



دولة الكويت

اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات

دور الإعلام في الوقاية من المخدرات

إعداد

الدكتور / عايد علي الحميدان

إشراف

أمين عام

اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات

الدكتور / عويد سلطان المشعان الهذال

مشكلة المخدرات ليست وقفاً على دولة معينة بل هي قضية عالمية تهتم المجتمع الدولي بأسره، وهو ما دعا إليه الأمين العام للأمم المتحدة في تقريره السنوي للمساهمة في مكافحة المخدرات خوفاً من اندلاع حرب عالمية ثالثة بسببها، وقد اتخذت هيئة الأمم المتحدة قراراً يقضي بإنشاء جهاز مستقل تابع للمنظمة الدولية، ويتولى تنسيق عمليات المقاومة لمكافحة المخدرات بالعالم.

وتتعدد الأسباب وراء تناول الأفراد للمخدرات مثلما تتعدد فئات الأشخاص الذين يتناولون تلك المخدرات، ولم يعد هناك مجال للشك أن دولة الكويت تواجه مشكلة خطيرة وحملة شرسة لتدمير الإنسان الكويتي من الداخل عن طريق إغراق البلاد بالمخدرات والسموم البيضاء والزرقاء وغيرها من المواد المخدرة، ولذا كان لابد من زيادة برامج التوعية لتحصين الشباب والأسرة ضد هذا الوباء الذي بدأ يهدد كيان الأسرة والمجتمع، ومن هذا المنطلق بدأت اللجنة الوطنية لمكافحة المخدرات في إقامة الملتقيات التوعوية للمواطنين لتوضيح أضرار ومخاطر المخدرات من خلال وسائل الإعلام المختلفة للحد من خطورة مشكلة المخدرات وذلك بإقناع من دخل في دائرة الإدمان بالخروج أو محاولة الخروج منها، وإقناع الشباب بعدم التفكير في الدخول إلى دائرة التعاطي والإدمان الذي يؤدي إلى الدمار، وكذلك يتوجب إبراز الدور الإعلامي في مكافحة انتشار المخدرات من خلال وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية وكذلك من

خلال اللجان العاملة في مجال مكافحة المخدرات.

ونركز هنا برسالتنا الإعلامية الموجهة لكافة الوسائل الإعلامية والمجتمعية للتكاتف وإبراز دورها في محاربة هذه الآفة.

مادور وسائل الإعلام في الإقناع؟

يرتكز دور وسائل الإعلام بالإقناع في التعامل مع ثلاث متغيرات هي :-

1- المعرفة: من خلال تغيير المعلومات غير الواقعية لمستقبل الرسالة الإعلامية وتقوية وتدعيم المعلومات الصحيحة لتكوين رادع معرفي كفييل بمنع الشباب من تجريب المخدرات أو إساءة استعمالها.

2- الاتجاه: تقوية الاتجاهات لدى الشباب واستعداد الشخص للسلوك بطريقة معينة عند رده على المؤثرات الخارجية من حوله، ومهمة وسائل الإعلام هي نقل اتجاه الفرد والجمهور المستهدف عامة من منطقة القبول والحياد اتجاه مشكلة المخدرات إلى منطقة الرفض التام لإدمان للمخدرات.

3- السلوك: تغيير بعض سلوك الجمهور من مدمنين إلى رافضي استخدام المخدرات.

ولتحقيق تغيير الاتجاهات والأفكار فإنه لابد من البدء بالاقتراح للتغيير، ويجب أن تقبل الرسالة من الجمهور وقبولها هو أول خطوات الإقناع.

منى يقبل الاقتراح إلى التغيير من جانب الجمهور؟

1- إذا كان الاقتراح يلي الاحتياجات والدوافع الشخصية.

2- إذا كان الراسل موثقاً به.

3- إذا كانت الرسالة منقولة من خلال قنوات الاتصال الشخصي والجماهيري.

متى تتغير الاتجاهات والأفكار؟

1- إذا كان الاقتراح يلبي احتياجاتهم ودوافعهم مستنداً على العقيدة الإسلامية والقيم والعادات الأصيلة.

2- إذا كانت الرسالة الإعلامية واضحة وحازمة حتى لا يستتج معنى آخر غير المقصود منها.

ماذا نحتاج لتغيير الاتجاهات والأفكار؟

1- معرفة طبيعة الرسائل الإعلامية التي تجنح بشدة للتخويف والترهيب وتكون أقل تأثيراً على الجمهور من الوسائل الإعلامية ذات النبرة المعتدلة.

2- عرض وجهتي المشكلة لأي قضية متفق عليها من الجمهور.

3- الحرص على عرض وجهة النظر التي ستؤدي إلى الحصول على الاتجاه المطلوب من خلال عرض وجهتي نظر مختلفتين ومتساويتين في الجاذبية.

ما مكونات الاسر اتجبية الإعلامية للحد من خطورة

إدمان المخدرات؟

1- البحث والدراسة لإعداد رسائل مؤثرة وفعالة ومضمونة النتائج.

2- التركيز على السلوك الإنساني والعملية الإتصالية.

3- بث الرسالة الإعلامية في توقيتها المناسب لتحقيق القدر الأكبر من النتيجة المؤثرة.

4- توفير المعلومات الدقيقة عن حجم مشكلة

من خلال شبكة متواصلة على مدار العام لإبراز دور الإعلام في حفظ الأمن والمحافظة على استقرار المجتمع .
 ٣- وضع خطة إعلامية عليا تكون أهدافها الرئيسية وقاية المجتمع من السلوك الانحرافي وخاصة محاربة آفة المخدرات.

٤- يجب أن تلتزم الرسالة الإعلامية بالصدق والثقة وقوة البرهان والتكرار والتنوع حتى يكون أسلوب الطرح ذو تأثير إيجابي في إبراز أخطار هذه السموم .
 ٥- اختيار الوقت المناسب لإيصال الرسالة الإعلامية حتى تكون فعالة مؤثرة نفسياً وفتح باب الحوار والجدل مع جميع الجهات العاملة في مجال مكافحة المخدرات .
 ٦- عدم تبعية الإعلام لأي جهة إلا جهة الحق والصدق والتنسيق بين أجهزة الإعلام المختلفة وأجهزة الأمن وأجهزة مكافحة المخدرات.

ومضة

الإعلام بصفة عامة هو تعبير ذو أمانة عن عقلية الجماهير وميولها ووجدانها ، وهو بمثابة حركة جماهيرية ملحة للإعلام المعبر عن واقعها عندما تشتد ظروف الحياة .
 ومشكلة المخدرات تحمل بطبيعتها واقع مأساوي يدمر الفرد وأسرتة والمجتمع الأم، وقد كفل المجتمع لأفراده حياة راغدة إذا ما اهتموا في التوسع بإيجاد الحلول لمشكلة المخدرات من خلال مواجهة المشكلة على كافة الأصعدة وتكاتف كافة قطاعات المجتمع .

٥- دراسة الظروف الحالية للنظام الإعلامي للمجتمع إلى جانب دراسة الأنظمة السياسية والاقتصادية والدينية.

ما هي عناصر الاستراتيجية الإعلامية ؟

١- تعريف الأهداف من خلال الخطة الإعلامية وذلك بدراسة طبيعة وخصيات الجمهور المستهدف من خلال تحديد حجم المعلومات .
 ٢- تحديد المشكلة وحجمها وإمكانية التعامل معها إعلامياً .
 ٣- تحديد الموارد الإعلامية المتاحة ودورها في الأنشطة المستقبلية .
 ٤- تحديد الجمهور المستهدف الذي توجه له الرسالة الإعلامية وهم أصحاب القرار من المدمنون والأصدقاء والأسرة وأصحاب القرار من رجال السياسة والدين والطب وذوي الاختصاص والخبرة .
 ٥- تحديد قنوات الاتصال لتوصيل الرسالة إلى الجمهور وتشمل الزيارات الشخصية والندوات والمعارض والصحف والمطبوعات والاجتماعات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية .
 ٦- دراسة مدى الوسيلة الإعلامية ودرجة إنتشارها .
 ٧- التخطيط والتنفيذ لمتابعة التقييم النهائي .

ما مقومات الإعلام الناجم للوقاية من المخدرات ؟

١- إعادة ترتيب موقع الإعلام في قائمة مهام الدولة بحيث يشكل منارةً للإنماء وطريقاً للوقاية المثلى من آفة المخدرات .
 ٢- بذل العناية القصوى باختيار أفضل السبل للعمل