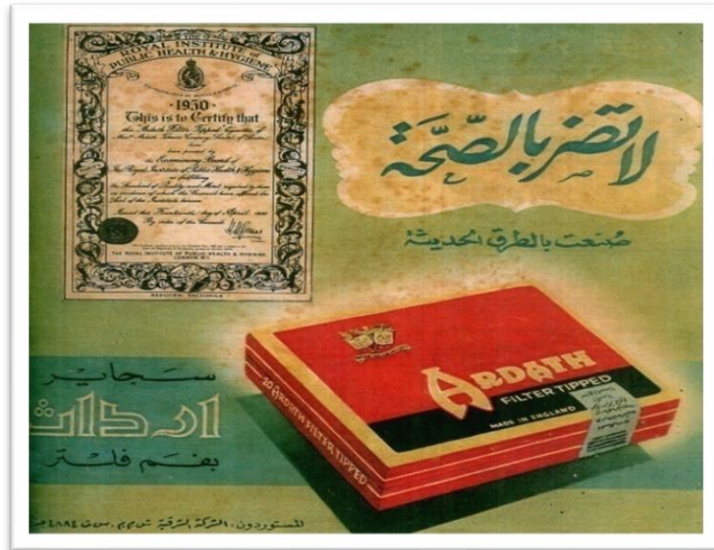
حوار
(استثارة
العقل
والقلب)

مقاومة الضغط:
1- قل: هناك أحياناً ضغوط تدفع المرء إلى أن يكون كاذباً، وأحياناً
تصعب مقاومة هذه الضغوط.
2- اطلب إلى الطلبة ذكر مواقف عصبية، ثم اسأل:
أ. ما الأشياء التي يمكنك أن تفكر فيها ومن شأنها أن تساعدك
على مقاومة الضغوط؟ (صورتي أمام الآخرين، أن أوصف
فيما بعد بالكذاب، الأمانة، مراقبة الله لي، عفة الطاعم مثلاً
فعل الخطاب).

اللغة
والأدب

الاجتماعي
ات

ب. هل النظر في العواقب يساعدك على مقاومة الإغراء والضغط؟
اقرأ سيراً ذاتية لنساء ورجال يتمتعون بالصدق والنزاهة
(لاحظ كيف أن البخاري لم ينقل حديثاً لرجل كذب على بغلته).
في حديث هند بنت عتبة في البيعة للرسول ﷺ: «أَوْ تَزْنِي
الحرّة؟» [صحيح مسلم]، استغراب! وهذا دليل على الصدق.
ماذا كان تأثير الغش في حياة المجتمع الفلاني؟
ماذا يحدث للتقدم في البحث العلمي، عندما يساء تقديم البيانات؟
سقوط الجسور، والفيضانات، والابنية.
ومن أمثلة تقديم البيانات المضللة، ما هو حاصل لشركات السجائر،
التي تصف سجائرهما بالصحية.



اعلان غير صادق مضلل لسجائر



وفي تعليقنا على الإعلان الأخير نقول: "إنها محاولة في التأثير في
الفص الأيسر من الدماغ، حيث المنطق والإقناع. فهذا الإعلان يعد-
بحق- من أذكى ما رأينا في محاولة تضليل الشرائح المستهدفة
بأسلوب علمي قابل للتصديق.

فثمة رسائل يبعث بها هذا الإعلان للمشاهد، منها: استعارة مفهوم الريادة لدى رواد الفضاء، التطوير الذي تحرص عليه علامة لارك؛ فهي بالإعلان عن هذا التطوير إنما تعزز من أن ممارسة التدخين لا يمكن أن تكون سالبة الأثر ما دامت تعتمد الأساليب العلمية الحديثة". إلى أي حد يمارس الصدق في عالم الأعمال اليوم؟ عندما ينتهك فردٌ ما أخلاقاً مهنية، ويسعى إلى شغل منصب عام، هل ينبغي انتخابه؟

عندما يزعم أشخاص غير صادقين أنهم أصيبوا بجروح في حادث ما، فهل بعملهم هذا يؤذون أشخاصاً آخرين؟ يقول أحد الأطباء المستشارين في دولة خليجية: كثيرة الحالات المرضية التي تعرض علي، ولا شيء يوجب علاجها في الخارج، ولكن الضغط الذي يمارس علي من نائب برلماني أو وزير أو مسؤول كبير - يدفعني إلى كتابة تقرير يسمح للمريض وذويه بالسفر إلى الخارج بقصد العلاج. يعني إجازة جماعية! وتذكرنا هذه الحادثة بموقف آخر. فبعدما أنهينا صلاة العصر في إحدى الدول الخليجية، فإذا بجارنا - الذي كان يعاني ضعفاً في النظر - يقول له جارنا الآخر: لا عليك، والله لأمنحك سفرة إلى لندن! (بالمناسبة، ابنه طبيب عيون ضمن لجنة إجازة السفر إلى الخارج للحالات المستعصية. صاحبنا يريد أن يكسب جاره فضل حق الجار بغير حق!

لوحة تتم عن الصدق (سيكون محورها اللون الذي سيختار للعناصر التي ستنتقى، من مثل: فراشة، طائر، شروق الشمس، ابتسامة، تعبير عن الفوز، تقدير على الملاء).

الرياضيون الذين يفوزون بسبب تناول المنشطات، هل نتسامح معهم؟ يوضع صندوق باسم الصدق، ويدعو الجميع إلى وضع أسماء أشخاص صادقين، تُجرى تزكيتهم لمنحهم شهادات وجوائز لحضور - مثلاً - مباراة كل أسبوع أو شهر.

استشارة
رسم
الحواس

التربية
البدنية
مجلس
الطلبة

استعمال الوسائل السمعية البصرية (التلفاز، المذياع، الملصقة (البوستر)، المقطوعة الموسيقية، الرسم، الهدية، الأدوات المدرسية، ..) والقيام بحملة إعلانية للتعبير عن قيمة الصدق.

المفهوم: نريد أن نبين أن للصدق حلاوة، وعوائد على الصادق، وهي محفز لصورته مع أصدقائه.

سيناريوهات أفلام

الشريحة المستهدفة 7- 14 سنة

المشهد	المسمع
صبي عمره 14 سنة، يتلقى من هاتفه الجوال مكالمة. ل ق (لقطة قريبة)، ينظر إلى المتصل، ولكنه لا يرد. فهذا الشاب منهمك في لعبة "البليستيشن". ل م (لقطة متوسطة)، يسمع رنة هاتفه مرة أخرى، ينظر إلى الرقم، ولا يرد. ل ب (لقطة بعيدة)، هو وصديقه، الصديق مشغول بحل الواجبات. يرن جرس الهاتف الثابت، يرفعه الصديق الصديق ينادي خالداً خالد وهو منزعج الصديق ينظر بتعجب إلى خالد (لكذبه) تعليق	أصوات سباق السيارات الخاصة باللعبة. هلا والله. خالتي؟ إي نعم، خالد موجود. الوالدة! نعم يا أمي. إي والله كنت مشغولاً في حل الواجبات، وهاتفي الجوال لم يكن بقربي! قول الصدق يعني من شأنك عند الله وعند الناس، وقول الكذب ينقص من قدرك (يخدش صورتك) مع نفسك ومع الآخرين وعند الله. مشروع "أنا صادق" أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

الشريحة المستهدفة الشباب (15- 18 سنة)

المشهد 1 (كل مشاهد هذه الشريحة مكتوبة باللهجة الخليجية)	المسمع
(لقطة بعيدة، ثم أخرى متوسطة) الأب وابنه يقودان السيارة	عبد الكريم عبد القادر ينشد "وطني".
(لقطة قريبة) الأب لابنه	طارق، لو تحط لنا على محطة إذاعية، طافتنا الأخبار، صار لها 5 دقائق.
(لقطة قريبة) يد طارق تدبر مفتاح المذياع	أصوات موجات المذياع مع دوران المفتاح.. هذا وكان عدد القتلى 20، وكلهم من الأطفال، إثر سقوط عمارة سكنية في الشارع الموازي للبحر.
الأب	لا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم.
(لقطة قريبة) طارق	يوبه تهقه شممه؟
(لقطة قريبة) الأب	هذا ما يسويه جشع المقاولين وغشهم، لما يشتغلون من غير صدق. يعني حتى يحقق المقاول مكاسب أكبر تلقاه يغش في الخلطة أو يحطلك الحديد بمقاسات أقل.
تعليق	ممارسة الصدق تعلي من شأنك عند الله، وقول الكذب ينقص من قدرك (يخدش صورتك) مع نفسك ومع الآخرين وعند الله. مشروع "أنا صادق" أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية
المشهد 2	المسمع
(شاريول والكامرة تسير على سكة حديد) والرجل وهو يمشي قاصداً زميلاً له في المسجد	الرجل
الرجل	طال عمرك، بنك التسليف قاعد يوزع على أصحاب البيوت 10 آلاف، يبلي معاملتك باشر، ووقّعها لك، وتستلم فلوسك.
الزميل	بس أنه بيتي ما يحتاج ترميم، وما كو مجال لتوسعه.
الرجل	يا خوك، الكل قاعد يسوي هالشي، وهذا حقك، لا تضيعه.
الزميل	إي بس هذا غش وشذب نمارسه مع حكومتنا.

تعليق ممارسة الصدق تعلي من شأنك عند الله، وقول الكذب ينقص من قدرك (يخدش صورتك) مع نفسك ومع الآخرين. مشروع "أنا صادق" أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية	
المشهد 3	المسمع
(لقطة بعيدة، ثم لقطة قريبة) اثنان أمام مخزن كبير للمواد. أحدهما للآخر (ونراهما من الخلف وهما يتحاوران) بسيطة، قول احترق المخزن باللي فيه من السيارات، وثبت كلامك في المحضر، وعطه حق شركة التأمين تصدق عليه.	أصوات نقل مواد وحركة عمال.
تعليق عندما تزيد أشكال المطالبات الوهمية هذه، يزيد معها قيمة وثيقة التأمين على نحو لا يعكس الحقيقة. وإذا قام كل تاجر بالشيء نفسه، راح يزيد الغلاء، ومن يدفع ثمن عمليات الغش هذه المواطن العادي. مشروع "أنا صادق" أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية	
المشهد 4	المسمع
الأخ لأخيه وهو يقرأ في الصحيفة اليومية خيراً رياضياً.	أقول حمود، قرئت الخبر المنشور في الجريدة اليوم؟
حمود وهو يربط حذاءه الرياضي متأهباً للخروج لممارسة رياضة المشي.	أي خبر؟
الأخ ولقطة على عنوان عريض (منشيت) في الصحيفة:	
"تناول المنشطات أفقده ميداليته الذهبية" عاد يصير شذي، يعرض نفسه للفضيحة، ويخسر ثقة الناس فيه.	

تعليق	ممارسة الصدق تعلى من شأنك عند الله، وقول الكذب ينقص من قدرك (يخدش صورتك) مع نفسك ومع الآخرين. مشروع "أنا صادق" أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية
-------	--

واقع القيم عالمياً

ضمن استفتاء نفذ في إحدى الدول الغربية، طُرح هذا السؤال: "هل تعد ما يأتي مقبولاً أم غير مقبول أخلاقياً؟"

"is it morally acceptable or morally wrong. How about...?"

1. ممارسة القمار: كانت نسبة القبول 63%، وفق استبانة 2008.
2. ممارسة الفاحشة (الزنا): القبول 61%.
3. هل تعتقد أن الناس في الوقت الحاضر يمارسون الصدق في تعاملاتهم مثلما هو في السابق؟ الإجابة لا بنسبة 74%، وفق استبانة 2005.
4. هل لدى الناس اليوم إدراك- على نحو واضح- حول الفرق بين الصواب والخطأ؟ الجواب لا في 79%.
5. هل تعتقد أن على الحكومة أن تروج للقيم اليوم على نحو أكبر؟ الجواب 43% بنعم، وفق استبانة 2003.
6. هل ثمة حاجة إلى ترسيخ الموروث الاجتماعي للقيم؟ الإجابة بنعم بنسبة 60%.
7. هل ثمة حاجة إلى ترسيخ قيمة التسامح؟ الإجابة بنعم بنسبة 29%.
8. هل تعتقد أن القيم في المجتمع الأمريكي في الماضي أعلى منها اليوم أم أقل؟ الجواب بأعلى كان بنسبة 67%.

وجاء في مدارج السالكين لابن القيم عن الصدق:

- هناك: مدخل الصدق، ومخرج الصدق، ولسان الصدق، وقدم الصدق، ومقعد الصدق.
- مدخل الصدق: أن يكون مدخلك ومخرجك في كل أمر أو سعي على الصدق، فصاحبه ضامن على الله "كالتأمين الشامل، فضمانته كلية شاملة، والله المثل الأعلى" .. ﴿وَقُلْ رَبِّ أَدْخِلْنِيْ مُدْخَلَ صِدْقٍ وَأَخْرِجْنِيْ مُخْرَجَ صِدْقٍ وَاجْعَلْ لِّيْ مِنْ لَّدُنْكَ سُلْطٰنًا نَّصِيْرًا﴾ [الإسراء/ 80].

- ولسان الصدق: فقد سأل إبراهيم الخليل لسان صدق، وهو الثناء والقول الحسن.. ﴿وَأَجْعَلْ لِي لِسَانَ صِدْقٍ فِي الْآخِرِينَ﴾ [الشعراء/ 48].
- وقدم الصدق: فقد بشر عباده بأنه سيكون لهم قدم صدق، وتفسير ذلك بأنها الجنة، وأنها محمد (صلى الله عليه وسلم)، وأنها الأعمال الصالحة. وحقيقة القدم ما قدموه وما يقدمون عليه يوم القيامة.
- ومقعد الصدق: هو الجنة.. ﴿وَيَبْشِرُ الَّذِينَ آمَنُوا أَنَّ لَهُمْ قَدَمَ صِدْقٍ عِنْدَ رَبِّهِمْ﴾ [يونس/ 2]. ﴿إِنَّ الْمُتَّقِينَ فِي جَنَّاتٍ وَنَهَرٍ (54) فِي مَقْعَدِ صِدْقٍ عِنْدَ مَلِكٍ مُّقْتَدِرٍ (55)﴾ [القمر].
- من علامات الصدق: طمأنينة القلب إليه، ومن علامات الكذب: حصول الريية.
- الصدق مفتاح الصديقية.
- والصدق هو الوفاء لله بالعمل، وهو استواء السر والعلانية.
- حمل الصدق كحمل الجبال الرواسي لا يطيقه إلا أصحاب العزائم.
- الرياء والكذب خفيف كالريشة لا يجد له صاحبه ثقلًا البتة.
- قال بعضهم: حقيقة الصدق أن تصدق في موطن لا ينجيك منه إلا الكذب.
- الصادق لا يصبر على صحبة الضد، وهم أهل الغفلة. وعند الضرورة تكون صحبته لهم بقلبه من دون قلبه وروحه.
- ويقود ذلك إلى أن الصادق لا يتمنى الحياة إلا للحق، ولا يشهد من نفسه سوى النقصان، ويستكثر من الأسباب التي تقربه إلى الله، لا لعله من علل الدنيا ولا لشهوة من شهواتها.
- يقول عمر رضي الله عنه : "لولا ثلاث لما أحببت البقاء؛ لولا أن أحمل على جياذ الخيل في سبيل الله، ومكابدة الليل، ومجالسة أقوام ينتقون أطايب الكلام كما ينتقى أطايب الثمر".
- والصادق مضطر أشد الضرورة إلى متابعة الأمر والتسليم لما جاء به الرسول صلى الله عليه وسلم في ظاهره وباطنه، في كل حركة وسكون، مع إخلاص القصد إلى الله عز وجل.

المَبَحَث الخامس قيمة التعاون

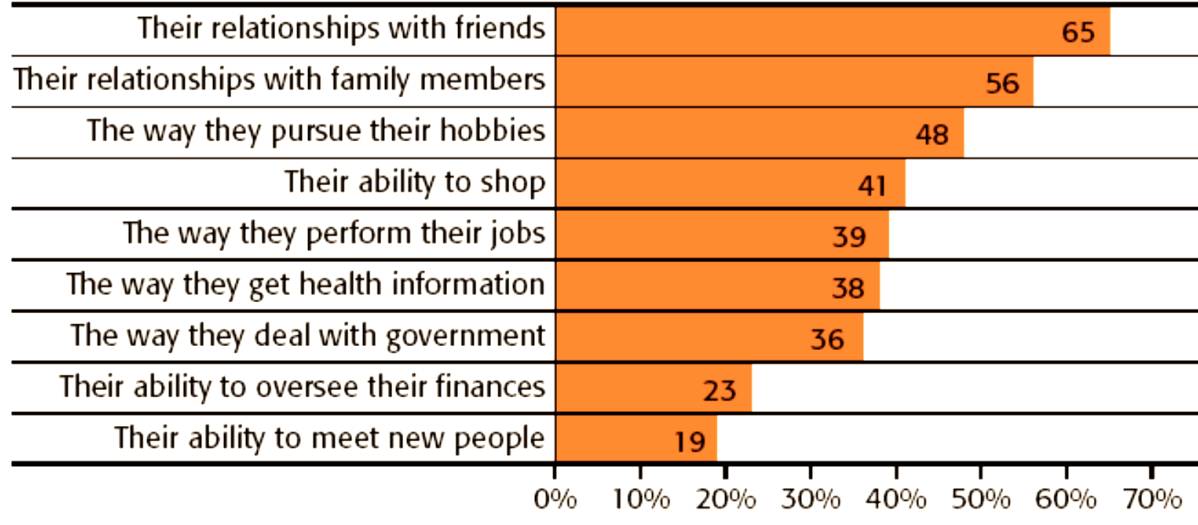
فيما يأتي نستعرض صوراً من التعاون، غير تلك الصور النمطية، التي اعتاد عليها الإنسان في عصور غابرة. ولتكن هذه الصور المستحدثة مادة للمنظمين في البرنامج في مناقشتهم لقيمة التعاون. فالإنترنت فرض نوعاً آخر من التعاون فيما بين الناس.

Different People Use the Internet in Different Ways

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

Source: Pew Internet Project surveys 2004

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



Source: Pew Internet Project surveys 2000-2001

الشريحة

3- 7 سنوات

نقاط التعاون

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

2- يكمن التعاون في العمل معاً لتحقيق هدف مشترك.

3- يتجسد التعاون في العمل معاً بصبر وعطف.

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

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

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

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

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

تمرين

حوار

وجبة الطعام

سنتناول اليوم وجبة غداء. وهذا سيظهر لنا كم أن التعاون مهم. أريد منكم أن تتظاهروا بأن مرافقكم لا تتحرك. فأنتم- من ثم- عاجزون عن ثنيها. كيف يمكنكم أن تأكلوا من دون ثني مرافقكم؟ دعهم يفكروا مدة خمس دقائق. إذا عجزوا، فاطلب إلى كل منهم أن يعمل على إطعام صديقه بيده الممدودة، والصديق الآخر يطعمه. قد يؤدي هذا النشاط إلى إضحاك الأطفال فيما هم يتعلمون "التعاون".

أسأل: هل من الأفضل أن يكون الشخص الذي يساعدكم سعيداً بذلك، أم أن يكون كثير التشكي، أم غاضباً؟ إذن، يكون التعاون الحقيقي في العمل بصبر ومحبة وسعادة.

تمرين "البناء التعاوني"

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

تمرين "الحلوى"

تحضير العجينة، تلوين العجينة، تجهيز الفرن، غسل الأدوات، تحضير القوالب. يقسم الأطفال إلى مجموعات من أربعة أطفال. تمنح المجموعة ورقاً ليرسم طفلان منها جناحين لفراشة، وأما الطفلان الآخران فلنسخ الجناحين على ورقة أخرى على نحو دقيق.

رسم "فراشة"

اطلب إلى كل طفل أن يختار شريكاً. اطلب إلى الشريكين أن يشبكا أيديهما من الخلف، ويساعد أحدهما الآخر على النهوض أو القيام بمهمة، ثم أن يجلسا مجدداً.

الألعاب التعاونية

شكّل مجموعات من الأطفال، وكل مجموعة من شخصين. اطلب إلى كل مجموعة أن يربط الشخصان فيها حذاءيهما

معاً: كاحل أحد الطفلين من جهة الشمال بكاحل الآخر من جهة اليمين، ثم اطلب إلى كل فريق إنجاز مهمة. وليصفق الأطفال لمن ينجز المهمة.

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

ما الأمور التي تبعث فيكم شعوراً جيداً وأنتم تتعاونون؟ (مثال: لا ليس هذه الطريقة أيها الأحق، فشلت مرة أخرى)، أو (لنجرب على هذا النحو، جيد، محاولة جيدة). هناك صور لطبيعة ما (مدينة، شخص)، تباع في الأسواق على نحو مقطع، تصلح لنشاط جماعي فيما بين الأطفال حول أيهم يجمعها أولاً ضمن عمل تعاوني. اختر ثلاث صور، واخبط جميع القطع، ثم اطلب إلى كل مجموعة أن تنتقي ما يخصها، ثم تعيد تركيبها (مجموعة تجلب القطع، مجموعة تعمل على تركيبها، مجموعة للإرشاد والتوجيه).

كيف تتعاون في المنزل؟

اطلب إلى كل طفل أن يرسم صورة له عن تعاونه في المنزل.

من قبل، رسم الأطفال عدداً كبيراً من صور الفراشات. واليوم سنصنع صورة جدارية نستعمل فيها ما رسمناه سابقاً مع عناصر أخرى.

ناقش: ما الأمور التي يمكن توافرها في صورة كبيرة تمثل عالماً ينعم بالسلام؟ في عالم يسوده التعاون؟ حدد العناصر. وزع الأطفال لرسم ما حدد لهم. الصق الفراشات في المكان المخصص لها.

بعد الانتهاء حاورهم:

ما القيمة أو الصفة التي يراها كل طفل ضرورية في عالم يسوده السلام والتعاون؟ امنح كل زوجين من الأطفال ورقة يكتبان فيها كل قيمة يختارانها هما.

اطلب إلى كل زوجين من الأطفال أن يربطا كاحليهما، وفي حديقة المدرسة اطلب إلى كل زوجين أن يوصلا القائمة- التي كتبها- إلى المدرس، الذي يقف في نهاية المضمار.

تمرين
"تجميع
الصورة
المقطعة"

حوار

الصورة
الجدارية

نقاط التأمل:

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

اللغة العربية
العلوم

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

تمارين رياضية

ليتذكر كل تلميذ الكلمات التي كان يستعملها أثناء التمرين.
أكمل الجمل الآتية:
أنا أتعاون مع المدرسة عندما.....(أكمل واجبي المنزلي)
أنا أتعاون مع نفسي عندما.....(أحب الخير لها فلا أدخن)
.....هو مثال عن التعاون (اللعبة بسلام).

حوار

إن..... ضروري للتعاون (الصبر).

تمارين رياضية

التعاون ضمن فريق:

أعط كل تلميذ مقياساً مترياً، واطلب إلى الجميع قياس طول الملعب أو مساحته الكلية، وامنحهم خمس دقائق يجب على الجميع الوقوف في صف طولي بمقاييسهم للتعرف إلى عدد الأمتار في مجملها، وفي العرض كذلك، ثم نضرب الطول في العرض.

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

قواعد التعاون

ضمن الحوار، اطلب إلى الطلبة سنّ قواعد للتعاون تعلموها من خلال ممارساتهم السابقة، وألصق القواعد في مكان مميز في الفصل.

القواعد (الصبر، استعمال الكلمات المشجعة، الكلمات الورد،..)

مشروع تعاوني

طبق مبادئ التعاون وقواعده في:

1. رسم جدارية.
 2. تجهيز زاوية في الفصل للقراءة.
 3. المحافظة على نظافة المدرسة.
 4. مقصف ريعه يصلح لإقامة حفل في نهاية الفصل.
- قد يمتد المشروع التعاوني أياماً عدة وربما أسابيع عدة. ناقش: ما أهم قيمة احتجت إليها في مشروعك التعاوني؟

طلبة المرحلة الجامعية

ذكر ابن القيم في مدارجه مرتبتي "الفتوة" و"المروءة"، وهما منزلتان تحثان على التعاون مع الآخرين، ولكن وفق منهج رفيع:

- الفتوة في حقيقتها هي منزلة الإحسان إلى الناس، وكفّ الأذى عنهم، واحتمال أذاهم.
- الفتوة هي الصفح عن عثرات الإخوان.
- وقيل: هي أن لا تحتجب ممن قصدك.
- وقيل: أن لا تهرب إذا أقبل طالب المعروف.
- وقيل: إظهار النعمة وإسرار المحنة.
- وأصلها: استرسال الناس في فضلك، فيكون استرسالك سبباً لنيلهم لفضلك، وقبض العنان سبباً للحرمان.
- ثم تسعهم بخلقك، باحتمال ما يبدو منهم من سوء العشرة بالعفو.

- والفتوة: أن لا تشهد لك فضلاً ولا ترى لك حقاً.
 - من مظاهر الفتوة: ترك الخصومة، والتغافل عن الزلة، ونسيان الأذية.
 - والفتوة في حق الله: أن تخاصم بالله وفي الله وتحاكم إلى الله.
 - وأما "نسيان الأذية" فهو أن تنسى أذية من نالك بأذى ليصفو قلبك له ولا تستوحش منه.
 - ونسيان إحسانك لمن أحسنت إليه، حتى كأنه لم يصدر منك.
 - ومن مظاهرها: أن تقرب من يقصيك، وتكرم من يؤذيك، وتعتذر إلى من يجني عليك، سماحة لا كظماً، ومودة لا مصابرة. ﴿وَمَا أَصَابَكُمْ مِنْ مُصِيبَةٍ فَمَا كَسَبَتْ أَيْدِيكُمْ وَيَعْفُو عَنْ كَثِيرٍ﴾ [الشورى / 30]. فإذا علمت أنك بدأت بالجناية فانتقم الله منك على يده، كنت في الحقيقة أولى بالاعتذار، والفتوة أن لا تطوي عنه بشرك ولا برك.
 - وفضيلة "المروءة" تتلازم مع فضائل الفتوة هذه.
 - وفي النفس ثلاثة دواعٍ متجاذبة، هي داعي الاتصاف بأخلاق:
1. الشيطان.
 2. الحيوان (داعي الشهوة).
 3. الملك: الإحسان، النصيح، الطاعة.
- قال بعض السلف: خلق الله الملائكة عقولاً بلا شهوة، وخلق البهائم شهوة بلا عقول، وخلق الإنسان وركب فيه العقل والشهوة.
 - قيل: "المروءة" غلبة العقل على الشهوة.
 - هي تجنب الدنيا والردائل من الأقوال والأخلاق والأعمال.
 - ومروءة الخلق: سعته وبسطه للحيب والبغيض.
 - ومروءة المال: الإصابة ببذل مواقعه المحمودة.
 - ومروءة الجاه: بذله للمحتاج إليه.
 - ومروءة الإحسان: تعجيله وتيسيره ونسيانه بعد وقوعه.
 - ومروءة الترك: ترك الخصام والمعاتبة والمطالبة، والتغافل عن عثرات الناس.
 - و"المروءة" على ثلاث درجات:

أ. مروءة المرء مع نفسه: وهي أن يحملها قسراً على ما يجمل ويزين؛ فمن أراد شيئاً في سره وخلوته، ملكه في جهره وعلا نيته. فلا يكشف عورته في الخلوة، ولا يتجشأ بصوت مزعج، أو ينهم عند أكله وحده. فلا يفعل خالياً ما يستحي من فعله في الملاء (من غير الجماع أو الخلاء).

ب. مروءة مع الخلق: فيستعمل معهم شروط الأدب والحياء والخلق الجميل.

ج. المروءة مع الحق سبحانه: بالاستحياء من نظره إليك، وإطلاعه إليك في كل لحظة ونفس، وإصلاح عيوب نفسك جَهْد الإمكان، فإنه قد اشتراها منك. وليس من المروءة تسليم مبيع فيه من العيوب.

وفي سلسلة أسماء الله الحسنى، نقرأ الاسم "المعين".

المَبْحَث السادس قيمة الاحترام

سنبدأ نقاش هذا المَبْحَث باستعراض نتائج إحصائية...
وهذه قائمة بالقيم التي تعد مهمة لدى بعض الناس، والسؤال لكل منها: على مدار عشر
السنوات الماضية، هل تشعر أن القيم الآتية صارت أقوى أم أضعف؟

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

وضمن ذات الاستبيان نلاحظ السؤال التالي : وأي من هذه القيم يقلقك في كونه خُلُقاً يمارسه الناس؟

السلوك	النسبة %
ملازمة الآخرين	39
قلة الاحترام	30
الامانة والصدق	24

وضمن سؤال: "هل تعتقد أن معايير قبول التصرفات لدى الناس من عدم قبولها تزيد في الاتجاه الموجب أم السالب؟ أم ما زالت على ما هي عليه؟" وهذه هي الإفادات.

الملاحظ	النسبة %
تتحسن Getting better	6
تتراجع Getting worse	66
على ما هي عليه Staying about the same	26

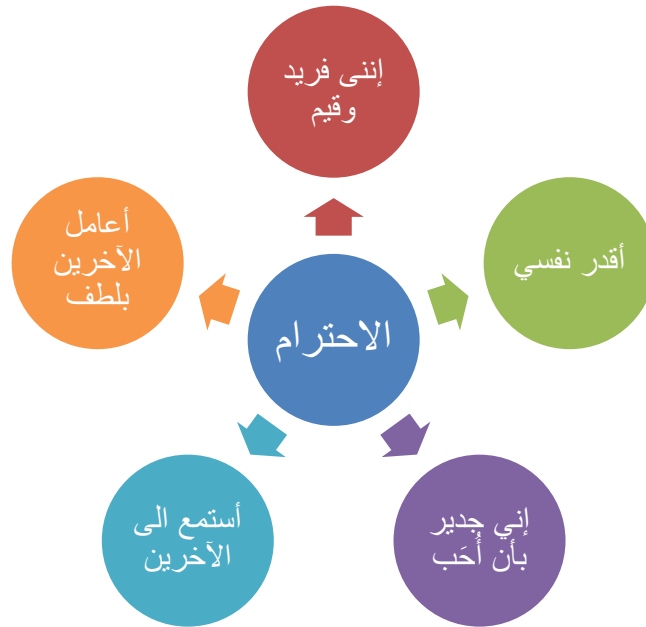
الوصول إلى المفهوم الخاص بقيمة الاحترام

في البدء، حدد مسار لقيمة الاحترام، أي انظر القضايا التي لها علاقة بالاحترام، وحددها في دوائر مرتبطة بدائرة مركزية هي الاحترام.

نقاط التأمل في قيمة الاحترام

الشريحة

3- 7 سنوات



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

الغايات أن:

- 1- نعبر عن شيء جيد يقوم به الأطفال بأيديهم.
- 2- يسمي كل تلميذ صفتين موجبتين أو أكثر من صفاته الخاصة.
- 3- يخبر التلميذ رفيقه في الصف عن صفة من صفاته الشخصية.
- 4- يحدد التلميذ السلوك اللطيف تجاه الآخرين.
- 5- يتكلم التلميذ باحترام إلى المعلمين وإلى زملائه خلال تمارين فض النزاعات.

الحوار

"تمرين المرأة".

ضع مرآة في زاوية من الغرفة مع ستارة حولها. وأخبر الأطفال أنهم سيرون شخصاً مميزاً، لطيفاً قوياً محبوباً فريداً، وأن هذا الشخص موجود خلف هذه الستارة. واطلب إلى الأطفال أن لا يخبر بعضهم بعضاً عما شاهد. النقاش: إذن، كل واحد منا فريدٌ قيم، والاحترام يكمن في أن أعرف أنني جدير بأن أحب. أعدّ ما يمكّن كل طفل من صناعة نجمة، يكتب اسمه عليها، ومن الخلف يكتب عبارة "جدير بالمحبة"، واجعل الطفل يلون نجمته ويزينها بما لديه من مواد.

نشاط

حوار "يدي"

اسأل: متى تشعر بالارتياح تجاه نفسك؟ غالباً ما يجيب الأطفال بأنهم يشعرون بذاك الشعور، عندما يساعدون غيرهم. إذن، القيام بأشياء جيدة نشعرنا بالارتياح. يقوم كل طفل بطبع يديه الاثنتين، ونقوم بقص شكل يدي كل طفل، ونضعهما على قطعة ورق كبيرة ضمن دائرة. كل طفل يعمل ذلك بنفسه. ومن الممكن مساعدتهم على ذلك.

نشاط

يتحدث المعلم بعد ذلك معهم، ويلفت انتباههم إلى الحقيقة بأنه يمكن لليدين أن تقوموا بأعمال جيدة أو أعمال تبعث على الحزن، مثل: ضرب الآخرين، قرصهم. اسأل كل طفل عن الأمور اللطيفة التي يتمنى أن تقوم بها يداه. اكتب أجوبتهم في الدائرة التي وضعت داخلها اليدين.

أغنية

الرسم (صنع
بطاقة)

عن اليدين وما تفعالن، قبله لماما، معانقة بابا.
فم بقص قطعة على شكل قلب من بطاقات ملونة. ومن الممكن
رسم يد الطفل على القلب. واطلب إلى كل طفل كتابة العبارة الآتية
خلف القلب: تقوم يداي الصغيرتان بأمر جيدة، يمكنهما.....
اكتب رد الطفل (مساعدة الآخرين، مساعدة أبي على استضافة
ضيوفه، رمي القاذورات في المكان المخصص لها. للطفلة مثلاً:
جلي الصحون مع ماما).

ويمكن للمعلم أن يكتب الكلمة منقطة للأطفال في سن الخامسة،
ليعيد هؤلاء الأطفال الوصل بين النقاط بأقلامهم.
اليوم، أريدكم أن تعددوا بعض الأمور التي تتصفون بها وتحبونها.
هل يستطيع أي منكم أن يعدد لي بعض صفاته؟ (جميل، ناعم،
محب، مفيد، مثابر،..)

نقاش

والأستاذ يمكنه أن يشجع التلميذ غير المتناغم بأن يجلس في دائرة
مع زملائه الآخرين، ويمسكوا بأيديهم، ويطلب إلى كل طفل أن
يسمي صفة، كأن يقول الطفل: طارق ولد مثابر. ويقول الأستاذ
نيابة عن طفل مشاغب: مصطفى ولد محب.
ملاحظة للمدرس: من الأهمية أن تنثني على كل صفة موجبة،
وتحفظها للطفل الذي نطق بها.
أورد "ديان تيلمان" في كتابه "أنشطة القيم الحية" قصة لـ "جون
ماكونيل" يقول فيها:

قصة "النمرة
ليلي"

اعتقدت النمرة ليلي أن خطباً ما بها. فخلافاً لكل النمرور التي
عرفتها، لم تكن مرقطة باللون الأسود، بل اللون الزهري. كان
ذلك يشعرها بالحرج، فالنمرور في الجوار كانت تتجاهلها، وحتى
عائلتها كانت تتجنبها. كان ينتابها- أحياناً- الخوف والحزن
والأسى، وأحياناً أخرى الغضب الشديد. قررت ليلي المضي بعيداً
عن أهلها، ولما انتابها الإعياء نامت. واستيقظت على حس لسان
يداعب أنفها، فإذا بنمرة مرقطة بالأخضر. لم تصدق ليلي ذلك،
فعانقتها فرحةً، وقصت عليها قصتها الحزينة. واستها النمرة
المرقطة باللون الأخضر، وأخبرتها أن ذلك يعد تفرداً لا شذوذاً،
وما عليك سوى أن تفكري بإعادة الاحترام إلى نفسك. فاحترام
الذات هو أن نحب أنفسنا، حتى عندما لا يحبنا أحد، بأن نبحت
عنها في أنفسنا، وأن نقدر الصفات الموجبة في أنفسنا. أجهشت
ليلي بالبكاء، وقالت: ما عسى أن تكون صفاتي الموجبة؟ ربما
تكون في سرعتي، فأنا سريعة؛ كما لدي حب اللعب مع الآخرين،
ولدي عينان ذهبيتان. إذن، لا بأس إن كنت مختلفة، لا بل إن رقطي

يزيدني رونقاً. وإذا كانت النمر الأخرى لا تقدر رقطي، فلا بأس، إني أرغب في أن أكون فريدة متميزة. قررت ليلي العودة إلى ديارها، وهرع الأهل إلى استقبالها. أمها وأبوها لاحظا أن ثمة تغييراً قد طرأ على ليلي، فقد بدت متوهجة مشرقة، إنها ظريفة فعلاً، وتساءلا: لم لم يلحظا ذلك من قبل؟

نقاش

لماذا شعرت ليلي بالحزن؟
لماذا هربت؟

من رأت عندما أفاقت من قبيلولتها؟
ما الصفات التي تميزت بها ليلي؟ هل من صفات أخرى؟
هل فرحت عندما علمت بأنها مميزة؟
وأنت بماذا تشعر عندما تفكر في صفاتك؟ ما صفاتك المميزة؟
ارسم صورة من صور القصة.
يكمن الاحترام في أن أحب نفسي كما أنا. ماذا يعني هذا؟

رسم
نقاش

اطلب إلى كل طفل أن يتمدد على قطعة من الورق موضوعة على الأرض، على حين يعين طفل آخر بالقلم حدود جسمه (صورته الظلية). بعدها يقوم كل تلميذ بقص صورته الظلية. يمكن لكل تلميذ أن يرسم ثيابه ويلونها. وتعلق اللوحة في الصف.

رسم
"صورتي
الظلية"

يمكن أن تكتب صفات كل تلميذ والأنشطة التي يود مزاولتها في هيئة عقد يعلق على عنق الصورة الظلية.
ناقش هذه الفكرة: يكمن الاحترام في أن أعامل الآخرين بلطف.
ما معنى ذلك؟

نقاش "منح
الاحترام في
المدرسة"

ما طرق معاملة الآخرين بلطف في المدرسة؟
بأي طريقة تحب أن يعاملك زملاؤك في الصف؟
كيف نظهر الاحترام عندما نتحدث مع الآخر؟
ما الأشياء التي يظهرها الآخرون وتدل على أنهم يحترمونك؟
(نبرة الصوت، تعبيرات الوجه،..)

نقاش "منح
الاحترام في
المنزل"

كيف نبدي الاحترام في المنزل؟ كيف نُظهر الاحترام، عندما نطلب أمراً؟ (قولك: أرجوك، إذا سمحت، ..)

التلفاز

كيف نبدي الاحترام عندما نستمع للآخرين؟ بم نشعر عندما يستمع الآخرون إلينا؟
فكر في شخص تحترمه. لماذا تحترمه؟ قد يكون مبعث الاحترام قيامه بعمل مميز. ما هذا العمل؟
اصنع إطاراً تلفازياً من الكرتون يكفي حجمه لظهور طفل من خلاله، اطلب إلى كل طفل أن يحكي قصة عن الاحترام من خلف الإطار.

تحيات من
العالم
(اللغة
الإنجليزية)
تمرين "فض
النزاع"
نقاش

تعليم إلقاء التحية على الآخرين بلغتهم، فهي طريقة نظهر فيها الاحترام للآخرين. ليتعلم الأطفال أكثر من لغة في إلقاء التحية.
إظهار قيمة الاحترام أثناء فض النزاع.
متى تشعر بأنك فخور بنفسك؟
متى تقدر نفسك؟

نشاط
"التيجان"
درس الدين
عرض
"استشارة
الحواس من
كتابك"

أخبر الأطفال أنه: بإمكانكم اليوم صناعة تيجان فيها صفاتكم. لَوْن التاج، البسه في الساحة المدرسية ليتعرف الآخرون إلى صفاتك.

الشريحة العمرية المستهدفة 8-14 عاماً

- نقاط التأمل
- 1- أول أنواع الاحترام هو أن أحترم ذاتي، أن أدرك قيمة ذاتي.
 - 2- إدراك صفاتي الموجبة هو جزء من احترام الذات.
 - 3- احترام الذات أن أدرك أنني محبوب ومقدر.
 - 4- هو الإنصات جيداً إلى الآخرين.
 - 5- أن أدرك قيمة الآخرين أيضاً.
 - 6- الاحترام يولد الثقة.

نقاش

ما أهمية الاحترام؟ متى تشعر بالانشراف؟

متى تشعر بالاحترام الذاتي؟

قد يذكر الطلبة أن الانشراف يتم بمساعدة الآخرين (الإسهامات

المجتمعية: موتورولا، جونسون سيف كدر، مستشفى زين...)

سنبحث اليوم في صفتنا الشخصية. ثمة نقاط مشتركة بيننا

جميعاً، ما هي؟ (عَدِّدها معهم). ولكن أبرز سمات البشر أن لكل

إنسان شخصيته الخاصة، ومجموعة من الصفات الخاصة

الذاتية. فلنبدأ بوضع لائحة بالصفات الحسنة، وابدأ بالسؤال:

ما الصفات التي تعجبكم في رفاقكم؟

فكروا في شخص يثير إعجابكم. ما الصفات التي تسترعي

انتباهكم فيه؟

فكروا في أبطالكم المفضلين. ما صفاتهم التي تعجبكم؟

يمكن للأستاذ أن يستعرض صفات للطلبة (مثل: ودود، وفي،

لطيف، متعاطف، متعاون، متواضع، واثق، مجتهد، حساس،

متسامح، ..) واشرحها، وقل: إذا ساعدتم أحداً، فقد تكون الصفة

محبة أو مهتمة. وإذا أعدتم غرضاً إلى من أضاعه، تكون أميناً.

وهكذا.

قصة "النمرة ليلي".

قصة

واسأل:

كيف أبدت الشخصية عدم احترامها؟

لمَ لم تعامل ليلي باحترام؟

ماذا كان شعور ليلي؟

ما صور عدم الاحترام التي أبدتها بقية النمرور لها؟

كيف كان يمكن إبداء الاحترام؟

لم لا يبدي الناس- أحياناً- الاحترام؟

"عموماً، إن من يبدون عدم الاحترام، يفتقرون إلى احترام

أنفسهم في دواخلهم".

إن إحدى نقاط التأمل هي: من يعامل الآخرين باحترام، فسيلقى

الاحترام منهم".

تأكد من وضع لائحة الصفات- التي توصلت إليها في الدرس

الأول حول الاحترام- في مكان بارز في الصف.

مرر ورقة على نصف الصف، واطلب إلى كل تلميذ أن يكتب

اسمه في أعلى الورقة؛ ثم اطلب إلى النصف الآخر من الفصل

أن يكتب صفة موجبة عن شخص التلميذ الذي يرى اسمه.

صفاتكم

تمرين

"إظهار

صفاتي

الشخصية"

كل طفل يكتب في ورقة عن نفسه ما:

1- يحب.

2- صفاته.

3- أسرته.

4- يحب في الطبيعة.

5- حيواناته المفضلة.

6- عطاؤه للآخرين.

7- يؤمن به.

8- طعامه المفضل.

كل طفل يعلق صفاته في ناحية من الفصل، ويتعرف إلى صفات الآخرين.

أو كل طفل يصنع شجرة من صفاته ليشاركها الآخرون (تحفيز إحساسات اللمس واللون والرائحة مع شجرة الصفات الحسنة، أو تلك التي يتطلع إليها).

شجرة فيصل زهير المزيدي وشجرة مبارك وائل الشطي: "راح ابيك شجرتي الاستديو الأسبوع القادم، وأخليها جدام باب الوزير، بشوف شلون صايرة شيرته".

علم الأطفال كيفية إلقاء التحية بأكثر من لغة من اللغات الأجنبية. اقسم الصف إلى قسمين، ومرر على الشخص الأول من الصف الأول قلم رصاص، واطلب إليه أن يمرره إلى صاحبه، وهكذا إلى آخر تلميذ في الصف.

ثم أعد الكرة، واطلب إلى كل تلميذ أن يجتهد في تمرير القلم باحترام إلى التلميذ الذي يليه.

حاورهم في الشعور الذي انتابهم في كلا الأسلوبين.

هل كان هذا ليحصل لو أبدى الشخص المعني الاحترام؟ ساعد الطلبة على حل المشكلة بإيجاد حلول بديلة، وأثن على الأفكار الجيدة التي يتوصلون إليها.

علم الطلبة هذه العبارة لاستعمالها عندما لا يروقهم تصرف شخص ما (كالشتم...)

"أشعر..... عندما..... لأنك....."

"أشعر بالاستياء، عندما تحدثني عن خالد، لأنه زميلي في الدراسة".

"أشعر بالضغط، عندما تلح علي بالتدخين، لأنني قلت لك من قبل: إنني لا أرغب في ذلك. أرجو منك أن تحترم خيارتي".

اطلب إلى الطلبة صياغة استراتيجيات "أشعر".

اللغة

نشاط

تمرين

"تمرير قلم

الرصاص"

"الشعور

بالاحترام"

فض

النزاع

أساليب
لإظهار
الاحترام

الاحترام هو أن أدرك قيمة الآخرين.
ننال الاحترام بإدراك قيمتنا.
كيف نظهر احترامنا للطبيعة؟
كيف نظهر احترامنا للأشياء؟
كيف نظهر احترامنا للأمكنة العامة؟
كيف نتأكد من أننا أظهرنا الاحترام اللازم؟

بطاقات
الموقف
وتحفيز
العقل
والقلب

البطاقة 1

- استعار أحد الطلبة في صفك قلمك المفضل الأسبوع الماضي، ولم يعده إليك، ولم تره يستعمله اليوم في الفصل.
- ما شعورك تجاه هذا الأمر؟
- ماذا يمكنك أن تفعل؟
- إذا قررت التحدث إليه، فماذا تقول؟

البطاقة 2

- تشاجر زميلان لك في الصف، والآن لا يكلم أحدهما الآخر.
- ما شعورك؟
- ماذا ستفعل؟
- إذا قررت التحدث لهما، فماذا ستقول؟

البطاقة 3

- رسبت لتوّك في امتحان مهم.
- ما شعورك؟
- أما زلت ترى نفسك شخصاً صالحاً؟ (الجواب: نعم)
- ماذا تمنيت أن تكون نتيجة الامتحان؟
- كيف يمكنك تحسين نتيجتك في المرة المقبلة؟
- ماذا تقول لنفسك من أجل الحصول على ما يشجعك؟
- دور المدرس تحاشي الأوامر، بل الإنصات والتوجيه والتشجيع، سواء كانت أجوبتهم مناسبة أو لا.
- تجسيد الاحترام في لوحة.
- حط عصفوران على شجرة. أحدهما كان يعلو الآخر. قال الذي في الأعلى: يا لها من أوراق خضراء، والذي في الأسفل قال: أنهزأ بي؟ ألا تراها بيضاء؟ وكادا يتعاركان لاختلاف وجهات النظر، إلى أن قرر العصفور الذي في الأسفل أن يصعد للأعلى،

الرسم
قصة
"العصفوران"

فيرى بالفعل أنها خضراء، ونزل الذي في الأعلى للأسفل، ليرى أنها كانت بالفعل بيضاء.

ويمكن تأكيده بالسؤال، وبما استعرضناه من تغيرات سلوكية تشهدها عموم الساحة تجاه تزعزع الالتزام في ممارسة القيم، الذي يبين حجم الفجوة الكبير في انخفاض معدلات الالتزام السلوكي للقيم، وهو:

هل تعتقد أن معايير قبول التصرفات لدى الناس من عدم قبولها تحقق نمواً في الاتجاه الموجب أم السالب، أم ما زالت على ما هي عليه؟ وقد كانت الإجابات كما يلي:

Do you think that society's standards for acceptable and "unacceptable behavior are getting better, getting worse, "or are they staying about the same?		
		%
	Getting better	6
	Getting worse	66
	Staying about the same	26
	Not sure	2

إن نسبة 66% تعد نسبة عالية، و تؤكد مدركات الجمهور في الولايات المتحدة تجاه الانحدار في سلوكياتهم المجتمعية.

الشريحة المستهدفة الطلبة الجامعيون

والآن لنناقش نتائج هذه الاستبانة حول قيمة الاحترام داخل الأسرة والتي أجرتها مؤسسة PEW الأمريكية.

Family Fights More Prevalent Among Young Adults			
	Yes	No	Don't know
	%	%	%
Argued with family member in past year			
All adults	25	75	*=100
18-29	42	58	0=100
30-49	27	72	1=100
50-64	18	82	*=100
65+	9	91	*=100

وكذلك حين تصل نسبة الشجار والعراك لنسبة 42% ما بين الشريحة العمرية ما بين 18-29 عام.

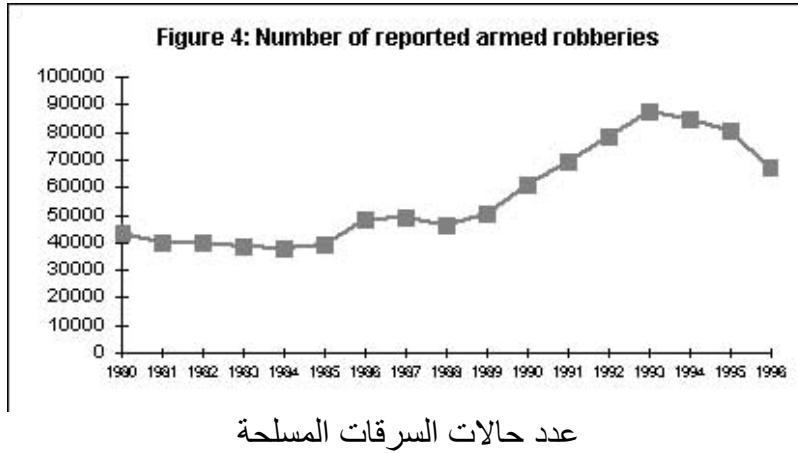
جاء في مدارج السالكين، في مقام "التواضع"، وهو مقام يفرض أن تمارس قيمة التواضع جنباً إلى جنب مع قيمة الاحترام، بيان لهذه القيمة:

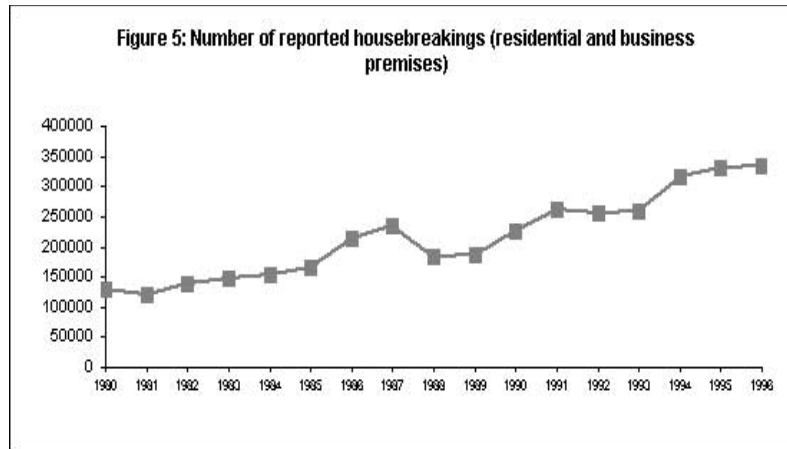
- ﴿وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا﴾ [الفرقان/ 63]. و"الهون" هو الرفق واللين. ولكن عباد الرحمن..
- ﴿وَالَّذِينَ مَعَهُ أَشِدَّاءُ عَلَى الْكُفَّارِ رُحَمَاءُ بَيْنَهُمْ﴾ [الفتح / 29].
- وفي الحديث الشريف: «ما انتقم رسول الله صلى الله عليه وسلم لنفسه قط» [صحيح البخاري].
- وكان صلى الله عليه وسلم يعلف الشاة، ويأكل مع الخدم، ويجالس المساكين، ويمشي مع الأرملة واليتيم، ويبدأ من لقيه بالسلام، ويجيب دعوة من دعاه ولو إلى أيسر شيء.
- وقيل: التواضع أن لا ترى لنفسك قيمة.
- والتواضع في الدين هو الانقياد لما جاء به الرسول صلى الله عليه وسلم .
- فإذا كان الله قد رضي أخاك لنفسه عبداً، أفلا ترضى أنت به أخاً؟ فعدم رضاك به أخاً هو الكبر عينه.
- ولا تصح لك درجة "التواضع" حتى تقبل الحق ممن تحب وممن تبغض، فتقبله من عدوك كما تقبله من وليك.
- كذلك من أساء إليك ثم جاء يعتذر، فإن "التواضع" يوجب عليك قبول معذرتة، حقاً كانت أو باطلاً، وأن تكل سريرته لله.
- وعلامة الكرم والتواضع أنك إذا رأيت الخلل في عذره، فلا توقفه عليه ولا تحاجه. وقل: يمكن أن يكون الأمر كما تقول.

وقد جاء في أسماء الله الحسنى: "الحيي" و"المجيب" و"السميع".

المَبْحَث السابع قيمة المحبة

لشريحة الجامعيين نستعرض من الدراسات القيمة التي أجريت في أمريكا وكندا نستعرض، معدلات حالات القتل وحالات السرقة وحالات مدهامات المنازل وهي كما يأتي:

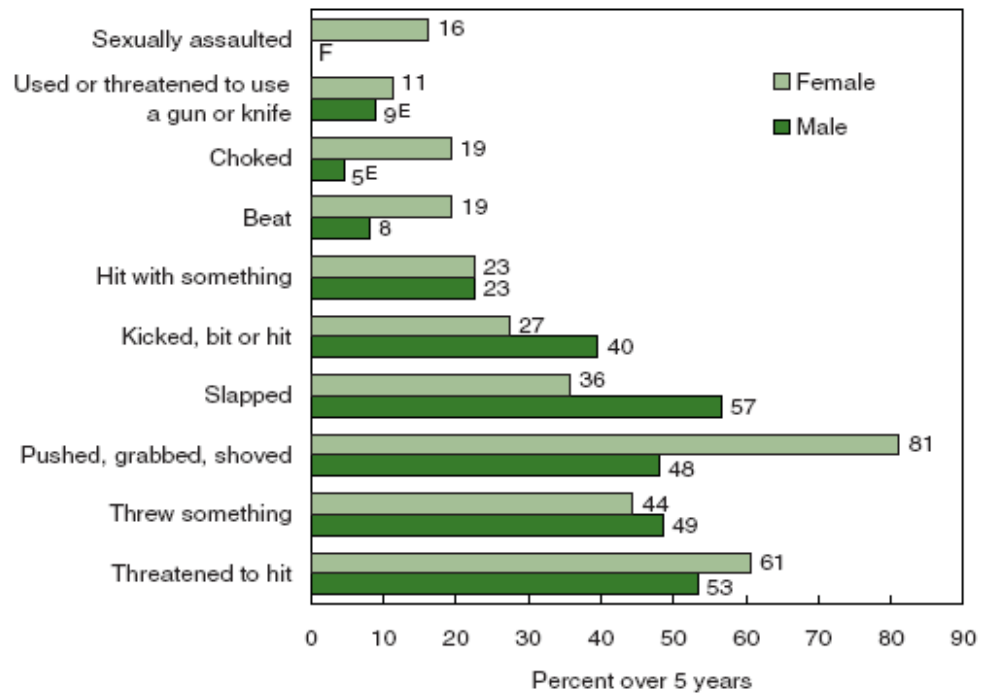




عدد حالات مداخلات المنازل عنوة

وفيما يأتي جدول بحالات العنف ضد المرأة في المجتمع الكندي العام 2006

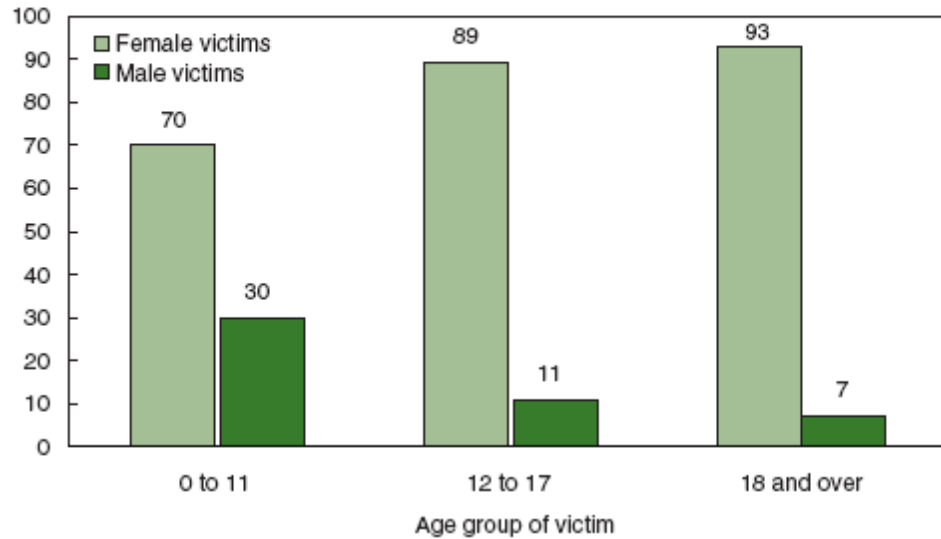
Types of spousal violence experienced by women and men, 2004



وحالات العنف المصاحبة للتحرشات الجنسية وفق النتائج التالية:

Sexual offences¹ recorded by police, by sex and age group of victims, 2004

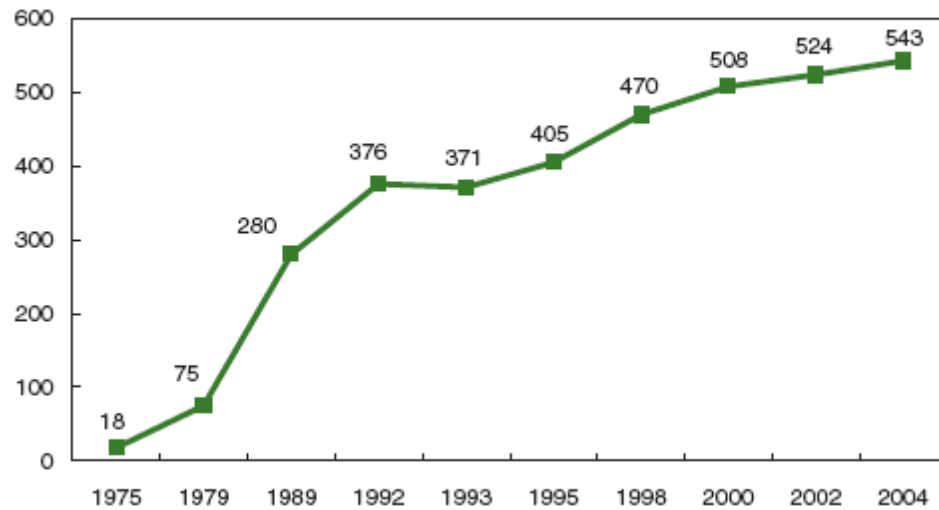
Percent of victims



وهذه إحصائية بعدد الملاجئ (مراكز الحماية) النسائية ونموها بسبب اضطهاد الرجل:

Change in the number of shelters

Number of shelters



Source: Statistics Canada, Canadian Centre for Justice Statistics, Transition Home Survey.

وحيال ملاجئ النساء والأطفال بسبب الاضطهاد:

Annual number of women and children using shelters, Canada



وضمن استبانة كانت حول "رغبة الناس في جمع الأموال، وتربية الأبناء ورعايتهم"، وشارك فيها أكثر من ألف شخص ضمن استفتاء أجراه الموقع الإلكتروني "تعليم القيم"، وجاءت الإجابات على النحو الآتي:

TeachingValues.com Poll

People are too interested in making money, not enough in caring about their families or communities

Response	Number	Percent	Graph
strongly agree	1127	39%	
somewhat agree	1359	47%	
somewhat disagree	275	10%	
strongly disagree	117	4%	

Total Number of Responses: 2878

Incidents like the recent school shootings show that moral values are not as strong as they once were

Response	Number	Percent	Graph
strongly agree	1422	49%	
somewhat agree	917	32%	
somewhat disagree	349	12%	
strongly disagree	188	7%	

Total Number of Responses: 2876

فما سبق من بيانات
إحصائية تستعرض
للتعقيب والتعليق الجماعي

الشريحة
7-3 سنوات

- نقاط التأمل
- 1- أنا محبوب.
 - 2- في داخلي محبة.
 - 3- المحبة هي العناية.
 - 4- المحبة هي المشاركة.
 - 5- المحبة هي أن تكون لطيفاً.
 - 6- المحبة تشعرني بالأمان.
 - 7- مع زيادة المحبة يزول الغضب.
 - 8- المحبة تعني أنني أريد الخير للآخرين.

مسار المحبة



من يحتاج إلى المحبة؟
من يرغب في الحصول على المحبة؟

حوار

"حيوان الأسفنج"

كان يا ما كان، في غابر الأزمان، محيط تعيش فيه مجموعات من حيوانات الأسفنج سعيدة.

كان المحيط يسمى محيط المحبة. كان كل من يعيش فيه مملوءاً بالحب. يوماً ما قررت أسفنجة أن تلاعب الأمواج، فوصلت فجأة إلى الساحل، وفوجئت بطفلة مكتئبة، كان اسمها مريم. لم تكن مريم تنظر إلى جمال المحيط والسحب.. التي افترشت السماء، بل كانت تنظر إلى الأسفل. يبدو أنها كانت حزينة. استغربت الأسفنجة حزن مريم في مثل ذلك النسيم العليل.

حيثها الأسفنجة: السلام عليك يا طفلي. ماذا دهاك؟ هل أنت غير سعيدة؟ قالت: أجل.

أحياناً يشعر كل منا بالحزن؛ ثم قالت الطفلة: لم أر قط أسفنجة بوجه سعيد مثلك.

ما سر سعادتك؟ قالت الأسفنجة: إنني أعيش في "محيط المحبة"، حيث يمتص الأسفنج السعادة والحب على نحو دائم. ولذا، يبقى الأسفنج سعيداً. نحن نشارك الآخرين السعادة هذه. واللحظة الوحيدة التي لا نكون فيها سعداء، هي عندما تتعرض الواحدة منا إلى حادث أليم، أو لا يكون باستطاعتها امتصاص المحبة من المحيط. استغربت مريم ذلك، وقالت: وماذا تفعلون حينئذ؟ قالت الأسفنجة: نشترك جميعاً. نحن معشر الأسفنج.

كي نحيط بالأسفنجة تلك، فنمتص الحب من المحيط، ثم نعصر أنفسنا من أجل أن نمناها السعادة والحب. العملية يسيرة. أنا سعيدة بلقائك يا أسفنجة. هل تعتقدين أننا- نحن البشر- يمكننا أن نشترك- أيضاً- في منح الصديق الحزين محبة، نزيل بها حزنه مثلما تفعلون؟ أجابت الأسفنجة: بالطبع. فقالت مريم: ولكنني لست أسفنجة، فأنا من جنس الإنسان.

قالت الأسفنجة: لا يهم. عليك أن تؤمني بالحب مثل الأسفنج. يمكنكم- معشر البشر- أن تغمروا أنفسكم بالمحبة، ويمكنكم أن تمنحوها للآخرين. انتعشت مريم، وامتلأت بالمحبة. وقالت: هذا عظيم. سأذهب لأفعل ذلك. وأخذت تستنشق الهواء بقوة، وتخيلت أنه هواء مملوء بالحب. فابتسمت، وقالت: هذا صواب. لقد شعرت بالسعادة. قالت الأسفنجة: هل لاحظت كيف أنه عمل يسير؟ إننا جميعاً- تجاه الحب- متشابهون".

نقاش

1. أين كانت تعيش الأسفنجة؟
2. ما الذي أدهش الأسفنجة عندما رأت الفتاة الصغيرة؟
3. متى تحزن حيوانات الأسفنج؟
4. ماذا تفعل حيوانات الأسفنج عندما تشعر بالحزن أو الغضب؟

رسم

يرسم الأطفال صوراً من القصة. يصنعون بأنفسهم أسفنجات، ويمكنهم تزيينها وإضافة ملامح للأوجه عليها. يشكلون دائرة، ويرفعون أسفنجاتهم إلى أعلى، ليشعروا بأنها تهبهم الحب.

حوار
نشاط

هل شعرت من قبل بالحزن؟ بالغضب؟ يقف الأطفال في دائرة، واطلب إليهم أن يقولوا: "أنا أشعر بأنني مفعم بالمحبة، عندما....."، ويكملوا الجملة بعبارات من عندهم (ألعب مع صديقي، نتشاطر المأكّل، نذهب إلى حديقة الحيوان، أشاهد باقي الأطفال سعداء،..).

حوار

- ما الذي يجعلنا سعداء، عندما نتشاطر المأكّل، أو نلعب معاً؟
- ما طرق منح المحبة؟
 - ماذا يحدث عندما نبتسم لشخص ما؟
 - ماذا يحدث عندما نساعد شخصاً ما؟
 - ما شعورك عندما تكون بحاجة إلى مساعدة وتجد شخصاً يساعدك؟

رسم

"القلوب والصفات".
كيف كان سيبدو عالمنا لو أن كل شخص استطاع أن يرى
الصفات الموجبة للشخص
الآخر؟

زود الأطفال بأدوات لصنع قلب ورقي. اسمح لهم بتلوين
هذه القلوب، ثم ليكتب كل منهم اسمه على ظهر القلب
الخاص به.

يجمع المدرس القلوب، ويضعها في صندوق، ثم يأخذ القلوب
من الصندوق واحداً واحداً، ويعطي كل طفل قلباً منها. يجب
أن يحب الطفل القلب. اطلب إلى الأطفال في سن الست أو
السبع كتابة صفة للقلب الذي أخذوه.
المحبة عطاء، نعمة من السماء.. المحبة كالماء، من دونه
إلى فناء.. المحبة هواء، من دونه لا حياة.

أغنية

اقرأ قصصاً عن أشخاص محبين لهم تصرفات في المحبة.
ليرسم الأطفال مشهداً من القصة.
"سيرة الرسول ﷺ في مؤاخاة الأوس والخزرج تنم عن حب.
تبرعات أطفال العالم لأطفال غزة ينم عن حب. رغبة والدي
في اللعب معي أو شراء مستلزماتي تنم عن حب. سهر
والدتي لأجلي عندما أمرض ينم عن حب. ونحن في عرضنا
لهذا البرنامج على المربين ينم عن حب لهم.. وللكويت..
وللعالمين العربي والإسلامي.. ولبني الإنسان.
"أنواع مختلفة من القلوب".

قصة

حوار

ما شعورك عندما تكون ذا قلب كبير؟ قلب حزين؟ ما تصرفات
صاحب كل قلب
من تلك القلوب الكبيرة: العطاء، الابتسامة، الصبر، الحنو، عدم
التكبر؟ أو البائسة:

الحزن، اليأس، كره الآخر، الأنانية؟
يرسم الأطفال قلوباً كبيرة كل منها بذراعين ورجلين. اطلب
إليهم أن يمنحوا ما رسموه إلى

رسم

شخص يعبر عن هذا القلب. اسألهم لماذا اختاروه؟
هل هناك أنواع أخرى من القلوب؟ كالسعيدة، القاسية، الرحبة.
ليرسم كل منهم قلباً يعبر عن تلك الصفة، ويكتب عليها تلك
الصفة.

حوار

اطلب إلى الأطفال أن يتذكروا مناسبة شاركهم فيها أحد شيئاً ما.

ما الذي ترغب في أن يشاركك الأطفال فيه؟
هل من الصعب أحياناً أن نشارك الآخرين؟ (إذا كانت الإجابة بنعم، أثن على الإجابة،
وقل: أحياناً يصعب علينا أن نشارك).

ما الأشياء التي يسهل علينا مشاركتها؟ (اللعب، العطاء للفقراء، المشاركة بالمال لإقامة مشروع تجاري).

اطلب إلى الأطفال أن يثنوا قطعة من الورق نصفين مرتين، ثم اطلب إليهم أن يرسموا الأنواع الأربعة للقلوب (السعيد، الكبير، القاسي، الرحبة)، ويقرروا ما يقوله كل قلب.

أتح فرصة للأطفال ليصنعوا طعاماً على هيئة قلب. وإذا توافر فُرْن، فيمكنك مساعدتهم على صناعة البسكوت. وفي حال عدم وجوده، يمكنك تقطيع خبزة على هيئة قلب.

اطلب إلى كل طالب أن يصنع قلباً مثل الذي صنعه (لاحظ حاسة المذاق).

اطلب إلى الأطفال أن يصنعوا قلباً من الورق لأبيهم أو أمهم. "مارس تمرين الامتلاء بالمحبة".

قل: اليوم، سنرى كيف يمكننا استعمال قلوبنا معاً لتتعلم. فمن اليسير فض النزاعات بقليل من المحبة.

ارسم قلباً على الأرض كبيراً يكفي لدخول طفلين داخله. اذكر نزاعاً حصل بالفعل. اطلب إلى الأطفال أن يتذكروا أول شيء أدى إلى حدوث هذا النزاع. لا تصدر الأحكام وامدحهم، لأنهم عادوا بذواكرهم ليحددوا بداية سلبية.

قل: الآن أريدكم أن تفكروا في عمل شيء مختلف في اللحظة التي بدأ فيها النزاع، أو أول عبارة سلبية. في كل مرة يأتي الأطفال ببديل يتسم بالمحبة أدخلهم في القلب المكتوب عليه "في قلوبكم معنى موجب". يمكنك استعمال التقنية ذاتها مع كل نزاع ينشب مستقبلاً.

ما الأشياء التي تثير النزاع في الملعب؟
ما الأشياء التي تثير نزاعاً في الفصل؟
"زهرة المحبة".

حوار

ماذا تحب؟

من تحب؟

ما الذي تحبه في نفسك؟ كيف تعتني بشيء تحبه؟
كيف تتحدث مع من تحب؟

اصنع أو ارسم الأشياء التي يحبها كل طفل، وسيكون من
ضمنها ورود.
"المحبة عناية".

حوار

ماذا تحب في الطبيعة؟

كيف تعتني بالطبيعة؟

(راجع مَبْحَث البساطة)

زيارة حديقة المدرسة أو متنزه، وليلتزم الأطفال بما ذكروه،
كعدم إلقاء

ممارسة

القمامة، أو رغبتهم في زراعة بعض الأزهار، أو الحرص
على عدم السير على النباتات.

قول الصالحون: "وفي المنع عطاء".

"أريد ما هو خير لك".

حوار

"في

المنع محبة"

المحبة تعني أنني أريد ما هو خير للآخرين. ما معنى ذلك؟
فكر في شخص محب. هل يمكنك أن تصفه؟ ما الأشياء التي
يفعلها؟

هل تريدك والدتك أن تأكل أشياء مفيدة؟ لماذا؟ هذا صح. فهي
تحبك، وتود أن تراك بصحة جيدة، إنها تريد ما هو خير لك.

هل تريد والدتك أن تدخن؟ لماذا؟

"المحبة أن تكون لطيفاً".

حوار

اطلب إلى الأطفال التفكير في طرق لإظهار المحبة، ربما من
خلال مساعدة أمهاتهم، بإحضار أشياء لأبائهم، بالترحيب
بالضيوف.

كيف سيكون عالمنا لو أحب كل منا الآخر؟

حوار

أحبكم أحبوني

أغنية

في شغبي وسكوني

من الشرير احموني

إلى اللعب نادوني....

نقاط التأمل:

- 1- عندما أمتلئ بالمحبة، يزول الغضب.
- 2- المحبة هي القيمة التي تجعل علاقتنا أفضل.
- 3- عندما تنتثر كلماتي الورود بدلاً عن الشوك، أجعل العالم مكاناً أفضل.
- 4- المحبة تعني أن أكون صديقاً محل ثقة.
- 5- مهمتنا أن نحرر أنفسنا، بأن نوسع دائرة عاطفتنا لنحضن جميع المخلوقات والطبيعة (آينشتاين).
الغايات:

- 1- زيادة مشاعر المحبة.
 - 2- زيادة المعرفة عن تأثيرات قيمة المحبة.
 - 3- إظهار مهارات اجتماعية راقية.
- ضع أغاني المحبة في الإذاعة المدرسية كل صباح، مع الإعلانات الإذاعية، أو في طابور دخول الفصل.
- اطلب إلى الطلبة أن يرسموا عالماً محباً، ينظموا قصائد عن المحبة، يلعبوا من سيربح المليون؟، يقيموا الأمسيات الشعرية، يرددوا نحن مجتمع غير أمة.
- خريطة لعالم محب بالاعتماد على مقولة آينشتاين السابقة.
- وخريطة ذهنية لعالم غير محب (يعني ماذا سيحدث إذا أحب كل واحد الآخر؟).

الأغاني

الشعر

خريطة ذهنية

تمارين الاسترخاء مهمة

يلاحظ أن جميع تمارين الاسترخاء تدور حول التأمل في السماء، ولاسيما نور النجمة الذي يغمرنا بالمحبة، أو السلام.

يستطيع المعلم أن ينتقي قصصاً عن حب الحيوان، أو شخص مريض، أو عزيز.

اقرأ قصة "زهرة الأمانى" وهي تتحدث عن فتاة تلتقي عجوزاً تمنحها سبع أوراق للأمانى، فتبذل كل الأوراق وتجعل الأخيرة لشفاء صبي مقعد.

قصص

حوار

يعلق بعض الطلبة على هذه القصة من زاوية أن شخصية
الطفلة بدأت

بالنضوج، فمن طباعها ما كان يدور حول الحسد والغرور
والغيرة، إلى أن حاولت أن تستعمل الأخيرة بحكمة، ومن قبل
كانت تتمنى كل شيء مادي، كانت تشعر بأنها غير سعيدة.
وعندما رأت الصبي ظهرت قيم كثيرة ناقضت الأمانى
المادية.

واجب منزلي
رسم

هل الأمانى والرغبات التي تتسم بالأنانية تجلب رضى وسعادة
في الحياة؟
ارسم جدولاً بسلبيات الفتاة وفضائلها.
اكتب قصة توضح ماذا كنت تفعل لو كانت لديك زهرة 'طيف
الشمس'.
ارسم الزهرة بأوراقها واكتب على كل منها أمنيته أو كلمات
تحبها.
"حديث القلوب".

اللغة

هل سمعتم بهذه التعبيرات: قاسي القلب، طيب القلب، كبير
القلب. ماذا يعني كل تعبير؟
هل تستطيعون إضافة تعبيرات جديدة؟ (من التعبيرات: حقير
القلب، فاتر القلب، خبيث القلب).
يعد كل طالب كتيباً من صور قلوب متنوعة. يرسم قلباً على
كل صفحة، ويضيف
عبارة تعبر عما يقوله القلب.
من واقع ما جرى تعلمه في الدروس السابقة، هل ثمة
شخصيات درسها الطلبة يمكن وصف قلوبها بما جرى التعبير
عنه: الخبث، الكبير،...

رسم

أدب

نشاط (الصديق الخاص)

يكتب كل طالب اسمه على ورقة ويضعها في صندوق. اسمح
لكل طالب بأن يختار اسماً واحداً فقط من الصندوق، مع الأخذ
بالحسبان عدم إعلان اسمه. وخلال أسبوع يتعين على كل
طالب أن يدون التصرفات والصفات الموجبة في الطالب الذي
اختار اسمه. في نهاية الأسبوع يصنع كل طالب بطاقة ويكتب
عليها بعض ما دونه من إيجابيات.

اسمح لكل طالب أن يقرأ ما دونه، وعلى بقية الطلبة تخمين من كُتِبَتْ عنه تلك الملاحظات.

حوار

"أنا محبوب وقادر".

قل: أريدكم أن تفكروا في نقطة التأمل هذه، ثم اسأل:
كيف تشعرون عندما تجدون أنفسكم محبوبين ومؤهلين للمحبة في الوقت ذاته؟
ما الذي لن تفعله تجاه زميلك؟
ما طبيعة الأعمال التي نقوم بها في هذه الحال؟ (المساعدة، اللعب الجماعي).
ما طبيعة الأعمال التي لن نقوم بها؟ (النزاع، الغضب، الكلمات البذيئة [كلمات الشوك])
متى تشعر بأنك محبوب؟ (أنت بو مبارك متى تشعر بأنك محبوب؟ لَمَّا يقدرك الناس؟ لَمَّا يشجعونك؟).
متى تشعر بأنك قادر؟ (لَمَّا تشعر بالمحبة؟).

سيناريو فيلمين
الشريحة
3-7 سنوات

المشهد 1	المسمع
طفلان يلعبان معاً بالعباب من الحيوانات.	أصواتهما وهما يقلدان أصوات الحيوانات وهي تطير، وتسبح.
مقطع وهما يركضان نحو الجدة.	يَدَه يَدَه: أقدر أحب الزرافة مثل ما أحب أختي رولا.
الجدة	أكيد. أصلاً أهم مثلنا أمم، مثل ما إحنا أمة من البشر.
تعليق	لنوسع دائرة المحبة لدينا، لتشمل حبنا للطبيعة من حولنا على ما تمنحه لنا من أزهار وشجر وثمر، والحيوان والطير جنباً إلى جنب.. مع البشر، فجميعنا خلق الله.
تعليق	المحبة تعني الاهتمام. مارسها تكسبك حب الآخرين وتجعلك قريباً منهم.

مشروع القلب الكبير أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.	
المشهد 2	المسمع
طفلان يلعبان الكرة في الملعب.	نسمع أصواتهما وأصوات أطفال آخرين يلعبون.
يتشاجران ويطرح كل منهما الآخر أرضاً	
مقطع الكاميرة في لقطة بعيدة (ل ب): نشاهد الأب وهو يسرع إليهما.	الأب: من الذي بدأ أولاً بالشجار؟
أحدهما	هو من شتمني أولاً.
الأب للذي شتم	يا صالح ارجع بذاكرتك إلى اللحظة التي ثار فيها نزاعك مع أخيك، واسأل: هل يمكنني أن أفرض النزاع بلفظة بديلة عن الذي تلفظته؟
تعليق	استبدل بكلمات الشوك كلمات الورد. تعوّد أن تفض نزاعاتك بالمحبة.
	مشروع القلب الكبير أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.

سيناريو فيلم

الشريحة

8- 14 عاماً

المشهد	المسمع
الأب يقود "البقي" Buggy مع ابنه، والابن في عمر 10 سنوات.	صوت "البقي" في البرية.
يقفان عند نبتة محاولين تحاشي دوسها.	الأب: حاول تحاشي دوس الأزهار والنباتات، وممارس المحبة معها، مثلما تمارس المحبة معي يا سعد.
الابن	وكيف أمارس المحبة يا أبي مع من لا أفهمه ولا يفهمني؟
الأب	ممارسة المحبة مع جارك تعني أنك تحب الخير له. وممارستك المحبة لوالدتك تعني أن تساعدنا وتتطلع لخدمتها. وممارستك الحب لوطنك تعني أن تتحاشى الرسوب، وتتطلع إلى النجاح حتى ترفع راية بلدك.

وممارستك المحبة لأخيك الإنسان تعني أنك غير أناني، وأنت تحب الخير له مثل ما تحبه لك. وممارستك المحبة للنباتات بأن لا تدهسها..الا تعلم من أنها تمنحنا ما نتنفسه من الاكسوجين، فهل جزاء الاحسان الا الاحسان يا ولدي!	
مشروع القلب الكبير أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية	تعليق

الشريحة الشباب

- نقاط التأمل
1. المحبة هي المبدأ الذي ينسج علاقات إنسانية، ويعززها بكرامة وعمق.
 2. المحبة حافز للتغيير إلى الأفضل والتطور والإنجاز.
 3. المحبة تكفل اللطف والتفهم والاهتمام، وتضع حداً لسلوكات الغيرة والتسلط.
 4. المحبة يمكن أن تكون لله، للوطن، لهدف عزيز، للعدل، للأخلاق، للناس، للطبيعة.
 5. محبة الرسول ﷺ تقتضي الاتباع.
- حوار
- هل تعتقد أن المحبة قيمة عالمية؟
هل تعتقد أنها حاجة إنسانية؟
هل يهتم أحد بالحرب في عالم ملؤه المحبة؟
في عالم من المحبة، ماذا يريد الحكام والقادة لمواطنيهم؟
- حوار
- "قوانين لعالم أفضل".
أي نوع من القوانين تشعرون بأنه سائد في المجتمع أو العالم الآن؟ (قانون الجشع، قانون التسلط على الآخرين، الذي يفوز هو أصحاب المقتنيات الأكبر، ..).
قسّم الطلبة إلى مجموعات، واطلب إلى كل مجموعة أن تضع قواعد لـ "قانون المحبة" (معاهدات التآخي بين المدن، بين الشعوب، هدية من شعب إلى شعب،
أرض تُمنح للمستثمرين لإقامة مشاريع، بين المدن المتآخية تذاكر السفر مخفضة لأنها تعد امتداداً لأرض الوطن،...)
ارسم خريطة ذهنية لـ "قانون المحبة".
"المحبة العملية".
- حوار
- ما الذي يعرقل وصولنا إلى أهدافنا؟ (التباغض، الكراهية،.....)
هل من المحبة أن يعطيك أحد ما شيئاً ما فيه أذى لك فقط لأنه يريد ذلك؟

مثال: (إعلانات التدخين، الكحول، شبكات ترويج المخدرات،..)	نشاط
اطلب إلى الطلبة كتابة شيئين يستطيعون فعلهما هذا الأسبوع في اتجاه تحقيق غاياتهم.	
"علاقات محبة".	حوار
كيف يُظهر مختلف أفراد الأسرة المحبة؟	
كيف تظهر محبة الأطفال إذا كنت أباً؟	
كيف تظهر محبة العائلة بين أفرادها؟ (شراء الهدايا، الأكل معاً، الدعاء للآخرين، زيارة المريض منها في المستشفى، مفاجأة أحدهم بما لا يتوقعه،...)	
ما نتائج عموم المحبة في البيت خلال الأسبوع؟	نشاط
اطلب إلى الطلبة إعداد لائحة بأنواع مختلفة من المحبة (لله، للوطن، أبوية، أمومية، أخوية، إنسانية، محبة للحيوان، للطبيعة،..)	
هل يستطيع المال شراء المحبة؟	حوار
لا، ولكن يمكنه أن يذل الأمور لتحقيق ذلك، ولكن المال ليس أبلغ من الاحترام والتقدير للغير، بأن تظهر ذلك في تعابير الوجه والكلمات الورد، والتودد،..	
هل يستطيع الفن أن يؤدي دوراً في نشر المحبة؟ (بطاقات هولمارك)	فنون

- 1- ليس للمحبة حدود، فهي تفيض على الجميع.
- 2- المحبة شعور محقق للذات، وليس رغبة أو هوى أو وجداناً تجاه الغير.
- 3- يمكن أن تكون المحبة للوطن، لهدف عزيز، للعدل، للأخلاق، للطبيعة.
- 4- المحبة هي المبدأ الذي ينسج العلاقات الإنسانية ويعززها بعمق.
- 5- هي حافز للتغيير إلى الأفضل والتطوير والإنجاز.
- 6- هي رؤية الخصائص الجمالية في كل فرد. فالكل جميل
- 7- تكفل المحبة الحقيقية الاهتمام والتفهم واللفظ، وتضع حداً لسلوكات الغيرة والتحكم والفراغ الوجداني (العاطفي).
- 8- تخيلوا أن كل واحد في العالم محب لطيف. كيف سيبدو حينها العالم؟ (تصوروا قادة أمم مختلفة من العالم
- محبين بعضهم بعضاً، علماء من جنسيات مختلفة منكبون على تطوير أحد المبتكرات لا حدود بين دولهم، كيف سيكون معدل النمو والتطور في العالم حينها؟)
- 9- نحن ندعو إلى أن تكون المحبة قانوناً فيما بين البشر. في تصورك، ما القانون المستشري بين البشر اليوم؟ هل هو الجشع، أم السلطة، أم أصحاب الممتلكات الأكثر؟
- 10- دعوة إلى توسيع دائرة المحبة لتشمل الجميع (الأجناس، الحيوان، الطبيعة، الأديان).

11- للذين يسخرون ولا يباليون، قل لهم: أنتم تسخرون لأنكم مصابون بخيبة أمل، أنتم الأناس الذين صنعوا العالم على النحو الذي نعيش فيه الآن. فما شكل العالم الذي تريدون؟ أنتم جزء من صانعي المستقبل. أي قرار يتخذه شخص ما هو اختيار له قيمة (سواء بالسلب أو الإيجاب).

12- ما رأيكم؟ كيف يمكن أن تتم توسعة دائرة الحنو والمحبة في المدرسة؟ ما الأشياء التي يمكن تحقيقها؟ هل أنتم مستعدون لإجراء تجربة مدة أسبوع؟ (من الممكن ممارسة ذلك من خلال استعراض أمني كل شخص، أو تقبل الآخرين بمحبة واحترام).

13- ملاحظة:

- إذا أبدى أحد تذمره من أن يكون "صديقاً حميماً" لشخص آخر، فمن الملائم الرد عليه بأنه من الممكن أن يكون ضمن قائمة معارفك؛ أي أن لا تكون فظاً في تعاملك معه.

- إذا أراد طفلي أن يأكل الحلوى فقط طوال الوقت فهل أكون أباً صالحاً إذا جلبتها له وسمحت له بتناولها؟ وماذا تكون عواقب ذلك؟

14- يمكن تعريف المحبة عملياً إذا كان ما يفعله شخص ما يسبب أذى لك أو لطفلك.

15- في العلم: هل ثمة علاقة بين العلم والمحبة؟ (هل اختراع الإنسان للأسلحة الفتاكة مبعثه المحبة؟).

في الفن: هل يستطيع الفن أن يعمق معنى المحبة؟ (جدارية المحبة بين الشعوب لرسم الطبيعة والوجوه بمختلف ألوانها...).

سيناريوهات أفلام

المشهد 1	المسمع
في كراج المنزل. الوالد مستغرق في تبديل زيت السيارة وإصلاح بعض الأعطال فيها، وابنه يساعده (عمره 15 عاماً)	
الوالد يطلب إلى ابنه	ناولني مفك مقياس 15، مفتاح مقياس 20، منشفة.
الابن	حقاً إن الإنسان أحرز تقدماً مذهلاً في المجالات التكنولوجية المختلفة فصار معمرًا للأرض (معرباً عن إعجابه بصناعة السيارة)
الوالد	هذا ليس صواباً.
علامات الاستغراب على وجه الابن	
الوالد	الجشع والكرهية وحب السيطرة جعلت الإنسان يصب إمكاناته الذكية الفذة في تطوير تقنيات فظيعة كأسلحة الدمار والقنابل. فالأسلحة متطورة كثيراً مقارنة بالمركبات التي نقودها. ولك أن تتصور يا خالد ماذا يحدث لو حُولت تلك الأموال لتطوير وإنجاز ما

يحفظ الإنسان من حوادث المرور. أما كنا لتتغير إلى الأفضل؟	
تلك هي المحبة التي نفتقدها فيما بين الشعوب. فهل في اعتقادك أن عمليات تطوير الأسلحة مبعثها المحبة؟	
المحبة تعني الاهتمام. مارسها، تكسبك حب الآخرين وتجعلك قريباً منهم. مشروع القلب الكبير أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية	تعليق

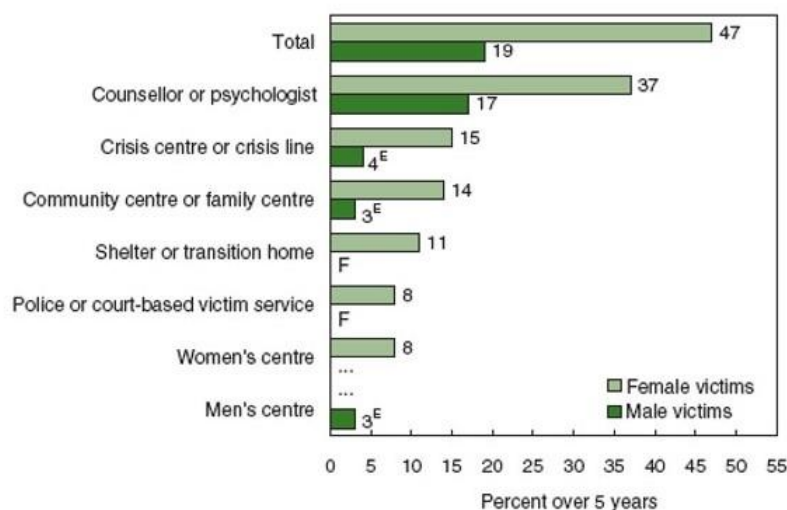
المشهد 2 (باللهجة الخليجية)	المسمع
الأستاذ في الفصل يناقش الطلبة. الطالب (عمره 17 عاماً)	أستاذ هذا ما يمكن تطبيقه. يعني شنك تبي تسوي؟ مجتمع مثالي؟ الكل فيه يحب الآخر، وخالي من الحروب؟
الأستاذ	يا أحمد، يعني تعتقد أنه لما اطلب من كل واحد فيكم رؤية الصفات الجمالية في كل فرد، وعلى ضوءها نتعامل معه، أنه أكون طلبت شي مستحيل! يا أحمد، تأكد أن الإنسان مجبول على الخير، وإحنا مطلوب منا نكتشف مواطن الخير هذه ونتعامل من خلالها.
تعليق	رؤية الخصائص الجمالية في كل فرد منا تضع حداً لسلوكات الغيرة والهيمنة وتجعل الناس متحابين.
تعليق	المحبة تعني الاهتمام. ممارستها تكسبك حب الآخرين وتجعلك قريباً منهم. مشروع القلب الكبير أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية

المسمع	المشهد 3
تخيل يا أسعد أن كل واحد في العالم محب ولطيف. كيف سيبدو العالم؟ تصوروا قادة أمم مختلفة في العالم محبين بعضهم لبعض. تصور علماء من جنسيات مختلفة منكبين على مبتكراتهم، لا حدود بين دولهم، كيف سيكون معدل التنمية والتطور في العالم؟!	الأستاذ في الفصل يناقش الطلبة طالب (عمره 17 عاماً) يحاور الطالب أسعد.
رؤية الخصائص الجمالية في كل فرد منا تضع حداً لسلوكات الغيرة والهيمنة، وتجعل الناس متحابين.	تعليق
مشروع "القلب الكبير" أحد مشاريع المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.	تعليق

لشريحة الجامعيين:

نوع الخدمات الاجتماعية التي تطلبها الزوجات المتعرضات للعنف
Types of social services used by spousal violence victims

إحصائيات
وحوا



ويذكر مدارج السالكين عن المحبة- مقاماً وقيمة- ما يأتي:
• العبودية معقودة بالمحبة.

- المحبة هي روح الإيمان والأعمال والمقامات والأحوال.
- ﴿أُولَئِكَ الَّذِينَ يَدْعُونَ يَبْتَغُونَ إِلَىٰ رَبِّهِمُ الْوَسِيلَةَ أَيُّهُمْ أَقْرَبُ وَيَرْجُونَ رَحْمَتَهُ وَيَخَافُونَ عَذَابَهُ ۚ إِنَّ عَذَابَ رَبِّكَ كَانَ مَحْذُورًا﴾ [الاسراء / 57].

فذكر المقامات الثلاثة في الآية: الحب وهو ابتغاء القرب إليه، والتوسل إليه بالأعمال الصالحة، والرجاء والخوف.

﴿وَمَا لِأَحَدٍ عِنْدَهُ مِنْ نِعْمَةٍ تُجْزَىٰ إِلَّا ابْتِغَاءَ وَجْهِ رَبِّهِ الْأَعْلَىٰ﴾ (20) [الليل].
فجعل غاية الأعمال- لدى المقربين والمحبين- إرادة وجهه. وهذه الإرادة لوجهه موجبة للذة النظر إليه في الآخرة.

﴿وَاللَّهُ يُحِبُّ الصَّابِرِينَ﴾ [ال عمران / 146] .. ﴿وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ﴾ [ال عمران / 148] .. ﴿إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ﴾ [البقرة / 222] .. ﴿إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفًّا كَانَتْهُمْ بُنْيَانٌ مَرْصُوصٌ﴾ [الصف / 4] .. ﴿فَإِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ﴾ [ال عمران / 76] .. ﴿وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْفَاسِدَ﴾ [البقرة / 205] .. ﴿وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ﴾ [الحديد / 23].

«إذا أحب الله العبد دعا جبريل فقال: إني أحب فلاناً فأحبه، فيحبه جبريل، ثم ينادي في السماء إن الله يحب فلاناً فأحبه، فيحبه أهل السماء، ثم يوضع له القبول في الأرض» [صحيح مسلم] .. «ولا يزال عبدي يتقرب إلي بالنوافل حتى أحبه، فإذا أحببته كنت سمعه الذي يسمع به، وبصره الذي يبصر به، ويده التي يبطش بها، ورجله التي يمشي بها. ولئن سألني لأعطينه، ولئن استعاذني لأعيذنه» [صحيح البخاري] .. «اللهم إني أسألك حبك، وحب من يحبك. والعمل الذي يبلغني حبك، اللهم اجعل حبك أحب إلي من نفسي وأهلي ومن الماء البارد» [صحيح البخاري] .. «اللهم ارزقني حبك، وحب من ينفعني حبه عندك. اللهم ما رزقتني مما أحب فاجعله قوة لي فيما تحب، وما زويت عني مما أحب فاجعله فراغاً فيما تحب» [صحيح البخاري].

- وهل الصبر في الحقيقة إلا صبر المحبين؟
- وكذلك "الزهد" هو زهد المحبين. فإنهم يزهدون في محبة ما سوى محبوبهم.
- وكذلك "الحياء" هو حياء المحبين؛ وأما ما لا يكون محبة فذلك خوف محض.
- وكذلك مقام "الفقر"، فإنه فقر الأرواح إلى محبوبها، وهو أعلى أنواع الفقر.
- مراتب "المحبة":

- 1- العلاقة: لتعلق القلب بالمحبوب.
- 2- الإرادة: فهو ميل القلب إلى محبوبه وطلبه له.

- 3- الصبابة: فهو انصباب القلب إليه.
- 4- الغرام: وهو الحب اللازم للقلب، الذي لا يفارقه.. ﴿ إِنَّ عَذَابَهَا كَانَ غَرَامًا ﴾ [الفرقان / 65].
- 5- الوداد: وهو صفو المحبة، و"الودود" من أسماء الرب تعالى.
- 6- الشغف: أي وصل حبه إلى شغاف قلبه.. (قَدْ شَغَفَهَا حُبًّا) [يوسف / 30].
- 7- العشق: هو الحب المفرط الذي يخاف على صاحبه منه. وإنه من الإفراط، فلا يوصف به الرب تعالى ولا العبد في محبة ربه.
- 8- التتيم: تيمم الحب، أي: ذلله وعبدته، كانفراد اليتيم بنفسه عن أبيه.
- 9- التعبد: فالعبد هو المملوك، فلم يبق له شيء من نفسه البتة، بل كله عبد لمحبيه ظاهراً وباطناً، وهذه هي حقيقة العبودية. ولكمال ذلك يصف الله تعالى بها رسوله ﷺ.. ﴿ سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ ﴾ [الاسراء / 1]. وحقيقة العبودية هي الحب التام مع الذل التام والخضوع للمحبيب. تقول العرب: طريق معبدة، أي: ذللت.
- 10- الخلّة: وانفرد بها الخليلان إبراهيم ومحمد عليهما السلام، وهي المحبة التي تخللت روح المحب وقلبه، حتى لم يبق فيه موضع لغير المحبوب، وهذا هو السر الذي لأجله- والله أعلم- أمر الخليل بذبح ابنه.

"المحبة" بين "الهمة" و"الأنس"

- المحبة لما كانت هي نهاية شدة الطلب، وكان المحب شديد الرغبة والطلب، كانت الهمة من مقومات حبه.
- وبالمحبة تفنى خواطر المحب عن التعلق بالغير، وأول ما يفنى من المحب خواطره المتعلقة بما سوى محبوه؛ لأنه إذا انجذب قلبه بكليته إلى محبوه، انجذبت خواطره تبعاً.
- والمحب يجد في لذة المحبة ما ينسيه المصائب، ولا يجد من مسها ما يجد غيره، حتى يلتذ المحب بكثير من المصائب- التي يصيبه بها حبيبه- أعظم من التلذذ الخليّ بحظوظه وشهواته.
- وتنشأ من مطالعة العبد منة الله عليه، فالقلوب مجبولة على حب من أحسن إليها، وبغض من أساء إليها.

تأمل:

- ﴿ قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ ﴾ [ال عمران / 31]
- تتصاعد المحبة حتى يلهج اللسان به، فإن من أحب شيئاً أكثر من ذكره، حتى كأنه لا يشاهد غيره.
 - وإنما تظهر هذه المحبة من مطالعة الصفات، بإثباتها أولاً ومعرفتها تالياً.
 - من آثار المحبة الشوق.. ﴿ مَنْ كَانَ يَرْجُو لِقَاءَ اللَّهِ فَإِنَّ أَجَلَ اللَّهِ لَآتٍ ﴾ [العنكبوت / 5].

قيل: هذا تعزية للمشتاقين.

- علامة الشوق فطام الجوارح عن الشهوات.
- وليس الشأن في أن تحب الله، ولكن الشأن في أن يحبك الله. ولا يحبك الله إلا إذا اتبعت حبه ظاهراً وباطناً.
- ومع أسماء الله الحسنى، فإن معرفة الله سبب في محبته. قال عبد الرحمن السعدي: إن معرفة الله تعالى تدعو إلى محبته، وخشيته، وخوفه، ورجائه، ومراقبته، وإخلاص العمل له، وهذا هو سعادة العبد عينها، ولا سبيل إلى معرفة الله إلا بمعرفة أسمائه الحسنى، والتفقه في معانيها.
- ولك أن تتعرف إلى اسمه سبحانه "الودود". القرآن: ﴿وَاسْتَغْفِرُوا رَبَكُمْ ثُمَّ تَوْبُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي رَحِيمٌ وَدُودٌ﴾ [هود/ 90]، وذكر القرآن: ﴿وَهُوَ الْغَفُورُ الْودُودُ﴾ [البروج/

المَبْحَث الثامن قيمة العطاء

القيمة (العطاء)	تفعيل القيمة من خلال القصة	14-8 عاماً (إضافة إلى المرحلة الشبابية)
	كيف كان الرسول ﷺ يعطي عطاء من لا يخشى الفقر؟ عطاء الصحابة. عطاء حاتم الطائي. عطاء العلم. عطاء النفس في الجهاد. عطاء المال. في عدم الإسراف عطاء. المحافظة على البيئة عطاء.	
الشريحة الشباب	تقارير دولية رسم/ تصوير	مجهودات الشركات العالمية في التخفيض من الانبعاثات الحرارية لمصانعها للمحافظة على طبقة الأوزون. هل للحشرات عطاء؟ هل للحيوانات عطاء؟

الرياضيات	لو أن دولة قوام سكانها المسلمين 5
(فريضة	ملايين، وعدد الفقراء فيها مليون، فهل
الزكاة)	يمكن للزكاة أن تشكل عطاء للفقراء؟
تمرين	زكاة الزروع.
للحساب	زكاة المال.
	زكاة الذهب.
	زكاة الماشية.
الاجتماعيات/	كيف يمكن القضاء على شحة مصادر
العلوم	المياه على الأرض؟
	يتم استعراض أفكار وتجارب لشحن
	الإبداع عند الطلبة في مجالات تقليص
	هدر المياه وتنمية مصادر ها.

يعد كل من شعور الأنانية المفرطة، والبخل والشح، والرغبة في الاستئثار بكل شيء، والرغبة في التسلط، وقبض النفس واليد عن بذل المال أو الجاه أو العلم والنفس في سبيل الله، أو ما شابه ذلك، على الضد من خلق العطاء وقيمته.

العطاء الأسمى صفة الله:

- إن أعلى درجات العطاء تلك التي لا يكون فيها العطاء ابتغاء عوض. وقد تضمنت أسماء الله الحسنى: الوهاب والرزاق والكريم والحكيم معنى العطاء.
- وعطاء الله مرتبط بعلمه وحكمته.
- عطاء الله في الدنيا لأهل طاعته، وأهل معصيته، وحتى الكافرين.
- أما عطاء الدنيا فمشمول بقانون الابتلاء، الذي يخضع له المؤمنون والكافرون على سواء..

﴿مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعَاجِلَةَ عَجَّلْنَا لَهُ فِيهَا مَا نَشَاءُ لِمَنْ نُرِيدُ ثُمَّ جَعَلْنَا لَهُ جَهَنَّمَ يَصْلاَهَا مَذْمُومًا مَدْحُورًا (18) وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَىٰ لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَٰئِكَ كَانَ سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا (19) كُلًّا نُمِدُّ هَؤُلَاءِ وَهَؤُلَاءِ مِنْ عَطَاءِ رَبِّكَ وَمَا كَانَ عَطَاءُ رَبِّكَ مَحْظُورًا (20) انظُرْ كَيْفَ فَضَّلْنَا بَعْضَهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ وَلِلْآخِرَةِ أَكْبَرُ دَرَجَاتٍ وَأَكْبَرُ تَفْضِيلًا (21)﴾ [الإسراء].

- وإذا قيل: لماذا لا يبسط الله الرزق لعباده في الدنيا.. ويوسع عطاءه لهم، بل إنه ينوع لهم الأحوال فيبسط ويقبض؟

فالجواب: إن حكمة الامتحان في ظروف هذه الحياة تقتضي ذلك؛ إذ يُمتحن الإنسان بالبسط والتوسعة، وبالقبض والتضييق؛ إذ قد يُمتحن الناس في المجالات التي تتطلب الشكر بالبذل والعطاء، وفيها لفت النظر إلى أن الله هو الرزاق..

﴿أَمِنْ هَذَا الَّذِي يَرْزُقُكُمْ إِنْ أَمْسَكَ رِزْقَهُ﴾ [المالك/ 21].. ﴿إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ ۚ إِنَّهُ كَانَ بِعِبَادِهِ خَبِيرًا بَصِيرًا﴾ [الإسراء/ 30].. ﴿وَقَالَتِ الْيَهُودُ يَدُ اللَّهِ مَغْلُولَةٌ غُلَّتْ أَيْدِيهِمْ وَلُعِنُوا بِمَا قَالُوا ۚ بَلْ يَدَاهُ مَبْسُوطَتَانِ يُنفِقُ كَيْفَ يَشَاءُ ۚ وَلَيَزِيدَنَّ كَثِيرًا مِنْهُمْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ طُغْيَانًا وَكُفْرًا ۚ وَأَلْقَيْنَا بَيْنَهُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ ۚ كُلَّمَا أَوْقَدُوا نَارًا لِلْحَرْبِ أَطْفَأَهَا اللَّهُ ۚ وَيَسْعَوْنَ فِي الْأَرْضِ فَسَادًا ۚ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ﴾ [المائدة/ 64].. ﴿وَلَوْ بَسَطَ اللَّهُ الرِّزْقَ لِعِبَادِهِ لَبَغَوْا فِي الْأَرْضِ وَلَكِنْ يُنْزِلُ بِقَدَرٍ مَا يَشَاءُ ۚ إِنَّهُ بِعِبَادِهِ خَبِيرٌ بَصِيرٌ﴾ [الشورى/ 27].

دافع التملك عند الإنسان:

● الإنسان بفطرته قنورٌ مَنوعٌ.. ﴿قُلْ لَوْ أَنْتُمْ تَمْلِكُونَ خَزَائِنَ رَحْمَةِ رَبِّي إِذَا لَأَمْسَكْتُمْ خَشْيَةَ الْإِنْفَاقِ ۚ وَكَانَ الْإِنْسَانُ قَنُورًا﴾ [الإسراء/ 100].

● وقد اتخذت التربية الإسلامية وسائل عدة لضبط دافع حب التملك عند الإنسان، وحصره ضمن الدائرة التي هو فيها نافع ومفيد، وفيما يلي بيان بأهم هذه الوسائل:

- 1- تقييد دافع التملك عن الانطلاق الحر في كل ميادين الكسب، إلا في حدود ما أذن الله به، من وجوه كسب لا ظلم فيها ولا عدوان ولا إثم.
- 2- تكليف المسلم بجملة من الحقوق المتعلقة بما يكسبه ويملكه، كحق النفقة الواجبة، وحق الزكاة للوسائل والمحروم..

3- تدريب النفس على البذل والعطاء.. ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا﴾ [الإسراء/ 29].

والقصص كثيرة في سيرة الرسول ﷺ حول عطائه وبذله. ومنها، ما روي عن عائشة- رضوان الله عليها- من أنهم ذبحوا شاة، فقال النبي صلى الله عليه وسلم: «ما بقي منها؟» قالت عائشة: ما بقي منها إلا كتفها.

قال صلى الله عليه وسلم: «بقي كلها غير كتفها» [صحيح البخاري]. وقال صلى الله عليه وسلم: «ما نقصت صدقة من مال» [صحيح البخاري]... وقال الرسول صلى الله عليه وسلم: «ما من يوم يصبح العباد فيه، إلا ملكان ينزلان، فيقول أحدهما: اللهم أعط منفقاً خلفاً، ويقول الآخر: اللهم أعط ممسكاً تلفاً» [البخاري].

راجع قصة الابتلاء وسلب النعمة في قصة المرضى الثلاث: الأبرص والأقرع والأعمى [الأخلاق الإسلامية، ص399].

4- ترتيب الجزاء العظيم والوعد بالثواب للذين يبذلون من أموالهم..

﴿آمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ ۖ فَالَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ﴾ [الحديد/ 7].

وقال: «اتقوا الله ولو بشق تمره» [صحيح مسلم].. وقال صلى الله عليه وسلم: «من تصدق بعدل تمره من كسب طيب- ولا يقبل الله إلا الطيب- فإن الله يقبلها بيمينه، ثم يربها لصاحبها، كما يربي أحدكم فلوه حتى يكون مثل الجبل» [صحيح البخاري].

البخل والإنفاق والإيثار:

● حذر الإسلام من أن الشح (البخل) كان سبباً في إهلاك أمم سابقة، إذ حملهم على أن يسفكوا دماء ويستحلوا محارم.. ﴿والذين يكنزون الذهب والفضة ولا ينفقونها في سبيل الله فبشرهم بعذاب أليم﴾ [التوبة/ 34].

● شروط لسلامة الإنفاق:

1- أن يكون في سبيل الله، لا رياء أو طمعاً بمغرم.

2- ألا يتبع المنفق نفقته باليمن والأذى.

● فضل الإنفاق على الأهل والعيال والأقربين والدابة.. «أفضل دينار ينفقه الرجل دينار ينفقه على عياله، ودينار ينفقه على دابته في سبيل الله، ودينار ينفقه على أصحابه في سبيل الله» [مسند احمد].

● فضل الإنفاق مما نحب.. ﴿لَنْ تَنَالُوا الْبِرَّ حَتَّى تُنْفِقُوا مِمَّا تُحِبُّونَ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ

فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ﴾ [آل عمران/ 92].

● سعة مفهوم الصدقة: قال صلى الله عليه وسلم: «كل معروف صدقة» [صحيح مسلم]، وفي حديث طويل عن الرسول صلى الله عليه وسلم «تكف شرك عن الناس فإنه صدقة منك على نفسك» [صحيح البخاري]، كما قال صلى الله عليه وسلم: «في كل كبد رطبة أجر» [مسند احمد].

● ومن العطاء المحمود، دعاء الأخ لأخيه، وشفاعة الأخ لأخيه بين يدي الله.

● والصلاة على النبي صلى الله عليه وسلم هي عطاء له على سبيل الوفاء له مقابل ما قدمه لأمته. ولذا، عدم الصلاة عليه يعد نوعاً من أنواع البخل.. ﴿إن الله وملائكته يصلون على النبي يا أيها الذين آمنوا صلوا عليه وسلموا تسليماً﴾ [الأحزاب/ 56].

● الإيثار مرتبة راقية من مراتب العطاء وحب العطاء:

مثلاً فعل الأنصار عندما آثروا المهاجرين على أنفسهم.

● كشف القرآن دسائس الشيطان التي يدعو بها النفس إلى البخل:

التخويف من الفقر عند اتجاه النفس للإنفاق.. الشَّيْطَانُ يَعِدُكُمُ الْفَقْرَ [البقرة / 268].

من أسماء الله الحسنى: "المعطي" و"الباسط" و"الكريم" و "ذو الجلال والإكرام" و"ذو الفضل" و"الرزاق" و"الوهاب"، وجميعها يشير إلى العطاء.

وسنستعرض أسماء الله "القابض" و"الباسط" و "الصبور" من خلال الملصقات الآتية:



فالتل فريك مثلاً يُحمل على حبال من الفولاذ
المضفور فالقولاذ المضفور من أمتن المعادن
والماس من أقساها، وربنا عز وجل وصف كيداً
بأنه متين، وكان الله عز وجل شبه كيد به حبل
متين لا يمكن أن يُقطع والكافر مربوط به، ولكن
هذا الحبل مرخي فالكافر يتوهم أنه طليق، فهو
يتحرك ويؤدي ويتكلم ويتبجح ويتفلسف ويتحدى
ويتطاول، ويوقع الأذى بزيد وعبيد وهو يظن
أنه يفعل ما يشاء وهو على كل شيء قدير، في
لحظة واحدة يشد الله الحبل فإذا هو في قبضته،
وهذا الحبل لا يمكن أن يُقطع، وهذا معنى قول
الله عز وجل "وَأْمُرِي لَهُمْ إِنَّ كَيْدِي مَتِينٌ".

القابض الباسط



فلا تقل فلان ذكي وثان عنده خبرات في
التجارة رائعة جداً وثالث خطط ورابع مقتدر
وأخر صاح ، فאלله عز وجل يقبض ويبسط و
يرزق ويسلب ويعطي ويمنع ، فإذا أراد أن
يرزقك ألهمك الوسائل والأساليب
والموضوعات والمواقف والتحركات المناسبة
للريح ، وإذا أراد أن يقبض وكنت غنياً فقد
سرت في طريق الإفلاس وأنت لا تدري ، وإذا
أراد أن لا يرزقك لحكمة أرادها سد في وجهك
كل الأبواب ، إذ تكون ذكياً جداً ففي هذا العمل
تسلم المحل وفي هذا العمل تفك الشراكة ..

القابض الباسط



هناك ميزان تزان به السيارات، تصعد فوقه فيسجل عشرين طنًا، وهذا الميزان لا يزن خمسة غرامات ذهب، وإذا وضعت عليه كيساً وزنه مائة كيلو فلا يتحرك، وهناك أشخاص عندهم ميزان كهذا فهو غير حساس، أما المؤمن فهو يملك حساسية مفرطة، فإذا شعر أن قلبه في الصلاة غير مقبل يشعر أن هناك شيئاً، فلعنه قال كلمة، أو خطر في باله خاطر لا يليق، أو أساء الظن بالله عز وجل ثم لعنه تكلم كلمة في غير محلها مع إنسان فانسر قلبه .

القابض الباسط



إياك أن تظن أن البسط عند الله عز وجل فيه معنى الإسراف، وأن القبض فيه معنى البخل، وهذان المعنيان يجب أن لا يردا عليك إطلاقاً، فإذا تحدثت عن أن الله يقبض ويبسط، فليس إذا قبض قبض بخلًا ولا إذا بسط بسط إسرافًا، بل يقبض عن حكمة و قدرة و علم و تقدير ويبسط عن إكرام وتوسعة وامتحان، فيبسطه إكرام أو امتحان و قبضه معالجة أو وقاية، والدليل قول الله تعالى :

﴿وَلَوْ تَشَاءُ أَلَهُ الْبَرِّ لَإِغْوَاهُ لَبَغَا فِي الْأَرْضِ وَلَكِنْ يُتْرَكُ بِقَدَرِ مَا يَفْعَلُ اللَّهُ بِعِبَادِهِ خَيْرٌ يَعِشَ﴾

القابض الباسط



يقبض في الأنوار والظلال ويبسط، يقول تعالى عن الليل والنهار: ثُمَّ قَبَضْنَا إِلَيْنَا قَبْضًا يَسِيرًا

(46) الفرقان

القابض الباسط



فأصحابه عليهم رضوان الله قالوا يا رسول الله غلا السعر فسعر لنا، فقال عليه الصلاة والسلام: "إن الله هو الخالق القابض الباسط المسعر" فالكميات بيد الله وكل سنة يخرج موسم بكميات مذهلة، مرة الزيتون ومرة البطاطا ومرة البصل و ترى الأسعار تنخفض إلى أرقام خيالية، فإله هو المسعر، والله القابض يقبض فتكون الكميات قليلة - فالأسعار عالية، فيبسط - فتكون كميات كثيرة - فالأسعار منخفضة.

القابض الباسط

المَبْحَث التاسع قيمة الصبر

- الصبر قوة خلقية من قوى الإرادة، تمكن الإنسان من ضبط نفسه لتحمل المتاعب والمشقات والآلام، وضبطها عن الاندفاع بعوامل الضجر والجزع والملل والعجلة والغضب والخوف والطمع والأهواء والشهوات والغرائز.
- بالصبر يتمكن الإنسان- بطمأنينة وثبات- من أن يضع الأشياء في مواضعها، ويتصرف في الأمور بعقل واتزان، وينفذ ما يريد من تصرف في الزمن المناسب وبالطريقة المناسبة الحكيمة، بخلاف عدم الصبر.

القيمة "الصبر"	وسائل تفعيل القيمة
الشريحة المستهدفة 8- 14 سنة (إضافة إلى المرحلة الشبابية)	1- صبر نوح عليه السلام على قومه. 2- صبر إبراهيم وإسماعيل عليهما السلام. 3- صبر أيوب عليه السلام. 4- صبر نبينا محمد صلى الله عليه وسلم على قومه.
تمارين (من أنواع الصبر)	هات قصة تدل على نوع من أنواع الصبر؟ مجالات الصبر تتضمن: 1- ضبط النفس عن الضجر والجزع عند حلول المصائب. 2- ضبط النفس عن السأم والملل. 3- ضبط النفس عن العجلة والرعونة لدى تحقيق مطلب. 4- ضبط النفس عن الغضب... إلخ.

﴿ولنبلونكم بشيء من الخوف والجوع
ونقص في الأموال والأنفس و
الثمرات وبشر الصابرين، الذين إذا
أصابتهم مصيبة قالوا إنا لله وإنا إليه
راجعون﴾ [البقرة/ 156].

الشريحة الشباب

تحليل
لمواقف
تاريخية

استعرض لي حدثاً تاريخياً أو موقفاً لأمة
ما أو لشعبٍ ما كان سيتغير ما هو فيه
الآن لو صبر أولو العزم فيهم. من
الأمثلة:

1- صبر أصحاب الرسول صلى الله عليه
وسلم بالالتزام بأوامر الرسول بعدم
الحج في صلح الحديبية.
2- الثورة الفرنسية (صبروا حتى نالوا
الحرية).

3- الولايات المتحدة (صبر السود إلى أن
حققوا الكثير من المكاسب).

4- صبر الفلسطينيين ومعاناتهم اليومية.
5- العناية بالبذرة، فالنبتة، إلى حين
اشتداد عودها لتصبح شجرة، فتطرح
ثمراً للمزارع.

رسم/
تصوير

نقاش

- هل الصبر فريضة في الإسلام؟
- ما العلاقة فيما بين الصبر والحلم؟
- ما علاقة الصبر بسيادة الأمم؟

بحث في
الإنترنت
الاجتماعيات/
العلوم

ما عدد الآيات القرآنية الحاثّة على
الصبر؟
كيف يمكن القضاء على ضجر وانفعالات
الإنسان الذي لا يصبر؟

ما النتائج السالبة التي يجرُّها الاستعجال؟
وما أثر الانفعالات السالبة في صحة
الإنسان وأدائه؟

الشريحة العمرية المستهدفة مرحلة الطلبة الجامعيين

فضل الصبر:

- من فوائد الصبر تدبر حكمته سبحانه في تصريف الأمور.
- هو السلاح الأقوى في إصلاح الخصم أو في الظفر به.

بشارة الله للصابرين:

- 1- عليهم صلوات من ربهم.
- 2- عليهم من ربهم رحمة.
- 3- الله يحبهم.. ﴿وَكَايْنٌ مِنْ نَبِيِّ قَاتَلَ مَعَهُ رِبِّيُونَ كَثِيرٌ فَمَا وَهَنُوا لِمَا أَصَابَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَمَا ضَعُفُوا وَمَا اسْتَكَانُوا ۗ وَاللَّهُ يُحِبُّ الصَّابِرِينَ﴾ [آل عمران/ 146].

من روائع قصص الصبر:

- 1- صبر نوح عليه السلام على قومه.
- 2- صبر إبراهيم وإسماعيل عليهما السلام.
- 3- صبر أيوب عليه السلام.
- 4- صبر محمد صلى الله عليه وسلم على قومه.

تمرين: عدّد المواضع التي ذكر فيها الصبر في القرآن الكريم؟

الصبر مسار طبيعي للقيادة:

﴿وَجَعَلْنَا مِنْهُمْ أَئِمَّةً يَهْدُونَ بِأَمْرِنَا لَمَّا صَبَرُوا ۖ وَكَانُوا بِآيَاتِنَا يُوقِنُونَ﴾ [السجدة/ 24].

الحلم من فروع خلق الصبر:

الصفات الخلقية المضادة لصفة الحلم: 1- العجلة، 2- الطيش، 3- سرعة الغضب.

هل للذكاء علاقة باكتساب خلق الحلم؟

يقال: إن استجابة الأذكى لآداب خلق الحلم- وغيره من فضائل الأخلاق- أسرع من استجابة ضعاف الذكاء في كثير من الأحيان.

ناقش مسألتني أن "العقل السوي هو الذي يعوق صاحبه عن الاندفاع وراء عواطفه وغرائزه، أو وراء انفعالاته وشهواته" .. وأن الحلم قابل للاكتساب: "الحلم بالحلم، والعلم بالتعلم".

علاج الغضب:

في الإسلام، جاء علاج الغضب من خلال الترغيب في الأجر العظيم للذين يكظمون غيظهم ابتغاء مرضاة الله. هذا في الجانب المعنوي؛ أما في الجانب الفيزيائي (البدني)، فأنت مطالب بأن تجلس إذا كنت واقفاً، وأن تستلقي إذا كنت جالساً.

أمثلة في الحلم:

- 1- إبراهيم عليه السلام: ﴿ إِنَّ إِبْرَاهِيمَ لَحَلِيمٌ أَوَّاهٌ مُنِيبٌ ﴾ [هود / 75] .. اقرأ القصة في سورة هود، من الآية 11.
- 2- حلم هود عليه السلام على قومه: فقد شتموه فقالوا إنه- حاشاه- ناقص العقل، ومن الكاذبين، [الأعراف / 7].
- 3- حلم الرسول صلى الله عليه وسلم على قومه.

الرفق من فروع خلق الصبر:

- الرفق في معاملة الناس لا يكون إلا بضبط النفس عن الاندفاع. والرفق يضاده العنف.
- العنف في معاملة الناس يورث العداوات والأحقاد ورغبات الانتقام؛ أما الرفق فيورث تأليف القلوب، والمودة، وفرض الطاعة خاصة لمن له رعية.
- يقول النبي صلى الله عليه وسلم : «إن الله رفيق يحب الرفق في الأمر كله» [صحيح البخاري]، ويقول صلى الله عليه وسلم : «يسروا ولا تعسروا، وبشروا ولا تنفروا» [صحيح البخاري]، وفي حادثة الأعرابي الذي دخل المسجد فبال، قال صلى الله عليه وسلم : «دعوه، وأريقوا على بوله سجلاً من ماء.. فإنما بعثتم ميسرين ولم تبعثوا معسرين» [صحيح البخاري] .

أنواع الرفق ومجالاته:

- 1- رفق المعلم بالتلاميذ.
- 2- رفق الدعاة بالمدعوين.
- 3- رفق الأب بأبنائه.
- 4- رفق الوالي برعيته.
- 5- رفق الطبيب بالمريض.

6- رفق الزوج بزوجته.

الكتمان وحفظ السر من فروع خلق الصبر:

عدم الإفشاء بسر صديق مظهر من مظاهر الأمانة والصبر.
أمر يعقوب عليه السلام يوسف بكتمان خبر رؤياه عن أخوته.
كان حذيفة بن اليمان كاتم سر رسول الله ﷺ بشأن أسماء المنافقين.
أما كتمان ما أمر الله به أن يظهر ففيه معصية، والساكت عن الحق شيطان أخرس،
ومن أوتي علماً فكتمه ألجمه الله بلجام من نار.

الدأب والمثابرة من فروع خلق الصبر:

- فمن لا يثابر على عمله ولا يصبر على متابعة قوانين الأعمال وسننها، لن يظفر بالنتائج التي يريجوها.
- لن ينال الطموح إلى المجد والزعامة، حتى يظفر بثقة الجماهير.
- لولا الصبر الذي يتمتع به الباحثون، لما ظفروا بالنتائج التي وصلوا إليها.
- ﴿الَّذِينَ هُمْ عَلَى صَلَاتِهِمْ دَائِمُونَ﴾ [المعارج / 23] .. ﴿وَالَّذِينَ هُمْ عَلَى صَلَاتِهِمْ يُحَافِظُونَ﴾ [المعارج / 34]، آيتان فيهما تأكيد الصبر من أجل الظفر بالثمرة.
- فالشمس والقمر مسخران دائبان على القيام بوظائفهما لا يفتران، والليل والنهار كذلك، وسنن الحياة وقوانين الوجود متصفة بالثبات والدأب والاستمرار.. ﴿وسخر لكم الشمس والقمر دائبين وسخر لكم الليل والنهار﴾ [إبراهيم/ 33].
- قال ﷺ: «أحب الأعمال إلى الله أدومها وإن قل» [البخاري].
- نبذ الإسلام إجهاد النفس بطفرات الأعمال التي تستنفد الطاقات.
- وجاء في الحكم العربية: "إن المنبت لا أرضاً قطع ولا ظهراً أبقى"، والمنبت هو الذي يعطي دابته كل وسعها من الجري حتى تهلك، فينقطع في الطريق.

الأناة في الأعمال من فروع خلق الصبر:

- الأناة هي التصرف الحكيم بين العجلة والتباطؤ، وهي من سمات أصحاب العقل والرزانة، بخلاف التباطؤ والتواني، فهما من سمات أصحاب الكسل. إن أناة الإنسان تسمح له بأن يُحْكَم أموره ويضع الأشياء في مواضعها بخلاف العجلة.
- ومن توجيه الإسلام إلى الأناة، جعله الطلاق على ثلاث مراحل.
- يوجه الله خطابه إلى الرسول صلى الله عليه وسلم : ولا تعجل بالقرآن من قبل أن يلقى إليك وحيه وقل رب زدني علماً [طه/ 114].

● قال الرسول صلى الله عليه وسلم لأشج عبد القيس: «إن فيك لخصلتين يحبهما الله: الحلم والأناة» [صحيح البخاري]. وقال صلى الله عليه وسلم : «التؤدة في كل شيء خير إلا في عمل الآخرة» [صحيح البخاري].

وذكر ابن القيم الجوزية في مقام الصبر:

- الصبر في القرآن في نحو وتسعين موضعاً.
- والإيمان نصفان: نصف صبر، ونصف شكر.
- ومذكور في القرآن على نحو 16 نوعاً:

- 1- الأمر به: ﴿وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ﴾ [البقرة / 45].
- 2- النهي عن ضده: ﴿الرَّسُولَ وَلَا تَبْطُلُوا أَعْمَالَكُمْ﴾ [محمد / 33].. بترك الصبر على إتمامها.. ﴿وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا﴾ [ال عمران / 139].. فالوهن من عدم الصبر.

- 3- الثناء على أهله: ﴿وَالصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَالضَّرَّاءِ وَحِينَ الْبَأْسِ﴾ [البقرة / 177].

- 4- محبته لهم: ﴿وَاللَّهُ يُحِبُّ الصَّابِرِينَ﴾ [ال عمران / 146].
- 5- معيته لهم: وهي معية خاصة تتضمن حفظهم ونصرهم وتأيدهم، وليست معية عامة"..
﴿إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ﴾ [البقرة / 153].
- 6- الصبر خير لأصحابه: ﴿وَلَمَّا صَبَرْتُمْ لَهَوْ خَيْرٌ لِّلصَّابِرِينَ﴾ [النحل / 126].
- 7- الجزاء لهم بأحسن أعمالهم: ﴿وَلَنَجْزِيَنَ الَّذِينَ صَبَرُوا أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾ [النحل / 96].

- 8- الجزاء لهم بغير حساب: ﴿إِنَّمَا يُوفَّى الصَّابِرُونَ أَجْرَهُمْ بِغَيْرِ حِسَابٍ﴾ [الزمر / 10].

- 9- البشرى لأهل الصبر: ﴿وَلَنَبْلُوَنَّكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخَوْفِ وَالْجُوعِ وَنَفْسٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ وَالثَّمَرَاتِ ۗ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ﴾ [البقرة / 155].

- 10- ضمان النصر والمدد لهم: ﴿بَلَىٰ ۚ إِن تَصْبِرُوا وَتَتَّقُوا وَيَأْتُوكُم مِّن فَوْرِهِمْ هَٰذَا يُمْدِدْكُمْ رَبُّكُم بِخَمْسَةِ آلَافٍ مِّنَ الْمَلَائِكَةِ مُسَوِّمِينَ﴾ [ال عمران / 125]، وإخباره تعالى بأن أهل الصبر هم أهل العزائم: ﴿وَلَمَن صَبَرَ وَغَفَرَ إِنَّ ذَلِكَ لَمِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ﴾ [الشورى / 43]، وقول النبي صلى الله عليه وسلم «واعلم أن النصر مع الصبر» [صحيح البخاري].

- 11- ما يُلقَى الأعمال الصالحة والحظوظ العظيمة إلا أهل الصبر: ﴿وَمَا يُلْقَاهَا إِلَّا الَّذِينَ صَبَرُوا وَمَا يُلْقَاهَا إِلَّا ذُو حَظٍّ عَظِيمٍ﴾ [فصلت / 35].

- 12- الإخبار بأنه إنما ينتفع بالآيات والعبر أهل الصبر: ﴿ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِّكُلِّ صَبَّارٍ شَكُورٍ ﴾ [الشورى / 33].
- 13- الإخبار بأن الفوز المطلوب والنجاة من المكروه ودخول الجنة إنما يُنال بالصبر: ﴿سَلَامٌ عَلَيْكُمْ بِمَا صَبَرْتُمْ ۖ فَنِعْمَ عُقْبَى الدَّارِ ﴾ [الرعد / 24].
- 14- إنه يورث صاحبه درجة الإمامة: ﴿ وَجَعَلْنَا مِنْهُمْ أَئِمَّةً يَهْدُونَ بِأَمْرِنَا لَمَّا صَبَرُوا ۖ وَكَانُوا بِآيَاتِنَا يُوقِنُونَ ﴾ [السجدة / 24].
- 15- اقترانه بمقامات الإسلام والإيمان وبالتقوى واليقين وبالشكر والعمل الصالح والرحمة.

- أرفع الصبر ما كان اختياراً.
- الصبر ثلاثة أنواع:
- 1- صبر على طاعة الله، وهو أعلاها.
- 2- صبر عن معصية الله.
- 3- صبر على امتحان الله.
- فالأولان المتحكم فيهما هو العبد، والثالث ما لا حول له.
- ويقول ابن تيمية: "كان صبر يوسف عن مطاوعة امرأة العزيز على شأنها أكمل من صبره على إلقاء إخوته له في الجب وبيعه.. فإن هذه أمور جرت عليه بغير اختياره.. وليس للعبد فيها حيلة غير الصبر، وأما صبره عن المعصية فصبر اختيار ورضا".

- الصبر بالله ولله ومع الله
- 1- فالصبر بالله برؤيته تعالى أنه هو المصبر، وأن صبر العبد بربه لا بنفسه.. ﴿ وَاصْبِرْ وَمَا صَبْرُكَ إِلَّا بِاللَّهِ ۚ وَلَا تَحْزَنْ عَلَيْهِمْ وَلَا تَكُ فِي ضَيْقٍ مِّمَّا يَمْكُرُونَ ﴾ [النحل / 127].
- 2- والصبر لله بأن يكون الباعث له على الصبر محبة الله والتقرب إليه، لا لإظهار قوة النفس والاستحمان إلى الخلق وغيره من الأعراض.
- 3- والصبر مع الله بدوران العبد مع مراد الله منه، ومع أحكامه الدينية، صابراً نفسه معها، سائراً بسيرها، مقيماً بإقامتها، ويتوجه معها أين توجهت.
- سئل عن الصبر؟ ف قيل: تجرع المرارة من غير تعبس. وقيل: المقام مع البلاء بحسن الصحبة، كالمقام مع العافية. وقيل: هو الثبات مع الله وتلقى بلائه بالرحب والدعة.

- وقد أمر سبحانه بالصبر الجميل والصفح الجميل والهجر الجميل. يفسر ذلك ابن تيمية فيقول: "الصبر الجميل" هو الذي لا شكوى فيه ولا معه. و "الصفح الجميل" هو الذي لا عتاب معه. و "الهجر الجميل" هو الذي لا أذى معه.
- والشكوى إلى الله عز وجل لا تنافي الصبر، فهذا يعقوب يشكو إلى الله.. ﴿ قَالَ إِنَّمَا أَشْكُو بَثِّي وَحُزْنِي إِلَى اللَّهِ وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴾ [يوسف / 86]. وكذلك أيوب: ﴿ مَسَّنِيَ الضُّرُّ وَأَنْتَ أَرْحَمُ الرَّاحِمِينَ ﴾ [الانبياء / 83]، وإنما ينافي الصبر شكوى الله إلى عباده لا الشكوى إلى الله.
- إنَّ أظهر معاني الصبر هو حبس النفس على المكروه، وهذا أصعب المنازل على العامة، وأوحشها في طريق المحبة.. فيلتذ بالبلاء في رضا محبوبه.
- كونه وحشة في طريق المحبة، فلأنها تقضي التذاد المحبِّ بامتحان محبوبه له. والصبر يقتضي كراهيته لذلك. وحبس نفسه عليه كرها. فهو وحشة في طريق المحبة.
- وفي الوحشة لطيفة، لأن الالتذاد بالمحنة في المحبة هو من موجبات أنس القلب بالمحبيب. فإذا أحس بالألم- بحيث يحتاج إلى الصبر- انتقل من الأنس إلى الوحشة، ولولا الوحشة لما أحس بالألم المستدعي للصبر.
- والصبر من أكد المنازل في طريق المحبة، وبه يُعلم صحيح المحبة من معلولها، وصادقها من كاذبها.
- ومن هنا كانت محبة أكثر الناس كاذبة، لأنهم ادَّعوا محبة الله تعالى، فحين امتحنهم بالمكاره، لم يثبت إلا الصابرون.
- لهذا وصف الله تعالى بالصبر ولاسيما أولياؤه وأحباؤه؛ فقال عن حبيبه أيوب: ﴿ إِنَّا وَجَدْنَاهُ صَابِرًا ﴾ [ص / 44]، ثم أثنى عليه.. ﴿ نِعَمَ الْعَبْدُ إِنَّهُ أَوَّابٌ ﴾ [ص / 44].
- وليس في استكراه النفس لألم ما تصبر عليه وإحساسها به ما يقدح في محبتها ولا توحيدها، فإن إحساسها بالألم ونفرتها منه أمر طَبْعِي لها. فلوازم النفس لا سبيل إلى إعدامها أو تعطيلها بالكلية وإلا لم تكن نفساً إنسانية.
- و"الصبر" و"المحبة" لا يتناقضان، بل يتواحيان.
- فعلة الصبر تكون عندما يكون الباعث عليها غير إرادة الرضا، بل إرادة غيره؛ أما من رأى صبره بالله والله ومع الله منه تعالى لا من نفسه، فهذا لا تلحق محبته وحشة.
- الورع حياء أنبل من الورع خشية: فالخوف من الوعيد جد مفيد في حمل المرء على الصبر، ولما كان "الحياء" من شيم الأشراف، كان صاحبه أحسن حالاً من أهل الخوف ومطالعة الوعد؛ لأن الحياء من الله ما يدل على مراقبته وحضور القلب معه.

- حلاوة أجر المحنة تنسينا شدتها، فالعبد يستعين عليها بثلاثة أشياء:
1- ملاحظة حسن الجزاء.
2- انتظار الفرج، ولاسيما عند قوة الرجاء، فإنه يجد في حشو البلاء من روح الفرج ما هو من خفي الألطاف "اللطف".
3- تهوين البلية، بأن يعد نعم الله عليه بحصرها، ويتذكر نعمه عليه بالماضي.
- إن صبر نوح وإبراهيم وموسى وعيسى عليهم السلام على ما نالهم في الله باختيارهم ومقاومتهم قومهم أكمل من صبر أيوب على ما ناله من ابتلاء بما ليس مسبباً عن فعله. وصبر إسماعيل الذبيح وصبر أبيه عليهما السلام أكمل من صبر يعقوب على فقد يوسف.
- فعلت بهذا بأن الصبر لله أكمل من الصبر بالله، والصبر على طاعته وعلى معصيته أكمل من الصبر على قضائه وقدره.

هل القيم والأخلاق مكتسبة أم يمكن تعلمها؟

إننا نجد- مثلاً- الخوف الفطري عند بعض الناس أشد مما هو عند فريق آخر، وتجد بعضهم مفطوراً على سرعة الغضب، على حين نرى فريقاً آخر مفطوراً على خلق الحلم والكرم وبطء الغضب.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم : «الناس معادن كمعادن الذهب والفضة، خيارهم في الجاهلية خيارهم في الإسلام إذا فقهوا» [صحيح مسلم]. وقوله صلى الله عليه وسلم: «الناس معادن» دليل على فروق الهيات الفطرية.

لذا على المربي أن يضع في حسابه واقع الفروق الكثيرة بين الأفراد، وأن يتعامل معهم على أساس هذه الفروق. وعلى هذا الأساس رفض الرسول صلى الله عليه وسلم أن يولي أبا ذر إمارة من الإمارات، إذ عرف فيه جانب الضعف الفطري.

يؤكد (الميداني) هذا المعنى باستعراضه النسب المكونة لأجسادنا من المعادن المختلفة. فيذكر- مثلاً- أن نسبة الفسفور قد تتفاوت في الأجساد الأدمية لتصل في بعضها إلى خمسة في الألف، وفي بعضها الآخر إلى أربعين في الألف. ويقول: إن اختلاف المركب الطبيعي- من صنف لآخر، ومن فرد لآخر من الناس- له علاقة باختلاف الطباع، ولذلك علاقة بالقدرات العقلية والفكرية والتذكرية والنفسية، وبمقادير الإحساس باللذة والألم. ولعل هذا ما أشارت إليه الآية: ﴿إنا خلقنا الإنسان من نطفة أمشاج نبتليه فجعلناه سميعاً بصيراً﴾ [الإنسان/ 2]. والأمشاج هي الأخلط.

ما قابلية الناس لاكتساب الأخلاق؟

- إن مسؤولية الإنسان تنحصر في نطاق ما يدخل في وسعه، وما يستطيعه من عمل. وإن نسبة المسؤولية تتناسب طردياً وعكساً مع مقدار الاستطاعة.
- القوي يأتي امتحانه على نسبة قوته؛ وكذلك الضعيف يأتي امتحانه على نسبة ضعفه، وامتحان الذكي على مقدار ما منحه الله من ذكاء، وهكذا.. ﴿ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا ﴾ [الطلاق / 7].. ﴿ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ﴾ [البقرة / 286].
- وصور الامتحان كثيرة ومختلفة، فمنهم من يمتحنه الله بالغنى، ومنهم من يمتحنه بالفقر. ويكون الجزاء العادل على مقدار الطاعة والجهد المبذول نفسياً وجسدياً.
- لو لم يكن لدى كل إنسان عاقل قدرة على اكتساب حد من الفضائل الأخلاقية لما كلفه الله ذلك.
- أليست استعدادات الناس لأنواع العلوم المختلفة متفاوتة؟ فبعضهم أقدر على تعلم الفنون الجميلة، وبعضهم أقدر على تعلم العلوم العقلية، وبعضهم أقدر على حفظ التواريخ، وهكذا. ففي حدود استطاعة كل منهم يمكن توجيه التكليف، ويمكن الاستفادة من نسبة الاستعداد؛ فالاستعداد الضعيف بقدره، والاستعداد القوي بقدره. وهو ما ينطبق على الاستعداد الإنساني لاكتساب الأخلاق، والله تعالى في حدود هذا المقدار- الذي يستطيعه الإنسان- يكون تكليفه وتكون مسؤوليته، ثم في حدوده تكون محاسبته ومجازاته.
- إن أشد الناس بخلًا وأنانية وحباً للتملك يستطيع- بوسائل التربية- أن يكتسب مقدراً من خلق العطاء وحب العطاء. ومتى صمم بإرادته أن يكتسب ذلك، فإنه يستطيعه. وإذا هو أهمل تربية نفسه، فإنه سيحاسب على إهماله.

ومن الأسس التربوية لتقويم الأخلاق عند الناس:

- 1- التدرج في البناء التربوي.
- 2- معاملة كل نموذج طبعي بما يلائمه، ومعاملة كل حالة نفسية بما يلائمها.
- 3- الرعاية الشجرية.
- 4- إيجاد الحافز الذاتي.

الفصل الثاني

الكشف عن اسرار التسويق للقيم عبر ما ادرجناه في الفصلين السابقين

فيما يلي مجموعة من عشرين سرا من اسرار غرس القيم، وهي تبدأ بعملية رسم مسار للقيمة بعد التعرف على مواطن الخل، وللتعرف على موضع الخل القيمي نعد لأساليب المسح الميداني.

- 1- البداية تكون عبر رسم مسار للقيمة محل الغرس.
- 2- القيمة الواحدة لا يتم غرسها مباشرة وانما الأدعى والاسرع (بالبرمجة الطبقية).
- 3- ثمة 13 طبقة في برمجة القيمة الواحدة، فالتسويق أو الترويج يتم عبر (برمجة طبقية) للقيمة الواحدة.

1	مسار القيمة	11	التعرف على بوصلة القيم
2	تفعيل الحواس	12	تفعيل الأنشطة والمسابقات
3	الدوافع	13	مفاجئة العقل (الابداع)
4	أين إذنك يا جحى؟		
5	سلامم الارتباطات		
6	القصة، الحوار		
7	الصورة (ق،م،ب)		
8	المفاهيم		
9	شقي الدماغ		
10	نسبة معدل الادراك (زاوية النظر)		



- 4- مسار برمجة القيمة الذاتية يختلف عن مسار برمجة القيمة المجتمعية وان كانا يجتمعان في بعض المراحل.
- 5- اعتمد أسلوب غير مباشر في الغرس (اين اذنك يا جحا).
- 6- مراعاة الشريحة العمرية، تظل القيمة واحدة، ويتغير مستوى الطرح.
- 7- استثمار المخيلة عبر القصة، والجسد بالأنشطة، وبالحوار.
- 8- تفعيل لروابط عن كل قيمة أو نادي للقيم لتفعيل ما لا يمكن تفعيله عبر الدروس الصفية او الحلقات.
- 9- مع قيم المجتمع نحتاج للتعرف على موضع الخلل القيمي وهو يتم عبر المسح الميداني.
- 10- بوصلة القيم هامة كي ترشدنا بأولويات تناول القيم في الصيانة والعلاج وكذلك في تحديد مبالغ الصرف وتحديد نوع البرامج والأنشطة.
- 11- ان برمجة القيم في القرآن تنطلق من أسماء الله الحسنى وصفاته، وحصرنا فيها طبقات كانت منها (قوافي اللقطات).
- 12- نوع ما استطعت في أساليب التعريف بذات القيمة
وكي نقرب مقصدنا هنا نسأل: كيف يتم تحضير القهوة؟
والإجابة التقليدية، فهي باعتماد الخطوات التالية وبالترتيب، طحن القهوة، ثم وضعها في إناء في ماء مغلي.



الأسلوب التقليدي في تحضير القهوة

غير أنه باعتماد استراتيجيات في التفكير من خارج نطاق الأسلوب التقليدي سنصل لطرق إبداعية أخرى في مثل، أسلوب الضغط، وأسلوب الكبسولات، وأسلوب السايفن بالتبخير في التحضير للقهوة.



استراتيجيات خارج الإطار التقليدي أوصلنا الى أساليب مستحدثة لمذاق مطور وغير مسبوق للقهوة

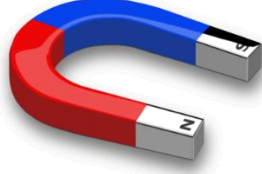
لذلك نجد الاجتهاد في الترويج للسلعة ويتم استحداث أساليب في الدعوة اليها من اجل تعريض الاستهلاك، وكذلك مع (القيمة) سيتطلب الامر اجتهاد مماثل في الترويج لها، وهو ما يتطلب:

- a. مران على أساليب غير تقليدية في التفكير لتصل الى حلول ومفاتيح للتجسير.
- b. مران عبر تعددية زوايا النظر.
- c. عبر مرحلية تحقيق النتيجة المرجوة.
- d. عبر تقديم وتأخير وتحين للفرص.
- e. عبر تنازلات مرحلية من أجل حصاد يهنئ به الاثنان معا.

13- غرس القيمة عبر استراتيجية التعارض القطبي

فالمغناطيس جمع ما بين السالب والموجب، فلولو التنافر لما تمكن من تشغيل محركات المركبات والقطارات، اجعل ان شئت عبر تعارض طرفيكما ما يشكل قوة دافعة لنهضة في مسار تنفقان عليه، وهذا ما وجدناه عبر ما تخصصت به المصانع المنتشرة في الاتحاد الأوروبي، حيث توربن الطائرة تم تصنيعه في بريطانيا، وجناحها في المانيا،

مشروع الطائرة الذي انسأهما الدمار الذي لحق بالمدن البريطانية من ألمانيا ابان الحرب العالمية الثانية. . وهكذا، فتشغيل القيم لا ينحصر في أساليب التلقين التقليدية.



التعارض القطبي



طائرة الايرباص منتج تضافرت عليه خمس دول أوروبية

14- اعتمد استراتيجية (التدرج)

كالتدرج الضوئي بين الليل والنهار، وهو ما يشير الى بطيء في الحراك بما قد يبدو للغير من أنه ثابت غير متحرك، والمغشي هنا من سماته انه مكون من ملايين الجزيئات المتحركة غير انه يبدو كما لو كان ثابتا، وكذلك في رهائك بما يمكن ان يقوم به كل فرد ضمن مجال ما في مثل (مجال التعليم، مجال الرياضة، مجال الفنون، وغيرها)، فالالتزام من قبل الملايين من طائفتك يعتبر جسرا بحد ذاته في بناءك الذي تنشده.

50%



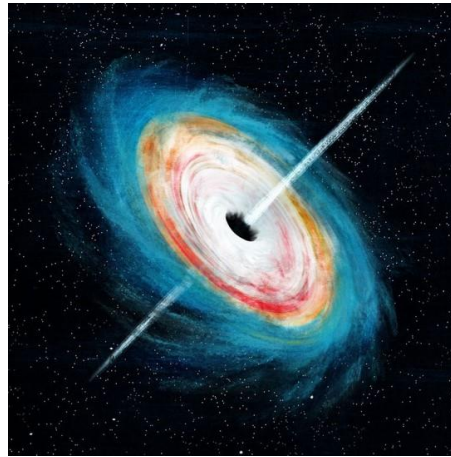
5%



تدرج في الغشيان

فبالرغم من أن شكل الأرض كروي، غير أن إمالة بنسبة 23.5 درجة كانت مهمة لتأمين الانسجام والتنمية، مع ملاحظة أن أحداثيات الميلان تتغير بشكل دوري مع كل فصل من فصول السنة لتأمين التعايش والتنمية المستدامة، وهو ما يعني تعهد التجسير بالتعديل والصيانة والتطوير بشكل مستمر.

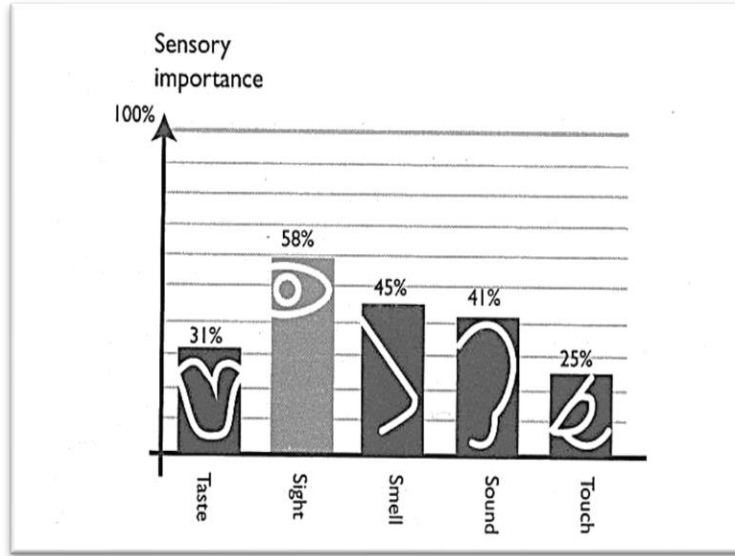
15 - الميزان ما بين المعلومة العلمية والقيم الإنسانية



محور القيم عبر دوائر مجالات العلوم كافة

لنكن انطلاقتك في تأمين المعلومة سواء العلمية او غيرها عبر محور (القيمة)، فسبحانه أبلغنا في القرآن من ان السماوات والأرض (قالنا اتينا طائعين)، فالسماوات والأرض امتثلتا عبر محور قيمي (الطاعة)، وكافة ما خلق الله من كائنات وعلوم ومعادلات رياضية ستمتثل لأنها (طائعة) وكذلك الطالب، لن يمتثل للسلوك القويم ان لم يبرمج وفق محاور من (القيم) ليستقيم. ونحن نلاحظ اجتهاد مؤسساتنا التعليمية في برمجة العلوم التي لا تعتمد على أسس وقواعد من القيم، لذا لا نستغرب حال تم تطويع العلوم في الغرب لقتل البشر عبر قنابل نووية أو أسلحة كيميائية أو جرثومية، ذلك ان كانت مسألة حفظ المعلومة هو الأصل في تقييم الطالب ، يكون جهاز الحاسوب هو من يستحق الشهادة العلمية وذلك لقدراته الفذة في الحفظ، والامر يصدق حتى على الحيوان القادر لأن يتلقى التدريب فيستجيب لأوامر الانسان بل نجده يتكلم في حال الببغاء، لكن ميزة الانسان أنه يدرك ما لا يدركه الحواسيب ولا الحيوان الا وهو القيم، لذا تكون القيم هي الأصل في التفاضل.

16- تفعيل الحواس في عملية برمجة القيمة



أثر الحواس في تأمين المعلومة في الدماغ

17- تحويل القيمة لما يمكن معاينته وهو ما يتم عبر تحويلها لمنتج

فمن الممكن تحويل أي قيمة لمنتجات، فحين حولنا قيمة العطاء لتعبير فني يمكن لبسه عبر قميص نكون أيضا قد فعلنا حاسة اللمس بنسبة 25%، وحاسة النظر عبر التصميم بنسبة 58%، وحاسة التذوق عبر الكوب الذي سنحتسي من خلاله الشاي مثلا.

قيمة العطاء



18- الرسالة الضمنية في للعقل الباطن

فدعوة النساء نحو قيمة ارتداء الحجاب لا تكون بالأمر المباشر، بل لعل في ادراج دروس وبرامج تلفازية واذاعية عن أنواع الأقمشة واستعراض بعض أزياء النساء في ارتداء الحجاب دون التوجيه لذلك ما يعزز لبرمجة باطنية في التحبيب بالسلوك.

ومن الممكن ان يعزز لهذا النهج استعراض احصائي عن نتائج المسوح الميدانية العالمية حيال ما تتعرض اليه المرأة عالميا من عنف وتحرشات جنسية عن عدم الالتزام باللباس المحتشم، فالإحصاء التالي يبين كيف أن في الولايات المتحدة الامريكية تعاني فيها المرأة بشكل متنامي من التحرشات الجنسية

Women				
2017 Oct 30-31	73	23	1	3
1998 Mar 20-22	55	40	1	4

وفي الإحصاء التالي يبين معاناة المرأة في الغرب بما يوازي معاناتها من هجوم الإرهابيين

More Than Three-Fourths of Residents in European Countries Say Sexual Assault and Domestic Violence Are Serious Problems

Please tell me whether you think each of the following is a serious problem or not a serious problem in [country].

	Yes, serious problem
	%
Gang violence	79
Sexual assault	77
Domestic violence	77
Acts of terrorism by country residents	75
Acts of terrorism by nonresidents	75
Outbreaks of contagious disease	62
Current level of immigration	57

GALLUP WORLD POLL

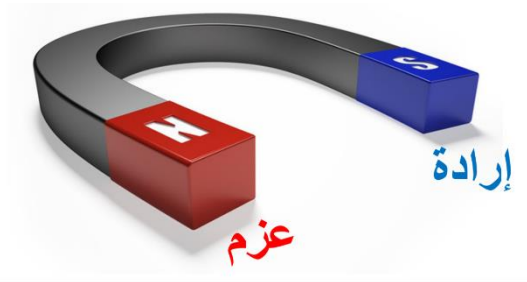
19- إدراك المفهوم

من أجل برمجة القيمة، ستحتاج لأن تعزز لها عبر شواهد تمضي بذات المسار، وهو ما يدرك عبر (المفاهيم)، فالمفهوم هو إدراك التشابه الذي يمضي وفق قاعدة، مثال ذلك حين نسأل ما المفهوم الذي تعزز له الصور التالية؟



لتكون الإجابة (الحمل)، فجميع تلك الأشياء تحمل، الكتاب يحمل علما، والرقاقة كذلك، والسطل يحمل الماء، وهكذا، فبالرغم من عدم تشابه الأشياء التي ادرجناها الا انها تنطلق من قاعدة واحدة وهي (الحمل) كمفهوم عام لها، وكذلك في برمجة القيمة، ستحتاج لشواهد عبر ذات مسار (المفهوم) لبرمجتها في الدماغ.

ولعل مدرس الفيزياء حين يعرض حالات المواد الثلاث، الصلبة والسائلة والغازية، ويبين من ان تغير حالات المادة يعتمد على مدى التراص أو التراخي فيما بين الجزيئات، فيعلل اختفاء ذرات الملح أو السكر في محلول الماء الناتج عن التراخي فيما بين جزيئات الماء، وهو ما نطلق عليه ظاهرة الذوبان، وكذلك مع (الصحبة) فهي ان كانت صالحة فانت ستذوب معهم وان كانت طالحة فستذوب معهم كذلك، إشارة لأهمية الصحبة كقيمة في حفظ النفس من الضلال، فيوجيه الطالب الي أهمية البيئة الصالحة المحيطة، ففي الغرب تكثر الجرائم وسوء الاخلاق حيث تذوب قيم الفرد في ظل قيم البيئة المحيطة به. وكذلك الامر مع المغنطيس ان كان المرشد يتناول درسا في العلوم، فحين يتمكن المغنطيس وهو (جماد) أن يغير من صفات قضيب الحديد وهو (جماد) فيستجيب الحديد وهو لا يعقل لأوامر المغنطيس، ألا يمكن لعقولنا أن تستجيب للعلوم والمعارف التي نتلقاها كل يوم في المدرسة!، ألا يمكن لسلوكياتنا أن تتغير! ليصبح قطبي المغنطيس بعد ذلك ممثلان لقيمتي الإرادة والعزم في التغيير للسلوك.



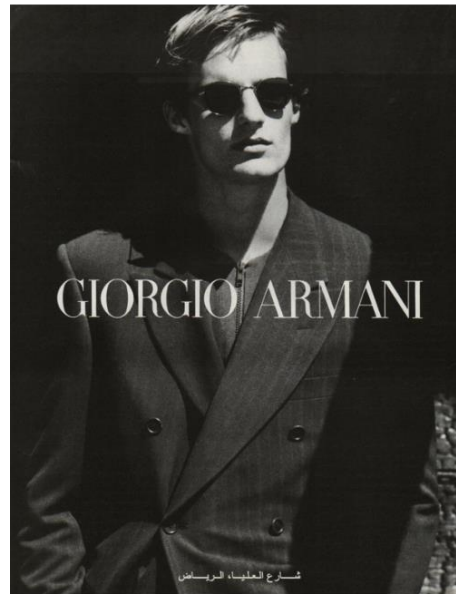
20- دوافع السلوك

إنه من الأهمية بمكان أن يتعرف المرشد على دوافع سلوك الإنسان ليسهل عليه أمر تفسير ما أقدم عليه من سلوك ليعمد بعدها للتوجيه، وقد استعرض علماء النفس والاجتماع العديد من الدوافع والمحفزات في ذلك، نحن هنا نستعرض بعض منها شارحين مقصد كل منها عبر تمثيل من واقع الإعلانات التجارية، لنبين كيف ان الإعلان التجاري تمكن من تطويعها لدفع العميل لاقتناء ما يدعوا اليه الإعلان، فحري بان يدرك المرشد تلك الدوافع ليستثمرها في تعزيز القيمة من أجل تأمين غرسها في الدماغ.

الظروف المحيطة	محفز ضعيف
اللعب	
الوقت	
المكان	
بقاء الجنس	
التوقع	
الفنوية	
الموائمة	
الفيزيائي	
الانا	
الروحي	الاقوى

في الإعلان التالي صار دافع السلوك لاعتماد خدمة طبيب المنزل روعي عبر عبارة (وبرا بوالدتي)

في الإعلان التالي يكون الدافع عبر العائد على الذات (الانا) من أجل اقتناء السلعة



الظروف المحيطة

اللعب

الوقت

المكان

بقاء الجنس

التوقع

الفنوية

الموائمة

الفيزيائي

الانا

الروحي

مراعاة الظرف المحيط كدافع في اعتماد فكرة الشراء بالأقساط، فما لا يمكن تحقيقه نتيجة لشحة المال صار ممكن عبر الأقساط

لا تفوتك الفرصة كابريس بروجها م ٨٨

٦٤٩٦ د.ك

بالأقساط

٢٥٠ بي.بي.بي

لا تشمل هديتك الحظائية عند الشراء
كذلك خدمة الصيانة والتأمينات

٤٠٠ د.ك

متوفرة بعدد الوان
مستدير

١٢٧ د.ك

القسط الشهري

ببيت التمويل الكويتي

الظروف المحيطة

اللعب

الوقت

المكان

بقاء الجنس

التوقع

الفنوية

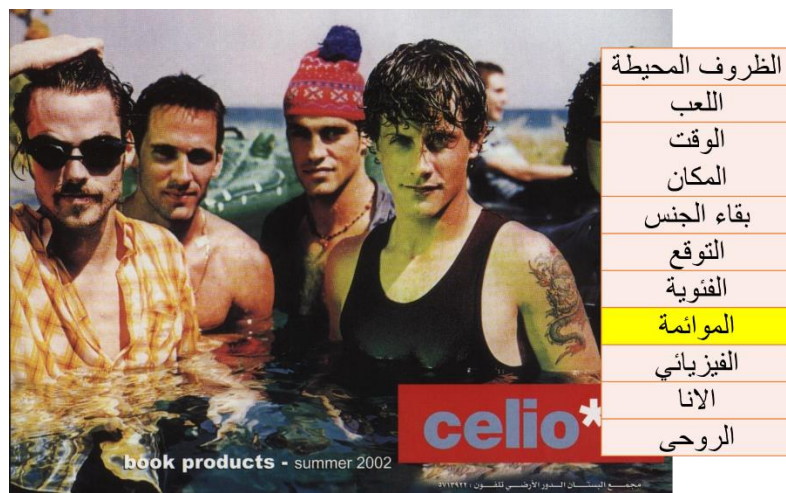
الموائمة

الفيزيائي

الانا

الروحي

في الإعلان التالي نجد دافع الموائمة (الاقتران) والصحة، في حث الشباب والمراهقين للتبضع من العلامة التجارية.



21- تنجيم المعلومة

لا تستعجل قطف ثمار الغرس للقيمة، واعتمد أسلوب (التنجيم) لها، بالتجزئة والتمرحل الزمني.

22- لا بد من اعتبار سياق رسالة البرمجة لخصائص فصي الدماغ.

فللدماغ فصين، الأيمن ويستجيب لرسائل المشاعر والروحانيات والشعر والموسيقى، والايسر يستجيب للمنطق والأرقام والحقائق، فمع دعوة بذل المال تفعيلا لقيمة العطاء، من الممكن أن يكون مزيج المعلومات التالي معززا للفصين، عبر رسالة تحمل أرقاما وأخرى مفعمة بالمشاعر.

وفق مصدر اليونيسيف فإن 24,000 طفل يموت يوميا كنتيجة طبيعية للفقر



تفعيل لقيمة العطاء

23- مازج فيما بين العلوم

إِعمد لعملية التجسير فيما بين العلوم على تنوعها الادبي بالعلمي وبالفني والديني منها، ذلك أن البنية التحتية للكون الذي نحن فيه واحدة، فيقدر ما تتمكن من مد الجسور ستتمكن من برمجة القيمة محل الغرس، وما يلي نماذج تعبيرية نبين عبرها العلاقات فيما بين العقيدة والعلوم على تنوعها كنماذج عن مد الجسور لغرس القيم.



فالتعبيرين يعززان لاسمين من أسماء الله وصفاته، عبر مجالات من علوم الفيزياء والاحياء

- ولبرمجة القيم المجتمعية، تلك التي نستهدف فيها شرائح مجتمعية بعينها مسارات إضافية ادرجناها في كتاب بعنوان "تفعيل القيم المجتمعية"
- وفي القيم القرآنية وجدنا أن مسارات البرمجة اعتمدت نمطا آخر أفردنا له كتابين، الكتاب الأول بعنوان " طبقات البرمجة للقيم في القرآن" والكتاب الآخر بعنوان "حركة الكامرة في القصص القرآني" حيث في الكتاب الثاني هذا استعرضنا لطبقة واحدة منحناها اسم (قوافي اللقطات).

الفصل الثالث

تفعيل القيم من تفعيل حواس الإنسان

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

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

اختبار المجسات الحسية

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

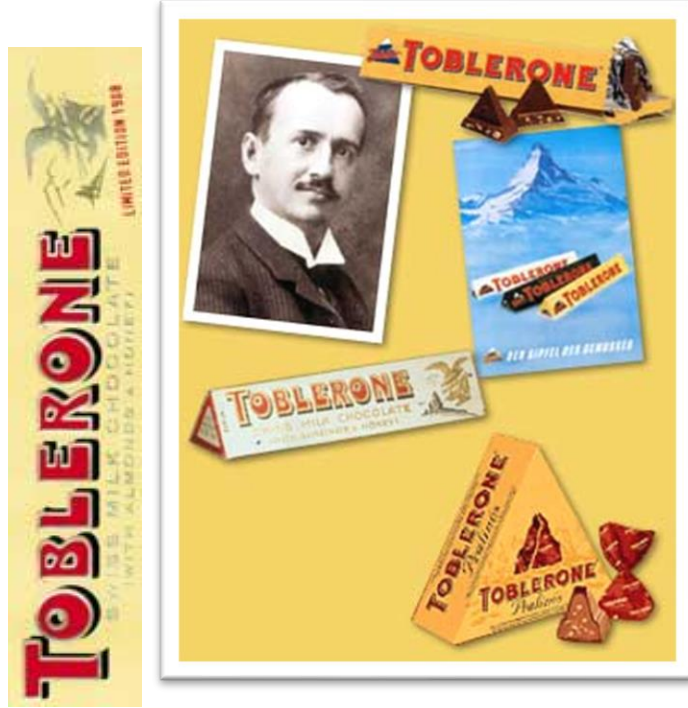
1- الصورة:

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



السيد جيوف كروك [رئيس قسم التصميم بالحواس في جامعة القس مارتنز في كلية الفنون] يؤكد أن 83% من معلومات العملاء تعتمد على المشاهدة. وتؤكد الدراسات- التي أجراها لندستروم- أن من بين كل الحواس تعد حاسة الشم الأقوى في الإقناع بعد حاسة الابصار. ويدعم ذلك بقوله: إن 19% من سكان العالم

فقط يؤمنون بأن مشاهدة قطعة القماش أهم من الإحساس بلمسها، ويؤكد أكثر من 20% من سكان العالم أن رائحة الطعام أهم من المذاق. وينقل لنا التاريخ قرار ثيودور توبلر- العام 1906- بأن يجعل تصميم قضيب الشوكولاته الذي ينتجه على شكل مثلث؛ فقد كان ضد القانون أن تستعمل الموروث السويسري في شعارات الشركات، ولكن قرار توبلر كان صائباً في استعارة شكل أحد الجبال المشهورة لديهم لعلامته التجارية، وكانت أول شوكولاته عالمية يسجل حفظ حقوق شكلها.



علامة توبلر للشوكولاته ومبتكرها ثيودور توبلر

وكذلك سجل منتج "هرشي" (قبالات هرشي) نجاحاً. فقد صار المنتج أيقونة ثقافية لدى الشعب الأمريكي، وصار ينتج يومياً 25 مليون قبرة بالشكل المميز الذي جاءت به.



قبات كاكاو هرشي

وكذلك يؤكد الشكل الهوية في العطور كافة. فالدراسات تشير إلى أن 40% من قرارات شراء العطر تعتمد على شكله.



عطر شانيل

والمشروبات الغازية والكحولية كافة تتبارى في الشكل الذي تقدّم فيه العبوة للجمهور المستهدف. ولاحظ في الشكلين المرفقين: زجاجة الكولا، وقوس مك دونالد.



شعار مكدونالد



زجاجة الكولا

وكذلك يشهد سوق تصاميم السيارات على ذلك. فمثلاً، لمبرجيني تؤكد تميزها كونها سيارة وحيدة تفتح أبوابها للأعلى.

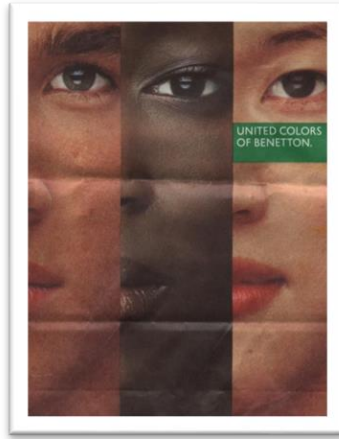
ونحن عندما نشير إلى الصورة، فليس الأمر منوط بالضرورة فقط بالشكل، وإنما أيضاً بالوصفة التي من خلالها تأخذ أي حملة إعلانية شكلها المميز. فهي هي بنيتون لم تغير- منذ العام 1965- صور حملاتها، بل احتفظت بهوية فريدة، قابلة للتعرف من خلال وجوه الأشخاص وألوان البشر، مؤكدة لقيمة نبذ العنصرية وقيمة الاتحاد التي يجب أن ينعم بها جميع البشر. ونحن نسأل هنا: هل الذي تبيعه بنيتون هنا هو الملابس أم أنها تبيع القيم؟ هل لاحظت كيف استطاعت بنيتون أن تبيع سلعتها التجارية (الملابس) من خلال تسويق القيم؟



بنيتون توجه الأنظار لدعم الفقراء الذين يقتاتون من حاويات القمامة

وهذا هو الذي نريد أن نصل إليه نحن في تسويقنا للقيم. فهل نستطيع أن نبيع القيم الفاضلة-كالصدق والتراحم والتعاون- على نحو يمكن أن يكون ملموساً؟ لاحظ معنا أن والت دزني عندما تطرح أي فيلم كرتوني- من مثل أفلام "الأسد ملك الغابة" و"بوكاهانتس" و"مولان"، وغيرها كثير- لا تطرح هذا الفيلم مع ما يتضمنه من قيم عائلية أو مجتمعية من دون أن تطرح معه منظومة من المنتجات، كالمجسمات التي تعبر عن شخصيات الفيلم والألعاب الفديوية والألعاب الإلكترونية والأقلام والدفاتر والحقائب والأكواب، وربما أيضاً الحلويات التي تأخذ شكل الرسوم الكرتونية؛ أي: إن الطفل يتعرف إلى القيم على نحو محيطي تتفاعل معه حواسه، من بصر وسمع ولمس وشم ومذاق، وحينئذ يكون قد برمج عقل الطفل وقلبه- على نحو غير مباشر- على ما يدعو إليه الفيلم من قيم، وهذا هو الذي ندعو إليه في تسويقنا لقيمنا الفاعلة، بأساليب من التعبيرات التي نحفز من خلالها حواس الإنسان كافة، مبرمجين بتأثيراتها عقله وقلبه.

وفيما يأتي، نعرض نماذج عدة تبارى فيها العدد من الشركات والسلع التجارية في الإفادة من حواس الإنسان بقصد برمجة صورة علاماتها التجارية في الأذهان وفق مفاهيم مدروسة، وتروي شغف شرائح غير قليلة من البشر.



حملة بنيتون لمناهضة العنصرية

وحملة "هل شربت الحليب؟" شاهد آخر على ذلك، إذ نلاحظ أثر شرب الحليب الذي يظهر أسفل الأنف وكأنه شارب، وحتى أنت أيها القارئ تستطيع أن تكون أحدهم.



الحملة الإعلانية للتوعية بأهمية شرب الحليب

2- اللون:

هل لاحظت معنا كيف أن العلامات التجارية تتصارع عالمياً على الاستحواذ على الألوان.

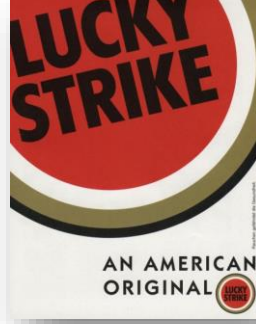
فها هي كولا تملك اللون الأحمر من السوق العالمي بنسبة 36%.
وأصبحت فودافون هي التي تملكه في بريطانيا بنسبة 30%. وفي بقية الأسواق بنسبة 27%.

وفي المرتبة الثالثة في ملكية هذا اللون تأتي "بودوايزر" بنسبة 13%.
تليها "مكدونالد" بنسبة 12%.

وأما علامة البيبسي فتستحوذ على اللون الأزرق عالمياً بنسبة 33%.
وهي بهذا تكون سحبت البساط من علامة IBM، التي غيرت لونها إلى الأسود،
والعملاء يحبذون اللون الأسود بنسبة 14%. فقط 11% يحبذون إدراج علامة IBM مع اللون الأزرق.



وسجائر "لاكي سترايك" كانت معروفة باللون الأخضر، ولكن عزم أمريكا على خوض الحرب العالمية الثانية، وغزو جيشها للشمال الأفريقي، غيرت لايكي سترايك إلى الهدف ذي اللون الأحمر، مع الشعار "Lucky strike has gone to war!"



سجائر لايكي سترايك

ودولة سويسرا- التي أصبحت معروفة بمنتجاتها من الساعات والسكاكين والجبن والشوكولاته والبنوك- عندما تأسس الصليب الأحمر، استعملت شعاره على علمها، فأصبح اللونان الأحمر والأبيض يدلان على منتجات هذا البلد.



منتجات سويسرية تحمل شعار الصليب

ومع بدء القرن العشرين، أصبح اللون الأصفر يعبر عن الصفحات الصفراء (اليلو بيجز).

وكذلك فعلت شركة "هيرتز"؛ فجون هيرتز كان يدير محلاً صغيراً لبيع السيارات في شيكاغو، فانقدحت في عقله فكرة تحويل لون السيارات- التي بحوزته- إلى الأصفر، للإشارة إلى أنها سيارات أجرة. وأطلق على الشركة اسم "يلو كاب".



دليل الصفحات الصفراء



يلوكاب (القبعة الصفراء)

ولاحظ معنا أيضا بعض العلامات التي تملك لونين؛ فاللونان الأصفر والأحمر
مجتمعان يملكهما كل من كوداك Kodak ومكدونالد McDonald و DHL.

DHL



4- اللغة:

5- هناك خطوات ثلاث لإحداث التكامل بين كلمة أو كلمات محددة وعلامة تجارية:

- أ- تعيين الكلمات التي ترغب العلامة التجارية في امتلاكها.
- ب- يجب أن يكون لاختيار الكلمات علاقة بصدق هوية علامتك أو يعكسها.
- ت- اختر الكلمات التي يسهل معها الخروج بجمل متنوعة.

وفيما يأتي نعرض نماذج تطبيقية:

- أ- أبسلوت فودكا: منذ العام 1980 وطوال عشرين عاماً، كان محور كافة التصاميم الـ 700 هو شكل الزجاجاة.



- ب- سيارة بيجو تملك رقماً مكوناً من ثلاث خانات، وُسْطَها الرقم صفر (504).
- ج- بورش تملك الرقم 911، ومن قبل كانت تملك رقماً مكوناً من ثلاث خانات وُسْطَها الصفر أيضاً (901).

بورش 911

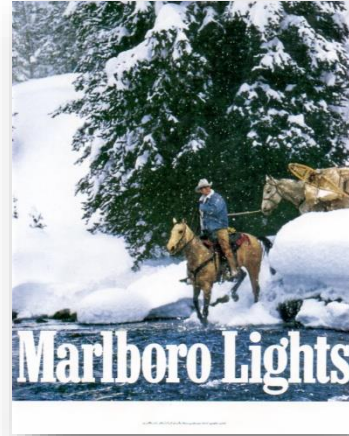


د- مكدونالد امتلكت عائلة “Mc” mcnuggets ،mcmuffins
“have a magnificent day”
هـ - والت دزني Disney تملك ست كلمات، هي: Fantasy, happy, smile, magic, Dreams, creativity بنسبة 80%.
وهذه اللغة منتشرة في كتيباتهم وعروضهم وأغانيتهم كافة، منذ العام 1950. وفي المطاعم يستقبلك النادل بـ Have a magical day.
و- كيلوغز Kellogg's تملك كلمة Crunch بنسبة 74%.
ز- شركة جيليت Gillette تملك كلمة Masculine (أي: رجولي) بنسبة 59%.
ط- نوكيا Nokia- التي تقدم صناعة تكنولوجيا متطورة للخدمة الإنسانية- جاء شعارها اللفظي في كلمتي “Connecting people” بنسبة 14%، ليؤكد العلاقة الإنسانية مع العلامة التجارية، وهذه تعد استراتيجية وجدانية Emotional strategy.
ي- كولغيت colgate حاولت أن تربط منتجها بالابتسامة Smile، ولكنها جاءت بالمرتبة الثالثة بعد دزني ومكدونالد.
ك- كولا Cola ارتبطت علامتها بالكلمة Enjoy: “Enjoy for ever”، بنسبة 53%.
وجاءت ديزني Disney بنسبة 62% مع كلمة Enjoy. مع الربط الذي شهدته الشخصيات الكرتونية لكل من: McDonalds Ronald و M&M mascots.

4- الأيقونة:

فالتعرف إلى مغزى الأيقونة يسهل في الحاسوب، وبأزرار الهاتف النقال. وإعلان رجل مرلبورو يعد أيقونة لهذه الماركة.

أيقونة رجل مرلبورو



5- الصوت:

نحن محاطون بأنواع الأصوات كافة (غسالة الصحون، آلة الخياطة، صانعة القهوة، الطابعة،..). وإلغاء الصوت يعني إلغاء جزء من هوية المنتج. يقول لندستروم: إنه في زيارة لإحدى الدول الآسيوية، وفيما كان جالساً في أحد المقاهي، استعاض أحد الجالسين بالقرب منه رنة هاتفه النقال بالعبارة المغناة في الإعلان التلفزيوني "Always coca cola"، وكان في كل مرة يرن هاتفه يؤكد هذه العبارة في أذهان الجالسين، حتى إنها ظلت تتردد في ذهني سائر يومي!

فالصوت من الأهمية بمكان، ويجب أن لا نغفل الخلفية الموسيقية أثناء انتظار المتصلين، سواء في الفنادق أو المطاعم أو المحلات أو من خلال رنات الهواتف، أو مواقع الإنترنت؛ حتى إن شركة طيران كانتاس Qantas air تذيع موسيقاها قبل الإقلاع في الإعلان التلفزيوني الذي تؤديه مجموعة من الأطفال "I still call Australia home"، ما يرسخ علاقة وجدانية بالطائرة Emotional oriented، وهذا هو الذي بادرت إليه كل من العلامات: Singapore air, B.A, Nokia, Microsoft, Intell, Disney.



ودلت الدراسات على أن 40% من الناس يؤمنون بأن صوت رنة الهاتف أهم من تصميم الهاتف.

واستطاعت نوكيا أن تحوز صوتاً هو الأكثر تذكراً عند الناس عالمياً، ونسبة 50% يؤكدون أنه صوت له حس موجب. واسم نوكيا لـ 20% يعني السعادة والارتياح والرضا، واتضح أن 20% لا يغيرون هذا الصوت، وأن 86% يختارون رنة هواتفهم من القائمة المدرجة في نوكيا.

ومع افتراض أن نوكيا أنتجت 400 مليون جهاز، بناء على الحصة التي تستحوذ عليها عالمياً وهي 39% عام 2006، فإن هناك 80 مليون عميل (زبون) يستمعون حالياً إلى أكثر من 7 ساعات من هذا اللحن في العام.

وفي المقابل، فقط 10% يتذكر رنة موتورولا. و15% عندما سمع رنة موتورولا، أفاد بأنها رنة نوكيا، وهذا ندعوه- في الدراسات التسويقية- الـ "كانيبلايزيشن"؛ أي أن تستحوذ علامة تجارية على نقاط موجبة هي من حق علامة تجارية منافسة.



وكذلك للخلفية الموسيقية- في المحال التجارية والمطاعم- عوائدها في تحفيز معدلات البيع.

وكلما بطؤ الإيقاع، زاد حجم الشراء؛ إذ يزيد بنسبة 29% حجم مبيعات المطاعم مع الموسيقى ذات الإيقاع الهادئ.

وفي مدينة مورنغتون الأسترالية، لوحظ انخفاض معدلات الجريمة في أقل من أسبوع، عندما عُزفت موسيقا كل من موزارت وبتهوفن في شوارع المدينة في المساء.

بعد ذلك، تبعتها في هذا مدينتان هما: نيويورك في محطات الحافلات، وكوبنهاجن الدنمركية.



بيتهوفن



موزارت

وأكدت الدراسات أن الموسيقى تستدعي الذكريات الجميلة.

لاحظ معنا كيف يعممون الموسيقيًا في أرجاء مدينة دزني طوال اليوم، وعلامة فيكتوريا سيكرتس تُعرض في متاجرهم مع عزف موسيقا كلاسيكية، وكذلك في بعض الفنادق و (المولات)، وحتى في المصاعد.

لقد أصبحت بعض المقطوعات الموسيقية مرتبطة بأسماء بعض العلامات. العام 1970، أطلقت IBM موديلًا مطوراً من الطابعات من غير صوت. فكان من الصعب على العملاء التعرف فيما إذا كانت الطابعة تعمل أو لا، فعمدت الشركة إلى إضافة صوت إلكتروني لإعادة الضجيج الذي تعودته العملاء.

وكذلك يمكن للأصوات أن تضيف معنى الفخامة للمنتجات. لاحظ صوت إغلاق أبواب السيارات. ففي السيارات اليابانية، جرى إنشاء أقسام متخصصة بصوت السيارات. 30% من المستفتين أكدوا أنهم قادرون على تمييز السيارات بعضها من بعض من خلال الأصوات: 36% من اليابانيين، 28% من الأمريكيين.

6- الصورة الموحدة (انسجام عناصر هوية العلامة ومقصودها) Corp. image:

يجب أن تكون مفردات العلامة وعناصرها منسجمة في إيقاع موحد مع اللون والصوت والموقع الإلكتروني (الإنترنت) وديكور المحل والزبي.

7- العادات:

كلما كانت العادات والتقاليد واضحة، كانت أقدر على البقاء والاستحواذ على الذاكرة. فلدى بعض الشعوب عاداتها ضمن مواسم الأعياد، من مثل: تناول لحم الديك الرومي في أمريكا، وذبح الخراف في موسم الحج لدى المسلمين، ورقصة العرضة لدى الشعوب الخليجية في العالم العربي في الأعراس والأعياد.

8- الطقوس:

مثالها حفلات المالمورز والنابيسكومالومرز. فتعامل العلامات مع الطقوس الخاصة بأي شريحة من شرائح المجتمع يمكّنها من التأثير الموجب في أذهانهم. فها هي شركة نابيسكو Nabisco توقف منتجها مالمورز Mallomars في الأشهر من إبريل (نيسان) إلى سبتمبر (أيلول)، لارتفاع درجة الحرارة في هذه الأشهر، ويكون فيها المنتج معرضاً للذوبان بأثر الحرارة المرتفعة. ولذا، عندما يطرح في الأسواق في أكتوبر (تشرين الأول)، يعرف الناس أنه مخصص لهذا الفصل، فيستغل بعضهم المناسبة لإقامة حفلات المالمورز ابتهاجاً بعودة المنتج إلى الأسواق.

حلويات مالومرز



في فترة أعياد رأس السنة (الكرسماس) في الدنمارك، هناك نوع من المشروبات لا يجري تسويقه في كوبنهاجن إلا في عربات الخيول. تمارس بعض الفرق الكروية في العالم بعض الحركات قبل أن تبدأ باللعب، وهي حركات من السهولة حفظها، وبها يعرف اسم الفريق.

9- الملمس:

الإحساس بالمنتج له أهميته في اتخاذ قرار الشراء. يقول لندستروم: إن معظم المشروبات الكحولية أصبحت تعتمد في فتحها على نزع الفلينة لولبياً، عوضاً عن نزع الغطاء التقليدي. وما زال الناس يركلون إطارات السيارة من الخلف عند الرغبة في شراء سيارة ما. و49% من العملاء يتخذون قرار الشراء بعد تحسس مقود السيارة وانسيابية التابلوه بأيديهم.

محلات "أزدا" البريطانية- التابعة لعلامة ولمارت- بدأت برفع المغلف عن ورق الحمامات، كي يقرر العميل إذا ما كان سيشتريه بناء على حاسة اللمس. 36% من العملاء يؤكدون أن الشعور بلمس هاتفهم النقال له أهمية أكبر من تصميم الجهاز. وبينت الدراسات أن 46% يرون أن وزن الجهاز أهم من التصميم. 49% من مستهلكي الكولا يفضلون تناولها مباشرة من الزجاج لإشراك حاسة اللمس، ولكن 98% من مبيعات الكولا في أمريكا هي العلب المعدنية والعلب البلاستيكية، وهذا ينذر الملمس الفريد الذي يفضلهُ العملاء بالخطر، فحصة الكولا 46% مقابل 40% للبيبيسي، وهذا يجعل الفرصة الترويجية للبيبيسي أكبر.

وتشير الدراسات إلى الأهمية العظمى التي يمنحها الملمس للمتبضعين. فهي هي سلسلة مطاعم تيم هُرتون Tim Horton الكندية تقدم السكاكين والأطباق الحقيقية، في الوقت الذي تقدم سائر المطاعم المنافسة الشوك والسكاكين البلاستيكية. وكانت للمؤلف تجربة مع إحدى العلامات التجارية الرائدة في بيع الثلجات (الأيسكريم). فمطعم سوينسيز يمتاز بتقديم الثلجات في أكواب زجاجية مميزة

بأحجامها وأطوالها. وقد قصدناه يوماً، فقدم لنا الطلب بأطباق بلاستيكية، فلم يكن للمثلجات (البوظة) طعم!

وها هي الدراسات تشير إلى أن العملاء- مع تحول كوداك Kodak إلى الرقمية في التصوير- ما زالوا يستذكرون ملمس الصور، والإحساس بالشوق لرؤية الصور مطبوعة، وحب انتظارهم لها حتى الانتهاء من طباعتها.

10- الرائحة:

أكدت البحوث أن الرائحة تستثير الصور، كروائح العجين المخبوز، والوردة، والطعام، والبسكوت. وإن 40% من المزاج والتصرفات تعتمد على الرائحة الزكية. وهناك حوالي 100000 رائحة، جرى تصنيف ألف منها فقط.

وثمة عوامل تؤثر في تفضيلات الرائحة، مثل: العمر، الجنس، العرق أو السلالة. وكذلك وجد أن كل جيل يختلف عن الذي سبقه في تعرفه إلى الروائح (مثلاً، جيل الخمسينيات كان يتعرف إلى روائح البحر، أو البدوان إلى روائح الحضائر وقص الأعشاب. وجيل القرن الحادي والعشرين يتعرف إلى رائحة بودرة الطفل، ..).

ووجد أن 86% من الأمريكيين يؤكدون أهمية رائحة السيارة الجديدة، مقابل 69% في أوروبا. وقد أنفقت مئات الآلاف من الدولارات لتصنيع رائحة 1965 silver cloud التي تستعمل في سيارة رولز رويس، ولكنها كانت من أهم عناصر بناء علامة السيارة وهويتها، وسبباً من أسباب زيادة مبيعاتها. الرائحة الداخلية لسيارة رولز القديمة كانت طبيعية، فهي مزيج من روائح الخشب والجلد والصوف. ولكن الحسابات الأمنية الحالية حثتهم على استبدال مواد صناعية وبلاستيكية بها. والطريقة الوحيدة لاسترجاع الرائحة القديمة هي استعمال العطر الاصطناعي.

كرايزلر لها عطرها الخاص في كافة موديلاتها.

وكذلك فورد منذ العام 2000.

كثيرة هي الدراسات التي تؤكد أننا نأكل بأنوفنا، لما للرائحة من أثر في منح الطعام مذاقه الخاص.

وهناك من المنتجات ما يشترك فيها أكثر من حاسة. فمثلاً، معاجين الأسنان وخيوط الأسنان تشترك في المذاق والرائحة والملمس.

وتشير الدراسات إلى أن 80% من الرجال و90% من النساء يؤكدون استئثارهم بصور شاعرية عند تعرضهم للروائح. وكذلك للرائحة والمذاق واللمس علاقة وطيدة بلغة الحب.

وللرائحة أيضاً أثر كبير في قرار شراء المنتج، وقد أكدت ذلك الدراسات والبحوث. فقد عمدوا إلى تجربة لبيع حذاء نايك في غرفتين مختلفتين: الأولى رشّت برائحة عطرية، والأخرى من غير رائحة. فوجد أن الإقبال كان على ذلك الذي بالرائحة بنسبة 84%، على الرغم من فارق في السعر زاد على 10 دولارات للحذاء نفسه.

وفي لاس فيجاس، قورنت المكنن التي زودت بروائح عطرية بتلك التي لم تزود بها، فكان الفارق 45% لصالح المزودة بالعطر. ولذا، تعتمد الكثير من محال بيع الفشار popcorns والمخابز في المدن الترفيهية إلى نفث رائحة صناعية لجلب العملاء. وبينت البحوث كذلك أن بعض أهم الحواس يتشكل في مرحلة الطفولة. فحاسة الشم تعد أقوى 200 مرة في مرحلة الطفولة منها عند الوصول إلى منتصف عمر البالغ.

تحفيز فتعزيز فربط bond، enhance، Stimulate

لعل صورة التفاحة الجميلة- التي عليها بعض قطر الندى- تشدك، ولكن إذا أضفت إليها رائحة التفاح.. وربما استمعت إلى صوت انشطارها بالسكين، فستكون- بلا شك- متأهباً للشراء.

أولاً: التحفيز

إن اجتماع الرائحة مع تصميم لافتة المحل والديكور والموسيقا يحفز المرتادين على الشراء. إن تفعيل الترويج لمنتج ما- من خلال الحواس- يحفز حركة العميل ويربطه بالمشاعر.

ثانياً: التعزيز

ونقصد بالتعزيز هو إضافة ما يؤكد المعنى أو الصورة المدركة. فالشعار يدركه جميعنا من خلال بُعْدَيْهِ السيني والصادي (محوريه الطولي والعرضي)؛ ولكن عندما يكون في هيئة الهولوجرام (ثلاثي الأبعاد: الطول والعرض والارتفاع)، فإنه يسمح لك بالنظر إلى العلامة نفسها ولكن من زوايا متعددة. فقد عززت فورد سيارتها ألتراك F150- من خلال الحاسوب- بإعادة تصميم الماكينة.



فورد F150

وحاسبة تكساس إنسترومنت طورت ملمساً خاصاً بأزرارها.

وشركة أبل استعاضت عن زر التحكم (الكنترول) بعلامة أبل (Apple+c copy to, Apple+s to save). ومشروب البرتقال Orangina من خلال حملاتهم الإعلانية (القفز، النتوءات،..).



ثالثاً: الربط

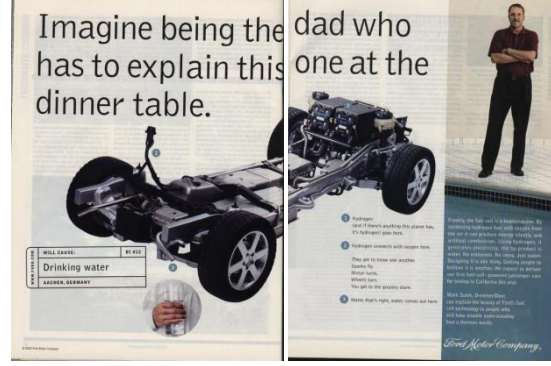
الهدف الأكبر لتفعيل الحواس هو دعم اسم المنتج وتأكيد الولاء للعلامة، مع صرف نظر العميل عن العلامات المنافسة.
الصورة الموحدة Corp. image أحد أهم الأمور لربط العميل بالعلامة.
لاحظ كيف أن نظام التشغيل في نوكيا وأبل وIBM صار حدسياً.

الخطوات السبع لتطوير الاسم الترويجي الحسي Sensory branding

1. تطبيق العناصر الحسية الخمسة
المعتاد أن تستوفي العلامة الواحدة عنصرين من العناصر الخمسة، وحتى ثلاثة عناصر على الأقل. وكل علامة يفترض أن تخضع لمنظومة "التحفيز فالتعزيز فالربط".

2. الحس المتزامن بين العناصر الخمسة
طيران السنغفورية اعتمد في الطائرة المضيفة الآسيوية والزي الموحد مع الموسيقى والإعلان التلفازي والعطر. والسؤال الذي يجب أن تسأله لنفسك: ما مقدار قوة التجسير بين النقاط الحسية هذه، بما يشكل مردوداً لعلامتك؟ هل إذا جرى التعرف إلى كل نقطة منفردة فسيتعرف العميل إلى علامتك كاملة؟

3. استشراف للتفكير الحسي المبدع لمواجهة المنافس
لاحظ ما تقوم به صناعة السيارات من تطويرات في: المواد المستعملة، نوعية الجلد، الإضاءة، اللون، صوت الماكينة، حتى الغاز المنبعث يصبح ماء، كما هي الحال في "فورد".



البحث والتطوير في سيارة فورد لتحويل الملوثات إلى ماء

4. انسجام المحسوسات ومتانتها.

5. أصالة المحسوسات

هناك اختبار مخصص للتأكد من الأصالة مكون من 4 راءات (4Rs):

- أ- Reality: يجب أن تدرك الأشياء على أنها أصيلة، وليس بالضرورة أن تكون أصيلة، كرائحة السيارة التي توحى لنا أن الجلد المستعمل فيها طبيعي، وكذلك صوت إغلاق باب السيارة، وصوت العصفير المنبعث من مكبرات الصوت في والت دزني.
- ب- Relevance: أن تكون ذات صلة وطيدة بهوية الشيء، وهي تعتمد على الظرف والهوية والسياق. فمحال الأزهار تفوح برائحة الأزهار. وماذا عن رائحة القهوة في البنك؟ ربما تكون ذات علاقة بخدمة العملاء المنتظرين في البنك.
- ج- Ritual: له طابع التكرار، مثل يوم الأم في الغرب ، الذي تقدم فيه البطاقات والهدايا.

د- Recital: هناك قصص لدى بعض الشعوب يصدق مواطنوها ما جاء في سياقها، على الرغم من أنها خيالية، ومن احتوائها على قصص السحرة، أو هوية بيناكيو ذي الأنف الطويل. المهم هو المعنى والمقصد. فالسياق يمنح القصة مصداقية. فكيف نشأت العلامة؟ وكيف أكدت أصالتها عبر الأجيال؟ وإذا كانت مواصفات العلامة تصلح لأن تكون جزءاً من القصة، فهذا كفيل بأن يمنح علامتك موقعاً في هذا الفضاء التجاري الرحب، ويمنحها الأصالة.

6. امتلاك المحسوس الموجب

لاحظ موجبية العلامات التجارية الآتية وما تملكه:

- أ. دزني تملك أذني الفأر.
- ب. نوكيا تملك النغمة.
- ت. أبسلوت تملك شكل الزجاجاة (القنينة).

بعض العلامات تملك مميزات ولكن في الاتجاه السالب، مثل الكتشب "الثخين"، ودواء المضمضة "الليسترين" المر. إذا شعرت بأن علامتك تملك محسوساً مميزاً، فاعلم أنك مرشح للفوز. واعلم أن أقل من 1% من العلامات التجارية الحالية باستطاعتها ادعاء ذلك؟

7. تنمية برنامج محسوسات علامتك
صار المطعم الكندي لبيع القهوة "تيم هورثن" Tim hortons يقدم السكاكين الحقيقية بدلاً عن البلاستيكية.



سلسلة مطاعم تيم هورثن الكندية

العملاء هم الأقدر على التعرف إلى مقدار استيفائك بالمحسوسات. ففي الاختيار:
1- أدرج المحسوسات كافة (البصر، الرائحة، اللمس، الصوت، المذاق) التي يمكن من خلالها تجسير علاقة ما بمنتجك أو خدمتك.
2- حدد عناصر كل محسوس أخفق في أن يؤثر في علامتك.
3- حدد أكثر محسوس له علاقة بعلامتك كي تؤكد.
واعلم أن التقنية (التكنولوجيا) الحديثة طورت لنا الأمور، كي تجعل المستحيل ممكناً، ومع الصبر يمكنك أن تجبر المكسور.
وتذكر هذا السؤال دائماً: هل إذا رفعت شعارك من على المنتج، فسيكون العميل قادراً على التعرف إلى علامتك؟

مسرحة العلامة التجارية Dramatizing

انظر إلى الاسم الترويجي على أنه مسرح، ثم انظر إلى علامتك على أنها هوية، فإنا نرى من تكون كقيمة إنسانية؟ من تكون كقيمة مجتمعية؟، ما مدرك القيمة التي تروج لها لدى المجتمع الذي أنت فيه؟ ما وجدانك وأحاسيسك؟ وما أولياتك الحسية التي يمكنك توظيفها لخدمة مدركات العملاء تجاه علامتك؟ نحن هنا بصدد (القيمة) وليس أنت.

تأكد من التناغم بين العناصر الحسية. ربما تكون ركزت على الحس البصري في تعريف علامتك، ولكن الدراسات الميدانية تشير إلى أهمية إشراك اللمس.

القيم كهوية:

هوية العلامة تمثل قيمة. وكلما كانت هذه القيمة واضحة متميزة، سنحت الفرصة لتأكيد المجال الحسي المميز لها. يكمن الهدف في تحويل كل قيمة إلى مجال حسي، بحيث تعظم الروابط الوجدانية بين العلامة والمستهلك. وفيما يأتي أمثلة مبنية على نموذج "التحفيز فالتعزيز فالربط".

1-التحفيز:

ستلاحظ مع العلامات التجارية أنهم يغيرون واجهات العرض في محال LV بتصميم موحد في اليوم ذاته، مقارنة بشانيل التي لا تغير ديكورها، فمحالها لا تعرض سوى زجاجة شانيل 5؛ وإذا أردت التعرف إلى منتجاتها الجديدة، فعليك أن تسأل. فالقيمة لدى شانيل: تقاليد العراقة والفخامة. والمحفز غير المطور لصالح العلامة: الموسيقى الكلاسيكية. والمحفز المطور لصالح العلامة LV: مقطوعة موسيقية مخصصة تعبر عن توقيع العلامة.

2-التعزيز:

- كولغيت: رائحة ومذاق متناغمان في منتجاتها.
- القيمة: النظافة.
- الربط: رائحة مميزة ومذاق مميز لمعجون الأسنان.
- الربط بعلامات تابعة: الرائحة والمذاق جرى ربطهما بمنتجات أخرى تابعة، مثل: أعواد الأسنان والخيوط.

التوقيع الخاص بالعلامة التجارية:

التوقيع هو رسالتك المتفردة. وتوقيعك يأتي من خلال التناغم الذي ترسمه بين النقاط الحسية لعلامتك؛ وكذا بين التعبيرات المختلفة لعلامتك "الملاحة" Navigation. فجهاز أي فون له توقيع الذي أصبح مألوفاً لدى الجميع. النظريات تقول: إن ثمة علاقة يجب أن تكون وطيدة بين عنوان الإعلان والصورة، كي تكون الرسالة الإعلانية مؤثرة وذات دلالة للمستهلك. فبمشاهدة حبة الفراولة وإضافة رائحة الفراولة تتعزز- بلا شك- الصورة. فالمطلوب- في بناء العلامة التجارية- هو التعامل غير التقليدي بين المحسوسات، كما في مشاهدة السيارة مع اشتمام رائحة الجلد، أو في مشاهدة كرة التنس الأرضي إلى جانب رائحة العشب. فليس

بالضرورة أن يُتنبأ بالارتباطات، ولكنها تبقى معززة للعلامة، وكذلك في ترويجنا للقيم الإنسانية، سنحتاج مع كل قيمة ارتباطات لتعزيز صورة القيمة في دماغ المتلقي.

التطبيق العملي والعلمي للتعرف على مدى ادراك وسم العلامة ومدرك القيم:

تعتمد العلامات التجارية لاساليب علمية من أجل التعرف على الاستيفاء الذي حققته علاماتهم ، وهو ما يجعلهم ناشطون في التعزيز لوسم العلامة، أي الاسم الترويجي الحسي، وهو يتطلب عمليات من البحث والتطوير، إضافة إلى جهاز لتنفيذ نتائج ما نتوصل إليه. والمراحل الخمس المعتمدة في ذلك:

1- التطوير:

حدد عناصر حسية أساسية وأخرى ثانوية بناء على:

أ- محفز Branded \ nonbranded stimuli.

ب- معزز Branded \ nonbranded enhancement.

ج- عناصر الاسم الترويجي الحسي Sensory branding.

د- تحديد معيار مرجعي لكل مفهوم مقابل كل علامة غير مستوفية للاسم الترويجي، من أجل التميز والتطوير والإبداع.

2- الاختبار: اختبر مفاهيم concepts ومرجعية benchmark كل نقطة حسية (عبر مجموعات داخلية).

3- تكاملية النقاط الحسية: مزج النقاط الحسية لكل منتج بمواصفات هذا المنتج.

4- الاختبار:

أ- اختبر إدراك العميل للنقطة الحسية.

ب- اختبر أصالة المنتج.

ج- اختبر النتائج مع علامات منافسة وغير منافسة.

5- دراسة ميدانية:

تأكد أن العملاء يستوعبون ميدانياً كل نقطة حسية وفق ما أملته عليك النتائج المخبرية داخل شركتك.

التقويم:

إلى أي درجة استطاعت النقطة الحسية- التي جرى مراجعتها وتطويرها- أن تصل

إلى ما تطمح إليه من تأثير؟ واسأل نفسك:

إلى أي درجة تتمتع النقطة الحسية بعلاقة إرثية مع تاريخها؟

هل ما زال المنتج يدرك بأنه موثوق الصلة بأصالته؟

الترويج الحسي عملية مستمرة تخضع لها العلامة التجارية، وهي تحتاج إلى مراقبة دورية، فتقاس بين الحين والحين كقياسك للاستحضار الذهني awareness لعلامتك وحصتك السوقية.

أهمية حس التسويق (الترويج) Brand sense

- 1- كلما كان ثمة تناغم بين نقاط المنتج الحسية، كان هذا التناغم أقدر على تثبيت العلامة في المدركات المستقبلية.
- 2- إن هدف النقاط الحسية هو تكوين علاقة وجدانية مع العميل.
- 3- تجسير الفجوة بين الواقع والمدرّك.
- 4- السماح لامتدادات من العلامات التابعة.

خطوات حس التسويق Brand sense

- 1- تدقيق النقاط الحسية.
- 2- بناء العلامة.
- 3- مسرحة العلامة.
- 4- توقيع العلامة.
- 5- تطبيقات العلامة.

تقويم (القيمة) كعلامة أو رسم:

- أ- حدد أداء (القيمة) من خلال كل من: التحفيز، التعزيز، الربط.
- ب- قوّم سبب كل (قيمة) حسي في ذهنك، وقارنه من خلال مستويات أربعة: علاقته بالوجدان، الإدراك، الواقعية.
- ج- طبق الخطوات الخمس السابقة.

رتب النتائج وفق العناوين السبع الآتية:

- 1- تطويع النقاط الحسية.
- 2- التناغم بين النقاط الحسية.
- 3- مقدار تصدر الجانب الابتكاري مقارنة بالمنافسين. نقصد بالمنافسين في مجال القيم، كأن يكون الحليب الصناعي منافس للرضاعة الطبيعية، وفي مجال الحماية نجد السكاكر منافسة للفواكه.
- 4- استمرار "الصورة الموحدة" وتواصلها.
- 5- أصالة الحاسة.
- 6- امتلاك الحاسة في مواجهة المنافسين.
- 7- تنمية النقاط الحسية وتطويرها.

تذكر كتب التسويق الأجنبية أن المنتج التجاري يمكن تسويقه إلى درجة أن يصير عند المستهلك من "الدين"، وهذا يمر في 4 مراحل:

- 1- تبدأ بالولاء.
 - 2- ثم تتحول إلى عادة.
 - 3- فطقوس.
 - 4- فدين.
- مثال: مذاق الكولا جرى تطويره العام 1985. وبعد 99 عاماً من المذاق المعهود، تطرح الكولا "ذا نيو كوك"، لتصل عدد الاتصالات في اليوم الواحد إلى 1500 اتصال للإعراب عن خيبة الأمل بعد أن كانت الاتصالات اليومية لا تتجاوز 400 اتصال، وهذا يؤكد الربط الذي يجمع العلامة بالمستهلكين.



علامة أبل أضحت تاتو

شحن العامل الديني للعلامة التجارية

تذكر أولاً: التحفيز، التعزيز، الربط،

ثم طبق القوانين العشرة الآتية:

- 1- الانتماء والتبعية.
- 2- السببية.
- 3- استق القوة من الأعداء.
- 4- الأصالة.
- 5- استمرار "الصورة الموحدة" وتواصلها.
- 6- المثالية والاحتذاء.
- 7- الروقان appeal.
- 8- الطقوس. Rituals.
- 9- الرمزية symbols.

11- السرية mystery. السرية تعني سرية المواد المصنعة للمنتج أو آلية التصنيع.

الاسترخاء كعنصر في ترويج العلامة:

عمليات الاسترخاء ضرورية في الغرس القيمي؛ فالسلع التجارية تعتمد إلى تحسين المزاج من أجل تحفيز عمليات البيع، كما في مكونات المزاج (الطاقة، التوتر (Tension).

وهناك أربع درجات من المزاج:

- 1- الطاقة الهادئة Calm energy: الشعور بالراحة.
 - 2- الإعياء الهادئ Calm tiredness: إعياء من غير إجهاد نفسي أو عقلي، وقد يكون ممتعاً.
 - 3- طاقة توتر Tense energy: لوجود شيء من المخاوف (كركوب الطائرة).
 - 4- إعياء توتر Tense tiredness: مزيج من الإحباط والمخاوف، ما يؤدي إلى ضعف المعنويات. وأمزجة الناس في الغالب تتأثر بالظروف والأحداث المحيطة من حولهم، كفوز فريق أو خسارته؛ فهذه مزاجية وطنية national mood للحث على تنشيط المبيعات.
- فنحن ندرس الإنسان ما قبل الشراء (الشعور بالطاقة)، وأثناء الشراء (الشعور باللذة)، وما بعد الشراء (الشعور بالراحة والهدوء)، بما يصيب العقل من تداعيات في كل مرحلة.

فالقيم المرتبطة بشراء علامة الكولا لدى الشباب كانت:

- 1- الشعور بمتعة الحياة.
 - 2- الشعور بالراحة وليس التوتر أو الخوف.
 - 3- الشعور بالانتماء لجماعة.
- وأهمية إدخال "المزاج" في العملية التسويقية كبيرة. فلتعزيز المزاج المريح (الهدوء والطاقة) نعلم إلى الألوان والموسيقى والروائح وأساليب استقبال الباعة، للمساعدة على تعديل المزاج. وهو ما يجب أن يحتاط له في الغرس للقيم، فمرحلة التهيئة تسبق مرحلة البرمجة للقيمة أو الفرصة المناسبة والدعوة لها.

الوجدان والولاء للعلامة التجارية:

الولاء للعلامة التجارية في حاجة إلى وجدان قوي جاذب.

الولاء = الثقة + الوجدان.

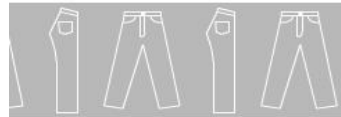
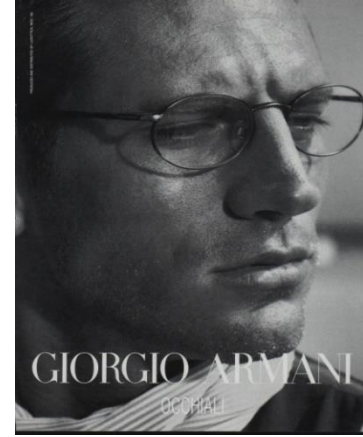
والوجدان هو شعور كامن يتحرك إذا حفّز بأي شيء من حوله (مناسبة، تصرف، شخص ما..). وكل علامة تجارية لا بد من أن تسعى إلى برمجة ذاكرة العملاء نحو شيء ما، كي يتذكره إذا ما جرت استثارته، (لاحظ خيول سجناء مالبرو،..).

وتعتمد العلامات التجارية إلى تحقيق الجانب الوجداني بربط منتجاتها بنجوم محبوبين لدى الشرائح المستهدفة، كما في كولا مع مايكل جوردن، الذي يتعاطف معه الشباب لحبهم لكرة السلة، فوجود صورته هو لقطة سريعة لتحريك الوجدان والمشاعر وإحداث الثقة بالسلعة.

ولذا، بدأ علم التسويق بدراسة القيم Values وتركيبها، وليس المواقف Attitudes. تلك القيم التي تشرح ما يتطلع إليه الإنسان في حياته، ويعدده مبرراً لوجوده ولوجود الآخرين، مثل: الاحترام، تقدير المجتمع، الصداقة الحقة مع الآخرين، الانسجام الداخلي، الحياة المريحة..

إحدى طرق التسويق- التي تعتمد على محور القيم لدى الإنسان- هي تشكيل مفاهيم لتفضيلاتك ورؤيتك للحياة، كما فعلت ليفي Levi، حين أكدت أن الناس لديهم حساسية لحالات المعيشة، كأن تعيش في إثارة مقابل أن تعيش مغموماً، أو العيش غنياً مقابل العيش فقيراً، أو سليم الصحة مقابل السقم.

منتجات بنيتون تدعو إلى نبذ العنصرية، وفي هذا تأكيد الشعور بالنزاهة.



التسويق التجاري يركز على قيم ما يروق appeal للعميل أن يمارسها، بدلاً عن بذل مجهود لتغيير القيم (ملحوظة: هذا عكس التسويق القيمي، الذي يركز على تغيير القيم واستبدالها).

ويهدف التسويق التجاري أيضاً إلى تغيير الحكم على القيم بدلاً عن تغيير القيم؛ لأن الحكم على القيم أسهل من جهة، وكذلك لربط القيم بالظرف Situation ومراحل هذا

الظرف. والتسويق يقدر على إعادة وصف الظرف ومراحله كي يناسب القيمة أو يتفق معها.

فمع قيمة "الحياة" نجد المسوقين يعمدون إلى النّيل منها، لأنها لا تدعم توجهاتهم. ففي الإعلان ثمة استراتيجية تتعامل مع الخجل كونه شعوراً من خلال استعمال منتج مثل السجائر. عندما يعرض الإعلان استعمال المنتج من خلال مجموعات عمرية يضمحل الشعور بالخجل. وهي الاستراتيجية التي انتهجتها شركات السجائر طوال أعوام، بدءاً من العام 1920، إذ كانت تعرض المرأة وهي تدخن من دون حياء.



استعمال المنتج من خلال مجموعات عمرية يجعل الشعور بالخجل يضمحل.



تكرار صور النساء المدخنات، ومن أوساط مجتمعية متباينة.

- وهناك أوضاع يستغلها المسوقون، منها:
- الإعلان الذي يعتمد إلى إشعار المستهلك أنه لا يطعم عائلته الطعام الذي ينبغي.
 - البنك "الذي يشعره بالتبذير وعدم الادخار" للمستقبل والعائلة.
 - كنتاكي فرايد شكن عمدت إلى شعار لفظي **Guilt free food**.
- وثمة دراسات تبين العلاقة بين مشاعر الذنب والخضوع والطاعة؛ فمشاعر الذنب تتضاعف 3 مرات عما في علاقتها بالخضوع.

وفى تفعيل "قيمة الحب":
فالأمنية: الرغبة في الاستمرار وإحكام الصلة بالآخرين.

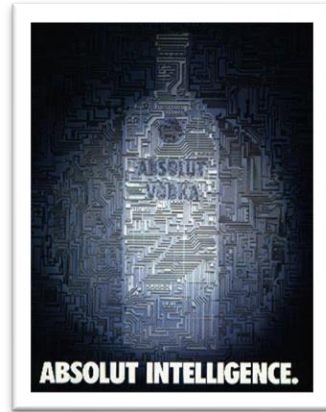
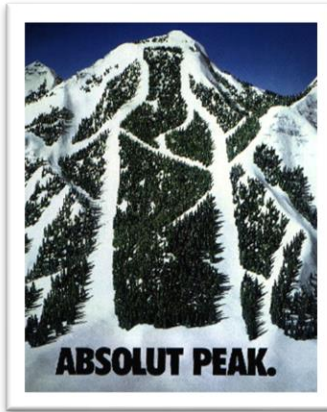
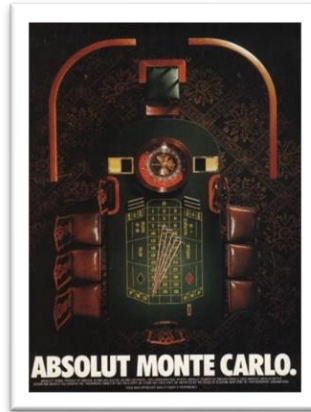
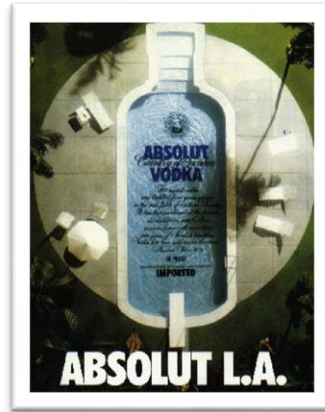
شرح القناعة:

- 1- الفرد يؤمن بأن الطرف "س" هو الصديق المثالي له.
 - 2- وهذه الصداقة يمكن تدعيمها من خلال مناسبة ما.
- ما يمكن استنتاجه من شرح القناعة ويعزز هوية المعتقد: الإيمان من أن رغبة "س" هي محل اهتماماته وتطلعاته.
- مثال: إعلان مبني على كيفية جذب الشريك، مركز على ما يتطلع إليه (الروائح، السيارة الفارهة، الملابس الأنيق،..).
- إذن لاستحداث أي علاقة بين المنتج أو العلامة التجارية والقيمة نبدأ بالسؤال: ما الذي سيجده العملاء في هذه العلامة من قيم؟ ما الرمز الذي سنقدمه وهو مستوحى من حضارة الشعب ويؤكد قيمة محددة، حتى إن كانت أسطورية (غير حقيقية)؟
- ويمكن التعرف إلى حجم الثقة، عندما نسأل العميل عن حجم ثقته لعلامته، من خلال قدرة العلامة على تلبية ما يتطلع إليه، وعلى تحقيق مكاسب وفوائد يتطلع إليها.. فهل هذا التحقيق يقع: دائماً، أحياناً، نادراً، أو غير محقق؟
- ومن الممكن أن يكون للعميل ولاء لأكثر من علامة، وهذا يقلل خصوصية الوجدان لعلامة واحدة، ولكن لا يقلل بالضرورة من ثقة العميل بأي منها.
- إن أهم ما يجب الاهتمام به في علاقة العميل بالعلامة هو الجانب الوجداني، وليس جانب الرضا فحسب، لأن الاستبانة تركز على الكشف عن جوانب الرضا، مغفلة الجانب الوجداني الذي يشير إلى ولاء العميل.
- يمكن تسويق أي منتج- وفق المراحل التي أشارت إليها البحوث والدراسات- وفق ما يلي:

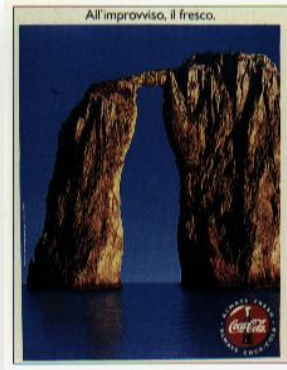
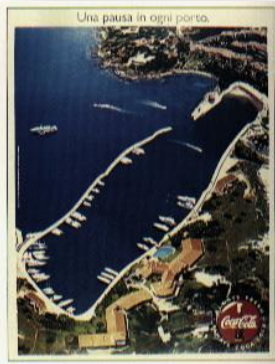
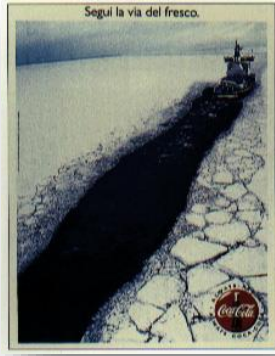
- 1- تعيين الشريحة المستهدفة.
 - 2- التعرف إلى المميزات التي يتطلع إليها العميل لاستهدافه بها.
 - 3- تمييز منتجنا من منتجات المنافسين، من جهة الصفات أو المفهوم الذي يقوم عليه المنتج.
 - 4- اختيار الجانب الوجداني، الذي يكون له علاقة بمواصفات المنتج ووظيفته، ويتناغم مع ما يتطلع إليه العميل.
 - 5- يجري اختيار فكرة التصميم بناء على نوع المحفز وصفة الشريحة ومواصفات المنتج مع مراعاة حملات المنافسين.
- أما في استعمال الرموز فنلاحظ أن:
- أ. مايكل جاكسون كان رمزاً للشباب المراهق والجنس والسود.
 - ب. مايكل جوردن كان رمزاً للرياضة والسود والتعليم.

ج. راعي البقر (الكاوبوي) كان رمزاً للرجولة واجتياز العوائق وحياة البراري الأمريكية.
د. العلم الأمريكي ونجومه رمز للحرية والولاء والمواطنة.

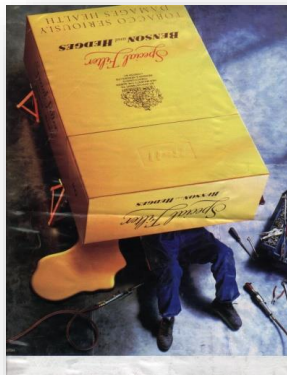
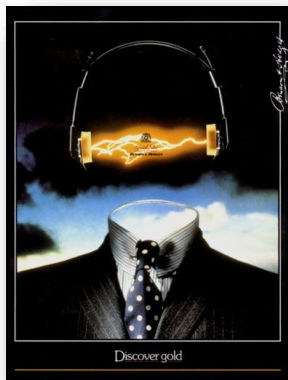
ومع ادراكنا لحرمة المنتج التالي ، يلاحظ بالأسفل كيف تعاملت علامة فودكا Absolute vodka في خطين متوازيين، أحدهما مع رمزية الموروث الثقافي للأمة الأمريكية (رياضة التزلج على الجليد، تقنية الحاسوب والشبكية الميكروية microchip، الملاهي الليلية والكازينوهات، حمامات السباحة، أعياد الميلاد،..)، والخط الآخر مع تعيين الشريحة المخاطبة في كل تصميم (الرياضيين، السياح، المحتفلين بالأعياد الدينية، المبرمجين، ..) من خلال تصاميم نعجز عن حصرها، فقد خُصّصت لها الكتب.



وفيما يأتي نعرض حملات إعلانية مشابهة حافظت على مقادير الوصفة Risapy،
ونبدأ استعراضنا بعلامة كوكا كولا:

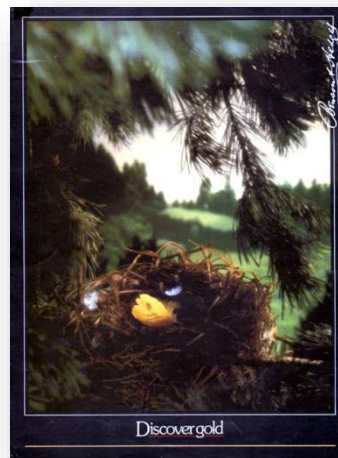
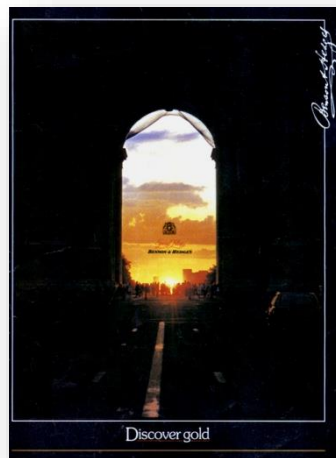


والحملة التالية حملة مستمرة لعلامة بنسون أند هيجز (B&H) للسجائر ، إذ استطاعت أن تريك- من خلال أسلوب مبدع- شكل عبوة السجائر في كافة مناشط الحياة من حولك وعبر برمجة اعتمدت استثارة الدماغ. وها هي نماذج منها:





حملة سجائر بنسون أند هيدجز



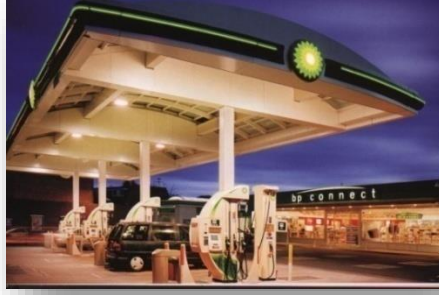
الرسالة: إذا كان كلب الهاش بابي يشرب ماء من ماركة بيرييه، فلا بد من أن تكون جودة جلد أحذيته عالية!



ولذا، يعتمد المسوقون التجاريون إلى إغناء الحواس الخمس، واستثارة العقل بما لا يتوقعه العميل من نتائج، فتلك التي نريد لها صفة الجودة تتطلب إغناء كافة الحواس بما يؤكد الجودة أو ما يرمز إليها. والصورة الشاملة الموحدة يجب أن تعزز ذلك أيضاً. ولذا، علينا- نحن المسوقين للقيم- أن ندرك تماماً ما يؤشر إلى: المتانة، البرستيج، تقليل الأخطار، .. وهكذا.

الصورة الموحدة corporate image:

هي مزيج من الوقع الموحد، المشاهد لكل ما هو مخطط له، وما ليس مخطط له، من المراتيات والسمعيات في المؤسسة. ويمكن توسعة الصورة الموحدة المدركة من خلال النمط الموحد (زي المضيفين في الطائرات، الديكور، هندسة المبنى، الموسيقى، الرائحة.. كتلك التي في طيران السنغفورية..). وكل ذلك يؤكد الجانب الوجداني لصورة الشركة في الأذهان. وزادت أهمية موضوع الصورة الموحدة مع زيادة منظومة ابتلاع الشركات الكبيرة الصغيرة أو زيادة اندماجاتها، لأن نتيجة ذلك الخروج بشعار موحد ومفردات إعلامية منسجمة وصورة الكيان الجديد وتطلعاته. ومن أجل تطوير اسم جيد، نبدأ بسرد قوائم من الأسماء التي تعكس الميزات الجديدة. والأفضل أن ننطلق مما هو متاح حالياً من ميزات وصور، ثم نعرض ما يجب أن تكون عليه الصورة المرتقبة.



شكل الشعار الجديد
لمجموعة من شركات
البتروول والطاقة بعد
عملية الاندماج.

- إنها سلسلة من الإجراءات:
- 1- التعرف إلى مدركات الناس تجاه صورة الشركة.
 - 2- اقتراح الصورة الجديدة المرادة.
 - 3- ترجمة الصورة الجديدة (المعدلة) وتطبيقها.
 - 4- قياس مدركات الناس تجاه الصورة الجديدة والتأكد من أنها مطابقة لما هو مراد.
- سانزبوري Sainsbury شركة عمدت إلى الإجراءات ذاتها في تغيير صورتها،
من صورة محافظة إلى صورة جديدة يتطلع إليها العملاء.

مخزن سانزبوري



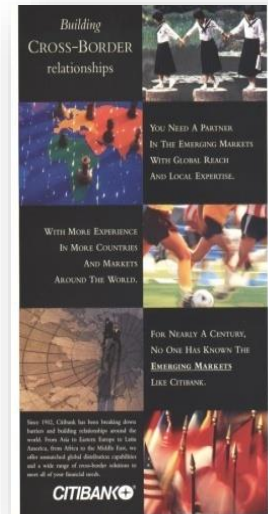
يجب أن يكون ثمة انسجام بين ما تقوم به العلامة من وظيفة وما تدعيه من صورة. ومثال ذلك كل من بنيتون ونايكي، فقد ربطوا علاماتهم بمفاهيم قيمية، من مثل: التلوث البيئي، قلة الوظائف،..

إن ارتداء علامة تجارية ما يعني القبول بهذه العلامة ومعاضدتها. وعندما يجري مناقضة هذه القيم من خلال تصرفات العلامة، يحدث شيء من الإحباط لدى العملاء، بل حتى شعورهم بالخيانة.

فورد عززت مبدأ "النوعية والجودة" في تعاملها مع العملاء.

سيتي كروب عززت قيم الموروث الأمريكي من خلال عبارتها "Because America want to succeed not just survive"، عندما كانت تنافس شركات ضمن مجال عملها.

سيتي بانك إحدى شركات
سيتي كروب الأمريكية



المحافظة على القيم في حاجة إلى تذكير دائم وتعهّد. علامات بنيتون ونايكي وB&H ومرلبورو استطاعت جميعها أن تحافظ على ارتباطات العلامة وتنعشها من خلال حملات إعلانية مستمرة.

وتحفز صورة الاسم الترويجي Branding process الشعار والتغليف وما ترمز إليه الصور وشكل المنتج والعلامة. ولذا، يصعب تخيل علامة "كنتاكي فرايد شكن" من غير استحضار صورة الكولونيل ساندرز.

وعلامة Quaker oats من غير Quaker.

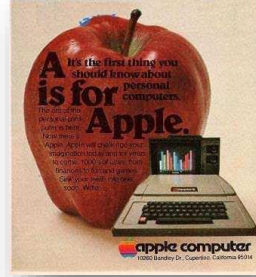
وعلامة ماكدونالد من غير Ronald.

وعلامة Green giant من غير العملاق Giant.

وعلامة Pillsbury من غير Dough boy.



وبينت الدراسات وأكدت ما للشعار من أثر وجداني في العملاء. وفي بعض الشعارات يتطابق الاسم مع الشكل مثل: Jaguar, Apple.



إذ يجري التعرف إلى صورة العلامة من خلال سؤال العملاء عن وصف العلامة كما لو كانت شخصاً... مثلاً إذا كانت علامة المرسيدس شخصاً، فكيف يمكنك وصف هذا الشخص؟ فإذا كان فيلماً، فما موضوع هذا الفيلم؟ وإذا كان فندقاً فما اسم هذا الفندق؟.. وهكذا.

فتلك الأسئلة تمنح مفتاحاً للصورة والهوية الخاصة بالعلامة.

استشارة عنصر الملمس:

التعليب (التغليف) التجاري Package:

إن أحد العناصر المهمة في إضافة معنى وصورة للعلامات التجارية هو تفعيل أسلوب التعليب، الذي يفسر نجاح بعض العلامات.

وتطبيق أسلوب التعليب في الفنادق يعطي قوام الشكل الهندسي لسلسلة الفنادق، بل يشير بعض الخبراء إلى أن التعليب يفوق كافة صور التأثير الوجداني في المستهلك.

فتصميم جهاز الحاسوب يكاد يكون موحداً في كافة العلامات، ولكن آبل Apple جاءت بتصاميم تتكامل مع الديكور المكتبي والتصميم المنزلي.

وأجهزة نوكيا أدركت ذلك فصممت جهازاً يناسب أن يقدم هدية.



جهاز أبل



جهاز نوكيا لتقديمه هدية في المناسبات

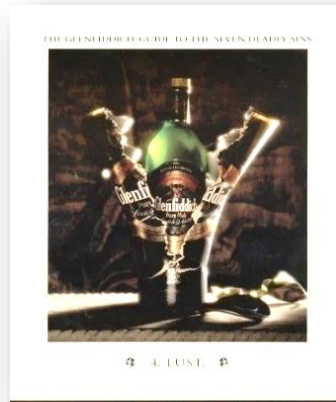


شوكولاته معلّبة بأحجام مختلفة



الجزء العلوي من علبة سجائر مرلبورو

علامات عديدة ومعظم العلامات التجارية، وكذلك فيما نستعرضه في التالي من المشروبات المحرمة الكحولية تستخدم التصميم والتعليب ليرمز إلى معاني الصداقة، أو الجودة، أو الثقة، أو مردود الشراء، أو تعزيز نمط حياة محدد.



حرصت شركات المشروبات المحرمة على جمالية التصميم والتعليب

أ- التصميم الخاص بالتعليب: لاحظ- على سبيل المثال- الغطاء العلوي لعبية سجائر مرلبورو عند الفتح والإغلاق، إذ أضافت شيئاً من الحركية في حفظ السجائر واستخراجها.

ب- المحتوى: قد يحول التعليب دون التعرف إلى محتوى العلامة على نحو صحيح. فالمعلبات الخاصة بالطعام الحيواني يجب أن لا تضلل المستهلكين، وكذا الأمر للتفريق بين معاجين الأسنان ومعاجين الحلاقة.

ت- الترويج: حجم التعليب له أثره في تصور حجم المنتج، وهذا نراه- مثلاً- في تعليب العطور أو برامج الحاسوب. وكذلك يجب أن لا يدرك من خلال تعليب المنتج- الذي يراد له مظهر الجودة- أنه رخيص أو لا يدعم الثقة.

وتستمد العلامة استمرارها من العناصر الآتية:

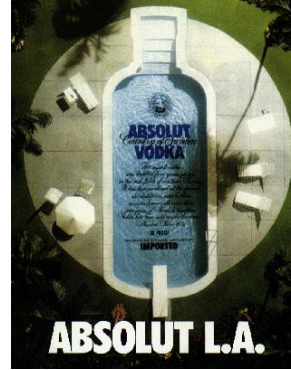
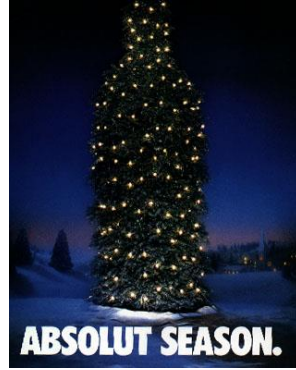
- المطبوعات.
- النشرات الإخبارية الشهرية.
- اللوحات الإرشادية.
- التغليف.
- المعارض.
- البريد الإلكتروني.
- البريد الصوتي.
- الموقع الإلكتروني.
- الإعلان الإلكتروني على المواقع.
- ورق المراسلات.
- بطاقة التعريف.

- النشر بأنواعه، والحضور الصحفي.
- وثمة ما يعزز هذا الاستمرار من خلال:
- الإعلان.
- الترويج.
- التسويق.
- العلاقات العامة.
- البريد المباشر.
- العروض التجارية.
- ما تتناقله الألسن عن المؤسسة word of mouth.
- المواقع وشبكة التوزيع .
- العرض التعريفي بالشركة، وبالخدمات، وبما يجري بيعه.
- الخطب.
- الموظفين.
- المنتجات.
- الخدمات.

إن كل عنصر من العناصر السابقة يشكل فرصة لتقوية المنتج التجاري واستمراره في الأذهان وتذكره، وقد أدركت المنتجات التجارية من أن المنتجات يجري تكوينها في المصنع، والاسم الترويجي يجري تكوينه في العقول. ونحن إذ نكشف أشرار ما تقوم به العلامات التجارية من أجل أن نستفيد منه في دعوتنا حيال الغرس للقيم.

رعاية جاذبية العلامة:

- تؤكد الدراسات أن التعود على مشاهدة العلامة يؤدي إلى تفضيلها والانجذاب الوجداني تجاهها، فالجاذبية أمر مهم، ولكنها قد لا تكون ضرورية للنجاح. ويمكن أن تنمو المبيعات من غير وجود جاذبية. ومثاله ما تطالعنا به علامة ميكروسوفت، لاحتكار السوق والاستحواذ عليه.
- إن تكرار نشر الإعلان لتحقيق أكبر عرض ممكن، يفسر الرخاء الذي تنعم به الشركة أو العلامة وثبات ما تحققه من مبيعات مقابل ما يحققه المنافسون، ولكن التكرار الذي يعتمد على شيء من التغيير له أثره الموجب في العلامة، مثل ما تمطرنا به حملات إعلان أبسلوت .
- وتكرار النشر يؤدي إلى تثبيت قناعة العملاء وقبولهم بحقائق ما ينشر، ولكن قبول العملاء يرتبط- على نحو كبير- بما تدّعيه الشركة أو العلامة وبعلاقتهم بها.



حملة "أبسلوت" الإعلانية

وثمة مردود موجب في الزج بـصور عدة وربطها بالمنتج. فتعاقد كوكا كولا مع هوليوود على تضمين منتجها في العديد من أفلامها placements، يعني المزيد من الارتباطات الموجبة.

ونستطيع أن نجمل احتياجات العملاء في العناصر الخمسة الآتية:

- 1- الصورة Image: في أن تكون داعمة للصورة الذاتية التي يتطلع إليها.
- 2- العلاقة بالآخرين: العملاء يفضلون أن يكون للمنتج ما يدعم تواصلهم معه.
- 3- التكاملية: العملاء يرغبون في الشعور بأن المنتج يجب أن يدعم صورتهم المثالية.
- 4- خلاق وبعيد عن الأخطار: إنهم يتحاشون الوقوع في شرك أي نوع من الأخطار.
- 5- المردود الاستثماري: إنهم يتطلعون إلى فوائد متوخاة فيما يشتررون.

هذه المحفزات الخمسة ترتبط بمبادئ الإقناع ونظام الاختيار لدى العملاء على النحو

الآتي:

- 1- مبدأ الانسجام --- الصورة --- الاختيار (تكامل، جوهري).
- 2- مبدأ التبادلية --- التكامل --- الاختيار (تكامل).
- 3- مبدأ المجتمع --- علاقته بالآخرين --- الاختيار (تكامل).
- 4- مبدأ الصلاحية --- الإبداع وتقليص الأخطار --- الاختيار (تأقلم).
- 5- مبدأ الندرة --- مردود الاستثمار --- الاختيار (اقتصادي، فني، جوهري).

رعاية المصادقية:

قلة المصادقية تعني قلة الثقة، وقلة الثقة تعني المزيد من المجازفات. وكذلك تعد مصادقية مصدر المعلومة مهمة للعميل، سواء كان المصدر شخصاً أو شركة. وإن من

داعمات المصداقية: الحجم الكبير للتعليب، والتكرار الدائم للحملة، والتغطية الشاملة للحملة.

إن أي وعد في التسويق من خلال الإعلان أو التعليب يقف خلفه مجهود بشري، سواء كان أشخاصاً أو شركة، بحيث تتصف بالمصداقية. فالشركة يجب أن تمتلك ما تحتاج إليه على نحو متواصل وتكون قادرة على الوعد والوفاء بالوعد، من خلال الباعة وتقديم الخدمة. فجميع هذه مؤشرات تدعم المصداقية. والحميمية تأتي جنباً إلى جنب مع الثقة وما تقدمه السلعة من أصالة.

تاريخياً، الأشخاص والشركات الذين يتمتعون بمصداقية كبيرة، يكون الموقع الإقناعي عندها أكبر مما لدى العملاء من القناعة بوفائهم بما يعدون ويدعون، والممارسة غير المبنية على الآداب والأخلاق والنظم، المعتمدة على سوء الخدمة والوعود المبالغ فيها، المفتقرة إلى الجودة، هي معاول هدم في المصداقية. فان كان هذا مع المنتجات التجارية فكيف يجب ان يكون مع القيم؟

الإفادة من القيم في الترويج للسلع:

التسويق السلعي يستعمل الوجدان للتسويق من خلال القيم المتاحة وليس من خلال قيم غير موجودة، مع تطويع ما هو موجود من قيم لصالح السلعة: التدخين = رجولة، والرمز = الخيل، فالخيل عاد رمزاً للانطلاقة والحرية والرجولة. ونعود لنسأل: هل يمكن استثارة أكبر قدر ممكن من حواس الإنسان لتأمين قيمة الصدق؟

والجواب: بكل تأكيد نعم،

إن عملية البرمجة لذات القيمة لا تجري من خلال أسلوب خطي linear وإنما تجري من خلال خطوط عدة (lateral) non linear، يحكيها نسيج الأساتذة على اختلاف تخصصاتهم؛ فمدرس التاريخ يعني بغرس قيمة الصدق من زاوية، والموسيقا والرسم والتصوير والألعاب من زاوية أخرى، والرياضيات والدين من زاوية ثالثة. وهكذا، فالكل يتعاون من خلال توليفة جميلة متناغمة محورها "قيمة الصدق". بالضبط كالتعاضد فيما بين الشكل والرائحة والملمس واللون لاستثارة حواسنا. أليس كذلك؟

إذن هناك:

1- الإفادة من الوسائط المتعددة في عمليات البرمجة (الفيلم، المذياع، الملصق، الشريحة الفيلمية، الهدية، المحاضرة العامة، المسابقة، الرسم والتصوير..)، وملاكمها تعيين "المفهوم" الذي تدور عليه القيمة. والمفهوم يجب أن ينطلق من واقع نتائج الدراسات الميدانية، كي يضع لنا خريطة طريق لكل عنصر ضمن المنظومة الخاصة بكل "قيمة"، أي: تكون مبنية على أوزان ونسب جرى قياسها بالفعل، وليست من تصورات ومدرجات عامة.

- 2- البعد الجسدي، الحسي الحركي (المرتبط بالحركة الجسمانية الرياضية).
- 3- البعد البيئي، وهو مرتبط بعلاقتنا بالبيئة الحية من حولنا.
- 4- البعد المنطقي الرياضي، ويرتبط بمهارات الاستدلال المنطقي المحض.
- 5- البعد المتعلق بالعلاقة بين الأشخاص.
- 6- البعد الإيقاعي، ويرتبط بالصوت واللون والتصميم.
- 7- البعد المتعلق بالتأمل الذاتي وإدراك الحقائق الروحية.
- 8- البعد اللفظي اللغوي، ويرتبط بالكلمة المكتوبة والمنطوقة.
- 9- البعد الإدراكي: وهو مرتبط بالتصور الذهني لإدراك المفاهيم.
- 10- البعد الحسي: وهو مرتبط باستثارة الحواس.

تم بحمد الله

الملاحق

الملحق 1

عروض البوربوينت powerpoint presentation الخاصة بالقيم المجتمعية، وتتم عبر برامج التدريب فقط، وعددها اثنا عشر، وعناوينها كما في الجدول:

تسلسل	اسم العرض
1	مَبَحَث الحد من الاضطهاد الطفولي.
2	مَبَحَث الحد من حوادث الطرق.
3	مَبَحَث الحد من مرض الإيدز.
4	مَبَحَث الحد من آفة التدخين.
5	مَبَحَث الحد من مرض السمنة.
6	مَبَحَث الحد من ظاهرة الغش.
7	مَبَحَث تشجيع الشباب على العمل في القطاع الخاص عوضاً عن القطاع الحكومي.
8	مَبَحَث تشجيع التبضع من المنتج الوطني.
9	مَبَحَث تعزيز التماسك الأسري.
10	مَبَحَث الحث على العطاء.
11	مَبَحَث التشجيع على إقامة العبادات.
12	مَبَحَث التشجيع على التشجير.

الملح الملحق 2

جداول اعتماد السلع والعلامات التجارية للقيم في أنشطتها الترويجية والتسويقية

السلعة	القيمة	المحفز (الشق الوجداني)	الشريحة
الكولا	السلام في إحدى حملاتها الحب في إحدى الحملات	الفيزيائي (الصحة)، المواءمة، الروحي	الأطفال، المراهقون
مكدونالد	المحبة والسماحة والعطاء بين الأطفال.	روحي: التجديد والاسترخاء، الأمان الداخلي، العضوية، قيم العائلة، الحب. 76.6% من الشريحة العمرية (8-14) في أمريكا يرغبون في ما يؤكد معتقداً إيماناً لديهم تجاه اقتنائهم للعلامات أو السلع.	الكافة
الخطوط السنغفورية		في الأسترالية: "روحي" (الأغنية المسموعة ترسخ الذكريات والولاء للوطن: أستراليا).	
بودي شوب	البساطة	الذات: احترام الذات	
مرلبورو	الحرية	فئوي، مواءمة	الأطفال، المراهقون
بنسن وهدجز		اللعب (الهروب، التخلص من الضغوط اليومية).	الكبار
روثمان	الحرية	اللعب	الأطفال، المراهقون
دافيدوف	المصداقية: استوفت جانب القصة في البحث عن جذور العلامة، فصاحبها كانت له مغامرات في البحث عن الأفضل، وممارسة زراعتها في كوبا، وهذا من شأنه أن يضيف أصالة على المنتج.	الذات: احترام الذات	الكبار
فولفو	الأمان	روحي: العائلة	الوالدان
مشلان	الأمان	روحي: الأطفال، العائلة	الوالدان
هولمارك	علاقات العائلة	روحي	الجميع
C.K	الذات	جنسي، ذاتي	مراهقون
كيلوغز	المسؤولية تجاه الحمية ومحبة كبار السن	فيزيائي (الصحة)	الأطفال، العائلة، الكبار

السلعة	القيمة	المحفز (الشق الوجداني)	الشريحة
مثلجات جيلو	احترام الأم	روحي (بر الأم)	الأطفال والمرهقون
إكيا	البساطة	ظرف	العزاب والعائلة
إفيان	النقاء 1. تجاه قيمة الصدق والثقة، العام 1878 منحت وزارة الصحة الفرنسية إجازة هذه المياه وأوصت بها لأكاديمية الصيدلة والأدوية. 2. العام 2001، جرى الإعلان عن مستحضرات تجميل مصنعة لصالح إفيان، وهذا من شأنه أن يرسخ مركزاً تسويقياً مفاده الصحة والنقاوة، وهذا يعزز الاسم الترويجي كونه يستثار من خلال حواس أخرى، ليس فقط الطعم، بل ملمس مستحضرات التجميل والعناية بالبشرة، وهو مركز تسويقي تكاد العلامة تكون الوحيدة التي تستأثر به.	فيزيائي (صحة)	
دزني	علاقات العائلة	الروحي، الوقت، اللعب. فبرنامج "فولانتيرز" يقوده 45 عضواً من اللجنة الموجهة في شركة دزني. ففي 2004 على سبيل المثال تطوع منتج دزني لاند بـ 116.000 ساعة من العمل التي خصصت لـ 90 مشروعاً داعماً لقضايا مجتمعية متنوعة، منها ما خصص للأطفال العمي، وللأطفال نزلاء المستشفيات، ولمرضى الإيدز. وتبرع الأعضاء من مالهم الخاص بمبلغ 865.000	العائلة الأطفال

السلعة	القيمة	المحفز (الشق الوجداني)	الشريحة
		دولار لهذه الجهات والمنظمات المشرفة عليها. وهذا الأمر التطوعي معمول به في كافة ملاهي دزني، حتى في باريس. فعدد المتطوعين وصل العام 1991 إلى 350 متطوعاً يمثلون 17 جنسية، ضيقوا 2000 طفل معوق ومريض.	
L.V	الاهتمام بالآخرين "حملة رعاية أطفال اليونيسيف"	الذات	الميسورون مالياً
نوكيا	الحرية التواصل مع الآخرين وحدة البحوث تتعامل مع الجامعات الآتية لتأمين عملية التواصل مع الشرائح المستهدفة بما يلبي الشغف الذي تتطلع إليه <u>Helsinki University</u> <u>of Technology,</u> Finland <u>Tampere</u> <u>University of</u> <u>Technology,</u> Finland <u>Stanford</u> <u>University,</u> United States <u>Massachusetts</u> <u>Institute of</u> <u>Technology,</u> United States <u>University of</u> <u>Cambridge,</u> United Kingdom <u>University of</u> <u>Glasgow,</u> United Kingdom	"Connecting people": 14% يؤكد العلاقة الإنسانية مع العلامة التجارية، وهذه تعد استراتيجية وجدانية .Emotional	عموم الناس
DHL	الوقت	ظرف	رجال الأعمال والشركات

السلعة	القيمة	المحفز (الشق الوجداني)	الشريحة
بنيتون	نبذ العنصرية، التعاون بين البشر	روحي	العائلة
الشركات: 3M J&J hp Ups Targets FedEx	جونسون وجونسون في كتابته لفلسفة الشركة ألف كتاب "كريدو"، الذي تحول بعد مماته إلى مؤسسة خيرية بمبلغ فاق 1.2 بليون دولار، وعزز الدور المجتمعي لعلامته التجارية، وبرنامج Safe Kids شركة 3M في مجالات التعليم 9.5 مليون دولار الصحة 7 ملايين دولار البيئة 2.2 مليون دولار شركة hp خلال السنوات الخمس الأولى تم الإسهام بمبلغ 277 مليون دولار في مجالات التعليم والمحتوى الإلكتروني شركة UPS العام 2006 تعلن في حملتها Green Fleet (الأسطول الأخضر) أنها وضعت خمسين شاحنة صديقة للبيئة مجهزة بنظام كهربائي لحرق للوقود وسوائل بديلة للوقود التقليدي. وتلك الشاحنات تنضم إلى 20.000 شاحنة موجودة ضمن أسطول الشركة، وتعمل وفق نظام	الإسهامات المجتمعية	

السلعة	القيمة	المحفز (الشق الوجداني)	الشريحة
	مخفض للانبعاثات الحرارية، وهذا يتفق مع ما خطط له من أهداف تجاه تقليص الانبعاثات الحرارية التي تخلفها عمليات التشغيل في الشركة بنسبة 45%. شركة تارغنتس تعد الأعلى في أمريكا في الإسهامات المجتمعية، بدفع المال المستقطع من الإيرادات بنسبة 5% قبل الضرائب، وهو ما يعادل 3 ملايين دولار في الأسبوع.		
ديزل	محبة الطبيعة		المراهقون
AT&T	المسؤولية، التراحم		الأم، رجال الأعمال
E bay	الصدق من خلال عدم السماح لبيع: 1- التبغ 2- الكحول 3- المخدرات 4- منتجات تشير للنازية 5- الأسلحة وتوابعها 6- ملابس داخلية أو ملابس متسخة 7- مراجع لكتب الأساتذة في الكليات والمدارس 8- حيوانات حية 9- علامات تجارية محفوظة ومسجلة 10- تذاكر اليانصيب 11- الكلى	الروحي: تحت الشركة على التبرعات الخيرية، فقد أسس مالك الشركة السيد بيير أوميدار صندوقاً خيرياً مع جامعة تافتس الأمريكية بمبلغ 100 مليون دولار لدعم الدراسات العلمية لتطوير المشروعات الصغيرة.	
كارتير و تيفاني	احترام الذات	الذات	رجال الأعمال
P&G	الاحتياجات اليومية للإنسان	الذات	العائلة

المراجع العربية :

1. قوة العلامات التجارية، د. زهير المزيدي 2010
2. (عدد60) حلقة إذاعية للدكتور زهير المزيدي حول تبسيط الخطاب الإعلامي "تسويق القيم
www.zumord.com "
3. موقع Wikipedia في الإنترنت
4. (عدد13) حلقة إذاعية في التسويق بالوجدان والتسويق بالحواس، د.زهير المزيدي ،
www.zumord.com
5. (عدد13) حلقة إذاعية في السوق العالمي والعلامات التجارية ، د.زهير المزيدي ،
www.zumord.com
6. (عدد13) حلقة إذاعية في إدارة الحملات الاعلانية ، د.زهير المزيدي ،
www.zumord.com
7. (عدد13) حلقة إذاعية في إدارة الازمات الاعلامية ، د.زهير المزيدي ،
www.zumord.com
8. (عدد13) حلقة إذاعية في تسويق أنماط الحياة ، د.زهير المزيدي ،
www.zumord.com
9. (عدد13) حلقة إذاعية في كيف تصبح نجما ، د.زهير المزيدي ،www.zumord.com
10. (عدد13) حلقة إذاعية في العلاقات العامة إدارة أم ابداع ، د.زهير المزيدي ،
www.zumord.com
11. (عدد13) حلقة إذاعية في تشكيل وبناء الهوية المؤسسية ، د.زهير المزيدي ،
www.zumord.com
12. أسماء الله الحسنى، د. محمد راتب النابلسي
13. مدارج السالكين لابن القيم الجوزية
14. مقدمة في منهجية الإبداع، د. زهير المزيدي
15. الف إعلان وإعلان الشيخ سلمان الداوود الصباح 2010 (لم يصدر بعد) بإذن
من الكاتب
16. فلسفة القيم التربوية ، الدكتور عبدالكريم على اليماني ، 2009 ، دار الشروق للنشر
والتوزيع ، الاردن
17. الموقع الإلكتروني "المنقب القرآني"
http://quran.muslim-web.com/sura.htm?aya=017066
18. تجريبية مقاهي ستارباكس ، جوزيف ميشالي ، الدار العربية للعلوم ،2007

1. Global marketing and advertising – Marieke de Mooij- 2010- Sage publications ,inv
2. living values activities for dian tilma
3. Brand sence ‘ by Martin Lindstrom, Free Press ,2005
4. Motivations ‘ by Madock
5. *Ogilvy on Advertising* ‘ by David Ogilvy (Vintage Books © 1983).
6. *Scientific Advertising* ‘ by Claude C.Hopkins (NTC Business Books © 1998)
7. *Tested Advertising Methods* ‘ by John Caples (Prentice Hall ‘ Fifth Edition © 1997)
8. *The Art of Cause Marketing* ‘ by Richard Earle (NTC Business Books © 2000)
9. *Cutting Edge Advertising* ‘ by Jim Aitchison (Prentice Hall © 1999)
10. *Visual Persuasion: The Role of Images in Advertising* ‘ by Paul Messaris(Sage Publications © 1997)
11. *Consumer behavior*.by Evans,Jamal and Foxal ,Willey 2009
12. *Global Marketing and advertising understanding cultural paradoxes* , by Mariek de Mooij 2010
13. *Micro trends* by Mark J Penn Twelve , 2007
14. Brand Failures by Matt haig , Kogan page , 2005
15. The fall of advertising & the raise of pr by Alries & Laura ries , 2002
16. Buy.ology by Martin lindstrom , rh , 2008
17. Marketing corporate image , by Gregory , NTC , 1998
18. Bank strategic management and marketing by Derek F . Channon , Johon Wiley&sons , 1986
19. Tested advertising methods by John Caples , Printice hall , 1997
20. Principles of marketing by Kotler , Printice hall
21. Brand chiled by Marti lindstrom , Kogan page , 2003
22. Big brands big trouble by Jack Trout , Willy , 2001
23. Emotional branding by Marc gobe , Allworth press , 2001
24. Marketing plans by Malcolm mcdonald , BH , 2007
25. Branding yourself by Mary spillane , PAN, 2000
26. Strategic brand management by Jean-Noel , 2001
27. The spirit of serve by J W Marriott , 1997

28. Harvard business review on Brand management , HBS , 1999
29. Disruption , by Jean Marie , Willy , 1997
30. Beyond disruption by Jean Marie , Willy , 2002

مكتبة د. زهير بن منصور المزيدي الالكترونية (حمل مجاني)



<https://wp.me/>



<https://wp.me>



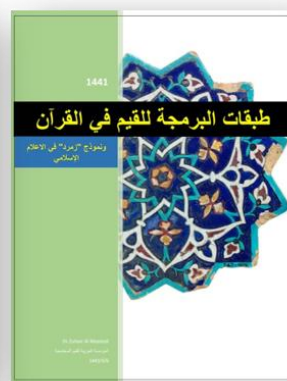
<https://bit.ly/3f>



<https://wp.me/p3>



[حركة الكاميرا في القصص القرائية](#)



<https://www.musli>



[وإن من شيء إلا يسبح بحمده](#)



<https://wp.me/p3>



[برمجة القيم عبر مناهج التعليم](#)



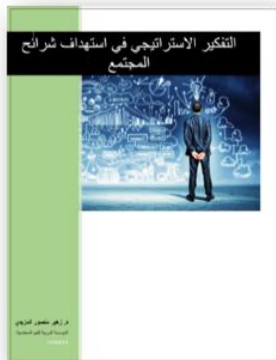
[تفعيل القيم لرياض الأطفال](#)



<https://wp.me/p3Ws>



[العلامات التجارية في التأثير](#)



[التفكير الاستراتيجي في](#)



[تجويز الرياضة والقيم](#)



<https://wp.me/p>



[نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة](#)



<https://wp.me/p>



<https://wp.me/p3>



<https://wp.me/p3>



<https://wp.me/p3>



<https://bit.ly/2E95kfp>



<http://bit.ly/sinaeat>



<http://bit.ly/sinaeat>



<https://wp.me/p3W>



<https://www.musli>



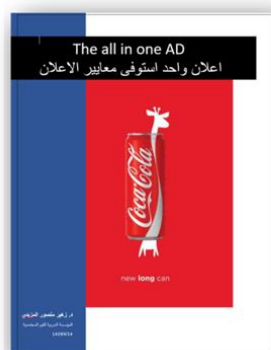
<https://wp.me/>



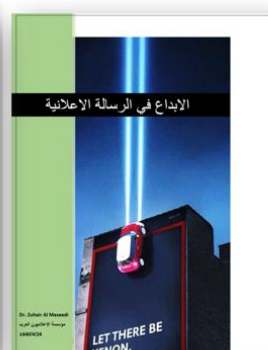
<https://wp.me/p3>



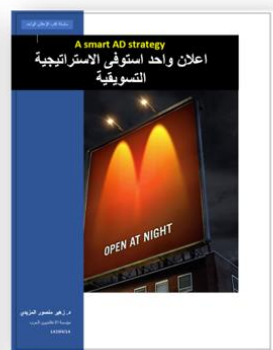
[آلية وتشكيل وصناعة](#)



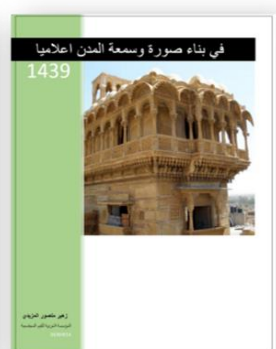
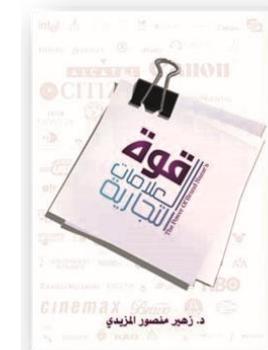
<https://bit.ly/2Vl0qhP>



<https://bit.ly/2L1sRF5>



<https://bit.ly/2GsAvTg>



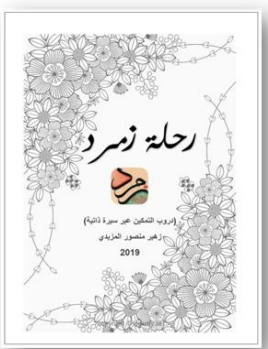
[في بناء صورة وسمعة](#)

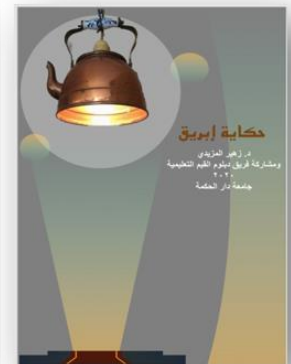
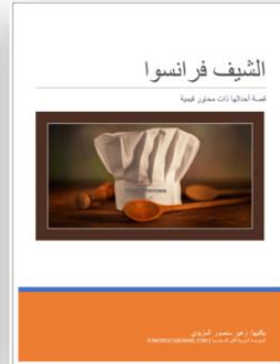
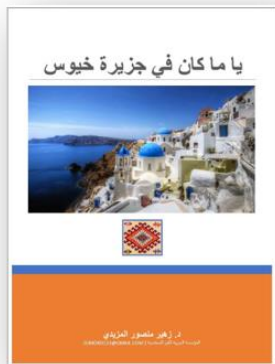


<https://wp.me/p3Wsk>



[تسويق الحلال](#)

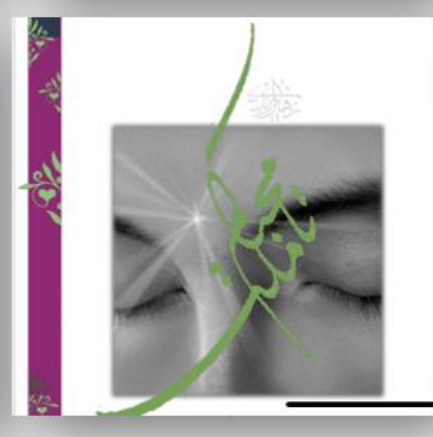
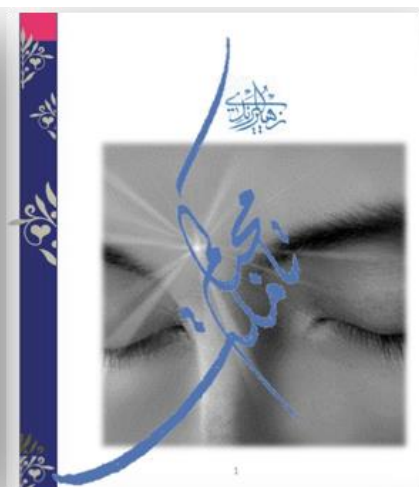




<https://wp.me>

<https://wp.me/p>

<https://bit.ly/3>



<https://wp.me/p3WskZ->

<https://www.musli>



<https://wp.me/p3Wsk>



<https://wp.me/p3Wsk>



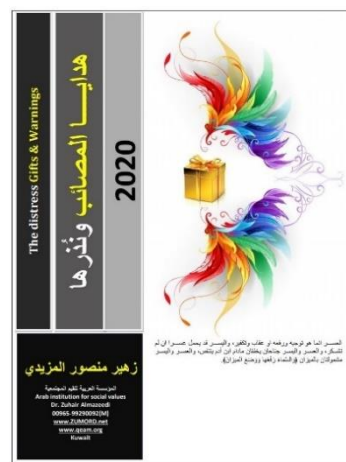
100 قاعدة في برمجة المعلومات



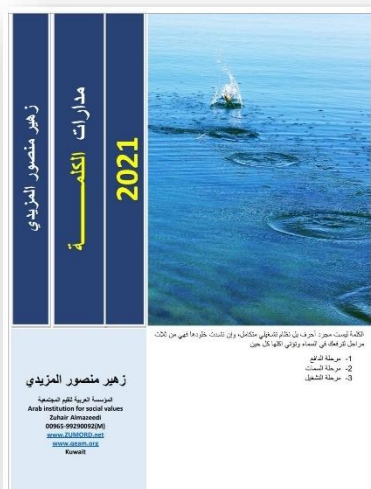
<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ-bQ2>

تطبيق

APP



<https://goo.gl/P9uMBy>



عندما تتحدث الصور



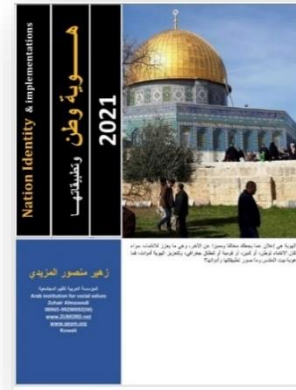
<https://bit.ly/3pigQuo>



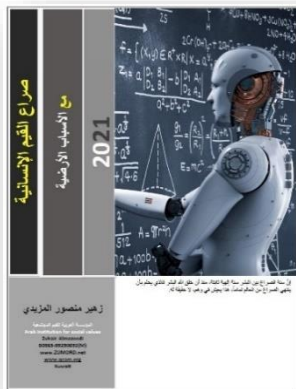
<https://bit.ly/2MkLV2z>



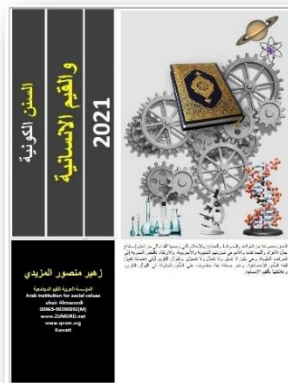
<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ->



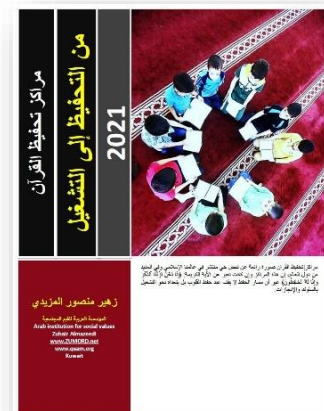
<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ->



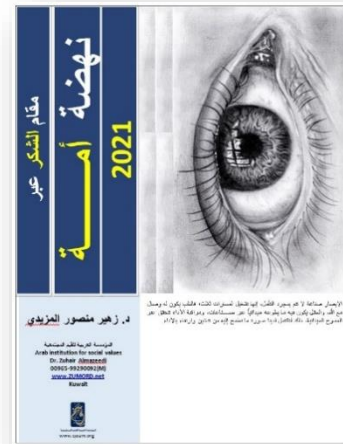
<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ->



<https://wp.me/p3WskZ->

ما يلي مكتبة قصص الأطفال

<https://wp.me/p3WskZ-bRE>

<https://wp.me/p3WskZ-bRH>

<https://wp.me/p3WskZ-bRK>

<https://wp.me/p3WskZ-bRO>

<https://wp.me/p3WskZ-bRR>



الدورات التدريبية

الرابط	اسم الدورة	تسلسل
https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-4/	تسويق الحلال	1
https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-mansour/	ادارة نوادي القيم للأطفال واليا فعي ن	2
https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-3/	تفعليل القيم وممارستها	3
https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair-2/	تحويل القيم لمنتجات ومشاريع	4
https://www.tadarab.com/courses/zuhair-mansour-almazeedi	تخطيط وتصميم الحملات الاعلانية	5
https://www.tadarab.com/courses/dr-zuhair/	إدارة وصناعة رواج العلامات التجارية	6

المحاضرات

العنوان	الرابط
1 محاضرة من التحفيز إلى التشغيل	https://youtu.be/UUf5zlvUuQ0
2 لقاء تعريفى بنموذج زمرد القيمي	قهوة تركية د. زهير المزيدي قناة TRT العربية 10 - 06 - 2016 - YouTube
3 تعريف الاعلام والاعلان	Zuhair ALMazeedi on Alrai TV Part 1 - YouTube
4 الإعلانات التجارية	Zuhair ALMazeedi on Alrai TV Part Part2 - YouTube
5 منصة التأمّلات	القناة التركية ولقاء قروب تأملت - YouTube
6 محاضرة من التحفيز إلى التشغيل	https://youtu.be/jGi8w4IDEuw

المؤلف في سطور



د. زهير منصور المزيدي

المواقع الالكترونية:

www.qeam.org

www.zumord.net

للتراسل: zumord123@gmail.com

تطبيقات APPS:

(زهير المزيدي) APP

سنوات الخبرة:

أكثر من 35 عام في مجال تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الاعلانية التجارية والقيمة التوعوية والتسويق لها على نطاق دولي.

الخبرات العملية:

1. رئيس مجلس إدارة مبرة المؤسسة العربية للقيم المجتمعية 2008-2019
2. المشرف على (دبلوم القيم) لدى جامعة دار الحكمة، المملكة العربية السعودية 2019
3. مؤسس ورئيس مجلس إدارة شركة T.C (1985).
4. مؤسس إدارة الإعلام في بيت التمويل الكويتي 1986.
5. مؤسس لشركة الرؤية والكلمة المتخصصة في الإنتاج القيمي للأفلام التلفزيونية. 1991
6. مؤسس ومدير عام مؤسسة "الإعلاميون العرب" للاستشارات 2000
9. خبير إعلامي معتمد لدى غرفة تجارة وصناعة الكويت 2001.
10. محكم دولي لجوائز الإعلان القيمي لجوائز دولية في بريطانيا وأميركا والكويت

في مجال إبداع المشاريع الاجتماعية Social innovations:

- 1- مشروع "غراس" للوقاية من آفة المخدرات، عبر تشكيل مجلس عضوية وزارات الدولة وجمعيات المجتمع المدني ومؤسسات القطاع الخاص في دولة الكويت، 1999-2005، أشادت ملكة السويد بنتائج المشروع ضمن جولتها في معرض دولي بما حققه المشروع من نتائج، ولم تحققه مشاريع مماثلة على نطاق أوروبا.
- 2- مشروع "وقف الأرشيف الإعلاني" للجامعة الأفريقية العالمية في السودان، لنقل خبراتنا في تدشين وإدارة جوائز الإعلان الدولية عبر طلبة كلية الإدارة والتسويق. 2017
- 3- مشروع "سما" سوق منتجات الإبتام، لتعزيز مفهوم الإنتاج في مراكز الإبتام وجعلها مراكز لموارد مالية عوضاً أن تكون مراكز للإنفاق فقط. 2016
- 4- مشروع "سمر" سوق منتجات القرآن، مع مجموعة من القرى اليمنية، عبر حلقات تحفيظ القرآن، للارتقاء بالحافظ كي يكون مشغلاً لقيم القرآن ومفاهيمه، لا حافظاً فقط، عبر برنامج أدريته دولياً بعنوان "تحويل القيم لمنتجات" ما تمخض عن نواة لسوق للمنتجات، وعوائد مالية يستفيد منها سكان القرى. 2017
- 5- مشروع (تأملات)، عبر 100 جزء، لتعزيز مفاهيم القيم الإنسانية عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل أسبوعي، والتي تمخضت عن أربعة كتب الكترونية.
- 6- مشروع الجامعة الخليجية المفتوحة، 1986 مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، كنموذج في مجال مشاريع تمكين القوى العاملة للانخراط في التعليم الجامعي عن بعد.

7- توقيع عشرات مذكرات التفاهم في مجال التعاون المشترك مع جامعات ومؤسسات المجتمع المدني ومؤسسات تعليمية على نطاق دولي، بهدف تفعيل عمليات التشبيك لتعزيز القيم واعتماد برامج المؤسسة العربية للقيم المجتمعية.

في مجال الاستشارات القيمية:

1. مستشار لمشروع "غراس"، لمكافحة المخدرات 1999 الكويت
2. مستشار مشروع "نفائس" لتعزيز العبادات 2003
3. مستشار مشروع "ركاز" الدعوي 2004
4. مستشار مبرة طريق الإيمان 2009
5. مستشار الشبكة الدولية لرعاية الأيتام 2016
6. مستشار أكاديمية التدريب والقيادة، إستانبول للإدارة حملة توعوية لصالح الأيتام في تركيا 2018
7. مستشار الشبكة الدولية للقيم 2020

العضوية في الجوائز الدولية:

1. عضو لجنة التحكيم جائزة الإعلان الدولية الأمريكية I.A.A عام 1996
2. عضو لجنة التحكيم لجائزة لندن الدولية للإعلان عام 1999 – لندن.
3. عضو لجنة التحكيم لجائزة الإبداع الإعلان، جامعة الكويت.
4. عضو لجنة تحكيم جائزة (كريا) الاعلانية لمجلة أراب آد Arab AD اللبنانية
5. عضو لجنة تحكيم جائز (سوبر براند) البريطانية 2010
6. يتمتع بالعضوية في عدد من الجمعيات الإعلامية الدولية: جمعية الإعلان الدولية - جمعية التسوق الخليجية - جمعية التسوق الأمريكية.

حيازة الجوائز والمناصب الدولية:

1. حائز على عدد من الجوائز الدولية في مجال (الإعلان القيمي) أبرزها الجائزة العالمية للإعلان عن الشرق الأوسط وأوروبا - برشلونة 1992.
2. رشح لمنصب نائب رئيس مجلس إدارة فرع الكويت لجمعية الإعلان الدولية، الجمعية التابعة لأكبر منظمة إعلانية أمريكية-1996
3. عضو مؤسس للاتحاد الكويتي للإعلان، ورئيس لجنة الاعلام المجتمعي 1999
4. قلد جائزة منتدى الاعلام العربي، للجامعة العربية، كمؤسس للصناعة الاعلانية في الكويت 2013

المؤلفات:

1. التسويق بالمسؤولية الاجتماعية 2007
2. تفعيل القيم وممارستها 2010 معتمد في (العديد من الجامعات والمؤسسات التعليمية دولياً).
3. استكشاف القيم صيانتها ومعالجتها 2010
4. حركة الكامرة في القصص القرآني 2010 (باللغة التركية)
5. مقدمة في تفعيل الحواس 2012
6. تحويل القيم إلى منتجات 2013
7. مؤشر الإدراك والقيم 2013
8. التسويق المجتمعي 2013
9. تحويل المشاعر إلى منتجات 2014

10. في استنساخ فكر العظماء 2014
11. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
12. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
13. مفهوم المسؤولية المجتمعية وممارستها 2018
14. التفكير الاستراتيجي في استهداف شرائح المجتمع 2018
15. وإن كل شيء الا يسبح بحمده، 2018
16. مقدمة في منهج الإبداع - الكويت 1984، دار ذات السلاسل للنشر، تم اعتماد الكتاب كمنهج تدريسي في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب 1985، واعتمد كمقرر تدريسي في إحدى الجامعات الآسيوية.
17. الجامعات المفتوحة في العالم وأعضاء على انشاء جامعة مفتوحة لدول مجلس التعاون الخليجي - مؤسسة الكويت للتقدم العلمي، 1985
18. بنك النصوص - 1994.
19. المكتب الإعلامي للتنمية -1995.
20. القوانين الاحترافية في مجالات الإعلام والإعلان في العالم 1994.
21. التسويق بالعاطفة 2006
22. التسويق بالشريحة المستهدفة (شريحة الاطفال) 2006
23. تسويق أنماط الحياة 2006
24. التسويق بالحواس الخمس 2006
25. قوة العلامات التجارية 2010، دار إنجاز للنشر، ومكتبة جرير
26. العلامات التجارية في التأثير على القيم 2013
27. تسويق الحلال 2017
28. طبقات البرمجة للقيم في القرآن 2017
29. تحويل الكتاب المقروء لمنتجات 2018
30. تفعيل القيم لرياض الأطفال 2018
31. برمجة القيم عبر مناهج التعليم 2018
32. المشغولات اليدوية وغرس القيم 2018
33. نماذج من أنماط بناء القيم في الحياة 2018
34. نجومية الرياضة والقيم 2018
35. في بناء صورة وسمعة المدن إعلاميا 2019
36. وإن من شيء الا يسبح بحمده 2019
37. الرسم في العلامات المسجلة 2019
38. صناعة التكامل 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
39. التجسير صناعة. للتعايش 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
40. صناعة المسؤولية 2019، المؤسسة العربية للقيم المجتمعية، الكويت
41. الابداع في الرسالة الاعلانية 2019
42. اعلان واحد استوفى الاستراتيجية الاعلانية 2019
43. اعلان واحد استوفى معايير الإعلان 2019
44. رحلة زمرد 2019
45. حراك الشدوذ 2020
46. هدايا المصائب ونذرها 2020
47. تأملات فيمن احصاها 2020
48. الابتكارات المجتمعية 2020

البرامج الاذاعية والتلفزيونية:

- 1- 600 ساعة إذاعية مع إذاعة دولة الكويت، سلسلة توثق صناعات الإعلان والتسويق والعلاقات العامة.

2- استضافات عبر محطات إذاعية وتلفزيونية - قطر، دبي، وتركيا TRT
في مجال الاستشارات:

1. مستشار إعلامي لبعض مكاتب " الديوان الأميري " مكتب الشهيد - الكويت.
2. مستشار الشركة الكويتية للحاسبات 2000
3. مستشار شركة "حرف" إحدى شركات "صخر" الكويت - مصر 2000
4. مؤسس الاعلام والتسويق في بيت التمويل الكويتي. 1986-2003
5. مستشار إعلامي لبيت التمويل الكويتي التركي، 1987
6. قدم الاستشارات لقنوات تلفزيونية دولية كقناة الجزيرة 1997 في قطر، وقناة الرسالة في السعودية.
7. مستشار شركة مستشفى المواساة القابضة 2002-2004
8. مستشار "المركز العلمي" 2003، إحدى شركات مؤسسة الكويت للتقدم العلمي.
9. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الشرقية للاستثمار 2005
10. مستشار مجموعة مدارس IPE (عربية وأجنبية وثنائية اللغة) 2005
11. مستشار اسم الرواج التجاري لشركة الامتياز للاستثمار 2006
12. مستشار التسويق لدى معهد الكويت للأبحاث العلمية 2007، 2009
13. مستشار مركز الكويت للتحكيم التجاري، غرفة تجارة وصناعة الكويت، 2007
14. مستشار وزارة الصحة، المملكة العربية السعودية، مركز الطب الطبيعي 2009
15. مستشار بلدية إمارة عجمان، الامارات العربية المتحدة 2012
16. مستشار 2012 لمؤتمر (World forum) الجمهورية التركية
17. مستشارا للعديد من الشركات الاعلامية والوكالات الاعلانية في الكويت والخليج.
18. مستشار برنامج تحويل القيم لمنتجات لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2011
19. مستشار العلاقات الدولية لمركز صباح الاحمد للموهبة والابداع 2015
20. مستشار الشركة الكويتية للاستثمار 2019