



رابطة العالم الإسلامي

الأمانة العامة

الإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

التربية الإعلامية في المجتمع المسلم بين الواقع والمأمول

إعداد

الدكتور السيد علي خضر

الأستاذ بجامعة المنصورة - مصر

مقدم إلى

مؤتمر مكة المكرمة السادس عشر

الشباب المرسل والإعلام الجديد

الذي تنظمه

رابطة العالم الإسلامي

تحت رعاية خادم الحرمين الشريفين

الملك سلمان بن عبد العزيز آل سعود

مكة المكرمة

٣-٤ / ذو الحجة / ١٤٣٦ هـ، الموافق ١٦-١٧ / سبتمبر / ٢٠١٥ م



رابطة العالم الإسلامي

مكة المكرمة - المملكة العربية السعودية

صندوق البريد (٥٣٧) أو (٥٣٨) مكة المكرمة (٢١٩٥٥)

هاتف: ٠٠٩٦٦١٢٥٦٠٠٩١٩ - الفاكس: ٥٦٠١٣١٩ - ٥٦٠١٢٦٧

برقياً: رابطة - مكة، تليكس: ٥٤٠٠٠٩ و ٥٤٠٣٩٠

www.themwl.org

البريد الإلكتروني للإدارة العامة للمؤتمرات والمنظمات

conferences@themwl.org

واتس أب: (٠٠٩٦٦٥٠٣٣٩٦٣٢٠) :whatsApp

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمة

الحمد لله، والصلاة والسلام على رسول الله وآله وصحبه الكرام، أما بعد:
فإن العلاقة بين التربية والإعلام قديمة؛ لكن لم يكن ثمة انتباه كبير إلى
خطورتها واتساعها وتشابكها بل تعقدها أحياناً، ومع انتشار وسائل الإعلام
الحديثة؛ تنبّه رجال التربية والإعلام إلى هذه العلاقة، وعقدوا لدراساتها
المؤتمرات وحلقات النقاش، وصدرت بشأنها كتب ودراسات وتوصيات.

ومن المؤتمرات المبكرة حول هذه المسألة: مؤتمر (ماذا يريد التربويون من
الإعلاميين؟) الذي عقده مكتب التربية لدول الخليج العربي بالرياض (١٤٠٦ هـ
- ١٩٨٦ م)، وصدرت أعماله عن المكتب في ثلاثة مجلدات، ومؤتمر (التعليم
والإعلام) الذي عقدته رابطة التربية الحديثة بالتعاون مع كلية التربية بجامعة عين
شمس بالقاهرة في (يوليو ١٩٩٤ م)، وصدرت أعماله في مجلد كبير، ومنها:
(المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية)؛ وعُقد في الرياض (١٤٢٨ هـ -
٢٠٠٧ م)، وآخرها: مؤتمر (التربية الإعلامية في مواجهة غزو العقول في العصر
الرقمي)، نظّمته جامعة الأهرام الكندية بالقاهرة بالتعاون مع منظمة اليونسكو؛
والمنظمة الدولية للتربية الإعلامية؛ في الفترة (٢٢ - ٢٤ من أبريل ٢٠١٥)، وقد
مرت العلاقة بين التربية والإعلام في العصر الحديث بمرحلتين:

الأولى: منذ ظهور وسائل الإعلام الحديثة (الصحف والمجلات والإذاعة
والتلفاز)، وكانت العلاقة فيها قائمة على مناقشة أمور التربية والتعليم من جانب
وسائل الإعلام، وعرض البرامج التعليمية فيها.

الثانية: مع أوائل التسعينيات من (القرن العشرين الميلادي) بظهور الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت والإرسال الفضائي عبر الأقمار الصناعية، ثم تكنولوجيا المعلومات والتعليم، وتميزت هذه المرحلة بالتداخل الكبير بين وسائل الإعلام ووسائله والتربية الحديثة، بحيث صارت كل وسائل الإعلام تقريباً تُستعمل في جوانب منها ووسائل تعليمية، ومن ثم زحفت التربية الإعلامية إلى المقررات التعليمية والفصول الدراسية وقاعات الجامعات.

ومهامّ تدريس التربية الإعلامية أو بثّها في وسائل الإعلام لعامة المجتمع متعددة متنوعة، أولّها أن يتعرف الدارس على مصادر الرسالة الإعلامية ومضمونها وأهدافها وفهمها والاستفادة منها، والردّ على الرسائل الخاطئة بالحجج وإظهار الحقيقة، وكان البيت ثم المدرسة أهمّ مصادر التعلم للأطفال والشباب، أما اليوم فقد سبقتهما وسائل الإعلام المتنوعة في التعليم والتوجيه والترفيه، وصارت تستأثر بنصيب كبير من أوقات الأطفال والشباب، وتراجع دور المدرسة والبيت وتأثيرهما إلى حدّ كبير.

وما نودّ بيانه في هذا البحث: هو مدى تأثير الإعلام على أبناء الأمة المسلمة وصياغته للأفكار والرؤى والتصورات، وما يجب على الأمة فعله تجاه ذلك، والوسائل التربوية التي تحتاجها الأمة لتربية النشء والشباب المسلم تربية إعلامية صالحة تحفظ الثوابت الشرعية؛ وتحفظهم من الذوبان في العالم المعاصر؛ وتقيهم طمس هويتهم، مع عدم الانقطاع عن العصر ووسائله وأدواته، بل تسخيرها لخدمة قضايا الأمة وأهدافها في الحياة الصالحة ودعوة الناس كلهم إلى الخير.

مباحث الدراسة:

المبحث الأول: قوة وسائل الإعلام المعاصرة.

المبحث الثاني: التربية الإعلامية التعليمية (في المدارس والجامعات).

المبحث الثالث: التربية الإعلامية العامة (المجتمعية).

المبحث الرابع: العلاقة بين التربية الإعلامية التعليمية والعامة.

وسنستفيد من أعمال خبراء التربية والإعلام، لكننا ننظر إلى الموضوع كذلك من زاوية الأخلاق والقيم والمبادئ الإسلامية التي هي أساس البناء التربويّ والإعلاميّ للأمة المسلمة، والله الموفق.

المبحث الأول قوة وسائل الإعلام المعاصرة

١/١- الاتصالات تغير العالم المعاصر:

صارت للعالم المعاصر سماتٌ ومعالمٌ ظاهرةٌ يختلف في كثير منها عما ألفه الناس خلال القرون بل العقود القليلة الماضية، وأول هذه السمات وأشدها وطأةً: «الإعلامية» التي يمتاز بها عالمنا المعاصر، فلقد أتاحت وسائل الاتصال الحديثة للآلة الإعلامية إمكاناتٍ هائلةً للوصول إلى الناس، من خلال الصحف والإذاعة والفضائيات وشبكة المعلومات الدولية «الإنترنت» التي صارت تصدر وسائل الاتصال الحديثة، ومن خلالها هذه تكونت قُوى إعلامية هائلة صارت تحكّم الشعوب وتُوجّه الحكومات حول العالم، وتؤثر في الرأي العام المحلي والعالمي أكثر من تأثير الحكومات، في ظل العولمة التي تسعى إلى قولبة العالم وتنميته وفق رؤية أحادية قوية تفرض رؤاها وتصوراتها للعالم والحياة؛ بقوة الإعلام الهائلة قبل قوة السلاح والاقتصاد.

وفي علوم الحاسب والاتصالات؛ هناك جديد كل يوم، فقد غيرت الحاسبات حياة البشرية بصورة جذرية، وسهّلت التواصل والاتصال بين أرجاء العالم، فجعلته كالقرية الواحدة، واستفاد الإعلام من ذلك كله، فالأحداث تُذاع اليوم على الهواء مباشرة عبر وسائل الاتصال والإعلام، وشركات المعلومات والاتصالات والإعلام من أعلى الشركات أرباحاً؛ حتى صارت أسماء مؤسسيها ومالكها تصدر قوائم الأغنياء عالمياً، ولا يمكن لباحثٍ أو مثقفٍ أو عالمٍ الاستغناء عن الحواسيب وشبكة الإنترنت، فهما من أعمدة الإعلام والتربية والتعليم والتجارة والاقتصاد المعاصر.

إن العالم يلهث وراء الإعلام صناعةً ومتابعةً، وكلُّ له أهدافه الخاصة، ولصنّاع الإعلام أهدافهم، و«الهدف الذي يرمي إليه كل واحد من أسياد العالم؛ هو أن يصبح المخاطب الوحيد للمواطن، وأن يكون قادراً على مدّه بالمعلومات والترفيه والتسليّة والرياضة والثقافة والخدمات المهنية والمعطيات المالية، وبالتالي وضعه في حالة ربط دائمة بكل الوسائل والطرق الممكنة: هاتف ثابت أو محمول، فاكس، تلفاز، حاسوب، بريد إلكتروني..»^(١).

وقد ذكر د. فاروق إسماعيل في تقديمه لمؤتمر (التربية الإعلامية في مواجهة غزو العقول في العصر الرقمي)؛ أن «اختيار موضوع التربية الإعلامية وغزو العقول لفعاليات المؤتمر؛ ينطلق من إدراك الجامعة لخطورة هذه القضية، خاصةً مع التغيرات المتلاحقة السريعة التي تضرب المجتمعات العربية اعتماداً على أدوات العصر الرقمي غير المحدودة، والتي في حال عدم الانتباه لها؛ ستنتج في إعادة صياغة عقول الشباب بثقافات وأفكار تتعارض وتضطدم مع تراثنا وقيمنا الثقافية والدينية»^(٢).

«ووسط العالم سريع التغير والتحوّل؛ فإن أمة الإسلام تقاوم محاولات كبيرةً ومستمرّةً للسيطرة على عقول أبنائها وثرواتها بثقافة الغرب، ومن أخطر هذه الطرق وأمضاها: السيطرة الإعلامية للثقافة الغربية الرائجة، وبخاصة في نسخها الأمريكية التي تحمل قيم الثقافة الأمريكية وتروّجها للعالم كله»،

(١) د/ المنجي الزيدي: ثقافة الشباب في مجتمع الإعلام: ٢٠٧، مجلة عالم الفكر، العدد (١) من المجلد (٣٥)، الكويت ٢٠٠٦ م.

(٢) أشرتُ إلى هذا المؤتمر في المقدمة، انظر موقع: <http://www.acrseg.org/37937> - تاريخ الدخول: ٢٠١٥-٥-٤.

«وصناعة الإعلام اليوم ليست فقط مجرد صناعة للبرامج الترفيهية والإخبارية والإشهارية، بل صناعة تُروِّج لقيم جديدة هي بالأساس قيم الثقافة الأمريكية التي تريد أن تفرض نفسها كثقافة عالمية»^(١).

٢/١ - الإعلام المعاصر يحرك الشعوب:

الإعلام في عصرنا أحد محركات الشعوب وأخطر المؤثرات على الآراء والأفكار والمعتقدات، وهذا ما رصدته الدراسات المتخصصة منذ انتشار التلفاز، ففي عام ١٩٦٢م «نُشر تقرير في بريطانيا يقول: إن التلفاز هو أحد العوامل الكبرى طويلة المدى؛ التي تقوم بتشكيل الاتجاهات الأخلاقية والعقلية، وكذلك القيم الخاصة بالمجتمع»^(٢)، لذا تسعى الدول والجماعات والأفراد إلى امتلاك وسائل إعلامية مؤثرة فعالة؛ لتكسب الرأي العام العالمي والمحلي؛ وتسوّق منتجاتها وثقافتها للعالم.

وكثير من وسائل الإعلام المعاصرة لا يلتزم بالضوابط والأصول المهنية والأخلاقية التي ينبغي أن تحكم الزخم الإعلامي، حتى مع وجود ما يسمى بالمواثيق الإعلامية أو الأخلاقية التي «لا يلتزمها كثير من الإعلاميين، ولذلك تظل مجرد نصوص جامدة، ذلك لأنه ليس هنا كعقوبات يتعرض لها الإعلامي الذي لا يلتزم بهذه الأخلاقيات أو ينتهكها، ولذلك توصف المواثيق الأخلاقية بأنها بدون أنياب وأنها قليلة الأهمية، وبالرغم من المحاولات التي بُذلت للبحث عن وسائل لتوقيع عقوبات على عدم الالتزام بالأخلاقيات؛ فإنها تظل

(١) د/ المنجي الزيدي: ثقافة الشباب في مجتمع الإعلام: ٢٢٤ (مرجع سابق).

(٢) د/ شاكر عبد الحميد: عصر الصورة: ٣٧٨، سلسلة عالم المعرفة، العدد (٣١١) الكويت،

عقوباتٍ لا قيمة لها، ولا تؤدي إلى الالتزام بالأخلاقيات»^(١).

إن وسائل الإعلام العامة والخاصة والشخصية (كمواقع التواصل الاجتماعي) تَبَثُّ الأخبار والأفكار على مدار اليوم، وثمة سيول هادرة منها تشكّل عقول المجتمعات المعاصرة جماعاتٍ وأفراداً، مما يُعدُّ في كثير منه خطراً على مجتمعاتنا المسلمة وبخاصة فئات الشباب الذين يتابعون ما يحدث محلياً وعالمياً ويتأثرون به، وهو ما نرى آثاره واضحة في مجتمعاتنا العربية والمسلمة، وتأثير وسائل الإعلام لا يقتصر على بلدٍ دون آخر، فقد «كشفت دراسة حديثة أن البريطانيين يقضون وقتاً في استخدام الأجهزة التقنية؛ أكثر مما يقضونه في النوم، وقالت هيئة تنظيم الاتصالات البريطانية (أوفكوم): إن الأشخاص البالغين يقضون ٨ ساعات و ١٤ دقيقة في المتوسط يومياً في استخدام أجهزة الاتصالات والإعلام؛ مقابل ٨ ساعات و ٢١ دقيقة يومياً في النوم، ويقضي البالغون في متابعة التلفاز ٤ ساعات يومياً، كما تشير الدراسة إلى أن معلومات صغار السن في التقنيات الحديثة تفوق كبار السن، إذ تتساوى معلومات مَنْ هم في سن الـ ٤٥؛ مع الأطفال في سن السادسة»^(٢).

إن أخطر مميزات العصر الحديث: «السيطرة الإعلامية بالكلمة التي تؤثر أو تثير حسبما يستهدف الإعلامي الخبير، وبالصورة التي تشكّل الذهن وفق نمط معدّ سلفاً، وإحداث متغيرات في السلوك والتصرفات محسوبة بدقة ومستخدمة لصالح قُوى تمسك بمقاليد الأمور، وعن عمدٍ وسبق إصرار؛

(١) فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، ١١٥.

(٢) ملخص من تقرير نشرته هيئة الإذاعة البريطانية BBCARABIC في: ٢٨/٣/٢٠١٥، انظر

تحاول أن تصنع منا عقلاً تابعاً وأمة بلا جذور»^(١)، وهذا الواقع يزداد تعقيداً في عالم الإعلام المعاصر، ويجعل من التربية الإعلامية حاجة مُلِحَّة لضبط التعامل مع وسائل الإعلام تلقياً وتمحيصاً ونقداً.

٣/١ - القرآن الكريم يبين خطورة الرسالة الإعلامية:

القرآن الكريم يبين في كثير من آياته؛ خطورة الرسالة الإعلامية وتأثيرها على الشعوب، وبخاصة العامة الذين لا يتدبرون، بل ينساقون وراء الدعاية الإعلامية بما لها من حضور وتأثير قويّ وفعال، وفي قصص موسى وفرعون - على سبيل المثال - أمثلة متنوعة لذلك؛ منها:

١ - يمهد فرعون للعدوان على موسى بدعاية إعلامية كاذبة، لكنها بنظره سليمة، فيستثير الشعب بتخويفه من خطر موسى على الدين والوطن: ﴿ وَقَالَ فِرْعَوْنُ ذُرِّيَّتِي أَقْتُلْ مُوسَى وَلْيَدْعُ رَبَّهُ إِنِّي أَخَافُ أَنْ يُبَدِّلَ دِينَكُمْ أَوْ أَنْ يُظْهِرَ فِي الْأَرْضِ الْفَسَادَ ﴾ [غافر: ٢٦]، كان بمقدور فرعون أن يتخذ القرار منفرداً دون استشارة كاذبة للشعب؛ بدليل اتخاذه ما هو أخطر من ذلك بادعائه الألوهية!! لكنه يثير الشعب بدعاية إعلامية واسعة ليردها أتباعه؛ فتملأ البلاد طويلاً وعرضاً؛ حتى إذا اتخذ القرار؛ كان تقبل الشعب له سهلاً ميسوراً.

٢ - وموسى ﷺ - بتوفيق الله وهدايته - يرد عليه بمعجزاتٍ من عند الله، لهذا طلب من فرعون أن يجمع الناس في يوم عيدٍ لهم، لضمان كثرة العدد ونشر نتائج اللقاء مباشرة على الملأ قبل أن يتلاعب بها فرعون

(١) د/ محمد كمال إمام: الإعلام الإسلامي استراتيجية حضارية: ٨، مجلة المسلم المعاصر، العددان (٦٥/٦٦) الكويت، ١٤١٣هـ - ١٩٩٣م.

وإعلامه الطاعني ﴿ قَالَ مَوْعِدُكُمْ يَوْمَ الزَّيْنَةِ وَأَنْ يُحَشِّرَ النَّاسَ صُحًى ﴾ [طه: ٥٩] فجمعُ الناسَ لمشاهدة اللقاء الحاسم بين موسى وفرعون؛ كان عملاً إعلامياً بارعاً، ليرى الناسُ ما يحدث فلا يقعون فريسةً لدعاية فرعون الكاذبة، وقد جاءت أولى ثمار النصر في ساحة الحدث قبل أن ينصرف الناس؛ حين ألقى السحرةُ ساجدين، مؤمنين برب العالمين.

فالرؤية أوقع من السماع، وليس من رأى كمن سمع، ونحن في عصر الصورة والرؤية؛ إنها تحرك العالم، ففي حادث مقتل الطفل الفلسطيني (محمد الدرة) في حِجْر والده برصاص الاحتلال اليهودي؛ كانت الصورة هي التي حركت العالم، مع أن اليهود يقتلون الفلسطينيين كل يوم، لكن لأن العالم رأى الحدثَ وصورته مباشرة، وهنا تكمن أهمية الإعلام وخطورته، لذا قيل: الصورة بألف كلمة^(١).

٣- وبعد الهزيمة على الملأ وإيمان السحرة؛ لجأ فرعون إلى تشويه خصومه كعادة الدعاية السياسية وأبواقها الإعلامية، قال تعالى: ﴿ فَأَرْسَلْ فِرْعَوْنَ فِي الْمَدَائِنِ حَاشِرِينَ ﴿٥٣﴾ إِنَّ هَذَآءَ لَشِرْذِمَةٌ قَلِيلُونَ ﴿٥٤﴾ وَإِنَّهُمْ لَنَا لَغَائِظُونَ ﴿٥٥﴾ وَإِنَّا لَجَمِيعٌ حَادِرُونَ ﴾ [الشعراء: ٥٣-٥٦]، قال الشيخ محمد متولي الشعراوي رَحِمَهُ اللهُ: «وكأنَّ الله تعالى يحتاط لنيبه موسى ليُخرجَ قبل أن يهيجَ فرعونُ الناسَ ويجمعهم ضد موسى ويُجريَ لهم ما نسميه نحن الآن (غسيلَ منخٍ)، أو يعلنَ على موسى وقومه حربَ الأعصاب التي تؤثر على خروجهم»^(٢)، ومصطلح (غسيل المنخ) مصطلح إعلامي في المقام الأول، يُقصد به وصفُ الأثر الذي تتركه وسائل الإعلام في عقول

(١) انظر على سبيل المثال: كتاب: عصر الصورة، تأليف: د/ شاعر عبد الحميد، مرجع سابق.

(٢) تفسير الشعراوي، نسخة إلكترونية ضمن برنامج المكتبة الشاملة، تفسير سورة الشعراء.

الناس، لذا فالقرآن يأمر المؤمنين بالثبث من الأخبار منعاً لما يسببه قبول الأخبار الكاذبة من مصائب، قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكَ فَاسِقٌ بِنِيٍّ فَتَيَبْنَا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾ [الحجرات: ٦]، وقصة نزول هذه الآية معروفة في كتب الحديث والتفسير، حين ادّعى عُقْبَةُ بْنُ أَبِي مُعَيْطٍ أَنَّ الْحَارِثَ بْنَ ضَرَّارِ الْخُزَاعِيَّ مَنَعَهُ الزَّكَاةَ وَحَاوَلَ قَتْلَهُ، فَجَهَّزَ النَّبِيُّ ﷺ جَيْشًا لِلْحَارِثِ وَقَوْمِهِ، وَكَادَتِ الْحَرْبُ تَقَعُ، ثُمَّ اتَّضَحَ كَذِبُ عُقْبَةَ بَعْدَ أَنْ جَمَعَ الْحَارِثُ صَدَقَاتِ قَوْمِهِ وَأَعْطَاهَا لِلنَّبِيِّ ﷺ (١).

إن الثبث من صحة الأخبار هو عمل في صلب «التربية الإعلامية»، وتدريب على كيفية التعامل مع الأخبار والصور والآراء والإعلانات، وحذر القرآن من إشاعة الفاحشة في المؤمنين فقال: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ ءَامَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ﴾ [النور: ١٩]، وإشاعة الفواحش في وسائل الإعلام المعاصر ظاهرة لكل من يتابع ذلك الإعلام.

إن مصادر قوة الإعلام المعاصر متنوعة بما يجعله جذاباً ومناسباً لكل الأعمار، ففيه التنوع والترفيه والتسلية والفوائد الثقافية والعلمية، وهو المصدر الأكبر للأخبار على مستوى العالم، مع تنوع في الأدوات ووسائل العرض وسهولة التواصل والاتصال مع الأفراد والمؤسسات حول العالم؛ اتصالاً مباشراً يوفر الوقت والجهد والمال، لرخص التكلفة مقارنةً بوسائل التعليم التقليدية، لهذا فإن خطره عظيم مع ما فيه من فوائد عظيمة، ولا بدّ من «تنقية» خاصة لما نسمع ونشاهد.

(١) انظر: تفسيري: محمد بن جرير الطبري؛ وابن كثير، تفسير سورة الحجرات.

ولا ينبغي الإكثار من متابعة الإعلام المنحرف، وقد لام القرآن بعض المسلمين ممن يكثر سماع المنافقين، قال تعالى: ﴿لَوْ خَرَجُوا فِيكُمْ مَا زَادُوكُمْ إِلَّا خَبَالًا وَلَا أُضْعَفُوا لَكُمْ خَزْلًا لَكُمْ يَعْتَدُونَ﴾ [التوبة: ٤٧]، ومجيء اللفظ بصيغة المبالغة (سماعون) له دلالات خاصة في سياقه، فليس القصد مجرد سماع أقوال المنافقين؛ لأن هذا لا يمكن تحقُّقه، لكنَّ اللوم واقع على من يكثر من ذلك.. على من يُلقِي سَمْعَهُ وبصره لأجهزة إعلام معادية أو مغرِضة يجلس أمامها ساعاتٍ وساعاتٍ، دون أن يجعل لذلك معادلاً موضوعياً من متابعة المصادر والوسائل الصادقة، وقد كان من شعارات دهاقنة الإعلام اليهودي: اكذبْ ثم اكذبْ ثم اكذبْ.. حتى يصدقك الناس!! والعجيب أن هذا الشعار ناجح معهم إلى حدِّ بعيد! ولعل عجز التربية الإعلامية في بلادنا كان أحد عوامل نجاح دعايتهم العالمية ضد العرب والمسلمين.

إن إشاعة الأخبار الكاذبة مرض خطير يمكن أن يهدد وجود الأمم أو يقضي عليها، لهذا حذّر القرآن أصحاب هذا الاتجاه في المدينة النبوية تحذيراً شديداً، بل تدرّج في معاقبتهم من النهي إلى القتل، قال تعالى: ﴿لَئِن لَّمْ يَنْهَ الْأُمْنَفِقُونَ وَالَّذِينَ فِي قُلُوبِهِم مَّرَضٌ وَالْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَنُغْرِبَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ لَا يُحَاوِرُونَكَ فِيهَا إِلَّا قَلِيلًا ﴿٦٠﴾ مَلْعُونِينَ أَيْنَمَا ثُقُفُوا أُخْذُوا وَقُتِلُوا قَتِيلًا﴾ [الأحزاب: ٦٠-٦١]، جاء في لسان العرب: «رَجَفَ الْبَلَدُ إِذَا تَزَلَزَلَ، وَقَدْ رَجَفَتِ الْأَرْضُ وَأَرْجَفَتْ وَأَرْجَفَتْ إِذَا تَزَلَزَلَتْ.. وَأَرْجَفَ الْقَوْمُ إِذَا خَاضُوا فِي الْأَخْبَارِ السَّيِّئَةِ وَذَكَرَ الْفِتْنِ.. وَالْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ: هُمُ الَّذِينَ يُؤَلِّدُونَ الْأَخْبَارَ الْكَاذِبَةَ الَّتِي يَكُونُ مَعَهَا اضْطِرَابٌ فِي النَّاسِ»^(١).

(١) جمال الدين بن منظور: لسان العرب، مادة (رجف).

إن القرآن والسنة يحذران من الكذب أشد التحذير، وبخاصة الكذب الذي يتعدى ضرره وينتشر في الآفاق، وهو اليوم في المقام الأول: الكذب الإعلامي بدرجاته المتفاوتة، وقد رأى النبي ﷺ رؤيا - ورؤيا الأنبياء حق - وفيها أناس يُعذبون بألوانٍ متنوعة من العذاب؛ ثم جاءه تأويلها ف قيل له: «أَمَّا الَّذِي رَأَيْتَهُ يُشَقُّ شِدْقُهُ فَكَذَّابٌ يُحَدِّثُ بِالْكَذِبِ فَتُحْمَلُ عَنْهُ حَتَّى تَبْلُغَ الْآفَاقَ فَيُصْنَعُ بِهِ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ»^(١)، ولا شيء اليوم أقدر على نشر الكذب في الآفاق من بعض وسائل الإعلام!

(١) طرف من حديث طويل رواه البخاري برقم (١٣٨٦).

المبحث الثاني

التربية الإعلامية التعليمية (في المدارس والجامعات)

١/٢ - من التعريفات:

التربية الإعلامية التعليمية: هي التي يتلقاها طلاب المدارس والجامعات؛ سواء في الأقسام والكليات التخصصية التي تُدرّس الإعلام، أو المقررات العامة للطلاب غير المتخصصين في الإعلام، وبرامج غير المتخصصين لا تزال قليلة وغير مناسبة للتطورات الكبيرة في مجال الإعلام والاتصالات، وثمة كليات متخصصة للإعلام في كثير من الجامعات العربية، وافتتحت بعض كليات الآداب أقساماً للصحافة والإعلام، وكذلك في بعض كليات التربية أقساماً للإعلام التربوي، وفي المدارس أنشطة وبرامج إعلامية متنوعة، فالإعلام يزحف نحو قلاع التربية التقليدية بأدوات جديدة سريعة ومؤثرة.

ومن تعريفات التربية الإعلامية أنها: «العملية التي يمكن بها توظيف وسائل الإعلام المختلفة لاستغلال البرامج الإعلامية كأسلوب جديد في بثّ مضمون تربويّ تعليميّ يتيح تقديم المعلومات على اختلاف أنواعها»^(١).

وفي تعريف آخر: أنها «جميع الجهود والأنشطة الإعلامية الواعية والهادفة، وخاصة الرسائل الإعلامية التي تبثها وسائل الإعلام وتساعد على بناء الإنسان المسلم وإعداده من كل النواحي (الروحية والعقلية والأخلاقية والاجتماعية والاقتصادية..). ليتمكن من إدراك مسؤوليته وأداء رسالته نحو مجتمعه

(١) د/ علي نواوي فلمبان: التربية الإعلامية والتنمية الشاملة، مجلة كلية التربية - جامعة

المنصورة: ٤٥٦، العدد (٢٧)، يناير ١٩٩٥ م.

الإسلامي وأفراده»^(١).

٢/٢ - الحاجة إلى التربية الإعلامية:

إن الحاجة مُلحّة إلى التربية الإعلامية؛ لأن الدول والحكومات فقدت السيطرة على وسائل الإعلام التي يتفوق الخاصُّ منها على العام، والشباب اليوم يتابعون الإعلام المحليّ والعالميّ أكثر من متابعتهم للإعلام العام والرسمي للحكومات، وشبكات التواصل الاجتماعي خير مثال على ذلك، فالشباب يقضي على صفحات «الفيس بوك» أوقاتاً أطول مما يُخصّص للتلفاز أو الصحف، إذ تقدم له أخباراً موجزة يمكنه متابعتها أو المُضيّ في التصفح، إضافة إلى ميزة التواصل الآنيّ مع الأصدقاء والتعبير عن النفس والهموم والمشكلات، وتلقّي النصائح من الأصدقاء، والمحاورة في الدين والسياسة والاقتصاد والعلم والرياضة، ففي صفحات التواصل الاجتماعي ميزات لا يوفرها إعلام الفضائيات والصحف، لهذا تتقدم صفحات التواصل الاجتماعي بخطى ثابتة في نسبة الاستعمال؛ على وسائل الإعلام التقليدية، وقد كانت التوصية الأولى للمؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية الذي عُقد في الرياض (١٤٢٨هـ - ٢٠٠٧م): ضرورة العناية بالتربية الإعلامية في جميع مراحل التعليم العام، واقتراح مقرر لها ضمن المقررات التي تُدرّس في مراحل التعليم العالي^(٢)، وفي هذا إدراكٌ متقدم لخطورة وسائل الإعلام وأهميتها للمجتمع بعامة؛ وللقطاع التربويّ بصورة خاصة.

(١) د/ إسماعيل محمد دياب: التربية الإعلامية والتنمية: ١٠، مجلة كلية التربية - جامعة

المنصورة، العدد (١٣)، يناير ١٩٩٠م.

(٢) انظر: فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية: ١٥.

وفي وسط هذا التطور الكبير في الميدان الإعلامي؛ تصبح الحاجة إلى التربية الإعلامية أساساً لتوفر للشباب وأبناء المجتمع أفضل الطرق للتعامل مع هذه الوسائل، وتقدم تكنولوجيا المعلومات الوسائل اللازمة لذلك بما تملكه من حضور وسعة انتشار واستعمال، وصارت «تكنولوجيا المعلومات أداة أساساً للبحث التربوي المتعمق، وستسهم بصورة فعالة في صناعة العقول، ويتوقع الجميع أن تُحدث انقلاباً في أسلوب تقديم المادة التعليمية في ضوء ما تُسفر عنه بحوث الفسيولوجيا العصبية»^(١).

٣/٢ - وسائل عرض مواد التربية الإعلامية:

ثمة وسائل متنوعة لعرض مواد التربية الإعلامية؛ كالكتب والمقررات الدراسية الورقية والإلكترونية (الرقمية) بصيغها المتنوعة (pdf- html- word) والإذاعة المدرسية، والصحافة المدرسية والمعارض الفنية واللوحات الجدارية والنشرات والمسابقات والمهرجانات والمؤتمرات؛ مع دمجها كلها في وسائط الإعلام الحديث: كالفيديو والتلفاز والحاسوب التعليمي ووسائل العرض؛ وإنتاج المادة التربوية والإعلامية من خلال تلك الوسائط، كما تنوعت وسائل العروض التعليمية وبرامجها، وهي تزداد كل يوم بفعل التطور التكنولوجي الكبير، تبدأ مع الصغار بألعاب الفيديو التعليمية الهادفة، حيث «يمكن استعمال ألعاب الفيديو في تعليم الصغار، فهي تساعد الأطفال على تعلم نوع جديد من القراءة والكتابة، ويمكن أن تساعد الأطفال على تعلم كيفية إنشاء هويتهم وكيفية الاختيار من بين طرق مختلفة لحل المشكلات وكيفية

(١) د/ نبيل علي، د/ نادية حجازي: الفجوة الرقمية: ٢٧٥، سلسلة عالم المعرفة، العدد (٣١٨)، الكويت ١٤٢٦هـ - ٢٠٠٥م.

الحصول على المعلومات»^(١).

وفي استطلاع لأحد المواقع المتخصصة في دولة (قطر) عن وسائل الإعلام في الفصول الدراسية: «قال ٦٣٪ من المدرسين إنهم يستخدمون الإنترنت والتلفاز بنسبة لا تتجاوز ١٩٪، ويرون أن وسائل الإعلام المفضلة لدى الطلبة هي: اليوتيوب، والفيس بوك، والإنترنت، وأفاد ٦٨٪ من الأساتذة أن طلابهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل دائم»^(٢).

إن عالمًا جديدًا يتشكل بسرعة في ميدان التربية الإعلامية من خلال وسائل الإعلام الحديثة المتجددة دائميًا، وفي مجال علاقة التربية بتكنولوجيا المعلومات: هناك تطور كبير في مجال البرمجيات والمقررات والدراسات العليا في مراحل الماجستير والدكتوراه وما بعدهما من بحوث متخصصة.

٤/٢ - من مميزات التربية الإعلامية التعليمية:

التربية الإعلامية التعليمية في المدارس والجامعات؛ أقرب إلى الانضباط ووضوح الأهداف، ويبقى الإعلام الحرّ مفتوحًا على جميع الآراء والأفكار التي تصل أحيانًا إلى حدّ التناقض، والبرامج الحوارية التي تقدمها بعض الفضائيات خير مثال على ذلك؛ حيث نجد الاختلاف التام في وجهات النظر والرؤى، وهذا له أضرار كثيرة على المجتمعات وبخاصة على العامة ومحدودي الثقافة، فينبغي أن تكون المصالح العليا للأمة والشعوب العربية

(١) آرثر آسا بيرغر: وسائل الإعلام والمجتمع: ١٤٢، ترجمة: صالح خليل أبو إصبع، سلسلة عالم المعرفة، العدد (٣٨٦) الكويت ٢٠١٢م.

(٢) انظر موقع: <http://www.dc.mf.org/ar/content/4> - تاريخ الدخول

٢٨/٥/١٤٣٦هـ - ١٩/٣/٢٠١٥م.

والمسلمة هي الأصل.

ثمة فهم مجتمعيّ ضعيف لدور التربية الإعلامية والإعلام التربوي في ميدان التربية الحديثة، مع ضعف التمويل المادي وارتفاع تكلفة الأنشطة الإعلامية، وفي دراسة بعنوان: «واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها»؛ انتهت إلى أن التربية الإعلامية تُزود الطالب بالاتجاهات السلوكية البناءة، وتنهض بالمستوى التربوي والفكري والحضاري والوجداني للطالب، وتعمل على المحافظة على الذات الثقافية والحضارية ونشرها، وتؤكد على أن الشباب هم الثروة الحقيقية للمجتمع؛ مع ضرورة التنسيق بين المؤسسات التربوية والمؤسسات الإعلامية سعياً لتحقيق التكامل في الأهداف والبرامج والأنشطة^(١).

ولقد وضع خبراء التربية حول العالم تصورات وأسساً عديدة لضمان تعليم أفضل، وكانت وسائل الإعلام بكل أنواعها في صلب هذه التصورات، وبخاصة الحاسوب والإنترنت وغيرها من التي تزداد تنوعاً باستمرار^(٢).

(١) انظر: أشجان حامد الشديفات، خلود أحمد الخصاونة: واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد (١) العدد (٦) ص: ٢٨٣، يوليو - تموز ٢٠١٢.

(٢) انظر على سبيل المثال: د/ ليلي كرم الدين: الأسس النفسية لمجالات الأطفال: ٧٦، ضمن كتاب «ثقافة الطفل العربي» سلسلة كتاب العربي (٢٠)، الكويت، أكتوبر ٢٠٠٢ م.

٥/٢ - أهداف التربية الإعلامية التعليمية:

التربية في عصر الإعلام والمعلومات؛ صارت حِملاً لا تستطيع المؤسسات التعليمية وحدها تحمُّله، ولا بدّ من دعم مجتمعي؛ فالتعليم الناجح هو الطريق الأمثل للتقدم، ولا بدّ من الاستفادة من خبرات من سبقونا في عالم التطور، فالمجتمع ينتظر من التعليم أن يكون قاطرةً للتقدم، لهذا فإن أهداف التربية الإعلامية كثيرة متنوعة، نكتفي ببعضها في الأسطر التالية، وهي تشمل مراحل الدراسة المتتابعة.

- من أهداف التربية الإعلامية وفوائدها في عصر المعلومات والإعلام:

- ١- تنمية قدرات الطفل العربي في اكتساب المعرفة.
- ٢- تنمية القدرات الذهنية لدى الطفل العربي.
- ٣- تنمية القدرات الإبداعية لدى الطفل العربي.
- ٤- تنمية مهارات التواصل مع الآخرين^(١).
- ٥- تعزيز القيم الإسلامية في نفوس الطلاب؛ كالأمانة والصدق والعدل وحب الناس والوطن.
- ٦- تعزيز قدرة الطلاب على استعمال وسائل الإعلام المتنوعة.
- ٧- مواجهة الغزو الفكري والثقافي.

(١) د/ نبيل علي: الطفل العربي وتكنولوجيا المعلومات: ٢٠٢، ضمن كتاب «ثقافة الطفل العربي» سلسلة كتاب العربي (٢٠)، الكويت، أكتوبر ٢٠٠٢م.

٨- تنمية قدرات الطلاب على ممارسة التفكير الناقد؛ وتمحيص مضمون الرسالة الإعلامية.

٩- القدرة على تحليل مضمون الرسالة الإعلامية ومعرفة أهدافها والاستفادة من الصالح منها والردّ على الضار ولو كان كثيراً ظاهراً، في إطارٍ من المفاهيم والتصورات الإسلامية العامة، المؤسّسة لموازين التعامل في كل المجالات؛ ومنها الإعلام والتربية، كما قال تعالى: ﴿قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ﴾ [المائدة: ١٠٠].

١٠- معالجة كثير من المشكلات التي يعاني منها الشباب في مجال الثقافة العامة والمجالات التخصصية للثقافة؛ كالثقافة السياسية والعلمية والجنسية.. إلخ.

١١- إكساب الطلاب مهارات التواصل والتفاعل مع الآخرين والحوار والمجادلة بالحسنى، واحترام الرأي الآخر ووجهات النظر المخالفة، وهذا الإرث معروف في ثقافتنا وعطائنا الحضاري، ولا أدلّ على ذلك من تعدد المذاهب الفقهية لدى أهل السنة، وهي في الأساس مدارس علمية فكرية اجتهادية مؤطّرة بإطار الشرع الحنيف.

١٢- تحصين شباب الأمة ضد الجماعات والمناهج الهدّامة التي تعادي الدين وتدعو إلى الانحلال الأخلاقي والانسلاخ من الدين، والتي تتخذُ الدين ستاراً لعمليات الإرهاب والقتل وتكفير المجتمع.

١٣- إكساب الطلاب مهارات التجديد والابتكار، وتعزيز فرص التعلم لهم بوسائل جديدة؛ فيها مزيد من التشويق والإثارة؛ ولها ارتباط بهم في الحياة العامة، وأهمها وسائل الإعلام الحديثة.

- ١٤ - اكتشاف القدرات والمهارات والمواهب وتنميتها وتوجيهها التوجيه السليم.
- ١٥ - تلبية حاجات الطلاب النفسية والاجتماعية وتعويدهم العمل الجماعي المبني على التعاون.
- ١٦ - تعويد الطلاب على حُسن استثمار الوقت وتنظيمه.
- ١٧ - إكساب الطلاب القدرة على التخطيط والتطبيق وتحمل المسؤولية.
- ١٨ - فتح مجال المنافسة الشريفة بين الطلاب.
- ١٩ - علاج مشكلات الطلاب النفسية والأخلاقية؛ كسوء التكيف والخجل والانطواء والأناية.
- ٢٠ - التربية الإعلامية تُسهم في رفع مستوى التحصيل الدراسي للطلاب إذا مُورست بصورة صحيحة وفق الأساليب العلمية الحديثة، كما خلصت إلى ذلك دراسة (هناء عباس) وآخرين^(١).
- ٢١ - التربية الإعلامية مصدر دائم متصل للتعلم، ولا ترتبط بفترات التعليم المؤسسي المعروفة.
- ٢٢ - التربية الإعلامية تعزز من فرص مشاركة المتعلم في صناعة الحدث التعليمي باستخدام التقنيات الحديثة، ويؤلّد ذلك كله دافعاً وحافزاً نفسياً للمشاركة والتفاعل والإبداع.

(١) انظر: د/ هناء عباس، د/ هشام سعد زغلول، سامية عبد الحكيم الجندي: أثر وحدة مقترحة في التربية الإعلامية على التحصيل الدراسي لدى طلاب الصف الأول الثانوي الفني: مجلة بحوث التربية النوعية: ٣٠٣، جامعة المنصورة، مصر، العدد: ٢٣، أكتوبر ٢٠١١.

٦/٢ - المشكلات التي تواجه التربية الإعلامية التعليمية:

تواجه التربية الإعلامية التعليمية عدداً من المشكلات مثل كل المجالات الجديدة على الحياة العلمية والثقافية، والإعلام التربوي في المدارس العربية حديث النشأة مقارنة بالإعلام المجتمعي العام، وليست لديه القدرات المادية والبنية التحتية الملائمة ليصل إلى منتج تعليمي مناسب، كما خلصت إلى ذلك دراسة الماجستير لأحمد ردة المالكي، حيث لاحظ أنه لا توجد خطة شاملة للإعلام التربوي، ولا يوجد نظام يجمع كافة الأجهزة المعنية في سلك واحد، ولا يوجد نظام خاص في الوزارة لتمويل الإعلام التربوي، وهناك قلة في أعداد المعلمين المؤهلين، وضعف في مصادر المعلومات المتاحة، مع الافتقار إلى وجود الأماكن المناسبة لممارسة الأنشطة الإعلامية داخل المدارس^(١).

أهم المشكلات التي تواجه التربية الإعلامية التعليمية:

١- أنها لا تحظى بالاهتمام الكافي في المؤسسات التعليمية، وتعد في كثير من المدارس والجامعات من قبيل الأنشطة لا من قبيل المقررات الدراسية الإلزامية.

٢- قلة الوعي المجتمعي بأهميتها، وضعف التمويل المادي، وارتفاع أسعار الوسائط الإعلامية.

٣- سرعة تطور الوسائط الإعلامية اللازمة لنشر التربية الإعلامية؛ بظهور أجيال ومنتجات وبرامج جديدة تحتاج إلى التطوير الدائم رغم قلة

(١) انظر: دور الإعلام التربوي في تنمية العملية التربوية، أحمد ردة المالكي، رسالة ماجستير - كلية التربية - جامعة الملك عبد العزيز، جدة، برقم (٢٤٧).

الموارد، «والمعلوماتية أبعد ما تكون عن الاستقرار، وهي تتطور بمعدلات متسارعة في جميع المجالات. أما المعلوماتية التربوية فما زالت في مراحل بدايتها الأولى، وكثير من تطبيقاتها في مجال تعليم الصغار؛ ما زال رهن التجريب والتعميم»^(١).

٤- لم تعد المشكلة في الحصول على المعلومات، بل في كثرتها وتدققها بصورة لم يسبق لها مثيل عبر تاريخ البشرية، والمشكلة الأهم: كيفية الاستفادة من المعلومات للإنتاج والإبداع، وقد «فتح الإنترنت بوابات الفيضان، بالإضافة إلى أنه سيزيد من انعزالية الفرد بانغلاقه في عوالم الرمز التي يحفل بها الفضاء المعلوماتي؛ مع ضمور مهارات تواصله المباشر مع البشر»^(٢).

٥- ثمة فشل في قنوات التلفاز التعليمية، ولهذا أوقفت وزارة الإعلام في مصر) كثيراً منها لفشلها في جذب الطلاب إليها؛ وفي صرفهم عن تلقي الدروس الخصوصية التي تنتشر في مصر وبعض البلاد الأخرى بشكل كبير، مما يمثل أعباءً على ميزانية الأسرة، إضافةً إلى مشكلات مادية تتعلق بالتمويل.

يجب ترشيد تعامل الطفل مع وسائل الإعلام الجديدة، واختيار ما يناسبه منها مما يتفق مع الأخلاق والقيم والعادات والتقاليد السائدة، ويساعده على التواصل مع محيطه المحلي ومع العالم الذي صار كالقريبة الواحدة، مع الاهتمام بالإنتاج البرامجي الملائم للطفل العربي والمسلم.

(١) د/ نبيل علي: الطفل العربي وتكنولوجيا المعلومات: ١٩٨، مرجع سابق.

(٢) د/ نبيل علي: الطفل العربي وتكنولوجيا المعلومات: ٢٠٠.

المبحث الثالث

التربية الإعلامية العامة (المجتمعية)

١/٣ - مفهوم الرسالة الإعلامية المجتمعية:

انتبعت الدول والمؤسسات إلى خطورة وسائل الإعلام بعد أن وجدتها تسيّر المجتمعات وبخاصة فئات الشباب، لهذا ظهرت الحاجة إلى التربية الإعلامية المجتمعية لتوعية الشعوب.

والرسالة الإعلامية هي مجموع ما تبثه وسائل الإعلام المتنوعة بكل صورها في المجتمع من أخبار وآراء وأفكار ومعلومات بكل وسيلة اتصالية، وهي بهذا أشمل وأعمّ من الرسالة الإعلامية التعليمية، وتمثل الرسالة الإعلامية المجتمعية مجموعةً كبيرةً من المبادئ والقيم والأخلاق والمعلومات والآراء والإعلانات؛ التي يكتسبها الفرد من خلال تعامله مع وسائل الإعلام المتنوعة.

٢/٣ - مفهوم التربية الإعلامية المجتمعية:

تحاول كل الأمم أن تحافظ على ثقافتها وأخلاقها وحضارتها، والأمم والحضارات على الدوام تبتكر وتصطنع لنفسها من الأدوات والوسائل والبرامج ما يمكنها من ذلك، وفي العالم المعاصر المعولم إعلامياً واقتصادياً واتصالياً؛ انتهاكٌ لكثير من خصوصيات الثقافات المحلية، لذا ظهرت الحاجة إلى وسائل تحصيل وتربية إعلامية مناسبة، و«التربية الإعلامية اتجاه عالمي جديد يختص بتعليم أفراد الجمهور مهارة التعامل مع الإعلام، ذلك لأن الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة أصبحت هي الموجه الأكبر والسلطة المؤثرة على القيم

والمعتقدات والتوجهات والممارسات في مختلف الجوانب»^(١).

وهذه التربية ليس لها برامج أو خطط محددة، بل هي مبادئ عامة تبثُّها وسائل الإعلام عبر برامجها، ومنها موثيق الشرف الإعلامي التي لا يلتزم بها كثيرٌ من الإعلاميين كما أسلفنا، والتطور السريع في مجالات العلوم والإعلام يجعل التعليم المؤسسيّ عاجزاً - من حيث النوع والكم - عن ملاحقة هذا التطور الكبير.. وبعد فترة يصبح ما يتلقاه الطلاب في المدارس والجامعات في مجال العلوم: قديماً، ومن ثم يصبح التعلم الدائم وسيلةً مثلى للحاق بهذا كله، فالتعليم المستمر هو شعار العالم الجديد: «لقد أصبح التعليم بحق من المهد إلى اللحد، ولقد وفّرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات - وبخاصة الإنترنت - فضاءً تعليمياً يتيح العديد من فرص مواصلة التعليم أمام الجميع، من ممارسة الهوايات وتحصيل المعلومات العامة، إلى اكتساب أدق المهارات وأكثر المعارف عمقاً»^(٢).

والتربية الإعلامية المجتمعية؛ منوط بها تعليم المتلقي أفضل السبل لمواجهة هذا القدر الهائل مما تلقيه وسائل الإعلام؛ مستهدفةً به المجتمع لتصوغه وفق أهدافها ورؤاها الخاصة، بغض النظر عن مدى توافق تلك الأهداف مع مصالح أفراد المجتمع الشخصية والمجتمعية أم لا، وبهذا نرى خطورة التربية الإعلامية وأهميتها في تحصين الفرد وبناء فكره وأدواته النقدية ليواجه هذه السيول الإعلامية التي تلقاه في كل مكان منذ أن يستيقظ في الصباح حتى يعود إلى فراشه في المساء، فصارت وسائط المعلومات بين يديه متاحة له

(١) فهد بن عبد الرحمن الشميري: التربية الإعلامية: التمهيد.

(٢) د/ نبيل علي، د/ نادية حجازي: الفجوة الرقمية: ٢٦٧، مرجع سابق.

أنى شاء ومتى شاء، وإذا تذكرنا غلبة الأمية بكل أنواعها على قطاع من شعوبنا العربية والإسلامية؛ فإن الحاجة تصبح ماسةً إلى معالجة ذلك كله ومنه الأمية الإعلامية، فالإعلام «بات يشغل رُكنًا مهمًا من حياة الناس، بما يفرض ضرورة محو الأمية الإعلامية، حيث يرى البعض أن تجاهل القيام بهذه المهمة ضربٌ من الخيانة!»^(١).

ومما يعين على تحقيق ذلك: العناية ببرامج التوعية والتربية الإعلامية المجتمعية، فهي «الحلّ الذي يحتاجه المجتمع لإعداد أبنائه للعيش في عصر سيادة الإعلام في عالمنا المعاصر، والتعامل مع ثورة الاتصالات، والاستفادة من تطورات التقنية الحديثة»^(٢).

إنّ المجتمع العربي قليل القراءة، ومعدلات القراءة فيه من أقل المعدلات على مستوى العالم، ومن ثم تتضح خطورة وسائل الإعلام التي تمثل بديلاً للقراءة في حالتنا العربية، ومعلوم أن القراءة اختيارٌ، وأن الإعلام أقرب إلى «الإجبار»، لأنه هو الذي يختار الرسالة، ويصوغها، ويرسلها، ولا يملك المتلقي سوى استقبالها، وكثير مما يُقدّم في وسائل الإعلام العربية ضرره أكثر من نفعه، كمشاهد العُري والعنف واللغة المبتذلة، وكمسائل الصراع السياسي والمذهبي والطائفي، وإظهار العاملين بالفن والرياضة على أنهم «أبطال»، مما يزرع في نفوس الناشئة والشباب بطولاتٍ وهميةً، ويدفعهم إلى التأسّي بهؤلاء بدلاً عن الاتجاه نحو طلب العلم والإبداع العلمي والثقافي النافع.

وثقافة الإعلان التجاري الشائعة في وسائل إعلامنا؛ تخلق أنواعاً من

(١) د/ نبيل علي: العقل العربي ومجتمع المعرفة: ٤٤/٢، عالم المعرفة (٣٧٠)، الكويت، ديسمبر ٢٠٠٩م.

(٢) فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية: ١٤.

التناحر والبغضاء والحسد بين أبناء المجتمع، فهي تعرض كثيراً مما لا يملك بعض أبناء مجتمعاتنا القدرة على تملكه، وهؤلاء يرون أن بعضاً من أبناء مجتمعاتهم يمتلك القدرة على الشراء والتملك والتمتع، ومن ثم يولّد التباضع والتحاسد الاجتماعي، ولهذا «وُجّهت العديدُ من الاتهامات لوسائل الإعلام الجماهيرية باعتبارها ساعدت على نشر الثقافة المبتذلة؛ وترويجها بدلاً عن الثقافة الجادة، وأنها تقدم موادّ إعلاميةً تافهةً وضحلةً وسطحيةً تعتمد في الأساس على الإثارة والتشويق بدلاً عن العمق، كما أنها - في رأي الناقدِين لدور وسائل الإعلام الثقافي - أدّت إلى تنميط الأذواق وتعميم أنماط الحياة والتشجيع على التقليد الأعمى، مما أثر على قدرة الإنسان على الابتكار والنقد والتحليل»^(١).

وثقافة الإعلان التجاري تقوم على مخاطبة الغرائز والرغبات وإثارة الأحلام نحو التملك والرفاهية والمتعة، فالإعلان لحظات من الغياب عن الواقع الحسيّ بكل ثقله ومشكلاته، للدخول في عالم مثاليّ حسب رؤية المعلن، والإنسان يميل إلى مشاهدة ذلك حتى مع عدم قدرته على شراء المنتج، ولا شك في أن التربية الإعلامية بمفهومها العام يمكن أن تسهم في علاج كثير من هذه المشكلات.

(١) د/ ليلي عبد المجيد: السياسات الاتصالية والإعلامية وأثرها في الثقافة والتربية، مجلة عالم الفكر: ٧٢، مجلد (٢١)، العدد (١-٢)، الكويت ١٩٩٤ م.

٣/٣- التحيز في عرض الرسالة الإعلامية:

إن الرسالة الإعلامية تخدم مُشئها ومُرسلها أولاً، ولولا ذلك ما بذل في سبيلها الجهد والمال والوقت، إنها السبيل لكل أنواع التأثير المراد حدوثه لتغيير الآراء والمواقف والثقافات، والإعلام يؤثر في كل ذلك سلباً أو إيجاباً حسب الرسالة الإعلامية وأهداف مرسلها، ولا سبيل إلى مواجهة ذلك كله إلا بالتربية الإعلامية السليمة القائمة على أسس علمية ودراسات عميقة يقوم بها المتخصصون.

ووكالات الأنباء العالمية مختصة بجمع الأخبار المقروءة والمصورة وبتثها في وسائل الإعلام العالمية، وتتحكم فيما يخص المادة الإعلامية من حيث اختيار الأخبار ومضمونها والصور الثابتة والمتحركة، ولها خبراء متخصصون، تنشر وتمنع ما يخدم أهدافها ومصالح منشئها، وتسيطر وكالات الأنباء الغربية والأمريكية على جُلّ المادة الإخبارية العالمية بما لها من قوة مادية واتصالية وانتشار حول العالم.

والتحيز في الرسالة الإعلامية أمر ظاهر لكل متابع ومدقق، وهو قد يكون ظاهراً يلاحظه عامة المتابعين، وقد يكون دقيقاً مستتراً لا يلاحظه إلا المتابع المدقق أو المتخصص، واختيار أخبار وصور بعينها؛ وطريقة صياغة الخبر؛ وتوقيت نشره وآراء الشخصيات المستضافة؛ والموضوعات محل النقاش؛ كل ذلك قد يحمل رسائل مبطنة لا يلاحظها عامة المتلقين، والملاحظ أن هذا يحدث ويؤثر في هؤلاء العامة تأثيراً مباشراً، لذا فإن من يملك الإعلام هو الذي يقود الجماهير في عصرنا.

إن خبراء الإعلام يعترفون بذلك صراحة في دراساتهم المتخصصة، إن «علينا أن نتذكر أن الواقع الذي نجده على شاشة التلفاز هو دائماً غير مباشر،

وتم تحريره بشكل متقن، وهو صور مشوهة للواقع، الأخبار ببساطة ليست مرآة تعكس العالم، إنها وسيلة لنقل الأفكار والرموز.. منتج صناعي يعزز مجموعات من الأفكار والأيديولوجيات»^(١).

٤/٣- المشكلات التي تواجه التربية الإعلامية المجتمعية:

تواجه التربية الإعلامية المجتمعية مجموعة من المشكلات المتنوعة، منها على سبيل المثال:

أ- قلة الوعي المجتمعي في كثير من بلادنا، مع انتشار ظاهرة الأمية (أمية القراءة والكتابة)، والأمية الثقافية والعلمية، وفي العالم المتقدم علمياً لم تعد الأمية جهلاً بالقراءة والكتابة، بل أمية الجهل بالحواسيب والمعلومات.

ب - الخلافات السياسية بين بعض الدول العربية والإسلامية تلقي بظلالها على وسائل الإعلام التي تدخل طرفاً في الخلاف بتوجيه من الحكومات فتُفسد العلاقات أحياناً بين الشعوب، وهذا ينعكس على الرسالة الإعلامية، ويمثل تحدياً للتربية الإعلامية التي من أهدافها العدل والإنصاف والحياد، مما هو معلوم من الأصول العامة للإسلام ومواثيق العمل الإعلامي، قال تعالى: ﴿يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوْمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَيْكُمْ أَلَّا تَعْدِلُوا أَعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ﴾ [المائدة: ٨]، والعدل هنا: عدلٌ في القول والفعل والشهادة؛ حتى مع وجود الكراهية لمن نشهد عليه.

ج - لا توجد مؤسسات متخصصة لنشر التربية الإعلامية المجتمعية؛ بل هي أقرب إلى الاجتهاد؛ ومحاولة تخضع لذوق صاحبها وأهدافه منها،

(١) آرثر آسا بيرغر: وسائل الإعلام والمجتمع: ١٠٢، مرجع سابق.

ويطغى الميل السياسي على مجمل الرسائل الإعلامية العالمية، حيث يتم توجيه الإعلام - ظاهراً وباطناً، سرّاً وعلانية - لخدمة أهداف سياسية بعينها، ولهذا كله أثرٌ ظاهرٌ اجتماعياً حيث يشارك الإعلام مشاركةً فعالةً في توجيه الشعوب.

د - وسائل الإعلام وبرامجه تسبّق بخطوات متسارعة مسارات التربية الإعلامية؛ بالجديد من البرامج والمنتجات الإعلامية، فالتربية الإعلامية ستظل لاهثة متابعة، لأن الإعلام أقوى وأسبق وأكثر حضوراً وسطوة، فإذا بثّ خبر كاذب ينتشر في الآفاق سريعاً، وحين يصدر تكذيبه لا يلتفت الناس إليه! ولما بلغ النعمان بن المنذر شيء عن أحد جلسائه حجه، فأرسل المحجوب يعتذر، فقال النعمان:

قَدْ قِيلَ مَا قِيلَ إِنْ حَقًّا وَإِنْ كَذِبًا * * * فما اعتذارك من قولٍ إذا قيلاً؟

فبعد انتشار الخبر الكاذب يصعب القضاء عليه؛ إذ ليس كل من سمع الخبر سيسمع التكذيب، أو يقبله إن سمعه، لذا حذّر القرآن الكريم من قبول الكذب؛ فقال تعالى في حادثة الإفك: ﴿إِذْ تَلَقَّوْنَهُ بِالسِّنِّتِ كُمْ وَقَوْلُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ ١٥﴾ وَلَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ قُلْتُمْ مَا يَكُونُ لَنَا أَنْ نَتَكَلَّمَ بِهَذَا سُبْحَانَكَ هَذَا بُهْتَنٌ عَظِيمٌ ١٦﴾ يَعِظُكُمُ اللَّهُ أَنْ تَعُودُوا لِمِثْلِهِ أَبَدًا إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ * ﴿

[النور: ١٥-١٧].

والناس عادة لا يترثون عند سماع مثل هذه الأخبار ليتأكدوا من مصدر الخبر وصحته؛ بل يتلقفونها ويعيدون إرسالها، وهذا ما لام القرآن فيه من تلقاه وأشاعه في الناس بغير علم ولا بينة.

المبحث الرابع العلاقة بين التربية الإعلامية التعليمية والمجتمعية

١/٤- الأهداف المشتركة:

الإعلام والتربية كلاهما يخدم المجتمع ويحافظ على عقائده وقيمه وأخلاقه وآدابه، ويحارب الجهل والتخلف، ويسلط الضوء على مشكلات المجتمع، والمجتمع المسلم يستمد قيمه وأخلاقه وآدابه وتصوراته من نصوصه المقدسة في القرآن وصحيح السنة، وقد اقترب الإعلام من التعليم إلى حدّ التداخل، وهما مرشحان للمزيد من ذلك، يقول بعض الخبراء في هذا المجال: «إن الإعلام والتعليم سيقتربان من بعضهما إلى حدّ التداخل، وسيكون للإعلام الحديث بصفة خاصة إسهامه الفعال في مجال (التعليم عن بُعد)، ويتطلب ذلك استحداث وسائل جديدة لبث رسالة إعلامية للطفل العربي تختلف جوهرياً عن الطابع السلبي الذي ما زال يسود الإعلام التربوي»^(١).

والتربية الإعلامية في مجتمعاتنا منوط بها نشر ثقافة المجتمع المسلم وتوجيهه نحو الخير والحق والجمال، وبث روح التنافس والإبداع والابتكار بين أبناء المجتمع في كل مجالات الحياة، وبناء القدوة الحسنة، وتسليط الضوء على النماذج الناجحة في مجالات الحياة لتكون قدوة للشباب المسلم بدلاً عن تقديم الشهرة الزائفة في مجالات الفن والرياضة -على سبيل المثال- ليقلدّها الشباب دون وعي.

(١) د/ نبيل علي: الطفل العربي وتكنولوجيا المعلومات: ٢٠٦، مرجع سابق.

وعلى وسائل الإعلام أن تقوم بدورها التربوي التعليمي المكمل للتعليم النظامي؛ إذ لم يعد بإمكان التعليم النظامي القيام بهذه المهمة الكبيرة وحده، «إن الدور التربوي الذي تقوم به وسائل الإعلام بالغ الأهمية، سواء من حيث اتساعه؛ إذ يغطي قطاعاتٍ عريضةً من المواطنين يصعب أن تغطيها برامج التعليم النظامي، أو من حيث مدته، إذ يأخذ نصيباً ملموساً من الوقت اليومي لكل فرد، كما أنه يشمل مواد متنوعة، بالإضافة إلى أنه يتميز بالاستمرار وتراكم التأثير، فهو بذلك يعبرُ أصدق تعبيرٍ عن مفهوم التربية المستمرة مدى الحياة»^(١).

إن النظام التعليمي هو المصدر الأول لكل الخبرات العاملة في مجال الإعلام، و«بقدر ما يكون نظام التعليم جيداً؛ تكون جودة نظام الإعلام وكفايته إرسالاً واستقبالاً، وإذا حُقَّ للتربويين أن يطالبوا الإعلاميين بشيءٍ يسهم في حسن تربية المواطن وتحرير ثقافة الوطن؛ فإن عليهم في الوقت نفسه أن ينظروا في (النظام الأب)؛ وهو التعليم الأمثل»^(٢)، والإعلام والتربية يحتاج كل منهما إلى الآخر لاستكمال رسالته، «وإذا اتجها إلى حساب وزن الكلمة والابتعاد عن زُخْرُف القول والإفراط في التشبيهات والأوصاف مدحاً وذمماً وإنذاراً وتبشيراً؛ كانا على الطريق في تأصيل قيم الإسلام في التوجيه، وهي الكلمة الطيبة والقول الثابت الذي يرشدنا إليه ربُّنا»^(٣).

(١) د/ يعقوب يوسف الغنيم: ماذا يريد التربويون من الإعلاميين؟ أعمال مؤتمر (ماذا يريد التربويون من الإعلاميين؟) (١/ ٢٥)، نشر مكتب التربية لدول الخليج العربي، الرياض ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤ م.

(٢) د/ محمد أحمد الغنام: التعليم والإعلام من أجل تربية أفضل للمواطن العربي: ١/ ٦٣، ضمن أعمال مؤتمر: (ماذا يريد التربويون من الإعلاميين؟).

(٣) د/ عبد العزيز كامل: الإعلام الديني والتربية: ٢/ ٥٢، أعمال مؤتمر (ماذا يريد التربويون من الإعلاميين؟).

وكل مؤسسات المجتمع عليها عبء المشاركة في تربية فعالة هادفة ملائمة لروح العصر ومتطلباته، وينبغي أن «تسعى كل المؤسسات (الأسرة والمدرسة وأجهزة الإعلام وغيرها) لإكساب الأطفال ما يلزم من خصائص وسمات ومواصفات لإعدادهم لعالم الغد»^(١).

وفي كتاب حديث شيق عن التقدم العلمي السريع (في الهند التي تركها الاستعمار البريطاني في قمة الفقر والتخلف والجهل)، تُبين المؤلفة كيف كان أثر البرامج التعليمية التلفازية التي وصلت آلاف القرى الفقيرة المنعزلة، تقول: «وفي العام ١٩٧٥م استخدم الباحثون الهنود قمراً صناعياً أمريكياً لتشغيل مشروع تجريبي للتلفاز التعليمي الفضائي يسمى اختصاراً SITE لجلب البرامج التلفزيونية باللغات المحلية لعدد ٢٤٠٠ قرية في الهند، كانت جميع البرامج تعليمية، تُعرض يومياً على مدار ست ساعات، وبالتالي كان بإمكان المزارعين مشاهدتها، فالبرامج الخاصة بالصحة والزراعة بالنسبة إلى الفلاحين الذين لم يستخدموا هاتفاً في حياتهم كانت تمثل بدايةً لثورة الاتصالات، لقد نجح القمر الصناعي (أريابهاتا)، وكذلك تجربة التلفاز التعليمي الفضائي (سایت)»^(٢).

لقد تحول العالم من سيطرة المادة المطبوعة الورقية؛ إلى «قرية الاتصالات العالمية، وقد كان انتقالاً جذرياً بشكل أثر - على نحو خطر - في العلاقة التقليدية

(١) د/ ليلي كرم الدين: الأسس النفسية لمجالات الأطفال: ٦١، ضمن كتاب العربي (ثقافة الطفل العربي).

(٢) أنجيلا سايني: أمة من العباقر، كيف تفرض العلوم الهندية هيمنتها على العالم؟: ٢٤، ترجمة: طارق راشد عليان، سلسلة عالم المعرفة (٣٢٢)، الكويت، ٢٠١٥م.

المعروفة بين التربية والثقافة، فقد حلت ثقافة الصورة محل ثقافة الكلمة، ولم تعد العين المعاصرة عيناً بريئة أو ساذجة، فما نراه اليوم يأخذ شكله الخاص من خلال صور جرى إعدادها وتجهيزها بطريقة معينة من قبل»^(١).

إن الوسائط الإعلامية المستعملة في التعليم؛ تمتاز بأنها تجمع بين الصورة والصوت والحركة، مع إمكانية الإعادة وتكرار العرض، وتعطي إحساساً بالمساواة بين الطلاب في تلقيهم المادة، والغالب أن البرامج تُنتج وفق أسس تربوية وتعليمية جيدة، مما يجعلها نماذج للمدرسين والطلاب معاً، ويمكن لهذه البرامج أن تُعرض في فصول الدراسة أو في البيوت، بشرط أن تكون العملية التعليمية شاملةً لكل الطلاب وليس لقطاع منهم دون آخر، حتى تتحقق المساواة والعدالة.

ويجب أن يكون دور وسائل الإعلام إيجابياً في نشر الأخلاق والقيم؛ لا أن تهدم أو تعرقل ما تقدمه المدرسة والجامعة في هذا الميدان، فتكون عوناً للمجتمع في المحافظة على ثقافته وأخلاقه وآدابه.

والواقع أن وسائل الإعلام تهدم كثيراً من القيم الإيجابية التي تعلمها المدرسة والجامعة، حيث «تُعلم التلاميذ قيماً خيراً نيراتٍ؛ كاحترام حقوق الآخرين، وتأتي وسائل الإعلام بخليطٍ غير متجانس من المواد - بقصد ملء الفراغ أحياناً- لتغطي ساعات البث، وهي لا تدري أنها بذلك تخلق ازدواجية في التنشئة والانتماء عند جمهورها من المتلقين»^(٢).

(١) د/ شاكر عبد الحميد: عصر الصورة: ٣٦٠.

(٢) د/ محمود محمد السعيد فرحات: التصادم التربوي بين المعطيات المدرسية واللامدرسية: ٤٦، ضمن أعمال مؤتمر (التعليم والإعلام)، جامعة عين شمس، القاهرة، ١٩٩٤م.

وما يطلبه المجتمع من المدرسة؛ مختلف عما يطلبه من الإعلام، فالمدرسة لتربية مثالية نموذجية تعد الأجيال لسوق العمل وحاجات المجتمع، أما الإعلام فمهمته الأولى الإخبار والترفيه والتسلية، وتأتي القيم التعليمية والتربوية فيه ضمن هذا السياق، والجمهور في الحالين مختلف متنوع، لذا لا بدّ من إيجاد صيغ مشتركة فاعلة وهادفة بين التربية والإعلام لخدمة المجتمع وقضايا وثقافته وقيمه.

إن التعليم الحديث عبر تكنولوجيا المعلومات؛ يستعمل الوسائط الإعلامية نفسها التي تستعملها وسائل الإعلام المعاصرة، وهذا يعني أن المجالين يقتربان من بعضهما إلى حد كبير، ومن ثم ظهرت المدارس والجامعات الافتراضية عبر شبكة الإنترنت؛ التي تجمع في جوفها أكثر إمكانات الوسائط الإعلامية؛ كالفيديو والصور والنصوص المكتوبة والألعاب والعروض التعليمية وإمكانية استقبال الإرسال الإذاعي والتلفازي كله.

٢/٤ - من مخاطر قلة الوعي الإعلامي؛

تركز كثير من وسائل الإعلام على موضوعات مثيرة -كالعنف والإباحية- لجذب المزيد من المشاهدين، وقد يسبب ذلك فساداً اجتماعياً وتراجعاً لدور القيم والأخلاق في كثير من المجتمعات.

إن القدر الهائل الذي تنشره وسائل الإعلام في المجتمع؛ يصعب التحقق من أكثره، وقد كنت أرى بعيني بعض الأحداث وأعرف مجراها، ثم أراها في وسائل الإعلام بصور أخرى حسب هوى الوسيلة التي نقلتها، وهو أمر شديد الخطورة على المتلقين، ولا شك أن التربية الإعلامية يمكنها معالجة كثير من هذه المشكلات، وثمة استسلام كبير من الجماهير لوسائل الإعلام المعاصر،

وبرغم المشاركة الجماهيرية أحياناً في صناعة الأحداث الإعلامية بصورة فردية أو جماعية؛ فإن الخيوط الكبرى لا تزال بأيدي اللاعبين الكبار في عالم الإعلام: «إن سلطة الاستهلاك تستمد نفوذها من هيمنة الصورة باختراقها لكل الحدود والحواجز؛ ونفاذها إلى كل العقليات والذهنيات والثقافات، فالسمااء تمطر صوراً، ومشهد الهوائيات على أسطح البنايات في كل أرجاء العالم؛ يعكس استسلام إنسان القرن الحادي والعشرين لهذا الإمطار واستزادته الطوعية منه»^(١).

إن المتابعة اللاهثة لوسائل الإعلام؛ لا تترك للعقول مزيداً من الوقت للتدبر والتأمل والإبداع، الإعلام حالة تبدو مناقضة للإبداع، والإعلام المنهمر يستلب الوقت والجهد والعقل، وقلماً ينفك البشر من أسرهِ لمزيد من التأمل، حيث «أضحى كلُّ من التلفاز والسينما والفيديو؛ فضاءاتٍ ترفيهيةً وثقافيةً للجُمهور والنخبة على حدٍّ سواء، فهي ملجأ سهل لتزجية الوقت ومتابعة الأحداث وإشباع الخيال دون حاجةٍ لجهدٍ فكريٍّ يتأسس على ملكات الفهم والتحليل والنقد»^(٢).

٣/٤- التوظيف الإيجابي لوسائل الإعلام - مثال من عصر النبوة:

كان الشعر في عصر الجاهلية وسيلة إعلامية مؤثرة، بل ربما كان أهم وسيلة إعلامية في المجتمع العربي، وكانت للشعراء مكانتهم وأسواقهم ومحافلهم ومفاخرهم، وسيرة شعراء المعلقات معروفة في هذا المقام، وقد لام بعض

(١) د/ المنجي الزبيدي: ثقافة الشباب في مجتمع الإعلام: ٢٠٨.

(٢) محمد شكري سلام: ثورة الاتصال والإعلام: من الأيدولوجيا إلى الميدولوجيا: ٩٢، مجلة عالم الفكر، العدد (١) من المجلد (٣٢)، الكويت ٢٠٠٣م.

العرب قبيلة بني تغلب لكثرة ترددها لمعلقة شاعرها الكبير عمرو بن كلثوم، جاء في كتاب الأغاني: «وبنو تغلب تعظمها جداً - أي المعلقة - ويرونها صغارهم وكبارهم حتى هجوا بذلك، قال بعض شعراء بكر بن وائل:

ألهي بني تغلب عن كل مكرمة * قصيدة قالها عمرو بن كلثوم»^(١)

واستمرت للشعر هذه المكانة بعد الإسلام، حيث شارك الشعراء في الدفاع (الإعلامي) المؤيد بالحجج عن الدعوة الجديدة، بتوجيه من النبي ﷺ؛ فكان له شعراء ينافحون عنه، كحسان بن ثابت، وعبد الله بن رواحة رضي الله عنه، وكان النبي ﷺ يصلي ثم يتحلق أصحابه - أحياناً - حوله فيتذاكرون الشعر وأمور الجاهلية، وهو يستمع إليهم ويتسم ولا ينهاهم عن ذلك، فعن جابر بن سمرة رضي الله عنه قال: «شهدت النبي ﷺ أكثر من مائة مرة في المسجد وأصحابه يتذاكرون الشعر وأشياء من أمر الجاهلية، فربما تبسم معهم»^(٢)، وقد كان النبي ﷺ يحب سماع شعر الحكمة والزهد، فعن أبي بن كعب رضي الله عنه أن رسول الله ﷺ قال: «إن من الشعر حكمة»^(٣)، وركب خلف النبي ﷺ يوماً الصحابي الشريد بن سويد الثقفي رضي الله عنه فسأله: (هل معك من شعر أمية بن أبي الصلت شيء؟) قال: قلت: نعم، قال: (هيه)، فأنشدته بيتاً فقال: (هيه!)، ثم أنشدته بيتاً فقال: (هيه!)؛ حتى أنشدته مائة بيت^(٤).

(١) الأغاني لأبي الفرج الأصفهاني: ١١ / ٥٧، نسخة إلكترونية ضمن برنامج المكتبة الشاملة.

(٢) رواه أحمد: ٩١ / ٥ (٢٠٨٩٩)، وإسناده حسن.

(٣) رواه البخاري: ٦١٤٥.

(٤) رواه مسلم: ٥٨٨٥.

وكان صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يحب سماع الشعر الحسن، فعن أبي هريرة رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قال: قال رسول الله صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «أصدق كلمة قالها الشاعر؛ كلمة لبيد: (ألا كلُّ شيءٍ ما خلا الله باطلٌ)، وكاد أمية بن أبي الصلت أن يُسلم»^(١).

وهذا لأن الشعر له إيقاع خاص وسيرورة في الناس؛ يحفظونه ويترنمون به ويتناشدونه، وله أسواقه ومحافله، فهو أسرع في الناس وأسهل في الانتقال وأثبت في الأذان لكثرة روايته، لهذا حذر النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ من خطورة الهجاء الجماعي، وعن عائشة رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا عن النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قال: «إِنَّ أَعْظَمَ النَّاسِ جُرْمًا: إِنْسَانٌ شَاعِرٌ يَهْجُو الْقَبِيلَةَ مِنْ أَسْرَهَا، وَرَجُلٌ تَنَفَّى مِنْ أَبِيهِ»^(٢).

واستعمل النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الشعر سلاحاً إعلامياً في معاركه دون عدوانٍ أو حيف بل للدفاع عن الحق، فعن البراء بن عازب رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لِحَسَّانَ بْنِ ثَابِتٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: (اهْجُهُمْ وَجَبْرِيلُ مَعَكَ)^(٣).

وقال حسان بن ثابت رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ لأبي هريرة رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ: أَنْشُدَكَ اللَّهَ؛ هَلْ سَمِعْتَ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: «يَا حَسَّانُ أَجِبْ عَن رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ؛ اللَّهُمَّ أَيِّدْهُ بِرُوحِ الْقُدْسِ؟»، قَالَ أَبُو هُرَيْرَةَ: نَعَمْ^(٤).

(١) رواه البخاري: ٦١٤٧، ومسلم: ٥٨٨٨، وقول النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «وكاد أمية بن أبي الصلت أن يُسلم»، لأن أمية كان قد سمع من أهل الكتاب عن قرب ظهور نبي، فتنسك وقال شعر الزهد والحكمة منتظراً أن تكون النبوة له، فلما لم تلحقه؛ حسد النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ولم يؤمن، بل مات كافراً، ومع ذلك استمع النبي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إلى شعره لما فيه من الحكمة.

(٢) الأدب المفرد للبخاري: ١ / ٣٠٢.

(٣) رواه أحمد في مسنده (١٨٦٥٠).

(٤) رواه البخاري (٤٥٣).

وعن أنسٍ رضي الله عنه قال: دَخَلَ النَّبِيُّ ﷺ مَكَّةَ فِي عُمْرَةِ الْقَضَاءِ وَابْنُ رَوَاحَةَ بَيْنَ يَدَيْهِ يَقُولُ:

خَلُّوا بَنِي الْكُفَّارِ عَنْ سَبِيلِهِ
الْيَوْمَ نَضْرِبُكُمْ عَلَى تَأْوِيلِهِ
ضَرْبًا يُزِيلُ الْهَامَ عَنْ مَقِيلِهِ
وَيُدْهِلُ الْخَلِيلَ عَنْ خَلِيلِهِ

قَالَ عُمَرُ رضي الله عنه: يَا ابْنَ رَوَاحَةَ، فِي حَرَمِ اللَّهِ وَبَيْنَ يَدَيْ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ تَقُولُ الشُّعْرَ؟ فَقَالَ النَّبِيُّ ﷺ: «خَلَّ عَنْهُ، فَوَالَّذِي نَفْسِي بِيَدِهِ لِكَلَامِهِ أَشَدُّ عَلَيْهِمْ مِنْ وَقَعِ النَّبْلِ» ^(١).

وذلك كله توجيه نبوي للإعلام لنشر الخير ونصر الحق وعون المظلوم وتعليم الجاهل.

وحين عاب القرآن السلوك السيئ للشعراء؛ استثنى أهل الحق المدافعين عن أنفسهم وأمتهم ضد الظالمين، قال تعالى: ﴿وَالشُّعْرَاءُ يَتَّبِعُهُمُ الْغَاوُونَ﴾ ^(٢٢٤) أَلَمْ تَرَ أَنَّهُمْ فِي كُلِّ وَادٍ يَهِيمُونَ ^(٢٢٥) وَأَنَّهُمْ يَقُولُونَ مَا لَا يَفْعَلُونَ ^(٢٢٦) إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَذَكَرُوا اللَّهَ كَثِيرًا وَانصَرُوا مِنْ بَعْدِ مَا ظَلَمُوا وَسَيَعْلَمُ الَّذِينَ ظَلَمُوا أَيَّ مُنْقَلَبٍ يَنْقَلِبُونَ ﴿ [الشعراء: ٢٢٤-٢٢٧].

فهيام الشعراء في كل وادٍ ينشرون القول وأكثرهم كاذبون؛ عمل إعلامي قومه القرآن وأرشد إلى الصواب فيه وهو: الإيمان بالله وعمل الصالحات، وذكر الله كثيراً والانتصار من الظالمين بالصدق.

(١) رواه النسائي في سننه (٢٨٩٦).

الخاتمة والتوصيات

رأينا أهمية التربية الإعلامية بنوعها في تنشئة الجيل المسلم الواعي المحافظ على ثقافته وقيمه وأخلاقه وآدابه، والمستوى الراهن للتربية في مجتمعاتنا العربية والإسلامية دون المستوى المطلوب؛ وبخاصة مع التقدم الكبير في ميدان التعليم والإعلام العالمي بما لهما من تأثير على مجتمعاتنا.

والأمم المتقدمة علمياً؛ بدأت مسيرتها من التعليم، وحين سبق الروس الأمريكان في النزول على سطح القمر؛ كان ردُّ الفعل الأمريكي سريعاً؛ فصدر تقرير: (أمة في خطر)؛ أرجع ذلك إلى التعليم أولاً، وفي التجارب العالمية الناجحة التي بدأت متأخرة عن الغرب: سنجد اليابان وكوريا الجنوبية وماليزيا والهند؛ نماذج ناجحة يمكن الاستفادة من تجاربها مع ضرورة زيادة الإنفاق على البحث العلمي والجهد التعليمي؛ إذ يُعدُّ هذا الإنفاق في بلادنا متدنياً بالمقارنة بالمستويات العالمية.

والإعلام يمكنه القيام بدور كبير في تعزيز الثقافة العلمية ونشرها، مع المحافظة على قيم الأمة وثوابتها في عالمٍ يموج بالاضطراب والتغير وفقدان الثقة في كثير من المسلّمات والحقائق.

وفيما يلي بعض التوصيات في هذا الموضوع:

- تفعيل توصيات المؤتمرات واللقاءات والدراسات والبحوث التي تناولت التربية الإعلامية بكل جوانبها على المستويين التعليمي والمجتمعي، حماية للأطفال والشباب والمجتمع من الجوانب السلبية لوسائل الإعلام المعاصرة، ولا بدّ لهذا من توافر إرادة سياسية قائمة على التعاون والمشاركة.

- الاهتمام الحكومي بإنتاج برامج التعليم والتربية الإعلامية محلياً، وعدم الاكتفاء بالمستورد الذي يحمل قيم مُتّجيه وثقافتهم وتصوراتهم، وفيها مخالفة لأصول الثقافة الإسلامية مع نظرة معادية واضحة.
- زيادة الوعي المجتمعي بأهمية التربية الإعلامية لحماية المجتمع، حتى تصبح هذه التربية ضمن المقررات والمناهج التعليمية في كل مراحل التعليم.
- ضرورة التنسيق بين وسائل الإعلام والمؤسسات التربوية في تقديم المنتج التربويّ عبر وسائط الإعلام المتنوعة، بحيث يصبح جذاباً للطلاب.
- المجتمع العربيّ في حاجة ماسة إلى الإعلام (العلمي) لتنمية الثقافة العلمية المتخلفة إلى حدّ بعيد في بلادنا، ولا بدّ من تنوُّع وسائل عرضها، وأن تكون لها خارطة واضحة على ساحة المنتج الإعلامي العربي والإسلامي.
- ضرورة تنظيم برامج تدريبية للمدرسين في مجال التربية الإعلامية؛ لزيادة الوعي حول مفهوم التربية الإعلامية، مع دمج مناهج التربية الإعلامية في المناهج التربوية.
- ضرورة تعزيز برامج التربية الإعلامية من خلال الإنترنت؛ بما في ذلك شبكات التواصل الاجتماعي.
- ضرورة تعليم الطلاب أفضل الطرق لتحليل الأخبار والأفكار من خلال الإنترنت وطرق استخلاص المعلومات وتوظيفها.
- توفير بنية تشريعية وإدارية مناسبة تحفظ الحقوق وترسم الحدود، ليجد ذلك كله طريقه سهلاً ميسوراً إلى الواقع العملي للأمة.

المصادر والمراجع

- القرآن الكريم.
- أثر وحدة مقترحة في التربية الإعلامية على التحصيل الدراسي لدى طلاب الصف الأول الثانوي الفني، د/ هناء عباس، د/ هشام سعد زغلول، سامية عبد الحكيم الجندي، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة المنصورة، مصر، العدد: ٢٣، أكتوبر ٢٠١١م.
- الأدب المفرد للبخاري، ط ٣، دار البشائر الإسلامية، بيروت ١٤٠٩ هـ - ١٩٨٩م.
- الأسس النفسية لمجالات الأطفال، د/ ليلي كرم الدين، ضمن كتاب (ثقافة الطفل العربي) سلسلة كتاب العربي (٢٠) الكويت؛ أكتوبر ٢٠٠٢م.
- الأغاني، لأبي الفرج الأصفهاني، نسخة إلكترونية ضمن برنامج المكتبة الشاملة.
- الإعلام الإسلامي استراتيجية حضارية، د/ محمد كمال إمام، مجلة المسلم المعاصر، العددان (٦٥/٦٦) الكويت.
- الإعلام الديني والتربية، د/ عبد العزيز كامل، أعمال مؤتمر (ماذا يريد التربويون من الإعلاميين؟)، نشر مكتب التربية لدول الخليج العربي، الرياض، ١٤٠٤ هـ - ١٩٨٤م.
- أمة من العباقرة، كيف تفرض العلوم الهندية هيمنتها على العالم؟ أنجيلا سايني، ترجمة: طارق راشد عليان، سلسلة عالم المعرفة (٣٢٢)،

- الكويت ٢٠١٥م.
- التربية الإعلامية، فهد بن عبد الرحمن الشميمري، الرياض، ١٤٣١هـ -
٢٠١٠م.
- التربية الإعلامية والتنمية، د/ إسماعيل محمد دياب، مجلة كلية التربية،
جامعة المنصورة، العدد (١٣)، يناير ١٩٩٠م.
- التربية الإعلامية والتنمية الشاملة، د/ علي نواوي فلمبان، مجلة كلية
التربية، جامعة المنصورة، العدد (١٧).
- التصادم التربوي بين المعطيات المدرسية واللامدرسية، د/ محمود
محمد السعيد فرحات، ضمن أعمال مؤتمر (التعليم والإعلام)، جامعة
عين شمس، القاهرة ١٩٩٤م.
- تفسير الشعراوي، نسخة إلكترونية ضمن برنامج المكتبة الشاملة، تفسير
سورة الشعراء.
- ثقافة الشباب في مجتمع الإعلام، د/ المنجي الزيدي، مجلة عالم الفكر،
العدد (١) من المجلد (٣٥)، الكويت ٢٠٠٦م.
- ثورة الاتصال والإعلام: من الأيدولوجيا إلى الميدولوجيا، محمد شكري
سلام، مجلة عالم الفكر، العدد (١) من المجلد (٣٢)، الكويت ٢٠٠٣م.
- دور الإعلام التربوي في تنمية العملية التربوية، أحمد ردة المالكي، رسالة
ماجستير برقم (٢٤٧)، كلية التربية - جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
- سنن النسائي، أحمد بن شعيب أبو عبد الرحمن النسائي، دار السلام
الدولية بالرياض، «مجلد الكتب الستة» ط ٣.

- السياسات الاتصالية والإعلامية وأثرها في الثقافة والتربية، د/ ليلي عبد المجيد، مجلة عالم الفكر، مجلد (٢١)، العدد (١-٢)، الكويت ١٩٩٤م.
- صحيح البخاري، لأبي عبد الله محمد بن إسماعيل البخاري، طبعة دار السلام الدولية بالرياض «مجلد الكتب الستة».
- صحيح مسلم، لمسلم بن الحجاج القشيري، طبعة دار السلام الدولية بالرياض «مجلد الكتب الستة» ط ٣.
- الطفل العربي وتكنولوجيا المعلومات، د/ نبيل علي، دراسة ضمن كتاب «ثقافة الطفل العربي»، سلسلة كتاب العربي (٢٠)، الكويت أكتوبر ٢٠٠٢م.
- عصر الصورة، د/ شاكر عبد الحميد، سلسلة عالم المعرفة (٣١١)، الكويت، يناير ٢٠٠٥م.
- العقل العربي ومجتمع المعرفة، د/ نبيل علي، سلسلة عالم المعرفة (٣٧٠)، الكويت - ديسمبر ٢٠٠٩م.
- الفجوة الرقمية، د/ نبيل علي، د/ نادية حجازي، سلسلة عالم المعرفة (٣١٨) الكويت ١٤٢٦هـ ٢٠٠٥م.
- لسان العرب، جمال الدين بن منظور، ط دار المعارف، القاهرة د.ت.
- ماذا يريد التربويون من الإعلاميين؟ أعمال المؤتمر، نشر مكتب التربية لدول الخليج العربي، الرياض، ١٤٠٤هـ
- المسند، أحمد بن حنبل، ط دار الكتب العلمية، لبنان ١٤١٣هـ-

١٩٩٣ م.

- واقع التربية الإعلامية والعوامل المؤثرة بها في المدارس الخاصة في المملكة الأردنية الهاشمية من وجهة نظر طلابها، أشجان حامد الشديفات، خلود أحمد الخصاونة، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد (١) العدد (٦).

- وسائل الإعلام والمجتمع، آرثر آسا بيرغر، ترجمة: صالح خليل أبو إصبع، عالم المعرفة (٣٨٦)، الكويت.

- <http://www.dc4mf.org/ar/content/-2154> -

تاريخ الدخول: ٢٨ / ٥ / ١٤٣٦ هـ.

- <http://www.bbc.co.uk/arabic/scienceandtech>.

تاريخ الدخول: ٢٧ / ٣ / ٢٠١٥.

- <http://www.dc4mf.org/ar/content/-2154>

تاريخ الدخول: ٢٨ / ٥ / ١٤٣٦ هـ، ١٩ / ٣ / ٢٠١٥ م.

- <http://www.acrseg.org/-37937>

تاريخ الدخول: ٤ / ٥ / ٢٠١٥.