

تحدي التربية الأخلاقية للأسرة في ظل الانفتاح الإعلامي.

The challenge of ethical family education in light of media openness

يسمينة خدنة.

جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2 (الجزائر)، yasmina.khedenna@univ-constantine2.dz

تاريخ النشر: 2022 / 06 / 30

تاريخ القبول: 2022 / 05 / 21

تاريخ الاستلام: 2022 / 04 / 12

ملخص:

التحدي القيمي والأخلاقي للأسرة في المجتمعات الحديثة أصبح واضحا للعيان. فالمجتمعات أصبحت تحت تأثير الإعلام بكل أطيافها وفي كل أوقاتها خاصة أن الإعلام مجاني أو شبه مجاني لكل الناس يوفر لهم المتعة والهروب من قسوة الحياة نحو شاشات الأمل، فيما تجتذبهم الأسرة نحو المسؤولية الأخلاقية والسلوكيات المقبولة اجتماعيا. من خلال هذه الورقة نحاول فهم كيف تعمل القيم الأخلاقية على ضمان أمن الأسرة وأمن المجتمعات وكيف يمكنها مواجهة الآلة الإعلامية التي تهدد أمن الأسرة من خلال نشر الرذائل ودعم البذاءة. الكلمات المفتاحية: الأسرة؛ الاعلام؛ الأخلاق؛ القيم؛ التربية الأخلاقية.

Abstract:

The value and moral challenge of the family in modern societies has become clear, as societies are under the influence of the media in all its spectrums and all its times, especially since the media is free or almost free for all people to provide them with pleasure and escape the cruelty of life towards screens of hope, while the family attracts them towards moral responsibility and socially acceptable behaviors . Through this paper, we try to understand how ethical values ensure family and community security and how they can confront the media machine that threatens family security by spreading vices and supporting obscenity.

Keywords: Family; media; ethics; values; moral education

مقدمة

يتعاطم يوما بعد يوم دور الإعلام في حياة الأفراد والمجتمعات، حيث أصبحت له الغلبة في توجيه آراء الناس وسلوكياتهم متجاوزا بذلك الكثير من النظم الاجتماعية الأخرى كالأسرة ودور العبادة والمنظومات التعليمية.

إن الرسائل التي يقدمها الإعلام عادة تكون مناقضة لما تقدمه الأسرة في منظومتها الفكرية من قيم أخلاقية وممارسات سلوكية تحمل بذور الواجبات أكثر مما تحمل بذور المصالح، فمن الواضح إذن أن يكون هناك صراع باطني بين القيم المدعومة أسريا وبين القيم المروج لها إعلاميا، مما يجعل الأسرة تواجه تحديا تربويا يتمثل في محاولة تغليب قيمها الأخلاقية على ما يقدمه الإعلام كبديل سيما أن هذا البديل مغري وسهل الإتيان مقارنة بالقيم الأخلاقية المقدمة أسريا التي تحمل الطابع الإلزامي والتي ليس لها مردود مادي واضح الأثر.

التحدي القيمي والأخلاقي للأسرة في المجتمعات الحديثة أصبح واضحا للعيان، فالمجتمعات أصبحت تحت تأثير الإعلام بكل أطرافها وفي كل أوقاتها خاصة أن الإعلام مجاني أو شبه مجاني لكل الناس يوفر لهم المتعة والهروب من قسوة الحياة نحو شاشات الأمل، فيما تجتذبهم الأسرة نحو المسؤولية الأخلاقية والسلوكيات المقبولة اجتماعيا.

يعد التمسك بالأخلاق وبناء منظومة الأخلاق والارتقاء بالذوق العام في المجتمع سببا لاستمرار الدول وتقدمها وازدهارها، فالأمم تضعف إذا ما تراجعت فيها الأخلاق وتهافت القيم والمبادئ الراسخة. حيث يقال "إنما الأمم الأخلاق ما بقيت.. فإن هم ذهبت أخلاقهم ذهبوا"، من خلال هذه الورقة نحاول فهم كيف تعمل القيم الأخلاقية على ضمان أمن الأسرة وأمن المجتمعات وكيف يمكنها مواجهة الآلة الإعلامية التي تهدد أمن الأسرة من خلال نشر الرذائل ودعم البذاءة.

أولا: الدور المحوري للأسرة في غرس القيم الأخلاقية

يولد الإنسان على الفطرة ﴿فِطْرَةَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ﴾ الآية 30 سورة الروم، وكما ورد كذلك في قول الرسول صلى الله عليه وسلم: "ما من مولودٍ إلا يولد على الفطرة، فأبواه يهودانه أو ينصرانه أو يمجسانه" رواه البخاري ومسلم، إذن فالذي يوجه الفطرة وينميتها ويدعمها ويبرزها هي الأسرة بالدرجة الأولى وهي مهمتها الأساسية ولا تتم إلا بغرس الأخلاق الفاضلة في الأجيال. والأسرة جماعة اجتماعية أساسية ودائمة ونظام اجتماعي رئيسي وهي ليست أساس وجود المجتمع وحسب بل مصدر الأخلاق والدعامة الأولى لضبط السلوك والإطار الذي يتلقى فيه الإنسان أول دروس الحياة الاجتماعية (سنة الخولي، 1992، ص 50)، إذن فإن منظومة القيم توكل في دورها الأول للأسرة للحفاظ عليها لأنها واجهة من واجهات الهوية في المجتمعات. منظومة القيم التي ترعاها الأسرة تتشكل عبر التراكم وفق مرجعيات متعددة منها الدينية والثقافية الاقتصادية والحضارية، حيث يبقى لكل مجتمع خصوصيته وتفرد معاييرها.

وتشير القيم الأخلاقية إلى مجموعة من المبادئ تعمل على احترام الإنسان لنفسه ولآخرين، كقيمة يتميز بها الإنسان وتكون الوازع النفسي الذي يمنعه عن الانحراف عن الصلاح، وذلك بصياغة سلوكه وتصرفاته في إطار محدد يتفق وينسجم مع المبادئ والقواعد التي يؤمن بها أفراد المجتمع (محمد الجزار، 2008، ص 85) هذه القواعد التي تعتبر الأطر المرجعية العامة والسائدة التي تنظم العلاقات بين الأفراد، فالقيم الأخلاقية تحدد معايير الصواب والخطأ في المجتمع وهي التي تتحكم في طبيعة العلاقات الأسرية وكذلك العلاقات بين أفراد المجتمع ككل.

والأسرة هي المحضن الطبيعي الذي يتولى حماية الناشئة ورعايتها وتنمية أجسادها وعقولها بمختلف مشاعر الحب والرحمة والتكامل، كي تتفتح للحياة وتسلك سبلها الآمنة والسليمة، فهي منذ القدم تقوم بوظائف اجتماعية كثيرة حيث تتعهد الطفل بالرعاية والتنشئة الاجتماعية منذ الصغر، وتعمل على غرس القيم الأخلاقية والمعايير الاجتماعية في نفسه وسلوكه فيستقي منها عاداته وأخلاقه وطبائعه وتتشكل جوانب شخصيته فيتحملي بالخلق الحسن في القول والعمل، ويأخذ بالقيم الفاضلة التي تدعو إلى حب الخير وكره الشر، ويصبح حريصا على مصالح الناس، ولا يؤذهم.

بينما ينمو الطفل في اتجاه مخالف إذا نشأ في أسرة غافلة عن مهامها التربوية، تهتز فيها القيم والمعايير الخلقية السليمة، فتتمو بداخله وتبرز في سلوكياته بذور الشر والانحراف الخلقي الذي تنعكس آثاره في مواقف الحياة المختلفة سواء على مستواه الفردي والأسري بل تتخطى ذلك إلى آثار مجتمعية يدركها الجميع. باعتبارها تغرس القيم الأخلاقية في الناشئة فهذا أمر معروف وواضح منذ القدم، لكن الأسرة ومنذ بروز دور الإعلام في توجيه اتجاهات وسلوكيات الأفراد والجماعات أصبحت مطالبة بحراسة القيم الأخلاقية وتعهدها بالرعاية، وأصبحت مطالبة أيضا بالعمل على ترميم ما تقوم بإفساده مختلف الأنساق الهدامة في المجتمعات وأولها الإعلام.

ثانيا: التربية الأخلاقية.. نحو مجتمع آمن

الأخلاق تحفظ الفرد من الانزلاق نحو الدونية وتحفظ الروابط الاجتماعية من التمزق هذا أمر متفق عليه لا يمكن الجدل فيه، وهي في حقيقتها تعبر عن الواجب متجاوزة المصالح تعمل على تثبيت العلاقات الاجتماعية وخلق التضامن بين أفراد المجتمعات، فهي قوة محرّكة للنشاط الإنساني تبث فيه الأمن وتمنح الإنسان قيمة اعتبارية في نظر جماعته.

الواجب والمصلحة حلقتان متعارضتان قويتان تحركان النشاط الإنساني، لا يمكن الخلط بينهما، فالواجب دائما يتجاوز المصلحة، ولا علاقة للمصلحة بالأخلاق، فهي لا وظيفية ولا عقلانية، بل هي بلا فائدة مادية في الغالب، والواجب هو المصطلح الأساسي في علم الأخلاق، والمصلحة هي المصطلح الأساسي في علم السياسة. (بيجوفيتش، 2010، ص 176).

فالمصلحة إذن تعبر عن مواطن توافق الصراعات حيناً وغلبتها حيناً آخر، بينما يعبر الواجب عن تجليات الإنسانية وقيمها العليا.

لا تتضمن الأخلاق كظاهرة واقعية في حياة الناس والمجتمعات نتائج مادية ملموسة، لكنها تعبر عن نفسها في اتساق الفرد مع ضميره من جهة وفي اندماج الأفراد مع بعضهم رغم تباين مصالحهم، فما يحفظ أمن الفرد والمجتمع هو القوانين الأخلاقية وليس توازنات المصالح.

تحدث التنشئة تأثيرا لطيفا على نفس الإنسان لا يمكن قياسه فلها فاعلية غير مباشرة تدخل إلى القلب عن طريق الحب والقدوة والتسامح والعقاب (بيجوفيتش، 2010، ص 183)، وهو السبيل الذي تعتمده الأسر منذ نشأتها في نقل ارثها الأخلاقي للأجيال، فالتنشئة صفة إنسانية خالصة تسعى في جوهرها إلى تمكين الجزء الخير في نفوس الناس وصقله لينبثق في سلوكيات وممارسات أخلاقية ترتكز على قاعدة ذاتية داخلية إنسانية لا إلزامية علمية أو اجتماعية ذات مصدر قانوني ومبدأ تدريبي تعليمي بحت.

يقوم الاختلاف بين الأمن الذي تخلقه الأسر عن طريق التنشئة وبناء حصن من التربية الأخلاقية في نفوس أفرادها، وبين ما تبنيه المنظومات القانونية والتعليمية من سلوكيات أخلاقية يمارسها المنتميين لها في أن البناء الأسري يتماسك في الأزمات وقت غلبة الصراعات ليحافظ على أمن الفرد والمجتمع، بينما تسقط ممارسة السلوكيات الأخلاقية القانونية عند أول منعرج تنفجر فيه الصراعات المختلفة. فما تبنيه الأسر بتنشئة النفوس على الأخلاق لا تستطيع بناءه المنظومات القانونية والعقابية، وهنا ندرك أهمية التربية الأخلاقية كدور أسري أولي وهام في الحفاظ على أمن المجتمعات.

ثالثا: الإعلام هل يساهم في نشر الرذيلة والميوعة الأخلاقية

الإعلام ظاهرة اجتماعية قديمة نشأت وتطورت لتستجيب لحاجات المجتمع، وتحقيق الوظيفة الألفية التي يحتاجها الناس في جعل الخير منتشرا ومتناقلا بينهم وكذا مروجاً لبعض المفاهيم والقيم التي يريدونها. ومن هنا فإن المدلول اللغوي لكلمة الإعلام "القيام بنشر معلومات ومعارف أو حقائق أو مواقف معينة إما بغرض إفادة المطلعين عليها أو توجيههم" لذا تعددت وسائله وتطورت لتبلي هذا الهدف للمجتمعات. ويؤكد علماء الاجتماع والنفس بأن الإعلام بوسائله المتعددة هو أكثر وسائل التأثير على عقول وأفكار الناس، وبذلك فإنه الوسيلة الأولى التي تشكل اتجاهات الناس نحو المواضيع والمواقف الحياتية اليومية التي تعيشها وتواجهها المجتمعات العالمية، وأصبح الإعلام يستخدم في التنظيم والبناء الاجتماعي المتكامل من أجل مصلحة الفرد والمجتمع ككل في شتى مجالات الحياة المعاصرة سواء في الجوانب الاجتماعية، أو الاقتصادية، أو السياسية (الأبشيبي، 2009، ص 669).

مع التطورات الهائلة التي شهدتها العالم منذ أواخر القرن العشرين حتى الآن، وخاصة في مجال الاتصال وتكنولوجيا الإعلام والمعلومات أصبح العالم قرية كونية صغيرة حيث أصبحنا نعيش عصر الأعمار الصناعية وما تنقله من معلومات وأخبار حين حدوثها، وهذا ما يوسع من قدرة الإعلام على الهيمنة على الأفراد وتوجيههم واتساع تأثيره على خياراتهم وتوجهاتهم نحو مختلف القضايا الخاصة والعامة، وقد تبين في السنين الأخيرة أن الإنسان قد خضع أكثر فأكثر لسلطة الاعلام ولم يعد من السهل التحكم في ما يرد إلى البيوت من أفكار كانت سابقا يمكن مراقبتها عبر القنوات الاذاعية والتلفزيونية وأصبحت اليوم متاحة بغير رقابة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات العديدة المجانية التي يمكن متابعتها بغير تحديد زمني أو مكاني.

غير محدد زمنيا ومكانيا أصبح الإنترنت الآن يدخل في كل المجالات ويتوغل فيها ولا يعيقه شيء عن النفاذ إلى كل المجتمعات فلا يحول بين الناس وبينه عائق مادي ولا معنوي، وفي كل يوم تزداد وسائل الوصول له تيسيرا وقلّة كلفة ليكتسب في كل يوم أرضا جديدة لا تبرح تترك أحدا ممن اكتسبتهم، وأصبح الإنترنت هو المصدر الأول لتلقي العلوم والثقافات بل وأغنت فضاءات المواقع الاجتماعية كثيرا من الناس عن الحياة الواقعية والممارسات اليومية العادية واصبحوا رهينة للشاشات، ولعل أخطر ما يمكن تلقيه من الشاشات المختلفة لوسائل الاعلام هو تزايد مشاهد العنف والإباحية، فهما يمثلان أشد السلوكيات خطورة على النفس، والأسر بل على المجتمع كله بكل طبقاته وأعمارهم (المهيري، 2009).

يؤثر الإعلام بوسائله المتعددة في أفكار الإنسان وقيمه وأخلاقه، وقد يتعدى هذا التأثير إلى الممارسة السلوكية، فالوسائل الإعلامية تمتلك قدرة سحرية على التأثير في اللاوعي لدى الناس وزرع الأفكار التي تطرحها في سلوكياتهم اليومية والحياتية، كما انها تغير وجهة نظرهم في العالم الذي حولهم، وقد تتعدى التغيير إلى عملية استبدال كامل لقيم معينة، وزرع قيم أخرى بدلا منها، من خلال تكوين صور نمطية وذهنية حول الكثير من الموضوعات.

قد لا نختلف عن قدرة الاعلام الكبيرة في التأثير في الناس لكنا يجب ان نتساءل بجد عن الهدف الأساسي لهذا التأثير، وهو ولا شك يتمثل في إعادة تشكيل المجتمعات والبناءات الاجتماعية والقناعات الفكرية وكذلك الأنماط الثقافية، وحتى الممارسات السلوكية، قد يكون هذا التأثير في شق منه إيجابيا ولكن الأكيد أن له تأثير عكسي قد يسبب أثارا مدمرة للمنظومة القيمية في المجتمع، وهذا يحدث عندما تروج وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي لشخصيات حقيقية أو وهمية ليحتذي بها الناس ويتخذونها قدوة لهم، وأكثر فئات المجتمع تأثرا بهذه القدوات هم الأطفال والشباب الذين لم تتشكل لديهم بعد المبادئ والقيم الثابتة فمن السهل التحكم بهم وتغيير قيمهم من خلال طرحها في تصرفات ما يروج له كقدوات، فتلتقطها الناشئة من دون التمييز بين القيم الصحيحة والسلوكات السليمة وبين الأفكار الخاطئة والأفعال المشينة، ويختلط المرفوض بالمقبول سواء أكان دينيا أو مجتمعا، فقد تصبح الأفكار والسلوكيات الخاطئة مقبولة ومنتشرة في المجتمع، وهذا دليل على الأثر الرهيب التي قد تتركه وسائل الإعلام في القيم الأخلاقية في أي مجتمع، لكن الخطر الكبير الذي برز في الآونة الأخيرة يتعدى محاولة زعزعة القيم وخلط الصحيح بالسيء إلى تغليب الأفعال المشينة والفاحشة وتقديمها بشكل مقبول ومحاولة تلميعها وطرحها على أنها اختلاف في الرؤى لا غير.

وجدت الفواحش والردائل في كل المجتمعات وعلى مر الأزمنة، لكنها كانت دائما مستهجنة من كل القيم والمعايير الأخلاقية التي تميز أي تجمع إنساني، الخطير في زمننا هذا هو عنصر الإعلام الذي يعمل على خلخلة القيم الأخلاقية وتحيدها كأساس للبناء الاجتماعي السليم وذلك عن طريق تحويل الردائل والفواحش وتغليب الخيارات غير الأخلاقية وإبرازها على أنها أمر عادي وطبيعي ومتقبل من الجزء الأكبر من المجتمعات، أما الفئة التي لا تقبل بمثل هذه الأخلاقيات الفاحشة فهي في أساسها فئة قليلة ولا حضارية، هذا هو بالضبط ما يحاول الإعلام إيصاله للناس في رسائله المختلفة.

يقول الله عز وجل ﴿إن الذين يحبون أن تشيع الفاحشة في الذين آمنوا لهم عذاب أليم في الدنيا والآخرة، والله يعلم وأنتم لا تعلمون﴾ الآية 10 سورة النور، والآية هنا تبشر بالعذاب الأليم في الدنيا وكذلك في الآخرة لمن يحبون أن تشيع الفاحشة في الذين آمنوا، والإعلام في حقيقته يتجاوز حب إشاعة الفواحش والردائل إلى ممارسة عملية نشرها وتطبيعها*، أو اتخاذها مصدرا للتجارة والاسترزاق، أو يعمد لنشر أخبارها كي يتجرأ الناس عليها وتصبح عندهم شيء طبيعي، فالسلوك الفاحش لا ينتشر من تلقاء نفسه كونه مستهجن إنما ينتشر عندما يصبح عاديا وممارسته تدخل ضمن صفة التحضر والتميز والفتوة والتفاخر وغير ذلك.

رابعا: تحدي التربية الأخلاقية للأسرة في ظل دعم الإعلام للبداءة الأخلاقية

لا خلاف أن الأسرة هي المرجعية الأولى والكبرى للتربية الخلقية للفرد، تعمل على تشكيل الجزء الأكبر من هويته في أطول زمن متاح لأي مرجعية أخرى.

كافة المرجعيات الكبرى التي شهدتها الماضي حسب داني روبير دوفور مازالت متاحة للاستخدام في الحاضر، لكن ليس لأي منها سلطة كافية فوق غيرها تمكثها من فرض نفسها على الباحثين عن مرجعية (Dufour, 2003, p69) والاعلام في العصر الحالي أصبح من أكثر المرجعيات ذات السطوة والتي لها الغلبة على باقي المرجعيات التقليدية كالأسرة والمدرسة ودور العبادة ...

* أي أن تصبح ممارسة طبيعية لا تثير الاستنكار.

إن المجتمعات الحديثة أعلنت من خلال إعلامها نهاية فكرة "المجتمع الفاضل" المرتكزة أساساً على القيم الأخلاقية واستبدالها بـ "مجتمع الملذات الاستهلاكية"، فإذا كان المجتمع الفاضل يركز على تعزيز الاهتمام بالإصلاح الاجتماعي وهو أهم دور تقوم به الأسر فإن مجتمع الملذات الاستهلاكية يهدف في الغالب إلى دفع الأفراد والجماعات إلى التخلي التدريجي عن كل القيم الأخلاقية العليا والإبقاء فقط على مبدأ الحرية وهي حرية تنطوي بين جوانبها على أخطاء قاتلة لكل من الفرد والجماعة إنها تقف في مواجهة أمنهما معا.

معركة مستمرة بين الرغبة في الحرية والسعي لها وبين الحاجة للأمن ومحاولة التحصين ضد الأخطار المتوقعة حيث تقف الأسرة مع الطرف الثاني في المعركة إلا أن الإعلام يقدم دعماً كبيراً للطرف الأول، في طريق محفوف بالخوف حيناً وبالعجز وفقدان القدرة على الفعل حيناً آخر تقف الأسرة في تحد دائم مع ما يقدمه الإعلام في مختلف صيغه.

يقدم الإعلام نموذجاً يتميز بالحرية المتجاوزة لفكرة التراتبية بديلاً للنموذج الأسري المتميز بالتراتبية وهكذا يعمل الإعلام على تفتيت المراتب الأصيلة لعلو الشأن ودنوه ويعوضها بمراتب مائعة حيث تصبح الميوعة واقعا ممارساً للاستمتاع يصنف في خانة الحرية، بيد أنها ليست من الحرية في شيء فهي تعمل على الدفع شبه الإجمالي للمرء لغسل يديه من الالتزامات الأخلاقية والقيم البناءة التي أساسها الخلق والالتزام الاجتماعي بالمسؤولية اتجاه الآخرين.

على أي حال فإن الأسر في المجتمعات الحاضرة نوعان: الأول أسر مشغولة لا تدرك الخطر الذي يترصق بمهمتها كناقلة للثقافة ومسؤولة عن تربية الأجيال لضمان استمرارية المجتمعات وضمان تماسكها وجعلها مكاناً آمناً لكل أفرادها بتنوعهم، أما النوع الثاني فهم الأسر التي تحاول توسيع تأثيرها الأخلاقي عبر الأجيال وهي النوع الذي يعول عليه في تحقيق آمال المجتمعات، وهي في تحدي دائم لواصله أداء رسالتها الفكرية الأخلاقية الراقية والمسؤولة في مقابل ما تقدمه الوسائل الإعلامية من رسائل معارضة قوامها خلخلة القيم.

إن التربية نوع من الحرب الدائمة على كل أشكال الانحراف والتلبذ والقصور الذاتي، وإن التربية كالحرب تحتاج إلى الرجل المكث الذي يملك فضيلة الصبر على بذل الجهد المستمر، مع التطوع إلى الفرص المواتية (بكار، 2011، ص 12).

تدعم الأسرة الروابط الدموية وروابط الصداقة والثقة وهي في حقيقتها روابط تحمل التزامات طويلة المدى وهذا ما يتعارض والرسائل الإعلامية التي تأتيها من كل حذب وصوب تدعونا للتخلص من ثقل الالتزامات وأعباءها. ولا سيما عن طريق البرامج الواقعية الشهيرة "تلفزيون الواقع" فهي تمنح المشاهدين ما يودون سماعه فبعض الرسائل تعفي الناس من الشعور بالذنب، والأخرى تمنحك رخصة بصم الأذان فلا تسمع صوت الضمير (باومان، 2017، ص 146).

هذه الرسائل هي في الحقيقة تجسد جلي للحدائث الغربية المعولة التي تنبع من فلسفة مادية تتجاوز كل ما هو روحي أخلاقي ثابت إلى كل ما هو مادي متغير نهايته تفكيك الإنسان وتطهيره تماماً من المطلقات والقيم. حيث ترد الأخلاق إلى الاعتبار المادية (الاقتصادية والاجتماعية والسياسية)، وتنفصل الحقائق المادية تماماً عن القيمة، وتصبح وحدها المرجعية المعرفية والأخلاقية المقبولة، فيما تصبح سائر الأمور المعرفية والأخلاقية نسبية صالحة للتوظيف والاستخدام (المسيري، 2018، ص 31).

في مثل هذا العالم المليء بالرسائل الإعلامية المضللة أخلاقياً يولد الأطفال ويكبرون وهم يشاهدون ويتعلمون وتجد الأسرة نفسها في منافسة شرسة وتحدي دائم لإبعاد أطفالها عن هذه السموم ومحاولة إزالة ومعالجة ما تناولوه من سُميّة. ففي النهاية فإن الطفولة محاكاة تافهة لحياة البالغين، وفي ظل انشغال الأهل تصبح المحاكاة للرسائل الإعلامية التي تملأ أوقات الطفل.

يعمل الإعلام على تغليب ملكية الأشياء واعتبارها أساس للتعرف على الذات وكذا التعريف بها ويستخدم للترويج لسوق الأشياء جميع أنواع المغريات من إعلانات وأفلام ورسوم... فهم يثيرون في نفوس الأطفال السخط الدائم اتجاه الأشياء القديمة وإثارة رغباتهم اتجاه الأشياء الجديدة مما يولد فيهم شعورا بعدم الامتنان الذي يعتبر أساسيا لتمتين الروابط والعلاقات الوجدانية، ولا ننسى خلق الشخصيات النموذجية إعلاميا لتكون قدوة للأطفال المستهدفين حيث تعمل هذه الشخصيات في الغالب على تبرير العنف وإبراز المختلف عدوا.

إن المعارك التي تشن إعلاميا على بيوت الأسر لها الأثر الواضح في تكوين الأشخاص والمواقف الأخلاقية في الحياة المعاصرة حيث يتفاعل الأطفال يوميا مع المواد ورسائل الإعلام والصور والمعاني، فهي تغزو الأرواح وتعيد الانتشار فيها كما يشير إلى ذلك دانييل توماس كوك (Cook, July 2004, p 149).

قد يقول القارئ أنه لا يمكن الحكم هكذا بالمطلق على أن الرسائل الإعلامية مناقضة للرسائل الخلقية التي من المفترض أن تصل إلى الطفل من مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية وعلى رأسها الأسرة، فهناك الكثير من الرسائل الإعلامية التي تحمل الكثير من المعاني الأخلاقية، هنا أوضح أن هذا الاعتقاد على الأرجح اعتقاد ساذج. فالاعتقاد بوجود اتساق بين المنفعة من ناحية، وبين الصدق والأمانة من ناحية ثانية ليس اعتقاد ساذج وحسب إنما هو ضار فله أثر مدمر على مستوى نفوس الناس فالأخلاق لا يمكن أبدا أن تخضع لمعايير المنفعة (علي عزت بيغوفيتش، 2010، ص 198).

يشير غوستاف لوبون في كتابه "سيكولوجية الجماهير" إلى أن الفرد يعجز عن الاندفاعية في أعمال غير مقبولة اجتماعيا، فإن تم دفعه نحوها قاوم وامتنع، لكنه إذا دخل جماعة أحس بقوة لم تكن له من قبل فتشجع بكثرة العدد واندفع لا يثنيه شيء (لوبون، 2017، ص 44)، من خلال هذا الكلام نفهم كيف أن الإعلام يؤثر في اختيارات وسلوكيات الناس من خلال خلق الجماعة الإعلامية وإبراز الكثرة المتبعة لنموذج معين، حيث تصبح الممارسات لا فردية مما يخلق القوة على إتباع النموذج المعروض إعلاميا مستندا إلى قوة الجماعة المتبعة.

يعمل الإعلام كذلك من خلال خاصية التأثير والتصديق التي تتميز بها الجماعات بشدة وكذا فإنه يعمل على تنوع صور التشويش لأن أمزجة الأفراد المستهدفين مختلفة ومتباينة بالضرورة، فيصبح التشويش كالفطريات تنتفخ بسرعة لتصيب الكل بعامل العدوى.

ومن هنا نفهم السر وراء انتشار الكثير من السلوكيات والأفكار داخل المجتمعات والتي روج لها الإعلام بشكل ناعم جدا، والذي يجب أن ندركه جيدا هو أن هذا الترويج يأتي على شكل منوم دائم سهل التأثير على العقول العادية خاصة منها عقول الأطفال والصبيان.

ولفهم كيف يعمل الاعلام بشكل ناعم للتأثير على عقول الأطفال وقيمهم وسلوكهم يمكن أن نطلع على مضامين الرسوم المتحركة (الكرتون) ومختلف البرامج الموجهة للأطفال والناشئة خاصة وأننا اليوم نعيش تضخم في عدد القنوات والمواقع الموجهة خصيصا للطفل على شاشات التلفزيون أو مختلف الأجهزة الالكترونية والكمبيوتر، حيث أن كل هذه البرامج تبث بشكل مباشر أو ضمني مشاهد وعبارات لأخلاقية منها مشاهد التعري واللباس الفاضح نذكر منها على سبيل المثال كرتون (ساسوكي) و(موكاموكا) وكذلك (فلنستون) ... ولا ننسى أن شركات الأفلام في خط انتاجها الاباحي أصبحت تعتمد على أسلوب الرسوم المتحركة، كما أنها تروج لعلاقات الحب والعلاقات الغرامية بين الجنسين بل وتعدت ذلك إلى الترويج لمفهوم المثلية باعتبارها اختلافا.

تروج وسائل الاعلام الحديثة خاصة منها السوشيايل ميديا للفردانية وتركز على دعم فكرة الاستقلالية عن العائلة، في سبيل تحقيق الذات، وهذا ما دفع الأفراد إلى العمل على تحقيق هدف يتمثل في العمل أكثر والانعزال عن الآخرين؛ مما جعلهم أقل تعاطفا مع غيرهم وأكثر اهتماما بأنفسهم.

تعمل الأنظمة الاقتصادية والسياسية المحلية والدولية باستخدام الاعلام على فرض مواقف وظواهر مختلفة داخل المجتمعات، وتحدد ملامح البناء المستقبلي للأجيال الصاعدة، فهي تسعى إلى تشكيل الوعي الخاص للأجيال وتوجيه تصرفاتهم بشكل أو بآخر، يدفعها إلى ذلك خوفا من انفصال هذه الأجيال عن المنظومة العامة.

تسطر هذه الأنظمة نمط حياة حديثة قوامه منح الفرد الأولوية لنفسه، لذا أصبح من الشائع أن نرى في كل ما يبث عبر الشاشات أشخاص يتحدثون عن أهدافهم في الدراسة والعمل والسفر بغية التطوير من أنفسهم وتحقيق ذاتهم واستقلاليتهم، فقد أصبحت وسائل الإعلام تساهم بشكل كبير على إخضاع تركيز الانسان إلى ذواته وأفكاره ومظهره واستعراض تفاصيل حياته اليومية بكل فخر وقناعة بالتميز؛ وهذا ما يساعد في تغذية النرجسية في الناشئة والتي يمكن أن نراها في كثرة الفتيات والفتيان الذين أصبحوا يجتهدون في تسليط الضوء على "وجودهم"، وافتعال أصداء الهرجة والصاخب حول "نجاحاتهم" المفترضة على مختلف المنصات الاجتماعية كالتيك توك والانستغرام وغيرهما، وهذا نابع مما تفرضه وسائل الاعلام من متابعة حياة المشاهير وخطواتهم اليومية باعتباره شيء مختلف ومميز.

يمكننا أن نلاحظ إذن كم الدعوات المبالغ فيها عن التطوير الذاتي التي تروج لها وسائل الاعلام، هذه الدعوات التي تعمل على تضخيم الذات وانجازاتها مهما كانت بسيطة وهي في غالبيتها ليست صحيحة وأكددا ليست صحية تماما على مستوى البناء الخلقي والاجتماعي للأسرة، فهي لا تعدو أن تكون استعراض اجتماعي وهوس ذاتي يتم عن طريقها تجاهل القيم الخلقية والاجتماعية الأخرى.

إن الفضيلة الأولى التي تسبق ابراز الذات والتي تعمل الشركات المنتجة لمختلف البرامج الموجهة للأطفال على ابرازها هي الحرية في شكلها المطلق الذي يدعو في الغالب للتمرد على القيم، "فالتنمر على قيم الأجيال السابقة هو الاتجاه الصحيح للأجيال الناشئة لأن هذه القيم تتميز بالجمود"، هذه الفلسفة بما تحمله من مغالطات تبرز بشكل جلي أو ضمني ضمن الكثير من البرامج منها العمل الشهير (القناع)، حيث يتمرد البطل على كل القيم الأخلاقية والاجتماعية والثقافية المقبولة في قالب كوميدي ضاحك.

تتجاوز بعض الاعمال الموجهة للأطفال التمرد على القيم المختلفة بعملها على تشويه المفاهيم الجمالية وتشويش مفهومي الجمال والقبح، خاصة في رسم صور الشخصيات الكرتونية ذات العين الواحدة والعيون المتعددة مثل ما نراه في كرتون (الفانشي).

لا يمكن أن نتجاوز الإشارة إلى أن البرامج الموجهة للأطفال لا تخلو من زعزعة الفخر بالهوية والانتماء بل إنها تعمل على غرس الإحساس بالنقص والعار من الهوية العربية الإسلامية باعتبار الهوية الغربية هي قمة الحضارة والرقي فكل الشخصيات الكرتونية التي تتقمص دور البطولة هي شخصيات غريبة. يحاول الطفل فيما بعد محاكاتها في كل جوانبها السلوكية والفعلية وقبل هذا يحاكيها في انتماءها ولباسها وكل تفاصيلها الهوياتية. فالطفل يمتاز عادة بالرغبة العميقة في تقليد الآخرين، وبحساسية شديدة في تقبل التلقين والإيحاء، وتمثيل دور البطولة والتأثر بالرموز النافذة اجتماعيا (القائي، 1995، ص 30).

خاتمة:

لقد تعاضم تأثير الاعلام على حياة الأفراد والاسر والمجتمعات خاصة بعد أن أصبح الانترنت يهيمن على كل انسان يحمل هاتف ذكي أو يملك شاشة كمبيوتر تتنوع فيها المواقع والتطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي المغرية والتي تحمل أساليب التسلية والمتعة المتنوعة والتي أصبحت من الأمور الأكيدة التي يتم تداولها من الأطفال والناشئة.

إن النواة الفلسفية والمعرفية لما ينشره الإعلام بمختلف وسائله تعفي الإنسان من المسؤولية الأخلاقية التي هي مركز اهتمام الأسرة، وأساس رسالتها في تنشئة الأجيال ونقل قيم الثقافة الأخلاقية لهم، وحيث أن الإعلام صناعة ضخمة وهائلة هدفها ربحي بالدرجة الأولى وتخضع للتوجيه السياسي للأنظمة الحاكمة بالدرجة الثانية فهو يقوم بالفعل بتقديم أفكار قد تبدو بسيطة للناس العاديين لكنها في حقيقتها مفعمة ومشبعة بالسخافة والبذاءة والسوء ويمكن لمن يمعن النظر بقلب سليم رؤية كيف ترص أفكار السوء وتكوم بعضها فوق بعض لتميع الأجيال والانحدار بالذوق العام والأخلاق نحو أسفل.

ركبت الأسرة في حاضرنا مجبرة بحر الاعلام العاصف وليس لها من مركب يحميها من تقاذف أمواج هذا البحر الهائج غير التربية الأخلاقية لأبنائها بكل ما أتيح لها من وسائل وامكانيات، وعلى الوالدين أن يدركا هذا الخطر ويحسنوا إدارة المعارف المتاحة لهما لتقديم الدعم الضروري واللازم لأبنائهما للتمكن من حمايتهم من الرداءة والبذاءة وسوء الخلق وانحدار الذوق.

الإحالات والمراجع:

باللغة العربية:

- زيجمونت باومان، الحياة السائلة، ت: حجاج أبو جبر، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، (بيروت: الشبكة العربية للأبحاث والنشر، 2017).
- سعيد المهيري، تأثير الإعلام على القيم الأخلاقية، ورقة بحثية في مؤتمر: الإعلام المعاصر بين حرية التعبير والإساءة إلى الدين، الأمانة العامة لرابطة العالم الإسلامي في صنعاء وذلك بالتعاون مع وزارة الأوقاف والإرشاد في الجمهورية اليمنية، في الفترة (7-9/2/2009م).
- سناء الخولي، الزواج والأسرة في عالم متغير، دار المعارف، (الإسكندرية: دار المعارف، 1992).
- عبد الكريم بكار، حول التربية والتعليم، ط3، دار القلم، (دمشق: دار القلم، 2011).
- علي القانمي، تربية الطفل دينيا وأخلاقيا، ط1، مكتبة فخرأوي، (البحرين: مكتبة فخرأوي، 1995).
- علي عزت بيجوفيتش، الإسلام بين الشرق والغرب، ت: محمد يوسف عدس، دار الشروق، (القاهرة: دار الشروق، 2010).
- غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ت: أحمد فتحي زغلول، عصير الكتب، (المنصورة: عصير الكتب، 2017).
- محمد الجزار، القيم في تشكيل السلوك الإنساني، مركز الكتاب للنشر، (القاهرة: مركز الكتاب للنشر، 2008).
- محمد يوسف الأبيهي، بناء الاتصال الشخصي والجماهيري في الإعلام الأمني، مطابع الشرطة، (القاهرة: مطابع الشرطة، 2009).

باللغة الفرنسية:

- Daniel Thomas Cook, « Beyond Either/ Or », Journal of consumer culture, vol.4, no. 2, July 2004, p 149.
- Dany-Rober Dufour, L'Art de réduire les têtes : sur la nouvelle servitude de l'homme libéré a l'ère du capitalism total, Paris : Denoel,2003.