المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة
دراسة ميدانية في المحطة الجهوية للإذاعة الوطنية ببشار

Corporate social responsibility
A field study at the regional station of the National Radio in Bashar

سي موسى عبدالله [1]، يحياوي فاطنة [2]، دريدي عبدالقادر [3]

[1] جامعة طاهري مُحَّد بشار، abd_simoussa@yahoo.fr

[2] المركز الجامعي تندوف، yafyaf72@yahoo.fr

[3] جامعة طاهري مُحَّد بشار ، abdelkader.daridi@univ-bechar.dz

تاريخ الاستلام: 2020/11/13 تاريخ القبول: 2021/01/18 تاريخ النشر: 2021/04/25

ملخص: تعتبر المسؤولية الاجتماعية في المؤسسة من المواضيع التي يجب ان تخضع للدراسة لاستهادفها البناء الاجتماعي والاقتصادي باعتبار الإعلام والعمل الإذاعي خاصة الموجه الأساسي لكافة المجالات والميادين التي تخص المجتمع .ما يجعل هذه الدراسة تكتسي أهمية كبيرة من جوانب متعددة منطلقها الأول هو معاينتها للموضوع يشكل محورا أساسيا في الديناميكية الاجتماعية من بوابة الأدوار التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية بوصفها مؤسسة اجتماعية تسهر على تجسيد مضامينها الصحفيون تحت مظلة القانون وأخلاقيات المهنة بالإضافة إلى كون مثل هذه الدراسات باتت تشغل حيزا هاما في حقول البحوث والدراسات الأكاديمية قياسا على قيمة موضوعها ومحتوياتها التي تضطلع لتشخيص ومعاينة حجم المسؤولية الاجتماعية أي من المفترض أن يكون الصحفي على دراية تامة بها أثناء تأديته لمهامه المنوطة.

تتلخص هذه الورقة في معرفة القيود والمعيقات التي تصادف الصحفي أثناء تأديته لمهامه في المؤسسة الإعلامية في الهيكل التنظيمي للمحطة الجهوية للإذاعة الوطنية ببشار لتحقيق جملة من الأهداف كمعرفة الوظائف التي يقدمها الإعلام للمجتمع ومدى إدراك معنى المسؤولية الاجتماعية للإعلام ومدى تطبيقها على أرض الواقع وكذا إلقاء الضوء على الأخلاقيات والمبادئ التي على الصحفي أن يتحلى بها، وشرعيتها إما من خلال قوانين الإعلام أو من خلال المواثيق والتشريعات الدولية من خلال مسح اجتماعي باستخدام أداة استمارة استبيان لجمع البيانات، إذ تم التوصل إلى أن الصحفيين بولاية بشار يدركون مسؤوليتهم الاجتماعية والوظائف الاجتماعية للإعلام ويدركون كذلك لمسؤوليتهم الاجتماعية اتجاه المجتمع واتجاه مؤسستهم الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية، المؤسسة الإعلامية، الصحفي، أخلاقيات المهنة، المجتمع.

تصنيف JEL: Z13 ، K31، J2.24

Abstract:

Social responsibility in the institution is one of the subjects that should be studied because it targets social and economic construction, knowing that media in general and radio especially are the basic source of orientation for all fields that concern society. What makes this study of great importance in many aspects from its first premise is its examination of the subject is a key focus in the social dynamics of the portal of the roles played by the media institutions as a social institution to ensure the embodiment of its content by journalists under the umbrella of law and professional ethics in addition to the fact that such studies are now occupying an important space in the fields of research and academic studies in relation to the value of its

subject and its contents, which is undertaken to diagnose and examine the magnitude of social responsibility, i.e., the journalist should be fully aware of them while performing his duties.
The present research summarizes the limitations and constraints encountered by the journalist in the performance of his duties in the media institution in the organizational structure of the regional station of the National Radio of Bechar to achieve a number of objectives such as knowledge of the functions provided by the media to the community and the extent to which the meaning of social responsibility of the media is understood and the extent of its application on the ground. The research also attempts to shed light on ethics and the principles that a journalist must have, and their legitimacy, either through media laws or through international conventions and legislation through a social survey using a questionnaire to collect data. Among the results obtained is the fact that journalists in the State of Béchar are aware of their social responsibility and the social functions of the media. The latter are also aware of their responsibility towards society and their employing organization

***Keys words*: Social Responsibility, Media Foundation, Journalist, Professional Ethics, Society.**
***JEL classification codes:* J2.24; K31; Z13**

المؤلف المرسل: د. سي موسى عبدالله، **الإيميل:** abd_simoussa@yahoo.fr

تمهيد:

لقد أصبح الإعلام اليوم يشكل جزءا من نسيج المجتمع وحياة أفـــراده الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية كما غدت ظاهرة اجتماعية غاية في التعقيد وجزءا لا يتجزأ من البناء الاجتماعي لكافة المجتمعات الإنسانية، وقد القي على عاتق المؤسسات الإعلامية الإسهام في تطوير المجتمع وضبط مسار توجهه لما له من دور فعال في نشر الوعي وصناعة تكوين الرأي العام. ونظرا لاتساع مسؤولية الإعلام لتطال كافة أنشطة المجتمع كان على العاملين بمؤسساتها ضرورة الالتزام بمعايير أخلاقية وتقديم المثل العليا والإحساس بالمسؤولية اتجاه قضايا المجتمع خاصة خلال الأزمات حيث تمثل المسؤولية الاجتماعية أكثر النظريات الإعلامية واقعية بحكم قوتها تعد الجهة القادرة على حماية المجتمع من طغيان بعض الأفراد وكذا حماية الأفراد من طغيان المجتمع، فوسائل الإعلام في الجزائر لها مسؤولية كبيرة تتمثل في تحقيق أهداف التنمية والديمقراطية والاستقرار وحماية حقوق الإنسان. الإعلامي هو رقيب نفسه وذاته وإذا أساء استخدام الحرية التي يحددها ميثاق أخلاقيات المهنة فإن الجهة الوحيدة المخولة لمحاسبته هي القضاء وفق القوانين السارية و ذلك عملا بمبدأ الفصل بين السلطات حيث يفترض الإعلام سلطة رابعة مستقلة .

ومن هذا المنطلق نطرح العديد من الأسئلة حول المسؤوليات الملقاة على عاتق المؤسسات الاعلامية في إطار مهامها الجوارية في المجتمع المحلي بولاية بشار في الجنوب الغربي الجزائري، من حيث درجة إدراك العاملين بها من صحفيين وإعلاميين بأخلاقيات المهنة وما يحيط بها من أطر وضوابط لتحقيق أهداف المؤسسة.

عليه نطرح الإشكالية التالية: ما مدى إدراك الصحفيين العاملين بالمحطة الجهوية للإذاعة الجزائرية ببشار لمسؤوليتهم الاجتماعية أثناء تأديتهم لمهامهم ؟

1 – الجانب المنهجي في الدراسة:

من خلال السؤال الرئيس الوارد أعلاه، فإن هذه الدراسة تستند على سند منهجي نستعرضه بشكل مقتضب فيما يلي:

1-1 – الأسئلة الفرعية:

- ما طبيعة تكوين الصحفيين العاملين بالمحطة الجهوية للإذاعة الجزائرية ببشار ؟
- ما مدى إدراك الصحفيين العاملين بالمحطة الجهوية للإذاعة الجزائرية ببشار لمسؤوليتهم اتجاه مؤسستهم ؟
- ما درجة اهتمام الصحفيين العاملين بالمحطة الجهوية للإذاعة الجزائرية ببشار بقضايا المجتمع المحلي ؟

1-2 – الفرضيات:

- يهتم الصحفيين العاملين بالمحطة الجهوية للإذاعة الجزائرية ببشار بمسؤولياتهم اتجاه المجتمع واتجاه مؤسساتهم ومتطلبات السوق وتحقيق التوازن بين هذه المسئوليات.
- يدرك الصحفيين العاملين بالمحطة الجهوية للإذاعة الجزائرية ببشار بالوظائف الاجتماعية للإعلام من خلال الالتزام بالصدق والموضوعية والدقة والتوازن .
- يقوم الصحفيين العاملين بالمحطة الجهوية للإذاعة الجزائرية ببشار بحماية حقوق الأفراد في المجتمع، وحقوق الدولة لخدمة المجتمع، واحترام النظام العام والحق في الإعلام.

2 – الجوانب النظرية للدراسة:

بهدف تأصيل هذه الدراسة ووضعها في سياقها المعرفي لابد من استعراض التراث المعرفي المرتبط بها والذي نقدمه فيما يلي:

2-2 – مفهوم المسؤولية في الدراسات الغربية:

2-2-1 – لغة: حال أو صفة من يسأل عن أمر تقع عليه تبعته

المسئولية القانونية: الالتزام بإصلاح الخطأ الواقع على الغير طبقا للقانون.

- المسؤولية الأخلاقية: التزام الشخص لما يصدر عنه قولا أو عملا.
- المسؤولية الجماعية: التزام تتحمله الجماعة

2-2-2 – اصطلاحا :

يعرف **وارين Warren** المسؤولية بأنها: " وعي الإنسان البالغ أن عليه التصرف تبعا لمعايير اجتماعية وأنه معرض للعقاب إذا انتهك محظورات التوجيه الاجتماعي أو على الاتجاه الأساسي للإذعان العام للتوجيهات والموانع الاجتماعية "

ويشرح **بالدوين Baldwin** أن مصطلح المسؤولية يستعمل غالبا ليتضمن كلا من المواقف الأخلاقية الاجتماعية وهي واجب مرتبط بأفعال إرادية (قدري، 2013).

2-3 – أنواع المسؤوليات:

2-3-1 – المسؤولية الوجوبية responsabilité assigné : وهي بعض العلاقات الإنسانية تكون الواجبات محددة ببساطة.

2-3-2 – المسؤولية التعاقدية responsabilité contracté : في بعض العلاقات يكون الفردان مشاركين بشكل متساو في القوة والسلطة يختاران تبادل الواجبات والمسؤوليات في شكل عقد وأحيانا يكون العقد رسمي بموافقة واعية على المسؤوليات ويحتاج لوثيقة مكتوبة وأحيانا تكون العقود غير رسمية وليس هناك واجبات محددة بل متضمنة .

2-3-3- المسؤولية الذاتية responsabilité self-imposé: أو التي تضعها الذات ففي بعض مجالات الحياة الإنسانية يحدد بعض الأشخاص أو الجماعات طرقا لإفادة الأفراد أو الجماعات الأخرى (مُحَمَّد ، 2018).

هناك عدة تعريفات للمسؤولية الاجتماعية تختلف باختلاف وجهات النظر وباختلاف التخصصات منها : الاقتصاد – القانون – علم الاجتماع، إلا أن كل هذا التنوع لم يمنع من تقارب تعريفاتها:

- فيرى **Robbins**: أن المسؤولية الاجتماعية تستند إلى اعتبارات أخلاقية مركزة على الأهداف بشكل التزامات بعيدة الأمد آخذة في الاعتبار مبادرات منظمة الأعمال الحقيقية للوفاء بهذه الالتزامات وبما يعزز صورتها في المجتمع .
- وأوضح **carrol** في أبحاثه أن المسؤولية الاجتماعية مفهوم يشتمل على أربعة جوانب رئيسية:الأول يتمثل في المسؤولية الاقتصادية ، الثاني المسؤولية القانونية، الثالث المسؤولية الخيرة ، الرابع المسؤولية الأخلاقية.
- طرح **Holms**: حيث اعتبر المسؤولية الاجتماعية التزاما على المنظمة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر تحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث.
- عرف **Drucker** :المسؤولية الاجتماعية بأنها التزام المنشأة تجاه المجتمع الذي تعمل فيه.

ربط بعض منظري الغرب في دراساتهم الحديثة بين الفكر البرجماتي والمسؤولية الاجتماعية فيبين **هاردت Hardt**أن الممارسة العلمية والبرجماتية من شأنها أن تعين الفرد على النظر للبدائل الاجتماعية وتشجيع ظهور العقل النقدي مما يرسخ الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية فكما يقول **وليام جيمس**: "إن استخدام تفكيرنا هو الطريق الذي يساعدنا على تغيير العالم" ونستطيع أن نرصد تيارين فكريين في مجال الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في الفكر الغربي هما:

– التيار الأول: مستمد من الدراسات النفسية حيث يعرف المسؤولية الاجتماعية بتحديد مواصفات الشخص المسؤول اجتماعيا فيحددها **هاريس HARRIS** في ثلاث عناصر أساسية أولها التزام الشخص تجاه الجماعة و مدى إمكانية الاعتماد عليه والوفاء بوعوده وكذا تحقيق الأهدف المرجوة دون محاولة التميز عن الآخرين.

– التيار الثاني: مستمد من دراسات العلاقات العامة والإدارة حيث ساعدت الأحداث التي وقعت في الربع الأخير من القرن 19م على إظهار الحاجة إلى التزام المنشآت بمسؤوليتها الاجتماعية في المجتمع الأمريكي عندما قوي تيار الاحتكارات الاقتصادية واندفعت المشروعات نحو تحقيق أكبر قدر ممكن من المصالح الخاصة للمشروع على حساب المصلحة العامة للجماهير، وقد أدى ذلك إلى خلق المناخ المناسب لظهور هذا المفهوم (رحماني وحوحو ، 2012).

2-4 – عوامل ظهور المسؤولية الاجتماعية :

ظهرت المسئولية الاجتماعية كتفاعل لعدة عوامل منها :

- تصاعد ضغوط المجتمع وتناميها مع التوسع في حجم منظمات الأعمال وتعقد علاقتها.
- إسهام أكبر لمنظمات الأعمال في تطوير نوعية الحياة والارتقاء بها.
- ضرورة إسهام المنظمات في تعزيز القيم الإنسانية والاجتماعية .
- أهمية رضا المجتمع وقبوله لأهداف المنظمات ووسائل عملها.
- الاهتمام العالي الذي تبديه الجامعات العالمية الكبرى ومراكز البحوث بتدريس مساقات تخص علاقة الأعمال بالمجتمع .
- تراكم البحوث العلمية والنظرية منها التطبيقية في هذا المجال (بن روان، 2007).

2-5 – نظريات المسؤولية الاجتماعية:

يشير **جورج ستينرSteiner** إلى ان هناك خمس نظريات رئيسية ظهرت حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية من سنوات الخمسينات خلال القرن الماضي ميلادي حتى الآن:

2-5-1- النظرية الأولى: وتتعلق بوصاية الإدارة على مصالح الجماهير وأطلق عليها الباحثون **ضمير المنشأة cinscience corporate** وتعمل المنشأة كوصي أمين على مصالح الجماهير.

2-5-2- النظرية الثانية: تعنى بأخلاقيات الإدارة Managmentethics وتقوم على ضرورة إلتزام رجال الإدارة بالمعايير الأخلاقية ويتحقق ذلك بالتزام القيم الإنسانية المتفق عليها في المتجمع.

2-5-3- النظرية الثالثة: وتسمى نظرية توازن القوى Balance of power وظهرت في أعقاب الحرب العالمية الثانية وتقوم على أن تزايد المشروعات يتطلب من المجموعات الأخرى في المجتمع أن تحمي نفسها من هذه القوى وذلك بتدخل الحكومة للعمل على تحقيق التوازن (شفيق، 2011).

2-5-4- النظرية الرابعة: وتعنى بإعادة تشكيل لأخلاقيات الرأسمالية capitalistethicsreformalited وتحث هذه النظرية رجال الإدارة على مواءمة أعمال مشروعاتهم مع القيم الأخلاقية والإنسانية السليمة، مع الاحتفاظ بولائهم للنظام الرأسمالي وحماية حقوق الملكية الفردية.

2-5-5- النظرية الخامسة: وتخص مراعاة المصلحة العامة للمجتمع public Interest حيث أن تطبيق مفاهيم الإدارة يوجب احترام حقوق جماهير المنشأة.

2-6- المسؤولية الاجتماعية بين المعارضة والتأييد:

2-6-1- المؤيدون لنظرية المسؤولية الاجتماعية:

يرى المؤيدون لتطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية أن المنظمات قد فشلت في أن تحافظ على مصلحة المجتمع عند عملها من أجل مصلحتها الذاتية، وأن هذه المسؤولية هي بمثابة رد اعتبار من المنظمات بعد أن أصبحت في وضع غير ملائم واهتزت صورتها في أذهان الجمهور، ويستندون لتبرير موقفهم إلى عدة اعتبارات أهمها:

- أن الأنشطة الاجتماعية يجب أن تكون منسقة مع هدف تحقيق الربح كما يجب أن تبدي المنظمات اهتماما بالقيم المتعلقة بخدمة المجتمع.
- المنظمة جزء لا يتجزأ من المجتمع الذي تتواجد فيه لذا عليها أن تلعب دورا كبيرا في تحقيق أهدافه المختلفة.
- تزداد الأرباح على المدى البعيد إذا تبنت المنظمة دورا اجتماعيا.
- الدور الاجتماعي هو رد فعل على النقد الموجه للمنظمة وهو اهتمامها بالأرباح وإهمال المتطلبات الاجتماعية.
- المسؤولية الاجتماعية شكل من التدابير الوقائية لتجنب المشاكل الاجتماعية المعقدة التي ستحدث عاجلا أم آجلا (رحماني وحوحو ، 2012).

2-6-2- المعارضون لتطبيق المسؤولية الاجتماعية

تعود جذور المعارضة إلى النظرية الكلاسيكية حيث أن جوهر هذه النظرة ترى أن منظمات الأعمال يجب أن ترتكز على هدف تعظيم الربح بغض النظر عن أي مساهمة اجتماعية بحيث أن هذه الأخيرة ما هي إلا تحصيل حاصل أو نواتج ثانوية لتعظيم الربح.

وتعتمد هذه الوجهة على عدة معايير منها :

- إذا انفردت المنظمة بإنفاق المبالغ على تنفيذ برامج المسؤولية الاجتماعية، فان ذلك يعني تحملها كلفا إضافية تنعكس على زيادة أسعار السلع التي تتعامل بها، وبالتالي تنعكس سلبا على موقفها وقوتها التنافسية في السوق.
- محدودية الخبرة والمهارة المتاحة لدى منظمات الأعمال في معالجة المشكلات الاجتماعية التي تعترض عملها.
- تضعف الأهداف الرئيسية الأخرى لمنظمة الأعمال لكونها تستنزف طاقة ليست بالقليلة من جهد المنظمة، كما أن المشكلات الاجتماعية هي من مسؤولية الدولة فقط.

2-7- المسؤولية الاجتماعية في الدراسات العربية:

2-7-1- مفهوم المسؤولية في الفلسفة الإسلامية: تحدد المسؤولية في الإسلام في كون الفرد الصالح هو أساس المجتمع، وأن صلح الأفراد صلحت الأسر والمجتمعات. ولذلك الإسلام أشد العناية بتحديد مسؤولية كل فرد في المجتمع عن نفسه أولا وفي مجتمعه ثانيا، فالمسلم مسؤول بصفته الشخصية عن صالحه وصالح المجتمع الذي يعيش فيه ومسؤول عن قلبه في تنقيته وسلامته والترويح عنه ومسؤول عن جسمه في الاعتدال وعدم الإسراف (القرآن الكريم).

وهناك العديد من الآيات القرآنية والأحاديث النبوية الدالة على ذلك :

- قوله تعالى : ﴿فَوَرَبِّكَ لَنَسْأَلَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ * عَمَّا كَانُوا يَعْمَلُونَ﴾*(القرآن الكريم).
- عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ يَقُولُ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِصَلَّى اللَّه عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ:

<<كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْؤول عَنْ رَعِيَّتِهِ، الإِمَامُ رَاعٍ وَمَسْؤولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالرَّجُلُ رَاعٍ فِي أَهْلِهِ وَهُوَ مسئول عَنْ رَعِيَّتِهِ، وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ فِي بَيْتِ زَوْجِهَا وَمَسْؤولَةٌ عَنْ رَعِيَّتِهَا، وَالْخَادِمُ رَاعٍ فِي مَالِ سَيِّدِهِ ومسئول عَنْ رَعِيَّتِهِ، -قَالَ: وَحَسِبْتُ أَنه قَدْ قَالَ: وَالرَّجُلُ رَاعٍ فِي مَالِ أَبِيهِ وَمَسْؤولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ- وَكُلُّكُمْ رَاعٍ وَمَسْؤولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ>>

يعرفها عبد الله دراز بأنها: "استعداد فطري للمقدرة على أن يلزم المرء نفسه وأن يعنى بالتزاماته بجهده الشخصي "

يعرفها مُحَمَّد إبراهيم الشافعي بأنها: " الاستعداد الفطري الذي جبل الله تعالى الإنسان ليصلح للقيام برعاية ما كلفه به من أمور تتعلق بدينه ودنياه فإن وفى ما عليه من الرعاية جعل له الثواب وان كان غير ذلك جعل له العقاب"

- يعرفها مصطفى صبري بأنها: " لباقة الإنسان لما يلقاه في الدنيا والآخرة من جزاء عمله " (بن الشيخ، 2008).

2-8- تقسيمات المسؤولية في الدراسات العربية

يقسمها علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي وعلماء الأخلاق في إطار الفهم الإسلامي للمسؤولية إلى ثلاثة أنواع :

2-8-1- المسؤولية الدينية: مصدر الإلزام بها الوحي الإلهي وتشمل جميع التكاليف التي يلتزم بها الإنسان من قبل الله تعالى سواء كانت أوامر يترتب على القيام بها الثواب، أو نواهي يترتب على اقترافها العقاب (ممدوح، الحمامي،1997).

2-8-2- المسؤولية الأخلاقية أو الأدبية : يقصد بها شعور الشخص بالذنب أمام الله إذا كان مؤمنا به أو أمام ضميره، نتيجة لما قام به من فعل أو الامتناع كالمفروض أن لا يقوم بها وأساسها الخروج على قواعد الأخلاق .

2-8-2- المسؤولية الاجتماعية: وهي التزام المرء بقوانين المجتمع ونظمه وتقاليده وتتلخص في الإلتزام بقانون الجماعة والتعاون مع الجماعة في سبيل الخير العام وتقديم العمل الصالح والتنافس في هذا السبيل وكذا نشر العلم الذي يسهم إسهاما ايجابيا في بناء المجتمع وتطوره

أما في الكتابات العربية نستطيع أن نرصد اتجاهين رئيسين هما:

2-8-2-1- اتجاه متأثر بأطروحات المدارس الغربية في معالجة المسؤولية حيث يعرفها حمدي حيا الله: بأنها "مسؤولية الفرد أمام المجتمع" في حين يوضح عبد الرحمن بدوي: "مسؤولية رب الأسرة أو السلطة بتوفير الصالح العام "، ويؤكد ذلك الدكتور عبد العزيز

عزت: الذي يبين أن مصدر الإلزام بالمسؤولية الاجتماعية ما يسميه (الأنا الأعلى) متمثلا في السن الاجتماعي والعادات والعرف والتقاليد والقانون الوضعي.

2-8-2-2- اتجاه متأثر بمساهمات المدرسة الإسلامية في معالجة المسؤولية الاجتماعية وتزعم هذا الاتجاه أستاذ علم النفس التربوي الدكتور سيد عثمان الذي خالف التعريفات السابقة والذي يؤكد أن مصدر الإلزام بالمسؤولية الاجتماعية ينبع من داخل الفرد ذاته لا من خارجه، ولذلك يعرف سيد عثمان المسؤولية الاجتماعية بأنها : مسؤولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمي إليها وهي تكوين ذاتي خاص نحو الجماعة التي ينتمي إليها الفرد.

وقد عرفها العديد من علماء النفس وعلماء الاجتماع فنجد تعريف الحارثي بأنها: "إدراك ويقظة الفرد ووعي ضميره وسلوكه للواجب الشخصي والاجتماعي"(بن سراج، النجيبي، 2017) ، في حين يعرفها البادي بأنها: "إقرار الفرد لما يصدر عنه من أفعال واستعداده لتحمل نتائجها". ويعرفها زهران بأنها: "مسؤولية الفرد الذاتية عن الجماعة أمام نفسه وأمام الجماعة وأمام الله وهو الشعور بالواجب الاجتماعي والقدرة على تحمله والقيام به".

2-9- عناصر المسؤولية الاجتماعية هي:

2-9-1 – الاهتمام : ويقصد به الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد الصغيرة أو الكبيرة، ذلك الارتباط الذي يخالطه الحرص على استمرار تقدمها أو تماسكها وبلوغها أهدافها أو الخوف من أن تصاب بأي عامل أو طرف يؤدي إلى إضعافها أو تفككها.

2-9-2- الفهم: وينقسم إلى قسمين:

- **فهم الفرد للجماعة:** ويقصد بها فهمه للجماعة في حالتها الحاضرة من ناحية أو من ناحية أخرى فهمه لمؤسساتها ومنظماتها وعاداتها ونظمها.
- **فهم الفرد للمغزى الاجتماعي لأفعاله:** المقصود بها أن يدرك الفرد آثار أفعاله وتصرفاته وقراراته على الجماعة أي يفهم القيمة الاجتماعية لأي فعل أو تصرف اجتماعي يصدر عنه (بن سراج، النجيبي، 2017).

2-9-3- المشاركة: والمقصود بها اشتراك الفرد مع الآخرين في عمل ما يمليه الاهتمام ويتطلبه الفهم لأعمال تساعد الجماعة في إشباع حاجاتها وحل مشكلاتها والوصول إلى أهدافها وتحقيق رفاهيتها والمحافظة على استمرارها ويمكن أن نميز ثلاث جوانب في المشاركة يتعلق الأول منها بتقبل الفرد للأدوار الاجتماعية التي يقوم بها أما الجانب الثاني فيتعلق بالمشاركة المتعددة أي المشاركة التي تتمثل في العمل الفعلي المشترك أي العمل مع الجماعة، في حين يخص الجانب الثالث المشاركة المقومة.

2-10- المسؤولية الاجتماعية للإعلامي:

في هذا العنصر سنتناول مفهوم الإعلام ووسائله ووظائفه اتجاه المجتمع ومفهوم المسؤولية الاجتماعية في الإعلام من خلال المواثيق الدولية والعربية وأيضا سوف نتطرق الى القانون العضوي للإعلام الجزائري و كيف ضبط أخلاقيات وآداب المهنة الصحفية في الجزائر.

2-10-1- تعريف الإعلام لغة: الإبلاغ، الإفادة، نقل معلومة لشخص ما وتأكيد درايته بها (بدوي، 2006، ص86).

2-10-2- تعريف الإعلام اصطلاحا: هو كافة أوجه النشاط الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السلمية عن القضايا والموضوعات والمشكلات و مجريات الأمور بطريقة موضوعية بدون تعريف بما يؤدي إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات الجمهور المقلقين للمادة الإعلامية بكافة

الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات وبما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة (بدوي، 2006، ص86).

2-10-3- مبادئ وأسس الإعلام:

يقوم الإعلام في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية على عدة أسس ومبادئ منها:

- ضرورة أن تلتزم وسائل الإعلام بالتزامات معينة اتجاه الجمهور.
- ضرورة تحديد ميثاق العمل المهني ومسئولياته وحدوده.
- ضرورة الالتزام بالصدق والموضوعية والدقة والتوازن.
- لابد أن يهتم القائمين على وسائل الإعلام بمسؤولياتهم اتجاه المجتمع وتجاه مؤسساتهم ومتطلبات السوق وتحقيق التوازن بين هذه المسؤوليات (بدوي، 2006، ص92).

2-11- المسؤولية الاجتماعية في قانون الإعلام الجزائري

أولى القانون العضوي للإعلام رقم05/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 اهتماما بالغا للمسؤولية الاجتماعية للإعلام، والتي تناولها من خلال:

2-11-1 – مهنة الصحفي:

جاء في قانون الإعلام الجزائري من المادة 73 إلى المادة 77 ليحدد معالم الصحفي المحترف حيث أنه اعتبر الصحفي المحترف هو كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها وتقديمها إما في دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري، كما يحمل الصحفي بطاقة وطنية للصحفي تثبت صفته صادرة عن لجنة الصحفيين. ويتقيد الصحفي لممارسة مهنته بصفة دائمة في نشرية أو وسيلة إعلام واحدة ولا يمكن أن يؤدي عملا آخر في دورية أو وسيلة إعلامية أخرى مهما كانت طبيعته إلا بترخيص من الهيئة المستخدمة .

2-11-2 – الوصول الى مصادر المعلومات والسر المهني:

تنص المادة 83 على أنه يجبعلى كل الهيئات والإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام. أما المادة 84 فقد وضعت بعض الحالات التي تمنع الصحفي من الوصول إلى المعلومات وذلك:

- عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني كما هو محد دفي التشريع المعمول به.
- عندما يمس الخبر بأمن الدولة و/أو السيادة الوطنية مساسا واضحا.
- عندما يتعلقا لخبر بسر البحث والتحقيق القضائي.
- عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي.
- عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد.

ويعد السر المهني بموجب هذا القانون، حقا مكتسبا بالنسبة للصحفي والمدير ومسؤول كل وسيلة إعلامية طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما (الجريدة الرسمية، قانون الاعلام، 2012).كما تضمن المواد 86-87-88-89 للصحفي الذي يستعمل اسما مستعار استشارته قبل نشر الخبر باسمه الحقيقي، ويستفيد كل صحفي من حق الملكية الأدبية والفنية لأعماله، ويحق لأي صحفي الرفض في نشر خبر يحمل توقيعه إذا أدخل عليه تعديلات.

أما المواد 90 و91 من القانون العضوي فقد جاءت لتحمي حق الصحفي في حالات الحرب والكوارث الطبيعية... بحيث انه يحق للصحفي الرفض للتنقل لهذه الأماكن فهو بذلك لم يخرق أي قانون ولا تتم متابعته، أما في حالة القبول فإن الهيئة المستخدمة مجبرة على وضع تأمين لحياته.

3 – الجانب التطبيقي للدراسة:

3-1- تفريغ وتحليل البيانات: تتعلق هذه البيانات بالخصائص العامة للمبحوثين من الصحفيين العاملين بالمحطة الجهوية للإذاعة الوطنية ببشار المتمثلة في البيانات الشخصية والإجتماعية والديموغرافية، من حيث الجنس، المستوى التعليمي والتخصص الدراسي وغيرها من المتغيرات التي تفيد الدراسة في التحليل وتفسير النتائج.

جدول رقم 01 : يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكـــر	04	50%
أنثـــى	04	50%

من خلال التحليل الكمي لهذا الجدول يمكن أن نلاحظ أن عدد الصحفيين والصحفيات في العينة المدروسة متساو حيث بلغ عدد كل منهما 04 وهو ما يمثل نسبة 50% لكلا الجنسين.

جدول رقم 02 : يمثل توزيع الأفراد على حسب المستوى الدراسي

المستوى	العدد	النسبة المئوية
ليسانس	04	50%
ماستر	04	50%

من خلال الجدول التالي في دراسة المتغيرات نلاحظ أن عدد الأفراد المبحوثين المتحصلين على شهادة ليسانس هو نفس عدد الذين تحصلوا على شهادة الماستر حيث بلغ عدد كل منهم 04 أي ما يعادل نسبة 50% .

جدول رقم 03 : يمثل توزيع أفراد العينة على حسب التخصص الدراسي

التخصص	العدد	النسبة المئوية
إعلام واتصال	02	25%
علم اجتماع الاتصال	03	37.5%
علوم قانونية وإدارية	02	25%
أدب عربي	01	12.5%

تشير النتائج إلى ان هناك تقارب في عدد الصحفيين بين مختلف التخصصات فنجد تخصص علم اجتماع الاتصال بلغ عددهم 03 ما نسبته 37.5% و إعلام واتصال وتخصص علوم قانونية وإدارية بلغ عددهم 02 أي ما يعادل نسبته 25% . وتخصص أدب عربي فكان عددهم 01 بنسبة 12.5%

جدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الوظيفة

الوظيفة	العدد	النسبة المئوية
مدير	**01**	**12.5%**
محرر صحفي	**01**	**12.5%**
صحفي	**06**	**75%**

فيما يتعلق بالوظيفة أو المنصب المشغول لأفراد العينة فكان ترتيبهم التالي: منصب مدير 01 بما نسبته 12.5% وظيفة صحفي محقق 01 ما نسبته 12.5% وصحفيين 06 ما يعادل نسبة 75%.

جدول رقم 05: يمثل توزيع أفراد العينة على حسب الخبرة المهنية

المستوى	العدد	النسبة المئوية
أقل من 05 سنوات	00	00
06– 09 سنوات	00	00
10 سنوات فما فوق	08	100%

يوضح الجدول المتعلق بالخبرة المهنية أن كل المبحوثين قد تجاوز عدد سنوات خبرتهم 10 سنوات أي بنسبة 100% . فمن جانب يدل على أن هذه المؤسسة الإعلامية تحتوي على كفاءات مهنية عالية ومن جانب آخر فأنه يدل على أنها لا تقوم باستثمار خبرات جديدة وطاقات أكثر شبابية.

3–2 – نتائج الدراسة الميدانية :

جدول رقم 06: يمثل توزيع الأوزان النسبية والانحرافات المعيارية والمتوسط الحسابي لإدراك الصحفيين للوظائف الاجتماعية للإعلام

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
01	كيف تعتبر الإعلام؟	2.38	0.51	42.10%
02	هل سبق وتناولت قضايا اجتماعية	1.00	00	100%
03	هل تقوم باقتراح حلول؟	2.5	1.69	40%
/	المجموع	1.96	0.73	60.7%

يتبين من خلال الجدول (06) أن الوزن النسبي لإدراك الوظائف الاجتماعية بلغ 60.7% مما يشير إلى أن هناك إدراك إلى حد ما حيث بلغ متوسط عباراتها 1.96 بانحراف معياري يبلغ 0.73 ، وعلى مستوى العبارات فقد حصلت الفقرة (02) على اتجاهات قوية بلغ وزنها 100% ، أما العبارة (01) حول إدراك مفهوم الإعلام فكانت نسبتها ضئيلة إلى حد ما حيث بلغت 42.10%. ونجد أيضا العبارة (03) الخاصة باقتراح حلول للمشاكل الاجتماعية كانت نسبتها ضئيلة حيث قدرت بـ 40% .

جدول رقم 07 : يمثل توزيع الأوزان النسبية والانحرافات المعيارية والمتوسط الحسابي لإدراك الصحفيين للمسؤولية تجاه المجتمع

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
01	تشخيص الأحداث	1.00	00	100%
02	الاعتماد على أكثر من مصدر	1.25	0.7	80%
03	الادلاء بالرأي الشخصي	4.00	0.92	25%
04	التصحيح الذاتي للمعلومات	1.5	0.75	66.66%
05	التعتيم الإعلامي	4.00	0.92	25%
06	اعتماد اسلوب الاستئذان في الحصول على المعلومات	1.38	0.51	72.72%
/	المجموع	2.18	1.26	61.56%

يشير الجدول (07) إلى أن هناك اتجاهات قوية إيجابية تميل الى السلبية حول إدراك الصحفيين لمسؤوليتهم اتجاه المجتمع حيث بلغت 61.56% بمتوسط حسابي بلغ 2.18 في حين بلغت درجة انحرافه 1.26 ، وبالنسبة للعبارات جاءت العبارة (01) الخاصة بتشخيص الصحفيين للأحداث قبل عرضها على الجمهور بنسبة 100% والعبارة رقم (02) بنسبة 80% ، أما العبارة رقم(03) (05) فكانت 25% وبالنسبة للعبارة رقم(06) بلغ الوزن النسبي لها 72.72% .

الجدول رقم 08: يمثل توزيع الأوزان النسبية والانحرافات المعيارية والمتوسط الحسابي لإدراك الصحفي لمسؤوليته اتجاه المؤسسة

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
01	تقلد المناصب النوعية	1.5	0.53	66.66%
02	الاستفادة من الامتيازات	1.38	0.51	72.72%
03	مدى انتمائك إلى المؤسسة	1.13	0.35	88.88%
04	الانتقال من المؤسسة	1.63	0.51	61%
المجموع		1.41	0.47	72.31%

يشير الجدول 08 إلى أن هناك اتجاهات ايجابية قوية حول إدراك الصحفي لمسؤوليته اتجاه المؤسسة حيث بلغ وزنها النسبي 72.31 % بمتوسط 1.41 بلغ انحرافه المعياري 0.47، وبالنسبة للعبارات نجد العبارة (01) المبينة لتقلد المناصب النوعية بلغ وزنهما النسبي 66.66% أما العبارة (02) التي تخص الاستفادة من الامتيازات بلغ وزنها 72.72% ، أما العبارة (03) الخاصة بانتماء الصحفيين لمؤسستهم الإعلامية بلغت 88.88% والعبارة (04) الخاصة بالانتقال إلى مؤسسة إعلامية أخرى بلغ وزنها النسبي 72.31% .

جدول رقم (09): يمثل توزيع الأوزان النسبية والانحرافات المعيارية والمتوسط الحسابي لإدراك الصحفي للنظام العام والقوانين الإعلامية

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
01	تعزيز مبدأ الوحدة	1.29	0.48	88.88%
02	احترام التعددية	1.00	00	100%
03	وضع مستويات ومعايير مهنية	1.57	0.53	100%
04	مج مبادئ قانونية أخلاقية تنظم مهنة الصحفي	1.25	0.48	88.88%
05	مج الواجبات التي يلتزم بها الصحفي	1.71	0.48	66.66%
06	مجموعة الحقوق التي تكفل ممارسة, الصحفي	1.71	0.48	66.66%
07	مدى وضوح القانون العضوي	2.14	1.06	53.33%
08	أنه تقييد لحرية الصحفي	2.00	1.06	53.33%
09	لخدمة مهنة الصحافة	1.38	0.51	100%
10	حماية للمجتمع من انتهاكات الصحفيين	1.38	0.51	72.72%
/	المجموع	1.54	0.55	98.80%

من خلال جدول رقم (09) نجد أن هناك اتجاهات قوية ايجابية نحو إدراك الصحفيين المبحوثين للقوانين الإعلامية حيث بلغ مجموع وزنها النسبي 98.80% ومتوسط حسابي يبلغ 1.54 نقطة بلغت درجة انحرافه 0.55 ، وبخصوص العبارات نجد العبارة (02) (03) الخاصة بتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية بلغ وزنها 100% وكذلك العبارة (09) الخاصة باعتبار المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات المهنة على أنه خدمة لمهنة الصحافة ، والعبارة (01) الخاصة بتعزيز مبدأ الوحدة بلغ وزنها 8.88% وأيضا العبارة (04) الخاصة بتعريف أخلاقيات المهنة على أنها مبادئ قانونية أخلاقية تنظم مهنة الصحافة ، ثم تأتي العبارة (10) الخاصة باعتبار المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات المهنة على أنه حماية للمجتمع من انتهاكات الصحفيين حيث بلغ وزنها 72.72%، والعبارة (05) (06) التي اعتبرت الأولى الأخلاق المهنية على أنها واجبات يلتزم بها الصحفي والثانية على أنها حقوق تكفل ممارسة الصحفي لمهنته قانونيا بلغ وزنهما النسبي 66.66%. أما العبارة (07) الخاصة بوضوح قانون الإعلام الجزائري 2012 نجد وزنها 53.33% والعبارة (08) الخاصة باعتبار المجلس الأعلى على أنه تقييد لحرية الصحفي بلغ وزنها 53.33%.

3-3- مناقشة نتائج الدراسة:

3-3-1- المحور الأول: إدراك الصحفي ببشار للوظائف الاجتماعية للإعلام:

كشفت الدراسة إلى أن الوزن النسبي لإدراك الوظائف الاجتماعية حسب الجدول رقم (06) بلغ 60.7 % مما يشير الى اتجاهات ايجابية تقترب من ان تكون سلبية حيث بلغ متوسط عباراتها 1.96 بانحراف معياري يبلغ0,73 %، وترجع أسباب هذه النتيجة إلى أن المبحوثين هم على دراية، إلى حد معتبر، بالدور الذي يؤدونه في المجتمع وذلك من خلال معالجتهم للقضايا الاجتماعية وايضا من خلال نظرتهم للإعلام حيث يعتبرونه حق من الحقوق الأساسية للمواطن وأن عليهم مضاعفة

جهودهم لتكريس هذا الحق، فهو يمثل محور أساسي من محاور تنمية المجتمع وسلطة من سلطات الدولة لما له من قدرة على توجيه الرأي العام وتنوير وتوعية المجتمع، فالصحفي جزء من المجتمع الذي يعيش فيه ومن ضمن مسؤولياته التعرف على احتياجاته ونقل انشغالاته للسلطات العمومية من جهة و للرأي العام من جهة أخرى، ويعتمد المبحوثون في تأدية دورهم هذا على الاتصال الشخصي داخل وخارج أوقات العمل لجس نبض الشارع المحلي حول قضية ما ، وبذلك يكون قد أدى أحد الوظائف الأساسية للإعلام المحلي.

3-3-2- المحور الثاني: إدراك الصحفي لمسؤوليته اتجاه المجتمع:

يشير الجدول (07) إلى أن هناك اتجاهات قوية إيجابية تميل إلى السلبية حول إدراك الصحفيين لمسؤوليتهم اتجاه المجتمع حيث بلغت 61.56 % بمتوسط حسابي بلغ 2.18 بلغ درجة انحرافه 1.26

وترجع أسباب هذه النتيجة إلى أن المبحوثين من خلال الجدول (07) أنهم يتحرون المصداقية والموضوعية في تقديم أخبارهم كما أنهم يعتمدون على مصادر متعددة لتحقيق الدقة ، إلا ان هناك عدة عوامل تجعل الصحفي يهمل في بعض الأحيان هذه القيم منها السبق الصحفي تجعل من الصحفي يسعى لتحقيقه على حساب التأكد من المعلومة أو تشخيصها ، كما ان الصحفي باعتباره في مؤسسة محلية فإن ذلك قد يجعل الذاتية تطغى عليه في القضايا التي تهم منطقته (العبارة 03) ، كما ان طبيعة الأخبار قد تجعله يقدم معلومات ناقصة أو مشوهة. و ايضا وجود حواجز وعقبات في طريقه قد تجعل البعض يتبعون أساليب المراوغة.

3-3-3- المحور الثالث: ادراك الصحفي لمسؤوليته اتجاه مؤسسته:

يشير الجدول(08) إلى أن هناك اتجاهات ايجابية قوية حول إدراك الصحفي لمسؤوليته اتجاه المؤسسة حيث بلغ وزنها النسبي 72.31 % بمتوسط 1.41 بلغ انحرافه المعياري 0.47.

وهذه نتيجة طبيعية نظرا لوجود عدة محفزات مثل المناصب النوعية ، وتكافؤ الفرص في تقلدها إضافة إلى عدة امتيازات حضي بها المبحوثون اختلفت طبيعتها بين ترقيات في العمل والحصول على فرص المشاركة في التكوينات قصد تبادل الخبرات بين زملاء من مؤسسات مختلفة أو الحصول على السكن ، أو التكليف بالقيام بمهام أخرى إضافة إلى وظائفهم الأساسية اعتبرها البعض امتيازا وفرصة للمساهمة في إنجاح هذه المؤسسة وهذه الامتيازات وكذا المكانة الشخصية والاجتماعية التي حققوها من خلال العمل بها والفرص التي ذكرت تعتبر دوافع تجعل الفرد أكثر إخلاصا وتعلقا بمؤسسته وبالتالي أكثر مسؤولية. و هذا ما يفسر انتمائهم بشكل نسبي 88.88 % إلى بمؤسستهم الإعلامية بدليل تسويقهم لها في المجتمع بمختلف الطرق، وكنتيجة حتمية لكل ما سبق ذكره فإننا نجد ما وزنه 72.72 % منهم لا يريدون الانتقال من مؤسستهم.

3-3-4- المحور الرابع: إدراك الصحفي للنظام العام والقوانين الإعلامية

من خلال جدول (09) نجد أن هناك اتجاهات قوية ايجابية نحو إدراك الصحفيين المبحوثين للقوانين الإعلامية حيث بلغ مجموع وزنها النسبي 98.80 % ومتوسط حسابي 1.54 بلغ درجة انحرافه 0.55.

و تعد نتيجة طبيعية بالنظر إلى مستوى المبحوثين العالي وأيضا بالنظر إلى مختلف تخصصاتهم فنجد أغلبها متمثلة في تخصص المهنة وأيضا بالنظر إلى خبراتهم المهنية الطويلة فهذا يجعل منهم مدرسة تتفاعل فيها مختلف الكفاءات.

وبمقارنة النتائج المحصل عليها مع نتائج الدراسات السابقة، نجد أن هذه النتائج تتفق- إلى حد ما- مع دراسة رمضان عبد المجيد حول مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام- قانون الإعلام الجزائري نموذجا، وذلك في كون نظرية المسؤولية الاجتماعية هي الأكثر ملائمة للتطبيق في الجزائر لأن الحكومة بحكم قوتها هي من تستطيع حماية الأفراد من طغيان المجتمع وحماية المجتمع من تجاوزات

بعض الأفراد، والجهة المسؤولة على محاسبة الإعلامي هي القضاء وفق القوانين السارية، فنجد الصفي وفق دراستنا أكثر إلماما بالقوانين أكثر من أي شيء آخر.

3-3-5- اختبار صدق الفرضيات:

الفرضية الأولى: يدرك الصحفيون بولاية بشار لمسؤوليتهم الاجتماعية من خلال إدراكهم للوظائف الاجتماعية للإعلام.

من خلال الجدول (06) يتبين لنا أن هناك إدراك نسبي للمبحوثين للوظائف الإجتماعية للإعلام حيث بلغت إجاباتهم نسبة 60.7 % مما يدل أن المبحوثين مدركون إلى حد ما لمجمل الوظائف المرتبطة بمهامهم كإعلاميين، في حين تختلف نسبة إدراكهم باختلاف مستوياتهم وتخصصاتهم العلمية وأيضا باختلاف قيمهم وأهدافهم اتجاه مهنة الصحافة. وبالتالي يمكن القول أن الفرضية الأولى تحققت إلى حد معتبر.

الفرضية الثانية: يدرك الصحفيون بولاية بشار لمسؤوليتهم الإجتماعية من خلال إدراكهم لمسؤوليتهم اتجاه المجتمع واتجاه مؤسستهم الإعلامية

من خلال الجدول (07) وإجابات المبحوثين يتبين أن هناك إدراك نسبي للمبحوثين لمسؤوليتهم اتجاه المجتمع بنسبة قدرت ب 61 %، وتدخل عدة عوامل في التأثير على مسؤوليتهم اتجاه المجتمع منها صعوبة الوصول إلى المصادر على سبيل المثال لا الحصر بالإضافة البيئة الاعلامية و المهنية التي تتسم بنوع من الصعوبة.

ومن خلال الجدول (08) وإجابات المبحوثين يتبين أن هناك إدراك عالي لمسؤولية المبحوثين اتجاه مؤسستهم الإعلامية بلغ 72.72 %، وذلك لعدة عوامل منها بعض المعايير السياسة المتبعة في المؤسسة والتي تضمن للصحفيين العاملين بها الحق في تقلد المناصب والاستفادة من الامتيازات الى غيرها من الحوافز التي تعزز مكانة الفرد الاجتماعية والشخصية وبالتالي شعوره بالانتماء لها. وبالتالي نجد أن الفرضية الثانية قد تحققت – بشكل كبير–

الفرضية الثالثة: يدرك الصحفيون بولاية بشار لمسؤوليتهم الإجتماعية من خلال إدراكهم للنظام العام والقوانين الإعلامية.

من خلال الجدول (09) وإجابات المبحوثين نجد أن إطلاع مجتمع البحث على القوانين الإعلامية جد عالي بلغ نسبة 98 % وذلك من خلال تجاوبهم العالي مع الأسئلة المتعلقة بالأنظمة والقوانين الإعلامية ما يبرز إدراكهم لحدود مهنتهم وللقيم التي يسعى الإعلام إلى تجسيدها وبالتالي تطبيقها على أرض الواقع. وبالتالي نجد أن الفرضية الثالثة قد تحققت بشكل كبير.

خلاصة:

يعد الإعلام الجواري من القضايا الجوهرية والرئيسية في ميدان علم اجتماع وميدان الإعلام والاتصال، فمن جهة ننظر لها على أنها الوسيلة الإعلامية الأقرب لاهتمامات المجتمعات المحلية فهي بمثابة المرآة التي تعكس ثقافة المجتمع ومن جهة أخرى من خلال الدور الاجتماعي والمسؤولية الملقاة على عاتق الصحفيين أثناء ممارستهم لمهنتهم، وجاءت هذه الدراسة لتلقى الضوء على مختلف الجوانب لهذه المسؤولية.

وتوصلنا من خلال هذه الدراسة إلى جملة من النتائج التي نعتبرها جد هامة من أبرزها أن:

– الصحفيين بالإذاعة الوطنية لولاية بشار على قدر كبير من الاحتكاك بالمجتمع المحلي وذلك من خلال اهتمامه بقضاياه ومواكبة أولوياته بشتى الطرق والأساليب.

– بما أنهم على دراية تامة بالأدوار التي يؤدونها وإن اختلفت خلفياتهم العلمية تبقى الخبرة المهنية الطويلة من جعلت منهم مدرسة واحدة تتقارب فيها أفكارهم وقيمهم.

– بما أن درجة انتمائهم للإذاعة جد عالية ترجع إلى شغفهم الشديد بمهنتهم وأيضا إلى مكاسب شخصية تم تحقيقها.

نجد أيضا أن اختلاف مستوياتهم وتخصصاتهم لم يمنعهم من الخوض في القوانين الإعلامية وتحليلها وتكييفها على حسب متطلبات وخصوصية المجتمع.

– بما أن التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة الإعلامية يعد التزاما ضمنيا للمسؤولية الملقاة على عاتقهم لأن احترام حق المواطن في الإعلام ومراعاة المصلحة العامة هو من صميم العمل الإعلامي الجاد الهادف إلى المساهمة في بناء المجتمع وتطويره.

وعليه يمكن القول أن الصحفيين بالإذاعة الوطنية لولاية بشار قد قطعوا أشواطا كبيرة من المهنية والاحترافية في مجال عملهم وأنهم مدركون إلى حد بعيد لمسؤوليتهم الاجتماعية.

الهوامش والمراجع:

1. قدري إبراهيم، اثر المسؤولية الاجتماعية في الأداء، دراسة تطبيقية على شركات المساهمة السورية، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال، جامعة دمشق، 2013، ص 46.
2. مُحَمَّد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، المكتبة المصرية اللبنانية، مصر، 2018، ص37.
3. رحماني موسى، حوحو فطوم، المسؤولية الاجتماعية بين الرؤيا الإسلامية والرؤية الوضعية المعاصرة ودورها في التنمية المستدامة، ملتقى دولي حول مقومات تحقيق التنمية المستدامة في الاقتصاد الإسلامي ، جامعة قالمة، يوم 3 ،4 ديسمبر 2012
4. بلقاسم بن روان ، وسائل الاعلام والمجتمع – دراسة الأبعاد الاجتماعية والمؤسساتية، دار الخلدونية، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007، ص76.
5. شفيق حسين ، التضليل الإعلامي والغيبوبة المهنية، دار الفكر والفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2011، ص98.
6. بن الشيخ عياش ، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالسلوك الحضري لدى السائقين بالجزائر العاصمة دراسة ميدانية على عينة من السائقين بالجزائر العاصمة ، جامعة الجزائر–1، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم النفس وعلوم التربية والارطفونيا، 2008/2007، ص54.
7. ممدوح بن عبد الفتاح، الحمامي بن شحادة ، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها ببعض سمات الشخصية لدى الأحداث الجانحين وغير الجانحين في كل من جدة والطائف ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة جدة، كلية التربية، علم النفس، 1997، ص35.
8. بن سراج نايف، النجيبي الهذلي، الاتجاه نحو ظاهرة الإرهاب وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أم القرى، كلية التربية، علم النفس، 2009، ص 130.
9. بن سراج نايف، النجيبي الهذلي، الاتجاه نحو ظاهرة الإرهاب وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى عينة من طلاب المرحلة الثانوية بمدينة مكة المكرمة ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أم القرى، كلية التربية، علم النفس، 2009، ص 170.
10. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، قانون عضوي للإعلام رقم 05/12 مؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير 2012 ، صدر بالجريدة الرسمية ،عدد 02 مؤرخة في 21 صفر 1433 الموافق لـ 15 جانفي 2012.
11. بدوي مُحَمَّد على، دراسات سوسيو–إعلامية ، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، 2006، ص86.
12. بدوي مُحَمَّد على، دراسات سوسيو–إعلامية ، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة الأولى، 2006، ص 92.