

في ظل الغزو الرقمي القيمي: التربية الإعلامية ضرورة تربوية اجتماعية

أ.عبد الكريم بسمت
جامعة تبسة

د. بلخيري سليمة
أستاذ محاضر صنف_أ_ جامعة تبسة

الملخص:

لما كانت العولمة هي ابتلاع للثقافات القائمة وإعادة إنتاج العالم وفقا لثقافة واحدة، أي تنميط العالم ثقافيا، ولما كان للإعلام الدور الكاسح فيها، لم يعد خفيا على حد أن الخصوصيات الثقافية، والسياسية والاقتصادية... لم تعد ضمن برنامج العولمة الإعلامية، بل إن بناء عالم بلا حواجز من هذا النوع هو الهدف الأسمى لها، إنها تسعى إلى سلب الهوية الحقيقية للشعوب وتمييعها في قالب الثقافة العالمية، وبناء أمة بلا قوانين ولا قواعد تحكمها، ومن إنتاج مجتمع بلا هوية ولا قيم تضبطه.

إن الغز والرقمي القيمي اليوم أضحى نظاما دوليا يهدد المجتمعات الإنسانية برمتها بغض النظر عن ديانتها، ومعتقداتها، بعيدا عن أعرافها وأحكامها... المهم مدى تقبل شبابها للتشرب القيمي، وما يمثله هذا الأخير من عائد ربحي بعيدا عن كل حسابات احترام الخصوصية، ومنطق الحرية.

من هنا تأتي هذه المداخلة كإنباطة لدراسة عددا من النقاط التي نراها ضرورية لإلقاء الضوء على الغز والرقمي للقيم الاجتماعية وذلك من خلال الإجابة على عدد من التساؤلات نورد بعضها في:

- 1_ ماهي العولمة الإعلامية؟.
- 2_ ما هي التربية الإعلامية؟.
- 3_ العلاقة بين الثقافة والعولمة؟.
- 4_ فاعلية الخطاب الإعلامي في المنظومة الأخلاقية؟.
- 5_ وسائل الإعلام الجديدة والمجتمع؟. وغيرها من التساؤلات التي نراها مهمة لدراسة واقع الغز والرقمي القيمي، ودور التربية الإعلامي في حماية المجتمع.



Summary interjection:

As globalization is swallowing cultures existing and re-world production, according to one culture, any profiling the world culturally, and what was to inform the sweeping role in which, no longer hidden to the extent that cultural specificities, and the political and economic. .. is no longer within the media globalization program, but the building a world without barriers of this type is paramount to them, they seek to rob the true identity of the peoples and diluted in the global culture mold and build a nation without laws and rules are governed, and the production of a society without an identity and values you seize. The digital invasion value system today has become an international system threatens human societies as a whole, regardless of religion, beliefs, away from the customs and provisions. .. important to the receptivity of her youth to imbibe value system, and what it represents the last of the profit return away from all the respect for privacy accounts, and the logic of liberty. From here comes this intervention Kantlaqh to study a number of points that we consider necessary to illuminate the invasion Alno.na social values through the answer to a number of Altasaala Nord in each:

- 1_ What Alolmh media?
- 2_ What is Media Education?
- 3_ relationship between culture and globalization?
- 4_vaalah media discourse in the moral system?
- 5_ new media and society?

And other questions that we see a mission to study the reality of the digital invasion value system, and the role of media education in the protection of society.

مقدمة:

الإعلام ليس كما يعتقد البعض رافداً من روافد الحداثة، والتطور التقني، بل هو عملية تاريخية ارتبطت بالإنسان منذ أن خلقه الله على وجه الأرض، حيث تشير المصادر المختصة في هذا الشأن إلى أن المجتمعات العدائية كانت تتلقى الأخبار والمعلومات عن طريق الكلمة الشفوية المتداولة من مجتمع إلى آخر، وبعد أن استقر الإنسان أنشأ نظام الأسرة والقبيلة، ثم الدولة، وتشابكت المصالح حتى أصبح الإنسان بحاجة إلى تنظيم علاقته بالجماعة التي تحيط به، مما أدى إلى ظهور وسائل إعلام بدائية مثل الألواح الفخارية، ووسائل البردي، والخطابة، وهي وسائل وجدت طريقها إلى التطور عبر مراحل وحقب تاريخية عدة وصلت لذروة نضجها عندما بدأت تلوح في الأفق بواحد ثورة تقنية جديدة هي ثورة المعلومات والاتصالات، أ والموجة الثالثة كما يقول ألفن توفلر وزوجته هاليدي في كتاب لهما عن موضوع ثورة المعلومات والاتصالات التي كانت واحدة من أهم وأبرز المستجدات التي أسهمت في بلورة التجلي الجديد لظاهرة العولمة. (محمود عبد الله، 2009، ص: 70).

أولاً_ تعريف العولمة:

لقد أصبح مصطلح العولمة من أكثر المفاهيم تداولاً وشيوعاً في السنوات الأخيرة، لما فرضته من تحديات وأفرزته من آثار تسارعت، وتزايدت حدتها، وتعددت مظاهرها (السياسية، الاقتصادية، والثقافية)، وذلك من خلال تزايد دور المنظمات الدولية، وتدفق السلع، والخدمات بين الدول، وكذلك عولمة التجارة، وعولمة الإعلام (خالد حامد، 2008، ص: 164) وفي إطار عولمة الإعلام نرى أنه قد تغيرت الأدوار في العصر الراهن، وتداخلت بين عناصر الاتصال، وبات المرسل، والمستقبل يتبادلان الأدوار في معظم الأحوال، ويمكن لأي فرد كان توجيه رسالته في أي زمان، وإلى أي مكان، وتجمعت الخدمات الاتصالية في توليفة واحدة يمكن من خلالها مشاهدة التلفاز، والسينما وكتابة الرسائل الإلكترونية، في الجهاز المحمول التلفوني، ويمكن مشاهدة الأفلام السينمائية والقنوات التليفزيونية والمحطات الإذاعية مع مخاطبة العالم كله باستخدامات الأنترنت، وجهاز الكمبيوتر، الأمر الذي جعل الكثيرين يطلقوا على هذا الزمان بالعولمة الكونية، وتحولت القيادة من الساسة إلى رجال الأعمال، وبات الإعلامي سياسي، والسياسي إعلامي، والاقتصاد هو اللاعب الأساسي الآن، ولم يعد هناك حرب الأشباح، والأسرار، وفي لحظات قصيرة تكون أخبار المشاهير والسياسيين والفنانين في متناول الجميع، من عامة

الشعب أ والمتقنين، ولم تعد الديكتاتورية حلا مقبولا للحكام، وبات الحديث عن الاشتراكية وهم وضباع، والكون كله يتبع قوة عظمى واحدة ووحيدة هي التي أنتجت كل هذه الاختراعات، وتنادي بالفوضى الخلاقة بين الشعوب المستضعفة لتحكم سيطرتها على العالم، بنشر- قيمها، ومعتقداتها. (فيصل أب وعيشة، 2014، ص ص: 23_24)

ثانياً_تعريف الإعلام:

يعرف الإعلام بأنه كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية بطريقة معينة، من خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية، أ والاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر موضوعيا، أ ولم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير، أ ولغرائزها. (محمد أب وسمرة، 2010، ص: 13)

وللإعلام دور فعال في حركة المجتمع في الميادين كافة، فكثير ما نسمع مقولة " الحرب دعايات" في إشارة إلى أهمية الإعلام في مجريات الأحداث، فإذا كان الإعلام يتمتع بهذه الدرجة من الأهمية منذ القدم، حين كان يتطلب وصول الخبر من مكان إلى آخر أضعاف الوقت الذي يتطلبه الآن، فيمكن تصور الدور الذي يضطلع به الإعلام إيجابيا أ وسلبيا في عصر- العولمة. (محمود عبد الله، 2009، ص: 70).

1_ وظائف الإعلام: لم يعد الإعلام علما قائما بذاته ونظاما متكاملا له أصوله ونظرياته، ومنهجه فحسب، وإنما انتقل العالم المعاصر بأسره من عصر- الصناعة إلى عصر- الاتصال والمعلوماتية، وقد ازداد الاهتمام به نظرا لما يقدمه من وظائف سواء للأنظمة السياسية، أوالاجتماعية، أ والثقافية، أ وبمعنى أدق للمرسل، وللمستقبل، ويمكن حصر- هذه الوظائف بالآتي:

أ_ وظيفة إخبارية معرفية: حيث يعمل المرسل على نقل المعلومات والوقائع والأفكار إلى المتلقي، وإعلامه بما يجري في العالم من أحداث، وذلك يؤدي إلى فهم ما يحدث من ظواهر.

ب_ وظيفة تعليمية تنموية: بتدريب المتلقين عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم للقيام بأعمالهم وتطوير إمكانياتهم العلمية وفق ما تتطلبه ظروفهم الوظيفية، وبذلك يتعلم المتلقي مهارات وخبرات جديدة، وتنمية الإنسان علميا، ثقافيا، واقتصاديا.

ت_ وظيفة إقناعية تغييرية: بإحداث تحولات في وجهات نظر الآخرين، ما يدفع المتلقي للحصول على معلومات جديدة تساعده في اتخاذ القرارات، والتصرف بشكل مقبول اجتماعيا، وتعد هذه

أهم الوظائف، إذ تساعد النظام الاجتماعي والسياسي في تحقيق الاتفاق، أو الإجماع بين أفراد المجتمع وفئاته المختلفة، وهي تهدف إلى إحداث التحولات أو التغييرات المطلوبة في وجهات نظر المجتمع حول حدث معين، أو فكرة معينة تساعد النظام الاجتماعي والسياسي على تحقيق أهدافه.

ث_ وظيفة ترفيهية: بالترويح عن نفوس أفراد المجتمع، وتسليتهم، فيجد المتلقي الراحة والمتعة والتسلية.

ج_ وظيفة إعلامية: والتي باتت إحدى أهم وأبرز وظائف الإعلام، وأخطرها أيضا، فمع تحول الإعلام إلى صناعة وسلطة، أصبح جزءا من الحركة الاقتصادية والتجارية، وهكذا راحت تبحث عن مصادر التمويل، فوضعت لنفسها وظيفة أساسية هي الإعلان، وقد باتت كل الصحف تحسن وظائف الأخرى لترفع مستوى الإعلانات. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2013، ص ص: 31-32)

2_ نظريات الإعلام: ظهرت نظريات الإعلام نتاجا للتغيرات التي تصاحب وتعقب حركات المجتمعات الإنسانية، وهي جهد مثمر لعدد من الباحثين والدارسين المتخصصين في تفسير ظواهر علوم الإعلام والاتصال، وأثرها في المجتمع، وهي كذلك توصيف لطبيعة التطبيقات الإعلامية في دول العالم المختلفة.

وقد اكتشف الباحثون وجود علاقة بين هذه النظريات الإعلامية والفلسفة التي يقوم عليها الإعلام في هذه الدولة أو تلك، ففلسفة الإعلام من وجهة نظر ويلبر شرام هي البحث في طبيعة العلاقة الجدلية التي تربط الإعلام بتطبيقاته في المجتمع، وتحليل التفاعل بين الأسس التي يقوم عليها علم الإعلام، وبين الممارسة الفعلية له في الواقع الاجتماعي.

إن نظريات الإعلام كما يرى بعض الباحثين هي جزء من فلسفة الإعلام، لأن الأخيرة أعم وأشمل من النظريات، وكثيرا ما يتم الخلط بين نظريات الإعلام وفلسفة الإعلام، أو مذاهب الإعلام، ولكن الشيء المهم هنا هو استخدام مصطلح نظريات الإعلام جاء تعبيرا للإشارة إلى الأيديولوجيات والمعتقدات الاجتماعية والاقتصادية وأصول وعناصر العملية الإعلامية. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2013، ص ص: 33 - 34)

2_1_ نظرية السلطة: ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن السادس عشر، وتعتمد على نظريات أفلاطون، وميكافيلي، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع على السلطة، ويتم احتكار تصاريح وسائل الإعلام، حيث تقوم الحكومة على مراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة، والوزراء، وموظفي الحكومة، وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص إلى إصدار المجلات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2013، ص: 34)

2_2_ نظرية الحرية: نتيجة للتراكمات التي أحدثتها النظام الإقطاعي وتحالفه مع الكنيسة ورجال الدين ضج المجتمع الأوروبي من وطأة النظام التسلطي الذي قوبل بمعارضة عنيدة وعنف من قبل المفكرين والتنوريين الأوروبيين والذي توج بميلاد فلسفة الحرية والتحرر الإنساني وهذا ما كان أن يتم لولا ثورة الطباعة وشلالات الدم التي قدمت قربانا لضريبة الحرية في المجتمعات الأوروبية.

إن نظرية الحرية جاء بسبب الانتقادات الحادة التي أحدثتها نظرية السلطة والحق الإلهي في النفوس، ووجد أن الجماهير الأوروبية والتي توجهت بإقصاء كل رموز الهيمنة من رجال الدين والإقطاعيين الكلاسيكيين وحل محل نظرية الحرية أ والمذهب الحر الليبرالي والذي ما كان أن ينجح لولا الكفاح والنضال المستمرين الذي قدمه الثوار الإنجليز والفرنسيين، والأمريكيين معاً، والذي نجم عنه تصاعد وتيرة مسار الديمقراطية والحريتين السياسية والدينية واتساع نطاق التجارة والرحلات، كل ذلك ساهم في دفع آخر بقايا النظام العالمي القديم والذي مهد لبروز نظرية الحرية والتي بدأ سطوع شمسها ونورها خلال القرن السابع عشر، وازدادت سطوعاً في القرن الثامن عشر (بسام عبد الرحمان المشاقبة، 2012، ص: 57)

وترى هذه النظرية أن الفرد يجب أن يكون حراً في نشر ما يعتقد أنه صحيح عبر وسائل الإعلام، وترفض هذه النظرية الرقابة أ ومصادرة الفكر. ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2013، ص: 35)

2_3_ نظرية المسؤولية الاجتماعية: ظهرت هذه النظرية كرد فعل لسوء استخدام مفهوم الحرية في وسائل الإعلام، والذي امتد ليشمل التحرر من أية مسؤولية تجاه المجتمع، وأفراده ومن ثم قامت هذه النظرية على أساس التوازن ما بين حرية الفرد ومصالح المجتمع، وعلى المستوى الإعلامي ارتكزت هذه النظرية على تحقيق التوازن بين حرية الرأي والتعبير وصالح المجتمع وأهدافه، وأن للإعلام وظيفة اجتماعية، مما أسفر عن مبدأ مهم في مهنة الإعلام

وهو ضرورة وجود التزام إعلامي ذاتي بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين الحرية الفردية ومصالح المجتمع، وبالتالي أخلاقيات مهنة الإعلام يحكمها طرفان هما الحرية والمسئولية والتوازن بينهما هو جوهر أخلاقيات الإعلام ومهنة الإعلام. (بسام عبد الرحمان المشاقبة، 2012، ص: 60)

ثالث_ التربية الإعلامية:

التربية الإعلامية هي عملية توظيف وسائل الاتصال بطريقة مثلى من أجل تحقيق الأهداف التربوية المرسومة في السياسة التعليمية والسياسة الإعلامية للدولة. (بسام عبد الرحمان المشاقبة، 2012، ص: 49)

هذا وقد عرف مؤتمر التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية الذي عقد في فيينا في 18_20 أبريل 1999 التربية الإعلامية بأنها: التربية التي تختص في التعامل مع وسائل الإعلام الاتصالي، وتشمل الكلمات، والرسوم المطبوعة، والصوت، والصورة الساكنة، والمتحركة، التي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات.

وإذا نظرنا إلى تطور التربية الإعلامية نجد أن الفهم السائد في الخمسينات والستينات من القرن العشرين عن عقل المشاهد أنه كاللوح الأملس، فكانت الأجندة التعليمية هي التطعيم، وجعل المشاهد يميز بين الإعلام الجيد، والإعلام الفاسد، وأن يقدر جمال الإعلام الجيد. إن هذا المفهوم تطور في السبعينات، والثمانينات الميلادية من القرن العشرين إلى أسئلة أيديولوجية للإعلام، بدلا من الأسئلة الجمالية، على سبيل المثال: كيف ولمصلحة من يعمل الإعلام؟. كيف ينتظمون؟. ثم في التسعينات الميلادية من القرن العشرين لم يعد الجمهور متلقيا، أ وناقدا فحسب، بل ومنتجا للمعاني الإعلامية ذات الصلة بالنواحي الشخصية وبالمجتمع. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2013، ص: 32)

1_ أهداف التربية الإعلامية: إن الهدف من التربية الإعلامية هو تمكين أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين.

والمتأمل في تعريف التربية الإعلامية وفي الهدف الذي تسعى لتحقيقه وتطورها حتى وصلت إلى ما وصلت إليه يدرك أنها لا تخاطب ولا تحمل وسائل الإعلام على نح ومباشر مسؤولية الآثار السلبية التي يتعرض لها المجتمع إثر تعرضهم لهذه الوسائل، بل يرى أنها تتجه

إلى المتلقي، ومستخدمي وسائل الإعلام لفهم ماهية الإعلام ووسائله. (عبد الرزاق محمد الدليمي، 2013، ص: 33)

رابعاً_العلاقة بين الثقافة والعولمة:

العولمة هي ثقافة تحكم النزعة الاقتصادية في العالم لدرجة تهديد مصيره ومصير الحياة على الأرض، والعولمة الرأسمالية ثقافة متكاملة عملت وتعمل للقضاء على الثقافة العربية، وعلى باقي ثقافات العالم، والعمل على تحويل جميع الثقافات إلى نوع من الفلكلور، وهذه الثقافة (العولمة الرأسمالية) هي ثقافة ضد الثقافة، بل إنها اللاتقافة لأنها تقلص معنى الوجود إلى وظيفة واحدة، وهي مضادة لأنها تؤدي إلى الاستعباد، وهي قاتلة للثقافات الأخرى، إن الاقتصاد في العولمة الرأسمالية بتحرره من المجتمع احتل كلية المجال الاجتماعي وأصبح شمولياً، وهذا الاقتصاد يقوم على عبادة الكفاءة التقنية والاقتصادية دون ضوابط وحدود، وعليه فإن الحرب الاقتصادية الرأسمالية تشكل حقيقة المنافسة وتشهد فيها التسابق نحو تطوير التقنية التي تخلق قدرة إنتاجية وتولد غالبين ومغلوبين. (محمود عبد الله، 2010، ص: 210)

خامساً_فاعلية الخطاب الإعلامي في المنظومة الأخلاقية:

إن العلاقة بين المنظومة الإعلامية ومنظومة القيم الاجتماعية والأخلاقية علاقة متداخلة على اعتبار أن وسائل الإعلام هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والقيم والمفاهيم، ومن ثم تساهم في خلق جانب كبير من الثقافة الاجتماعية، ما يعطيها أحياتها كسلطة إعلامية في إدارة وتوجيه المجتمع، وفي هذا المجال ركز خبراء الإعلام والاتصال على هذه الخاصية، واهتموا بالوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام، وحاولوا تحديد أدوارها إزاء المجتمع، ورصد نتائج تأثيرات ذلك، وسبق عالم الاتصال رولد لاسويل غيره في إيلاء هذه المسألة الأهمية التي تستحقها، عندما توصل إلى حقيقة أن من بين وظائف وسائل الإعلام مراقبة البيئة الاجتماعية من خلال جمع المعلومات وتوزيعها حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة، وبنظره إن لوسائل الإعلام مهمة أخرى هي زيادة ترابط أجزاء المجتمع في الاستجابة لتحديات البيئة المحيطة بهم، بمعنى آخر خلق رأي عام وطني موحد يساعد الحكومة الديمقراطية للقيام بدورها، مثلما تتولى وسائل الإعلام عملية نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر، ولم يقف اهتمام علماء الاتصال

عند هذا الحد فقد حدد كل من لازرسيفلد وميرتون وظائف لوسائل الإعلام حيال البيئة والمجتمع وفق الآتي:

- أ_ تبادل الآراء والأفكار بين أبناء المجتمع لإضفاء الشرعية على أوضاع المجتمع.
- ب_ تفعيل المعايير الاجتماعية ومحاسبة الخارجين عنها، من خلال الفصح الإعلامي للسلوكيات الشخصية للأفراد التي تنحرف عن أخلاقيات المجتمع العامة.
- ت_ التنبيه على آثار الخلل الوظيفي لوسائل الإعلام بتدفق مزيد من المعلومات للجمهور فتخلق ما يسمى بالمعرفة السلبية المعيقة للنشاط البشري مما يقضي إلى اللامبالاة من قبل الجمهور بدلا من إيقاظه. (عدد من الباحثين، 2013، ص ص: 188_189)

سادسا_ من خطاب العقلانية في علم الأخلاق إلى عولمة الأخلاق والسلوك والدين:

لا يختلف المفكرون اليوم في أن العقلنة من حيث هي المسار الأفصح للحضارة والمدنية المعاصرة تدرت كثيرا بالهواجس والنزعات المادية بشكل أشكل كثيرا القضية الأخلاقية، حيث أزاح العقل الأخلاق كسلوك أو كمشروع مجتمعي عن سلطة الدين الكنسي- بالأساس والبدواة أيضا، وأعاد سؤال الأخلاقية في نطاق العقلنة والمأسسة، أي أعاد صياغة وإنتاج سؤال: ما معنى أن يكون الإنسان كائنا أخلاقيا بدون الكنيسة إلى الواجهة، وهو سؤال انبثق عن المشروع التنويري الغربي ومن مولداته، حيث وقفت أوروبا موقف التأمل الحضاري في ثقافتها وأعادت حسب ديوي صياغتها وفقا لما يعرف بالعقلنة ومأسسة الحياة، حيث وضعت الأخلاق والتربية والمعايير على محك اللوغوس في نطاق الحياة المأسسة، بما في ذلك المعايير والأخلاق ذات المصدر الديني، أو ذات المصدر البدوي القبلي، التلقائي العفوي، أو التجريبي، فانتهى الأمر إلى وضع العقل كما ل وأنه المسئول الأول عن إنتاج النص الأخلاقي الذي به يتشكل الضمير الخلقي، من حيث هوضمير سلطوي كما وصفه فروم، والبديل عن التجربة الموروثة أو سلطة الدين، والنص الموروث وقصص أخلاق البدواة وأساطيرها، وهو ما قاد إلى الاعتراف بسلطة العقل الأخلاقي ومركزيته من حيث هو عقل علمي تجريبي مؤسسي- يستمد وجوده من الحياة الجماعية الاجتماعية المعيارية، وأنساقها المنطقية ذات الموثوقية واليقينية العلمية العالية، والممأسسة بيروقراطيا (ما يجب أن يكون عليه الوضع عقليا) متحررا بذلك من ما هو ديني وغيبوي وبدوي، وأصبحت مفردات الأخلاق المعقلنة التي حلت محل أخلاق البدواة المختلطة بالدين (التضحية، القرابين، الثأر...) مطلوب أن توضع في مواثيق دولية ودساتير محلية معززة بأخلاق الجزاء (الثواب، والعقاب)، وصارت الدولة الحديثة توصف بدولة القوانين والواجبات المفروضة،

والمتحكمة بالمنوعات والطابوهات لا تقل عن طابوهات الدولة الشيوقراطية، مما جعلها عرضة للنقد والمساءلة، حيث تصدر الانتقادات والتساؤلات تساؤل رئيسي صاغته النخب الفكرية حسب هبرماس في: من الذي يحدد لي كيف أعيش؟. وهو سؤال أخلاقي كانت الفلسفة قد احتكرت الإجابة الجاهزة عنه إنه التاريخ والدين والقيم.. إلخ، وهو السؤال الذي أسس للنطوير بالعقل التواصل من حيث هو عقل يتبدى كما ل وأنه تحرير للفرد والجماعة والمؤسسة من دوغماتية العقل النظري وسلطته العلمية والمنطقية القانونية والمؤسسية، وقضى - أن تكون الحياة المعيشة ومنطق الحرية الفردية والثقافة التقنية والواقعية المفرطة هي مصادر عليا ومركزية للأخلاق الملزمة للإشباع (العربي فرحاتي، 2015، ص: 62-63)

وقد بلغ الفكر الأخلاقي ذروته حين زواج الأخلاق ورادفها بالحرية، وهي نزعة من إبداع الفكر المابعد، يحاول استجلاء الحكمة كمفهوم آخر وجيه للأخلاق، وهي فكرة نبعت من مفهوم الأخلاق الحياتية، وهو مفهوم إجرائي وتطلع ذرائعي عولمي بعيدا عن القيم الناتجة عن التأمل، فاستبعاد الأخلاق الدينية في المشهد العولمي هو استبعاد شامل للتدين الجماعي من كل مظاهر الحياة، بما في ذلك توجيه العلم والتقنية، والسياسات التربوية. (العربي فرحاتي، 2015، ص: 64).

سابعاً_ أهداف العولمة الإعلامية والتقنية:

ترتبط العولمة الإعلامية بالتقدم والتوسع الاقتصادي ارتباطا وثيقا، ولذلك كانت عملية الرقمنة digital في نقل الصوت والصورة والكلمة الحاسمة في تسهيل وصول هذه المواد للمستهدف، كما أنها خفضت التكلفة مما ساعد على توسع دائرة الانتشار عالميا، كذلك ساعدت شبكات الاتصال الفائقة fibers في تسهيل نقل كميات كبيرة من المعلومات وبدرجة نقاء عالية وبوقت قصير حول العالم، وأصبح هنالك تحالف ظاهر بين شركات الاتصالات، وشركات التقنية والبرامج مع المؤسسات الإعلامية نظرا للمصالح المشتركة بين هذه الأطراف، فالأولى ترصف الطريق، والثانية تسير عليه.

ومن المعلوم أن الربحية غرض رئيس للرأسمالية الغربية، وأي نشاط اقتصادي يمول وسيلة لزيادة الدخل وللربحية فإنه محبوب ومرغوب، هذا هو منطلق العولمة الإعلامية: ربح وربح وربح. لكن لا ننسى أن القائمين على هذه المؤسسات والعاملين فيها لهم خلفيات وعقائد ومبادئ ينقلونها إلى العالم من خلال أنشطة مؤسساتهم الإعلامية مثل ما تنقل السفينة البضائع، فلا يستغرب أن نرى مضامين هذه العولمة الإعلامية متوافقة تماما مع ما درج عليه أصحابها،

فالعنف يجري في دمائهم، والجنس قضية بيولوجية، أما العقيدة فهي مجموعة الخزعات، والخرافات والشعوذات تتوافق أحيانا مع تربيتهم الدينية النصرانية وتصادمها أخرى. (محمود عبد الله، 2010، ص ص: 114_115).

ثامنا_ عولمة القيم:

يطرح مفهوم القيم في وقتنا الراهن مفارقة أساسية، ذلك أن الانتماء إلى ما أصبح يعرف بمجتمع المعرفة يفرض الانخراط في ترسيخ قيم عالمية من قبيل: الحرية، وحوار الحضارات، والتسامح، واحترام الرأي الآخر... وهذه القيم قد تتعارض في بعض تفاصيلها مع القيم الخاصة بمجتمع معين، إننا نتفق مثلا على أن الحرية قيمة مطلقة مطلوبة في كل زمان ومكان، ولكن يمكن لسلوك معين أن يكون عند بعض المجتمعات منضويا تحت قيمة الحرية، بينما يعد نفس السلوك عند مجتمع آخر خروجاً عن اللياقة، أو الدين، أو التقاليد، ليبقى الرهان هو: كيف يمكن الجمع داخل منظومة القيم بين ما هو محلي، وما هو كوني؟ (عبد الرحيم وهابي، 2008، ص ص: 21_22)

إن مصطلح العولمة في إطلائته الأولى على الساحة العالمية كان لهدف اقتصادي بحث، أما اليوم فلم يعد الهدف اقتصاديا فحسب بل غدا هدفا سياسيا أيضا، إننا أمام معركة غير متكافئة على الساحة العالمية، لا تستخدم فيها الأسلحة النارية المعهودة، إنما هي حرب الكلمات، أ والحرب الإعلامية، ومن هنا أصبح الإعلام وسيلة العولمة لتحقيق المآرب التي يطمح إليها دعاة العالم الجديد، فالإعلام هو السلاح الأمضى، والأكثر فتكا في هذا العصر، ولربما انهارت أمم وشعوب واندثرت قيم ومبادئ في حمأة المعركة الإعلامية وانتصر طرف على طرف في مواجهة ليس لها إلا سلاح الإعلام. (محمود عبد الله، 2010، ص: 9).

تاسعا_ الإسلام والعولمة:

لم نعد بحاجة إلى أن نؤكد على المنزلة التي يتبوؤها الإعلام في الدين الإسلامي، ولن نبتعد عن الحقيقة أ ونتجاوز المعنى المقصود إذا قلنا أن الإسلام هودين إعلامي، فالإعلام هو قوام هذا الدين وقاعدته الصلبة، وهو الجسور التي تعبر منها هذه الرسالة إلى الناس، ويرجع إليه فضل انتشاره على هذه الرقعة الفسيحة من كوكب الأرض. (هبد الرزاق محمد الدليمي، 2013، ص: 345)

ويلاحظ أن الإسلام وإن كانت دعوته عالمية الهدف والغاية والوسيلة، ويرتكز الخطاب القرآني على توجيه رسالة عالمية للناس جميعا، ووصف الخالق عز وجل نفسه بأنه رب العالمين، وذكر الرسول صلى الله عليه وسلم مقترنا بالناس وبالبشر جميعا، فإن حضارة الإسلام قامت على القاسم المشترك بين حضارات العالم، فقبلت الآخر وتفاعلت معه أخذاً وعطاء، بل إن حضارة الإسلام تعاملت مع الاختلاف بين البشر باعتباره من حقائق الكون، لذلك دعا الخطاب القرآني إلى اعتبار فوارق الجنس والدين واللغة من عوامل التعارف بين البشر جميعا رجالاً ونساء في جزئيات محددة: أصل الخلق، والنشأة، والكرامة الإنسانية العامة، ووحدة الألوهية، وحرية الاختيار وعدم الإكراه، ووحدة القيم والمثل الإنسانية العليا.

وتبدوا الاختلافات جلية بين عالمية الإسلام ومفهوم العولمة المعاصر، فبينما تقوم الأولى على رد العالمية لعامة الجنس البشري، والقيم المطلقة، وتحترم خصوصيته، وتفرد الشعوب والثقافات المحلية، تركز الثانية على عملية نفي، واستبعاد لثقافات الأمم والشعوب ومحاولة فرض ثقافة واحدة لدول تمتلك القوة المادية وتهدف عبر العولمة لتحقيق مكاسب السوق، لا منافع البشر.

ورغم هذه السيطرة الغربية على العولمة ومسارها إلا أن القوى المختلفة الداعية إلى حق الاختلاف والخصوصية الدينية والثقافية يمكنها توظيف أدوات العولمة ذاتها لمواجهة، ففي قمة سياتل التي انعقدت في الولايات المتحدة الأمريكية ديسمبر 1999 نظم ونسق المعارضون لاتفاقية الجات جهودهم عبر شبكة الأنترنت مما يدل على أن الإنسان يستطيع توظيف كل جديد في الدفاع عن هويته، وذاته... وإنسانيته. (محمود عبد الله، 2010، ص ص: 205-206).

عاشرا_ وظيفة الإعلام التربوي في المجتمع المعاصر:

يقوم الإعلام في المجتمع المعاصر بدور كبير في تنشئة الأفراد، وبخاصة أن تأثيره يصل إلى قطاعات واسعة، وعريضة من شرائح المجتمع، وقد ساعد على ذلك سرعة اختصاره للزمان، والمكان، وسرعة تجاوبه مع المستجدات العلمية والتكنولوجية، مما يؤدي إلى زيادة الرصيد الثقافي للإنسان، وتيسير عملية تبادل الخبرات البشرية.

وتتوافر في وسائل الإعلام عدة مميزات لا يتمتع بها غيرها من الوسائط التربوية الأخرى، فهي تقدم خبرات ثقافية متنوعة، ونماذج سلوكية، وطرق معيشة قطاعات عريضة من أفراد المجتمع، كما أنها تنقل إلى الأفراد خبرات ليست في مجال تفاعلاتهم البيئية والاجتماعية المباشرة، وتعرض وسائل الإعلام لكثير من القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية، مما

يجعلها ذات تأثير كبير على تكوين الرأي العام وتوجيهه، ووسيلة مهمة من وسائل التربية المستمرة.

وللإعلام دور بارز وفعال في عملية التنشئة الاجتماعية لما يملك من خصائص تعزز من دوره منها جاذبيته التي تثير اهتمامات النشء، وتملاً جانباً كبيراً من وقت فراغهم، خاصة وأنها تعكس الثقافة العامة للمجتمع، والثقافات الفرعية للفئات الاجتماعية المختلفة، وتحيط الناس علماً بموضوعات وأفكار ووقائع وأخبار ومعلومات ومعارف في جميع جوانب الحياة، بالإضافة إلى أنها تجذب الجمهور إلى أنماط سلوكية مرغوب فيها، وتحقق له المتعة بوسائل متنوعة على مدار الساعة بما يشبع حاجاته.

لقد استطاع الإعلام أن يغزى البيت، والشارع، والمدرسة، ويحدث تغييراً كبيراً في القيم، وإذا لم يواجه ذلك بعملية تربوية منظمة تواكب هذا التطور المذهل فسوف يؤدي إلى التخبط والعشوائية بل والضياع في العملية التربوية.

إن تمكن الدول المتقدمة من التحكم في وسائل الإعلام الدولي، ومنها إنشاء الوكالات الدولية للأنباء، بالإضافة إلى الإذاعات الدولية، والصحف والمجلات المنتشرة على نطاق عالمي وقوة الشبكة العنكبوتية العالمية (الإنترنت) واستخدام الأقمار الصناعية واختصار المسافات، واختزال الزمن، جعل من وسائل الإعلام سلاحاً خطيراً في أيدي القوى الكبرى، وفرض تحدياً للدول النامية، والدول الفقيرة للفرار من قيود التبعية الإعلامية. (محمد أب وسمرة، 2009، ص ص: 41_42) في ظل ما يسمى بالعولمة الجديدة.

إن عملية التحصين الثقافي ينبغي أن تتكامل مع عملية التأصيل الإعلامي لأن الإعلام حامل الثقافة، إن ثورة المعلومات والعولمة تستخدم تقنية الاتصال (الفضائيات، والآنترنت) لقهر الثقافات الأخرى، فالتقنيات الاتصالية والمعلومات ليست محايدة بل تحمل مضامين ورؤى ينبغي التعامل معها بروية وإستراتيجية مضادة تنطلق من تصور إسلامي، أي ضرورة تأصيل الموقف نفسه تجاه التقنيات وما تحمله من مضامين في سياق صراع حضاري مستمر. (محمود عبد الله، 2010، ص: 258).

الخاتمة:

هناك قناعة سائدة اليوم عند جميع البشر- أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من ضروريات الحياة البشرية، كما أنه من المسلم به أيضا أهمية الإعلام في هذه الحياة، لذلك يكون من واجب التربية الإعلامية مراعاة ما تقدمه البرامج الإعلامية وما تحويه تقنيات التواصل حتى تتمكن من حماية المجتمع من الانحراف، والمحافظة على القيم والهوية الاجتماعية راسخة في عقول الجيل الحالي والأجيال اللاحقة

قائمة المراجع:

- 1_ محمود عبد الله، الإعلام وإشكالية العولمة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، طبعة 1، سنة 2010.
- 2_ فيصل أ وعيشة، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2014.
- 3_ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام الإسلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، طبعة 1، سنة 2013،
- 4_ عدد من الباحثين، التربية الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، بغداد-العراق، طبعة 1، سنة 2013،
- 5_ بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، طبعة 1، سنة 2012،
- 6_ محمد أب وسمرة، الإعلام التربوي ودور الإذاعة المدرسية في العملية التعليمية، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، طبعة 1، سنة 2010،
- 7_ العربي فرحاتي، علم النفس والأخلاق والتشريع الإسلامي أية علاقة، كنوز الحكمة، الجزائر، 2015،
- 8_ عبد الرحيم وهابي، المناهج التعليمية ومنظومة القيم، مطبعة أنفو-برانت، فاس-المغرب، 2008.
- 9_ خالد حامد، المدخل إلى علم الاجتماع، الجسور للنشر- والتوزيع، الجزائر، طبعة 1، سنة 2008.