Route Educational & Social Science Journal
Volume 5(10) August 2018

Artical History

Received/ Geliş	Accepted/ Kabul	Available Online/yayınlanma
2/7/2018	25/7/2018	1/8/2018

الطفل بين القيم الأسرية ... والقيم الإعلامية)

د. إبراهيم الشمسي الحمادي

قسم الاتصال الجماهيري / جامعة الإمارات العربية المتحدة سابقاَ

الملخص

لم يعد الأطفال موضع اهتمام مجتمعاتهم الأصلية فحسب بل أصبحوا مبعث اهتمام جميع الهيئات الإقليمية والعالمية، ووسائل الإعلام هي كذلك ممن أبدت استعدادها واهتمامها بالطفل.

وتأتي أهمية البحث من إدراك أن هناك ثمة تناقض واضح بين القيم والأخلاق التي يتلقاها الطفل في الأسرة ومن تلك التي يستمدها من وسائل الإعلام، ومن خلال هذه الملاحظة نجد أن الوظيفة التربوية والتعليمية المنوطة بوسائل الإعلام تكاد أن تتلاشى.

وقد تم تحديد أهداف البحث من خلال بعض التساؤلات:

1-ما هي القيم التي تسعى كلاً من الأسرة ووسائل الإعلام إلى غرسها في الطفل ؟

2-هل هناك تناقض بين قيم كلاً منهما ؟

3-أيهما يسود، قيم المجتمع الأصيلة أم القيم الإعلامية ؟ ولماذا ؟

4-متى تكون القيم إيجابية ومتى تكون سلبية ؟

وبما أن الدراسة هي عبارة عن وصف لواقع الصراع القيمي (بين الأسرة والإعلام) تم اختيار المنهج الوصفي ضمن الدراسات المسحية، لأنه منهج الحالة التي يمكن أن نصف فيها القيم التي تغذيها الأسر لأطفالها، والقيم التي تبثها وسائل الإعلام بين أوساط الأطفال.

(child between family values ... and media values)

Dr. Ibrahim Al Shemsi Al Hammadi
Department of Mass Communication Former United Arab Emirates University

Summary

Children are no longer the focus of attention of their communities of origin but have become the concern of all regional and global bodies, and the media are also willing and interested in children.

The importance of research comes from the realization that there is a clear contradiction between the values and ethics that the child receives in the family and from the media. Through this observation, the educational function of the media is almost fading.

The objectives of the research were determined through some questions:

1. What values do the family and the media seek to instill in the child?
2. Is there a contradiction between the values of both?
3. Which of the above prevail, the values of authentic society or media values? And why?
4. When are values positive and when negative?

Since the study is a description of the reality of the value struggle (between the family and the media), the descriptive approach was selected in surveys, because it is a case-by-case approach in which the values fed by families to their children can be divided and the values transmitted by the media among children.

المقدمة

الأطفال اليوم – أين ما كانوا – هم بالتأكيد سيكونون شباب الغد (شباباً وفتيات)، وهؤلاء الشباب هم عدة المستقبل وهم الذين سيحملون قيادة وأمانة ومسؤولية المجتمعات والأوطان، وبناءً على هؤلاء الأطفال تضع الكثير من المجتمعات خططها واستراتيجياتها، ولم يعد الأطفال موضع اهتمام مجتمعاتهم الأصلية فحسب بل أصبحوا مبعث اهتمام جميع الهيئات الإقليمية والعالمية، كما إن إسلامنا الحنيف يهتم بالطفل من قبل الزواج فيأمر الزوج بأن يُجِدّ البحث في اختيار الزوجة الصالحة التي تحسن تربية أطفالها وإعدادهم الإعداد الأمثل لحمل أمانة ومسؤولية بناء المجتمع.

والقنوات الفضائية هي كذلك ممن أبدت استعدادها واهتمامها بالطفل، فها هو الفضاء العالمي يغص بالعديد من القنوات التي تبث على مدار الساعة، وقد استضاف الكثير منا هذه القنوات وجالسوها مع أطفالهم، بل أوكلوها إلهاء وتربية أطفالهم وخاصة عندما يريدون أن يشغلوهم أو يتخلصون من إزعاجاتهم، فهؤلاء فئةٌ من الناس ممن يقللون من الآثار السلبية للقنوات الفضائية – العربية والأجنبية – على الأطفال ويتهمون من يتحدثون عن هذه الآثار بالمبالغة والتخوف، وهناك فئة أخرى ممن يرى غير ذلك ويقولون أن آثار هذه القنوات محسوسة ولم تعد مجالاً للشك.

أهمية البحث

من خلال متابعة معظم الوسائل الإعلام في مختلف دول، مع التركيز على الدول الإسلامية كدول تستمد عقيدتها وقيمها ومبادئها وأخلاقها من الدين الإسلامي الحنيف، فقد تبين للباحث أن هناك ثمة تناقض واضح بين القيم والمبادئ والمفاهيم والأخلاق التي يتلقاها الطفل في الأسرة ومن تلك التي يستمدها من وسائل الإعلام، ومن خلال هذه الملاحظة تولد لدى الباحث إحساس بأن الوظيفة التربوية والتعليمية المنوطة بوسائل الإعلام كإحدى وظائفه الرئيسية تكاد أن تتلاشى أو تتخلى عنها نهائياً.

أهداف البحث

يمكن تحديد أهداف البحث من خلال بعض التساؤلات التي يطرحها الباحث والتي من خلالها تسعى الدراسة للإجابة عليها وهي:

ما هي القيم التي تسعى كلاً من الأسرة ووسائل الإعلام إلى غرسها في الطفل ؟

هل هناك تناقض بين قيم كلاً منهما ؟

أيهما يسود، قيم المجتمع الأصيلة أم القيم الإعلامية ؟ ولماذا ؟

متى تكون القيم إيجابية ومتى تكون سلبية ؟

منهج البحث

وبما أن الدراسة هي عبارة عن وصف لواقع الصراع القيمي (بين الأسرة والإعلام) المعاش حالياً في الدول الإسلامية وقع اختيار الباحث على المنهج الوصفي ضمن الدراسات المسحية، لأنه منهج الحالة التي يمكن أن نصف فيها القيم التي تغذيها الأسر لأطفالها، والقيم التي تبثها وسائل الإعلام بين أوساط الأطفال، اعتماداً على الملاحظة الشخصية أولاً، وثانياً من خلال ما نقرأ في المجلات ونسمع ونشاهد في التلفزيونات والفضائيات المحلية والعالمية من مواد وبرامج وندوات ولقاءات حول الصراع الدائر بين القيم الأسرية والقيم الإعلامية، وأيهما أقدر على كسب ود الطفل " الضحية "، وبما أن الباحث ذو تخصص صحافة فقد تم التركيز على مجلة زهرة الخليج[1] ومجلات أخرى ذات صلة بشؤون الأسرة، بالإضافة إلى متابعة العديد من البرامج والمسلسلات والأفلام العربية والأجنبية المنتشرة في القنوات الفضائية في الدول العربية والإسلامية.

دراسات سابقة

فهذا بول مسن وآخرون يقولون: أن الأطفال في سن مدرسة الحضانة أميل إلى تقليد سلوك النماذج (الأشخاص)، بالإضافة إلى الآباء، مثال ذلك أن الأطفال الذين يشاهدون شخصيات التلفزيون وهم يسلكون سلوكاً عدوانياً قد يقلدون الأفعال العدوانية التي يشاهدونها، كما أن رؤية شخصيات التلفزيون وهم يسلكون سلوكاً فيه مساعدة وتعاون قد تجعل الأطفال أكثر ميلاً إلى المساعدة والتعاون. [2]

وتقول الدكتورة فوزية فهيم وكيلة وزارة الإعلام لشؤون الإذاعة والتلفزيون بجمهورية مصر العربية في بحث لها حول التكامل بين الإعلام والتعليم من أجل تربية الطفل: " يبرز دور وسائل الإعلام في نقل المعرفة والتربية في سن ما قبل المدرسة حتى، قيل إن الجيل الجديد يقوم على تنشئته ثلاثة هم: الأم والأب والتلفزيون، ولهذا فإن ثبات المفاهيم والقيم التي تبثها الوسائل الإعلامية ضروري جداً من الناحية التربوية والتعليمية".[3]

كما أن لازارفيلد وميرتون بَيَّنا في دراستهما عام 1955م أن وسائل الإعلام تعمل على تشجيع بعض أفراد الجمهور على قبول وضع اجتماعي معين، أو تحرّضه على التمرد على وضع قائم، وأن وسائل الإعلام في حرصها على

[1] مجلة زهرة الخليج، مجلة أسبوعية فنية ثقافية عامة، تصدر عن شركة أبوظبي للإعلام.

[2] بول مسن و آخرون، أسس سيكولوجية الطفولة والمراهقة، ترجمة أحمد عبد العزيز سلامة، مكتبة الفلاح، الكويت 1986م، ص 262 .

[3] مروان كجك، آثار الفيديو والتلفزيون على الفرد والمجتمع، مكتبة الكوثر للنشر والتوزيع، الرياض، 1997م، ص90 .

إرضاء قطاع من الجماهير تهبط بالقيم الجمالية والذوق، وعادة ما تكون على حساب النظم الأخلاقية ومنظومة القيم السائدة في المجتمع.[4]

أما الأستاذ إسماعيل الشطي في تعقيبه على دراسة الدكتور فاروق الدسوقي بعنوان " مدى تأثير القيم العربية الإسلامية على برامج الأطفال بدول الخليج "، والتي كانت ضمن بحوث ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، 1982 م، والتي عقدها مكتب التربية العربي لدول الخليج في مدينة الرياض، يقول: " إننا لا نزال مصباً لكل وكالات أنباء العالم، وصحافة العالم، وتلفزيونات العالم، التي تقدم وتصب في أذهان الناس والنساء والشباب والأطفال كرنفالاً كاملاً بمختلف الاتجاهات والتصورات والقيم والمبادئ.[5]

وفي نفس ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، دراسة أخرى بعنوان " الإعلام والرسالة التربوية " للدكتور نور الدين عبد الجواد، لاحظ فيها، أن أكثر ما يُعرض للصغار هو في الغالب برامج لم تُعد لهم أصلاً، وإنما هي برامج ذات طابع أجنبي تحمل بين طياتها العديد من القيم الأجنبية التي تشكل خطراً على أبناء وأسر المنطقة، كما أنها ذات آثارها نفسية سيئة بما تثيره من صراعات نفسية داخل الفرد، وبطبيعة الحال فإن ذلك دالٌ على خطورة إتِّباع ما يُقدم إلينا من برامج ومسلسلات لا تمت لواقعنا بصلة.[6]

وقد أكدت هذا المعنى الجلي الواضح، إحدى الدراسات الوصفية التحليلية بعنوان (القِيَم في المسلسلات التلفازية دراسة تحليلية وصفية مُقارَنة لعَيِّنة من المسلسلات التلفازية العربية، للكاتب مساعد بن عبد الله المحيَّا)[7]؛ حيثُ قامَ بدراسة بعض المسلسلات العربية باختيار عينات عشوائية لكلٍ من المسلسلات المصرية والأردنية والكويتية الخليجية، وهنا أقتبس منها بعضَ النتائج المتعلقة بالمسلسلات الخليجية:

1- أما من حيث إيجابيةِ المواد المعروضة وسلبيتها بالنسبةِ لقيمنا العربية والإسلامية فجاءت على هذا النحو:

* الموضوعات الاجتماعية الإيجابية .%25,74
* الموضوعات الخُلُقية السلبية .%20
* الموضوعات الاجتماعية السلبية .%18,96
* الموضوعات الخُلُقية الإيجابية %7,30

* بينما جاءت الموضوعات الثقافية والعبادية والعلمية الإيجابية منها في مراتب متأخرة وبنسبٍ ضئيلة جداً لا تتفق مع ما ينبغي أن تحظى به هذه الموضوعات في تلك المسلسلات من اهتمام!.

[4] محمد عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام ... دراسة في النظريات والأساليب، الطبعة الثانية، مكتبة العبيكان، الرياض، 1998، ص 10.

[5] فاروق الدسوقي، " مدى تأثير القيم الإسلامية على برامج الأطفال بدول الخليج "، ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، 1985 م، ص 105.

[6] عبد التواب يوسف أحمد " مدى تأثير القيم العربية الإسلامية على برامج الأطفال بدول الخليج "، ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، 1985 م، ص 204.

[7] ميرفت عبدالجبار، تواصل، تشويه صورة المرأة الخليجية في المسلسلات الدرامية، 1434 هـ، 10 رمضان، مركز باحثات لدراسات المرأة، www.bahethat.com.

2- وأما الدوافع من وراءِ إنتاج تلك المسلسلات؛ فقد جاء الدافع الأخلاقي السلبي السيئ غالباً في مُقدِّمة أنواع الدوافع بالنسبة للمسلسلات الخليجية إذ بلغت نسبته 35,90%. وهي نسبة تُنذِرُ بشرٍ مستطير.

القيم

في عصرنا الحالي لم تعد الأسرة هي الأساس الوحيد لإكساب الأطفال (القيم والأخلاق والتقاليد و....)، خاصة بعد أن توسط التلفزيون أفراد الأسرة يبث فيهم من القيم ما قد يتفق مع ما تؤمن به مجتمعاتنا، أو ما قد تختلف معه، فسنوات ما قبل المدرسة لها من الأهمية ما لها، لأن الأطفال خلال هذه السنوات تبدأ عندهم نشأة الضمير، ذلك أن الأطفال عن طريق تقمص الوالدين ومحاولة تقليدهما والتشبه بهما، يكتسبون ما عند الوالدين من قيم واتجاهات ومعايير للسلوك، فيتعلمون الطيب أو (الحلال)، والخبيث أو (الحرام)، ثم يطبق الأطفال هذه المعايير على سلوكهم الخاص، فيشعرون بالإثم والقلق إذا هم لم يتبعوه، وحقيقة الأمر أنهم يكتسبون جهازاً داخلياً أو ذاتياً للمتابعة يحكم على سلوكهم وينظمه.[8]

تعريف القيم

يُعَرِّف الدكتور فاروق أحمد الدسوقي القيم بأنها " موجهات السلوك وضوابطه وهي حارس الأنظمة وحامية البناء الاجتماعي فخطرها في حياة المجتمعات عظيم " [9]، وفي دراسة للأستاذ عبد التواب يوسف أحمد يرى أن القيمة "هي كل صفة ذات أهمية، لاعتبارات نفسية أو اجتماعية أو أخلاقية أو جمالية، وتتسم بصفة الجماعية في الاستخدام، وهي موجهات السلوك أو العمل ".[10]

وترى الدكتورة فوزية دياب أن القيمة هي " الحكم الذي يصدره الإنسان على شيء ما مهتدياً بمجموعة المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع الذي يعيش فيه والذي يحدد المرغوب فيه والمرغوب عنه من السلوك."[11] ويعرف Hwight " القيمة " أنها مصطلح ينطوي على الأهداف ومعايير الحكم " ، فالصدق قيمة من حيث هو هدف يطمح إليه الإنسان ومعيار يحكم في ضوئه على أقوال وأفعال الناس ، أما Dodd فيقول : " القيمة هي المرغوبات المؤثرة في اختيار الحكم ".[12]

وأما من الناحية الإسلامية فيمكن أن نُعَرِّف مصطلح القيم الإسلامية بأنها : " هي الأحكام التي يصدرها المرء على أي شيء مهتدياً في ذلك بقواعد ومبادئ مستمدة من القرآن والسنة وما تفرع منهما من مصادر التشريع الإسلامي أو تحتويها هذه المصادر وتكون موجهة إلى الناس عامة ليتخذوها معايير للحكم على كل قول أو فعل ولها في الوقت نفسه قوة وتأثير عليهم "[13].

---

[8] بول مسن، المرجع السابق، ص 292.

[9] فاروق الدسوقي، المرجع السابق، ص 320.

[10] عبدالتواب أحمد، المرجع السابق، ص 375.

[11] فوزية دياب، القيم والعادات الإجتماعية بحث ميداني لبعض العادات الإجتماعية، دار النهضة العربية، مصر، 1990م، ص 52.

[12] أنطون رحمة، "وسائل الإعلام وأثرها على القيم التربوية في المجتمع العربي المعاصر"، وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاص، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1992م، ص 114.

[13] مساعد بن عبدالله المحيّا، القيم في المسلسلات التلفازية، دار العاصمة، الرياض، 1414 هـ، ص 80.

وبناءً على ذلك فيمكننا أن ننظر إلى قيمة أمر من الأمور في جانبها الإيجابي ومن حيث هي درجة في سلم المثل وأن نعطي الأمر وزنا جيداً أو أجود أو أكثر من ذلك ، كذلك يمكن أن ننظر إليها في جانبها السلبي ومن حيث هي درجة في سلم السلبيات غير المرغوبة ونعطيها وزناً سيئاً أو أسوء.

من خصائص القيم

وتذكر الدكتورة نوال محمد عمر في دراستها عدداً من خصائص تلك القيم باختصار [14]:

تتصف بأنها أساليب وقوالب وأوضاع التفكير والعمل الإنساني .

تلقائية .

وفردية واجتماعية .

وموضوعية .

ومنتشرة .

وعمومية .

ومترابطة.

تاريخية وثقافية.

أنها ذات إلزام جمعي.

ثبات وتغير القيم

" أما عن ثبات القيم وتغيرها فإن للباحثين اتجاهات مختلفة يمكن إجمالها في اتجاهين رئيسيين هما:

منهم من يرى أن القيم ثابتة وعامة، مطلقة يشترك فيها الأفراد عامة في كل زمان ومكان، وأنها لا تتغير ولا تتبدل باختلاف الناس والأحوال والأزمان، واتجاه آخر يرى أن القيم سببية متغيرة بتغير المجتمع وما يطرأ عليه من تعديل في الاتجاهات والعادات وأنماط السلوك.

إلاّ أن درجة هذا التغير تختلف من قيمة إلى أخرى حيث أن من القيم ما يعمم انتشاره في المجتمع كله ومنها ما ينتشر بين بعض الفئات بدرجة أكبر مما تتمسك به غيرها، ومنها ما يقاوم التغيير رغم عوامل التطور الكبيرة التي يتعرض لها المجتمع، ومنها ما يسهل تغييره إذا اقتضت ظروف الحياة ذلك، فعلى سبيل المثال قد تتخلى جماعة عن بعض القيم نتيجة عوامل مختلفة مثل الاحتكاك بثقافات أخرى في حين أنها تحتفظ بغيرها من القيم الموجودة في المجتمع،[15] وفي ظل تعدد القنوات الإعلامية واختلاف توجهاتها وأيديولوجياتها يجعل التحكُّمَ في القيم أمراً صعباً وعسيراً، مما يساهم في هدم القيم الجميلة.

نظريات التأثير في الوسائل الإعلامية

1- نظرية التأثير على المدى الطويل (النظرية التراكمية)

[14] نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسر الريفية والحضرية، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1984، ص 171.

[15] مساعد بن عبدالله المحيًا، المرجع السابق، ص 42.

وتؤكد هذه النظرية على أن تأثير ما تعرضه وسائل الإعلام المتنوعة في دراستنا هذه يحتاج إلى فترة طويلة حتى تظهر آثاره على الأفراد من خلال تراكمات إعلامية عديدة تؤيدها معتقدات ومواقف وسلوكيات مختلفة ، وإن استمرار تعرض أفراد الأسرة لمواد هذه الوسائل الإعلامية مقرؤة كانت أم مسموعة أو مشاهدة وما تحمله من أفكار جديدة وقيم مغايرة وأساليب حياتية غير التي اعتادوا عليها، قد تؤدي بهم إلى تَبَنّي بعض تلك الأفكار أو القيم .[16]

وقد أثبتت بعض الدراسات أن مشاهدة بعض المسلسلات أو الإطلاع المبكر وقراءة المجلات النسائية ذات الصور المثيرة والعبارات المهيجة قد تكون الشرارة الأولى المسببة للانحرافات القيمية والأخلاقية لأفراد الأسرة فيما بعد ، ولقد انتهت الدراسات إلى أن تصعيد درجة التهيج ، مهما كان نوع هذا التهيج من – لقطات أو صوراً أو عباراتٍ – ، تمهد للانحراف خاصة إذا ما كانت إشارات البيئة مساعدة على ذلك، مع الإشارة إلى أنه ينبغي أن يقاس بمدى متانة الفرد الأخلاقية .[17]

2- نظرية التطعيم والتلقيح

وهذه النظرية تعني أن الجرعات الإعلامية المتواصلة وبأساليبها المختلفة بما تحمل من قيم ومفاهيم جديدة تشبه بفكرتها هذه ؛ تلك الأدوية والأمصال التي تُحْقَنُ بها للحصول على مناعة ضد مرض ما، فاستمرار تدفق المعلومات من خلال وسائل الإعلام المتعددة والمختلفة ، يولد لدينا نوع من ألاّ مبالاة تجاه هذه الأمور وعدم الاكتراث لحصولها في الأسرة أو المجتمع .[18]

وهذا ما هو مؤكد ومشاهد في مجتمعنا المحلي ومجتمعاتنا العربية ، حتى تبلد الإحساس في نفوسنا وقلوبنا ، فلم نعد نرى أن التمهيد للانحرافات القيمية والأخلاقية والسلوكية كجرائم الاغتصاب أو الاختطاف أو الزنى على أنه خطأ ومنافي لقيمنا العربية الإسلامية لأن وسائل الإعلام علمتنا أن "السفور "، والعلاقة غير المشروعة بين الشاب والشابة ، وعبارات " Boyfriend " و" Girlfriend " من خلال وسائل الإعلام أمور عادية، ليس لديننا وعاداتنا وقيمنا ومبادئنا أي اعتراض على ذلك .

3- نظرية تدعيم السلوك

يقوم الافتراض الأساسي لهذه النظرية على أساس أن العبارات والصور التي تبرزها وسائل الإعلام، فإنها من الممكن أن تدعم حالة السلوك المنحرف لدى بعض أفراد الأسرة أثناء تعرضهم لصفحات المجلات أو مشاهدتهم لبعض البرامج والمسلسلات والأفلام التلفزيونية، والتي يمكن أن تحدثها الوسائل الإعلامية من خلال ما تتبناه من العبارات أو الصور المولدة للقيم الجديدة .

[16] محمد عبدالرحمن الحضيف، المرجع السابق، ص 18.

[17] زكي الجابر ، التلفزيون وإقبال المشاهدين ... مسائل وحلول ، الدورية المغربية لبحوث الإتصال ، اكتوبر نوفمبر ديسمبر 1983، ص 203 .

[18] محمد عبدالرحمن الحضيف، المرجع السابق، ص 19.

وإنه من المحتمل أن يدرك الأفراد ذوي الاتجاهات المنحرفة على نحو اختياري عبارات أو أعمال الشخصيات التي تبرزهم وسائل الإعلام على أنهم " قدوات " بشكل يؤيد ويدعم مبادئهم واتجاهاتهم ، وهكذا فإن تأثير هذه الوسائل وما تحمله من عبارات وإشارات تعتبر الخطوات الأولى للانحرافات القيمية والأخلاقية والسلوكية لدى أفراد الأسرة [19].

أما الأطفال – ومن هم في سن المراهقة بوجه خاص – من الجائز ألا يكونوا قد أسسوا لأنفسهم دليلا يوجههم ويرشدهم حول الخوض في مجالات الانحرافات القيمية والإفساد الأخلاقي والسلوكي والمؤدية إلى ارتكاب بعض الأخطاء والجرائم ولو بعد حين ، وهنا فإن ما تعرضه وسائل الإعلام من تساهل في المبادئ أو خروج على قيم الأسرة والمجتمع ، يمكن أن يملأ هذا الفراغ في حياة الأطفال والمراهقين إلى الحد الذي تصبح فيه عبارات ومعتقدات وأعمال الأشخاص الفاسدة التي تبرزها هذه الوسائل مرشداً وموجهاً لسلوكهم الشخصي ولو بعد حين.

4- نظرية الاستزراع

ويقوم الافتراض الأساسي لهذه النظرية على أن العالم الرمزي لوسائل الإعلام يشكل إدراك الجمهور وتصوره للعالم الواقعي، وأن بيئة التلفزيون الرمزية وغيره من وسائل الإعلام كالمجلات كذلك، وكما جاء في العديد من دراسات تحليل المضمون ، أنها بيئة سيئة دنيئة يسودها العنف والإجرام بشتى أنواعهما ، وقد جاءت الوسائل الإعلامية لتؤكد البيئة الرمزية لدى الناشئة والمراهقين من الجنسين في معظم الأسر [20]، لأنه بالإمكان الاحتفاظ بالمجلة والاطلاع عليها عدة مرات، وكذلك بالإمكان إعادة عرض المسلسلات والأفلام من خلال الإنترنت، بل أصبح الكثير من الشباب والفتيات من يعلق رموز الإجرام والفساد في غرف النوم مما تؤكد المعلومة في أذهانهم ، فتكون هي القدوة والمثل الأعلى .

وعلى سبيل المثال فإن المبادئ والاتجاهات لدى القراء والمشاهدين من المتوقع أن توجه إدراكهم للاحتفاظ بقصاصات المجلة أو مواقع الإنترنت التي تمجد أو ترفع من شأن شخصية يحبها الشباب مع أنها شخصية معروفة بفسادها القانوني والأخلاقي والقيمي على المستوى العالمي والإعلامي .

5- نظرية المزاج (تأثير الحوافز أو المثيرات)

والافتراض الأساسي لهذه النظرية هو أن التعرض لحافز أو مثير من شأنه أن يعمل على الإثارة السيكولوجية والعاطفية كما يحفز الفرد إما سلبا أ و إيجابا ، ففي الحالة السلبية سوف تزيد من احتمالات قيام الفرد بسلوك سلبي.[21]

وطبقا لذلك فإن ما تنطوي عليه كثير من صفحات المجلات وبرامج التلفزيونات بما تحمله من أخبار بعض "الفنانين" ذوي الشذوذ المتنوع مما ينظر إليهم كقدوات، والقصص الرومانسية الغرامية الخيالية منها أو" الواقعية " وما تحمله من معانٍ جنسية وكلمات عاطفية ماجنة ، بعيدة كل البعد عن قيم وعادات مجتمعاتنا المسلمة ، فهذه لا تؤدى إلى تحفيز بعض أفراد الأسر نفسيا وعاطفيا فحسب ، بل إنها أيضا تهيئ لديهم شعورا بإمكانية الاستجابة والاستعداد لتقبل القيم الدخيلة نتيجة لما ما شاهدوه أو طالعوه في وسائل الإعلام.

---

[19] Joseph Clapper, The Effects of Mass communication, New York, Free Press, 1960, p 102.

[20] حمدي حسن، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 139 .

[21] Leonard Berkowitz, Aggression: A Social Psychological Analysis, New York, McGraw-Hill, 1962, p82 .

طرق تأثير الرسالة الإعلامية في ترسيخ القيم

لقد أصبح تأثير الرسالة الإعلامية لا يتم بطريقة تلقائية ساذجة ، بل أن هناك عوامل ومتغيرات تتدخل هي أيضا كالبيئة ، والمحيط الاجتماعي ، وأمور أخرى نفسية وشخصية ، نذكر منها ما يلي:

1- تكرار عرض الرسالة الإعلامية

يتأثر الإنسان بداهة بالمعلومات الرسائل الإعلامية من خلال عملية (اكتساب المعلومات) المرتبطة بسلوك إنساني آخر يسمى (الانتباه الاختياري)، بمعنى أن الفرد هو الذي يختار طواعية التعرض لمعلومة ما دون غيرها ، هذا السلوك – الانتباه الاختياري – يؤثر فيه عوامل كثيرة منها التكرار، أي إن تعرض الإنسان المستمر ولعدة مرات لرسالة إعلامية تجعله يختارها ويركز الانتباه إليها، ومن ثم يتأثر بها.

فتكرار الرسالة الإعلامية مهما كان مضمونها يثير لدى المتلقي عناصر الانتباه ، ومتى ما استقرت في الذاكرة فإن التفاعل معها والتأثر بها سلبا أو إيجابا إنما يصبح أمرا تلقائياً، و قد ثبت من خلال دراسات كثيرة أن الفرد يتأثر بما تعرضه وسائل الإعلام من خلال التعرض المنتظم لرسائل إعلامية معينة [22].

نموذج (" حرارة " التلفون ولا " برد " الوحدة ..."

عبر أسلاك الهاتف تؤسس الفتيات " خطا ساخنا " لا يعرف الصمت ، يتناقلن عبره الحكايات والأسرار وما تيسر من النميمة فضلا عن أخبار الموضة والفنانين بل وقد يمارسن النقد السينمائي الجاد !!.. التلفون في حياة البنات وسيلة للانطلاق وكسر القيود ، ومن خلال حرارته ينجحن في التخلص من برد الوحدة ... " [23])

2- طريقة عرض الرسالة الإعلامية. [24]

مع التطور الهائل لوسائل الإعلام ، و دخولها مجال التقنية تضاعف مرات عديدة التأثير الذي تحدثه تلك الوسائل في الجماهير . لم يعد الفرد يتعامل مع الرسالة الإعلامية مجردة وبشكل مباشر ، بل صارت تأتيه محفوفة بكثير من المؤثرات النفسية والسمعية والبصرية ، وصار الإخراج (طريقة العرض) فناً قائماً بذاته.

ففي التلفزيون والمجلات وُظِّفت الصورة والصوت والألوان والحجم والخطوط والرسوم التوضيحية والخلفية المضللة ، ووقت العرض ومكان النشر لدعم عنصر التأثير في الرسالة الإعلامية ، حيث لم تعد الرسالة الإعلامية تأتي للفرد بريئة ومباشرة ، بل ضمن حشد ضخم من المؤثرات التي تستهدف عقله وبصره وعواطفه فتحرك كوامن نفسه وكوامن غريزته.

3- صياغة الرسالة الإعلامية.

تمثل صياغة الرسالة عاملا آخر من العوامل التي تسهم في تأثير الرسالة الإعلامية في الجمهور . وإذا كان العامل السابق طريقة عرض الرسالة الإعلامية يتعامل مع الحس ، فإن هذا العامل – صياغة الرسالة– يخاطب العقل والفكر والخيال ، والصياغة هي القالب الذي تصاغ فيه أفكار الرسالة بطريقة منظمة من خلال الاستخدام الذكي للغة والترتيب المنطقي للوقائع والأحداث [25].

[22] محمد عبدالرحمن الحضيف، المرجع السابق، ص 54.

[23] مجلة زهرة الخليج ، العدد 903 ، 1996/7/13 ، تحت العشرين ، صفحة 46.

[24] محمد عبدالرحمن الحضيف، المرجع السابق، ص 57.

[25] نفس المرجع السابق، ص 57.

نموذج (" صيف للذكرى .... لن أكون بعد اليوم المرأة الكئيبة المنفرة التي تثير الشفقة ... عدت محملة بالأثواب والأحذية والاكسسوارات ... ماذا كان يمنعني من قبل عن فعل ذلك وحقيبتي مليئة دائما ... وزوجي لا يرفض لي أبدا مطلبا ؟ ... حتى المايوهات ... اشتريت منها مجموعة رائعة ... شكري لم يكن يمانع في نزولي البحر معه ومع الأولاد ... أنا التي كنت أرفض ... مغفلة بدون شك !!

أخذت موعدا مع الكوافير في الفندق ... قلت له أفعل بشعري ماتراه يليق بوجهي ... القَصَّة (الكاريه) جعلتني أبدو أصغر حتى من حقيقة عمري ..... صباح اليوم التالي قصدت الشاطئ وفي قلبي خفقات ، وفي روحي نشوة ... كنت أشبه بالطفل تسعده أولى خطواته ... كنت مثله متعثرة ، لكن نظرات الإعجاب من حولي منحتني بعض الثقة ... قررت أن ألقي بنفسي بين أحضان الموج .. ولم لا ؟ .. في صباي كنت أجيد السباحة ... في لمح البصر كنت أضرب الموج بذراعي في فرحة ... استخفتني الفرحة ... توغلت وسط الأمواج .. تجاوزت الحدود الآمنة ، فجأة سمعت صوتا يهتف : مهلا يا آنسة .. ارجعي وإلا غرقت .. اضطربت .. خيل إلي أنني بالفعل أوشك على الغرق .. في الحال شعرت بساعد قوي يمسك بي .. وقال صاحب الصوت العميق : لا تخافي سنسبح معا حتى الشاطئ ، تركت له قيادي حتى وصلنا إلى الشاطئ ، جلست مرتجفة ورأسي بين يدي ... ثم رفعت عيني لألتقي بعيني الشاب الذي أنقذني ... وجدتني أتأمله بإمعان ... شعرت كأنني أعرفه ، وجهه مألوف ... نظراته تجذب الروح ... ولمحت نظرة في عينيه اهتز لها كياني كله ذلك الكيان الذي تصورت أنه تجمد منذ أمد بعيد ..... اسمه أحمد .

التقينا في اليوم التالي ... وفي كل يوم بعد ذلك ... كان الآخر نزيلا في الفندق ... أحسست لأول مرة بأنني أعيش عمري ... بأنني أتصرف بوحي من رغباتي وليس بدافع من إرادة الآخرين ... وكان أحمد صورة أحلام مراهقتي .... كان الرجل الذي تمنيت أن أكون له ...

كان صيفا لا ينسى ... أحسست بأني أعيش .. أنبض .. أتجاوب مع فوارق الشباب .. لقد أحبني أحمد ... أحببته أنا الأخرى ، ولم أشعر بأنني بهذا الحب أخون عهدا ، فقد أحببته بقلب الفتاة التي مات قلبها منذ عشر سنوات ... وأصبحت أقرب من مكالمات زوجي وأضيق بها ....) [26]

الرسالة الإعلامية بفكرتها هذه وبمضمونها الذي لم تصرح به ربما أدت إلى نتائج عكسية لو قدمت صريحة ومباشرة للقارئ أو للمشاهد وربما تُنتقد من قبل الأفراد الواعين في الأسرة ، لكن من خلال تقديمها بهذا الإيقاع المثير وبتلك الصياغة الذكية فإنه بإمكانها أن تُحدث الأثر المطلوب . فالرسالة الإعلامية من خلال هذا الأسلوب توهم الجمهور أنها لا تدعوهم لفعل ما فعلته صاحبة القصة ، وسائل الإعلام هنا قد لا يكون دورها دفع الفرد إلى القيام بتمرد على قيم الأسرة والمجتمع، وإنما مثلت مرجعية لذلك الفرد في نوع الخروج على قيم ومبادئ المجتمع، وكيف يقوم به ، وربما كيف يفلت من عواقبه.[27]

بالإضافة إلى ذلك فأن التعرض المستمر للمواد الإعلامية التي تُقَدَّم فيها المرأة وهي الركن الأساسي في الأسرة كهدف لاستثارة الإيحاءات الجنسية ، ولو بشكل غير مباشر مثل وضع صورة المرأة الجميلة على غلاف المجلة أو

[26] مجلة زهرة الخليج ، العدد 898 ، السنة الثامنة عشرة ، 1996/6/8، شيء من الواقع ، ص 58 .

[27] محمد عبدالرحمن الحضيف، المرجع السابق، ص 58.

استخدامها في إعلانات التلفزيون والمجلات ، يقود إلى احتقار المرأة – الأم والأخت والزوجة والبنت – والنظر إليها بشيء من الدونية حيث أن ما يقدم هو الجسد و ليس الفكر أو الإنتاج . بالإضافة إلى ذلك فأن التعرض المستمر لكل ما يتسبب في حدوث الإثارة الجنسية قد يؤدي إلى نشوء موقف متسامح تجاه الرذيلة والفساد .

فالفرد الذي يجد أنه قد استثير جنسيا مرة ثم مرة بل مرات عديدة، يصبح أكثر قبولاً وأكثر تسامحاً مع الفساد الأخلاقي ، لأنه يعتقد أنه في النهاية سيوفر له فرصة يشبع فيها رغبته وغريزته التي تحركت بسبب تعرضه لتلك الصور والمشاهد المثيرة جنسيا .

ولذا فيؤكد الباحث على مسئولية أجهزة الإعلام في دولنا الإسلامية والعربية والتي تعتبر في نظره المدرسة الحقيقية للأجيال وعليها ، مع غيرها طبعاً ، تُلقى مسؤوليةً كبيرةً وتبعاتٍ جسام، بحيث تساهم هذه الوسائل في التنشئة الاجتماعية لكل أفراد الأسرة بكل ما من شأنه في بذر الحبات القويمة التي لا بديل عنها ، وفي حالة العدم فنحن في غنىً عن مثل ما يعرض حاليا في وسائل إعلامنا من مشاهد وصور شبه عارية ، أو عبارات تحمل بعض المعاني الجنسية التي لا جدوى منها ولا نفع ، فلماذا يقع اختيارنا على القصص التي تتوالد من خلالها الانحرافات والممارسات الخاطئة التي تقود إلى الوحل والهبوط المبين ؟، ونحن عندما نتوجه بالنقد لوسائل الإعلام لا نسدد في توجيهنا إصبع الاتهام لوسيلة دون أخرى.

ومن هنا فإن الدراسة التي بين أيادينا وإن كانت قد استعرضت لبعض جوانب السلب في وسائل إعلامنا، فإن هذا لا يحول دون الوقوف احتراماً أمام العديد من المواد الجادة في محاولة منها للنهوض بمجتمعاتنا الفتية إلى أفضل المستويات .

بعض النتائج المستخلصة

يستقي أطفالنا بل معظم الأفراد في مجتمعاتنا العربية الإسلامية قيمهم وعاداتهم مما توارثوه عن أجدادهم العرب المسلمون، ومما رباهم عليه دينهم الحنيف، وهكذا يحرص كل مجتمع على أن ينشئ أطفاله في إطار مجموعة القيم والمبادئ والأخلاق التي ارتضاها، لأنها تشكل سياجاً حافظاً لأفراد المجتمع يمنعهم من الزلل.

لكن من خلال البحث يتضح للباحث الكثير من التناقض بين القِيَم التي تغذيها الأسرة لأبنائها والقيم الإعلامِية التي تغزو عقولهم ونفوسهم، فمع تعرض أطفالنا لوسائل الإعلام المقرؤة منها والمشاهدة وما تحمله من قيم وأنماط حياتية جديدة، أخذت هذه الأخيرة تعمل على التشكيك في القيم والمبادئ الفاضلة الأصيلة، قيم الأسرة والمجتمع العربي المسلم، واستبدلتها بقيم ومبادئ وأنماط حياتية إعلامية جديدة تحت شعارات ودعاوى مختلفة كالحرية والمساواة والتقدم، (" عشت وهماً .... "

" مرت السنوات ... أصبح لي ابن وابنة ... وفيلا فاخرة .. وسيارة خاصة دائما أحدث الموديلات ... وصداقات وسهرات ورحلات ... لكنني دائماً ظللت وفيةً لحبي الأول ... ما نسيته قط ... عشته في أحلامي ... وكنت أستمد من شعلته في أعماقي الشجاعة على احتمال واقع خلا من وجود من عاهدته على ألا يكون قلبي لغيره أبدا ") [28]. ولاقت تلك الشعارات من يؤيدها ويدعمها خاصة من بيدهم مسؤولية وسائل الإعلام في معظم الدول

[28] مجلة زهرة الخليج ، العدد 751 ، السنة الخامسة عشرة ، 1993/8/14 ، شيء من الواقع ، ص 40 .

العربية الإسلامية، وهذه بعض النتائج وهي غيض من فيض ربما باحثون آخرون يعملون على كشفها وتبيان آثارها السيئة للناس عامة:

- الإسهاب في الشتائم والألفاظ البذيئة:

على مستوى عالمنا الإسلامي ارتفعت الظاهرة بشكل لافت في المسلسلات الخليجيّة والعربية والتركية، وذلك عبر الشتائم والألفاظ البذيئة والعبارات الصلفة التي تتفوّه بها شخصيّات المسلسلات، وهناك من يسوّغ شيوع الألفاظ البذيئة والكلمات النابية في الأعمال الدراميّة وبعض البرامج التلفزيونيّة بأنّ ذلك انعكاس لواقع ولغة الشارع، هذه الفكرة أصبح أكثر العاملين في وسائل الإعلام يردّدونها بدون استحياء كأنّها وحي منزّل.[29]

- عقوق الوالدين:

يقول الدكتور عبدالله الشعلان أن الانفتاح غير المنضبط على وسائل الإعلام المقرؤة والمرئية عمل على إستيراد نماذج من القيم والأخلاق والسلوكيات التي لا تتفق مع ثقافة وقيم المجتمعات المحافظة، فلم يعد معيار القبول والرفض والخطأ والصواب واضحاً لدى الأبناء[30]، ففي كثير من الأفلام والمسلسلات الخليجية والعربية والأجنبية نرى أن الأبناء يرفعون أصواتهم على آباءهم بل يصلون إلى مرحلة الإهانة والتهديد، (شاهد مسلسل الخراز)[31]

- عدم احترام المدرس:

وخاصة مدرسي التربية الإسلامية من خلال المسرحيات والمسلسلات التلفزيونية، حيث تقول الدكتورة أماني أنه تم إجراء بحث على عينة من الأطفال من سن 11-14، فكانت إجابة معظمهم أنهم يحبون تقليد البطل بل يرغبون أن يتصفون بصفاته ويريدون تقليد أقواله وأفعاله، فكانت مسرحية مدرسة المشاغبين لفترة طويلة شاهداً على تردي أخلاق طلاب المدارس وانحراف سلوكياتهم في كثير من الدول العربية، ولم تعد للمدرس مكانته التي نادت بها سنة رسولنا محمد صلى الله عليه وسلم في حديث أبي أمامة رضي الله عنه في صحيح الترمذي عن النبي صلى الله عليه وسلم قال: (إن الله وملائكته وأهل السموات والأرض، حتى النملة في جحرها وحتى الحوت في جوف البحر ليصلون على معلم الناس الخير) والتي قالها كذلك أمير الشعراء: " قم للمعلم ووَفِّهِ التبجيلا ... كاد المعلم أن يكون رسولا "[32] .

- قتل العفة والحياء في نفوس النشء:[33]

تعرض الكثير من القنوات التلفزيونية في الدول العربية والإسلامية مشاهد ومقاطع محرَّمة شرعًا وعقلاً في الفيلم أو المسلسل، أو المجلات التي تتجسد فيها المرأةُ وهي شِبه عارية، وفي حجرة النوم، وتجلس أو تنام بجوار رجلٍ غريب،

---

[29] باسل النيرب، الدراما والألفاظ البذئة، موقع إشراقات ishrakat.com، تحقيقات، 9 غسطس 2017م.

[30] ريم سليمان، عقوق الوالدين .. حالات مؤلمة وتفكك أسري وانهيار أخلاقي يتزايد، صحيفة سبق الإلكترونية https.//mobile.sabq.org، تحقيقات، 13 فبراير 2015م.

[31] مسلسل الخراز، الحلقة 20،عرض قناة دبي الفضائة، إنتاج مؤسسة الفهد للإنتاج الفني، أغسطس 2007م.

[32] منى لطفي، حوار مع الدكتورة أماني زكريا، كيف نربي أبنائنا في زمن الانفتاح الإعلامي، موقع الحوار اليوم، الأثنين 18 يوليو 2011م.

[33] عاطف عبدالمعز الفيومي، طريق الإسلام islamway.net، 16يناير 2015م

ويفعل معها كل حرام، مما لا يكون إلا بين الرجُلِ وزوجته في الحلال الطاهر، وتتكرر تلكم المشاهدُ والمقاطع عشَرات المرات، وبصور مختلفة، على أعين الأجيالِ والشباب في جُلِّ وسائل الإعلام، في الليل والنهار.

والغريب والمريب في أمر وسائل الإعلام أننا نراها كثيرًا ما تتلاعب بالألفاظ الشرعية، فلا يقولون إنه فعل الزنا أو الفاحشة، إنما يسمُّونه "ممارسة الجنس"، وهذا عبث ومكْر خطير، على الدِّين والمجتمع والقِيَم والأخلاق، فمن قيمنا الأصيلة القائمة على إسلامنا لم يتعلم أطفالنا في أسرنا الخليجية العربية الإسلامية الصداقة بين الجنسين، وإن كانت هناك صداقة فهي قائمة على الزواج بين الجنسين على سنة الله ورسوله، فالزوج في هذه الحالة فقط صديق لزوجته، ليس هناك من صديقة للزوج في العمل أو النادي، وكذلك ليس هناك من صديق للأم أو للأخت أو للزوجة أو للبنت في أي مكان حتى ولو كان ابن عمٍ لها أو ابن خال.

إلاّ إن إعلامنا " الفاضل ! " بمختلف وسائله قد بين ولا يزال يحاول أن يُثبت أن هذه الصداقة لا شيء فيها إن كانت بريئة، وما هي إلاّ زمالة، ضارباً بما جاء في القرآن والسنة النبوية عرض الحائط، فأفلام قنواتنا التلفزيونية الفضائية العربية في البلاد الإسلامية، والمجلات النسائية والشبابية الصادرة فيها خير شاهد على ذلك.

نموذج (" الغزل على الطريقة اللبنانية ..... تلطيش البنات لايفسد للود قضية "

" معاكسة الفتيات أو التلطيش في اللهجة اللبنانية ، ظاهرة مألوفة طالما ازدهرت في شوارع بيروت وأسواقها ومنتزهاتها ..... وتروي إحدى الفتيات أنها تعرضت إلى مثل هذا النوع من " التلطيش " بينما كانت تسير على أحد الطرق وواجهت شابا من المارة واقفا مشدوها بنظراته إليها وعندما أصبحت بمقربة منه قال لها " بس لو كنت أطول شوية " ..... " وعلى الرغم من هذا الموقف الرافض للتحرش تلين " رنا " في الحديث عن أنواع أخرى يستخدمها الشباب ، وتقول أنها غالبا ما تضحك عندما يفاجئها أحدهم بعبارة صغيرة ومختصرة تفيد بأنها جميلة .... وتزداد " رنا " ليونة في كلامها عن " التلطيش " إذا كان الشاب صاحب هذه العبارة المختصرة جميلا وطويلا وأسمرا وجذابا .) [34]

نموذج (" ... لكن منذ خطبتك بدأت الصورة تهتز ... ثم كان هذا العجز المفاجئ ليلة الزفاف ... لا لم أكن من قبل عاجزا .. أنا رجل سافرت كثيرا إلى الخارج .. عرفت نساء .. جربت .. " [35].)

- العنف:

يعلمنا ديننا الحنيف أخلاق حميدة فاضلة، كالسلام والمحبة والحلم والبعد عن العنف والغضب، إلاّ وسائل الإعلام تغرس في أذهان الأطفال منذ نعومة أظفارهم معاني وقيم وسلوكيات في معظمها أقرب إلى العنف والتدمير والخراب، وتقول الدكتورة أمل دكاك أن المشاهدة المتكررة لمشاهد العنف في البرامج التلفزيونية لها تأثير طويل المدى على الطفل، وربما صارت له صفة ملازمة لا يستطيع التخلي عنها[36]، مما جعل بعض أساتذة الإعلام يقول: " إذا كان السجن هو

[34] مجلة زهرة الخليج ، العدد 909 ، السنة الثامنة عشرة ، 1996/8/24 ، رسالة بيروت ، ص 54.

[35] مجلة زهرة الخليج ، العدد 700 ، السنة الرابعة عشرة ، 1992/8/22 ، شيء من الواقع ، صفحة 33.

[36] أمل دكاك، الإعلام العلمي والجمهور، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1994م، وسائل الاتصال الجماهيري والتنشئة العلمية للطفل العربي، ص 151.

المدرسة الإعدادية للجريمة، فإن التلفزيون هو المدرسة الثانوية لها، هذا إن لم يكن جامعة الجريمة أيضا، ومعنى ذلك أن وسائل الإعلام قد تقوي من الرغبات المنحرفة والميول المريضة بين الأطفال والمراهقين والشباب[37].

نموذج (*إنه انتقام امرأة ".....

أرادت زوجة انتزاع اعتراف من زوجها بأنه غير وفي ، ولتحقيق مآربها رشت مسحوقا يسبب الحكة على ملابس الزوج الداخلية).[38]

- تمجيد الشخصيات الغير سوية:

تبدو نزعة التقليد والمحاكاة جلية تماماً لدى الأطفال، ولذلك نرى في الطفل ملامح من سلوك مَنْ حوله كالأب أو الأم أو الأخوة، كما أن الطفل يظل زمناً ليس بالقصير يرى في أبيه المثل الأعلى له بين الرجال، وكذلك بالنسبة لأمه بين النساء، ويبقى كذلك حتى ينتقل إلى ما يسمى بالطفولة المتقدمة، فيبدأ في تحسس ذاته من خلال من يرى ويعاشر ويخالط، وفي عصرنا هذا أصبحت مخالطة الأطفال لوسائل الإعلام وشخصياتها أكثر من مخالطة الوالدين والأقربين، ومن المؤسف أن أكثر الشخصيات التي تبرزها وسائل الإعلام المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون، لا تصلح أبداً أن تكون أسوة حسنة لما نرجوه لأجيالنا الحالية والمستقبلية، كما وسائل الإعلام بقربها الشديد للطفل تعمل على دفع الطفل لاختيار الشخصية التي يقتدي بها، فقد تجعل وسائل الإعلام من أحط الشخصيات مثالاً محبباً للطفل، وذلك بفضل الأسلوب الجذاب الذي تستخدمه ومن خلال جعلها محور البطولة، فما أكثر الأفلامَ واللقاءاتِ الإعلامية مع أهل الفن الهابط والإسفاف بالقِيَم، وما أكثر ما يُقدَّمون للناس في البرامج بصورٍ وألوان مختلفة على أنهم القدوةُ والكبار، ويُرمَز لأحدهم كذبًا وبهتانًا بـ: "الفنان القدير"، و"الموسيقار الشهير"، و"المغني الأصيل"، إلى غير ذلك من ألفاظ التهويل والتضليل.

نموذج (" جنون إنريكو ... حقق المغني الشاب انريكو اجلاسياس نجاحا فاق الخيال وحطم كل الأرقام عندما غنى في مدينة مكسيكو سيتي عاصمة المكسيك أمام حشود من الشباب والمراهقين تجاوزت المليون .. وليس هذا فقط ، بل إن الفتيات بالذات سيطرت عليهن حالة من الجنون الهستيري لدى اعتلائه المسرح وأصيبت العشرات منهن بالإغماء واحتجن إلى تدخل قوات الشرطة . ورجال الإسعاف لإنقاذهن .. ويقول بعض الخبثاء ، أنه لاجدال في نجاح الولد (21 سنة) ، ولاشك في وسامته ، وحلاوة منظره ، ورقة وعذوبة صوته وأن هذه جميعا تجعل الفتيات يَتَيَمّنَ به حبا خاصة أنه غير مرتبط لا بعلاقة حب ولا بأي شيء .... إنريكو هو نجل المغني الشهير خوليو اجلاسياس أسباني الأصل ، ويتردد أن ابن الوز غواص وليس فقط عوام " [39].)

- تحويل المنكر إلى معروف:

ماذا يعني ان تقدم الفضائيات العربية على شاشاتها برامج وكأنها علاج لظاهرة منتشرة في المجتمع إنها بعبارة أخرى " حق يُراد به باطلا " تُقدم من خلالها صور فاضحة ومخجلة لبعض حالات من زنا المحارم .. وكأن البيوت العربية

[37] محمد منير سعدالدين، الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإسلام، بيروت، دار بيروت المحروسة ، ط2، 1998م، ص 182.
[38] مجلة الرياضة والشباب ، العدد 797 ، (23-1996/7/30) ، أسرة ، الصفحات 20 – 22 .
[39] مجلة زهرة الخليج ، العدد 909 ، السنة الثامنة عشرة ، 1996/8/24 ، خارج الحدود ، ص 13.

والمسلمة تحولت إلى اوكار لأحط انواع الرذيلة، آباء يعتدون على بناتهن واخوة يضاجعون اخواتهن، ما ذنب الأسر المحافظة في ان تجلس امام الفضائيات ويشاهد ابناؤها هذه الانحرافات المخجلة[40].

ولكثرة وتكرار عرض المادة الإعلامية، ومع عدم انتباه الوالدين أو تغاضيهما لما يُعرض، يعتاد الطفل على القيم الإعلامية الجديدة ويتبلد لديه الإحساس، فلم يعد يفرق بين المعروف والمنكر، إن الإصرار على تقديم هذه النماذج الكريهة يحمل نوايا خبيثة لتدمير الأسر وتشويه صورة المسلمين أمام العالم كله وهي جريمة في حق أطفالنا وحق المجتمع بأسره.

فلم يَعُدِ الكثير يهتم بتوجيه الناس إلى فعل الخير، والأمر بالمعروف، والنهي عن المنكر، بل ربما صِرنا نرى كثيرًا من المنكرات في طُرقات المسلمين، ولا يتحرك لكثيرٍ من الناس ساكنٌ في قلبه أو دينه أو غَيْرته، ويهز كتفيه ويمضي وكأن الأمرَ لا يَعْنيه، وهذا مما جرَّأ بعضَ الناشئة على التمرُّد والجهر بالمعصية، بل والتهكم بعادات وقيم وأخلاقيات المجتمع إذا حاول التوجيهَ والإصلاح.

نموذج (" ... وكان لـقاءً حاراً .. تيقنتُ من أن شعلة الحب لاتزال متوهجة متأججة .. همس بصوته الآسر : لم أتزوج .. عجزت عن نسيانكِ .. الآن وقد أصبحت مليئا ولست بحاجة إلى مساندة الوالدين .. صرت حرا .. لاسيطرة لهما عليَّ .. أستطيع أن أتخذ قراراتي بلا ضغوط .. أريدكِ ... تحرري من زوجكِ .. أَرغبُ في تعويضكِ عن كل ما عانيته بسببي .[41])

فقد أصبح من المقبول أن يحتضن رجل فتاة شابة، لأنه يمثل دور أبيها، وأخذنا الأمور بعفوية، وصرنا لا ننكر وجود رجل وامرأة في وضع الزوجين، بل إن من يتقن ذلك نصفه بأنه " ممثل محترم " وهي " ممثلة قديرة "، حتى أصبحت مناظر شرب الخمر والاغتصاب والقتل، وسماع السباب بأفظع الألفاظ من الأمور الثانوية.

التوصيات

لم تعد صورة الإعلام هي نفس الصورة النمطية التي كان ينظر بها إليه قديما على أنه وسيلة تسلية وترفيه فقط، بل تغيرت تلك النظرة وتحولت الشاشة والمجلة من مجرد صفحات أوقنوات تقدم برامج للتسلية والتثقيف لتصبح أدوات للضبط والتحكم السياسي والاجتماعي، تؤثر في الأفراد والجماعات، وتزيّف وعيهم وسلوكهم، فاستولت هذه الوسائل على أوقات الناس، واستقطبت اهتماماتهم، وغدت ظاهرة عالمية لا تقتصر معالمها على مجتمع دون آخر، ولا يصد آثارها الحواجز التقليدية التي تعارف عليها الناس من حدود جغرافية أو اختلافات لغوية أو تباين ثقافي أو سياسي أو اقتصادي.

ولا أحد ينكر الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والتي تعتبر هي الأكثر تأثيرًا في صناعة الرأي العام وتغيير المزاج الجماهيري وقولبته على النحو الذي يسعى إليه مستخدمو هذه الأجهزة، أو بصورة أدق المسيطرون عليها ومالكوها، لذا أصبح من الأهمية الحديث عن وجود إعلام هادف خالي من الشوائب والأدران، سواء من حيث الوسيلة أو الغاية

[40] فاروق جويدة، كيف يدمر الإعلام شعباً، قضايا وآراء، صحيفة الأهرام، الجمعة 26 من رجب 1436 هـ 15 مايو 2015 السنة 139 العدد 46911.

[41] مجلة زهرة الخليج ، العدد 858 ، السنة السابعة عشرة ، 1995/9/2 ، شيء من الواقع ، صفحة 33.

التي يعالج بها القضايا السياسية والاجتماعية، يُسخّر في الخير والبناء، وفي تقديم وعي شامل وموجه لجميع فئات المجتمع المسلم، كما يؤدي دوره في تقويم السلوك وتوجيه طاقات الأمة إلى حيث ينبغي أن توجه، والقيام بدورها المنوط بها في التصدي للمشكلات العامة على مستوى الدولة والمجتمع، يعتبر ضرورة ملحة لها وجاهتها وما يبررها.. فمن ذلك:

أولاً: الوقوف الجاد تجاه المؤسسات الإعلامية وخاصة الموجهة منها للطفل أو الأسرة ومطالبة القائمين عليها بتقوى الله عز وجل في هذه الأجيال، والتوقف الفوري عن هذا التشويه الذي أساء إلى القيم والأخلاق الإسلامية وتسبب في نقل صورة فاسدة عنها للعالم، مع العلم أن رسولنا الكريم صلى الله عليه وسلم يقول: (إنما بُعثت لأتمم مكارم الأخلاق).

ثانياً: دراسة مخرجات المسلسلات والبرامج الإعلامية والمجلات التي تهتم بالطفل والأسرة وتقييمها وتبيان خطرها الشرعي والاجتماعي والأخلاقي وتحذير المجتمعات منها، واستبدالها ببرامج إعلامية تبرز الجوانب الإيجابية من أخلاق الأسرة المسلمة.

ثالثاً: نشر الوعي بأخلاق الأسرة المسلمة من قبل المثقفين والمؤثرين وإيضاح أبعاد هذه المسلسلات والبرامج الإعلامية والمجلات السيئة وأثرها على أفراد الأسرة بشكل عام والطفل بشكل خاص.

رابعاً: العمل على إيقاف مسلسل تشويه القيم والأخلاق الإسلامية وخاصة من قبل القائمين على وسائل الإعلام في عالمنا العربي والإسلامي، بل يتوجب علينا نشر الفضيلة حتى على المستوى العالمي.

خامساً: القيام بالواجب الإسلامي في البلاغ والبيان؛ فالإسلام دين شامل لجميع جوانب الحياة، فإذا كانت الشريعة الإسلامية تملك رؤية وموقفًا في المسائل الشخصية للفرد والأسرة المسلمة، فكيف بالقضايا الكبرى التي تهم الأمة بمجموعها وما يتعلق بمستقبلها؟ لذا فإن مهمة الإعلام الإسلامي تتجاوز التثقيف والتوعية وفتح القنوات المعرفية أمام أجيال المسلمين، إلى التحفيز ووضع الخطط المناسبة في التصدي للغزو الفكري والثقافي والأخلاقي الذي تتعرض له الأمة الإسلامية، خاصة في ظل شيوع وسائل الإعلام العابرة للقارات، والتي تؤثر في المجتمعات وتنقل أفكار وفلسفات وأخلاقيات شعوب العالم إلى كل مكان.

سادساً: إشباع حاجة المجتمع المتعلقة بمعرفة حقيقة ما يجري وما الواجب عليه تجاهه، وحماية المعلومة والحقيقة من أن تصل مشوهة أو منقوصة للمجتمع من قنوات ووسائل إعلام مشبوهة وموجهة.

سابعاً: العمل بسنة المدافعة في المجال الإعلامي ومدافعة القنوات المأجورة التي تقف بشكل سلبي ضد أمن المجتمع الفكري والأخلاقي وتشكل تحديًا إعلاميًّا له انعكاساته السلبية على سلوك ووعي مجتمعاتنا المسلمة، إذ سعت تلك القنوات إلى تسطيح الاهتمامات والتطلعات وافتعال اهتمامات هزيلة لا تبني فكرًا ولا تحيي أمة ولا تؤسس مشروعًا.

ثامناً: استشعار أن الأمة تمر بمعركة كبرى، ولها أعداء يتربصون بها على المستوى المحلي والعالمي، ومن غير المقبول أن يغفل المصلحون عن استثمار هذا السلاح الفضائي الفتاك خاصة فيما يتعلق بمستقبل الأمة الإسلامية وهم الأطفال.

تاسعاً: إن وجود مثل هذا الإعلام المؤثر يحتاج أولا إلى الإحساس بأهميته وضرورة وجوده، ثم يحتاج إلى كثير من العمل المضني والإصرار والجهد، مع تضافر الجهود والبذل السخي، ولكن عواقبه هائلة على الأمة المسلمة في وعيها وفهمها وانفعالها وتأثيرها.

المراجع:

1- أمل دكاك، الإعلام العلمي والجمهور، تونس، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 1994م، وسائل الاتصال الجماهيري والتنشئة العلمية للطفل العربي.
2- أنطون رحمة، " وسائل الإعلام وأثرها على القيم التربوية في المجتمع العربي المعاصر "، وسائل الإعلام وأثرها في المجتمع العربي المعاصر، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 1992 م.
3- باسل النيرب، الدراما والألفاظ البذئة، موقع إشراقات ishrakat.com، تحقيقات، 9 غسطس 2017م.
4- بول مسن و آخرون، أسس سيكولوجية الطفولة والمراهقة، ترجمة أحمد عبد العزيز سلامة، مكتبة الفلاح، الكويت 1986م.
5- ريم سليمان، عقوق الوالدين .. حالات مؤلمة وتفكك أسري وانهيار أخلاقي يتزايد، صحيفة سبق الإلكترونية https.//mobile.sabq.org، تحقيقات، 13 فبراير 2015م.
6- زكي الجابر ، التلفزيون وإقبال المشاهدين ... مسائل وحلول ، الدورية المغربية لبحوث الإتصال ، اكتوبر نوفمبر ديسمبر 1983.
7- عاطف عبدالمعز الفيومي، طريق الإسلام islamway.net، 16يناير 2015م.
8- عبد التواب يوسف أحمد " مدى تأثير القيم العربية الإسلامية على برامج الأطفال بدول الخليج "، ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، 1985 م.1985م.
9- فاروق جويدة، كيف يدمر الإعلام شعباً، قضايا وآراء، صحيفة الأهرام، الجمعة 26 من رجب 1436 هـ 15 مايو 2015 السنة 139 العدد 46911.
10- فاروق الدسوقي، " مدى تأثير القيم الإسلامية على برامج الأطفال بدول الخليج "، ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، 1985 م.
11- فوزية دياب، القيم والعادات الاجتماعية مع بحث ميداني لبعض العادات الاجتماعية، دار النهضة العربية، مصر، 1990 م.
12- محمد عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام ... دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، الرياض، 1944.
13- محمد منير سعدالدين، الإعلام قراءة في الإعلام المعاصر والإسلام، بيروت، دار بيروت المحروسة ، ط2، 1998م.
14- مروان كجك، آثار الفيديو والتلفزيون على الفرد والمجتمع، مكتبة الكوثر للنشر والتوزيع، الرياض، 1997.
15- مساعد بن عبد الله المحيّا، القيم في المسلسلات التلفازية، دار العاصمة، الرياض، 1414 هـ.
16- منى لطفي، حوار مع الدكتورة أماني زكريا، كيف نربي أبنائنا في زمن الانفتاح الإعلامي، موقع الحوار اليوم، الأثنين 18 يوليو 2011م.

17- ميرفت عبدالجبار، تواصل، تشويه صورة المرأة الخليجية في المسلسلات الدرامية، 1434 هـ، 10 رمضان، مركز باحثات لدراسات المرأة، www.bahethat.com

18- نوال محمد عمر، دور الإعلام الديني في تغيير بعض قيم الأسر الريفية والحضرية، مكتبة نهضة الشرق، القاهرة، 1984 م.

19- نور الدين محمد عبد الجواد، " الإعلام والرسالة التربوية "، ندوة ماذا يريد التربويون من الإعلاميين، مكتب التربية العربي لدول الخليج، الرياض، 1982 م.

20- مجلة زهرة الخليج، مجلة أسبوعية فنية ثقافية عامة، تصدر عن شركة أبوظبي للإعلام، الأعداد (700 – 1992م، 751 – 1993م، 858 – 1995م، 898 – 1996م، 903 – 1996م، 909 – 1996م.)

21- مجلة الرياضة والشباب ، العدد 797 ، كانت تصدر عن مؤسسة البيان للصحافة والطباعة والنشر، (23-1996/7/30) ، أسرة ، الصفحات 20 – 22 .

22- مسلسل الخراز، الحلقة 20،عرض قناة دبي الفضائية، إنتاج مؤسسة الفهد للإنتاج الفني، الكويت أغسطس 2007م.

23- Joseph Klapper, The Effects of Mass communication, New York, Free Press, 1960.

24- Leonard Berkowitz, Aggression: A Social Psychological Analysis, New York, McGraw-Hill, 1962.