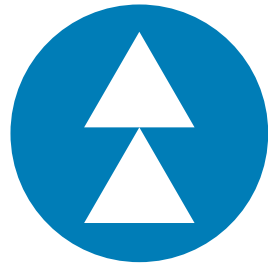
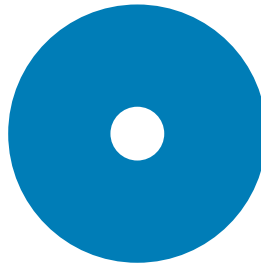
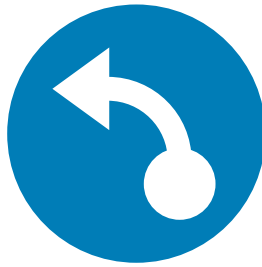
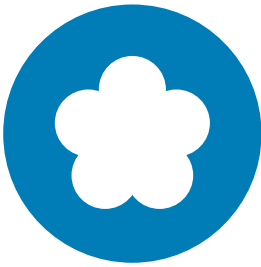


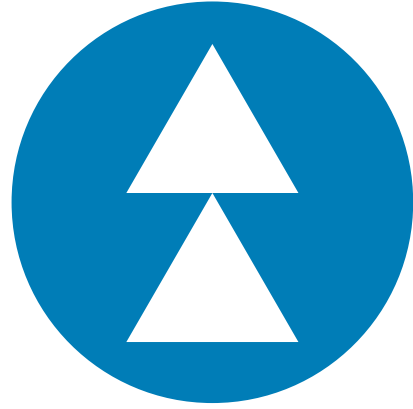
رغاز..

هل من أثر؟

الفصل الأول | النشأة والتطور



النشأة والتطور



على الرغم من مرور أربعة عشر عاماً على انطلاقتها الفعلية في العام 2004، ورغم الإرهاصات التي سبقتها بحوالي العامين، يبدو النظر إلى ركاز أشبه بالنظر إلى ربيع يتفتح لينثر ألوانه مع رائحة الخير العميم القادم، أو هو مشهد يبعث على استنكار مُهرة تُسابق الريح وهي تحمحم بهمة وتململ وكأنها ما زالت عند خط البداية.

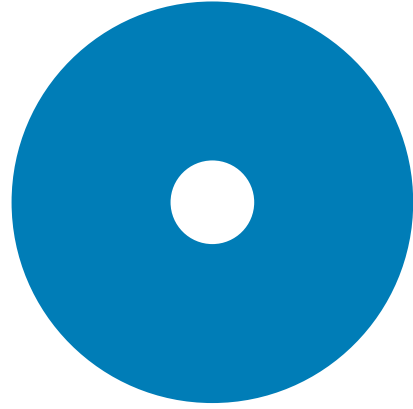
فما هو هذا المشروع الذي ضرب جذوره في أرض الكويت واستطاع، خلال سنوات قليلة أن يكبر وتورف ظلّاه في دول الخليج العربي ثم في أكثر من عشر دول عربية وتطرق نساءمه أبواب العديد من الدول الأجنبية، وما هو الآن يصل إلى الملايين من الشباب ويتفاعل معه الآلاف منهم، ما حثّ القائمين عليه على

صوغ استراتيجية توصله إلى العالمية بعد أعوام قليلة، في العام 2020؟
لقد بدأت المسيرة بحلم مشترك كان يراود مجموعة من الشباب المتحمّس بأن تتعزز القيم وتعمّ النزاهة الأخلاقية لا في الكويت والبلاد العربية ولا في الدول والمجتمعات الإسلامية فحسب، بل في أرجاء العالم كله!

وبعد عيد الفطر في العام 1424 هـ بأيام قليلة، عقد الشباب أول اجتماعاتهم لمناقشة الفكرة/الحلم، وأدّت الحوارات الطويلة الأولى التي دارت بينهم إلى الاتفاق على البدء بمشروع إنشاء مؤسسة شبابية تطوعية مستقلة تقوم على تنظيم حملات إعلامية تسعى إلى تعزيز مكارم الأخلاق لدى مختلف فئات المجتمع وخصوصاً لدى الشباب.

ومن بين ستة أسماء مقترحة، اختارت المجموعة اسم "ركاز" لمشروعها، وهو في اللغة يعني الذهب والفضة والنفيس من المعادن المدفونة داخل الأرض، لكنه أيضاً يعني الثابت والراسخ في الأرض. وكلف الإخوة المجتمعون أحد المختصين بصياغة الخطوط العريضة للأهداف التي تلخصت بالسعي إلى تحفيز الأفراد والمجتمعات لتبني مكارم الأخلاق وتطبيقها وتقديم النموذج الإنساني والمجتمعي للراقي الأخلاقي الذي يجمع المثالية الحقّة والواقعية الصادقة استناداً إلى أحكام الدين الحنيف.

البدايات



أطلقت ركاز حملتها الأولى في سبتمبر من العام 2004، لكن البدايات التي مهدت لها كان مسرحها منطقة صباح السالم في الكويت، وأواخر العام 2002، حيث اتخذت شكل حملة إعلامية صغيرة ضمن حدود المنطقة السكنية فقط. وكانت الحملة تهدف إلى الحد من ظاهرة معاكسات الشباب للبنات تحت شعار "أترضاه لأختك؟"

أشرف على حملة صباح السالم الشباب العاملون في "لجنة الصحة الصالحة"، وبتوفيق من الله نجحت الحملة الصغيرة الإعلامية الأولى، واختتمت بمهرجان خطابي كبير. وبعد أربعة أشهر أطلق أخوة "لجنة الصحة الصالحة" حملة صغيرة ثانية موضوعها برّ الوالدين تحت شعار "إن والديك أعلى ما لديك".

لاقت الحملة الثانية تقبلاً كبيراً أيضاً من الجمهور الواسع، ما شجع الإخوة المؤمنين الحالمين، وليس المتوهمين، على طرح الفكرة على الدكتور محمد العوضي الذي تلقفها بحبور وشارك بنشاط ببلورتها وقبل بأن يكون مشرفاً عاماً على ركاز.

أسفر وجود الدكتور العوضي عن توسيع النقاشات الدائرة بين عناصر المجموعة الأولى، وبدأت الأفكار تتواجه وتتغربل من أجل صياغة الفكرة والرؤية والهدف والرسالة والآلية إلى أن تبلورت تماماً في شهر يونيو، وسرعان ما أطلقت ركاز حملتها الأولى في سبتمبر من العام 2004 م تحت شعار "على راسي" التي أعلنت أن هدفها تعزيز فريضة الحجاب.

ما كان لافتاً في الحملة الأولى لركاز ليس فقط الإقبال الكبير على المشاركة في الفعاليات واللقاءات والتفاعل الحي مع المحاضرين، إنما اللافت كان زخم الأسئلة وإطلاق علامات الاستفهام المتسائلة عن الفكرة وعن الأشخاص القائمين على هذه الحملة وعن طبيعة تبعيتهم لهذا التنظيم أو ذاك أو لهذه الشخصية القيادية أو تلك، بل إن معظم الأسئلة المرجبة كانت تحمل أملاً بعدم اقتصارها على حملة واحدة، ورجاء بتحويلها إلى مناسبات دائمة بعناوين متجددة تقارب طبيعة المجتمع.

جاءت موجة الاستفهامات والتساؤلات التي طرحت خلال وبعد الحملة الإعلامية الأولى فرصة مؤاتية للقائمين عليها لتقديم إجابات توضح طبيعة مشروع ركاز من حيث كونه مشروعاً تطوعياً يفتح أبوابه أمام مشاركة الجميع لطرح أفكارهم وقدراتهم ومشاريعهم، وبكونه مشروعاً يهدف إلى إقامة مؤسسة دائمة

مستقلة غير ربحية تسعى إلى تعزيز مكارم الأخلاق، خصوصاً لدى جيل الشباب، مُتوسِّلةً في ذلك سبيل إطلاق حملات إعلامية متتابعة يقوم خلالها المحاضرون المشاركون بتقديم قصص وحكايات عن حوادث قديمة أو حديثة تلقي الضوء على أهمية تعزيز الأخلاق ودورها الكبير في تقدم المجتمعات ورقيها، ثم يعمدون إلى طرح آليات مَسَلِكِيَّةٍ توصل إلى الإصلاح. وهذا ما يفتح الباب واسعاً لاندلاع نقاشات مباشرة وتفاعلات إيجابية بين أفراد الجمهور والمشاركين، ربما تحدث تأثيرات إيجابية أنية أو متأخرة بعض الشيء في سلوك الحاضرين أو بعضهم. ويترافق ذلك مع توزيع ملفات كرتونية تحتوي على قصص ومطبوعات ورقية وتسجيلات صوتية وأسطوانات مدمجة تتطلع بمجموعها إلى إحداث تغييرات إيجابية في سلوك الجيل الشاب لأنه سيكون، في المستقبل القريب، ممسكاً بدفة قيادة المجتمع.

انطلقت حملة ركاز الأولى كصرخة إيمانية بوجه بعض مظاهر التقلت الأخلاقي وكانت أشبه بحجر ألقى في مستنقع فأحدث دوائر راحت تنداح وتكبر خلال الأيام اللاحقة، وفي ذلك ما فيه من نجاح. لكن النجاح الأكبر كان هناك في داخل المجموعة الأولى التي عكفت على تقييم الحملة وخرجت بنتيجة حاسمة لم تعد تقبل الشك ولا المزيد من النقاش تتعلق بطبيعة الكويت وأهلها والمقيمين على أرضها، وهو ما شكّل عند أعضاء المجموعة مؤشراً أكيداً على المستقبل الواعد الذي ينتظر ركاز في حال قدرتها على توطيد استقلاليتها من جهة، وعلى عدم التلهي والانجرار إلى معارك جانبية بدأ المعرقلون والمنتصِّدون بفتحها في وقت مبكر.

لكن ما هي الحقائق الراسخة التي توصلت إليها جلسات الحوار وتقييم حملة ركاز الأولى، وما رافقها

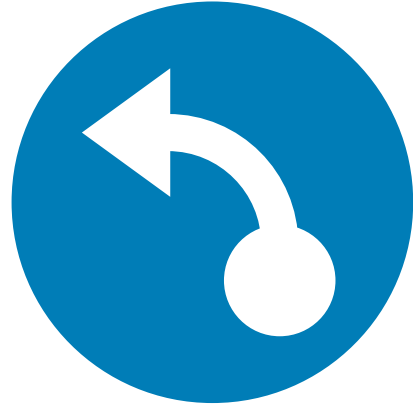
من مواقف وشهادات وحوادث وقصص سترد لاحقاً، والتي عزّزت عند أعضاء الفريق الأول قناعتهم بأن النجاح سيرافق مسيرتهم بفضل من رضا الله وتوفيقه؟

أولاً: ما دار خلال الحملة الأولى كشف تعلق المجتمع بفروض الدين وأحكام الشريعة الإسلامية السمحاء التي تُعزّز نزعة عمل الخير وتُوصله في المجتمع.

ثانياً: أُلقت الحوارات العفوية المباشرة بين المحاضرين والناس المشاركين الضوء القوي على حرص المجتمع على التدين، وعلى صفاء فطرته ونقاوتها. كما أبرزت تعطشه إلى الجمع بين السلوك الاجتماعي وأحكام الشريعة السمحاء بعيداً عن الغلو والتطرف والأفكار المنحرفة.

ثالثاً: توصلت المجموعة الأولى التي أسست مشروع ركاز لتعزيز الأخلاق وصارت نواته الصلبة، إلى قناعة حاسمة بأن النجاح سيكون حليفها بإذن الله، وأن الأرض منتظرة ومهيأة لتستقبل البذرة الصالحة، وأن الكويت ستكون مهد النشوء لكنها ستكون أيضاً أرض الانطلاق والتوسع صوب دول الخليج ودول العرب والإسلام ثم إلى دول العالم أجمع.

التخطيط



لقد زاد النجاح الأول من حماسة ركاز إلى جانب وقفة هدوء وترو وبعض حكمة وتخطيط. وكان رواد المشروع يستذكرون كلمات أمير دولة الكويت الراحل الشيخ جابر الأحمد رحمه الله: "لا بد من أن نتذكر أن المحبة لا توجد بقرار، وأن سماحة النفوس لا تُزرع بأمر بالتعاون والإيثار، وأن كل مفردات الأخلاق لا تصدر بها مراسيم".

إن، كان من البديهي أن يتمحور تخطيطهم حول ما الذي يمكن أن يقوموا به ويكون قادراً على توطيد ثقة الناس بأنفسهم وبيعهم البعض، وعلى تشجيعهم على المسامحة والتحاب، وعلى تدارس سبل إعلاء شأن النزاهة الأخلاقية الاجتماعية ومواجهة كل الآفات الفاسدة مهما كان مصدرها وأصحابها.

إنه الأفق الوحيد الذي يجب أن يُفتح ويُشرع أمام كل الخطط التكتيكية والاستراتيجية، أفق يجب أن يُملأ بالخطط والبرامج وبعناوين حملات قادمة، متوسلين النهج العلمي وأحدث ما وصلت إليه التكنولوجيا الإلكترونية في سبر آراء جيل الشباب والتعرف على طموحاته ومشاغله والتحديات التي يواجهها، وكذلك تطوير قدرات ركاز ومنهجياتها في التوصل إلى طرق وآليات واقعية لقياس الرأي العام من أجل معرفة الآثار والتغيرات التي تحدثها الحملات الإعلامية في سلوك مختلف الفئات الاجتماعية ليتم تصحيح ما هو غلط والتأكيد على ما هو صحيح.

هذه الـ"ركاز" التي بدأت عملها في العام 2004 كفريق تطوعي يحمل همّ تعزيز الأخلاق من خلال الحملات الإعلامية، بدأت تتسلح بنهج ومنهجية من أجل تحقيق رؤيتها في أن تكون المؤسسة الإعلامية الرائدة عالمياً في تعزيز مكارم الأخلاق وتطوير رسالة تسويق الأخلاق وتعزيزها عبر الإعلام الموجه إلى الفئات المستهدفة من خلال حملات وبرامج إعلامية مدروسة.

إنها مرحلة التخطيط!

آل التخطيط إلى نجاحات متتابعة تجلّت بنتابع الحملات واتساعها، وكان أبرز نجاحات ركاز أنها استطاعت أن تتوجه إلى الجمهور كـ"مؤسسة" وليس كمجرد مجموعة أفراد ناشطين بارعين. وقد بدأت المؤسسة تستجيب بالفعل لطلبات تردّها من دول شتى، وهكذا تمّ تكرار التجربة خارج الكويت منذ العام 2007 إنما بتدرج مدروس، وفي العام 2009 أعلنت عن الانتهاء من بلورة استراتيجية تطمح إلى أن تُوصلها إلى

الانتشار العالمي في العام 2020. إن أبرز ما يميز حملات ركاز الإعلامية التي تهدف دوماً إلى تحريك المجتمع وتوجيه المشاركين وحثهم على تبني قيمة أخلاقية مطروحة، أنها تقوم على ثلاثة برامج:

- 1. برنامج إعلامي** يتم طرحه بكثافة عالية في أقنية التلفزيون وعلى صفحات الجرائد وشبكات التواصل الاجتماعي التي تُنشئها ركاز.
 - 2. برنامج إعلاني** عبر لوحات الإعلانات على الطرق وعبر أقنية التلفزة والمطبوعات والبروشورات التي تُوزع على المشاركين كافة، وعبر الإعلان المدفوع في بعض قنوات التواصل الاجتماعي.
 - 3. برنامج علاقات عامة** تتفاعل ركاز عبره مع جمهور المشاركين، في المدارس والجامعات والأسواق التجارية وفي أمكنة تواجدهم كلها.
- كما تتميز حملات ركاز بالمواءمة الدائمة بين هذه البرامج الثلاثة بحيث تستطيع، عبر التركيز والتكرار، إحداث الأثر المطلوب تماماً كما تتمكن أشعة الشمس من إشعال عُصن الحطب بتركيزها وتميرها عبر العدسة المكبرة.

ولا بدّ هنا من ملاحظة أن التكرار الذي تلجأ إليه ركاز لم يكن مطلقاً تكرار الممل الرتيب، بل هو على الدوام كان تكرار فتح مصاريع النقاش العلني بين الشباب والرموز المشاركة وتكرار التشديد على القيم التي يتم استخلاصها من النقاشات العلنية التي دوماً ما يؤدي التفاعل الإيجابي خلالها إلى مواقف تفصح عن تغيير إيجابي في السلوك، وشتان بين هذين النمطين من التكرار.

ويمكن تلخيص ما آل إليه التخطيط الذي أنجزته وما تسعى ركاز إلى تحقيقه بما يلي:

الرؤية: المؤسسة الإعلامية الرائدة عالمياً في تعزيز مكارم الأخلاق.

الرسالة: تسويق الأخلاق وتعزيزها عبر الإعلام الموجّه إلى شرائح مستهدفة من خلال حملات وبرامج إعلامية احترافية.

الأهداف: تحفيز الأفراد والمجتمعات على تبني الأخلاق الحميدة وتطبيقها، وتقديم النموذج الإنساني والمجتمعي لكل من ينشد الرقي الأخلاقي الذي يجمع بين المثالية الحقة والواقعية الصادقة والتطبيق العملي بمنهجية سليمة مستمدة من الدين الحنيف وكذلك، تحصين الإنسان والمجتمع في مواجهة كل ما يخالف الثوابت الأخلاقية، وتحقيق التوازن بين الإيمان والسلوك من خلال تزكية النفس وتطهيرها، وتعزيز طاقات الإنسان الأخلاقية من أقوال وأفعال وتوجيهها في مسارها الصحيح. ولكن هل أن كل ما تمّ التخطيط له أمكن تنفيذه بسلاسة ودقة؟

لم يكن التعب ولا المعاناة والثبات على الفناعات ولا الجهد المبذول في البحث عن أمكنة اللقاءات في الأسواق التجارية وبراحات الجامعات والمدارس وصالونات الفنادق وغيرها، ولم يكن إعداد المواد وملاحقة طباعتها تصحيحاً وإخراجاً وتوزيعاً على المشاركين وعلى أجهزة الإعلام.. لم يكن كل ذلك إلا محسوباً ومقدوراً عليه بهمة المتطوعين والمتطوعات من الشباب، لكن أبرز العوائق الفعلية تتلخص باثنين:

الأول: يتمثل بالحفاظ على وتيرة عالية من النقاشات داخل المجموعة تطاول كل شيء: من الاتفاق على الهدف المحدد للحملة وتظهير القيم الأخلاقية المرتبطة به والعائدة له، وهذا بحد ذاته يؤدي إلى نقاش مركز يدور حول اختيار هذا المشارك المحاضر لا ذاك، كذلك يتفرع النقاش صوب اختيار عنوان الحملة، وطبيعة المواد المطبوعة وتكليف أشخاص بعينهم يتمتعون بالكفاءة اللازمة لكتابة قصة أدبية موجهة للصبيان وأخرى للبنات. كما يتوسع النقاش ويتعمق حتى يتوصل إلى بلورة شعار للقيمة الأخلاقية التي تمنح الحملة مضمونها ثم إلى تحويل الشعار إلى رسالة إعلامية واضحة، وبعد ذلك يتدخل في شكل الإخراج العام للحملة وإخراج المطبوعات والمنتجات المختلفة باختلاف طبيعة كل حملة.

باختصار كان وما زال همُّ النقاش الأول والأخير يدور حول كيفية إيصال القيمة الطيبة المراد إيصالها للشباب والشابات بالطريقة الأصح، وفي هذا ما فيه من تحدٍّ حقيقي على ركاز مواجهته في كل واحدة من حملاتها.

الثاني: العائق المادي يمثل واحداً من أبرز التحديات التي تواجهها مؤسسة ركاز. صحيح أن كل العاملين والناشطين منضون تحت بند التطوع، لكن التكاليف المادية المترتبة على كاهل المؤسسة كبيرة. وهي تبدأ بإعداد المنتجات والرسائل الإعلامية والمطبوعات والفيديوهات والأشرطة والاسطوانات المدمجة - عددها بمئات الآلاف وقد وصلت بفضل من الله إلى الملايين - يُضاف إلى ذلك حجز مساحات إعلانية في الصحف ومحطات التلفزة.. كل ذلك مكلف وباهظ خصوصاً مع القرار الاستراتيجي الذي لا رجعة عنه بصون استقلالية ركاز لتكون رسالتها أقوى وأفضل.

لذلك، نتجه ركاز صوب العثور على رُعاة لحملاؤها وهذا بحدّ ذاته يشكل عائقاً حقيقياً يتعين عليها مواجهته بشكل مستمر، وكان تخفيف عدد الحملات إلى واحدة فقط تستمر ثلاثة أشهر في العام واحداً من المحاولات في مواجهة هذا العائق الكبير. وهنا ينطرح السؤال: ماذا لو انتبعت ركاز إلى هذا التحدي، الذي لم يكن هناك مناص من مواجهته عاجلاً أو آجلاً، وبادرت في بداية انطلاقها إلى إنشاء وقف يعينها وقت الشدة؟

خوض غمار التجربة

لا يُعتبر رواد ركاز الأوائل أنّ تجربتهم في عقد لقاءات موسعة جداً مع الشباب في المدارس والجامعات والأسواق التجارية جديدة من نوعها. فالفكرة كفكرة ليست جديدة لأن النبي، صلى الله عليه وسلم، كان يذهب إلى الناس في نواديهم وأماكن تواجدهم.

وكما أنّ تجربة الرسول، صلى الله عليه وسلم، أورت وأينعت بين الناس حتى عمّ الإسلام مشارق الأرض ومغاربها، لاقت تجربة ركاز تجاوباً واستحساناً وتفاعلاً كبيراً رافقها منذ الحملة الأولى التي أطلقتها في العام 2004 بفضل من الله وتوفيقه.

ورغم أنّ القيمين على تلك الحملة التي حملت عنوان "على راسي" لم يكونوا على ثقة من شيء اللهم إلا من حماسهم من أجل تعزيز الأخلاق في المجتمع الكويتي ومن الإيمان بصحة ما يفعلونه، فهم، لم يكن في

جعلتهم أي تراكمات تذكر لتجارب سابقة تعينهم وتُنير سبيلهم، ومع ذلك فقد أقدموا على مواجهة الناس ومخاطبتهم وجهاً لوجه، تأثراً بتجربة الرسول الأعظم واتباعاً لسنته.

تُلّة من الشباب المتحمس استنطقت تجربة الرسول واستنارت بها في مبادرتها لإشاعة الخير والأخلاق ولهداية الناس بالدعوة الطيبة السموحة ، ولم تجد مناصاً من القيام بالخطوة الأولى بعد أن تبلورت لديهم الفكرة/الرسالة ووضحت الأهداف وحددوا آليات العمل.

لقد انتهجوا في تجربتهم الأولى، ثم في كل تجاربهم وحملاتهم اللاحقة، نهج الحريص على معرفة طبيعة ومشاكل ومطامح وآمال ومخاوف الفئات التي يخاطبونها، لكن الحريص أيضاً على تفحص وتقييم مدى التفاعل والأثر الذي أحدثته الحملة.

وبالقدر نفسه من الحرص على معرفة: إلى من نتوجه؟ كان هناك حرص على قياس الأثر الذي تركته الحملة عند مختلف الفئات المستهدفة: هل تركت الأثر ذاته عند الذكور كما عند الإناث؟ ما مدى تأثير الفئات العمرية على تنوع الاهتمامات وتشكيل الاستجابات وشحن الهمم للتفاعل مع ما يطرح خلال الفعالية؟


لقد فرضت هذه النوعية من الاهتمامات على مجموعة ركان، التشبث بالنهج العلمي في قياس الرأي والتعرف إلى حقيقة ردود الأفعال والآثار المترتبة على الحملة، وهذا بدوره وضعها في قلب التطورات المتسارعة والمتلاحقة التي يشهدها الفضاء الإلكتروني لكسب الوقت من أجل المعرفة والتعرف على الواقع

في كل ثوابته ومتغيراته.

إن أي فعالية تقام ولديها بعض جهل بطبيعة الجمهور المُشارك، وليست واثقة من أن ما يطرحه المشاركون يحوز على اهتمام الجمهور ويخاطب مكنوناته، وهي لا تملك نهجاً ولا آليات يمكنها من التعرّف بدقة على الأثر الذي خلفته عند هذا الجمهور، هي فعالية لا تساوي الوقت المهدور من أجلها، لأنها لن تكون قادرة على المساعدة على تصويب العمل ولا على تحديد القيم الأخلاقية ولا المحاور ولا عنوان الفعالية التي تأتي بعدها!

بل أكثر من ذلك، يمكن الجزم بأن الإصرار على التمسك بالمنهج العلمي سبباً وحيداً للمعرفة والقياس، وبالتالي تعيين مدى الأثر وتقدير النجاح والمساعدة على اختيار عناوين الحملات اللاحقة وتصويب طريق العمل.. كل هذا كان يؤدي بركاز إلى أن تطور نفسها طبقاً لتغيرات واقع التواصل الإعلامي، وفي مرات عدة استعانت بشركة مختصة بإجراء الاستطلاعات والبحوث الميدانية خلال السنوات الثلاث عشرة من عمرها.

من معانقة روح التجربة التي خاضها النبي الأكرم منذ ما يزيد على أربعة عشر قرناً من الزمان والنسج على منوالها، إلى اللحاق بأخر مبتكرات العلم والحدثة وتطويرها واستخدامها في مسيرتها، تبدو ركاز في موقع فريد حيث تستظل شجرة العقيدة السمحاء الوارفة في حين تمتدّ يدها لتقطف آخر ثمرات الحدثة!



ركز تتعلم.. البطاقة الأولى

الوقف

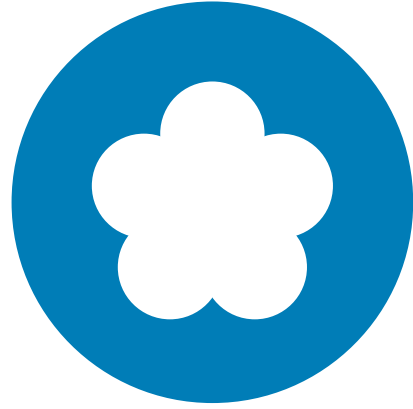
صحيح أنّ ركاز استطاعت، طوال سنوات مسيرتها، أن تتوسع ويعلو صوتها في أكثر من تسع دول عربية وأن تصل إلى تحفيز شرائح شبابية متزايدة للتفاعل مع القيم الأخلاقية التي تنشرها، لكن التحديات التي تواجهها كانت تتطلب إمكانيات أكبر من التي تملكها وخصوصاً المادية منها.

وأمام هذه التحديات اضطرت ركاز إلى خفض حملاتها إلى واحدة فقط سنوياً بعد أن كانت في بداية مسيرتها تطلق حملتين في السنة الواحدة!

ما الذي استفادت منه ركاز في هذه التجربة؟

ضرورة التنبّه في وقت مبكر والمبادرة إلى إنشاء شراكة استراتيجية مع مؤسسة مانحة أو وقف خاص يعين على استمرار المسيرة.

معانقة المستقبل



ليس هناك أي وجه من أوجه الشبه بين عمل المهندس الذي يرسم، بحرفية ودقة، خريطة البناء الذي يودّ إقامته ثم يسهر على تنفيذ إنشائه بأعلى درجة تقنية، وعمل أولئك الشباب الذين تصدوا لإقامة ركاز مؤسسة تطوعية غير ربحية تهدف إلى إعلاء شأن الأخلاق في المجتمع الكويتي وفي كل المجتمعات الأخرى التي تصل ريحهم إليها!

صحيح أن العمل الهندسي آل إلى إقامة بناء شامخ جميل يأسر الألباب، كما آل سعي شباب المجموعة الركازية الأولى إلى إقامة مؤسسة شامخة جميلة تأسر الانتباه، إلا أن لا وجه شبه واحداً بين المشروعين سوى بكونهما مشروعين ناجحين لحظة الولادة يخضعان، كغيرهما من المشاريع المعمرة، لسلطة الزمن

ومرور الوقت.. لكن الفرق الأكبر والأساس بينهما هو أن البناء مشروع يعاديه الوقت، وركاز مؤسسة يصادقها الوقت!

أهرامات مصر، سور الصين العظيم، برج إيفل، قلعة بعلبك، أبراج الكويت وغيرها من المنشآت التي شاهدها مهندسون وعمال مهرة على مر التاريخ، تشترك بميزة مغمسة ببعض الحزن: إنها مشاريع ترتفع لتحكي بطولات من ذهبوا لكن الوقت يدهمها ويقربها من نهاياتها وهي لذلك بحاجة دوماً إلى الترميم والصيانة لكي تبقى. في حين أن ركاز، مثل أخواتها، مؤسسة تنتفس الوقت الذي يحسب الناس أعمارهم به، تنتعش وتزدهر وتورق وتثمر مع مرور الزمن.

في ميدان الهندسة، حيث يزدهر مشروع البناء بأحلى حالاته لحظة ولادته، ينتصب الوقت عدواً لدوداً. وفي ميدان الأخلاق حيث تزدهر ركاز بأحلى ثمراتها مع كل فعالية وتوسع، يبتسم الوقت ابتسامة الصديق الأكيد. البيت والشارع المسفلت والحديقة المنسقة والداوير والجسور، إنجازات مفيدة جميلة لكنها تتجمد في لحظة معينة ثم تصير ماضياً، بينما ركاز لا تطيق العيش بأقل من معانقة المستقبل، أوليس الشباب هو المستقبل؟

ما سرّ هذه الجاذبية التي تتمتع بها ركاز وأين تكمن قوتها التي حولتها من مجرد فسيحة إلى نخلة باسقة جذورها في الكويت وسعفها تورف على عشر دول عربية، وهي تطمح منذ سنوات عدة لكي تشكل حالة عالمية؟



