

المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية ضرورة حتمية ومطلب تنموي

The social responsibility of Arab social talk shows is an imperative and a development demand

أ.د بوالفضل ابراهيم

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل
(الجزائر)
ibrahimboufelfel@gmail.com

ط.د شابونية زهية

المخبر المتعدد التخصصات في العلوم الانسانية والاجتماعية
التطبيقية من أجل التنمية LPSHSAD -
جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل (الجزائر)
meriembounty26@gmail.com

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على المسؤولية الاجتماعية وأهميتها كمطلب تنموي وضرورة حتمية بالنسبة للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي للتعرف على الأهمية التنموية للمسؤولية الاجتماعية للإعلام، لتأكد النتائج على أن التزام الإعلام بالمسؤولية الاجتماعية في الوقت الحالي أصبح ضرورة حتمية من أجل تحقيق الربح وتنمية المجتمع. واختتمت الدراسة بمجموعة توصيات نصت على ضرورة جعل شعار الأخلاق هي بوصلته الإعلام الناجح، وترسيخ وتوثيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية علميا وقانونيا.

معلومات المقال

تاريخ الارسال:

24 ماي 2021

تاريخ القبول:

24 اوت 2021

الكلمات المفتاحية:

- ✓ المسؤولية الاجتماعية.
- ✓ البرامج الاجتماعية

Abstract :

This study aims to shed light on social responsibility and its importance as a development condition and imperative for Arab social talk-shows. The study adopted a descriptive approach to identify the importance of social responsibility for the media. The results confirm that in today's world, media engagement in social responsibility has become an imperative for profit and community development. The study concluded with a series of recommendations that stipulate the need to make the slogan "Ethics is the compass of media success", and to consolidate and document the concept of social responsibility in a scientific and legal way..

Article info

Received

24 May 2021

Accepted

24 August 2021

Keywords:

- ✓ Social Responsibility.
- ✓ social Programs.

مقدمة:

في حديثنا عن الإحياء الفعلي لمبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية لا نقتصر بقولنا هذا التلفزيون الغربي فقط باعتبار نظرية المسؤولية الاجتماعية نظرية غربية، بل إننا نراها مطلباً تنموياً وضرورة حتمية لا بد من تفعيلها في التلفزيون العربي كخطوة إيجابية نحو تحقيق التنمية، فتعدد قنواته وبرامجه بمجرد ظهور القنوات المتخصصة زاد من حجم مسؤوليته باعتباره صانعا للرأي العام، خاصة حين نتحدث عن البرامج الحوارية الاجتماعية التي تفرض عليها خصوصية مواضيعها وحساسيتها لما تحاكيه من واقع معاش ولما تخوض فيه من مواضيع نستطيع القول عنها طابوهات اجتماعية ضرورة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، حتى ترقى إلى مستوى البرامج التنموية فتأخذ المجتمع نحو توعية بمختلف المشكلات التي تطرحها فتخلق بذلك رأي عام واعٍ قادر على التغيير والتنمية.

ومن خلال محاولتنا البحثية هذه سنحاول تسليط الضوء على أهمية المسؤولية الاجتماعية وكيفية تفعيل الدور التنموي للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية من خلال الالتزام بها. ومنه تتبلور معالم الاشكالية في التساؤل الرئيسي التالي: هل التزام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية يعد فعلاً ضرورة حتمية ومطلب تنموي؟ والذي تنفرع منه عدة تساؤلات تتمثل في:

- ما واقع البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية؟
 - ما هو الدور الذي تلعبه البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية في صناعة الواقع؟
 - كيف يمكن تفعيل الدور التنموي لهذه البرامج من خلال الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية؟
- وقد كان اهتمامنا بموضوع المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية نابعاً من عدة أسباب يمكن تلخيصها فيما يلي:

أضحت سلطة الصورة في حياتنا اليوم مسلمة من المسلمات الواقعية التي لا جدال فيها، فوسائل الاعلام بمختلف أنواعها غدت تمتلك سلطة وجودية فرضت نفسها وتربعت على عرش الواقع لتتحول من أعيننا على الواقع إلى الواقع في حد ذاته.

فالتلفزيون اليوم فرض نفسه في حياتنا اليومية، فبدل أن ينقل لنا الواقع صار هو الواقع بحد ذاته فما يبثه على أنه الحقيقة هو الحقيقة وما يبثه على أنه جيد هو الجيد، فهو كما أشار 'غني ديور' في نظريته المجتمع المشهدي (the society of spectacle) مرحلة نقل أحداث ووقائع المجتمع إلى خلق مجتمع مشهدي أضحى هو الحقيقة، وفي عصرنا هذا نستطيع الحدو حدو 'جان بودريار' الذي ذهب بسلطة الصورة أبعد من قدرتها على خلق مجتمع مشهدي يدرك فيه الجمهور حقيقة هذا المجتمع وسيطرة الاعلام إلى قدرتها على خلق مجتمع فوق واقعي 'hyper reality' أين اختلطت الحقيقة الواقعية بالخيال وأصبح التمييز بينهما ضرباً من المحال، بفضل خاصية الإيهام التي يتميز بها أو كما يسميه 'بودريار' 'السيمولاكر' 'les simulacres' والتي خلقت لنا واقع مصطنع غابت فيه العلاقة بين الدال والمدلول، لتوصلنا لحالة أسماها 'جان بودريار' Jean Baudrillard بموت الواقع.

وتعود بنا هذه الحالة الواقعية إلى أعقاب الحرب العالمية الثانية، إلى التقرير الذي أصدرته لجنة huchins سنة 1947م تحت عنوان 'صحافة حرة مسؤولة' والذي نص على أن "صناعة الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية يجب أن تستمر في يد القطاع الخاص واطاعة في اعتبارها المصلحة العامة" (عبد الرزاق محمد الدليمي، الاعلام والتنمية، ص167)، أي أنه لا بد من الحفاظ على حرية الصحافة بشرط أن تتحلى بمسؤوليتها اتجاه المجتمع، فواقع الاعلام اليوم يحتاج لإحياء مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية فعلياً لا نظرياً فقط والتي تبلورت نتيجة قرارات هاته اللجنة.

المسؤولية الاجتماعية مفهوم غربي انتقل من مجال الاقتصاد والعلاقات العامة إلى الإعلام في الربع الأخير من القرن التاسع عشر، فاستخدم في أكثر من مجال وتخصص، فهو في الفكر الاقتصادي والاداري يعني: التزام منظمات الأعمال بقيم المجتمع ومعايير الأخلاقية وقواعده الاجتماعية في مختلف نشاطاتها، بحيث تعمل على تحقيق الربح للمؤسسة وتساهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال تحسين جودة حياة العاملين والمساهمة في عدة نشاطات مثل محاربة الفقر وتحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث وتوفير فرص العمل....، بالإضافة إلى أنها قد تعني تقديم المنظمات لأعمال تطوعية.

أما في علم القانون فالمسؤولية الاجتماعية هي واجب والتزام ينظمه القانون، بحيث أن مخالفته تؤدي إلى المساءلة القانونية والعقاب، وهي نوعان: مسؤولية جزائية تعنى بالدفاع عن المجتمع فهي تترتب عندما يتضرر المجتمع ومسؤولية مدنية تعنى بحماية الفرد فهي تقوم عندما يتضرر انسان ما.

والمسؤولية الاجتماعية كمفهوم إيجابي كان لها نصيب وافر في المنظور الاسلامي والذي ينظر إليها على أنها: التزام ذو أساس ديني، فهو مسؤولية الفرد أمام المجتمع النابعة من ضميره القائم على قاعدة من القيم والمبادئ الدينية .

أما في المنظور الاجتماعي فعلى الرغم من عدم التصريح بها اسمياً فقد كانت موجودة في الدراسات الاجتماعية من خلال دراسة العلاقة بين الفرد والمجتمع فهي التزام اجتماعي قد يحدده المجتمع باعتباره نسقاً كلي يتكون من عدة أنساق فرعية فتعني قيام الفرد بالدور المرتقب منه في المجتمع والذي يحدده مركزه الاجتماعي، أي الالتزام الاجتماعي بالواجبات التي يحددها له المجتمع في إطار أخلاقي قيمى مجتمعي، والتي في حالة خروجه عنها يتعرض للعقاب الاجتماعي، أو قد يحدده الفرد من خلال تحديده لمسؤوليته الفردية التي تنبع من منفعة الفردية، والتي سيؤدي الالتزام بها تدريجياً إلى القيام بالمسؤولية الاجتماعية.

وبالنسبة لعلوم الاعلام والاتصال فإن هذا المفهوم أخذ مكانة كبرى في هذا المجال لدرجة تأسيس نظرية كاملة معونة باسمه، وقد جاء هذا المفهوم كرد فعل على مفهوم الحرية الاعلامية،

- الشهرة التي حققتها هذه البرامج لدى الجمهور العربي بفعل محاكاتها للواقع وتعدد أهدافها بين ما هو خيري وما هو اصلاحي وما هو تسليط للضوء على مشكلات اجتماعية....

- التفاعل المستمر مع البرنامج عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي من طرف مختلف الجماهير داخل المجتمع العربي.

- الجدل التي أحدثته بعض البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية وسط الجماهير العربية بفعل المواضيع الحساسة والحادشة للحياء أحياناً والتي تصنف ضمن طابوهات المجتمع.

- الإخلال بأخلاقيات المهنة والقيم المهنية للإعلام التي لاحظناها في بعض البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية نتيجة اعتماد الاثارة والتهويل لتوسيع القاعدة الجماهيرية وتحقيق الربح، مما دفعنا للقول بضرورة الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام.

- أضحت الإعلام اليوم من أهم وسائل تحقيق التنمية والتي تعد المسؤولية الاجتماعية المدخل الايجابي لتحقيقها.

• أهداف الدراسة: تسعى الدراسة الحالية لتحقيق عدة أهداف تمثلت في:

- الوقوف عند الدور الذي تلعبه البرامج التلفزيونية في صناعة الواقع، وتسليط الضوء على واقعها.

- تبيان أهمية المسؤولية الاجتماعية للإعلام في العصر الراهن كمدخل ايجابي للتنمية

- المساهمة في تقديم اقتراحات من شأنها تعزيز ممارسة المسؤولية الاجتماعية في الإعلام.

• أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من أهمية البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية باعتبارها تحاكي الواقع المعاش، ومن أهمية تحلي البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية وما يترتب عنها من نتائج ايجابية.

2. أولاً: المفاهيم الأساسية للدراسة:

1.2 المسؤولية الاجتماعية: Social responsibility

والقوانين التي تحكم نظم وسائل الاعلام، ويتصل البعد الثالث بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الاعلامي لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية والتي يطلق عليها منظومة القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الاعلاميين في أداء وظائفهم" (مجدي محمد عبد الجواد الداغر، معالجة الصحافة العربية لقضايا التسامح والتواصل مع الآخر -دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية في الفترة من 2011-2012، ص130) التعريف الاجرائي للمسؤولية الاجتماعية:

من خلال ما سبق نستطيع القول بأن المسؤولية الاجتماعية للإعلام تعني: الالتزام الاجتماعي المفروض على وسائل الإعلام، حيث تقوم هذه الاخيرة بالوظائف المنوطة منها والالتزام بالقيم المهنية فتوفر معلومات ذات مصداقية تتميز بالدقة والموضوعية، وتحترم خصوصية الفرد وسرية المعلومات، وكذا مراعاة معايير الأداء المهني من معايير أخلاقية.

2.2 البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية Social talk :shows

يعرف البرنامج التلفزيوني بأنه: "الشكل الفني الذي يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابتة ليعرض مساحة من الموارد الفنية والثقافية والعلمية والترفيهية الخ مستعملا في ذلك كل أو بعض الفنون الإذاعية من سرد وتعليق وحوار وندوات ومقابلات" (محسن جلوب الكناني، أحمد مهدي الدحيلي، التلفزيون وتعزيز الوعي الصحي، ص29).

ويعرف البرنامج الحوارية بأنه: "أحد أشكال التعبير التلفزيونية الأساسية المستخدمة لإخبار المجتمع عن حقيقة وجوه الأحداث والظواهر والتطورات التي تم شرايح اجتماعية واسعة ومن خلاله يحصل الجمهور وبشكل مباشر ومن شخصيات متميزة على معلومات آنية ومتنوعة كما يحصل على تحليل أعمق للحدث أو ظاهرة" (عيسى الشماس، لينا يونس، دور البرامج الحوارية الفضائية في تدعيم المشاركة في الانشطة الاجتماعية لدى عينة من طلبة جامعة دمشق، ص228).

ليشير لمعنى الحرية المسؤولة 'Positive freedom' ، فعرفت المسؤولية الاجتماعية للإعلام بأنها:

- التزام بالمعايير المهنية للإعلام وهذا ما اتفق عليه كل من zoryana haladzhim و'سيبرت وبيترسون'، حيث أشار حسب "zoryana haladzhim" فوسائل الاعلام يجب أن تفي بالتزامات معينة اتجاه المجتمع والتي تنص على نشر المواد التي تلي المعايير المهنية العالمية للمعلومات، الدقة، والنشاط والتوازن (o.i romanyk, i.p.kovelenko: social responsibility of mass media and attempt a conceptual justification, p186) وفي نظر 'سيبرت وبيترسون' هي: "الالتزام بتوفير أخبار ومعلومات جديرة بالثقة فضلا عن توفير فرص لأصوات متنوعة للاستماع اليها (vipin sharm, ethic and social responsibility, p4) - كما عرفت بأنها تحمل وظيفة الرقابة، فيشير-owens-ibie إلى أنه: "من المتوقع أن تقوم وسائل الاعلام بإعلام المواطنين بما يجري في الحكومة، مما يجعل الحكام تحت الرقابة أيضا، ويجب على وسائل الاعلام أن تنقل وتشجع مناقشة الأفكار والآراء والحقائق من أجل نهاية الصقل الاجتماعي (owens-ibie, Press Responsibility and Public Opinion in Political Transition, p71) فهي إذا تعني "العمل بمثابة لوحة إعلانات للأمة للحصول على المعلومات وعكس المجتمع وشعوبه كما هم، وبالتالي فضح الأبطال والأشرار (melisande middleton, social responsibility in the media, , p6.)

فالمسؤولية الاجتماعية للإعلام إذا تعني الالتزام بمختلفة المعايير الاجتماعية مع العمل على تأدية وظيفة الرقابة وعكس الحقائق كما هي في المجتمع.

ولعل هذا المفهوم يتضح معناه بصورة أوضح في أبعاده الثلاث والتي تمثل ومستوياته الأساسية: "يتصل البعد الأول بالوظائف التي ينبغي أن تؤديها الصحافة للأفراد وللمجتمع والتي تشمل الوظيفة السياسية والتعليمية والثقافية والاقتصادية بالإضافة إلى اهتمامها بالقضايا العالمية، بينما يتناول البعد الثاني معايير الأداء الاعلامي والتي تشمل المعايير الأخلاقية للأفراد، إضافة إلى معايير الوسائل الاعلامية ومواثيقها الاخلاقية والتشريعات

تغيير اجتماعي لكافة الأوضاع التقليدية من أجل إقامة بناء اجتماعي جديد ينبثق عنه علاقات جديدة وقيم مستحدثة تشبع رغبات وحاجات الأفراد وتطلعاتهم ولا يتم ذلك إلا عن طريق دفعة قوية لإحداث تغييرات كيفية وإحداث التقدم المنشود" (ياسمين مدحت محمد، مدحت أبو نصر، التنمية المستدامة: مفهومها- أبعادها- مؤشرات، ص 94)، فربط بذلك هذا التعريف التنمية الاجتماعية بضرورة اشباع حاجات الأفراد ورغباتهم عن طريق التغيير الاجتماعي للبناء الاجتماعي.

وعرفت كذلك بأنها "الجهود التي تبدل لإحداث سلسلة من التغييرات الوظيفية والهيكلية اللازمة لنمو المجتمع وذلك بزيادة قدرة أفراد على استغلال الطاقة المتاحة الى أقصى حد ممكن لتحقيق أكبر قدر من الحرية والرفاهية لهؤلاء الافراد بأسرع من معدل النمو الطبيعي" (محمد عبد المولى الدقس، التغيير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، ص 205) وهنا ربطت التنمية الاجتماعية بالفرد بالتنمية تعني تمكين أفراد المجتمع من أجل تمكّنهم من استغلال الطاقة والموارد المتاحة بطرق فعالة.

التعريف الاجرائي للتنمية: إذا فالتنمية تنطلق من أفراد المجتمع فهي إحداث تغييرات في الفعل والسلوك والآراء والاتجاهات والمعتقدات بحيث يكون هذا التغيير نحو الأحسن فيحدث تطور وتقدم ونمو مجتمعي.

3. . الدراسات السابقة:

انطلقت دراستنا من جملة من الدراسات السابقة التي ساعدتنا في دراستنا هذه من خلال النتائج المتوصل اليها

3. 1 دراسة ثريا السنوسي: (ظاهر حورية، أخلاقيات الممارسة الاعلامية في القنوات الفضائية الخاصة-مقاربة تحليلية لمبدأي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية، ص-ص 23-24).

وهي عبارة عن دراسة قدمت كورقة بحثية مقدمة في ملتقى أخلاق الإعلام في عالم متغير بتونس سنة 2009.

وتوصلت الباحثة من خلال تحليل مجموعة من البرامج الاجتماعية على قناة حنبعل الفضائية التونسية الخاصة وكذا إجراء مقابلات مع الصحفيين من القطاع العام والخاص، لوجود

وبالنسبة للبرامج الاجتماعية باعتبارها برامج تلفزيونية في غالبيتها حوارية فهي تعد "من البرامج الأكثر انتشارا، إذ يشمل برامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية، البرامج الفتوية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها من البرامج الموجهة للأسرة كالبرامج الصحية، ويقوم البرنامج الاجتماعي في الغالب على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاجه من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدم البرنامج، ومن خلال الاتصالات الهاتفية أو الأرقام الصناعية أو الاتصال من خلال الرسائل التي تصل البرنامج، وأساس نجاح هذه البرامج هو الاهتمام باختيار مضمونه بما يتوافق واحتياجات الجمهور ومشاكله ووجهات نظره." (عبد القادر بغداد باي، اعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية الجزائرية دراسة ميدانية بإذاعة غليزان الجهوية، ص 505).

التعريف الاجرائي للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية: ومنه فالبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية هي: فكرة تتجسد في سبل من المواد المرئية والمسموعة وتستضيف حالات انسانية وتعالج مواضيع اجتماعية متنوعة تنبع من المجتمع، تشغل مساحة زمنية محددة ولها اسم ثابت وتقدم في مواعيد محددة وثابتة، تعتمد على أسلوب الحوار في عرضها، حيث ينظم الحديث الصحفي الذي يوجه الأسئلة بطريقة تمكن الجانب الآخر (مصدر المعلومات) من تطوير الموضوع، وتهم بنقاش مواضيع اجتماعية وعرض أفكار بعض الناس وآراءهم في مسألة اجتماعية يعينها أو اعطاء معلومات معينة للناس في موضوع اجتماعي.

1- 2.3 التنمية Development :

تباينت تعريفات التنمية وتعددت بتعدد مجالاتها وتخصصاتها لكننا نستطيع القول بأنها "رفع للمجتمع ولنظامه الاجتماعي نحو حياة أفضل" (M.Todaro,) (Economic developement, p16)،

عرفت التنمية الاجتماعية بأنها "عمليات تغيير اجتماعي social change تلحق بالبناء الاجتماعي ووظائفه بغرض اشباع الحاجات الاجتماعية للفرد والجماعة، بمعنى أنها عملية

والكشف عن القيم التي تروج لها ومدى مراعاتها لخصوصية الفرد وخصوصية المجتمع.

واعتمدت الباحثة لتحقيق هذا الهدف المنهج الوصفي التحليلي مستعينة باستمارة تحليل المحتوى لعينة قصدية قدرت بـ 15 حلقات تم إختيارها بشكل متساوي من 3 برامج أي 5 حلقات من كل برنامج.

وتوصلت الباحثة إلى أن أفكار البرامج الاجتماعية مستوحاة من برامج أجنبية وأخرى عربية، وموضوع المشكلات الاجتماعية هو الموضوع الذي فرض نفسه في مختلف الحلقات، كما أن البرنامج يراعي خصوصية الأفراد من احترام لأخلاقيات الحوار، واحترام لخصوصيتهم الفردية من ذكر للاسم، وظهور شخصي ونشر صور... الخ، أما بالنسبة لإقامة مبدأ احترام خصوصية المجتمع فهناك مراعاة له من قبل الصحفيين في اختيار الألفاظ المقبولة اجتماعيا وحذف الألفاظ غير اللائقة، وهناك تجاوزات تمثلت في مناقشة المشكلات الزوجية والتشهير بالزوج مما يتعارض مع خصوصية المجتمع الدينية التي تأمر بالتستر على الامور العائلية والشخصية.

وتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في اهتمامها بالبرامج الاجتماعية ومدى مراعاتها للمعايير الأخلاقية والتي تعد من أبعاد المسؤولية الاجتماعية، وقد ساعدتنا في التعرف على مفهوم الممارسة الأخلاقية واقع الالتزام بها في البرامج الاجتماعية، في حين تختلف هذه الدراسة مع دراستنا في أنها ميدانية أما دراستنا نظرية.

4.3 دراسة 'لجمر نبيل'، 'محمود عياد': (نبيل لجمر، محمود عياد، الأبعاد المعرفية لعلاقة الإذاعات المحلية بأهداف التنمية المستدامة - دراسة في المفهوم، ص-ص 58-71).

هدفت هذه الدراسة والمعونة بالأبعاد المعرفية لعلاقة الإذاعات المحلية بأهداف التنمية المستدامة - دراسة في المفهوم والأهداف-، إلى معالجة العلاقة الحيوية ما بين الإذاعة المحلية والتنمية المستدامة وإبراز أهمية هذه الثنائية، مقدما بذلك كلا الباحثين وجهة نظر نظرية أشارت إلى الترابط الإيجابي ما بين التنمية ووسائل الاعلام المختلفة عامة والإذاعة خاصة، فوسائل

تجاوزات أخلاقية في معالجة القضايا المطروحة من خلال الضغط على الحالات المستضافة وزيادة الأهم واستخدام لهجة تأنيبية.

2.3 دراسة وائل حذيفة: (وائل حذيفة، المستوى العام للبرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في الفضائيات السورية - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة دمشق-، ص-ص 174-187).

انطلق الباحث في دراسته هذه من سؤال رئيسي مفاده 'ما المستوى العام للبرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في الفضائيات السورية؟'، وتم تطبيق البحث في الفصل الدراسي الثاني 2014-2015 بجامعة دمشق (كلية طب الأسنان، الهندسة المعلوماتية، التربية، الإعلام) على عينة من 389 طالب وطالبة متبعا بذلك المنهج الوصفي التحليلي مستخدما الاستبيان في جمع المعلومات لتتوصل الدراسة إلى أنه من وجهة نظر المبحوثين كل من البرامج الحوارية السياسية والاجتماعية لا ترقى على المستوى الجيد المنوط منها، ومقدموها يفتقرون لمهارات تقديم البرامج الحوارية.

وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في اهتمامها بالبرامج الحوارية الاجتماعية ومهارات القائم بالاتصال، فالمسؤولية الاجتماعية في بعدها الثاني المتعلق بالمعايير الأخلاقية فإن القائم بالاتصال لا بد أن يتمتع بمهارات الحوار وقيم أخلاقيات الحوار في حين تختلف مع دراستنا من حيث أنها تهتم بالبرامج السياسية على جانب البرامج الاجتماعية كما أنها دراسة ميدانية أما دراستنا البحثية فهي نظرية.

3.3 دراسة طاهر حورية: (طاهر حورية، أخلاقيات الممارسة الاعلامية في القنوات الفضائية الخاصة-مقاربة تحليلية لمبدأي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية)

أجريت هذه الدراسة لنيل شهادة الدكتوراه في الإعلام والاتصال تحت عنوان 'أخلاقيات الممارسة الاعلامية في القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر -مقاربة تحليلية لمبدأي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية' بهدف معرفة أهم القضايا الاجتماعية المعالجة في البرامج الاجتماعية وآليات معالجتها

الاجتماعية؟، هادفة بذلك لتسليط الضوء على أهمية الاعلام الاجتماعي ودوره في معالجة المشكلات الاجتماعية وتقديم الحلول لمختلف الآفات الاجتماعية.

فاعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي مستخدمة الملاحظة كأداة أساسية للبحث لتقدم قراءة لبعض البرامج الاجتماعية في الاعلام الجزائري، توصلت من خلالها إلى أن الاعلام الاجتماعي يمكن أن يساهم في تطور المجتمع واستقراره لكن لا بد من احترام الخصوصية الاجتماعية والثقافية للمجتمع الجزائري أثناء عرض هذه البرامج حتى لا تخرج عن عاداته وتقاليد وموروثه الثقافي.

وتتفق هذه الدراسة مع دراستنا في كونها دراسة نظرية اهتمت بالبرامج الاجتماعية ومحاولة تقديم قراءة عن واقعها مبرزتا أهمية احترام خصوصية المجتمع

البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية من الغرب الى العرب: كما يعد الغرب السباق للإنتاج التلفزيوني فهو يعد السباق لإنتاج البرامج التلفزيونية الحوارية، والتي قد لاقت اهتماما واسعا من طرف المنتجين التلفزيونيين فظهرت في عدة أنواع سياسية، اقتصادية، اجتماعية... وغيرها.

وكان لظهور البرامج الحوارية الاجتماعية صدىً آخر في المجتمع الغربي لما كان لها من جراءة في الطرح ومساس لحرمات المجتمع، "فلطالما تجنب القائمون على التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية الموضوعات التي تثير الجدل مثل الإجهاض والطلاق وتعاطي المخدرات والهجاء السياسي والجنس، لكنهم عادوا إليها في أواخر الستينات فبُنت في السبعينيات وأوائل الثمانينيات المسألة الأمريكية 'ماش' التي انتقدت الحروب، كما تناول البرنامج الفائق النجاح 'الجيران' الذي أنتج في أستراليا مشكلات المخدرات والإيدز، كما عالج برنامج 'سكان الطرف الشرقي' مشكلات سكان وسط المدينة بما يحتويه من الجريمة والعلاقات الأسرية الرديئة والعنصرية" (فؤاد أحمد الساري، وسائل الإعلام 'النشأة والتطور'، ص344).

وكان من أشهر البرامج الحوارية الاجتماعية في أواخر الستينات والذي استمر 26 عام البرنامج الحوارية الاجتماعي

الإعلام تساهم في تشكيل الوعي التنموي لدى الجمهور ووسائل الإعلام بحاجة لبيئة تنموية مناسبة للقيام بدورها.

وقد أفادتنا هذه الدراسة التي تتفق مع دراستنا من حيث انها دراسة نظرية ومن حيث اهتمامها بالعلاقة ما بين الإعلام والتنمية، وجعلتنا نستقرأ من خلال سطور تأصيلها النظري أن المسؤولية الاجتماعية هي السبيل الأفضل لتحقيق التنمية المستدامة، حيث يشير البحثان في أحد عناوين الدراسة الموسوم بـ 'الإذاعة المحلية والتنمية المستدامة' إلى أن الإعلام لا بد أن يقدم معلومات دقيقة وصادقة أي أن يتحلى بالقيم المهنية المتمثلة في المصداقية والدقة، كما يشيران لضرورة قيام الإعلام بدوره المتمثل في 'الهندسة الاجتماعية' وهو الذي يجسد فعالية الاعلام في تحقيق التنمية، ذلك أن الأفراد هم هدف التنمية ووسيلتها لدى وجب توعيتهم وتثقيفهم، والإعلام هو خير وسيلة لذلك لما يتميز به من خصائص.

وعليه فحسب هذه الدراسة البحثية فالإعلام يساهم في تحقيق التنمية المستدامة من خلال الالتزام بالقيم المهنية وأداء دوره في الهندسة الاجتماعية (هي من أبعاد المسؤولية الاجتماعية)

وتجدر بنا الإشارة إلى ان هذه الدراسة تختلف عن دراستنا في كونها اهتمت بالإعلام المسموع في حين انصب اهتمام دراستنا بالإعلام المرئي، كما أن هذه الدراسة اقتصر اهتمامها في تبيان العلاقة الثنائية بين الإعلام والتنمية، في حين تعمق دراستنا لتبين هذه العلاقة وكيفية تحقيق الإعلام لدوره التنموي من خلال المسؤولية الاجتماعية.

5.3 دراسة شعبان كريمة: (كريمة شعبان، دور الاعلام الاجتماعي المرئي في معالجة المشكلات الاجتماعية - قراءة في برنامجي 'خط احمر' و 'ناس وحكايات' لقناتي 'الشروق' والجزائرية، ص-ص 29-48).

أجرت الباحثة دراسة تحت عنوان 'دور الإعلام الاجتماعي في معالجة المشكلات الاجتماعية - قراءة في برنامجي 'خط احمر' و'ناس وحكايات' لقناتي 'الشروق' والجزائرية'، وهي دراسة نظرية سُطرت للإجابة على تساؤل رئيسي تمثل في: ما دور الإعلام الاجتماعي التلفزيوني في معالجة المشكلات

بذلك بالجهر بالمعاصي وتعيده على عادات وأعراف وتعاليم الدين الاسلامي، وقد أعيد بث البرنامج على القناة الفضائية اللبنانية مجدداً في نهاية عام 2012م وبمواضيع جريئة كعادته مع مقدمه مالك مكتبي، ليجعل هذا البرنامج من الحالات الشاذة في المجتمع والمشاكل والطبوهات الاجتماعية فكرته الأساسية، هاته الفكرة التي قد سبقته القنوات الغربية في عرضها في برامج مختلفة من بينها البرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي 'tout est possible' الذي عرض على قناة 'TF1' منذ 17 سبتمبر 1993 إلى غاية 19 جوان 1997، وقدمه منشط الحصة 'Jean_Marc morandini' .

لم تقتصر هذه البرامج على لبنان الذي يعد من بين المجتمعات العربية المتحررة والذي يملك قبول جماهيري نسي لهذا النمط من البرامج بما تعرضه من مضامين منها ما يخدش حياء المجتمع، فقد تبنت مختلف الدول العربية (مصر، المغرب، تونس، الجزائر، الاردن، ابو ظبي....) هذا النمط من البرامج، فتعرض مثلا القناة الجزائرية 'الشروق تي في' برنامج مشابه للبرنامج اللبناني 'أحمر.. بالخط العريض' (هذا الأخير الذي استوحى فكرة موضوعه من برامج أجنبية كما سبق وأشرنا إلى ذلك) برنامج اجتماعي تحت عنوان 'خط أحمر' منذ سنة 2013 إلى غاية 2020م، حيث تناقش مقدمته 'فضيلة مختاري' مواضيع اجتماعية مختلفة مع ضيوف البرنامج وهم المعنيين بموضوع الحلقة وبحضور دائم للإمام والأخصائي النفسي مع عرض تتخلله ربورتاجات وتحقيقات واتصالات. كما عرضت كل من قناة 'أبو ظبي'، قناة 'نسمة'، كلا من البرنامجين على الترتيب برنامج 'المسامح كريم' (قناة أبو ظبي) من طرف مقدمه 'جورج قرداحي' منذ سنة 2015م وبرنامج 'جاك الرسول' (قناة نسمة) ومقدمه 'طيب قاسي عبد الله' منذ سنة 2011م وهما برنامجين استوحيت فكرتهما من البرنامج الإيطالي الشهير 'c' é posta per te' (هناك بريد لك) والذي قدم من طرف 'Maria Defilipi'، حيث يعالج كلا البرنامجين موضوع الخصومات والخلافات بين شخصين، بحيث يتم استدعاء ضيف البرنامج عبر ساعي البريد دون إعلامه عن سبب الحياء

'phile donahue show' سنة 1967م، والذي كانت انطلاقة عبارة عن مقابلات مع المشاهير، لينتقل بعد ذلك إلى مناقشة المواضيع الاجتماعية التي كانت تعتبر في السابق من المحرمات الاجتماعية مثل: زواج المثليين (gay marriage)، المخدرات وممارسة الجنس (Drug and sex) وغيرها من المواضيع المثيرة للجدل.

"ولعل استغلال نظام الحرية من قبل مؤسسات الإنتاج الإعلامية بسبب مغريات السوق والمصالح المادية في المجتمع الغربي دفع بالمؤسسات الاتصالية إلى المبالغة في تفسير مفهومها للحرية، وأصبحت السوق الإعلامية مكتنزة بمواد إعلامية تتنافى والمعايير الأخلاقية الاجتماعية خاصة مواد العنف والجنس والإثارة التي حرضت الكثير من المشرعين والنقاد الاجتماعيين على محاولة إصدار تشريعات وضوابط لكبح جماع أنظمة الاتصال الجماهيري في مجتمعات الغرب." (عبد الله الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري- سوسيولوجيا الاعلام في مجتمعات الجماهير، ص78).

ورغم تنافي المحتوى الإعلامي لهذه البرامج مع خصوصية المجتمع العربي المحافظ مقارنة بالمجتمع الغربي وقيمه وعاداته وتقاليده، إلا أن المنافسة الاعلامية والسعي وراء الربح والتقليد الأعمى والتبعية الإعلامية دفعت بالعديد من الدول العربية لإنتاج برامج تلفزيونية حوارية اجتماعية كانت في مجملها عبارة عن نسخ وتقليد لبرامج اجتماعية غربية قالباً ومضموناً سواءً في موضوع البرنامج أو اسمه أو طريقة معالجته للموضوع أو حتى ديكوره.

تعد القناة اللبنانية 'LBC' من القنوات العربية التي تحتل الصدارة في إنتاج هذا النمط، فلا يزال برنامجها المعروف 'أحمر بالخط العريض' يعد من بين أجزاء البرامج الحوارية الاجتماعية، فلشدة جرأته بعد انطلاقه في 19 مارس 2008م تم توقيفه عن العرض على القناة الفضائية اللبنانية ليتم عرضه على القناة الأرضية اللبنانية فقط، بسبب عرضه لقصة السعودي 'مازن عبد الجواد' الذي اعترف علناً بممارسة المعصية، والسعي إلى تكوين علاقات محرمة مع الفتيات من خلال اصطيادهن من الأسواق والمجمعات التجارية عبر تقنيات الهاتف النقال، فاتهم

رأسها البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية فمنطق الأمر أن ننتقل من مجتمعنا إلى مجتمعنا، أي أن تكون الفكرة الإعلامية هي فكرة وليدة المجتمع، لكن واقع الأمر غير ذلك فالفكرة فكرة غربية نابعة من مجتمع له خصائصه البعيدة كل البعد عن خصائص مجتمعنا، فإن كانت هذه البرامج قد ظهرت في المجتمعات الغربية فلا بد أن الظروف الاجتماعية قد ولدت فكرتها، فالقبول الاجتماعي وطبيعة المجتمع الغربي المتحرر ومعتقداته وطريقة تفكير أفرادها والحاجة إلى هذا النمط من البرامج هي من أدت إلى إنتاجها، هذا عكس المجتمعات العربية المحافظة مقارنة بالمجتمعات الغربية والتي تعد نسبة القبول الاجتماعي فيها لمناقشة هذه المواضيع تلفزيونيا ضعيفة، كما أن الحقيقة التي لا يجب إغفالها هي أن التنمية لا تولد إلا من رحم مجتمعها، "فهناك قيم أخلاقية واجتماعية وثقافية لا تستورد، وعلى المجتمع الذي يحتاجها أن يلدتها" (مالك بن نبي، بين الرشد والتهيه، ص 195).

فالحضارة لا تنتج عن تكديس منتجات الحضارة الغربية، وهذا هو أهم معوق تواجهه التنمية في مجتمعاتنا العربية في مختلف المجالات بما في ذلك المجال الإعلامي، وقد أشار إلى ذلك مالك بن نبي في كتابه مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي حيث أكد على أن أهم معوق تواجهه مجتمعاتنا هو أنها "صارت عاجزة عن توليد ديناميكية اجتماعية تضع في الحسبان خصوصيات بيئتنا" (مالك بن نبي، مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، ص 115).

فعن أي تنمية نتحدث عنها بفعل هذه البرامج إن كانت فكرته فكرة غربية تولدت في إطار اجتماعي مغاير عن إطارنا الاجتماعي.

مشكلة أصالة الفكرة والعقم الإنتاجي الأصيل الذي تعاني منه البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية لم يكن المأزق الوحيد الذي تتخبط فيه، "فالتسلط الإعلامي والثقافي الذي فرضه عالم الشمال بحكم امتلاكه لكل المقومات التكنولوجية والمادية والخبرة المتراكمة قد جعل دول عالم الجنوب في موقف لا تحسد عليه، فهم في خانة الدول المستهلكة والمقلدة والهاضمة لكل ما

إلى الأستوديو لتكون له حرية الإستجابة لمطالب المرسل أو الامتناع عنها، وكذا تقدم كل من قناة 'الشروق تي في' برنامج 'أحكي حكايتك' منذ سنة 2015 مع مقدمه 'يوسف نكاع' و قناة '2M' برنامج 'مع الناس' تقدمه 'عزيزة لعويبي' منذ سنة 2016، وهما برنامجان يشبهان البرنامج الفرنسي 'Ça commence aujourd'hui' حيث يسلطان الضوء على مجموعة من الطابوهات الاجتماعية والمشكلات الاجتماعية والحياة الشخصية فيتم استقبال ضيوف ليحكوا حكايتهم.

وبالإضافة إلى هذه البرامج التي جعلت من المشكلات الاجتماعية والشخصية موضوعا لها هناك كذلك برامج تضامنية التي تعنى بالبحث عن المفقودين أو بتقديم المساعدات الخيرية، مثل برنامج 'وكل شيء ممكن' والذي عرض على قناة التلفزيون الوطني منذ سنة 1990م من تقديم المرحوم 'رياض بوفجي' لتتوقف الحصة بعد وفاته سنة 2007م، وقد أعيد بث بضعة حلقات للبرنامج من طرف 'ليلي بوزيدي' ثم توقفت نهائيا سنة 2016م، كما وتعرض قناة 'الشروق تي في' برنامج 'وافعلوا الخير' والذي انطلق في 1 مارس 2012م ولا يزال يعرض إلى اليوم من طرف مقدمه 'المهندس محمد مشفق' وبحضور الضيف الدائم 'الشيخ 'فرازي بغداددي'، فيستقبل البرنامج المتبرعون بالمساعدات الخيرية مهما كان نوعها وكذا من يطلبون المساعدة مع تقديم روبرتاجات لحالات اجتماعية مختلفة (مرضى، فقر، محتاجين، معوقين.....).

4. قراءة في الواقع المأزقي للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية:

البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية كمثلاتها من البرامج التلفزيونية لم تكن سوى خطوة نحو زيادة أنواع البرامج التلفزيونية وعددها فحققت نموا لا تنمية، فتميزت بعدة نقاط سلبية تحول بينها وبين تحقيق التنمية بأتم معنى الكلمة، وقد تشعبت أبعادها لتشمل أصالة فكرتها والأبعاد الإنتاجية والإبداعية وأساليب المعالجة الإعلامية.

أما عن مأزق أصالة فكرتها، فإن كنا نبحت فعلا عن إعلام تنموي من خلال إنتاج أنماط مختلفة للبرامج التلفزيونية على

تفرزه مؤسسات العالم الاستعماري الغربي" (محمد أحمد فياض، بحوث وقضايا معاصرة في الاعلام، ص239).

هذا الاستهلاك الذي تخطى تقليد الفكرة إلى استنساخ البرنامج في قالبه الجاهز من حيث الفكرة وتفاصيل العرض والتفاصيل الشكلية، لتكون بذلك إضافة لكونها برامج تخلو من أصالة الفكرة برامج عقيمة الانتاجي، فوقت بذلك في مآزق استنساخ وتقليد وكذا أزمة تكرار فأضحت "تستهلك موضوعاتها ومشاكلها لشدة التكرار، وراح التعامل معها يتم على طريقة السبق الصحفي أو الكلام وتسجيل الموقف" (نھوند القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على تحوم التفكير، ص238)، هذا التكرار من جهة يجعل البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية عقيمة الانتاج ومن جهة أخرى يعود بالسلب على المجتمع فتكرار عرض ظاهرة ما يحولها من ظاهرة شاذة ومرفوضة اجتماعيا إلى ظاهرة عادية ومقبولة اجتماعيا، فيتحول بذلك الخطأ إلى أمر عادي لا يحتاج إلى الاستغراب، ومما يدل على أن هذه البرامج في طريقها إلى جعل الطابوهات ظواهر عادية، هو زيادة نسبة الأشخاص المشاركين في هذه البرامج وكشفهم عن هويتهم الحقيقية بكل جرأة، وكأنهم لا يخجلون مما قاموا به، ولعل من أبرز الأمثلة على ذلك قصة الرجل السعودي 'مازن عبد الجواد' الذي اعترف علناً في برنامج 'احمر بالخط العريض' على القناة اللبنانية الفضائية بممارسة المعصية والسعي إلى تكوين علاقات محرمة مع الفتيات من خلال اصطيادهن من الأسواق والمجمعات التجارية عبر تقنية الهاتف النقال، ضاربا بذلك عرض الحائط انتماءه إلى المجتمع الاسلامي وبخاصة السعودي المتمسك بتعاليم الدين الاسلامي الراضة للجهر بالمعصية واعتبارها ذنبا في حد ذاته، فيسرد قصته بكل جرأة وكأنه وجد في هذا البرنامج المجتمع الذي يتقبل ما فعل على أنه خطأ فحسب.

وتجدر بنا الإشارة إلى أن قولنا بأن التكرار الإعلامي لتناول موضوعات اجتماعية حساسة بالنسبة للمجتمع العربي قد يعود بالسلب على المجتمع لا يعني أننا ننظر للتكرار كممارسة إعلامية خاطئة، فهناك حقيقة مفادها أن الإعلام يؤدي دوره

في المجتمع بشكل تدريجي، فلا يمكن أن يحقق وعيا اجتماعيا مباشرة بعد الحديث عن موضوع ما في برنامج أو برنامجين أو ثلاث، بل إن الأمر يتطلب الكثير من الوقت ويتطلب التكرار، فالمشاهد يتأثر بالرسالة الإعلامية من خلال عملية تتكون من أربع مراحل: 'التعرف ثم التفسير فالحفظ ثم الاسترجاع' هذه العملية التي تسمى عملية اكتساب المعلومات مرتبطة بسلوك إنساني آخر يسمى الانتباه الاختياري، أي أن الفرد هو الذي يختار طواعية التعرض لمعلومة ما دون غيرها. هذا السلوك (الانتباه الاختياري) يؤثر فيه عوامل كثيرة منها التكرار، أي أن تعرض الانسان المستمر أو لعدة مرات للرسالة الاعلامية (معلومات) تجعله يختار الانتباه إليها، وبالتالي معالجتها واكتسابها كمعلومة ضمن المراحل السابقة، ومن ثم التأثير بها (محمد عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، ص55).

لكن ما نقصده بأن التكرار الاعلامي هو ممارسة اعلامية سلبية في المجتمع هو التكرار الاعلامي غير واعى الهادف لتوسيع القاعدة الجماهيرية للبرنامج بغض النظر عن أسلوب معالجة الموضوع.

فالطرح الخاطئ للموضوع والتقليد الأعمى غير مراعي لتباين التفكير بين المجتمع العربي والمجتمع الغربي وتكرار معالجتها بنفس الأسلوب في مختلف هذه البرامج هو ممارسة خاطئة لا غبار عليها، فالخصوصية المجتمعية المتباينة بين كلا المجتمعين ستؤدي لنتيجة متباينة لأثر هذه البرامج على كلا المجتمعين، فكما أشار منظرو التفاعلية الرمزية فأفراد المجتمع يتعاملون مع مختلف الظواهر بناءً على ما يحملونه من معنى عنها، والذي يكون متباينا من فرد لآخر، فما بالك من مجتمع لآخر، حيث يشير 'بلومر' إلى أن "المعاني ناشئة أو مشتقة عن التفاعل الاجتماعي الذي يمارسه الفرد مع زملائه أو أفراد أسرته، ويمكن أن يفهم الموقف الواحد بشكل أو بمعنى مختلف من فرد إلى آخر حسب التنشئة الاجتماعية التي نشأ بها" (جهاد على السعيدة، أسباب العنف المدرسي ووسائل الحد منه من وجهة أولياء أمور طلبة المرحلة الاساسية العليا في الاردن، ص59).

فإن كنا نتفق مع فكرة استخدام التصوير الإعلامي لحالات المساعدة المقدمة لهؤلاء المحتاجين من أجل جلب مساعدات أكثر، فما لا نتفق معه ونرى أنه لا داعي له ولا فائدة منه سوى أنه يحقق جماهيرية للبرنامج الاجتماعي، هو ذلك الضغط واثارة مشاعر أفراد الأسرة المحتاجة وطرح أسئلة تضعهم موقف الضعيف، فترى الأب يبكي وهو يقص قصة فقره ومعاناته وبجانبه كل من أولاده وزوجته لتهتز صورة الأب العظيم صاحب العرش في أعين عائلته ليتحول من رب العائلة المسؤول إلى شخص ينظر إليه المجتمع نظرة المحتاج ويشفق عليه حتى أصغر أولاده، وإن كان لا بد من اجراء تحقيق صحفي ومقابلة مع العائلة لمصداقية أكبر للبرنامج، فلما المقابلة المفصلة مع جميع أفراد العائلة من صغيرها لكبيرها؟ ألا يكفي إجراء المقابلة مع شخص واحد دون محاولات لإثارة الدموع ودفع المتكلم لحالة من البكاء والادلال؟!، فأسلوب المعالجة الإعلامية لهذه البرامج لمثل هذه المواضيع الإنسانية يجعل منها مجرد برامج استعراضية تحقق أرباحها باستغلال دموع الناس.

ضف إلى كل ما سبق ذكره، فهذه البرامج قد تكون تمكنت من تسليط الضوء على بعض المشكلات الاجتماعية المكبوتة في المجتمع، واخراجها من عتمتها إلى نور الواقع، إلا أن تسليط الضوء عليها لا يكفي لحل المشكلة، بل قد يزيد من تفاقمها وانتشارها، "فعدم مرافقة برامج بمثل هذه الأهمية باختبارات قبلية وبعديّة على المشاهدين، يحولها فقط إلى عملية ايقاظ للمشاكل ودفعها للعلن بشكل استعراضي، من دون توفر الإمكانية عند المعنيين من أهل السلطة بمعالجتها" (نھوند القادري عيسى، مرجع سابق، ص 239)، وتضرب في ذلك الدكتورة نھوند القادري عيسى في كتابها قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على تخوم التفكير- مثالا تدعو فيه هذه البرامج إلى دعم برامجها بما لا يمكن التشكيك فيه، فتقول "مثلا بدلا من الاتصالات المباشرة التي تستغلها المحطة لإضفاء المسرحية على البرنامج أو التي يستغل فيها المتصلون أنفسهم إمكانية تغيير أسماءهم ليشحطوا في خيالهم ويختلقوا مشاكل وأفكار ينفسون فيها عن مكبوتاتهم بطريقة مثيرة وأحيانا مؤدية، لماذا لا نترك

وهنا نستشف مأزق آخر تعاني منه البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية، والذي يتمثل في معضلة أسلوب المعالجة الإعلامية، هذا الأخير الذي يعد العامل الأساسي الذي يدفع بهذه البرامج لترقى لمصنف البرامج التنموية، أو يأخذ بها للحظيظ لتغذو مجرد برامج تلفزيونية ربحية.

وواقع الأمر أن البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية تواجه مشكلة حقيقية في أسلوب المعالجة الاعلامية لمواضيعها، فتنقلها بطريقة إعلامية تھويلية باحثة عن ضالتها الربحية من خلال الجرأة والإثارة، غير آخذة بعين الإعتبار حساسية الموضوع، فتلقي به أمام المشاهد كقنبلة متفجرة، متغافلة عن الدور التأثيري الذي تمتلكه كوسيلة اعلامية، فوسائل الاعلام تملك قدرة بناء الصورة الذهنية التي نبي على أساسها حقائق مجتمعا كما أشار إلى ذلك 'ليبمان' في كتابه 'الرأي العام'، فيذهب للقول بأنه "أخبار بيئتنا تصل إلينا الآن بسرعة، ولكن مهما اعتقدنا أنها صورة حقيقية، فإننا نتعامل معها كما لو كانت البيئة نفسها" (walter lipman : public opinion,)، فالإعلام تخطى فكرة نقل الحقيقة إلى صنعها، حيث أصبح الواقع اليوم موجود في إعلامنا، فأصبح العين التي نلظر بها إلى الواقع، فهذه البرامج إذا تعد أعيننا على الحقيقة الاجتماعية، وهذا ما يتطلب منها أسلوبا إعلاميا مسؤولا مراعيًا لخصوصية المجتمع.

وقد أشارت دراسة أخلاقيات المشهد السمعي البصري في تونس للدكتوراه 'ثريا السنوسي' (وقد سبق وأشرنا إليها في الدراسات السابقة) إلى وجود تجاوزات أخلاقية في معالجة القضايا المطروحة من خلال الضغط على الحالات المستضافة وزيادة الأهم واستخدام لهجة تأنيبية، فاستخدام الإستمالات العاطفية أصبح موضة البرامج الاجتماعية من أجل اثارة أكبر وتحقيق قاعدة جماهيرية أوسع، هذه الإستمالات التي يتساءل الواحد منا عن مدى أهمية استخدامها في البرامج الاجتماعية الإنسانية الخيرية، والتي يعزف مقدموها ومنتجوها على الوتر العاطفي بشكل مبالغ فيه ليأخذوا بالعمل الخيري الذي قاموا به إلى مجرى الاستعراض وادلال الحالات المستضافة في البرنامج،

وكذا 'جون بودريار' في فكرته حول مجتمع ما فوق الواقع 'hyper reality' طرح الفيلسوف الفرنسي وعالم اجتماع المعاصر 'غي ديور' أطروحته حول 'المجتمع المشهدي' (the society of spectacle) والتي تختصر في أن "الواقع اليوم لم يعد هو الذي يشكل علاقة الأفراد بما حولهم بل قام المشهد بمنازعة هذه المكانة، حتى صار المشهد هو الواقع" (محمد علي فرح، صناعة الواقع، الاعلام وضبط المجتمع - أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، ص 185).

ففي نظره الإعلام يملك سلطة وجودية، يفرض وجوده في حياتنا اليومية فيحدد نمط عيشنا وفق رموزه وشيفراته المشهدية، "فيكيف الناس ويدفعها لتندرج في النماذج القيمية والسلوكية التي يخلقها وي طرحها في التداول، ومن ذلك أن الناس تلبس وتتحدث وتمارس على غرار أبطال الشاشة في هذا الفيلم أو ذلك، هذا العرض أو ذلك" (جان بودريار، المصطنع والاصطناع، ص 26).

يذهب 'ديور' إلى القول بأن "المشهد يقدم نفسه كحقيقة يتعذر الوصول إليها ولا يمكن مناقشتها، رسالته الوحيدة: ما يظهر جيدا، وما هو جيد يظهر" (guy debord, the society of spectacle, p4) "مجتمع فوق الواقع" عند 'جان بودريار' السوسيولوجي الفيلسوف الذي يعتبر من أبرز مفكري تيار ما بعد الحداثة (post modernise) فيذهب في أطروحته إلى القول بأن الحضارة الغربية قد أعلنت من شأن الصورة في النصف الثاني من القرن 20 حتى صارت وسيطا هاما من وسائل المعرفة، فأضحى التلفزيون مثلا وسيلة ما فوق واقعية نستمد وعينا بالواقع منها، فتوارى الواقع خلف عالم من الصور فغدى ما لا يعرض على التلفزيون أقل واقعية، فهذه الوسيلة أصبحت تمتلك سلطة ترتيب الأولويات فتجعل من التافه هام ومن الهام تافه، من الخيال حقيقة ومن الحقيقة خيال، فالكتب

الجمعيات والجهات المعنية في الإعداد وتوفير المعطيات لهذه البرامج بدلا من ان تستضاف للخوض ارتجاليا في قضايا معقدة" (نھوند القادري عيسى، المرجع سابق، ص 239) فهذه البرامج اختزلت دورها في مجرد حكاية تروى، أبطالها ضيوف قد التجأوا لها هروبا من محاكمة اجتماعية، باحثين فيها عن ملجأ يبرر أفعالهم ويظهرهم مظهر الضحية، تحولت بذلك إلى مجرد فرصة لتفريغ المكبوتات، ومكان يبحث فيه المنبوذون اجتماعيا عن عطف ومحاوله اندماج في المجتمع، يعرض فيها المشاركون مشاكلهم ومكبوتاتهم، راسمين على طريقتهم الوجه الآخر للمشاهد.

لكن رغم النظرة السلبية التي اختزلناها في الاسطر السابقة عن البرامج الحوارية الاجتماعية ومختلف المآزق التي تعاني منها فهذا لا ينفي أهمية هذه البرامج وأن هناك برامج قد نجيد فيها بصيص أمل للمساهمة في التنمية لحرص مقدميها على احترام المعايير الاخلاقية للإعلام ومختلف ما تنص عليه موثائق الأخلاق الإعلامية.

5. البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية واشكالية صنع الواقع الاجتماعي

إن القدرة التأثيرية للصورة وقوة الإعلام في بلورة وتشكيل وتوجيه الرأي العام وكذا تنوع برامجها وتعددتها وتخصصها، جعل منها عاملا أساسيا في صنع الواقع لا نقله فقط من خلال الصورة الذهنية التي يشكلها في أذهان الجمهور المشاهد في مختلف المواضيع والقضايا، والبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية نظرا لما تملكه من قدرة تقنية واقناعية بفعل اعتمادها أسلوب الحوار، وخصوصية اجتماعية وقوة تأثيرية لملامستها عقول وقلوب المشاهدين نتيجة لتناولها مواضيع من الواقع المعاش فهي برامج من المجتمع إلى المجتمع، أضحت برامج تصنع الواقع من خلال نقلها لصورة له قد تكون مجرد صورة تمثل جزءا منه، لتتحول بفعل التكرار وبشكل تدريجي وبطريقة لا واعية لحقيقة واقعية.

وقد أشار إلى هذه الفكرة كل من 'غي ديور' حين تحدث

عن المجتمع المشهدي 'the society of spectacle'

هنا يختفي كل مفهوم الأصل لحدث أصلي، لحقيقة أولى، بحيث لا يبقى مجال لغير المصطنعات" (جان بودريار، مرجع سابق، ص26). فسلطة الميديا تجاوزت إذا النسخة إلى خلق المصطنعات، كما أنها تجاوزت فكرة الإخفاء والتظاهر، إلى مشكلة اصطناع واقع آخر، "فالإخفاء هو التظاهر بعدم امتلاك ما نملك، بينما الاصطناع هو التظاهر بامتلاك ما لا نملك، الأولية مرجعيته الحضور، في حين أن الغياب مرجعيته الثاني، والاصطناع غير التظاهر، فمن يتظاهر بالمرض يمكنه ببساطة أن يستلقي على سريره ليوهم بأنه مريض، أما من يصطنع المرض فإنه يعين في حالة بعض الأعراض" (جان بودريار، المرجع السابق، ص- ص47-48)، وبهذا فالميديا حسب 'بودريار' تجاوزت خطر إخفاء الحقيقة والتظاهر بغير ذلك لتشكيل مأزقا أكبر ألا وهو الاصطناع، ذلك أن الإخفاء والتظاهر لا يصيب بشيء مبدأ الواقع، بينما الاصطناع يشوه الواقع ويغيره تدريجيا ليخلق واقعا آخر تمتد أفقه إلى ما فوق-الواقع أين يمتزج الواقع بالخيال والحقيقة بالزيف.

كل هذا الاصطناع استطاع الإعلام تحقيقه عبر مسألة 'الايهام' أو كما يسميه 'بودريار' 'السيمولاكر' 'les simulacres'، وهو لعبة قوامها التمويه والتدبير والاحتيال، يقف وراء صناعة نماذج مقبولة "stéréotype" تعبر عن الواقع بوسيلة ايهامية وتضليلية" (خيرة مكاوي، الواقع في مرآة الصورة- نحو قراءة سيميائية جديدة للصور المرئية-، ص58)، فالسيمولاكر "simulacres" إذا ميزة الاعلام التي تجاوزت مسألة النسخ والاخفاء والتظاهر إلى مسألة الاصطناع، ليتجاوز بذلك "بودريار" حقيقة المجتمع المشهدي لدى 'ديبور' 'debord' (قد سبق وتحدثنا عنها) إلى مجتمع ما فوق الواقع، "ففي المجتمع المشهدي هناك وعي لوجوده، وبالتالي وجود مسافة بين هذا المجتمع والواقع، في حين ما يميز فوق الواقع وهو المخيف استحالة النظرة النقدية، وبالتالي استحالة وجود المسافة، إن فوق الواقع هو المجتمع المشهدي الذي لا يعي ذاته كمجتمع مشهدي، هو عالم لا معنى فيه لعبارة 'المشهد' وعبارة 'الواقع' عالم نعيش فيه تبعا لشيفرات مشهدية اندرجت في

مثلا لا تستحق أن تُقرأ حتى تظهر على التلفزيون والمخترع والمفكر ليس مهما حتى يظهر على التلفزيون، إذا فحسب 'بودريار' الصورة قد خلقت واقعا جديدا يمتلك من عوامل الجذب والإبحار ما لم يملكه الواقع الحقيقي، مما أهله أن يكون واقعا بديل لا واقعا مشابه أو نسخة عن الحقيقي، واقعا يشمل الواقع والوهم، الحقيقة والزيف، عالم امتزج فيه الحق بالباطل فأصبح خليطا لا يمكن الفصل فيه بينهما، واقع أطلق عليه 'بودريار' 'فوق الواقع' 'hyper reality' لتجاوزه الواقع لأبعاد أخرى.

"يعزو بودريار موت الواقع إلى حقيقة غياب العلاقة بين الدال والمدلول، وهذا ما يحصل جراء مضاعفة فعالية الإعلام الذي حول كل الحياة الاجتماعية وكل الواقع إلى صورة يقدمها الإعلام، فما يقدمه الإعلام ليس الواقع كما هو ولا صورة عنه، بل هو صورة ولدها الإعلام عن صورة أخرى هي بدورها مولودة عنه" (جان بودريار، مرجع سابق، ص17)، فالإعلام حسب 'بودريار' يملك سلطة تغييرية، سلطة وجودية فرضت حتى وجدوها بين الدال والمدلول، "فالإعلام يستطيع أن يتحكم في المسافة الموجودة بين الدال والمدلول، وفي هذه الحالة يتم عرض دال (ارهاب) في الاعلام: = مدلول: مجموعة من الصورة الذهنية (القتل، العنف، دماء، تفجير، خطر، لحية، مسلم متطرف) وذلك ليس لوجود ارتباط بين (الدال والمدلول) بل لأن الاعلام هو الذي فرض هذه الصورة الذهنية." (محمد علي فرح، صناعة الواقع: الاعلام وضبط المجتمع: أفكار حول السلطة الجمهور، ص191).

المجتمع حسب 'بودريار' لم يعد سوى صورة نقلا عن صورة نقلا عن صورة... أي لم يعد سوى واقع مصطنع تجاوزت فيه الصورة النسخة والتظاهر والاخفاء إلى الاصطناع الذي يعد المأزق الحقيقي الذي أوقعتنا فيه الميديا بمختلف وسائلها، فخلقت عالم لا مرجعية فيه ولا أصل، حيث يميز 'بودريار' بين النسخة والمصطنع من حيث أن "النسخة تحافظ على علاقة مرجعية مع الأصل، فنسخة اللوحة لا تأخذ معناها إلا من اللوحة، بينما المصطنع لا يفعل غير اصطناع مصطنعات أخرى،

بنيتها الإدراكية، فالرمز هو الواقع". (جان بودريار، مرجع سابق، ص26).

ومنه فالبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بتفكير 'ديبور' هي برامج تلفزيونية تعيد تشكيل وتكييف الواقع، لتخلق لنا واقع آخر وفق رموزها وشفراتها، وهي عيوننا على واقع مشكلاتنا الاجتماعية والأسرية، وحالتنا المعيشية، فإن هي جعلت من مُسنٍ في دار العجزة أبا قد رمى به أولاده في تلك الدار للتخلص من عبئه، صار هذا هو منظورنا لكل شخص أودع والده دار العجزة، فصرنا نراه ابنا عاقا دون أن نحاول معرفة واقع الأمر، فالواقع عندنا هو ما شكلته في أذهاننا مشاهد هذه البرامج.

أما إذا ما نظرنا إلى البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بأعين 'بودريار' فسوف نصنفها مصف البرامج فوق واقعية، التي تخلق لنا مجتمع آخر هو غير المجتمع الواقعي الحقيقي، فتنتقل لنا صورا من مشكلاتنا الاجتماعية وسوسيولوجيا حياتنا اليومية، هي صور مصطنعة لا صور واقعية، صور تأخذنا تدريجيا من الحقيقة إلى الزيف إلى حد أن يمتزجا فيصبح من غير الممكن لنا أن نفرق بينهما، فتغدو هذه البرامج هي أعيننا على الواقع المعاش منها ندرك حقيقة حياتنا الاجتماعية ومشكلاتنا الاجتماعية والأسرية والنفسية ونمط علاقاتنا الاجتماعية.

وانطلاقا من فكرة 'المجتمع المشهدي' 'لديبور' وتبيان خطورة الدور الذي يلعبه الاعلام في حياتنا من خلال صنعه للواقع، ومن فكرة 'جون بودريار' للمجتمع فوق واقعي والاهتمام بالاعلام من ناحية التقنية كوسيلة تمتلك براعة الايهام لتشكل لنا واقع فوق الواقعي، وحتى وإن لم نسلم بمطلق بفكرتهما فرغم القدرة التأثيرية للاعلام التي أثبتت عبر عدة سنوات إلا أن الإنسان يظل شخصا عاقلا أكرمه الله بنعمة العقل وميزه بها، فحتى إن تمكن الإعلام من تظليل الكثير فسيظل الانسان هو من يشكل الإعلام وليس العكس وسيظل هناك أفراد قادرين على تجاوز التظليل الإعلامي باستخدامهم ميزة العقل والعلم، فالميزة التأثيرية المخيفة التي يتميز بها الاعلام وكذا خصوصية البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية لحساسية المواضيع التي

تحملها خاصة بالنسبة للمجتمع العربي الذي يعد مجتمعا محافظا مقارنة بالمجتمع الغربي والذي يعد المنتج الأصلي لهذا النوع من البرامج، جعلت من التزام هذه البرامج بالمسؤولية الإعلامية أو بالمعنى الأدق المسؤولية الاجتماعية للاعلام ضرورة حتمية، فلا بد أن تأخذ بعين الاعتبار كونها ذات سلطة مشهدية، ستخلق من خلال مشاهدتها واقعا وليس مجرد مشهد، وتحرص على أن تبعد عن الاصطناع بمفهوم 'بودريار'، فبقدر ما التزمت هذه البرامج بالاصطناعية في مضامينها بقدر ما كانت برامج بناءة وتنموية في المجتمع.

6. المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية المدخل الإيجابي للتنمية

إن حقيقة كون الإعلام مدخل إيجابي للتنمية أضحت حقيقة لا نقاش فيها، فبعد أن أثبتت وسائل الاعلام نجاعتها في بناء الرأي العام وقدرتها على إضفاء الشرعية على أمر أو قضية معينة ناهيك عن إمكانياتها التعليمية والتوجيهية والإرشادية التي تعد من أهم متطلبات التنمية البشرية ضف إلى ذلك قدرتها على تأطير المجتمع بأفكار وقوالب ثقافية معينة لها جمهورها الذي تستطيع التحكم فيه وتوجيهه كيفما تشاء، أضحت عاملا تنمويا لا يمكن غض النظر عنه.

في الدول النامية وخاصة المسلمة منها والعربية تبرز أهمية الإعلام بمختلف وسائله وأهميته تحليه بالمسؤولية الاجتماعية أكثر من أي مجتمع آخر، وذلك راجع بالأساس إلى خصوصية هاته المجتمعات ودينها وعاداتها وتقاليدها وأعرافها والتي تتطلب من الإعلام مراعاتها وأخذها بعين الاعتبار، وكذلك نظرا لحاجة هذه المجتمعات إلى التعليم والتوعية والتي بإمكان الإعلام الواعي المسؤول أن يلعب دورا رئيسيا في تحقيقها آخذا بما نحو طريق التنمية.

فالإعلام يعد إذا جسرا من جسور العبور نحو التنمية، وهذا ما قد أشار إليه 'دانيال ليرنر' أحد أبرز الباحثين الذين اهتموا بدراسة علاقة الإعلام بالتنمية، حيث تحدث عنها في نظريته زوال المجتمعات التقليدية، فاعتبر أن "المرور من الاتصال الشفوي إلى الاتصال الجماهيري يمثل مرحلة أولى للدخول في

البرنامج، واحترام الخصوصية الاجتماعية للمجتمع من خصوصية ثقافية ب: 'احترام العادات والتقاليد الايجابية والتشجيع عليها، ذم العادات والتقاليد السلبية والحث على تركها، احترام الذوق العام في مختلف ما تعرضه من صور وفيديوهات (حذف مقطع خادش للحياء في فيديو، ضباية الصورة غير المحترمة...)، حذف الألفاظ المخلة بالحياء إن وجدت، احترام الوحدة الوطنية، الاعتزاز بالوطن،' وخصوصية دينية ب: 'احترام الاحكام الشرعية من حلال وحرام، عدم نشر البدع واقامة السنة النبوية الشريفة، احترام باقي الأديان، التستر على الفضائح وعدم الجهر بالمعصية، تقديم المساعدات الخيرية دون رياء وتجريح وإدلال للآخر.'

بالإضافة إلى ضرورة التزامها بالقيم المهنية الإعلامية من احترام لخصوصية الفرد ب: 'عدم ذكر الاسم كاملا دون إذن صاحبه وعدم عرض صور أو فيديوهات دون إذن صاحبها واحترام حق الأفراد في الظهور من عدمه، والتزام بالمصداقية والدقة والموضوعية في معالجتها الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج، فالمعلومة كما قد تكون وسيلة لتحقيق التنمية قد تؤدي دورا عكسيا إن تم استخدامها بطريقة مغلوطة، فأسلوب تقديم المعلومة ونوعها وطبيعة الجمهور المتلقي لها هي أمور لا بد أن تُؤخذ بعين الاعتبار حتى نجعل من هاته الأخيرة وسيلة بناءة للمجتمع، فما بالك إن كانت هذه المعلومة متعلقة بالأوضاع الاجتماعية للمجتمع والحياة الخاصة للناس وتحوض في نقاشات حول المشاكل الاجتماعية بما فيها الطابوهات الاجتماعية التي قد لا تلقى ترحيب من جميع أفراد المجتمع للخروج بها الى العلن ونقاشها امام الكبار والصغار، فالحديث عن موضوع هروب المراهقات مثلا دون دراسة لكل كلمة تقال دون التزام بالمصداقية والدقة والطرح الموضوعي ودون الانتباه للأسلوب المستخدم في نقاشها وطرحها قد يؤدي لتكوين مفاهيم خاطئة عن الموضوع لدى الجمهور، كما أن الحديث بأسلوب تعميمي عن فئة المراهقات (على سبيل المثال) وكأنها فئة ضالة وتسليط الضوء على مشاكلهن فقط والتركيز على السلب دون الإيجاب سيخلق صورة ذهنية سلبية عنهن لدى الجمهور فلا يصل

طريق التحديث، وهو طريق يمكن اختصاره في أن التحضر يساوي زيادة في المعرفة، والسعي إلى زيادة المعرفة يزيد من الإقبال على وسائل الاعلام، هذه الأخيرة تؤدي إلى تفعيل خاصة سيكولوجية أساسية تندرج ضمن الخصائص السيكولوجية التي حددها، ويتعلق الأمر ب'التقمص الوجداني' بمعنى أن وسائل الاعلام تُعلم وتُقدم سلوكيات ومواقف وتصرفات للجمهور، وهي السلوكيات والمواقف والتصرفات التي تقود المجتمع نحو التقدم وتحقيق التنمية المنشودة" (فضيل دليو، فعاليات الملتقى الوطني حول: المجتمع المدني والتنمية المحلية في الجزائر، ص 188)، فالإعلام يلعب دورا بارزا حسب 'دانيال ليرنر' من خلال قدرته على تعبئة الجمهور وتوجيههم في المجالات المختلفة.

والبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية كمثيلاهما من البرامج الإعلامية يمكن أن تلعب دورا تنمويا في المجتمع إن هي التزمت بالمسؤولية الاجتماعية، فطبيعة المواضيع التي تعالجها هذه البرامج وخصوصية المجتمع العربي المحافظ مقارنة بالمجتمعات الأخرى، تفرض عليها الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية حتى لا تسلك مجرأ مغايراً لجرى التنمية والتغيير الإيجابي للمجتمع.

والمسؤولية الاجتماعية للإعلام تعني الحرية الإيجابية له، فهي محاولة للجمع بين ثلاث جوانب أساسية تمثلت في: الحرية والاختيار الفردي، حرية وسائل الإعلام، مسؤولية وسائل الإعلام اتجاه المجتمع، فقد جاءت كفكرة تسعى إلى أن تقيم علاقة ترابط قوية ما بين المجتمع وواقعه والإعلام ومحتواه، ولتُكسوَ جسد الإعلام بلباس من الأخلاق والخصوصية المجتمعية، فتسعى لخلق حالة من التوازن ما بين تحقيق المصلحة الإعلامية بالنسبة للقائمين عليها ومصالح المجتمع.

فالترام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية في نظرنا هو مدخلها الإيجابي نحو التنمية، فلا بد أن تكون برامج هادفة تسعى لصنع الذوق الرفيع للجمهور وتوعيته وتأدية مختلف الوظائف المنوطة منها من طرف المجتمع، وأن تلتزم بالمعايير الأخلاقية في معالجتها لمختلف مواضيع البرنامج من احترام لأخلاقيات الحوار مع مختلف الفاعلين في

وغرائهم البوصلة التي توجه إعلامنا، فلا بد أن ننسى حقيقة أن "وسائل الاعلام هي التي تصقل أذواق الجمهور واحتياجاته وليس العكس فالجمهور أو المستقبل عندما يتعود على سلعة إعلامية معينة فإنه يتبناها ويدمنها ويحبها مع مرور الزمن، فإذا عودنا الجمهور على مادة اعلامية محترمة هادفة تسهم في تكوينه وتكوين شخصيته وتساعد على تطوير ثقافته السياسية وثقافته العامة فهذا الجمهور يصبح يبحث عن الصحافة الجادة والهادفة" (محمد قيراط، الاعلام والمجتمع الرهانات والتحديات، ص161)، فسعي البرامج الاجتماعية لطرح المواضيع المثيرة للجدل كموضوع زواج المحارم والشواذ والراقصات وغيرها من المواضيع التي تلقى آذان صاغية لكسرها لقيود المجتمع، مع مناقشتها بأسلوب من الواضح جدا من الإستمالات العاطفية والموسيقى المؤثرة والأسئلة المخرجة أن البرنامج يسعى للمزيد من الإثارة التي ستوسع قاعدته الجماهيرية سيشكل جمهور ذو ذوق هابط تفكيره محدود في مثل هذه المواضيع.

ومن خلال ما سبق ذكره نستطيع القول بأنه انطلاقا من سمة المحافظة التي يتميز بها مجتمعنا كمجتمع مسلم عربي محافظ مقارنة بالمجتمع الغربي، وانطلاقا من تعاليم ديننا الحنيف الذي يأمرنا بالمسؤولية وباحترام عادات المجتمع وعرفه وخصوصيته خاصة الخصوصية الشخصية للآخرين، وكذا وفي ظل تداعيات العولمة وانتشار الفضائيات التي غزت بيوتنا، أضحينا اليوم بحاجة فعلا لإعلام اجتماعي مسؤول اجتماعيا أي لبرامج تلفزيونية حوارية اجتماعية تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية في مختلف أبعادها ومنطلقاتها لتحقيق هدفها الأسمى ألا وهو تحقيق تنمية المجتمع، فالإعلام الهادف، الوظيفي الفعال، المتخلق والمراعي للخصوصية الفردية والاجتماعية، والملتزم بالمصادقية والموضوعية لهو إعلام يستطيع من وجهة نظرنا أن يشكل رسالة إعلامية هادفة وقيمة، فعالة وتنموية.

7. خاتمة:

إن كنا لن نسلم بمسلة بلوغ قدرة الإعلام إلى درجة موت الواقع، فنحن لا نستطيع تجاوز فكرة خلقها لمجتمع مشهدي، فنحن كفرد من أفراد المجتمع قد أصبحنا نتعامل فعلا مع الواقع

البرنامج الحوارية الاجتماعي بذلك إلى أي نتيجة إيجابية تنموية، بل بالعكس فتسليطه الضوء على مشاكل هي في العمة ليخرجها إلى العلن ويحدث بها ضجيجا اعلاميا قد يخلق مشاكل أخرى في المجتمع.

إذا فالمسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية الاجتماعية تقوم على ثلاث أبعاد أساسية هي البعد الوظيفي، بعد المعايير الاخلاقية و بعد القيم المهنية، لكن قبل هذا وذلك فنحن نرى أن هاته الأخيرة تنطلق أولا من الضمير الفردي للإعلامي فهي نتاج لإحساس بالمسؤولية الأخلاقية التي يكتسبها الصحفي أولا من تنشئته الاجتماعية، فالمعنى الذي يعطيه القائم بالاتصال للفعل الاجتماعي هو من يحدد الدور الاجتماعي للبرنامج التلفزيوني، فمناقشة مثلا القضايا الاجتماعية في برنامج تلفزيوني لا تعني أن هناك محاولة للتوعية بها، بل إن المعنى الذي يعطيه القائم بالاتصال لمختلف سلوكياته هو من يحدد هدف البرنامج ودوره الاجتماعي فقد يكون الهدف منه مجرد تحقيق الشهرة لا أكثر، فكما يشير كل من 'فير' و 'تالكوت بارسونز' فلا يمكن فهم الدور بمعزل عن معناه الذي يعطيه له الفاعل.

كما أنها تنطلق من ادراكهم للقدرة الإعلامية العظيمة على تشكيل الرأي العام وبلورته وتعديله وتغييره فهم صناع له، ففي كتاب 'الخداع الاعلامي' ل'سعيد اللاوندي' شبه الرأي العام ب'جسد مارد وعقل طفل'، فيقول بأن "الرأي العام أصبح أشبه بالطين الصلصال الذي تشكله وسائل الميديا بالطريقة التي تنسجم مع مصالح واتجاهات الدول الكبرى في العالم... بعبارة أخرى أن الميديا هي التي تفضح وتنشر وهي التي تكشف وتخفي وهي التي تقول أو لا تقول، وخطورة ذلك كله ينبع من قدرتها على تشكيل الرأي العام... تجيشه أو تفكيكه... توجيهه أو تضليله" (سعيد اللاوندي، الخداع الاعلامي - الرأي العام: جسد مارد وعقل طفل-، ص10).

وتجدر بنا الإشارة إلى أنه من المسؤولية الاجتماعية أن لا نقع في مغالطة مفهوم احترام ذوق الجمهور، فصحيح أن الإعلام الناجح هو إعلام يحترم ذوق الجمهور ويحاول إرضائه، لكن هذا لا يعني أن نجعل من ذوق الجمهور الهابط ونزوات المراهقين

- من خلال الإعلام، هذا الواقع الذي يدعنا للقول بضرورة التزام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية كحتمية فرضتها السلطة الوجودية للإعلام في عصرنا هذا، وكذا كمطلب تنموي أنتجته العلاقة الحتمية بين الإعلام والتنمية، فالإعلام اليوم يُعد من أهم وسائل تحقيق التنمية لما له من قدرة على تشكيل وبلورة الرأي العام.
- وتجدر بنا الإشارة إلى أن التزام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية في مستوياتها الثلاث الأساسية: على مستوى الوظائف المنوطة منها اتجاه المجتمع، على مستوى احترام المعايير الأخلاقية من إقامة لأخلاقيات الحوار واحترام للخصوصية الاجتماعية للمجتمع من خصوصية ثقافية ودينية، وعلى مستوى احترام القيم المهنية من احترام لخصوصية الأفراد والتزام بالمصداقية والدقة الموضوعية، فعلاً يعد عاملاً أساسياً لترقى هذه البرامج لمصنف البرامج التنموية وتساهم في تنمية المجتمع وتغييره نحو الأحسن، لكن الفعالية التنموية لهذه البرامج ستكون فعلاً إن كان جمهورها جمهوراً متعلماً واعٍ يحلل ويحصر ما يشاهده، فالإعلام يلعب دوراً مهماً في تنمية المجتمع لكن نجاحه أيضاً في ذلك يتطلب بيئة حسنة من جمهور يدفع بالإعلام لتقديم محتوى قيم فيكون ناقداً قبل أن يكون مشاهداً، لا جمهور أعمى البصيرة يصدق كل ما يقال ولا يريد من الإعلام إلى المحتوى الهابط، فالعلاقة بين الإعلام و تنمية المجتمع علاقة وثيقة تتطلب من الإعلام وأفراد المجتمع على حد سواء بالتحلي بالمسؤولية الاجتماعية.
- النتائج:**
- تلعب البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية دوراً بارزاً في تشكيل وصناعة الواقع باعتبارها تتناول مواضيع تحاكي الواقع المعاش من جهة، وباعتبارها وسيلة اعلامية مرغوبة وذات سلطة تأثيرية ووجودية من جهة أخرى فالتلفزيون رغم ظهور الانترنت لا يزال يعد من أهم وسائل تشكيل الرأي العام.
- تعاني البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية من واقع مازقي وسلبيات تشعبت أبعادها لتشمل أصالة فكرتها والأبعاد الإنتاجية والإبداعية وأساليب المعالجة الإعلامية . ولعل المغالطة الأولى التي وقعت فيها هذه البرامج والتي تحوّل دون ارتقائها لمستوى البرامج التنموية بأتم معنى الكلمة في نظرنا هو استنساخها عن البرامج الغربية في قالبها الجاهز.
- تبني البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية للمسؤولية الاجتماعية هو مدخلها الايجابي نحو التنمية، فالدور التنموي للإعلام يتجسد في بلورة رأي عام واعٍ والذي تمثل المسؤولية الاجتماعية السبيل اليه من خلال ثلاثة أبعاد أساسية هي: الوظائف، المعايير الأخلاقية، القيم المهنية.
- المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية ضرورة حتمية ومطلب تنموي ومن اجل تعزيز ممارستها الفعلية في الوسط الاعلامي نوصي بـ:
- ترسيخ المسؤولية الاجتماعية في المناهج التعليمية من أجل ترسيخ ثقافة تبنيتها.
- توثيق المسؤولية الاجتماعية بشكل أكبر في بنود مختلف قوانين الاعلام العربية.
- جعل شعار 'الأخلاق هي بوصلة الإعلام الناجح'، شعار كل مؤسسات الإعلام التي لا بد لها من أن تعمل على أخلاقة العمل الاعلامي، فتوضح بوضوح الممنوعات والمسموحات، وواجبات القائم بالاتصال وحقوقه في ميثاق الشرف المهني.

8. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

1. الدليمي ، عبد الرزاق محمد، (2012)، الاعلام والتنمية، ط1، عمان-الاردن، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
2. الدقس، محمد عبد المولى، (2014)، التغيير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق. عمان - الاردن، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
3. الحضيف، محمد عبد الرحمن، (1994)، كيف تؤثر وسائل الاعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، ط1، الرياض، مكتبة العبيكان.
4. الطويرقي، عبد الله (1997)، صحافة المجتمع الجماهيري- سوسولوجيا الاعلام في مجتمعات الجماهير-، الرياض، العبيكان للنشر والتوزيع.
5. الكناني، محسن جلوب. الدحيلي، أحمد مهدي (2018)، التلفزيون وتعزيز الوعي الصحي، ط1، عمان، دار المجد للنشر والتوزيع.
6. اللاوندي، سعيد، (2015)، الخداع الاعلامي -الرأي العام: جسد مارد وعقل طفل-، ط1، القاهرة، مكتبة جزيرة الورد.
7. الساري، فؤاد أحمد، (2011)، وسائل الإعلام 'النشأة والتطور'، ط1، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع..
8. بودريار، جان، (2008)، المصطنع والاصطناع، ط1، ترجمة جوزيف عبد الله، بيروت-لبنان، مركز دراسات الوحدة العربية.
9. بن نبي، مالك، (2006)، بين الرشاد والتيه، ط2، دمشق، دار الفكر.
10. بن نبي، مالك، (2009)، مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، ط1، دمشق، دار الفكر.
11. دليو، فضيل، (2015)، فعاليات المنتقى الوطني حول: المجتمع المدني والتنمية المحلية في الجزائر، ط1، قسنطينة، مطبعة الفائز للطباعة والنشر والتوزيع.
12. مدحت، ياسمين. مدحت. أبو نصر، (2017)، التنمية المستدامة: مفهومها- أبعادها- مؤشراتها، مصر، المجموعة العربية للتدريب والنشر..
13. مكاوي، خيرة، (2011)، الواقع في مرآة الصورة- نحو قراءة سيميائية جديدة للصور المرئية-. اسطنبول.

14. فياض، محمد أحمد، (2019)، بحوث وقضايا معاصرة في الاعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
15. فرح، محمد علي، (2014)، صناعة الواقع: الاعلام وضبط المجتمع -أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، ط1، بيروت، مركز نماء للبحوث والدراسات.
16. عيسى، نھوند القادري، (2008)، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على نخوم التفكيك، بيروت، مركز دراسة الوحدة العربية.
17. قيراط، محمد، (2001)، _الاعلام والمجتمع الرهانات والتحديات، ط1، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت.

• الأطروحات:

1. طاهر، حورية، (2019/2018)، أخلاقيات الممارسة الاعلامية في القنوات الفضائية الخاصة-مقاربة تحليلية لمبدأي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الطور الثالث (ل م د) في علوم الاعلام والاتصال. كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.

• المقالات:

1. الداغر، مجدي محمد عبد الجواد، (2013)، معالجة الصحافة العربية لقضايا التسامح والتواصل مع الآخر -دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية في الفترة من 2011-2012"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد2، العدد5، ص-ص 124-164.
2. السعيدة، جهاد علي، (2014)، أسباب العنف المدرسي ووسائل الحد منه من وجهة أولياء أمور طلبة المرحلة الاساسية العليا في الاردن، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية ، المجلد41، العدد1، ص-ص 54- 69.
3. الشماس، عيسى. يونس، لينا، (2015)، دور البرامج الحوارية الفضائية في تدعيم المشاركة في الانشطة الاجتماعية لدى عينة من طلبة جامعة دمشق، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، المجلد 37، العدد 3، ص-ص 223-242.
4. باي، عبد القادر بغداد، (2020). اعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية الجزائرية دراسة ميدانية بإذاعة غليزان الجهوية، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 12، العدد04، ص-ص 503-522.

5. وائل، حذيفة، (2016)، المستوى العام للبرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في الفضائيات السورية -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة دمشق-، مجلة جامعة دمشق، المجلد 32، العدد 02، ص-ص 174-187.
6. كريمة، شعبان، (2019)، دور الاعلام الاجتماعي المرئي في معالجة المشكلات الاجتماعية -قراءة في برنامجي 'خط احمر' و'ناس وحكايات' لقناتي 'الشروق' والجزائرية، مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد 02، العدد 01، ص-ص 29-48.
7. نبيل، لحر محمود، عياد، (2019)، الأبعاد المعرفية لعلاقة الإذاعات المحلية بأهداف التنمية المستدامة -دراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 02، العدد 01، ص-ص 58-71.

• مواقع الانترنت:

- o.i romanyk, i.p.kovelenko. Social responsibility of mass media and attempt at conceptual justification. <https://doi.org/10.31516/2410-5333.056.1715-04-2020>

• المؤلفات باللغة الأجنبية:

- Debord. guy.(2014), the society of spectacle, translated and annotated by ken knabb. bureau of public secret
- melisande middleton (2009), social responsibility in the media, oxford university PCMLP, center for international media ethics CIME..
- - M.Todaro,Economic development, (2000),seventh Ed,Addison Wesley,.
- owens-ibie(1994), Press Responsibility and Public Opinion in Political Transition. African Council for Communication Education. Michigan state university.
- Vipin, sharma(2011), ethic and social responsibility. conference ethics an social responsibilities in a national conference on 'leading change. The revolving dynamics, university Mathura, india.
- Walter. Lipman, (1998), public opinion. new brunswick (u.s.a) and london (u.k).