

العنوان:	الإعلام والبيئة
المصدر:	مجلة التربية
الناشر:	اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم
المؤلف الرئيسي:	فكري، محمد همام
المجلد/العدد:	س 21, ع 101
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	1992
الشهر:	يونيو
الصفحات:	221 - 227
رقم MD:	21271
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
قواعد المعلومات:	EduSearch
مواضيع:	حماية البيئة ، الإعلام ، البيئة ، الوعي البيئي ، تلوث البيئة ، وسائل الإعلام ، طبقة الأوزون
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/21271

الاعلام والبيئة

Information and Environment



بقلم : محمد همام فكري
كلية العلوم - جامعة قطر

هذا المقال أهمية الدور الذي يمكن أن تؤديه وسائل الاعلام المختلفة في تنمية الوعي البيئي لدى الجماهير ، مما ينعكس بدوره على نظرتهم وسلوكهم الحياتي تجاه البيئة ، كما يبين خصائص الرسالة الاعلامية الجيدة في هذا المجال ، وما ينبغي اتباعه لاعداد وبناء رسالة تحوز على قناعة الجماهير .



في كل المؤتمرات الدولية التي عقدت لمناقشة قضايا البيئة كان التركيز دائماً على أهمية دور الاعلام في تنمية الوعي البيئي .. وكانت التوصيات لا تخلو من دعوة صريحة للاعلاميين نحو المشاركة في صون وحماية البيئة .. عن طريق مخاطبة الجماهير ودعوتهم للحفاظ على البيئة .. ولكن كيف يتسنى للاعلاميين طرح القضايا البيئية وتبني الأفكار العلمية وتحويلها إلى لغة إعلام تحوز على قناعة الجماهير مما يدفعهم الى مراعاة ذلك في سلوكهم الحياتي ؟ خاصة وأن وسائل الاعلام باتت تولى اهتمامها بكل ما يتصل بالبيئة .. ويلاحظ المتابع اجتهاد العديد من الكتاب ومحرفي الصحف في متابعة كل ما يتصل بالبيئة ومشكلاتها بغرض مواكبة هذا الاتجاه الذي بات يشكل خطأ أساسياً في الاعلام العالمي .. ومطلباً حتماً لنشر وتنمية الوعي البيئي .

لاشك أن الاعلام بوسائله المختلفة يعد أهم اشكال الاتصال المقننة التي تؤثر في اتجاهات الجماهير ، لذلك لا تخلو تقارير برنامج الأمم المتحدة للبيئة والتي تصدر كل عام من توجيه رسالة للاعلاميين لتحميلهم عبء توصيل رسالته الى الجماهير بقصد إثارة اهتمام الجماهير وتوجيه سلوكهم وتعريفهم ببعض المشكلات البيئية .. كمشكلة الأوزون .. وهو ما عبر عنه الدكتور/مصطفى كمال طلبه - المدير التنفيذي لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة بقوله :

« إن التغطية الاعلامية الواسعة لموضوع فقدان طبقة الأوزون ، خاصة خلال عامي ١٩٨٧ ، ١٩٨٨ م ، ساعدت برنامج الأمم المتحدة للبيئة ، والمجتمع الدولي عامة ، على تحقيق انجاز تاريخي هذه السنة في مجال حماية البيئة ، وهذا الانجاز كان دخول بروتوكول مونتريال حيز التنفيذ ، وهو البروتوكول الذي اطلقه برنامج الأمم المتحدة بهدف تخفيف انبعاث الغازات الناتجة عن نشاطات انسانية والمدمرة لطبقة الأوزون ، التي تحمي الحياة على الأرض من الاشعاعات فوق البنفسجية المفرطة . ولقد دخل البروتوكول وهو اول اتفاق دولي شامل لحماية البيئة ، حيز التنفيذ في اليوم الاول لعام ١٩٨٩ م ، وان برنامج الأمم المتحدة للبيئة يتوجه اليوم الى العمل على معالجة مهمة أكثر صعوبة هي تنسيق الجهود الدولية لكبح آثار التغير المناخي ، ومرة أخرى ندعو وسائل الاعلام ... الى المساعدة في شرح الأخطار وتعيين الخطوات التي يتوجب اعتمادها » (١) .

وهذه الدعوة التي يوجهها المدير التنفيذي لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة يجب ان تلازمها دعوة أخرى تستهدف التعريف بإبعاد المشكلات البيئية من منطلق علمي واعٍ بالرسالة الاعلامية . لذلك ، يطمح علماء البيئة الى تكوين كوادر للاعلام البيئي تساهم بدورها في مهمة تنمية الوعي البيئي .. على أساس تفهم واعٍ لأبعاد ومشكلات البيئة . لأن مشكلات البيئة عندما تطرح بطريقة مخلّة أو عن طريق من ليس لديهم الدراية والخبرة في ذلك ، فلن يلتفت إليها أحد لذلك يؤكد خبراء البيئة على أهمية إعداد المحرر الملائم لهذا الدور :

« إن كثيراً من المحررين ليست لديهم الحساسية أو الاهتمام الكافي بالقضايا البيئية لمتابعة الأحداث الاخبارية الكبيرة أو الاضطلاع بتقارير تحقيقية بعمق عنها ، ومعظمهم لديهم خبرة قليلة بالموضوع ومن ثم يواجهون مشاكل معينة في عرض موضوع بيئي في منظوره الفعلي ، ومن المحتمل أن تكون مصادر الصحفيين محدودة أو أنهم يقومون على خدمة مصالح مجموعات معينة سواء الحكومات أو الصناعة أو المنظمات غير الحكومية ، ويحدث التشوه أيضاً عندما يحاول المحررون ترجمة اللغة التقنية وإيجاد مصادر يمكن الاعتماد عليها ، ففي السنوات الأخيرة ظهر مثل هؤلاء الأخصائيين في بلدان كثيرة ، وعليهم عبء كبير لاقتناع الصحف ومحطات الاذاعة بقبول أولوياتهم ووجهات نظرهم ومن ثم يستحقون الدعم » (٢) .

من المهم إعداد هذه الكوادر للقيام بهذا الهدف إضافة الى أهمية الاستفادة بالشخصيات ذات التأثير على القاعدة العريضة من الجماهير « لقد أسفرت البحوث عن وجود من يسمون عادة - قادة الرأي - اي أولئك الأشخاص الذين يكون لهم تأثير شخصي على من حولهم من الناس » (٣) .

قادة الرأي هؤلاء ، يمكن ان يكونوا من النقاد والكتاب أو العلماء أو ذوي المكانة الاجتماعية المرموقة أو نجوم بارزين في مجالات مختلفة .. لأن كل هؤلاء يكون لهم تأثير

شخصي على من حولهم من أشخاص .. ويمكن معرفة هؤلاء الأشخاص عن طريق استفتاء الجماهير أنفسهم لمعرفة أهم الشخصيات المميزة في المجتمع : « ربما كان أسهل طريق لتمييز قادة الرأي هو مقابلة الناس وسؤالهم عن يتجهون إليهم في طلب النصح فيما يتصل بالمشكلات العامة والخاصة . فإذا تيسر مقابلة كل الناس في مجمع معين ، فإن قادة الرأي هم أولئك الذين يذكر الناس أسماءهم كمصادر للنصح أكثر من غيرهم . إلا أن مقابلة كل الناس في بلد أمر متعذر في غالب الأحوال ، وعادة تختار عينة تجرى المقابلة مع أفرادها ، ولكن يقل الاحتمال في أي عينة مختارة أن يذكر أي فرد بقدر يكفي لاعتباره من قادة الرأي . نظراً لأن لكل قطاع من المجتمع قاداته فإذا لم تسفر مقابلة العينة عن تمييز قادة الرأي ، فقد تشير إلى المواضيع التي يمكن أن نجدهم فيها في البناء الاجتماعي فقد تنتج بعض المهن مثلاً لأفرادها الحصول على المعلومات «⁽⁴⁾ ، هؤلاء جميعاً يجب أن تشملهم استراتيجية مناسبة للاعلام . إضافة إلى : أنه من الضروري إعداد كوادرن متخصصة في مجال الاعلام البيئي ، لأن الرسالة الاعلامية في مجال البيئة رسالة خاصة يجب أن نوليها اهتماماً خاصاً ، لاسيما وأن موضوع البيئة له معجمه الاصطلاحي ومفرداته اللغوية غير المألوفة في العديد من الأوساط .. فإذا كانت البيئة في أبسط معانيها تعنى كل شيء يحيط بنا .. فإنه من الضروري توضيح ذلك بشكل واف فالبيئة التي تحيط بنا لها مكونات مادية (كالهواء والماء والأرض) وبيئة غير مادية - بيولوجية - (البشر ، النبات ، الحيوان ، وكافة الكائنات الحية الدقيقة) هذه المكونات في تفاعل دائم ويتصل بعضها ببعض الآخر .. وأن هذا التفاعل يشكل ما يسمى بالنظام البيئي .. كما أن هذه المكونات منها ما يعتبر محدوداً لا يتجدد .. ومنها ما يتجدد .. إلا أن هذه المكونات في مجملها تحتاج إلى ترشيد وحماية في استخدامها .. هذه الرؤية الأساسية في النظر إلى البيئة سوف تيسر على كل من ينقل خبراً عن البيئة صياغة جيدة ومؤثرة ..

كيف تعالج القضايا البيئية إعلامياً ؟

لاشك أن طابع الاثارة يسيطر إلى حد ما على تناول قضايا البيئة إعلامياً .. فالملاحظ أن هناك ميلاً إلى تضخيم قضايا البيئة ، وهذا بالطبع يؤدي إلى انصراف الناس عن الاستجابة لمثل هذه الأخبار لذلك تحذر اليونيب في تقرير لها عن حالة البيئة من هذه الاثارة « إن الميل الطبيعي نحو الاثارة يؤدي إلى عدم دقة الأخبار التي تقدمها وسائل الاعلام عن المخاطر ، وعند الاعلام عن مخاطر بيئية يكون التأكيد عادة على الجوانب الأكثر خطورة ، فوسائل الاعلام ذكية في إثارة النتائج الخطيرة المصاحبة لحادثة معينة تتضمن مخاطر إلا أنها لا تضع مثل هذه المخاطر في منظورها ، فلغة الأخبار الصارخة أي الكلمات والصور المستخدمة لنقل الأخبار ، تترك مجالاً للتفسير ولاسيما عند غياب معلومات أساسية «⁽⁵⁾ لذلك فإن تناول المشكلة البيئية يجب أن يستند أولاً على جمع المعلومات والبيانات من مصادر موثوق فيها كالهيئات العالمية المختصة أو الاقليمية ذات المصداقية ، وإلا حدث سوء تقدير للمشكلة مما يؤدي بدوره إلى سوء فهم الجماهير ، وتفقد الرسالة الاعلامية مصداقيتها . خاصة وأن الجماهير العريضة في بلدان العالم النامي لا تزال بعيدة بشكل

أو بآخ عن الالتفاف الى قضايا البيئة ، مما يستوجب القيام بحملة منظمة تستهدف التعريف أولاً بالبيئة وجعل قضايا البيئة مفردات واضحة لديهم .. لذلك تقول الدكتورة جيهان رشتي عميدة كلية الاعلام جامعة القاهرة :

« في تصوري أننا في حاجة لتخطي عقبة أساسية تنحصر في جعل كلمة البيئة من المفردات اللغوية العادية ، والمفهومة ، وتبسيط القضايا البيئية وجعلها مألوفة ، فنحن في حاجة في المرحلة الحالية لزيادة الوعي من خلال تسليط الضوء على ما هو المقصود بالايكولوجيا Ecology اي العلاقة بين الكائنات الحية والبيئة وعلى العلاقة بين العوامل البيولوجية البشرية والبيئة الطبيعية (الأيكولوجية البشرية) وعلى العلاقة بين البيئة الطبيعية والسكان والتكنولوجيا والمجتمع (الأيكولوجيا الاجتماعية) وعلى الأشكال الرئيسية للتلوث البيئي مثل تلوث الهواء والماء والأساليب المختلفة للتخلص من المخلفات والسيطرة على الضوضاء والتي تعتبر من عوامل تلوث البيئة ، كما أننا في حاجة إلى تسليط الضوء على أسباب التلوث الأخرى مثل المبيدات والأسمدة الكيماوية والاشعاع والأمراض المرتبطة بالتلوث البيئي ، لاشك أننا إذا سلطنا الضوء على هذه المتغيرات وربطناها بواقعنا وشرحنا ما حدث في دول أخرى نتيجة للتدمير المتعجل للبيئة في مجتمعاتنا ونتائج ذلك على مجرى الحياة . فإن هذا يعاون على ربط الموضوع بالاهتمامات المباشرة للفرد ، فالعمل البيئي سواء من جانب الحكومة أو الصناعة يقوم أساساً على ، أو يحفز أساس الوعي العام والضغط الجماهيري ، والمعروف أنه كلما زاد بشكل كبير القلق على البيئة وازداد الوعي عند الجمهور فإن هذا يؤدي إلى تغطية إعلامية أكبر وزيادة التغطية الاعلامية تؤدي إلى ازدياد الوعي العام »^(٧)

هي الاستراتيجية الاعلامية التي تقدمها خبيرة في الاعلام تستلزم فهما وتجاوباً مسئولاً من القائمين على المؤسسات الاعلامية المختلفة لأن هذه النظرة تحتاج إلى برنامج مدروس ومخطط له في تناول القضايا البيئية من حيث الموضوع وأبعاده وأولويات النشر في تتابع بنائي يحقق تغطية إعلامية موجهة وذات فائدة .. لكل من الجمهور والسياسيين أو متخذي القرار .. لأنهم يقعون أيضاً في نطاق التغطية الاعلامية وأن الوصول إليهم يجب أن يكون هدفاً واضحاً ومحددأ حتى يكون التأثير عليهم نابع من قناعتهم هم أولاً دون الحاجة إلى ضغط الجماهير خاصة وأن هناك اتجاهاً عاماً بين العديد من القادة السياسيين نحو حضور مؤتمرات - عالمية - تكون البيئة هي الموضوع الرئيسي فيها ..

كما أن مشاركة الجماهير في وسائل الاعلام يجب التأكيد عليها والعناية بابرار رأي الجماهير في وسائل الاعلام المختلفة لأن الرسالة الصادقة دوماً تكون منبثقة من الجماهير وتحوز على اهتمام كافة الجماهير ويمكن الاستفادة من ذلك عن طريق تنظيم لقاءات جماهيرية تناقش قضايا البيئة وتطرح أفكارها وتصوراتها حول عملية صون وحماية البيئة ، على المستوى المحلي والاقليمي والعالمي أيضاً ، ويمكن لعدد من الخبراء أن يراقبوا هذا الحوار ويستخلصوا منه توجهات الأفراد ونظرتهم للبيئة حتى يمكن الاستفادة من طاقاتهم وانطباعاتهم في برنامج اعلامي موجه ، كما أن هذا الحوار يمكن أن يفسح الطريق لمبادرات خلاقة يقترحها الجمهور نفسه ، وفي هذه الحالة يسهل تبنيهم لمثل هذه المبادرات .. كان يقترح أحد الحضور تنظيم فريق عمل يقوم بنظافة الطرقات .. أو زراعة

الأشجار .. الى غير ذلك من أفكار تعاونية تستوعب الطاقات في خدمة البيئة .. وتنميتها « ليس هناك شك في أن الوعي الجماهيري بالقضايا والاهتمامات البيئية لنوعية البيئة قد خلق اشكالا عديدة للمشاركة الجماهيرية لحماية البيئة ، وربما يكون أهم أشكال المشاركة شيوعاً هو من خلال أنشطة الجماعات البيئية » (٨)

هذه الجماعات يجب أن نستنبتها في المدرسة والنادي والمسكن وأن نبرز دورها وجهودها من خلال وسائل الاعلام ، بل على الاعلام أن يبحث عنهم ليقدمهم من خلال وسائله المختلفة ، ويلقى الضوء على انجازاتهم ومعتقداتهم ونظرتهم للبيئة ، لأن ذلك سوف يمنحهم تعزيزاً مدعماً إضافة الى التأثير على العديد من الجماهير التي راقبتهم وتابعت جهودهم من خلال وسائل الاعلام المختلفة (الصحيفة او الاذاعة او التليفزيون او السينما أو الملصقات ...) لأن وسائل الاعلام تلك .. سوف تحقق اتصالاً جماهيرياً يجعل من قضايا البيئة محور اهتمام على مستوى الغالبية العظمى من الجماهير ويعمق فهمهم بشكل أفضل لمشكلات البيئة التي أصبحت أوسع من كونها مشكلات محلية أو إقليمية « لم تعد مشكلة قاصرة على قضايا التلوث واستنزاف المصادر ، أي الآثار الجانبية لعملية التنمية بل اتسعت لتتضمن مشكلات معقدة لا نعلم منها إلا قلة ، ومشكلات لها طابع عالمي وليس محلياً ، لقد أصبحت مشكلات البيئة تتطلب أساليب أكثر مرونة تتسم بالشمول في علاجها .. فبدلاً من علاج المشكلات البيئية على أساس الإدارة القطاعية Sectorial للموارد الطبيعية أو برامج علاج قصيرة الأمد تقوم على اعتبارات تكنولوجية ، أصبح هناك احتياج لحلول طويلة الأمد بأساليب بنائية تتناول الأسباب الاجتماعية والاقتصادية الكافية فقد أصبح الواضح أن الحلول التي تقوم على اعتبارات تكنولوجية محدودة على المدى الطويل وأكثر تكلفة .. بينما التغييرات البنائية في معالجة مشكلات البيئة تحتاج الى زمن وتحتم إقامة مؤسسات جديدة واحداث تغييرات في أساليب الحياة وأنماط التنمية والتنظيم الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية والاقتصادية ، بهذا يجب أن تصبح الحلول خليطاً من الأحكام المباشرة والحلول القادرة على الاستمرار » (٩) .

رياضة الصبيان ..

قال الإمام الغزالي في الاحياء :

«إن الطريق في رياضة الصبيان من أهم الأمور وأوكدها، والصبي أمانة عند والديه، وقلبه الطاهر جوهره نفيسة ساذجة خالية من كل نقش وصوره، وهو قابل لكل ما ينقش، ومائل إلى كل ما يمال إليه، فإن عود الخير وعلمه نشأ عليه وسعد في الدند والأخرة، وشاركه في ثوابه أبواه وكل معلم له ومؤدب».

(احياء علوم الدين ج ٣ : ٦٢)

هذه المشكلات المعقدة جداً .. والتي تتجاوز الحدود الجغرافية عندما تتناولها وسائل الاعلام ، يجب ان تتناولها من منطلق فهم شامل للعلاقات المتفاعلة في النظم البيئية .. لذلك يجب ان تنطلق هذه المعالجات الاعلامية من وعي واضح ومحدد للمفاهيم البيئية الأساسية حتى تكون الرسالة الاعلامية ذات مصداقية علمية ، إضافة إلى الأخذ في الاعتبار سيكولوجية التأثير ، حتى نضمن الاستجابة المرجوة المنعكسة عن قناة .

« إن الاستجابة للرسالة الاعلامية تتضمن عمليات نفسية كثيرة ، فالرسالة الاعلامية (كمثير) لكي يستجيب لها المستقبلون الاستجابة المرجوة لابد أن تكون مشوقة غير مملة تتناسب مع طابع الشخصية والمجال النفسي الذي يوجد فيه الفرد والجماعة ، وتلخص أهم عوامل الرسالة الاعلامية فيما يلي :

- ١ - التناغم أو التشابه والمشاركة في الخبرات والصور لدى كل من المرسل (الاعلامي) والمستقبل (الجمهور) بما يكفل فهم الرموز ومعرفتها والاستجابة لها .
- ٢ - استثارة انتباه المستقبل ، واستعمال رموز مفهومة .
- ٣ - ربط الرسالة الاعلامية بحاجات المستقبل مع اقتراح حلول مشبعة لها بشرط الا تتناقض مع العادات والتقاليد والقيم والمعايير الاجتماعية .
- ٤ - مراعاة الحالة النفسية للمستقبل ومراعاة الدقة في اختيار الوقت المناسب والمكان الملائم والوسيلة المجدبة حسب نوع وقدرة المستقبل .
- ٥ - الاهتمام باستعمال الألفاظ وتقديم الصور التي يستطيع المستقبل فهمها والاستجابة لها حسب إطاره المرجعي وخلفيته الاجتماعية والاقتصادية .
- ٦ - التخلص من عوامل التشويش التي تقف في سبيل التفاهم بين المرسل والمستقبل (ومن أمثلة ذلك صعوبة فهم الرسالة الاعلامية أو سرعة تقديمها أو عدم ملاءمة وسيلة نقلها ... الخ)^(١٠) هذه الاعتبارات يجب أن تؤخذ في الاعتبار عند إعداد برنامج توعية بيئية ، لأنه من المهم تحديد الهدف من البرنامج .. حتى يتسنى لرجل الاعلام أن يجمع المعلومات اللازمة .. ثم يقوم بعد ذلك باختيار وانتقاء المضمون الملائم .. والوسيلة الملائمة والوقت المناسب .. وفوق كل ذلك وضوح المفاهيم البيئية لديه كمعد وصانع لمادة

نصيحة ..؟

قال الخليل بن أحمد (النحوي) :
اجعل تعليمك دراسة لك ، وأجعل مناظرة المتعلم تنبيهها لما
ليس عندك ، وأكثر من العلم لتعلم وأقلل منه لتحفظ .
(تذكرة السامع : ٥١)

اعلامية بيئية .. فمن المهم الالمام بالمفاهيم الأساسية المتعلقة بالبيئة .. فعند الحديث مثلاً عن مشكلة بيئية يجب أن يعرف : متى تحدث المشكلة البيئية وما أبعادها ؟ فالمعروف أن المشكلة البيئية تحدث عندما يحدث تغير في النظام البيئي .. وهذا يعني أيضاً الالمام بمفهوم النظام البيئي Ecosystem والتفاعل والعلاقات القائمة فيه . وعندما يتناول مشكلة كتآكل طبقة الأوزون أو اضمحلال طبقة الأوزون Ozon من المهم أن يكون ملماً بتركيب الغلاف الجوي وتركيب طبقة الأوزون .. وكيفية حدوث هذا الخلل .. إلى غير ذلك حتى تكون صياغة الرسالة الإعلامية .. رسالة واضحة .. لأنها ستكون سليمة ..

من ذلك يتضح أهمية إعداد كوادر متخصصة في مجال الاعلام البيئي تحمل رسالة تنمية الوعي البيئي لدى الجماهير من جهة ولدى صانعي القرار من جهة أخرى .. وتكون قادرة على تنمية ذاتها واستغلال طاقاتها بشكل موجه لخدمة البيئة .

وهذا الدور الذي نتوقعه من الاعلاميين ليس بالمهمة الصعبة في هذا العصر الذي هو بالفعل عصر الاتصال ، خاصة بعد أن دخلت الالكترونيات في عصب وسائل الاعلام .. مما جعل من عملية الاتصال عملية مستمرة وشاملة .. وجعل من صناعة الاعلام ثورة يجب أن توجه أولاً لخدمة قضايا البيئة .. لان في ذلك حماية للحياة على كوكب الأرض .

الهوامش

- (١) مصطفى كمال طلبه ، رسالة إلى وسائل الاعلام من المدير التنفيذي لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة . ملف إعلامي .
- (٢) برنامج الأمم المتحدة للبيئة ، الجمهور والبيئة ، ١٩٨٨ م ص ٥٩ (ملف اعلامي)
- (٣) مختار حمزه : اسس علم النفس الاجتماعي ، دار البيان العربي ، جده ، الطبعة الثانية ، ١٩٨٢ ، ص ٣٢٢
- (٤) المصدر السابق ص ٣٢٣ .
- (٤) برنامج الأمم المتحدة للبيئة ، الجمهور والبيئة ، ١٩٨٨ م ص ٥٦ (ملف اعلامي)
- (٦) جيهان رشتي ، دور الاعلام في تنمية الوعي البيئي ، المجلة الزراعية ، العدد ٨٧ ، ص ٨٤ ، القاهرة
- (٧) برنامج الأمم المتحدة للبيئة ، الجمهور والبيئة ، مصدر سابق ، ص ٥٦
- (٨) جيهان رشتي ، المصدر السابق ص ٨٢ ، ٨٣ .
- (٩) مختار حمزه .. مصدر سابق ص ٣٣٨ ، ٣٣٩ .

نصيحة .. ؟

قال الشافعي رضي الله عنه :

«حق على طلبة العلم بلوغ غاية جهدهم في الاستكثار من علمه، والصبر على كل عارض دون طلبه والرغبة إلى الله تعالى في العون عليه».

(تذكرة السامع : ٢٧)