



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة العراقية

ISSN: 1813-4521

مَجَلَّةُ

لِلْجَامِعَةِ الْعِرَاقِيَّةِ

مجلة علمية محكمة نصف سنوية يصدرها

مركز البحوث والدراسات الإسلامية
(مبدأ)

العدد (٤/٣٤)

CS Scanned with
CamScanner

السنة الحادية والعشرون

٢٠١٥م / ١٤٣٧هـ

المحتويات

البحوث

رقم الصفحة	اسم الباحث	اسم البحث	ت
٤٧٤-٤٤٣	جميل إبراهيم حبيب	دراسة عن نظرية الغزالي في التربية والتعليم.	١٣
٥٢٢-٤٧٥	أ.م.د. صلاح عبد الرحمن عبد	الاحكام الاتفاقيه لمكافحة مصادر التلوث البحري على المستويين الدولي والاقليمي.	١٤
٥٤٤-٥٢٣	م. إيمان قاسم هاني	دور المحكمة الاتحادية العليا بالرقابة على دستورية القوانين في دستور ٢٠٠٥.	١٥
٥٨٠-٥٤٥	م.م. تغريد عبد القادر علي	إجراءات رفع الحصانة البرلمانية في دستور جمهورية العراق لسنة ٢٠٠٥ م.	١٦
٦١٢-٥٨١	أ.م.د. أنمار احمد محمد	القنوات الفضائية ودورها في نشر الوعي الاجتماعي والسوسيولوجي للأفراد الحوار وقبول الآخر. أنموذجا.	١٧

جميع الآراء الواردة في المجلة تعبر عن رأي الكاتب ولا تعبر بالضرورة عن رأي هيئة التحرير أو وجهة نظر مجلة الجامعة العراقية

القنوات الفضائية ودورها في نشر
الوعي الاجتماعي والسوسولوجي
للأفراد

- الحوار وقبول الآخر أنموذجا-

أ.م.د أنمار احمد محمد

جامعة السلطان محمد الفاتح / كلية العلوم الإسلامية

تركيا - اسطنبول

**Satellite channels and their role at
spreading social awareness and
sociological individuals
"Dialogue and acceptance of others as
a model"**

Associate prof. Anmar Ahmad Muhammed

Sultan Muhammed Fatih University

Faculty of Islamic Sciences



**القنوات الفضائية ودورها في نشر
الوعي الاجتماعي والسوسولوجي
للأفراد**

- الحوار وقبول الآخر أنموذجا-

أ.م.د أنمار احمد محمد

جامعة السلطان محمد الفاتح / كلية العلوم الإسلامية

تركيا - اسطنبول

**Satellite channels and their role at
spreading social awareness and
sociological individuals
"Dialogue and acceptance of others as
a model"**

Associate prof. Anmar Ahmad Muhammed

Sultan Muhammed Fatih University

Faculty of Islamic Sciences

المقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد،

فان ما تمر به الأمة الإسلامية بعامه والأمة العربية بخاصة من خلافات وتباين في الأفكار ووجهات النظر والتي باتت تهدد نسيجها الاجتماعي أحيانا وتهدد كيانها الجغرافي أحيانا أخرى أصبح يحتم على الجميع التمسك بثقافة الحوار والتسامح وقبول الآخر وصولاً إلى المشتركات التي يقف ويتفق عندها الجميع وذلك لأن ثقافة الحوار وقبول الآخر كانت ولا زالت الإطار العام والمقدمة الأولى لبناء أسس الديمقراطية والتعددية ومفهوم العيش المشترك، وهي أيضاً اللبنة الأولى من لبنات احترام الرأي والرأي الآخر، فالحوار يعني تبادل وجهات النظر والاستماع لوجهة النظر المتعارضة بشكل ينم عن احترام وتدقيق، ويقوم مستندا على التعددية، مع اعتبار إن جميع وجهات النظر محترمة إلا إن الحقيقة نسبية وكل يملك جزءاً لا يتجزأ منها، وان الحقائق دائماً متغيرة تبعا لظروف الزمان والمكان.

إن المجتمع المتجانس ثقافياً يتمتع بقوة وميزة خاصة به، ويخلق مناخاً تشترك فيه الثقافات المختلفة لحوار مثمر يعود بالنفع على الجميع، ويساعد على إقامة حس مجتمعي تكافلي، وبذلك يسهل عملية التواصل الداخلي بين أبناءه، ويغذي ثقافة كثيفة متماسكة ويمدها بأسباب الحياة.

ولكي يصل الإنسان إلى هذه المرحلة من تقبل الآراء ومناقشتها وقبول المناسب منها لابد من أن يحمل ثقافة الحوار والتسامح وقبول الآخر وهذه الثقافة لا تأتي بدون مقدمات ولا تكتسب بالفطرة وإنما هي نتيجة ما يحمله الإنسان من معارف وثقافات وعلوم تأتي تباعاً وتختم بصيرورة التفكير والمنطلقات تفضي إلى أن يحمل الشخص هذه الثقافة والتي تمنح صاحبها خاصية قبول الآخر وما يحمله من أفكار وتصورات مع إمكانية مناقشة هذه الأفكار وقبولها وبالنتيجة الوصول إلى المشتركات في التوجه والأهداف، ولعل من اقصر الطرق وأهمها في كسب ثقافة الحوار وقبول الآخر هي القنوات الفضائية وما تحمل في طياتها من أخبار وبرامج ثقافية، وعلمية، ونفسية، وسوسيولوجية، وحوارية تمنح من خلالها الانطباع إلى المشاهدين في تبني ثقافة الحوار وقبول الآخر وتبتعد عن المناكفات والحوارات الفارغة والتي تولد في كثير من الأحيان الصدام ورفض الآخر. لذلك فان الظهور الأول للتلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري قد منحت خاصية انفراده عن غيره من الوسائل بالعديد من الخصائص التي وضعتها في مقدمتها،

فالرسالة المراد إيصالها أو التجربة الإنسانية والفكرة التي يتم عرضها تنتقل عن طريق تلك القنوات بالصورة المتحركة والملونة والصوت فتحقق لها جاذبية خاصة وقدرة عالية على الإقناع يرجع بعضها إلى سهولة إدراك تلك الرسالة أو ربما حتى التفاعل معها فليس غريبا أن تشير العديد من الدراسات إلى قدرة التلفزيون المتميزة في إحداث تغيرات في السلوك، والمواقف، والمعتقدات، والممارسات، والأوضاع الاجتماعية بشكل عام مع قدرته الفائقة في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام، إذ أثبتت التجارب أن التلفزيون يتمتع بقدرة عالية على تقديم أنواع من الخبرة والمعرفة الإنسانية كما تحدث في الحياة

هذا إذا علمنا أن الكثير من الدراسات قد أوضحت أن اغلب معارف الإنسان يمكن أن تكتسب عن طريق المشاهدة والسماع معا وتصل في بعض الأحيان إلى ٩٨%، ومن هذه النسبة يحصل المرء على ٩٠% تقريبا عن طريق الإبصار وحده بينما ال ٨% عن طريق السمع فإذا أضفنا إلى ذلك أن التلفزيون يمكن أن يصل إلى الملايين في وقت واحد استطعنا أن نتصور الثورة الهائلة التي يمكن أن يحدثها في تلك المجالات في حياة الناس الإعلامية والثقافية والعلمية وغيرها.

لذا فإن القنوات الفضائية وتحت هذه النسب والمفاهيم تقدم لنا اقصر الطرق لنشر هذه الثقافة، وخصوصا أن العالم العربي والإسلامي أحوج ما يكون إليها الآن في جميع مراحل وجوده السابقة وذلك لتجاوز الأزمات، والخلافات في زمن الاكتشافات والمعارف والثورة الرقمية.

تحت هذه المفاهيم جاء هذا البحث بعنوان: (القنوات الفضائية ودورها في نشر الوعي الاجتماعي والسوسيولوجي للأفراد- الحوار وقبول الآخر نموذجاً) والتي حملت في طياتها المفاهيم المتعددة حول أهمية الحوار وقبول الآخر مع استعراض لأهمية التلفزيون وما يمثله من أولويات في حياة الإنسان الآن، وقد حاولت الورقة البحثية معالجة مشكلة تتمثل في مناقشة دور وإمكانية القنوات الفضائية وبما تحمله من إمكانيات في نشر ثقافة الحوار وقبول الآخر مع مناقشة أفضل الوسائل المتاحة لنشر تلك الثقافة.

لذلك اشتملت الورقة البحثية على مقدمة وثلاثة مباحث، حمل المبحث الأول عنوان: القنوات الفضائية ودورها الاجتماعي، والمبحث الثاني جاء تحت عنوان: الحوار وقبول الآخر وضروريته، والمبحث الثالث تحت عنوان: الدور الاجتماعي المهم للقنوات الفضائية وللتلفزيون، ثم خاتمة وفيها أهم النتائج والتوصيات.

المبحث الأول القنوات الفضائية ودورها الاجتماعي

أولاً: أهمية التلفزيون.

يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري منذ اختراعه والى يومنا هذا، لما يتمتع به من خصائص تقنية جعلته يتميز بقدرة عالية على الجذب والانتباه، وشد الأبصار، وقوة التأثير، فهو يجمع بين خصائص الإذاعة السمعية (الراديو) ومزايا السينما من حيث الصورة الملونة المتحركة والتي تعطي الحبوية والمصدقية لما يُعرض فيه من مادة إعلامية. كما يعد التلفزيون متفوقاً على وسائل الاتصال الأخرى في قوته التأثيرية على المتلقين، وذلك من خلال امتلاكه لجميع الإمكانيات الفنية والتقنية والتي تمنحه خاصية الانتشار الأكثر مع ميزة الاستحواذ على حاستي السمع والبصر في آن واحد.

وليس غريباً أن تشير العديد من الدراسات الميدانية التي أجريت على جمهور المتلقين أن الإنسان يحصل على المعرفة عن طريق حاسة البصر بنسبة ٩٠% وعن طريق حاسة السمع بنسبة ٨% (١).

وتتألف كلمة تلفزيون باللغة الإنكليزية (Television) من مقطعين (Tele) وتعني عن بعد و (Vision) ومعناها الرؤية. أي أن كلمة تلفزيون تعني الرؤية عن بعد.

ولقد مر إرسال البث التلفزيوني والصورة إلى مراحل عدة أوصلته إلى ما نحن عليه الآن حيث يعود تاريخ إرسال أول صورة تلفزيونية عن طريق الدوائر المغلقة إلى عام (١٩٢٧م)، تلتها سلسلة من التجارب الأخرى حتى نجحت شبكة (NBC) الأمريكية في بث برامجها بصورة منتظمة من محطة نيويورك عام (١٩٣٥م) (٢)، وبالتنسيق بين بريطانيا وفرنسا فقد شهد عقد الأربعينيات انتشاراً لأكثر من محطة تلفزيونية في أوروبا وكان الفرنسيون، والإنكليز، والأمريكان السباقون في اقتحام هذا الميدان حتى أصبح للتلفزيون حضوره المؤثر في أوروبا مع بداية عقد الخمسينيات.

أما في المنطقة العربية فقد كانت الانطلاقة الأولى للبث التلفزيوني في المغرب سنة (١٩٥٤م) ومن ثم في العراق سنة (١٩٥٦م) ثم انتشر عربياً في مصر ثم في بقية أقطار المنطقة العربية.

وأستمر تطور دائرة الإرسال والبث التلفزيوني للوصول إلى إمكانية اتساع تلك الدائرة لتغطي أكبر مساحة ممكنة، وتم ذلك في عام (١٩٦٢م) حيث أمكن إيصال البث التلفزيوني بين

قارتي أوروبا وأمريكا الشمالية وتحديدا في الولايات المتحدة الأمريكية وعن طريق القمر الصناعي التلفزيوني المصنع لهذا الغرض^(٣). وبذلك فقد أمكن من نقل البث التلفزيوني بين القارات المختلفة عن طريق الأقمار الصناعية دون الاستعانة بالمحطات الأرضية التي كانت تحدُّ من سعة انتشار البث التلفزيوني وتم ذلك بمرحلتين هما: مرحلة أقمار التوزيع في السبعينيات من القرن العشرين، ومرحلة أقمار البث المباشر في الثمانينيات من نفس القرن، حيث أصبح بالإمكان البث بصورة مباشرة دون تدخل المحطات الأرضية^(٤). وبذلك لم يعد الإرسال قاصرا على المساحات الضيقة فظلا عن إمكانية نقل الأحداث لحظة وقوعها أو حدوثها وبثها واستقبالها في وقت واحد، الأمر الذي أعطى التلفزيون ميزة جديدة، هي الفورية في نقل الحدث بشكل حي بالصوت والصورة بحيث يشعر المشاهد وكأنه يشارك في الحدث أينما وقع في هذا العالم المترامي الأطراف.

ويعد التلفزيون بالنسبة إلى الكثيرين المصدر الرئيس للتسلية، والترفيه، والثقافة، والأخبار، حيث يرى المختصون إن للتلفزيون تجربة تربوية شاملة في نشر العلوم، والأدب، واللغة، والفنون المختلفة، وليس مبالغا إذا قلنا انه أصبح جزءاً أساسيا من دورة الحياة اليومية للإفراد والمجتمعات، وعنصراً مهماً من عناصر التأثير التي تحيط بالفرد منذ ولادته وحتى مماته.

ويشير علماء النفس والاجتماع والاتصال إلى إن التلفزيون فضلا عن كونه وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيري المهمة فإنه يعد مؤسسة إنسانية تمارس دوراً لا يقل خطورة وأهمية عن دور الأسرة والمدرسة والجامعة في حياة الأفراد والمجتمعات والأمم^(٥)، وتأتي هذه الأهمية من قدرته الفائقة في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام ونقل المعلومة وترسيخ المفاهيم، لذلك يمكن عده وبحق من أهم ما أنجزه العلم والتكنولوجيا في القرن العشرين.

ومع إن استخدام التلفزيون في بدايات ظهوره قد اقتصر على أغراض تجارية وترفيهية فقط، إلا انه وبمرور الوقت وازدياد الإقبال الواسع للجمهور على اقتنائه اهتمت العديد من البلدان المختلفة والشعوب بهذا الجهاز الجماهيري للاستفادة من قدراته في تدعيم الاتجاهات السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية وحتى العسكرية منها.

وهكذا دخل وبنطاق واسع في شتى المجالات والميادين كالتعليم، والتنقيف، والترفيه، والإعلام وغيرها من المجالات التي استفادت من مزاياه العديدة وفوائده وإمكاناته في ضخ العديد من الرسائل الاتصالية المختلفة، لذا نجد إن التفوق التلفزيوني جاء نتيجة طبيعية للحقيقة

التي نطق بها علماء الاتصال الجماهيري ومفادها: «أن أهمية الوسيلة الاتصالية تتبع من الوظيفة والدور الذي تؤديه والتي تمنحها تفرداً وتميزاً عن باقي وسائل الإعلام والاتصال الأخرى»، لذلك نجد من المفيد الإشارة إلى حجم الدور الذي يؤديه التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيري معتمداً على إمكانياته الكبيرة في نقل الصوت والصورة والحركة واللون والفورية في آن واحد والتي بفضلها أصبح الوسيلة الجامعة لكل ما تؤديه وسائل الإعلام والاتصال من وظائف والتي هي (الإعلام، والترفيه، والتثقيف، والإعلان)^(٦).

ثانياً: خصائص ومميزات التلفزيون.

يمتاز التلفزيون بالعديد من الخصائص والمميزات التي جعلته يحتل مرتبة السبق في الأهمية من بين وسائل الاتصال الأخرى. ومن هذه الخصائص والمميزات:

أ. يعد التلفزيون ذا قدرة عالية على الانتشار الواسع وذلك بفضل الابتكارات العلمية في تقنيات البث عبر الأقمار الصناعية^(٧). أي إن البث التلفزيوني يمكن أن يغطي مساحة الكرة الأرضية بأسرها.

ب. يستحوذ التلفزيون على حاستي السمع والبصر في آن واحد ما يتطلب التركيز من المشاهد، وهو جانب إيجابي ادعى للتأثير^(٨).

ج. يعد التلفزيون اقرب وسائل الاتصال الحديثة من حيث الطرح بالاتصال الشخصي المواجهي، من خلال تمتع التلفزيون بإمكانية نقل الصورة المتحركة يرافقها الصوت وكأنها صورة حية تشد المشاهد إليها^(٩). وبذلك فإن أهمية الاتصال الشخصي في التأثير يرافقها التقنيات الحديثة للتلفزيون في استخدام المؤثرات الصوتية والصورية. يعطي التلفزيون ميزة أخرى في التأثير في المتلقين وتجعله متفوقاً على وسائل الاتصال الأخرى.

د. تعد تقنيات التلفزيون ذات قدرة عالية على التحكم بأحجام ومقادير الأشياء، فعدسات الكاميرا التلفزيونية بإمكانها أن تعرض القبيح جميلاً وبالعكس والصغير كبيراً وبالعكس والقليل كثيراً وبالعكس^(١٠).

هـ. يتميز التلفزيون بقدرته على نقل الأحداث من الأماكن البعيدة في نفس لحظة وقوعها^(١١). وهو بذلك أصبح مصدراً مهماً من مصادر المعلومات والأخبار التي يرغب الناس في الحصول عليها.

و. يُعدّ التلفزيون أكثر قدرة على التأثير في المتلقين، من وسائل الاتصال الأخرى لامتلاكه مميزاتها وإمكانياتها مجتمعةً، فهو أداة وسيطة تجمع بين إمكانات الإذاعة والسينما والصحافة والمحاضرة^(١٢).

ز. قدرة التلفزيون على نقل صورٍ حيّةٍ لشخصيات عالميّة أو من يسمون بقادة الرأي، يصعب على المشاهد أن يلتقي بهم بصورة مباشرة في الحياة اليومية^(١٣). مثل العلماء وفقهاء الدين الإسلامي الذين يكونون مدعاة للتأثير في نفوس المسلمين. وبالتالي يمكن أن يصل قادة الرأي إلى الناس في مختلف بقاع العالم دونما عناء، وهم جالسون في الأستوديو أو حتى في بيوتهم. ح. يتمتع التلفزيون بقدرته على التأثير في المشاهد بالقوة الحسنة، وهذه ميزة لا تتمتع بها وسائل الاتصال الأخرى فإمكان التلفزيون أن يصنع نجومًا يتأثر بهم المشاهدون وبالتالي يمكن استغلال التلفزيون للتأثير الإيجابي في المتلقين من خلال القدوة الحسنة.

ط. قدرة التلفزيون على نقل الصور الحيّة من أماكن يصعب على المشاهد الوصول إليها، خاصة تلك الأماكن التي تشكل أهمية في نفوس المشاهدين. مثل نقل مشاهد حية من مكة المكرمة لبيت الله الحرام أو المسجد النبوي، كنقل الصلاة أو مناسك الحج والعمرة وغيرها مما يشد المشاهد المسلم ويجعله يعيش أجواءً إيمانيةً لقدسيتها الأماكن والشعائر التي تعرض أمامه. وبعد هذا العرض لأهم خصائص و مميزات التلفزيون وإمكانياته في التأثير على المتلقين يظهر لنا أهمية توظيف هذه الوسيلة المهمة في نشر ثقافة الحوار وقبول الآخر بهدف التأثير الإيجابي في المتلقين من خلال جعل مضامين هذه الوسيلة تخضع إلى ضوابط واليات معينة تسهل من نقل و نشر تلك الثقافة.

ثالثاً: الدور الاجتماعي المهم للقنوات الفضائية وللتلفزيون.

للقنوات الفضائية بشكل عام وللتلفزيون بشكل خاص جانب عالي القيمة يتمثل في تسهيل نقل المعلومات والتعرف على خبرات الآخرين الأمر الذي فتح سبل جديدة أمام البشرية للفهم ونقل الخبرة بين الأفراد والشعوب وتفعيل الأدوار الاجتماعية بين الناس، كما أنه فتح أفقاً جديدة في مجال الثقافة والمعرفة^(١٤)، وقدّم التلفزيون وفق هذه المعطيات خدمات كبيرة للبشرية من خلال نشره للمعرفة إذ استطاع أن يجعلها في متناول الجميع، وأسهم في الارتفاع بذوق الجمهور عن طريق تقديمه المواد المعرفية القادرة على توسيع معارفهم ومداركهم والتي انعكست إيجاباً على ثقافتهم ومجتمعاتهم، وعمل أيضاً على تشجيع مختلف أنواع الفنون، وفتح

نافذة للإطلاع على الثقافات المختلفة، كما أنه حرص على تنوع المادة المعرفية عن طريق تناول كل مجالات المعرفة، إذ إنه يعد في مقدمة وسائل الاتصال الجماهيري التي ترعى وتقدم المعرفة وتسهم في تيسير المعارف والتي من المؤكد أنها في محصلتها النهائية ستعكس على الأفراد والمجتمعات، لذلك فإن من أهم سمات العصر الراهن تحول وسائل الاتصال الجماهيري إلى أدوات معرفية تقدم المعلومة إلى الأفراد والمجتمعات فأصبحت توفر الزاد المعرفي للناس وتشكل الخبرة للبشر، ولم يعد يقتصر دورها على نشر وتوصيل المعرفة إذ أصبحت تؤثر في عملية انتقاء مضمون المعرفة بل حتى في إبداعها^(١٥). وترى الدكتورة جيهان احمد: «إن التلفزيون فضلا عن أن له القدرة على تقديم المعرفة فله القدرة أيضاً على خلق آراء عن الموضوعات الجديدة لأن درجة وضوح الموضوع تجعله قادراً على تجاوز العقبات التي تقف أمام التحول، والجمهور ليس مهياً لأن يرفض وجهة نظر يسمعا حول موضوع جديد لأن العمليات الانتقائية لن تقف أمام المعرفة وإن كان من غير المتوقع أن تساعد تلك العمليات الرسالة على تحقيق التأثير»^(١٦). وتحقق برامج التلفزيون سواء أكانت سياسية أم ترفيهية أم قانونية أثر في صياغة البعد الاجتماعي والتكوين المعرفي عند الجمهور بطرق مباشرة وبأكثر مما تفعله الندوات والدراسات الجادة المتصلة اتصالاً مباشراً بالأدب، أو الفن، أو القانون، أو الثقافة، وقد يكون الأثر غير مباشر، بمعنى إن الأثر المعرفي قد يكون عاجلاً أو يظهر على المدى الطويل^(١٧)، لذلك يذهب الدكتور بدران عبد الرزاق إلى: «أن من أهم عوامل فهم الرسالة التلفزيونية تعرض الجمهور المستمر لها واهتمامه بها، من خلال الآراء والمعتقدات الشخصية له فضلاً عن شعوره بالمشاركة العقلية والعاطفية فيها»^(١٨). إذ يمكن أن تتحقق وظيفة التوجيه حينما تنتج برامج التلفزيون إلى اكتساب الجمهور من خلال اتجاهات جديدة أو تعديل لاتجاهات قديمة أو تثبيت لاتجاهات قديمة مرغوب فيها^(١٩)، لذلك تعدّ وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدراً مهماً من مصادر التوجيه والتنقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين، المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والأكاديمية والاجتماعية.

وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات، ويمكن الزعم بأنها احد العناصر الأساسية في المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات لذلك تشير العديد من الدراسات إلى قدرة التلفزيون المتميزة في إحداث تغييرات في السلوك، والمواقف، والمعتقدات، والممارسات، والأوضاع الاجتماعية بشكل عام. مع قدرته الفائقة في جذب الانتباه، وإثارة الاهتمام، إذ أثبتت

التجارب أن التلفزيون يتمتع بقدرة عالية على تقديم أنواع من الخبرة والمعرفة الإنسانية كما تحدث في الحياة^(٢٠). ففي مجال التعليم ليس هناك وسيلة اتصال لها فاعلية التلفزيون لأنه يسمح لمدرس واحد بتوجيه رسالته التعليمية إلى الآلاف وأحياناً لملايين المشاهدين، فقد اعتبره البعض مدرسة يلقي فيها كل من المربي، وعالم الاجتماع، والصحفي، ورجل الاختراع شيئاً من تجاربه وفكره في الحياة^(٢١). وحول الأثر التربوي للتلفزيون يقول أحد المشرفين على التلفزيون البريطاني: «إن تكرار الحديث أن نذكر أن التلفزيون قد أصبح المعلم العظيم للشعب، فإن ما يقوم به اليوم أكثر عمقا وابعداً مما كانت تقوم به الصحافة مطلع القرن العشرين»^(٢٢). وبذلك لم يعد التلفزيون وسيلة اتصال إعلامية حسب بل تجاوز ذلك بشكل فعال ومؤثر في مجالات التعليم المختلفة كتحصيل المعلومات، وتكوين المهارات، وإثارة الدوافع، وتكوين الاتجاهات والعادات وأساليب التفكير وغيرها^(٢٣).

ويعد التلفزيون من الوسائل التوجيهية الناجحة إذ تُعرض بواسطته المعلومات بطريقة منظمة ومخططة وذات أثر جيد بالنسبة للجمهور، ويدخل التوجيه ضمن نطاق الوظيفة الثقافية إذ ازدادت أهمية مع التطورات التقنية والتكنولوجية في ميدان تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وأصبحت وظيفة أساسية في وسائل الإعلام المختلفة لا تزال الأدوار أو الوظائف المتعلقة بدور التلفزيون ووظائفه تتفاعل يوماً بعد يوم بين النقاد الاجتماعيين وصناع الرسائل الاتصالية^(٢٤)، لذلك وبصورة عامة يمكن تحديد ثلاث وظائف للتلفزيون وهي: الإعلام، والترفيه، والتنقيف^(٢٥) وهي جميعاً تصب في أي مجتمع لتشكل عقلية واتجاهاته. وفي هذا الإطار ينظر الدكتور سعد لبيب إلى: «أن وظائف التلفزيون في الدول النامية تشمل التوجيه، والإرشاد، وإقناع الجمهور بسلامة المواقف والممارسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والقانونية التي تقرها الدولة وتحث على المشاركة في تنفيذها، بمعنى إن الإعلام يمثل وسيلة تتولى عن طريقها (الصفوة) بمفهومها السياسي، والاقتصادي، والاجتماعي، والقانوني، تبليغ ما تراه صالحاً ونافعاً من المعلومات إلى الجمهور وإقناعه بصحتها وبضرورة الأخذ بها»^(٢٦). لذلك تقع على عاتق التلفزيون مهمة تنقيف الجمهور وتوعيته للقيام بدوره الفعال في محاربة كل القيم والتقاليد المرتبطة بالمجتمع القديم من أجل إعداد الجمهور لتحمل مسؤوليته في بناء المجتمع الخالي من الأمية الأبجدية والحضارية مع ممارسة نوع من الرقابة الشعبية التي تساهم في عملية التقدم والبناء^(٢٧). ويتمثل الجانب التوجيهي للتلفزيون في شرح وتفسير القرارات والموضوعات والتعليمات عن طريق تغطيتها وتحديد الأساليب الكفيلة لإيصالها إلى الجمهور من أجل تحريكه

نحو الهدف المرسوم، ويجب التأكيد على ضرورة تحليل تلك الموضوعات والقضايا مع تسليط الأضواء على الجوانب السلبية لكيلا تختفي مظاهر النقد والرأي والتوجيه^(٢٨)، إذ يمكن استخدام البرامج القانونية من أجل تقديم معالجات وتفسيرات للموضوعات والقضايا القانونية التي تسهم في تكوين مستوى ما من الوعي القانوني وبالتالي المقدرة على التعامل مع المعلومات والوقائع وفهمها^(٢٩). بعد هذا الطرح نجد أن دور المؤسسات الإعلامية لا بد أن يتكامل مع دور المؤسسات التربوية والأسرية والمؤسسات الأهلية، في تنمية موارد المجتمع وتحقيق الحرية والعدالة الاجتماعية، والتوعية لقضايا التنمية البشرية والصحية والاجتماعية، وتعزيز القيم الإنسانية، وتنمية شعور الفرد بالانتماء لمجتمعه، وهذه الجوانب تهم شرائح المجتمع بأكمله، ممن هم في موقع اتخاذ القرار ورسم الخطط والسياسات، وكذلك بقية أفراد المجتمع وتنظيماته الأسرية والاجتماعية.

المبحث الثاني الحوار وقبول الآخر وضرورياته

أولاً: التعريف بالحوار والألفاظ المرادفة له.

الحوار هو المصطلح الشائع والمفضل الذي يدور عليه محور البحث، و بجانب هذا المصطلح توجد هناك العديد من المصطلحات والمفردات الأخرى القريبة والمرادفة له والتي ربما لا تعطي نفس مضمونه ومدلوله والتي تشير إما إلى: مصطلحات مرادفة للحوار، أو إلى معاني قريبة من الحوار، أو إلى مراحل سابقة أو لاحقة له، ومن أهم هذه المصطلحات: (الحوار، الجدل، المناظرة، النقاش، المحاجة، المباحلة).

وكل كلمة من الكلمات السابقة لها مدلولها اللغوي واللفظي لذلك سنستخدم كلمة الحوار لأنها الكلمة التي تعطي المعنى المراد الوصول إليه في بحثنا هذا والذي ينم عن معنى التفاهم والقبول بين الآخر والمتحاور، لذلك سنحدث عن المعنى اللغوي والاصطلاحي للكلمة ودلالاتها اللغوية في القواميس و ورودها في القرآن والسنة، ثم بيان التعريف الاصطلاحي وبيان المناسبة بين المعنى اللغوي للحوار والمعنى الاصطلاحي.

أ - الحوار في اللغة:

قال ابن فارس في مقاييس اللغة: « الحاء والواو والراء ثلاثة أصول: أحدها لون، والآخر الرجوع، والثالث أن يدور الشيء دوراً»^(٣٠). ومادة (حور) تدور في اللغة علي معان خمسة:

الأول: الرجوع عن الشيء إلى الشيء: فيقال حار إذا رجع، قال تعالى: ﴿إِنَّهُ ظَنَّ أَنْ لَنْ يَحُورَ﴾^(٣١). قال القرطبي: «أي لن يرجع حياً مبعوثاً.. فالحور في كلام العرب الرجوع»^(٣٢). وفي الحديث ورد مطابقاً لهذا المعنى: «... وَمَنْ دَعَا رَجُلًا بِالْكَفْرِ أَوْ قَالَ عَدُوَّ اللَّهِ. وَلَيْسَ كَذَلِكَ إِلَّا حَارَ عَلَيْهِ»^(٣٣)، أي إلا رجع عليه.

الثاني: التحول: كما جاء في كتاب (العين) للفراهيدي: «وكلُّ شيءٍ تَغَيَّرَ مِنْ حَالٍ إِلَى حَالٍ، فَقَدْ حَارَ يَحُورُ حَوْرًا، كَقَوْلِ لَبِيدٍ: يَحُورُ رَمَادًا بَعْدَ إِذْ هُوَ سَاطِعٌ»^(٣٤).

الثالث: البياض الخالص: يُقال: حَوَّرْتُهُ تَحْوِيرًا، أي: بَيَّضْتُهُ وامرأة حَوَارِيَّةٌ، أي: ببيضاء حضريَّة، ولا تكون بدويَّة، ولا يُقال: امرأة حَوْرَاءٌ إِلَّا لبيضاء مع حَوْرِها، والجمع: حَوْرٌ. وفي قراءة: وحيرٌ عينٌ. والاحورارُ الابيضاضُ وقصعةٌ مُحَوَّرَةٌ مُبَيَّضَةٌ بالسَّنامِ^(٣٥).

الرابع: النقصان بعد الزيادة: الحور النقص، والمحارة والحورة النقصان، ويقال: حور الله فلانا أي: خيبه ورجعه إلى النقص.^(٣٦)، وفي الحديث: «اللَّهُمَّ إِنِّي أَعُوذُ بِكَ... مِنَ الْحَوْرِ بَعْدَ الْكَوْرِ»، أي: النقصان بعد الزيادة.^(٣٧)

الخامس: الجواب والنطق: كما ورد في لسان العرب: تقول كلمته فما أحر إليَّ جواباً وما رجع إليَّ حويراً ولا حويرةً ولا محورةً ولا حواراً، أي ما ردَّ جواباً، واستحاره أي: استنطقه^(٣٨). وهم يتحاورون أي يتراجعون الكلام، والمحاورة مراجعة المنطق والكلام في المخاطبة وقد حاوره، والمحورة من المحاورة مصدر كالمشورة من المشاورة كالمحورة، وما جاءتني عنه محورة أي ما رجع إليَّ عنه خبر، وإنه لضعيف الحور أي المحاورة^(٣٩).

فالمقصود بالحوار من المعاني السابقة في حدود بحثنا هو المعنى الخامس الذي يفيد معناه: النطق ومراجعة الكلام بين طرفين.

وقد وردت هذه الصيغة في القرآن الكريم في ثلاثة مواضع:

الأول: في قصة أصحاب الجنة التي وردت سورة الكهف: ﴿كَانَ لَهُمْ مَقَالٌ لِصِحْبِهِمْ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَنَا أَكْثَرُ مِنْكَ مَالًا وَأَعَزُّ نَفَرًا﴾^(٤٠).

قال القرطبي: «أي يراجعه في الكلام ويجاوبه، والمحاورة: المجاوبة، والتحاوير التجاوب»^(٤١).

الثاني: في سورة الكهف أيضاً: ﴿قَالَ لَهُ صَاحِبُهُ وَهُوَ يُحَاوِرُهُ أَكَفَرْتَ بِالَّذِي خَلَقَكَ مِنْ تُرَابٍ مِنْ مِمَّنْ تُطْفِئُ مِنْهُ سَوْآتَكَ رِجُلًا﴾^(٤٢). يقول الرازي في الآية: «إنَّ المسلم كان يحاوره بالوعظ، والدعاء إلى الإيمان بالله وبالبعث، والمحاورة مراجعة الكلام من قولهم: حار إذا رجع»^(٤٣).

الثالث: في صدر سورة المجادلة، في قصة المرأة التي جاءت إلى النبي تشكي زوجها: ﴿قَدْ سَمِعَ اللَّهُ قَوْلَ الَّتِي تُجَادِلُكَ فِي زَوْجِهَا وَتَشْتَكِي إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ يَسْمَعُ تَحَاوُرَكُمَا إِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ بَصِيرٌ﴾^(٤٤)، في هذه المواضع الثلاثة جاءت كلمة الحوار بالمعنى المشار إليه، وهو: مراجعة ومداورة الكلام بين طرفين.

ب - الحوار في الاصطلاح:

مما سبق تبين أن الحوار في معناه اللغوي هو مراجعة الكلام وتداوله، وهو ما يكون عادة بين شخصين أو بالأحرى بين طرفين أو أكثر.

ولم تبعد تعريفات أهل الاصطلاح للحوار عن المعاني اللغوية السابقة، فقد أكدتها وأضافت إليها بعض المعاني والقيم الأخلاقية التي ينبغي توفرها في الحوار من تلك التعاريف:

١. عرفه الشيخ عبد الرحمن النحلاوي بقوله: «هو أن يتناول الحديث طرفان أو أكثر، عن طريق السؤال والجواب، بشرط وحدة الموضوع أو الهدف، فيتبادلان النقاش حول أمر معين، وقد يصلان إلى نتيجة، وقد لا يقنع أحدهما الآخر، ولكن السامع يأخذ العبرة ويكون لنفسه موقفاً»^(٤٥).

٢. وعرفه آخرون بأنه: «نوع من الحديث بين شخصين أو فريقين، يتم فيه تداول الكلام بينهما بطريقة متكافئة، فلا يستأثر به أحدهما دون الآخر، ويغلب عليه الهدوء والبعد عن الخصومة والتعصب»^(٤٦).

٣. ومنه تعريف د. صالح بن حميد إذ اعتبر الحوار: «مناقشة بين طرفين أو أطراف، يُقصد بها تصحيح كلام، وإظهار حجّة، وإثبات حق، ودفع شبهة، وردّ الفاسد من القول والرأي».

٤. وعرفه د. بسام داود عجك بأنه: «حادثة بين شخصين أو فريقين، حول موضوع محدد، لكل منهما وجهة نظر خاصة به، هدفها الوصول إلى الحقيقة، أو إلى أكبر قدر ممكن من تطابق وجهات النظر، بعيداً عن الخصومة أو التعصب، بطريقة تعتمد على العلم والعقل، مع استعداد كلا الطرفين لقبول الحقيقة، ولو ظهرت على يد الطرف الآخر»^(٤٧).

وهكذا فالمحاورة هي تجاذب الكلام بين المختلفين، وما أضافه العلماء في تعريفه من شروط إنما هي ضوابط أخلاقية يفترض توفرها في الحوار ليكون مثمراً ومجدياً.

مما سبق يتبين أن الحوار هو عرض و تبادل المعلومات والأفكار والآراء سواء أكانت تبادلاً رسمياً أم غير رسمي، مكتوباً أم شفويّاً. وينعقد الحوار بمجرد التعرف على وجهات نظر

الآخرين وتأملها وتقويمها والتعليق عليها، ومن هذا الفهم يمكن أن يطلق الحوار على تلاقح الثقافات بين بعضها الآخر وما يحصل من جراء ذلك من تلاقي المتحاورين وتصويب بعضهم لبعض وتأثير بعضهم في بعض.

ونستطيع القول أيضا بأن كل نقاش بين طرفين حول موضوع محدد هو حوار، وهذا الحوار قد يكون هادئاً وقد يكمل فيه كل طرف الآخر أو صاحباً، فيدخل في الجدل، أو يعارضه أو يكذبه أو يتحده... فيدخل في المناظرة والمباهلة. فالحوار بمعناه الواسع يعني التفاعل بين طرفين أو أكثر تتبادل فيه الأطراف المتحاوره المشاعر أو الاحتياجات أو الآراء أو الأفكار أو المعتقدات بوسائل التعبير اللفظية وغير اللفظية، فوسيلة التعبير قد تكون ألفاظاً منطوقة أو مكتوبة، وقد تكون رسماً أو صورة أو نحتاً أو حركة.

ثانياً: مشروعية الحوار.

الحوار منهج إسلامي أصيل، صرح به القرآن الكريم ودعا إليه، وطبقه الرسول الأمين ﷺ، واقتدى به خلفاءه الراشدون المهديون من بعده، وأقامه العلماء العاملون من السلف والخلف، وألفوا كتباً قيمة فيه وفي آدابه، واجتهدوا في تأسيس آلياته، ووسائل تربيته، حتى ازدهر هذا المفهوم في ظل الحضارة الإسلامية على أساس تبادل التجارب والمنافع، وتحقيق الإصلاح، وتطهير المجتمع من الأفكار الهدامة والملحدة، والأعمال الفاسدة المنحرفة، في دائرة من التعاون على النقاط المشتركة، ذات الأصل والمصدر الواحد، وعلى أساس المبادئ الأخلاقية السامية بين الجماعات والأديان والحضارات.

لذلك اهتم القرآن الكريم بالحوار وأدل شيء على أهميته ورود مفهومه ومعناه في أماكن عدة منه^(٤٨). حيث وردت كلمة الحوار - كما وضع المفسرون - تحت معان مراجعة الكلام، والتجاوب، والمجادلة، وهو نفس المعنى الذي يُراد به في التعريف الاصطلاحي لكلمة الحوار، وهو: مراجعة الكلام ومداولته بين طرفين متباينين، والتخاطب بينهما، وتجاوب الأول للثاني وبالعكس، وقد يكون هذا الحوار من قبيل الاستماع، والنصح، وتصحيح الخطأ، وإقامة الدليل، وجواب الأسئلة، و رد المراد دون فرض رأي من احد الجانبين.

والقرآن الكريم هو كتاب الحوار، فلقد طالب أتباعه في كل وقتٍ وحين أن يؤدي كل فردٍ دوره الفعّال في إيصال كلمة الحق إلى جميع البشر، وعلى مختلف مستوياتهم واتجاهاتهم. وكان شكل الحوار في القرآن الكريم من حيث كونه مراجعة الكلام بين طرفين، قد أخذ المسافة الأوسع من صفحات هذا الكتاب الكريم، لذلك يقول الدكتور احمد بن عبد الرحمن: «حفل القرآن

الكريم بالعديد من المواقف الحوارية، التي بمعنى المراجعة والمرداة في الكلام، وقد بلغت قرابة (١٢٠) مائة وعشرين موقفاً حوارياً، شغلت نحو ألف آية من كتاب الله، أي ما يعادل سدس آي القرآن. هذا سوى الآيات الخطابية، وسوى آيات المسائلة والمحاجة التي لا يعقبها جواب، وآيات الإخبار عن المقالات التي لا تتضمن مراجعة في الكلام، وإن كانت هذه جميعاً في الواقع تحمل طبيعة الحوار. ولو جرى حسابها جميعاً لصار القرآن كله كتاب حوار^(٤٩).

وكما حث القرآن الكريم على الحوار فإن السنة الشريفة حثت هي أيضاً على ذلك والسنة هي القوانين التي تفصل بنود الدستور القرآني وتشرحه، ومن هنا جاءت سيرة الرسول ﷺ وأحاديثه حاملة لنا معها صوراً من الحوار الذي يخاطب العقول، وينظر بعين الاعتبار إلى الطبيعة الإنسانية من حيث مكوناتها وعناصرها وأهوائها وميولها واهتماماتها وقدراتها، فإذا بالأفكار وإذا بالمبادئ والتعاليم المحولة عبر الحوار تجد طريقها سهلاً معبداً إلى العقول والقلوب إلا من وجدنا في آذانهم وقرا وعميت قلوبهم^(٥٠).

أن موضوع الحوار في السيرة والأحاديث النبوية مترامي الأطراف بعيد الغور حيث كان من هديه (عليه الصلاة والسلام) أنه كان يجري الحوارات العديدة مع المخالفين له بالرأي والعقيدة من يهود ونصارى، ومشركين ومنافقين، ومسالمين، ومحاربين سواء كانوا من أكابر أقوامهم، أو من عامتهم. مراعيًا في ذلك أصول الحوار، وضوابطه، وآدابه، وذلك بإذن من ربه، فليس هو بمن ليقول ويفعل من عنده، لأنه ﴿وَالْتَجَرِ إِذَا هَوَىٰ ۖ ﴿١﴾ مَا مَلَٰ صَاحِبِكُمْ وَمَا عَوَىٰ ﴿٢﴾ وَمَا يُطِئُ عَنِ الْمَوْتَىٰ ﴿٣﴾﴾^(٥١). فالسيرة النبوية تزخر بالعديد من المواقف والحوارات مع أهل الكتاب بدءاً من قصة بحيرا الراهب الذي رأى خاتم النبوة على ظهر النبي ﷺ وأوصى بالنبي ﷺ خيراً، وبما أن اليهود كانوا أهل كتاب، وعلم وجدال، فقد كانوا يخبرون عرب يثرب بأنه سيخرج نبي، وأنهم سوف يتبعونه ويحاربون معه، فلما جاءهم ما عرفوا من ظهور النبي ﷺ من غير قومهم، كذبوا هذا النبي ﷺ، وأذوه، وسحروه، وهموا بقتله، ولم تبق وسيلة إلا اتخذوها في صد دعوته، وحشد الناس ضده، رغم أن النبي ﷺ تحالف معهم بنص وثيقة المدينة.

وكان من جملة ما قاموا به: محاولة إيقاعه في الحرج بكثرة الأسئلة، وإثارة الشبه؛ إذ كانوا أهل علم وجدل كما قلنا؛ فكان (عليه الصلاة والسلام) يحاورهم ويجادلهم بالتي هي أحسن، فيجيب عن أسئلتهم، وإشكالاتهم، وشبههم التي يثيرونها. كل ذلك في غاية ما يكون من الحسن، ولين الكلام، وقوة الحجة.

وكما حاور الصحابي اليهود حاور النصارى أيضا، سواء كانوا أفراداً أو جماعات كما جاء في قصة وفد مسيحيي نجران (من أطراف اليمن)، فنزل في شأن الحوار معهم صدر سورة آل عمران إلى (٨٣) آية منها؛ كما يقول (ابن كثير) عن السورة وسبب نزولها: هي مدنية؛ لأن صدرها إلى ثلاث وثمانين آية منها نزلت في وفد نجران، وكان قدومهم في سنة تسع من الهجرة^(٥٢). ومن الأمثلة على حواراته الصحابي كذلك حواراه مع ورقة بن نوفل النصراني الذي قال حينما عرف بحديث الوحي: لقد جاءك الناموس الأكبر الذي جاء موسى.

ثالثاً: الحوار وضروريته في وقتنا الحاضر.

الحوار هو طرح الرأي، وعرض المعتقد، والاستدلال عليه، من أجل إيصال الحق مبيناً إلى الطرف المقابل، وإقامة الحجة عليه بالحجج الباهرة، ثم الاستماع إليه وقبول الحق إن بدا منه، وإعذاره فيما هو من باب الاختلاف والتوسع، وتصحيح أخطاءه، وعرض الحق عليه رويداً رويداً، مشبعاً بالبرهان، والجدال بالتي هي أحسن، لعله يدفع الشك، ويرفع الشبهة ويزيلها، من خلال تبادل الكلام، وعرض الدليل، في جو يغلب عليه الهدوء، والنية الصالحة، والهدف المبارك، والتحكم إلى النقل والعقل، في سبيل إحقاق الحق، وإبطال الباطل من أي طرف كان.

وإدعاء الرأي حق لطرفي الحوار على السواء، هذه هي غاية الحوار وماهيته، وهي من البديهيات البالغة الأهمية جداً، بحيث لا يمكن لأي شخص أو فكرة أو دين أن يستغني عنها، مادام يريد التواصل وإيصال نفسه إلى الآخرين بغية الحصول على قلوبهم أو قلوبهم.

ويذهب الدكتور شوقي أبو خليل إلى أن الحوار المطلوب هو: «حوار لا تقف فيه وقفة الخصمين المتضادين المتباينين حيث موقف نصرته النفس، وتقنيد مزاعم الآخر، بأدلة من شأنها أن ترفع القدر، وتحط من مقام الناس، بل تقف وقفة احترام للآخرين، ونضع كلامهم وأمورهم على أحسن الوجوه ما وجدنا لها وجهاً حسناً، مع مجانية الحقد وعدم الاستخفاف بأحد مع الألفة التي توجب الأخوة، والأخوة التي أوصت بحسن العشرة وحثت على كريم الصحبة، الحوار الذي يفتح الأبواب الموصدة بين الأخوة أنفسهم وبين الآخرين ويزيل ما توهم كل عن الآخر والذي من أهم سماته ألا تشكيل لفكر ولا اتخاذ لموقف إلا عن قناعة ودليل وتوثيق وان خالف الهوى ودون خوف من نقد مثمر متبصر، بعيداً عن نقد التقريع والتشهير ومصادرة الأفكار والرأي الآخر مع التأكيد على نقاط الالتقاء بعيداً - في أول الخطى - عن نقاط الافتراق، لان التركيز على نقاط الافتراق والخلاف، يؤدي إلى بلوغ السلوك الحاقق، كما أن التركيز على

نقاط الالتقاء يوصل إلى بلوغ السلوك التعاوني المنسم بالحب والوداد»^(٥٣). ويوضح الدكتور شوقي أبو خليل أسباب حتمية الحوار بالقول: «والحوار واجب وضرورة في هذا العقد الأخير من القرن العشرين حيث قيام النظام الدولي الجديد الذي جعل ورقة حقوق الإنسان ورقة رابحة في يده يلوح بها في المكان الذي يريده والزمن الذي يحدده ويضعها على رفوف المحفوظات في المكان الذي يريد مع العلم أن حق النقض (الفيتو) الذي يتمتع به الأعضاء الخمسة الدائمون في مجلس الأمن حيث لكل عضو منهم الحق في أن يكون بمفرده أقوى من كل أعضاء الأمم المتحدة مجتمعين، علماً أن لا دور في هذا المجلس لمليار ومئتي مليون مسلم ولا حظ فيه للقارة الأفريقية ولا تمثيل فيه لأمريكا اللاتينية... حوار في عالم يتحدث عن الغد وشريحة عريضة من المسلمين محور حديثها وقطب انطلاقها خلافات سياسة تاريخية مضى عليها أربعة عشر قرناً فما أن الأوان أن نترجم الحاضر في ضوء خبرات الماضي وبنبي المستقبل في ضوء هذه الخبرات ووقائع الحاضر؟ ولو حرص بعضهم على امتزاج دون ذوبان، أو اختلاط دون اقتران»^(٥٤).

المبحث الثالث

توظيف برامج القنوات الفضائية لنشر ثقافة الحوار

إن الخصائص الكثيرة التي تتمتع بها القنوات الفضائية جعلت القائمين عليها في شتى أنحاء العالم يفكرون كثيراً في استحداث وتطوير البرامج لتحقيق أهداف اجتماعية كثيرة وتوظيف القدرات الهائلة لها خدمة لمجتمعاتهم وتحقيقاً لأهداف إنسانية متعددة وهكذا استحدثت البرامج التعليمية والتنقيفية التي تساهم في تربية وتعليم وتنقيف المجتمع وجعله في خدمة العلم والثقافة و المجتمع، ويذهب عدد من الباحثين إلى أن المسؤولية الاجتماعية للصحافة تعني الاهتمام بالمصلحة العامة للمجتمع، ويحددها آخرون بأنها الاهتمام بحاجات المجتمع ومراعاة قيمه وتقاليد وعاداته والعمل على سعادته^(٥٥).

وقد فرّق عدد من الباحثين بين مفهوم (Responsibility) وبين مفهوم (Accountability) فقد عدّوا المفهوم الأول تعبيراً عن مسؤولية القائمين على وسائل الاتصال بالتزامات محددة، مثل الدقة، والموضوعية، وحماية الخصوصية، والمفهوم الثاني تعبيراً عن مسؤولية القائم بالاتصال، تجاه نفسه ومجتمعه والمؤسسة الإعلامية التي يعمل بها^(٥٦)، فيما يفضل أغلب الباحثين استخدام مصطلح ضبط الجودة (Quality Control) على مصطلحي المبادئ الأخلاقية (Morality) وأخلاقيات وسائل الإعلام Media Ethics لان المصطلحين

الأخيرين لهما وقع غير سار ويذكران بالطبقات الفلسفية والنظام الأخلاقي، ويفضل الكثير من الباحثين مصطلح ضبط الجودة لأنه يغطي الأخلاقيات الشخصية بوصفها مبادئ أخلاقية، كما يغطي أخلاقيات وسائل الإعلام، ويعد هذا المصطلح مبادرة لتقديم خدمة إعلامية أفضل ومحادية وترضي الجميع عن طريق إنتاج مادة نافعة ذات مصداقية ومكانة أفضل بالنسبة للجمهور كما تمد أصحاب وسائل الإعلام بأرباح أكثر^(٥٧).

يؤكد خبراء الإعلام أن أهم ركائز المسؤولية الاجتماعية للصحافة هو اتصافها بسداد الرأي والدقة والعدل ومراعاة النواحي الأخلاقية، مع التشويق والحصول على الفائدة فضلاً عن الآنية في النشر ومراعاة المحافظة على قيم المجتمع ولذلك على الصحافة المقروءة والمرئية والمسموعة أن تراعي ثلاثة أمور أساسية:

١. الرأي العام: فالكلمة تؤثر في جماهير القراء والمستمعين والمشاهدين، لذا يجب أن تراعي تفاوت عقلياتهم وثقافتهم وأوساطهم الاجتماعية.

٢. الإيمان بالعقل: فالكلام المطبوع والمسموع يخاطب العقل لذا لا يصح أن يهزأ صاحب الفكر من عقول قراءه ومستمعيه.

٣. التسامح: فالصحافة والإعلام لا تعني التعصب لرأي ما، بل يجب أن تثبت روح التسامح في النظر إلى المسائل والقضايا المختلفة، وان تكون أداة إرشاد وتوعية لا أداة تضليل أو تحريض وإثارة بلبلة.

ويمكن لبرامج التلفزيون وتحت هذه المفاهيم والأخلاقيات أن تلعب دوراً أساسياً في نشر ثقافة الحوار وقبول الآخر وبالإمكان أن يكون ذلك عن طريق البرامج مثلاً، ويعرف الإعلامي فلاح المحنة البرنامج بالقول: «والبرنامج (program) في أبسط مفهوم هو منهج يصف شيئاً أو يعلن عنه، وله صيغ وأشكال خارجية هي عبارة عن الشكل والمضمون، فالشكل يعني الهيكل النمطي الذي تتخذه البرامج، بينما يعني المضمون مادة البرنامج ومحتواه وموضوعه»، من هذا يستشف إن كلمة البرامج تعني: بث مواد ومضامين متنوعة إلى جماهير واسعة ومتباينة في العمر، والمستوى المعاشي، والوظيفي، والثقافي، والتعليمي، وهذا لا يلغي التخصص فالبرامج قد تعنى أيضاً ببث برامج محددة إلى جمهور محدد من إذاعة محددة ويمكن أن تتطلع البرامج التلفزيونية إلى ثلاثة مهام رئيسية هي: (التثقيف، والأعلام، والتسلية) وللبرامج التلفزيونية أشكال مختلفة يطلق عليها البعض مصطلح نماذج، أو إطارات، أو قوالب، أو أشكال، أو فورمات (format) وهي كلمة تستخدم اصطلاحاً في الإذاعة والتلفزيون بمعنى

الشكل العام الذي ينتمي إليه البرنامج فيقال أنموذج محادثات أو أنموذج الغاز بمعنى برنامج محادثات أو برنامج الغاز، وكذلك تستخدم الكلمة للإشارة إلى خطوط برنامج واحد أو هيكله. وبذلك فإن معناها الاصطلاحي والتعريفى هو إنها البرنامج الذي يقوم على أنموذج الحوار أو المناقشة.

ومهما اختلفت التسميات يظل المعنى واحدا ويكتسب البرنامج تصنيفه من الشكل الذي ينتمي إليه فنقول أنموذج ندوة، أو أنموذج مسابقة، أو أنموذج حوار، وغيرها من التسميات التي ترد في الأدبيات الإعلامية، لذلك تتعدد وتختلف بل وتتنوع الأصناف والمسميات الخاصة بمضامين وأشكال البرامج التلفزيونية في ضوء الأهداف أو الوظائف والخطط المرسومة لها أو انطلاقا من الطرق أو الأشكال التي تعرض فيها أو حسب الجمهور المستهدف منها وتارة أخرى يكون تصنيف أو تقسيم البرامج التلفزيونية على وفق الموقع الجغرافي الذي تنطلق منه أو تغطيه، وفي حالات أخرى ينظر لهذه التقسيمات وفقا لنوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة إذا كانت مرئية أو مسموعة أو مقروءة. وان إطلاق الأوصاف وصياغة العناوين لبرامج التلفزيون أو تقسيمها إلى مجاميع معينة يراد منه تنظيم وتطوير عملية الأداء البرامجي وعدم تقديمها بطريقة عشوائية فضلا عن تحديد التخصص الذي تنطلق منه إذا كان سياسيا، أو ثقافيا، أو إخباريا، أو ترفيهيا، أو تعليميا والى غير ذلك من الاختصاصات أو التوجهات التي تخوض فيها تلك البرامج رغم وجود تداخل وتكامل بين جميع تلك المسميات، ولكن أهمية تلك العملية تكمن في إعطاء أوصاف محددة لكل برنامج كي تكون له رؤى واضحة في الميدان الذي يخوض فيه والتوجه الذي يركز عليه.

وتمثل البرامج الحوارية والندوات أفضل البرامج التي يمكن من خلالها نشر ثقافة الحوار وقبول الآخر من خلال عرض الموضوعات والمناقشة الهادئة الهادفة وإدارة الحوار ما يعطي انطبعا لدى المتلقي باحترام الرأي والرأي الآخر من قبل المتحاورين ما ينعكس إيجابا على المتلقي، ويعتمد الإعداد لهذا النوع من البرامج على عملية تخطيط مسبقة تتضمن ثلاثة أسس مهمة هي:

١. اختيار موضوع التحاور:

ويشترط في موضوع المناقشة أو الندوة أن يكون مرتبطاً بشكل ما بالوقت الذي تقدم فيه المناقشة، وليس معنى ذلك بالضرورة أن يكون الموضوع مرتبطاً بالأحداث الجارية ولكن يكفي أن يكون مثاراً بشكل أو بآخر في المجتمع أو في الصحف، وبقدر ارتباط الموضوع

بأحداث الزمن الذي تقدم فيه الندوة، بقدر نجاحه في جذب اهتمام أكبر عدد من الجماهير، أما إثارة موضوعات للمناقشة تجاوزها الزمن وأصبحت لا تخطر على بال إنسان، فلا تجدي إلا في مجالات البحث العلمي وحدها.

وبتعبير آخر ينبغي أن يكون الموضوع (قابلاً للمناقشة)، وهذه القابلية هي التي تمكن من المفاضلة بين موضوع وآخر عندما تتساوى أهمية كل منهما ولكن المهم مدى أتساعه لوجهات نظر متعددة كأن يكون الموضوع متعلقاً بتفسير ظاهرة معينة يذهب كل إلى تفسيرها من وجهة نظر خاصة، أو يكون موضوعاً يقتضي من الباحثين فيه استصدار مجموعة من الأحكام تختلف باختلاف الزاوية التي يتناول بها الموضوع، أو ربما مشكلة طارئة كل ينظر إلى حلها من وجهة نظر معينة وهكذا.

٢. اختيار الأشخاص المتحاورين:

ينبغي أن يشارك في برنامج الندوة أو المناقشة اثنان على الأقل بجانب مدير الندوة (مقدم البرنامج)، وقد يزيد عددهم في بعض الأحيان حتى يصل إلى ثلاثة أو أربعة أشخاص، ولكن يجب ألا يتجاوز عدد المشتركين عن هذا العدد حتى تتاح الفرصة لهم للتعبير عن وجهات نظرهم وحتى لا يرتبك الجمهور المستمع إليهم بين عدد كبير من الأصوات والآراء المتباينة خاصة في الإذاعة التي لا يرى فيها المستمع المشتركين في الندوة أو المناقشة

أما بشأن المؤهلات التي يتمتع بها المشاركون في برامج الندوة أو المناقشة فهناك من يرى ضرورة أن يكونوا من ذوي الخبرة والمعرفة والاختصاص في مواضيع الحوار والبعض الآخر يرى أن يكونوا من أصحاب الشهرة والجاذبية للمستمعين، أما المبررات التي يعرضها أصحاب الرأي الأول فهي: بأن ما يريده الجمهور هو الوصول إلى الحقيقة لان خبرة المشاركين من علم ومعلومات حول الموضوع المطروح للمناقشة تؤهلهم للحديث فيه وتوصيل الحقائق إلى الناس، أما أصحاب الرأي الآخر فإنهم يقدمون اعتبار (الشهرة) على اعتبار (الخبرة) وعلى هذا الأساس يحبذون اختيار أعضاء الندوة أو المناقشة من بين أصحاب الأسماء الشهيرة وأن كانت معرفتهم بالموضوع اقل من المتخصصين^(٥٨).

٣. اختيار مدير الحوار.

مدير الندوة أو الحوار هو الشخص الذي يتولى تقديم الموضوع وطرحه للمناقشة وتقديم المشاركين في الندوة وتنظيم مناقشاتهم بشكل يؤدي إلى استيفاء الموضوع وتغطية جوانبه كافة وهو المسؤول كذلك عن إعطاء المشاركين فرصاً متساوية لإبداء وجهات نظرهم، ويتولى

إيضاح وتفسير ما قد يأتي على ألسنة المشاركين من عبارات أو مصطلحات لا يفهمها إلا المتخصصون فقط، كما أن عليه أن ينوب عن الجمهور المتلقي في توجيه الأسئلة التي قد تطرأ على تفكيرهم، أو تتبثق من أحاديث المشاركين في الندوة^(٥٩)، إن ما سبق عرضه من مهام تقع على عاتق (المذيع المحاور) مدير الندوة توضح مدى أهمية اختياره لأن قدرًا كبيراً من نجاح أي ندوة أو مناقشة يتوقف على شخصية من يديرها، فقد يؤديها بطريقة في إدارتها إلى شيء جامد لا حياة فيه رغم التوفيق في اختيار الموضوع واختيار المشاركين، أو قد يذهب بها إلى أن تصبح الندوة قطعة من الفوضى تتشابك فيها الأصوات وتضيع معالم الموضوع ويختلط رأسه بذيله وتنتهي المناقشة إلى لا شيء^(٦٠). ويمكن لبرامج الحوارات والندوات بعد أن يتم التحضير لها أن تأخذ أحد أشكال برامج الندوات والمناقشات والتي منها:

١. برنامج المائدة المستديرة (Round Table Discussion).

يعد هذا الشكل من أكثر برامج المناقشات شيوعاً في الإذاعة والتلفزيون ويطلق عليه أحيانا الندوة المستديرة (Panel Discussion) ويعتمد على تقديم عدد من الضيوف حول مائدة مستديرة يتبادلون فيها الأفكار والآراء حول موضوع يهم الجماهير، وتعتمد هذه الندوة على تلقائية المشتركين عند طرح الآراء وعادة ما يكون المشتركون في الندوة من الخبراء المتخصصين في القضية المطروحة ويتم النقاش بسلاسة وتلقائية حيث يعرض كل مشترك ما يرد إلى ذهنه من أفكار ومعلومات، ويهتم هذا النوع من الندوات على طرح الموضوع أو المشكلة وتوجيه اهتمام الجماهير نحو أهمية هذه القضية وليس من الضروري طرح حلول للمشكلات المثارة وإنما يكفي إثارة اهتمامات الجماهير بأهمية المشكلة والدعوة إلى التفكير في حلول خاصة بها.

٢. المناظرة: (The Debate).

وهي المناقشة الثنائية حول موضوع يمثل طرفان من الأطراف يحمل كل منهما رؤية ووجهة نظر مختلفة، وقد يلتقي الطرفان وجهاً لوجه داخل الاستوديو، أو يكون كل منهما في مكتبه أو في بلده، كما أن هناك نوعاً آخر من المناظرة توجه فيه الأسئلة لكل من الطرفين المتناظرين دون أن يعرف أي منهما الآخر أو إجابته على نفس السؤال، وبالطبع فإن مثل هذه الحالات الأخيرة التي تدور فيها المناظرة خارج الاستوديو على النحو الذي تم توضيحه فيما سبق يعد من الأشكال المشوقة بالنسبة للجمهور^(٦١).

٣. المناقشة الجماعية (Group Discussion).

تعد المناقشة الجماعية احد الأشكال الإذاعية والتلفزيونية التي تركز على مشكلات قطاع معين من الجماهير مثل قطاع الصناعة، التجارة، الزراعة، الصحة، التعليم، الثقافة وغيرها، وهي عبارة عن معلومات موضوعية تستخدم لأغراض محددة تهم فئة معينة من الجمهور، ويختلف هذا الشكل عن أشكال المناقشات الأخرى لأنه يسعى إلى حل المشكلة من خلال توظيف الأهداف، ويعتمد أساسا على استخدام أسلوب التفكير الجماعي والمناقشات الحرة من جانب المشتركين وأعضاء يمثلون الجمهور والمشاركون في هذا النوع من المناقشات لا يسعون إلى عرض وجهات نظرهم على الجماهير وليس شرطاً أن تتعارض آراؤهم وإنما يحاول كل منهم شرح مظاهر المشكلة المطروحة وبيان أسبابها بأسلوب غير متحيز مع الاعتماد على نتائج الأبحاث والمسوح الموضوعية لكونها أسئلة مفتوحة^(١٢).

٤. الندوة الأفقية (The Symposium).

يعتمد هذا النوع من المناقشات على استضافة بعض الشخصيات التي لديها حلول واقعية قابلة للتطبيق لمشكلة معينة أو قضية تهم الجماهير، ويتم منح كل مشترك في الندوة وقتاً محدداً ومتساوياً للتعبير عن آراءه وأفكاره ويكون السؤال موحداً لكل المشتركين من جانب مدير الندوة.

فيقدم كل مشترك تصوره الخاص ومقترحاته حول الموضوع وبعد الانتهاء من الإجابة عن السؤال في زمن محدد ينتقل المذيع (المحاور) إلى طرح السؤال التالي لكل المشاركين، وبعد الانتهاء من الرد على جميع التساؤلات يمكن السماح لأفراد الجمهور بتوجيه بعض الأسئلة لأحد أعضاء الندوة أو إليهم جميعاً سواء من المشاركين منهم في الأستوديو أو تلقي هذه الأسئلة عبر الهاتف، وبعد انتهاء الوقت المحدد للرد على أسئلة الجماهير يمنح كل مشترك وقتاً محدداً ومتساوياً مرة أخرى لتلخيص وجهة نظره وعرض مجمل أفكاره أو للتعقيب على آراء المشاركين الآخرين، ويكون دور المذيع المحاور تقديم الموضوع وعرض أهميته للمستمعين وتقديم آراء المشاركين وتنظيم إدارة النقاش بحياد وتوازن ثم ختام الندوة من خلال تلخيص جميع الآراء^(١٣).

وفي جميع الأحيان فان الصورة والصوت هما السمتان المستخدمتان في أكثر البرامج التلفزيونية مهما اختلفت أنواعها وأهدافها إلا في حالات نادرة فلغة البرامج التلفزيونية قد تكون صامتة عندما تعبر الصورة عن حالة الحدث دون تعليق، ولكن الصوت والصورة تعطيهما سمة

الفاعلية والإثارة، وهذا أيضا يشير إلى أن نوع البرنامج أو فصيلته هي التي تدعو المخرج إلى إضفاء الشكل الذي يراه مناسباً على مضمون هذا البرنامج أو ذلك، فأحياناً يكون الصمت أكثر دلالة على المضمون، وأحياناً أخرى كل منهما يعطي رد الفعل المطلوب أو المنتظر منه فالصورة هي الأداة الأكثر تأثيراً وفعالية لأنها تنفذ إلى داخل الإنسان دون أدنى جهد وهي بإضافة تعليق بسيط إليها تصبح تعبيراً أفضل من أي نص أو خطبة^(٦٤).

ومهما اختلفت الأشكال وتسمياتها فإن المعنى الأساسي للبرنامج بمضمونه فضلاً عن الشكل الذي يتميز فيه يحددان التوجه المرسوم له لأن البرنامج يكتسب تصنيفه أو نوعه من الشكل والمضمون الذي ينتمي إليه فنقول أنموذج (ندوة) أو أنموذج (مسابقة) أو (حوار) وغيرها من التسميات التي ترد في الأدبيات الإعلامية^(٦٥).

الذاتمة

نتائج البحث

بعد إتمام البحث توصلنا إلى أبرز النتائج لعل أهمها:

١. أثبتت العديد من الدراسات قدرة وخاصة القنوات الفضائية والتلفزيون بشكل عام إذا ما قورنت بغيرها من الوسائل المعرفية والسمعية على اكتساب المعلومة ونشرها والاحتفاظ بها في ذهن المتلقي ما يمنحه ميزة كبيرة على باقي الوسائل التعليمية.
٢. للقنوات الفضائية دور فعال ومهم في حياة الشعوب والأمم فهي تعد مؤسسة إنسانية تمارس دوراً لا يقل خطورة عن دور الأسرة.
٣. إن القنوات الفضائية وما تحتويه من وسائل ورسالة إعلامية وثقافية واجتماعية تمنحها خاصية أن تكون من أكثر الوسائل الناجعة لنشر ثقافة الحوار وقبول الآخر وقبولها.
٤. يعد التخطيط المسبق وتهيئة الوسائل والمستلزمات المادية والإعلامية لإعداد البرامج الحوارية من الأشياء المهمة لإنجاح فكرة نشر الحوار وقبول الآخر عن طريق التلفاز والقنوات الفضائية.
٥. يعد الحوار منهجاً إسلامياً أصيلاً حث عليه القرآن الكريم وطبقه النبي ﷺ في سيرته وأحاديثه.
٦. إن الحوار وقبول الآخر من أهم عوامل تماسك الشعوب وتفعيل العيش المشترك فيما بينها ويساهم بشكل كبير في تفهم كل طرف لما يحتاجه الطرف الآخر.

٧. إن المشتركات بين الشعوب وبين مواطني البلد الواحد أكثر من الاختلافات لذا فإن التعاون والتفاهم بين الشعوب والمواطنين في البلد الواحد يساهم بشكل وبآخر في تقدم ونهوض البشرية والتوحد على المشتركات العديدة.

وفي ختام هذا البحث أسأل الله تعالى أن أكون قد وفقت في دراسة هذا الموضوع المهم، وأسأله تعال أن يغفر لي كلَّ سهوٍ أو تقصيرٍ انه سميع مجيب وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

ملخص البحث

إن ما تمر به الأمة الإسلامية بعامة والأمة العربية بخاصة من خلافات وتباين في الأفكار ووجهات النظر والتي باتت تهدد نسيجها الاجتماعي أحيانا وتهدد كيانها الجغرافي أحيانا أخرى أصبح يحتم على الجميع التمسك بثقافة الحوار والتسامح وقبول الآخر وصولاً إلى المشتركات التي يقف ويتفق عندها الجميع وذلك لأن ثقافة الحوار وقبول الآخر كانت ولا زالت الإطار العام والمقدمة الأولى لبناء أسس الديمقراطية والتعددية ومفهوم العيش المشترك، وهي أيضاً اللبنة الأولى من لبنات احترام الرأي والرأي الآخر، فالحوار يعني تبادل وجهات النظر والاستماع لوجهة النظر المتعارضة بشكل ينم عن احترام وتدقيق، ويقوم مستندا على التعددية، مع اعتبار إن جميع وجهات النظر محترمة إلا إن الحقيقة نسبية وكل يملك جزءاً لا يتجزأ منها، وإن الحقائق دائماً متغيرة تبعا لظروف الزمان والمكان.

ولعل من اقصر الطرق وأهمها في كسب ثقافة الحوار وقبول الآخر هي القنوات الفضائية فالرسالة المراد إيصالها أو التجربة الإنسانية والفكرة التي يتم عرضها تنتقل عن طريق تلك القنوات بالصورة المتحركة والملونة والصوت فتحقق لها جاذبية خاصة وقدرة عالية على الإقناع يرجع بعضها إلى سهولة إدراك تلك الرسالة أو ربما حتى التفاعل معها، فليس غريبا أن تشير العديد من الدراسات إلى قدرة التلفزيون المتميزة في إحداث تغييرات في السلوك، والمواقف، والمعتقدات، والممارسات، والأوضاع الاجتماعية بشكل عام مع قدرته الفائقة في جذب الانتباه وإثارة الاهتمام، إذ أثبتت التجارب أن التلفزيون يتمتع بقدرة عالية على تقديم أنواع من الخبرة والمعرفة الإنسانية كما تحدث في الحياة. هذا إذا علمنا أن الكثير من الدراسات قد أوضحت أن اغلب معارف الإنسان يمكن أن تكتسب عن طريق المشاهدة والسماع معا وتصل في بعض الأحيان إلى ٩٨%، ومن هذه النسبة يحصل المرء على ٩٠% تقريبا عن طريق الإبصار وحده بينما ال ٨% عن طريق السمع فإذا أضفنا إلى ذلك أن التلفزيون يمكن أن يصل

إلى الملايين في وقت واحد استطعنا أن نتصور الثورة الهائلة التي يمكن أن يحدثها في تلك المجالات في حياة الناس الإعلامية والثقافية والعلمية وغيرها .
لذا فان القنوات الفضائية وتحت هذه النسب والمفاهيم تقدم لنا اقصر الطرق لنشر هذه الثقافة المهمة، وخصوصا أن العالم العربي والإسلامي أحوج ما يكون إليها الآن في جميع مراحل وجوده السابقة وذلك لتجاوز الأزمات، والخلافات في زمن الاكتشافات والمعارف والثورة الرقمية.

Summary Search in English

What is going through the Islamic nation in general and the Arabic nation on the particular place about differences and divergence of ideas and points of views, which is threatening sometimes social fabric and also threatening the geographical entity, These ideas become imperative for everyone to stick to the culture of dialogue and as well as acceptance of others, in order to reach the participant which everyone agree with it, because culture of dialogue and acceptance of others has been and remains the general framework of the beginning to build the foundations of democracy and pluralism as well as the concept of co-existence, which is also the first building of respect the opinion and the others opinion, the dialogue means to exchange views and listen to another conflicting view tellingly respect and scrutiny, and is based on pluralism, considering that all points of view are respected, but the reality relativity and all have an integral part thereof, and that the facts are always changing depending on the circumstances of time and place.

Perhaps the shortest way and the most important is about gaining the culture of Dialogue and acceptance of others, are satellite Channels. Because the message to be sent or the human experience and the idea that is displayed is transmitted through those channels and animated image and colorful as well as the sound, in order to give it particular attractiveness and high capacity to persuade some of them due to the ease of realization that message or perhaps even interact with them, it is not surprising that many of the studies suggest TV outstanding ability to bring about changes in behavior, attitudes, beliefs, and practices, and social conditions in general with its superior ability to attract attention and generate interest, As experience has shown that television has a high ability to provide types of human experience and knowledge also occur in life. This if we knew that a lot of studies have shown that most of the human knowledge can be gained by watching and listening to each other, and sometimes up to 98%, and this percentage can get almost 90% by sight alone, while 8% by hearing, if we

Add to this that the TV can be reached to millions at the same time, we have been able to imagine the tremendous revolution that can be induced in those areas in media, cultural, scientific and other people's lives. Therefore, satellite channels and under these ratios and concepts give us the shortest way to spread this important culture, especially that the Arab and Muslim world desperately needs to have it now in all the previous stages of its existence, in order to overcome crises, and the differences, especially at the time of discoveries and knowledge and the digital revolution time.

هوامش البحث

- (١) محمد ضياء الدين عوض، التلفزيون والتنمية الاجتماعية، القاهرة، الدار القومية، بدون تاريخ، ص ٤١.
- (٢) أ. د ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، ١٩٩٩م، ص ٧٥ - ٧٦.
- (٣) فلاح كاظم المحنة، سؤدد القادري، الفنون الإذاعية والتلفزيونية، جامعة بغداد، ١٩٩٠م، ص ٣٤.
- (٤) عواطف عبد الرحمن، الإعلام العربي وقضايا العولمة، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٩م، ص ٢٧.
- (٥) بدران عبد الرزاق بدران، التلفزيون وسيكولوجية الفرد، مجلة البحوث، العدد (١٨)، أيلول، ١٩٨٦، ص ٨٦.
- (٦) محمد محمد البادي، وسائل الاتصال الجماهيري في مقدمة في وسائل الاتصال، منشورات مكتبة الصباح، السعودية، ١٩٨٩، ص ٦٠ - ٦١.
- (٧) هاني الرضا، رامن محمد، الرأي العام والإعلان والدعاية، بيروت، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، ١٩٩٨ م، ص ١٦٧.
- (٨) إبراهيم محمد سرسيق، أصول الإعلام الحديث وتطبيقاته، مكة المكرمة، مطابع الصفا، بدون تاريخ، ص ٣٥.
- (٩) محمد موفق الغلاييني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، جدة، دار المنارة ١٩٨٥م، ص ٣٥.
- (١٠) إبراهيم محمد سرسيق، أصول الإعلام الحديث وتطبيقاته، ص ٣٥-٣٦.

- (١١) أ.د. ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، ص ٧٧.
- (١٢) إبراهيم الداوقوي، نظرة في إعلام دول العالم الثالث، بغداد، مركز التوثيق الإعلامي، ١٩٨٢م، ص ٤٦.
- (١٣) أ.د. ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية، ص ٧٧.
- (١٤) ليلى العقاد، مدخل إلى التلفزيون، دمشق، مطبعة جامعة دمشق، ١٩٨٩، ص ١٠.
- (١٥) د. أديب خضور، دراسات تلفزيونية، دمشق، المكتبة الإعلامية، ١٩٩٨، ص ٩.
- (١٦) د. جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط٢، بدون محل نشر، بدون أسم ناشر، ١٩٧٨، ص ٦٢٥.
- (١٧) د. عبد القادر الدليمي، دور التلفزيون في تعميق الوعي الثقافي، مجلة البحوث، بغداد، العدد (٢٨)، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، ١٩٨٩، ص ٨-٩.
- (١٨) د. بدران عبد الرزاق بدران، التلفزيون وسابكولوجية الفرد، ص ٧٣-٧٤.
- (١٩) د. هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٣، ص ٢٤.
- (٢٠) محمد التكلوي، التطور والبناء الاجتماعي، مجلة الفنون الإذاعية، معهد التدريب الإذاعي والتلفزيوني، المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون، العدد الخامس، ١٩٧٣، ص ٣.
- (٢١) د. جيهان احمد رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات العربية، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٧م، ص ٩٨.
- (٢٢) الدورة التدريبية اللازمة لإعداد البرامج التعليمية التلفزيونية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الكويت، ١٩٧٧، ص ١١٩.
- (٢٣) المصدر نفسه، ص ١٢٠.
- (٢٤) د. عبد الله الطويرقي، علم الاتصال المعاصر، ط٢، الرياض، مكتبة العبيكان، ١٩٩٧، ص ٢٤٥.
- (٢٥) د. انشراح الشال، مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠١، ص ١٥٨.
- (٢٦) د. سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، بغداد، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج، ١٩٨٤، ص ٢١.

- (٢٧) د. إبراهيم الداوقلي، الأنظمة الإذاعية، بغداد، مطبعة وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، ١٩٨٥، ص ٢٥١-٢٥٢.
- (٢٨) المصدر نفسه، ص ٥٥٢.
- (٢٩) د. أديب حضور، تخطيط برامج التوعية الأمنية لتكوين رأي عام ضد الجريمة، ص ١٣٣.
- (٣٠) أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرازي، (أبو الحسين)، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، ١٩٧٩م، مادة: (حور) ١١٥/٢.
- (٣١) سورة الانشقاق: ١٤.
- (٣٢) أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي (شمس الدين القرطبي)، تفسير القرطبي المسمى (الجامع لأحكام القرآن)، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، دار الكتب المصرية، القاهرة، ط ٢، ١٩٦٤م.
- (٣٣) أخرجه مسلم، مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري، المسند الصحيح، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي، بيروت، (١١٢) والفظ له، وينظر أيضا: أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني مسند الإمام أحمد، تحقيق: شعيب الأرنؤوط - عادل مرشد، وآخرون، إشراف: د عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، ط ١، ٢٠٠١م (٢١٤٦٥).
- (٣٤) أبو عبد الرحمن الخليل بن أحمد بن عمرو بن تميم الفراهيدي البصري، كتاب العين، تحقيق: د مهدي المخزومي، د. إبراهيم السامرائي، دار ومكتبة الهلال، بلا ت، مادة (حور) ٢٨٧/٣.
- (٣٥) المصدر السابق، مادة (حور) ٢٨٨/٣.
- (٣٦) محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين ابن منظور الأنصاري الرويفعي الإفريقي، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط ٣، ١٤١٤ هـ، ٢٢٢/٤.
- (٣٧) الفراهيدي، كتاب العين، مادة (حور) ٢٨٧/٣. والحديث أخرجه الترمذي (٣٤٣٩) واحمد (٢٠٧٨١) والنسائي (٨٧٥٠) وابن خزيمة (٢٥٣٣).
- (٣٨) ينظر: لسان العرب ٢١٨/٤.
- (٣٩) لسان العرب، ابن منظور، مادة (حور) ٢١٨/٤. وينظر: كتاب العين للفراهيدي ٢٨٧/٣.
- (٤٠) سورة الكهف: من الآية ٣٤.

- (٤١) أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي شمس الدين القرطبي (ت ٦٧١هـ): تفسير القرطبي المسمى الجامع لأحكام القرآن، تحقيق: أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، دار الكتب المصرية، القاهرة، ط٢، ١٣٨٤هـ/١٩٦٤م، (١٠/٤٠٣).
- (٤٢) سورة الكهف: من الآية ٣٧.
- (٤٣) أبو عبد الله محمد بن عمر بن الحسن بن الحسين التيمي الرازي الملقب بفخر الدين الرازي خطيب الري (ت ٦٠٦هـ)، مفاتيح الغيب أو التفسير الكبير، ط٣، ١٤٢٠هـ، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ٢١/٤٦٣.
- (٤٤) سورة المجادلة: من الآية ١.
- (٤٥) عبد الرحمن النحلوي، أصول التربية الإسلامية في البيت والمدرسة والمجتمع، دمشق، دار الفكر، ط٢، ٢٠٠١م، ص٢٠٦.
- (٤٦) في أصول الحوار، الندوة العالمية للشباب المسلم، جدة، مؤسسة الطباعة والصحافة والنشر، (ط٤)، ١٩٩٤م، ص١١.
- (٤٧) د. بسام داود عجك، الحوار الإسلامي المسيحي، دار القنينة للطباعة والنشر والتوزيع، (ط١)، ١٩٩٨م، ص٢٠.
- (٤٨) سورة الكهف: آية ٣٤ و آية ٣٧ وسورة المجادلة: آية ١.
- (٤٩) د. احمد بن عبد الرحمن بن عثمان القاضي، الحوار في القرآن والسنة أسسه وأهدافه، وهو ضمن البحوث التي قدمت إلى (مؤتمر مكة المكرمة الخامس) الذي عقدته رابطة العالم الإسلامي، خلال فترة ١٥-١٧ يناير ٢٠٠٥م، ونشرت البحوث تحت عنوان: (الحوار الحضاري والثقافي أهدافه ومجالاته)، ص١٦١-١٦٢.
- (٥٠) أ. د سعيد إسماعيل علي، الحوار منهاج وثقافة، دار السلام، القاهرة، (ط١)، ٢٠٠٨م، ص ٧٩-٨٠.
- (٥١) سورة النجم: الآية ٣-٥.
- (٥٢) أبو الفداء إسماعيل عمر بن كثير القرشي البصري ثم الدمشقي (ت ٧٧٤)، تفسير القرآن العظيم، المحقق، سامي بن محمد سلامة، م٢، دار طيبة للنشر والتوزيع، ط٢، ١٩٩٩م.
- (٥٣) الحوار دائماً والحوار مع مستشرق، الدكتور شوقي أبو خليل، دار الفكر، دمشق، (ط١)، ١٩٩٦م، ص٧.
- (٥٤) الحوار دائماً والحوار مع مستشرق، الدكتور شوقي أبو خليل، ص٩.

- (٥٥) سامي عزيز، الصحافة مسؤولة وسلطة، القاهرة مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر، ١٩٨١م، ص ٢٤-٢٥.
- (٥٦) "Defining Responsible Journalism", Beverly Hills, Louis W. Hodges (١٩٨٦), PP. ١٣-١٥. California Sage Publications, ١٩٨٦).
- (٥٧) Clued –Jean Bertrand; "Media Ethics: Accountability system", (New Jersey: Transaction publishers, ٢٠٠٠) p.٢٢.
- (٥٨) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دار الشروق للتوزيع والنشر والطباعة، ط١، جدة ١٩٨٧، ص ٢٧٦.
- (٥٩) المصدر نفسه، ص ٢٧٧.
- (٦٠) يوسف مرزوق، فن الكتابة، ص ١٠٣.
- (٦١) كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، ص ١٢٥.
- (٦٢) سعيد محمد السيد. حسن مكاي، الأخبار الإذاعية التلفزيونية، ص ٣٠٥.
- (٦٣) عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونية، القاهرة، دار القومية العربية، ٢٠٠٣، ص ٣٢٢.
- (٦٤) كرم شلبي، الراديو والتلفزيون في الحرب النفسية، معهد التدريب الإذاعي والتلفزيوني، بغداد، بحوث في الراديو والتلفزيون، مطبعة الأديب البغدادية، ١٩٧٣م، ص ٥٩.
- (٦٥) المصدر السابق، ص ٨٢.

المصادر والمراجع

١. القران الكريم.
٢. د. إبراهيم الداوقني، نظرة في إعلام دول العالم الثالث، بغداد، مركز التوثيق الإعلامي، ١٩٨٢ م.
٣. د. إبراهيم الداوقني، الأنظمة الإذاعية، بغداد، مطبعة وزارة الأوقاف والشؤون الدينية، ١٩٨٥.
٤. إبراهيم محمد سرسيق، أصول الإعلام الحديث وتطبيقاته، مكة المكرمة، مطابع الصفا، بدون تاريخ.

٥. د. احمد بن عبد الرحمن بن عثمان القاضي، الحوار في القرآن والسنة أسسه وأهدافه، وهو ضمن البحوث التي قدمت إلى (مؤتمر مكة المكرمة الخامس) الذي عقدته رابطة العالم الإسلامي، خلال فترة ١٥-١٧ يناير ٢٠٠٥م، ونشرت البحوث تحت عنوان: (الحوار الحضاري والثقافي أهدافه ومجالاته).
٦. أديب خضور، تخطيط برامج التوعية الأمنية لتكوين رأي عام ضد الجريمة، مصدر سابق.
٧. د. أديب خضور، دراسات تلفزيونية، دمشق، المكتبة الإعلامية، ١٩٩٨.
٨. د. انشراح الشال، مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي، القاهرة، دار الفكر العربي، ٢٠٠١.
٩. بدران عبد الرزاق بدران، التلفزيون وسيكولوجية الفرد، مجلة البحوث، العدد (١٨)، أيلول، ١٩٨٦.
١٠. بسام داود عجك، الحوار الإسلامي المسيحي، دار القتيبة للطباعة والنشر والتوزيع، ط١، ١٩٩٨م.
١١. د. جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، ط٢، بدون محل نشر، بدون أسم ناشر، ١٩٧٨.
١٢. د. جيهان احمد رشتي، النظم الإذاعية في المجتمعات العربية، القاهرة، دار الفكر العربي، ١٩٧٧.
١٣. ابن حنبل: أبو عبد الله أحمد بن محمد بن حنبل بن هلال بن أسد الشيباني مسند الإمام أحمد: تحقيق: شعيب الأرنؤوط وعادل مرشد وآخرون، إشراف، د. عبد الله بن عبد المحسن التركي، مؤسسة الرسالة، ط١، ٢٠٠١م.
١٤. الرازي: أبو عبد الله محمد بن عمر بن الحسن بن الحسين النيمي الرازي الملقب بفخر الدين الرازي خطيب الري (ت ٦٠٦هـ)، مفاتيح الغيب أو التفسير الكبير، ط٣، ١٤٢٠ هـ، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
١٥. سامي عزيز، الصحافة مسؤولية وسلطة، القاهرة: مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر، ١٩٨١.
١٦. د. سعد لبيب، دراسات في العمل التلفزيوني العربي، بغداد، مركز التوثيق الإعلامي لدول الخليج، ١٩٨٤.
١٧. أ.د. سعيد إسماعيل علي، الحوار منهاجاً وثقافة، دار السلام، القاهرة، ط١، ٢٠٠٨م.

١٨. عبد الدائم عمر الحسن، إنتاج البرامج التلفزيونية، القاهرة، دار القومية العربية، ٢٠٠٣.
١٩. عبد الرحمن النحلاوي، أصول التربية الإسلامية في البيت والمدرسة والمجتمع، دمشق، دار الفكر، ط٢، ٢٠٠١م.
٢٠. د. عبد القادر الدليمي، دور التلفزيون في تعميق الوعي الثقافي، مجلة البحوث، بغداد، العدد (٢٨)، المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين، ١٩٨٩.
٢١. د. عبد الله الطويرقي، علم الاتصال المعاصر، ط٢، الرياض، مكتبة العبيكان، ١٩٩٧.
٢٢. الدكتور شوقي أبو خليل، الحوار دائماً والحوار مع مستشرق، دار الفكر، دمشق، ط١، ١٩٩٦م.
٢٣. عواطف عبد الرحمن، الإعلام العربي وقضايا العولمة، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٩م.
٢٤. الفراهيدي: أبو عبد الرحمن الخليل بن أحمد بن عمرو بن تميم الفراهيدي البصري : كتاب العين، تحقيق: د مهدي المخزومي، د. إبراهيم السامرائي، دار ومكتبة الهلال، بلا ت، مادة (حور) ج٣.
٢٥. فلاح كاظم المحنّة، سؤدد القادري، الفنون الإذاعية والتلفزيونية، جامعة بغداد، ١٩٩٠م.
٢٦. القرطبي : أبو عبد الله محمد بن أحمد بن أبي بكر بن فرح الأنصاري الخزرجي شمس الدين القرطبي (ت٦٧١هـ) : تفسير القرطبي المسمى الجامع لأحكام القرآن، تحقيق : أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، دار الكتب المصرية، القاهرة، ط٢، ١٣٨٤هـ / ١٩٦٤م، ج١٠.
٢٧. القزويني، أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرازي (أبو الحسين)، معجم مقاييس اللغة، تحقيق: عبد السلام محمد هارون، دار الفكر، (١٩٧٩م)، مادة: (حور)، ج ٢.
٢٨. ابن كثير، أبو الفداء إسماعيل عمر بن كثير القرشي البصري ثم الدمشقي (ت ٧٧٤) : تفسير القرآن العظيم، المحقق: سامي بن محمد سلامة، دار طيبة للنشر والتوزيع، ط٢، ١٩٩٩م.
٢٩. كرم شلبي، الراديو والتلفزيون في الحرب النفسية، معهد التدريب الإذاعي والتلفزيوني، بغداد، بحوث في الراديو والتلفزيون، مطبعة الأديب البغدادية، ١٩٧٣.
٣٠. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دار الشروق للتوزيع والنشر والطباعة، جدة، ط١، ١٩٨٧.

٣١. ليلي العقاد، مدخل إلى التلفزيون، دمشق، مطبعة جامعة دمشق، ١٩٨٩.
٣٢. أ. د ماجي الحلواني حسين، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، ١٩٩٩م.
٣٣. محمد التكلوي، التطور والبناء الاجتماعي، مجلة الفنون الإذاعية، معهد التدريب الإذاعي والتلفزيوني، المؤسسة العامة للإذاعة والتلفزيون، العدد الخامس، ١٩٧٣.
٣٤. محمد ضياء الدين عوض، التلفزيون والتنمية الاجتماعية، القاهرة، الدار القومية، بدون تاريخ.
٣٥. محمد موفق الغلاييني، وسائل الإعلام وأثرها في وحدة الأمة، جدة، دار المنارة، ١٩٨٥م.
٣٦. محمد محمد البادي، وسائل الاتصال الجماهيري في مقدمة في وسائل الاتصال، منشورات مكتبة الصباح، السعودية، ١٩٨٩.
٣٧. الإمام مسلم، مسلم بن الحجاج أبو الحسن القشيري النيسابوري، المسند الصحيح، تحقيق: محمد فؤاد عبد الباقي، دار إحياء التراث العربي، بيروت.
٣٨. ابن منظور، محمد بن مكرم بن علي أبو الفضل جمال الدين الأنصاري الرويفعي الإفريقي، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط٣، ١٤١٤ هـ، م ٤.
٣٩. هاني الرضا، رامز محمد، الرأي العام والإعلان والدعاية، بيروت، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع، ١٩٩٨م.
٤٠. د. هناء حافظ بدوي، الاتصال بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية، المكتب الجامعي الحديث، ٢٠٠٣.
٤١. الدورة التدريبية اللازمة لإعداد البرامج التعليمية التلفزيونية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، الكويت، ١٩٧٧.
٤٢. في أصول الحوار، الندوة العالمية للشباب المسلم، جدة، مؤسسة الطباعة والصحافة والنشر، ط٤، ١٩٩٤م.
- المصادر الأجنبية.
١. Clued –Jean Bertrand; “Media Ethics: Accountability system”, (New Jersey: Transaction publishers, ٢٠٠٠) p.٢٢
٢. “Defining Responsible Journalism”, Beverly Hills, Louis W. Hodges California Sage Publications, ١٩٨٦), PP. ١٣-١٥.