

تحت شعار كن أنت وتهدف لرفع وعي أفراد المجتمع

طالبات قسم الإعلام يطلقن حملة لحماية التراث وحفظ الهوية

غثوة العلواني

أطلقت مجموعة من طالبات قسم الإعلام بجامعة قطر حملة بعنوان «كن أنت» وتهدف إلى الحد من ظاهرة التقليد الأعمى في التصرف والسلوك وتسعى لحماية التراث الثقافي لدولة قطر وتطويره لحفظ الهوية الوطنية وتقوية التماسك الأسري وتعمل الحملة التي نفذتها كل من الطالبات مريم العبد الله وسارة المهندي وغادة زينل والعمود كروز وفاطمة الخبارين من مسار الاتصال الاستراتيجي على رفع وعي أفراد المجتمع بكافة فئاته العمرية وتقوم هذه الحملة التي تشرف عليها الدكتورة رنا حسن بالتعرف على الأسباب التي تدفع الشباب للتقليد الأعمى وتعمل على رفع مستوى الوعي بين الشباب حول السلبيات المترتبة على هذه الظاهرة وخاصة لرواد مواقع التواصل الاجتماعي.

حفظ الهوية الوطنية

وقالت الطالبة العمود كروز لـ الشرق إن حملة «كن أنت» هي عبارة عن حملة توعوية لدعم رؤية قطر 2030 لحماية التراث الثقافي لدولة قطر وتطويره لحفظ الهوية الوطنية وتقوية التماسك الأسري، حيث تسعى الحملة إلى توعية الأفراد بخطورة التقليد الأعمى لمشاهير مواقع التواصل الاجتماعي كما تعمل من خلال فريق العمل إلى عرض الأضرار الناتجة عن تلك التصرفات وتوعية الأفراد بها وذلك للحد من تلك الأضرار وزيادة الوعي لدى الجمهور المستهدف من الحملة. وأضافت: لقد قام فريق عمل الحملة بعرض فكرتها على الأساتذة أعضاء هيئة التدريس بجامعة قطر وبعد مناقشة الفكرة والموافقة عليها قام فريق العمل بالبحث عن كافة الحملات السابقة والتي تقاربت فكرتها مع الحملة وكذلك البحث عن كافة الدراسات السابقة التي قام بها الباحثون والنظريات التي قد تفيد من عرض فكرة الحملة على الجمهور المستهدف. ثم قام فريق العمل باستبيان لمعرفة مدى اهتمام الجمهور المستهدف بفكرة الحملة ومدى وعيهم بها ومن ثم تم عرض الفكرة على بعض قنوات العرض متمثلة في الصحف اليومية وكذلك تلفزيون قطر ولاقت الفكرة ترحيباً. كما قام فريق العمل بعقد ندوات تعريفية بحضور لفييف من الضيوف الكرام لعرض آرائهم وإيصال فكرة الحملة للجمهور المستهدف. وأضافت لقد ساهمت المطبوعات التي استخدمها فريق العمل في إيصال فكرة الحملة للجمهور متمثلة في عدة بوسترات وبروشور



□ خلال فعاليات الحملة

العمرية لأسباب المشكلات والظواهر الطارئة على مجتمعنا مثل ظاهرة التقليد الأعمى ومن هنا تظهر أهمية الحملة في نشر أسباب الظاهرة والعمل على التوعية السليم للحد من انتشارها داخل مجتمعنا القطري كما أن الحملة تعد بمثابة دراسة جيدة للباحثين المهتمين بالهوية القطرية في المستقبل حيث تحتوي الدراسة الخاصة بالحملة على العديد من المعلومات التي قد تسهم في توجيه الباحثين بشكل أسرع لأهدافهم المتعلقة بالهوية القطرية أو ظاهرة التقليد الأعمى.

كذلك تعتبر الحملة عاملاً مساعداً لطلاب جامعة قطر في مشروعاتهم المستقبلية المشابهة لنفس فكرة الحملة. وتسهم الحملة في إظهار أسباب انتشار ظاهرة التقليد الأعمى كما تسهم الحملة في وضع الحلول الفعلية للحد من تلك الظاهرة وانتشارها في المجتمع القطري. وتعمل على زيادة الوعي لدى الأفراد بتلك الظاهرة وكذلك توجيه أنظار المسؤولين لتلك الظاهرة للعمل على إيجاد حلول لها سواء من خلال النظام التعليمي أو توجيه الأسرة لمخاطر تلك الظاهرة.

ظواهر اجتماعية سلبية

وقالت الطالبة مريم العبد الله لـ الشرق: نقوم من خلال حملتنا على تشجيع الشباب على إظهار شخصياتهم المتفردة وإبراز اهتماماتهم الخاصة وقد قامت حملة «كن أنت» بتنظيم العديد من الفعاليات التوعوية ونظمت ندوة بعنوان الإعلام الجديد بين الهوية والقانون في جامعة قطر.

وقالت مريم لقد قمنا بإنشاء منصة للتوعية وتعريف الطالبات على أهمية الحملة وأهدافها وذلك بالتعاون مع عدد من أساتذة الجامعة، وأشارت إلى أن التقليد الأعمى في صرف الأموال والسلوك هو إحدى الظواهر السلبية المنتشرة في مجتمعاتنا والناجمة عن انتشار مشاهير التواصل الاجتماعي بين الفئات العمرية المختلفة وبذلك فإن الحملة تقوم على التوعية حول مشكلة التقليد الأعمى ومحاولة نشر الوعي وثقافة المجتمع بما يترتب على هذه الظاهرة من أثر سلبي على الشباب والمجتمع. وقد تم إطلاق الحملة أيضاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي تويتر وفيسبوك وانستغرام وسناب شات.

ولفتت العبدالله إلى أن التقليد الأعمى في التصرف والسلوك قد بات إحدى الظواهر الاجتماعية السلبية المنتشرة في مجتمعاتنا والناجمة عن انتشار مشاهير التواصل الاجتماعي بين الفئات العمرية المختلفة.

على هويتنا فأصبح من السهل نشر الصور والفيديوهات دون قيد على الإنترنت مما أدى إلى ظاهرة التقليد الأعمى والتي انتشرت في العديد من المجتمعات خاصة بين فئة الشباب حيث يجد الشباب اقتناعاً برأي مدون أو ناشر على أحد المواقع أو التطبيقات أو أحد المشاهير فيقومون بتقليد كافة تصرفاته وحتى مظهره الخارجي دون التقيد بالعادات والتقاليد والهوية المجتمعية.

توعية أفراد المجتمع

كما ان انتشار تلك الظاهرة في مجتمعنا القطري أدى إلى اتخاذ فريق عمل حملتنا «كن أنت» قراراً ببدء الحملة لتوعية أفراد مجتمعنا من مخاطر ظاهرة التقليد الأعمى وتأثيرها على هويتنا وكذلك الحد من انتشارها، وذلك من خلال الوقوف على الأسباب التي أدت لظهورها والعمل على حلها وتقديم حلول بديلة واقتراحات تساهم في ضبط السلوك المجتمعي للحد من تلك الظاهرة.

أهمية الحملة

وتظهر الأهمية النظرية للحملة في الوقت الذي أصبح التمسك بالعادات والقيم المجتمعية من الصعوبات التي تواجه المجتمعات المحافظة حيث أصبح من الواجب علينا كأفراد في المجتمع عدم ادخار أي جهد للحفاظ على الهوية القطرية وتوجيه الأفراد بكافة فئاتهم

تطبيقات الهاتف التي ساعدت بشكل كبير في تبادل الثقافات والأفكار وكذلك سرعة وسهولة التواصل دون وجود أي قيد عليها، ولا يمكن لأحد إنكار ما قدمته التكنولوجيا وتطورها السريع من فوائد ومساعدة للبشر ولكن مع بعض الاستخدامات المستمرة لتلك التكنولوجيا ظهر الوجه الآخر للتطور التكنولوجي والذي أثر بالسلب على الكثير من البشر، حيث أصبح من الممكن لأي شخص إنشاء موقع على الإنترنت دون الحاجة لأي جهد أو تكلفة تذكر مما ساهم بشكل كبير في انتشار الأفكار الدخيلة والغريبة

للحملة للتعريف بالحملة وأهدافها.

خطورة التقليد الأعمى

وحول فكرة الحملة قالت الطالبة العمود لقد أصبحت التكنولوجيا الحديثة جزءاً لا يتجزأ من الحياة اليومية لكافة الفئات العمرية سواء في مجتمعنا القطري أو على مستوى العالم، كما أصبحت تستخدم في كافة نواحي الحياة سواء العملية أو الشخصية لما توفره التكنولوجيا من راحة ووقت. وفي ظل التطور التكنولوجي السريع ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك



□ جناح للحملة

الاستخدام بنسبة 25% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي داخل دولة قطر. وهذا يؤكد أنه كان من الواجب الوقوف على أسباب تلك الظاهرة وأسباب انجراف الأفراد بكافة فئاتهم العمرية وراء طيف من التقليد الأعمى الذي لا يثمر إلا عن سلبيات تنتشر في مجتمعنا وتحد من ثقافتنا وهويتنا.

يقارب 51% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يدخلون بشكل يومي لموقع إنستغرام فيما كانت النسبة الكبرى لتطبيق سناب شات، حيث أكد ما يقارب 65% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي استخدامهم لتطبيق سناب شات يومياً لمتابعة كل ما هو جديد فيما حل موقع فيس بوك في المرتبة الأخيرة من حيث

وأشارت إلى أنه في عام 2018 قامت صحيفة الشرق القطرية بإجراء استطلاع لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي واتضح من نتائج ذلك الاستبيان أنه ما يقارب 40% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمون موقع تويتر باستمرار وبشكل يومي متابعين العديد من المشاهير على هذا الموقع بينما ما

استبيان
جريدة
الشرق