

نظرة السعوديين لمشاهير وسائل التواصل الاجتماعي

نحو إطار عمل لمواجهة ظاهرة «مشاهير الفلاس»



ملخص تنفيذي..

أحدثت التطورات التكنولوجية تغييرات هائلة في مختلف المجالات ومنها الاتصالات والمعلومات، حيث تنامي استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني، وظهر جيل جديد يتفاعل مع الإعلام الرقمي يُطلق عليه اسم «الجيل الشبكي» أو «جيل الإنترنت».

وتُعد وسائل التواصل الاجتماعي إحدى السمات البارزة لهذه المرحلة الاتصالية، كونها أتاحت مجتمعًا افتراضيًا يستطيع الأشخاص من خلاله تبادل الآراء ووجهات النظر بكثير من الحرية حول مختلف القضايا والموضوعات التي تشغل اهتماماتهم.

وقد ارتبط بهذه البيئة الاتصالية الجديدة ظهور أنماط اتصالية مختلفة عن تلك الموجودة في وسائل الإعلام التقليدية، إذ أصبحت العملية التواصلية أفقية وليست رأسية، بمعنى أن الجمهور تحول من مجرد مستقبل للرسالة إلى مستقبل ومرسل وأحيانًا منتج لها، وبعدها كان الصحفي أو الكاتب أو الإعلامي هو المنوط بإنتاج الرسالة الإعلامية التي تستهدف الإخبار أو التثقيف أو التوعية، أضحت الجمهور مشاركًا في هذه الوظيفة بالمنصات الاجتماعية، وتحول بعضهم من مجرد مستخدم عادي إلى مشهور، وربما مؤثر وفق ما تم التعارف عليه في قاموس وسائل التواصل الاجتماعي.

وعلى الرغم من قيام بعض مشاهير المنصات الاجتماعية بدور فعّال في المجتمع، فإن البعض الآخر استغل شهرته من أجل الكسب المادي دون أدنى اكتراث للاعتبارات الدينية والأخلاقية والقيمية والاجتماعية والثقافية.

من هذا المنطلق، سعت هذه الدراسة إلى رصد انطباعات المستخدمين السعوديين نحو مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تحليل عينة عشوائية قوامها (400) تغريدة من تفاعلاتهم على هاشتاق (#المشاهير). وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:

أثرت ظاهرة «مشاهير الفليس» سلبياً على نظرة المجتمع السعودي تجاه «المشاهير» بشكل عام.

اتسمت غالبية تفاعلات المستخدمين السعوديين بالغضب والهجوم ضد مشاهير الفليس وما يُقدمونه من محتوى تافه وهابط.

اعتمد المفرد السعودي في أطروحاته الرافضة والمهاجمة لمقدمي المحتوى التافه على الأحداث الواقعية بشكل رئيسي، ولذلك جاءت هذه الأطروحات خالية من أي شُبْهة للتجني أو الاتهام المُرسَل.

طالب المستخدمون بضرورة التصدي لظاهرة مشاهير الفليس بكل قوة حفاظاً على المجتمع والأسرة في المملكة.

شدّد المستخدمون على ضرورة الاهتمام بإبراز النماذج المشرفة في المجتمع والتي تستحق الإشادة والثناء واعتبارها الأولى بالشهرة.

أكدت تفاعلات المستخدمين على أنه لا ينبغي أن يكون كل مشهور مؤثراً، بل يجب أن يكون كل مؤثر مشهوراً.

كشفت تفاعلات المستخدمين عن مطالبتهم بضرورة إعادة النظر في المصطلحات المستخدمة لضبطها وتدقيقها مثل مصطلحي «المشاهير» و«المؤثرين».

أحدثت التطورات التكنولوجية تغييرات هائلة في مختلف المجالات ومنها الاتصالات والمعلومات، حيث تنامي استخدام تقنيات الاتصال الإلكتروني، وظهر جيل جديد يتفاعل مع الإعلام الرقمي يُطلق عليه اسم «الجيل الشبكي» أو «جيل الإنترنت».

وتُعد وسائل التواصل الاجتماعي إحدى السمات البارزة لهذه المرحلة الاتصالية، خاصة بعد الانتشار الواسع الذي حققته فور ظهورها، فأصبحت بمثابة مجتمع افتراضي يستطيع الأشخاص من خلاله تبادل الآراء ووجهات النظر بكثير من الحرية حول مختلف القضايا والموضوعات التي تشغل اهتماماتهم، وبهذا الشكل استطاعت هذه المنصات الاجتماعية بينيتها الرقمية التفاعلية الافتراضية أن تستحوذ على مساحة من وقت واهتمام المستخدمين، واستقطبت جميع الفئات دون اعتبار للفوارق العمرية والثقافية والتعليمية والاجتماعية أو حتى الحدود الجغرافية.

سعت الدراسة..

إلى رصد انطباعات
المستخدمين السعوديين
نحو مشاهير وسائل
التواصل الاجتماعي

وقد ارتبط بهذه البيئة الاتصالية الجديدة ظهور أنماط اتصالية مختلفة عن تلك الموجودة في وسائل الإعلام التقليدية، إذ أصبحت العملية التواصلية أفقية وليست رأسية، بمعنى أن الجمهور تحوّل من مجرد مستقبل للرسالة إلى مستقبل ومُرسل وأحياناً منتج لها، وبعدها كان الصحفي أو الكاتب أو الإعلامي هو المنوط بإنتاج الرسالة الإعلامية التي تستهدف الإخبار أو التثقيف أو التوعية، أضحت الجمهور مشاركاً في هذه الوظيفة بالمنصات الاجتماعية، وتحوّل بعضهم من مجرد مستخدم عادي إلى مشهور وربما مؤثر وفق ما تم التعارف عليه في قاموس وسائل التواصل الاجتماعي.

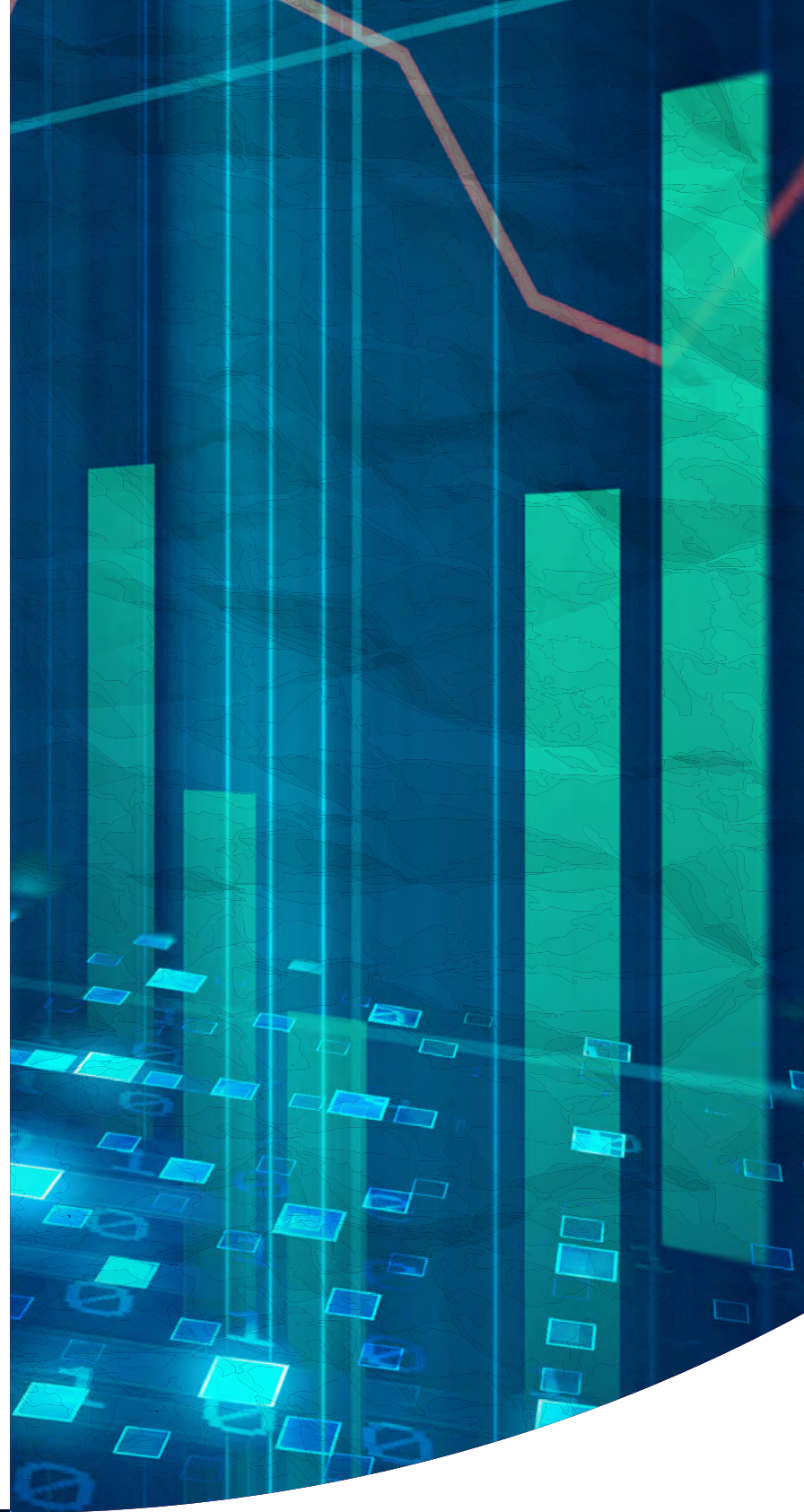
وعلى الرغم من قيام بعض مشاهير المنصات الاجتماعية بدور فعال في المجتمع، فإن البعض الآخر استغل شهرته من أجل الكسب المادي دون أدنى اكتراث للاعتبارات الدينية والأخلاقية والقيمية والاجتماعية والثقافية.

من هذا المنطلق، سعت هذه الدراسة التي قام بها مركز القرار للدراسات الإعلامية إلى رصد انطباعات المستخدمين السعوديين نحو مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال تحليل عينة عشوائية قوامها (400) تغريدة من تفاعلاتهم على هاشتاق (#المشاهير) والتي تناولت هذه الظاهرة.



نتائج الدراسة

- الاتجاه من ظاهرة المشاهير
- مصطلح «مشاهير الفلاس»
- طبيعة التناول
- التأطير
- مسارات البرهنة



المشاهير في
ميزان السعوديين

الاتجاه من ظاهرة المشاهير

%78

الاتجاه السلبي

%22

الاتجاه الإيجابي

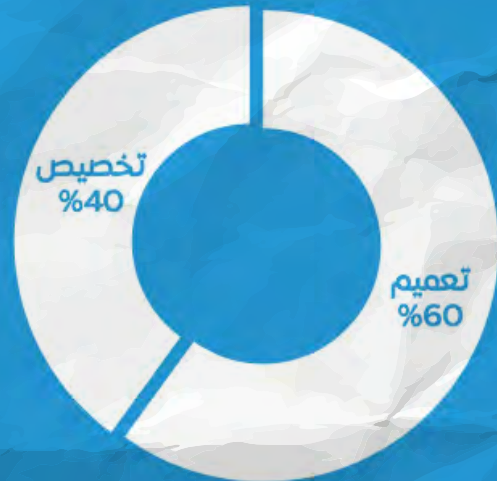
أظهرت نتائج التحليل أن الاتجاه السلبي نحو ظاهرة المشاهير استحوذ على غالبية تفاعلات المستخدمين بنسبة 78%، مقابل 22% للاتجاه الإيجابي، حيث طغت الصورة الذهنية السلبية المتكونة لديهم عند ذكر لفظ (المشاهير)، مما يعكس خطورة النتائج المترتبة على تقديم المحتوى التافه والسطحي من جانب بعض مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي.

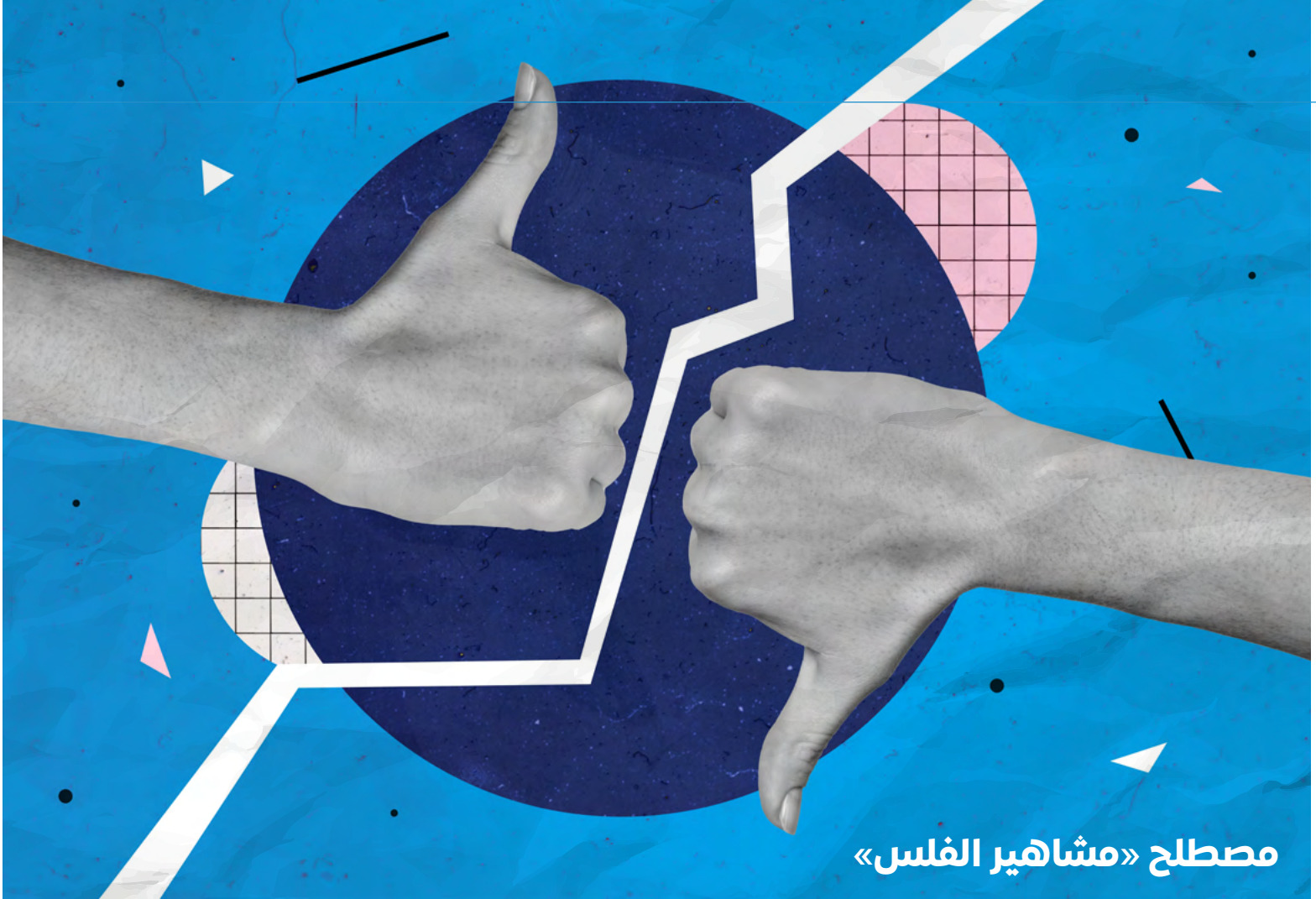
ومن مظاهر تلك النتائج أن بعض التفاعلات تناولت ظاهرة المشاهير ككتلة واحدة، وبعضها ربط بين مصطلح المشاهير ومن يقدمون محتوى هدام وغير مفيد، فيما لجأت بعض التفاعلات إلى التمييز بين المشاهير المفلسين فكرياً الذين يسعون إلى تدمير المجتمع والعبث بنسقه القيمي والأخلاقي، والمشاهير الذين لديهم رسالة هادفة ويقدمون محتوى نافعا يستهدفون من خلاله رفعة المجتمع وتقدمه وتطوره في شتى المجالات.

وبذلك، انقسم تناول المغردين السعوديين للمشاهير إلى التعميم بنسبة 60%، مقابل 40% للتخصيص.

7

المشاهير في
ميزان السعوديين





مصطلح «مشاهير الفلاس»

كشفت النتائج أن المغردين السعوديين ذكروا عبارة «مشاهير الفلاس» بشكل صريح ومباشر في 15% من إجمالي عينة الدراسة، مؤكدين على أن محتواهم يُساهم في هدم القيم المجتمعية ويعمل على تسطيح الفكر.

ومن اللافت أنه عندما لجأ المستخدمون السعوديون إلى توصيف أولئك الذين ينشرون على حساباتهم محتوى تافهًا أو سطحيًا، أو لا يتماشى مع عادات وتقاليد المجتمع وتعاليم ديننا الإسلامي الحنيف، استخدموا مصطلح «مشاهير الفلاس» وليس مصطلح «مؤثري الفلاس»، مما يعكس الفارق بين المشهور والمؤثر في ذهن السعوديين، فالأول ربما اكتسب مكانته الافتراضية من أعداد متابعيه فقط، بينما اعتبر السعوديون ضمنيًا أن المؤثر يتسم بالتميز في مجال ما أو أكثر نتيجة خبراته وعلمه ومعارفه، الأمر الذي قد يضعه ضمن فئة النخبة.

طبيعة التناول

تنوع تناول المستخدمين السعوديين لظاهرة المشاهير وذلك على النحو التالي:

أولاً: وصف الظاهرة

بنسبة 79% من إجمالي تفاعلاتهم، وفيها قدّم المفردون توصيفات متنوعة لسلوكيات المشاهير الافتراضيين أو مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة أولئك الذين يعتمدون على المحتوى التافه أو المنافي للعادات والقيم وتعاليم الإسلام؛ ومن الاستشهادات الدالة على هذه التوصيفات ما يلي:

- كثير من المشاهير جهلة سواء في العلوم المختلفة أو الخبرات الحياتية.
- يعكس المشاهير صورة سلبية مغلوطة عن المملكة في الخارج.
- بعض المشاهير مفلسون فكرياً.
- يستغل المشاهير الحوادث الإنسانية لتحقيق مزيد من الشهرة والترويج لأنفسهم.
- نجاح المشاهير يأتي على حساب القيم والمبادئ الراسخة في المجتمع.
- محتوى المشاهير فارغ، لا هدف ولا رسالة ولا قيمة، مجرد صور خادعة ومظاهر كاذبة.
- المشاهير يتخلون عن مبادئهم وينتهكون ما حرّمته الشريعة الإسلامية مقابل المال.

وإجمالاً، أظهرت تفاعلات السعوديين عددًا من التوصيفات التي عرفوا بها هذا النمط من المشاهير، منها على سبيل المثال



حرص

المستخدمون..

على إبراز مجموعة من النماذج التي تستحق الاهتمام والشهرة للاقتداء بها

لا الحصر: (جهل - تفاهة - نفاق - خداع - تزييف - استغلال - إفلاس - طمع - جشع - عبث المال - مدعو المثالية - غرور).

في المقابل، حرص المستخدمون على إبراز مجموعة من النماذج التي تستحق الاهتمام والشهرة للاقتداء بها، مستشهدين بأبطال آيسف 2022 واعتبارهم المشاهير الذين يفتخر ويعتز بهم المجتمع السعودي.

وأكد السعوديون في تفاعلاتهم على أن المشهور الحقيقي هو العالم والمفكر والشاعر والأديب وغيرهم ممن يُقدمون محتوىً مفيدًا للمجتمع.

سعى المغردون..

إلى اقتراح عدد من
الحلول - من وجهة
نظرهم - لمواجهة
ظاهرة مشاهير وسائل
التواصل الاجتماعي

ثانيًا: اقتراح حلول لمواجهة الظاهرة

بنسبة 15%، وفيها سعى المغردون إلى اقتراح عدد من الحلول - من وجهة نظرهم - لمواجهة ظاهرة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي، منها ما يتصل بدور مؤسسات الدولة ومنها ما يتعلق بالدور الجماهيري، ومن أمثلة هذه المقترحات ما يلي:

- وضع ضوابط منظمة للإعلانات تتضمن معايير الصحة والسلامة والمصدقية للمنتج أو الخدمة المعلن عنها.
- تشديد العقوبات ضد من يُخالف هذه المعايير أو يتسبب في أي ضرر يقع على المواطنين نتيجة استخدامه للمنتجات المعلن عنها.
- قيام المواطنين بدور إيجابي من خلال التجاهل والعزوف عن متابعة المشاهير الذين ينشرون محتوىً تافهًا أو غير أخلاقي.
- ضرورة إصدار تصاريح مزاولة مهنة للمشاهير.
- تفعيل المقاطعة الشعبية للشركات والعلامات التجارية التي تستعين بمشاهير الفلاس في الإعلان عن منتجاتها.

ثالثاً: النتائج المترتبة على انتشار ظاهرة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي

بنسبة 6%، حيث ركّز بعض المفردين على إبراز مخاطر هذه الظاهرة على المجتمع السعودي، ومنها:

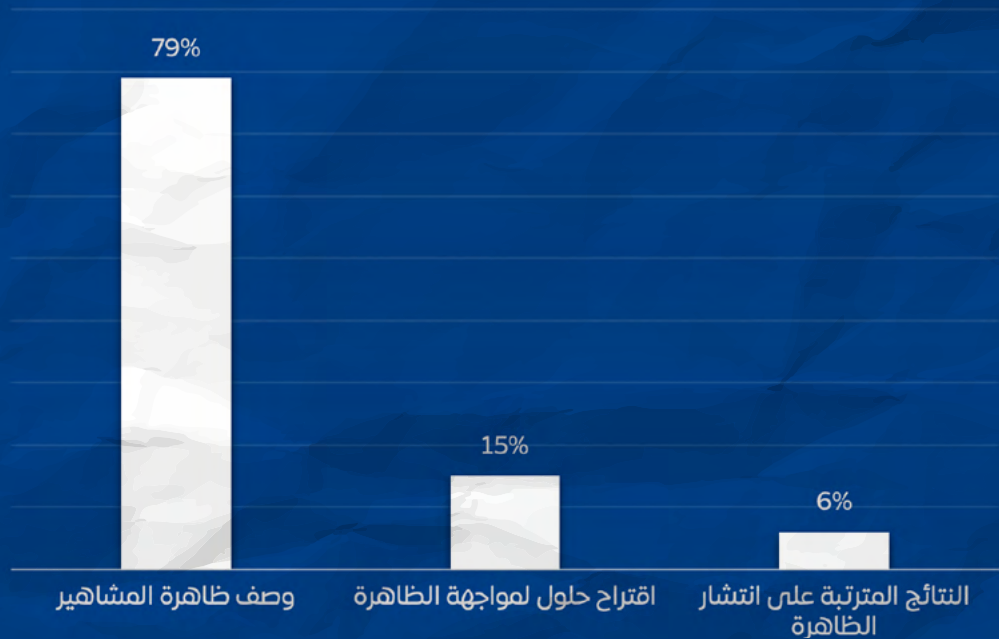
- تهديد النسق القيمي والأخلاقي للسعوديين.
- إيجاد مناخ من عدم الرضا بين المواطنين.
- التسطيح الفكري للمجتمع نتيجة تهاوة المحتوى المقدم من جانب مشاهير الفلس.
- تعزيز ثقافة المكسب السريع والشهرة الواسعة.
- تراجع قيمة العمل والجِد والاجتهاد والمثابرة.
- الترويج لثقافات دخيلة على المجتمع السعودي.
- تشجيع السلوك الاستهلاكي للمواطنين.

ركّز بعض المفردين..

على إبراز مخاطر ظاهرة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع السعودي

11

المشاهير في ميزان السعوديين





12

المشاهير في
ميزان السعوديين

أظهرت النتائج تعدد زوايا التركيز التي أطر من خلالها المفردون السعوديون تناولهم لظاهرة المشاهير، فحلّ في **المرتبة الأولى** «**التفنيد**» بنسبة 42%، وفيها حرص المفردون على شرح وتفكيك العوامل التي أدت إلى وجود هذا النمط الاتصالي على المنصات الاجتماعية والدوافع التي تقف وراء لجوء العديد منهم إلى تقديم محتوى هابط لا يرقى إلى مستوى المواطنين أو يُقدم إفادة حقيقية لهم، بل على العكس تمامًا، يُساهم في تسطيح الفكر وزعزعة القيم، الأمر الذي قد يُؤثر على الهوية السعودية العربية والإسلامية الراسخة. مؤكدين على أن الهدف المحوري لهذه الفئة هو جمع الأموال وتحقيق الشهرة على حساب الأخلاق والدين.

وجاء في **المرتبة الثانية** «**الهجوم على المشاهير**» بنسبة 37%، إذ شهدت تفاعلات السعوديين على هاشتاق #المشاهير هجومًا حادًا وغضبًا شديدًا ضد هؤلاء الذين يُطلق عليهم مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي.

وكما سبقت الإشارة، فقد كشف التحليل أن «مشاهير الفلاس» أو من يُروجون للمحتوى التافه كانوا هم المعادل

الموضوعي لمصطلح المشاهير لدى غالبية المغردين السعوديين،
ولذلك انصبّ الغضب السعودي عليهم، موجهين لهم العديد من
الاتهامات، منها على سبيل المثال لا الحصر:

المشاهير قلة من الأنانيين يلهثون خلف
الدنيا، ومحتواهم هش لا يمثل ثقافة
المجتمع.

المشاهير يستهترون بتعاليم دينهم وأعراضهم
وعقولهم مقابل الأموال والشهرة.

الشهرة أفقدت الكثير منهم الأخلاق.

المشاهير أصابهم الغرور نتيجة شهرتهم
الزائفة.

قيام المشاهير باستخدام واستغلال نشر
الحياة الخاصة في تحقيق مزيد من الشهرة.

مشاهير الفلاس السعوديون يضرون بسمعة
المملكة في الخارج.

الشهرة أصبحت بلا مقومات حقيقية
ووظيفة من لا وظيفة له.

كثير من المشاهير يفتقدون للعلم والمعرفة.

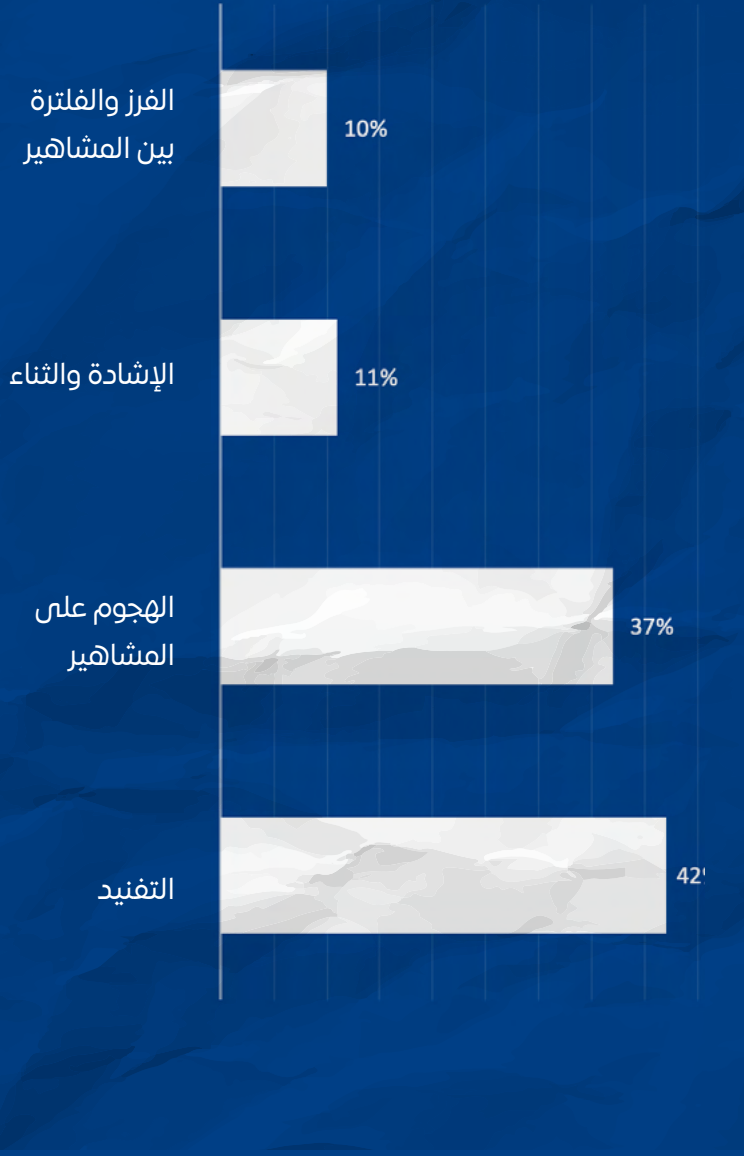
يختفي مشاهير الفلاس عندما يتعلق الأمر
بقضايا المجتمع واهتماماته الجادة.

في المقابل حصلت فئة «الإشادة والثناء على النماذج المشرفة» على المرتبة الثالثة بنسبة 11%، وفيها حرص المفردون على إبراز الشخصيات السعودية التي تستحق الشهرة وتسليط الأضواء عليها لتكون بمثابة قدوة ومثال يُحتذى به، مثل طلاب آيسف 2022، ومشاهير وسائل التواصل الاجتماعي الذين يُسخّرون حساباتهم لخدمة المواطنين والدفاع عن الوطن، والجنود الذين يُضحون بكل غالٍ ونفيس من أجل حماية البلاد.

وحصلت فئة «الفرز والفلتره بين مشاهير الفلاس والمؤثرين» على المرتبة الرابعة بنسبة 10%، وقد استخدمت هذه الفئة من التفاعلات منهج المقارنة سواء بشكل صريح أو ضمني، وذلك لإظهار الفارق بين مشاهير الفلاس من جانب، والمجتهدين والمتميزين في المجالات المختلفة من جانب آخر، وتأثير كل منهما على الفرد والأسرة والمجتمع.

وأكدت التفاعلات أن العقول المتنسيرة تُساهم في رفعة المجتمع ونهضته، بينما مشاهير الفلاس يعملون على تأخره وتراجعهم، مشددة على أنه ليس كل صانع محتوى صانعًا للوعي.

وتعكس تفاعلات هذه الفئة رغبتها في التأكيد على أن مشاهير الفلاس ومن على شاكلتهم لا يُعبّرون عن المجتمع السعودي وشباب وشابات المملكة بأي حال من الأحوال، وأنه كما توجد قلة سيئة يجب لفظها مجتمعيًا، فهناك نماذج مشرفة تستحق الفخر والإشادة والثناء.



مسارات البرهنة

تنوعت مسارات البرهنة التي اعتمد عليها المستخدمون السعوديون من أجل التدليل على وجهات نظرهم وإثبات صحتها؛ فجاء في المرتبة الأولى «الأحداث الواقعية» بنسبة 82%، وبالتالي مثلت الغالبية العظمى من عناصر الإثبات في التغريدات.

وتُعد قراءة هذه النتيجة في غاية الأهمية لأنها تُؤكد على أن حالة الرفض والغضب السعودية من مشاهير الفلاس هي نتاج سلوكياتهم وأفعالهم وأقوالهم، كما تُؤكد على أن إشادة المستخدمين وثنائهم على المشاهير المتميزين في المجتمع هي أيضًا نتاج جهودهم وتفوقهم وما يُقدمونه من محتوى نافع ومفيد.

وبناءً على ذلك، فإن التدليل بالأحداث الواقعية وبهذه النسبة الضخمة يقضي على أي شبهة للاتهامات المُرسلة وينسف أي احتمالية للتجني من جانب المستخدمين المتفاعلين على هاشتاق #المشاهير، بل على العكس تمامًا، يُؤكد على أن توصيف المستخدمين لظاهرة المشاهير وخاصة أصحاب المحتوى التافه هو تعبير دقيق لواقعهم المؤسف.

وفي المرتبة الثانية حلّ «التحذير من العواقب القائم على الاستنتاجات المنطقية» بنسبة 8% وفيه اعتمد المستخدمون السعوديون على التفكير المنطقي والتحليل العقلاني من خلال تنفيذ المعطيات الحالية، ومن ثمّ توقع العواقب المترتبة على هذه المعطيات.

فعلى سبيل المثال لا الحصر، ركزت تفاعلات المستخدمين المتفاعلين على الهاشتاق على انتقاد المحتوى المقدم من جانب مشاهير الفلاس سواء من ناحية تفاهته أو تعارضه مع عادات وتقاليد المجتمع السعودي أو مخالفته لتعاليم ديننا الإسلامي الحنيف، مؤكدين أن السكوت على هذه الظاهرة ستترب عليه

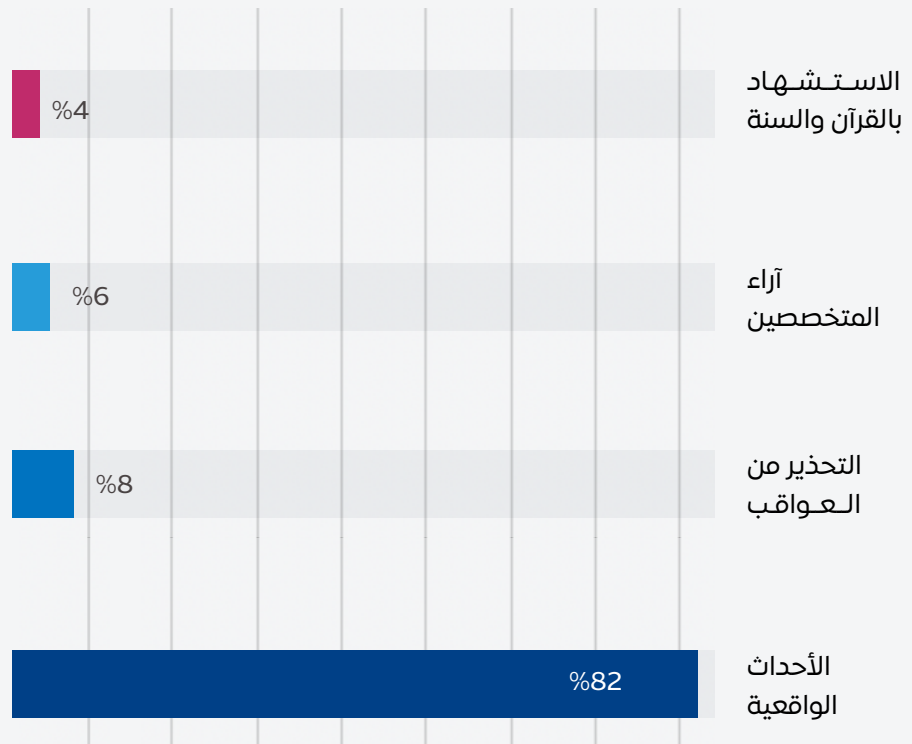
قراءة مسارات البرهنة..

تؤكد أن حالة الرفض
والغضب من مشاهير
الفلاس هي نتاج
سلوكياتهم

عواقب وخيمة؛ منها تسطيح فكر الشباب، وزعزعة نسقهم القيمي والأخلاقي، وتحفزهم على التشبه بالثقافات الغربية الغربية على مجتمعنا، الأمر الذي يُهدد هويتنا، ويُساهم في تفكك الروابط الأسرية.

واعتمد المستخدمون السعوديون أيضًا على «آراء المتخصصين» كأسلوب برهنة على أطروحاتهم وذلك بنسبة 6%، إذ حرصوا على عرض وجهات نظر المتخصصين كرجال الدين والاستشاريين في الصحة النفسية والإعلاميين وصنّاع المحتوى.

وفي المرتبة الرابعة جاء «الاستشهاد بالقرآن الكريم والسنة النبوية» بنسبة 4%، وقد اعتمد المستخدمون على هذا الأسلوب لإظهار حكم الدين في عدد من السلوكيات والصفات مثل التظليل والغرور والتباهي بالشهرة، والتأكيد على أن كل إنسان مسؤول عن أعماله وسيُسأل عنها يوم القيامة.



النتائج العامة للدراسة:

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة، أبرزها:

- **أثّرت ظاهرة «مشاهير الفلاس»** سلبياً على نظرة المجتمع السعودي تجاه «المشاهير» بشكل عام.
- **شدد المستخدمون** على ضرورة الاهتمام بإبراز النماذج المشرفة في المجتمع والتي تستحق الإشادة والثناء واعتبارها الأولى بالشهرة.
- **اتسمت غالبية تفاعلات** المستخدمين السعوديين بالغضب والهجوم ضد مشاهير الفلاس وما يُقدمونه من محتوى تافه وهابط.
- **اعتمد المغرد السعودي** في أطروحاته الرافضة والمهاجمة لمقدمي المحتوى التافه على الأحداث الواقعية بشكل رئيسي، ولذلك جاءت هذه الأطروحات خالية من أي شبهة للتجني أو الاتهام المُرسَل.
- **طالب المستخدمون** بضرورة التصدي لظاهرة مشاهير الفلاس بكل قوة حفاظاً على المجتمع والأسرة في المملكة.
- **أكدت تفاعلات المستخدمين** على أنه لا ينبغي أن يكون كل مشهور مؤثراً، بل يجب أن يكون كل مؤثر مشهوراً.



قراءة في النتائج العامة

أظهرت نتائج الدراسة إدراك غالبية السعوديين لخطورة ما ينشره مشاهير الفلاس من مضامين هابطة وتافهة وغير أخلاقية، وتأثيراتها على المجتمع.

وفي هذا الصدد، يمكن رصد خارطة عمل لمواجهة تلك الظاهرة من خلال القراءة الشاملة لإجمالي تفاعلات المستخدمين، تتمثل فيما يلي:

أولاً: تحديد المشكلة

تُعد أولى وأهم خطوات النجاح في علاج أي مشكلة هو الاعتراف بوجودها وتحديدتها، وهو ما ظهر جلياً في تفاعلات المستخدمين السعوديين الذين أسهبوا في وصف وتفنيد ظاهرة المشاهير وتحديدًا مشاهير الفلاس.

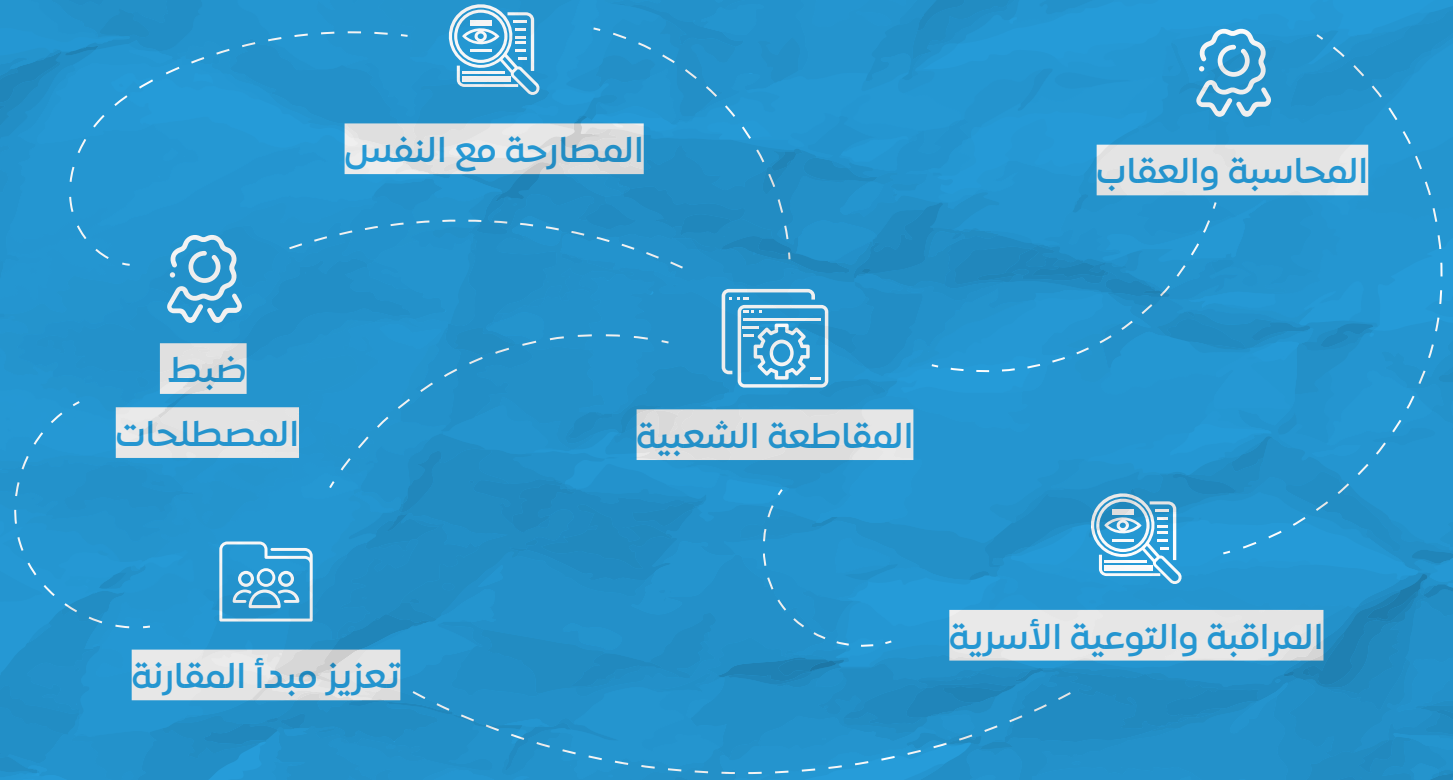
ثانياً: الآثار السلبية للمشكلة وانعكاساتها على المجتمع

وتتمثل أهمية هذه الخطوة في إظهار مدى الخطورة التي قد يُشكلها انتشار ظاهرة مشاهير الفلاس على الفرد والأسرة والمجتمع وصورة الدولة؛ وبحسب تفاعلات المستخدمين يمكن رصد مجموعة منها على سبيل المثال لا الحصر، وذلك على النحو التالي:

- التسطيح الفكري وبشكل خاص لدى فئات الأطفال والمراهقين والشباب.
- تعزيز السلوك الاستهلاكي في المجتمع السعودي.
- زعزعة النسق القيمي والأخلاقي للسعوديين.
- تهديد الهوية السعودية العربية الإسلامية.
- الإضرار بصورة المملكة خارجياً.
- إشاعة حالة من عدم الرضا بين السعوديين.



ثالثًا: كيفية التعامل والمواجهة



تضمنت تفاعلات المستخدمين السعوديين العديد من الوسائل التي يمكن من خلالها مواجهة هذه الظاهرة الضارة، وقد تنوعت ما بين وسائل ذاتية وأسرية ومجتمعية ومؤسسية، وذلك على النحو التالي:

المحاسبة والعقاب: وضرورة إقرار نظام جديد للمشاهير يتضمن معايير محددة يجب على كل مشهور الالتزام بها وإلا تعرّض للمحاسبة والعقاب، مع تشديد العقوبات على كل من يُخالف الذوق العام، أو ينشر محتوى غير أخلاقي، أو يُسيء لصورة المملكة.

المقاطعة الشعبية: على اعتبار أن المواطنين هم من ساعدوا هؤلاء الأشخاص في الوصول إلى الشهرة من خلال متابعتهم لهم، وبالتالي فإن مقاطعة مشاهير الفلاس سئسأهم بشكل كبير في إنهاء أو تحجيم هذه الظاهرة؛ علمًا بأنه لا يجب أن تقتصر المقاطعة على هذه الفئة، بل تمتد لتشمل جميع المتعاونين معهم كالشركات والعلامات التجارية التي تستعين بهم في إعلاناتها.

المصارحة مع النفس: فالبعض ينتقد مشاهير الفلاس ويهاجمهم، وفي الوقت ذاته يتابعهم، ولذلك لا بد من مواجهة هذا التناقض وتعزيز رد الفعل الإيجابي.

المراقبة والتوعية الأسرية: للأطفال والمراهقين بشكل خاص، وتعزيز ثقتهم بالنفس، وغرس أسلوب التفكير النقدي لديهم لكي يؤهلهم على التفرقة والتمييز بين الصح والخطأ وبين ما هو قيم وما هو تافه.

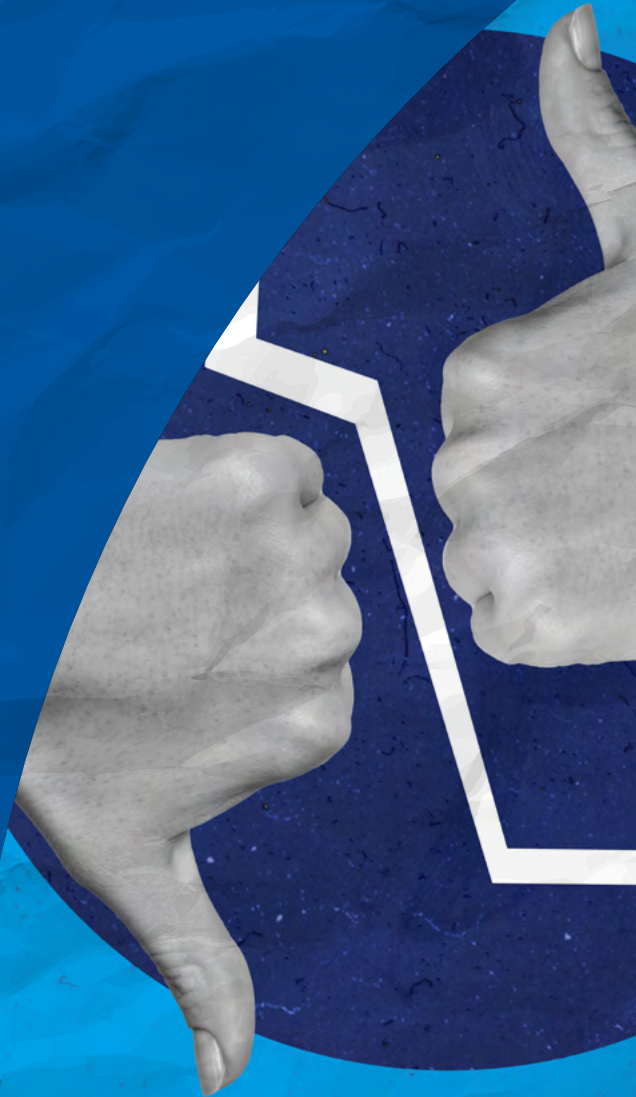
تعزيز مبدأ المقارنة: بين مشاهير الفلاس من جانب والمتفوقين والتميزين في كافة المجالات النافعة والمفيدة والذين يُقدمون خدمات جليلة للوطن والمواطنين من جانب آخر. مع ضرورة قيام المواطنين ووسائل الإعلام المختلفة بإبراز النماذج السعودية المُضيئة وعرض تجاربها المُلهمة لتُصبح مثالاً يُحتذى به وتُشجع وتُحفز الشباب على الاقتداء بها.

ضبط المصطلحات: لأن ذلك سيكون له دور كبير في وضع بعض ممن يُطلق عليهم مشاهير في مكانتهم الطبيعية التي يستحقونها، ومن أمثلة تلك المصطلحات التي يجب ضبطها وتدقيقها، مفهوم النجاح والتأكيد على أنه لا يأتي على حساب القيم؛ والتوعية بأنه ليس من الضروري أن يكون المشهور مؤثرًا، ربما يكون مُسلّيًا للبعض في قضاء وقت فراغهم ليس أكثر، فضلًا عن التوعية أيضًا بأن المشهور ليس بالضرورة على علم واطلاع بما يتحدث عنه أو يتناوله، بل على العكس تمامًا أحيانًا يصل به الحال إلى مرحلة الجهل.



ختافًا..

يمكن القول إن اللهث وراء الشهرة والمال في عصر وسائل التواصل الاجتماعي حوّل مصطلح «المشاهير» من وصفي تعريفي إلى وظيفي انتهازي، استغله البعض بشكل غير مسؤول لتحقيق مصالح شخصية على حساب القيم والأخلاق والدين والوطنية.



تابع حسابنا
على تويتر



https://twitter.com/parar_sa

