

المسؤولية الاجتماعية للقنوات الجزائرية الخاصة من خلال البرامج التلفزيونية الاجتماعية

دراسة تحليلية لبرنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة

*The social responsibility of the private Algerian channels through social television programmes.**An analytical study of the program Eli Fat Matt on El chorouk TV*

د. دراحي ابتسام

مزيادي نعيمة¹

جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر

طالبة دكتوراه مخبر البحوث والدراسات في حضارة المغرب الإسلامي

derrahi @univ-constantine3.dz.ibtisseme

جامعة قسنطينة 3 صالح بوبنيدر

naima.meziadi@univ-constantine3.dz

تاريخ الوصول 2023/04/21 القبول 2024/01/06 النشر على الخط 2024/01/15

Received 21/04/2023 Accepted 06/01/2024 Published online 15/01/2024

ملخص:

تهدف الورقة البحثية إلى الكشف عن مدى تجسيد البرامج التلفزيونية الاجتماعية عبر القنوات الجزائرية الخاصة لمبادئ وأسس المسؤولية الاجتماعية من حيث طريقة معالجة وتقديم المشكلات الاجتماعية، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في وصف وتحليل 5 حلقات من برنامج "إلي فات مات" على قناة الشروق العامة، وقد توصلت إلى أن البرنامج محل الدراسة يسعى إلى تسليط الضوء على مختلف المشاكل العائلية والاجتماعية، رغم غياب استراتيجيات إعلامية فعالة في تقديمه وهذا ما يجيل إلى ضرورة مراجعة عملية الإعداد في انتقاء القضايا وطريقة معالجتها، تنفيذاً للمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في التزامها بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها وتحقيق الصالح العام.

الكلمات المفتاحية: القنوات التلفزيونية الخاصة-المسؤولية الاجتماعية-البرامج التلفزيونية الاجتماعية-قناة الشروق العامة.

Abstract:

The research paper aims to reveal the extent to which social television programs embody the principles and foundations of social responsibility in terms of the method of addressing and presenting social problems through the Algerian private channels, we relied on the descriptive analytical approach in describing and analyzing 5 episodes of the program Eli Fat Matt on the public channel El-Chorouk. we concluded that the program under study seeks to shed light on various family and social problems, despite the absence of effective media strategies in presenting it. This refers to the need to review the preparation process in selecting issues and the way they are handled, in implementation of the social responsibility of the media in its commitment to high standards in performing its functions and achieving the public interest.

Keywords: private TV channels - social responsibility - social TV programmes- the public channel El-Chorouk.

1. مقدمة:

تعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية نظرية الوسطية والاعتدال في ممارسة الحرية، إذ تدعم وتنادي بحرية الإعلام في نقل ومعالجة القضايا والأحداث لكنها في مقابل ذلك تلزمه بواجبات تجاه المجتمع تدخل ضمن المعايير المهنية والأخلاقية للإعلام، وهذا ما يجسد تحرر أكثر في طرح ومعالجة المواضيع لكن بما يحقق الصالح العام ويفيد المجتمع ويجسد مبدأ الخدمة العمومية دون تجاوز معايير المجتمع والمعايير المهنية كالصدق، الموضوعية، الاتزان، الحياد، المسؤولية وغيرها من المبادئ التي تنادي بها النظرية.

فلولا وجود معايير تضبط عملية الممارسة الإعلامية وكذا الأداء المهني في المؤسسات الإعلامية لكان هناك طرح ومعالجة لقضايا ومواضيع دون النظر إلى تأثيراتها المختلفة على المتلقي، لكن ظهور هذه النظرية ومبادئها بضرورة تنفيذ وسائل الإعلام التزامات معينة تجاه المجتمع بما يحقق مصلحته، جعل عملية التخطيط للبرامج ذات أهمية كبيرة من خلال تحديد النتائج المتوقعة والأهداف التي يسعى كل برنامج إلى تحقيقها قبل ظهوره على الشاشة، وهنا يبرز مدى التزام واحترام القائمين على هذه المؤسسات لمعايير المهنة الصحفية وأخلاقياتها على جميع المستويات في ظل المنافسة الشديدة بينها في فرض وجودها على الساحة الإعلامية وكسب نسب مشاهدة عالية.

على المستوى الوطني في الجزائر نلاحظ أن مختلف وسائل الإعلام تجتهد عن وظائفها الأساسية والتزاماتها المهنية بحثا على تحقيق نسب مشاهدة عالية دون النظر إلى تأثيرات هذه البرامج على المتلقي، فعلى سبيل المثال سجلت سلطة ضبط السمعي البصري العديد من التجاوزات المهنية والأخلاقية على مستوى القنوات التلفزيونية الخاصة وهذا ما يتضح من خلال إصدارها قرارات بغلق العديد من القنوات التلفزيونية الخاصة مثل "الجزائرية وان"، "الأجواء"، "الحياة"، "بور تيفي"، "البلاد"، "لينا" وغيرها وكذلك توقيف العديد من البرامج على غرار برنامج ما وراء الجدران وبرنامج إلي فات مات الذي استأنف بثه بشروط.

ففي إطار المنافسة بين مختلف وسائل الإعلام لجأت هذه الأخيرة إلى كل ما هو مثير ويصنف ضمن الطابوهات في المجتمع لجذب الجمهور إلى متابعتها فنجد مثلا البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي عبر مختلف القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر توجهت إلى البحث في المشاكل الاجتماعية والقضايا والنزاعات العائلية المختلفة، إذ لا تكاد تخلو الشبكة البرمجية للقناة الواحدة من برنامج تلفزيوني اجتماعي بل القناة الواحدة تعرض عدة برامج اجتماعية مثل صفحة جديدة، إلي فات مات، ما وراء الجدران، افتح قلبك، احكي حكايتك وغيرها وهي برامج اجتماعية تغوص في قلب المجتمع الجزائري، مع وجود تشابه كبير وواضح بينها، رغم ذلك حققت هذه البرامج شعبية واسعة بين مختلف فئات المجتمع، حيث نجحت في تحقيق نسب مشاهدة سواء عبر شاشات التلفزيون أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي مع تباين الآراء حولها بالرغم من أنها برامج مستنسخة من برامج عربية مثل "المسامح كريم"، "حكايات تونسية" و"افتح قلبك" وغيرها هي الأخرى مستنسخة من برامج أجنبية أشهرها برنامج the moment of truth.

إذ مكنت هذه البرامج المشاهد الجزائري من التعرف على الواقع المعاش وكسر الطابوهات واستهدافه بالدرجة الأولى لتفادي الوقوع في مثل هذه القضايا والمشاكل المعروضة من خلال عرض تجارب لحالات إنسانية والبحث عن حلول لتقديم المساعدة

إلا أنها تعرضت للكثير من الانتقادات سواء من قبل الجمهور الذي عبر عن تجاوز هذه البرامج لطبيعة المجتمع وقيمه من خلال التعرض لمواضيع تعتبر من الطابوهات في المجتمع الجزائري، كما طالت هذه البرامج انتقادات من قبل المختصين حول طريقة إعداد وتقديم هذا النوع من البرامج حيث وصفت بأنها تقوم على العرض والتشهير فقط وغياب حلول فعالة وناجعة في عرض هذه العينات من المشاكل المجتمعية في ظل افتقار بعضها لمختصين يساعدون في تحليل الحالة المعروضة وتقديم الحلول واكتفائها بمقدم البرنامج، كما انتقدوا الأداء الإعلامي

للمقدمين في تسيير البرامج ومدى التزامهم بالمعايير المهنية والأخلاقية في انتقاء وعرض ومعالجة القضايا المطروحة وتجسيد مبادئ المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام في خدمة المجتمع بتقديم إعلام هادف ومفيد بعيدا عن تحقيق الربح المادي.

وتعد قناة الشروق العامة من أهم القنوات الخاصة على الساحة الإعلامية الجزائرية والتي تحاول من خلال شبكتها البرمجية التي تضم العديد من البرامج المتنوعة التي تخاطب مختلف شرائح المجتمع أن تلبي احتياجات المتلقين، كما تعتبر البرامج الاجتماعية مثل برنامج "افعلوا الخيرات"، "إلي فات مات" من أشهر برامجها، حيث يعد هذا الأخير من أبرز البرامج التلفزيونية الاجتماعية، والذي بدأ بثه في نوفمبر 2020، يقوم على عرض مجموعة من القضايا والسعي لإيجاد حلول لها من جهة، ومن جهة أخرى عرض القضية لتوعية الشباب والمجتمع، قدمه هشام بوقفة ثم جلال شندالي بعد أن تم وقف البرنامج بسبب تسجيل سلطة ضبط السمعي البصري تجاوزات مهنية وأخلاقية تضمنتها حلقة من البرنامج بثت في 16 جانفي 2021، خلال تناولها لقصة بنتين في خلاف مع والديهما والتي أعطت صورة مشينة لتعامل الأبناء مع آبائهم وخلفت ردود فعل مستاءة لدى الأسرة الجزائرية والرأي العام كما خلفت آثار عكسية لأهداف البرنامج ومست بالروابط الأسرية وقدسيتهما وفق بيان السلطة

استأنف البرنامج من جديد بقرار من سلطة ضبط السمعي البصري بشروط والتي جاء على رأسها تغيير منشط البرنامج والالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية لمهنة الإعلام في إعداد وكذا تقديم البرنامج.

ففي إطار معالجة هذه البرامج لقضايا حساسة في المجتمع وبالنظر إلى تباين ردود الأفعال حولها ومختلف التأثيرات المحتملة على المتلقي، وجدنا إجراء هذه الدراسة حتمية لذلك تم القيام بدراسة وصفية تحليلية لعينة من برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة للكشف عن مستوى البرنامج ومدى مراعاته لطبيعة المجتمع وثقافته وكذا مدى التزام طاقمه الإعلامي بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تقوم عليها مهنة الإعلام. بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي واستمارة تحليل المحتوى كأداة جمع بيانات.

وقد انطلقنا من التساؤل الرئيسي التالي:

كيف جسدت قناة الشروق الجزائرية الخاصة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام من خلال برنامج إلي فات مات الاجتماعي؟
تندرج تحته مجموعة من الأسئلة الفرعية:

أسئلة ماذا قيل؟ (المضمون)

- ما طبيعة الموضوعات المعالجة عبر برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة؟
- ما هو التوزيع الجغرافي للحالات المعروضة في برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة؟
- ما الأهداف التي يسعى برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة لتحقيقها؟
- ما الشخصيات الفاعلة في برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة؟
- ما القيم الواردة في برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة؟
- ما الاستمالات الموظفة في برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة؟
- ما أسلوب عرض ومعالجة القضية عبر برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة؟
- ما خصائص الشخصيات المستضافة في برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة؟
- من الجمهور المستهدف من برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة؟

أسئلة كيف قيل؟ (الشكل)

- ما اللغة المعتمدة في برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة؟
- ما طبيعة الديكور المعتمد في برنامج إلي فات مات على قناة الشروق العامة؟

2. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تناولها موضوع المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام الذي يعد معيارا لتقييم مختلف الأنشطة والممارسات الاتصالية وتحديد مستوياتها وجودتها من خلال بحثها عن مدى تجسيد القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية للمعايير المهنية والأخلاقية واحترام الذوق العام وطبيعة المجتمع الجزائري عبر البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

أيضا تكتسي الدراسة أهمية كبيرة كونها تعالج موضوع البرامج الاجتماعية التي تغوص في عمق المجتمع الجزائري وتكشف عن المشاكل التي تواجه مختلف الفئات والأجناس والتي تؤثر في الجمهور المشاهد وفقا لطريقة المعالجة والعرض.

3. تحديد المصطلحات:

البرامج التلفزيونية: يعرف البرنامج التلفزيوني بأنه "سيل متدفق من المواد المرئية المتتابعة صوتا وصورة وذات الأنواع التلفزيونية المختلفة، ولا توجد أية مادة تلفزيونية خارج هذه الأشكال المتدفقة من المواد التلفزيونية"¹

إجرائيا: هي البرامج التلفزيونية الاجتماعية التي تبث عبر شاشات القنوات الخاصة الجزائرية متمثلة في برنامج "إلي فات مات" على قناة الشروق العامة.

البرامج الاجتماعية: هي برامج سمعية بصرية تستضيف حالات إنسانية وتعالج قضايا اجتماعية من صلب الحياة الاجتماعية مستخدمة التقارير والاستجابات والحوارات.²

إجرائيا: هي عبارة عن أفكار تجسد سمعيا وبصريا إلى حلقات تطرح وتناقش مواضيع ومشاكل التي تواجه الفرد والمجتمع الجزائري والتي تسعى إلى الصلح بين الأطراف المتنازعين وكذا تقديم المساعدة، يقوم عليها فريق من الإعداد والتقديم وتمثل في دراستنا في برنامج "إلي فات مات" الذي يبث عبر قناة الشروق العامة.

القنوات التلفزيونية الخاصة: القناة الخاصة هي القناة التي يأتي رأس مالها كليا أو في معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب.³

إجرائيا: تتمثل في القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية التي تبث عبرها برامج اجتماعية تعالج قضايا من واقع المجتمع الجزائري وهي قناة الشروق العامة.

¹ وحيدة بديسي بوفدح، القيم في برامج قناة MBC3 الموجهة للأطفال، مجلة المعيار، المجلد 21، العدد 42، 2017، ص 505.

² حورية طاهر، المشكلات الاجتماعية في برامج التلفزيون الخاص بالجزائر دراسة تحليلية لقناة الهقار والشروق العامة والنهار، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 7، العدد 02، 2018، ص 148.

³ سعيد مراح، محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39، 2017، ص 351.

4. منظور الدراسة:

المسؤولية الاجتماعية: كما أشار إليها هولمز HOLMES "ما هي إلا التزام المنشأة اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه عن طريق المساهمة بمجموعة كبيرة من الأنشطة الاجتماعية مثل محاربة الفقر، تحسين الخدمة، مكافحة التلوث وخلق فرص عمل وحل مشكلة الإسكان والمواصلات وغيرها.¹

فنظرية المسؤولية الاجتماعية هي النظرية التي دعت إلى وضع ضوابط لمهنة الصحافة من أجل رسم الحدود بين حرية الصحافة والمسؤولية الاجتماعية، فالنظرية جاءت لتنادي بالحرية في طرح وتقديم ومعالجة الأحداث والقضايا من جهة ومن جهة أخرى تنادي بضرورة التزام وسائل الإعلام بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها تجاه المجتمع، فالحرية حسب النظرية هي حق وواجب ومسؤولية. ولهذا تم الاستناد إلى هذه النظرية في دراستنا كونها النظرية الأنسب في الكشف عن مدى تجسيد الطاقم الإعلامي للقنوات الخاصة الجزائرية في إعداد البرامج التلفزيونية الاجتماعية وتقديمها بالمسؤولية الاجتماعية، من خلال تحليل حلقات من برنامج "إلي فات مات" على قناة الشروق العامة ووضعها تحت مجهر التحليل للكشف عن مدى احترام البرنامج وتطبيقه لمبادئ هذه النظرية والتزامه بالمعايير المهنية والأخلاقية للإعلام شكلاً ومضموناً ومدى تجسيده لمسؤوليته تجاه المجتمع في التعرض لهذه المواضيع والقضايا سواء بالنسبة للجمهور المشاهد أو بالنسبة لضيوف البرنامج وتقديم إجابة على أسئلة جوهرية والمتمثلة في: هل يمثل البرنامج حلقات للتشهير وكسر خصوصيات الأفراد فقط؟ أم هي وسيلة لتقديم التوعية والنصح للجمهور ومساعدة المتنازعين أو ضيوف الحلقات لطي دفاتر الحسابات القديمة والبدء بصفحة جديدة كما يشير إليها عنوان البرنامج "إلي فات مات"؟

5. الدراسات السابقة:

تم الاعتماد في دراستنا على 5 دراسات سابقة تناولت متغير البرامج الاجتماعية، تم انتقائها بما يخدم الدراسة وترتيبها كرونولوجياً: الدراسة الأولى: دراسة "طاهري حورية" بعنوان "المشكلات الاجتماعية في برامج التلفزيون الخاص بالجزائر-دراسة تحليلية لقناة المقار والشروق العامة والنهار-"، تناولت الدراسة طرق عرض المشكلات الاجتماعية لأفراد المجتمع الجزائري عبر القنوات التلفزيونية الخاصة من خلال تحليل عدد من البرامج الاجتماعية التي تعرضها باستخدام المنهج الوصفي التحليلي وأداة استمارة تحليل محتوى على عينة تمثلت في 15 حلقة، بمعدل 5 حلقات من كل برنامج (ماوراء الجدران، الخط الأحمر، الخط البرتقالي) على طريقة العينة القصدية. وتوصلت الدراسة إلى أن البرامج ساهمت إلى حد ما في تسليط الضوء على حالات اجتماعية تواجه مشاكل أسرية أو مجتمعية بهدف إيصال صوتها إلى السلطات المعنية ومؤسسات المجتمع المدني، إلا أنها تغيب بعض خصوصيات المجتمع الجزائري في جرأتها في طرح لأفكارها في أغلبها نسخ لبرامج أجنبية، كما تركز معظمها على الشق العاطفي على حساب التحليل العقلاني والواقعي في كثير من المواقف والتحليلات. من خلال استعراض هذه الدراسة، نشير إلى أنها تشابهت مع دراستنا في نوع الدراسة (تحليلية) وكذا منهج الدراسة (المنهج الوصفي التحليلي) وبعض الأسئلة الفرعية. وقد استفدنا منها في طريقة التحليل وكذا النتائج التي خلصت لها الدراسة.

الدراسة الثانية: دراسة عبد القادر بغداد باي، بعنوان "إعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية الجزائرية-دراسة ميدانية بإذاعة غليزان الجهوية، استخدم الباحث المنهج الوصفي التفسيري والتحليلي للكشف عن مدى اهتمام إذاعة غليزان الجهوية

¹ العلمي قواسمية، يعقوب سالم، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل دراسة مفاهيمية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 09، العدد 03، 2021، ص 103.

بالبرامج الاجتماعية وكذا محاولة إبراز أساليب إعداد وتقديم هذا النوع من البرامج من خلال إجراء دراسة ميدانية اعتمدت على أداة الملاحظة بالمشاركة والمقابلة على عينة قوامها 06 مبحوثين من معدي ومقدمي البرامج الاجتماعية بإذاعة غليزان الجهوية بطريقة العينة القصدية وقد توصلت إلى أن الإذاعة المحلية لغليزان لها استراتيجية مبسطة في تخصيص مساحة كافية للبرامج الاجتماعية والتي تعتمد على البث المباشر، التفاعلية، مشاركة الجمهور والتوقيت المناسب في الفترة الصباحية، يفضل معدي ومقدمي البرامج الاجتماعية اللغة العامية البسيطة، كما أنها تخضع لأسس وقواعد من أجل تقديم رسائل هادفة من بينها مراعاة خصائص المجتمع والالتزام بالأخلاق المهنية والخط الافتتاحي للمؤسسة.

من خلال استعراض هذه الدراسة، نشير إلى أنها تشابهت مع دراستنا في تناولها متغير البرامج الاجتماعية، بينما تختلف من حيث أن دراستنا تقوم على تحليل برنامج اجتماعي تلفزيوني للكشف عن مدى التزامه بالمسؤولية الاجتماعية، بينما تعالج هذه الدراسة القائم بالاتصال من خلال البحث في أساليب إعداد وتقديم البرامج الاجتماعية عبر إذاعة غليزان الجهوية.

وقد استفدنا من هذه الدراسة في صياغة الأسئلة الفرعية وفي النتائج التي تم التوصل إليها والاعتبارات التي يضعها القائمين على إعداد وتقديم البرامج الاجتماعية عبر إذاعة غليزان الجهوية.

الدراسة الثالثة: دراسة محمد الفاتح حمدي ومراد شتوان بعنوان "القيم في محتويات البرامج التلفزيونية ذات الطابع الخيري":
دراسة تحليلية لبرنامج "قلي اطمأن" عبر شاشة قناة أبو ظبي التلفزيونية الفضائية. تناولت الدراسة موضوع القيم التي تناولها البرنامج من خلال تحليل جميع حلقاته في الموسم الثالث (30 حلقة)، بالاعتماد على منهج تحليل المحتوى وقد توصلت الدراسة إلى أن البرنامج يروج للقيم الأخلاقية والدينية في المرتبة الأولى ومجموعة من القيم الإيجابية الأخرى منها الاقتصادية والاجتماعية، عرضت حلقات البرنامج بأكثر من لهجة عربية وهذا راجع إلى تنقل طاقم البرنامج من بلد عربي للأخر، اعتمد البرنامج على شعارات متعددة توحى بالسعادة والفرح والسرور، وقد عرض على شكل مقابلة حوارية بين الصحفي والحالات التي مرت في البرنامج مع التركيز على الحالات المعروضة.
من خلال استعراض هذه الدراسة، نشير إلى أنها تشابهت مع دراستنا في كونها تقوم على تحليل برنامج تلفزيوني ذو طابع اجتماعي والكشف عن مدى التزامه بالمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام
وقد استفدنا منها في إعداد استمارة التحليل في دراستنا ومختلف التصنيفات الواردة فيها، مع الإشارة إلى الاستفادة أيضا من أسلوب التحليل وعملية استعراض النتائج.

الدراسة الرابعة: دراسة مسامح وهيبة بعنوان "المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في البرامج التفاعلية في الفضائيات العربية- دراسة تحليلية لبرنامج قمر 2 على قناة MBC1"، هدفت الدراسة بشكل عام إلى رصد وتحليل خصوصية البرامج الاجتماعية التفاعلية من خلال برنامج قمر 2، تم جمع بيانات الدراسة من خلال استمارة تحليل محتوى، كما تم الاعتماد على العينة القصدية والمسح الشامل لكل الحلقات الخاصة بالموسم الثاني من البرنامج محل الدراسة، خلصت الدراسة إلى أن البرنامج اعتمد على مستويين من التفاعلية، أولى البرنامج الاهتمام بالقضايا الاجتماعية من خلال تخصيص حيز زمني كبير لها، تنوع لغات البرنامج مع تسجيل غلبة في توظيف اللغة العربية العامية، واعتماده على أساليب إقناعية تنوعت بين عقلية وعاطفية وحملت في المقابل مجموعة من القيم انقسمت بين قيم موجهة للتحلي بها وقيم موجهة للتحلي عنها.

من خلال استعراض هذه الدراسة، نشير إلى أنها تشترك مع دراستنا في كونها دراسة تحليلية لبرنامج تلفزيوني من حيث الشكل والمضمون، كما تشترك في كونها تبحث في كيفية المعالجة الإعلامية للقضايا أو المواضيع الاجتماعية عبر برنامج تلفزيوني.

ونظرا لذلك استفدنا منها في صياغة بعض الأسئلة الفرعية في دراستنا وكذلك في تحديد وحدات وفتات التحليل التي تتناسب مع موضوع الدراسة وأهدافه.

الدراسة الخامسة: دراسة شابونية زهية وبوالفلل ابراهيم بعنوان "المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية ضرورة حتمية ومطلب تنموي"، سعت الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية المسؤولية الاجتماعية وكيفية تفعيل الدور التنموي للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية من خلال الالتزام به. وقد اعتمدت على المنهج الوصفي للتعرف على الأهمية التنموية للمسؤولية الاجتماعية للإعلام وتوصلت إلى أن البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية تلعب دورا بارزا في تشكيل وصناعة الواقع، كما أن هذا النوع من البرامج في العالم العربي يعاني من سلبيات تشمل أصالة فكرتها والأبعاد الإنتاجية والإبداعية وأساليب المعالجة الإعلامية والذي يعود إلى استنساخها عن البرامج الغربية في قالبها الجاهز.

من خلال استعراض هذه الدراسة، نشير إلى أن الدراسة الحالية اشتركت مع هذه الدراسة في تناولها متغير البرامج الاجتماعية وتحليلها لواقع تجسيد هذه البرامج عبر الفضائيات العربية، كما تشترك في تركيزها على مدى التزام هذه البرامج بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام. وقد استفدنا منها في نتائج القراءات التحليلية لواقع ومحتوى هذه البرامج الاجتماعية ومدى ملائمتها لطبيعة الجمهور المستهدف في ظل استنساخها قالب وفكرة من برامج أجنبية.

6. مجتمع الدراسة والعينة:

مجتمع الدراسة: يقصد به "جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث"¹ ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا في جميع حلقات البرنامج الاجتماعي الأسبوعي "إلي فات مات" الذي يتم بثه على قناة الشروق العامة. وتم اختياره للأسباب التالية:

- برنامج اجتماعي يطرح ويناقش قضايا وحالات اجتماعية من واقع المجتمع الجزائري.
- النجاح الكبير الذي حققه برنامج "إلي فات مات" ونسب المشاهدة العالية التي سجلها.
- افتقار البرنامج إلى أخصائيين وخبراء يعملون على تحليل القضية وتقديم المساعدة في حلها من خلال تقديم النصح لكلا الطرفين.
- استقطاب البرنامج محل الدراسة للمشاهدين سواء عبر شاشات التلفزيون أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ عبد الجبار توفيق البياتي، جمال خليفة غازي، طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 77.



بطاقة فنية لبرنامج إلي فات مات	
عنوان البرنامج	إلي فات مات
نوع البرنامج	اجتماعي
القناة التي يبث عبرها	قناة الشروق العامة
تاريخ عرض البرنامج	يوم الأربعاء على الساعة 20:45
مقدم البرنامج	هشام بوقفة سابقا وجمال شندالي حاليا.
مدة عرض البرنامج	60 د تقريبا

المصدر: من إعداد الباحثين.

عينة الدراسة: "تعرف العينة على أنها المجموعة الجزئية التي يقوم الباحث بتطبيق دراسته عليها، حيث تكون ممثلة بخصائص مجتمع الدراسة الكلي"¹

وقد تم الاعتماد على أسلوب المعاينة نظرا لصعوبة تطبيق عينة الحصر الشامل في تحليل جميع حلقات برنامج "إلي فات مات" وهذا راجع إلى عددها الكبير، حيث بدأ بث البرنامج على شاشة قناة الشروق العامة في نوفمبر 2020 وكذا طول البرنامج الذي يقدر بحوالي ساعة تقريبا، كما يعود إلى عدم تنزيل كل حلقاته على موقع اليوتيوب الذي تم الاعتماد عليه في تنزيل الحلقات التي تم تحليلها.

لذلك تم الاعتماد على العينة العشوائية في اختيار العينة محل الدراسة وهي "تلك النوع الذي تعطى فيها كل مفردة من مفردات المجتمع فرصة متكافئة للاختيار ضمن العينة"² وتبرير ذلك أن جميع حلقات البرنامج تشترك في طرحها ومعالجتها لمشكلات وقضايا اجتماعية من واقع المجتمع الجزائري وتحاول تقديم الحلول وفك الخلاف بين الأطراف المتنازعين في القضية المعروضة، وبذلك فإنها تحقق أهداف البرنامج الذي يسعى للكشف عن مدى احترام والتزام القائمين على البرنامج بالمسؤولية الاجتماعية.

الرقم	مفردات العينة/عنوان الحصة	تاريخ بث البرنامج	مدة الحلقة
01	عدد جديد ومؤثر.. العالوية وزوجها من وهران	18 جانفي 2023	57:25 د
02	ظن أن عائلته تسببت في ضياعه، لكن تدارك الأمر وصالح والدته	22 فيفري 2023	49:14 د
03	قصة التضحية لزييدة مع شقيقها	1 مارس 2023	54:31 د
04	كاميليا وزوجة أبيها	8 مارس 2023	50:50 د
05	سيد أحمد والزوجة الخامسة	15 مارس 2023	58:20 د

¹ رزقي خليفي، هجيرة شيقارة، منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة معارف، العدد 23، 2017، ص 282.

² كمال الحاج، منهج البحث الإعلامي، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 102.

7. منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تقوم على وصف وتحليل محتوى البرامج التلفزيونية، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي كونه الأنسب لهذه الدراسة التي تدرس مدى التزام البرامج التلفزيونية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية والذي يعرف بأنه "مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتماداً على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا، لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث"¹

8. أداة الدراسة:

تم الاعتماد على استمارة تحليل المحتوى في تحليل مضمون الحلقات المختارة وفق عينة الدراسة كونها الأداة المناسبة في تحليل البرامج استناداً إلى وحدات وفئات التحليل المناسبة للدراسة.

وحدات التحليل:

تم الاعتماد على وحدة الفكرة في دراستنا التي تعتبر الأكثر استخداماً في بحوث تحليل المحتوى، كونها تحقق أهداف دراستنا، إذ تم من خلالها تحديد طبيعة القضايا والمشاكل المطروحة، الأهداف، الجمهور المستهدف وباقي الفئات الأخرى.

فئات التحليل:

● فئات الموضوع (ماذا قيل):

وتشمل تلك الفئات التي تستخدم لوصف محتوى أو مضمون هذه البرامج ومن بينها: طبيعة المواضيع، الأهداف، الجمهور المستهدف، الإستعمالات المستخدمة... وفي هذه الدراسة تضمنت الفئات التالية:

فئة المواضيع: ونقصد بها طبيعة القضايا أو المشاكل التي تم معالجتها عبر برنامج "إلي فات مات" على قناة الشروق العامة متمثلة في : طابوهات- مشاكل عائلية- طلب مساعدة- اعتراف بجميل.

فئة المجال الجغرافي: ويتمثل في التوزيع الجغرافي للقضايا والمشاكل المعروضة عبر برنامج "إلي فات مات" على قناة الشروق العامة: شرق- غرب- شمال- جنوب.

فئة الأهداف: وتتمثل في الأهداف الظاهرة للبرنامج: الإعلام بالقضية- توعية المجتمع- لم شمل العائلة- حل مشاكل عائلية- تقديم مساعدة مادية- توجيه رسائل للمسؤولين.

فئة الفاعلين: وهم المحركين الأساسيين في مضمون برنامج "إلي فات مات" على قناة الشروق العامة والمتمثلين في: المقدم-الضيوف- الجمهور.

فئة القيم الواردة عبر البرنامج: قيم إيجابية- قيم سلبية.

فئة الأساليب الإقناعية: عقلانية (الاستناد إلى المرجع الديني، الاستشهاد بتجارب سابقة، استخدام المنطق-عاطفية(البكاء، الموسيقى الحزينة، التوسل، الندم والاعتراف بالخطأ)-تخوفية(افتراض وقوع نتائج خطيرة، التركيز على عواقب الأمور، وضع المشاهد محل الضيف).

فئة أسلوب عرض القضية: وتنقسم إلى إعطاء كل طرف حقه في التعبير-الاكتفاء برأي طرف واحد.

فئة أسلوب معالجة القضية: وتم تصنيفها إلى تشخيص القضية- تسيير الحصة نحو فك النزاع- تقديم حلول.

¹ سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة، عمان، ط 1، 2019، ص 126.

فئة الشخصيات المستضافة: ونقصد به خصائص ضيوف البرنامج وقد قسمناها إلى: حسب العمر (أطفال-شباب-كهول-مسنين)، حسب المستوى التعليمي (ابتدائي-إكمالي-ثانوي-جامعي).

فئة الجمهور المستهدف: المخاطب من قبل برنامج "إلي فات مات" وقسمناه إلى: الآباء-الأبناء-الإخوة، الأزواج-المواطنون-المسؤولين.

• فئات الشكل (كيف قيل):

وهي الفئات الموظفة في وصف طرق عرض أو تقديم المادة الإعلامية مثل: عناصر الإخراج الفني، الديكور، المدة الزمنية وغيرها وتمثلت في هذه الدراسة في الفئات التالية:

فئة عنوان الحلقة: إخباري- وصفي - مقتبس.

فئة اللغة المعتمدة: وهي لغة تقديم البرنامج: عربية فصحي - عامية - مختلطة.

فئة خصائص ديكور البرنامج: نوع وحجم الاستوديو-الألوان الموظفة- الإضاءة- وضعية الضيوف.

9. الإطار النظري للدراسة:

9.1 المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

تقوم نظرية المسؤولية الاجتماعية على مبدأ الحرية ضمن حدود معينة، فالحرية المطلقة مفسدة مطلقة، كما تعتبر النظرية ملكا للصالح العام أي تخضع للأمن الاجتماعي، ومحاولة إيجاد مصالحة بين استقلال الصحافة والتزامها نحو المجتمع، ذلك بقيام الصحافة بوظائف عدة أساسية في المجتمع، وأن تلتزم بمعايير المهنة¹ ومن هنا كانت النظرية النموذج الذي يضبط حرية الصحافة في معالجة مختلف الأحداث والقضايا عبر مختلف وسائل الإعلام، لكن نلاحظ أن العديد من الأشكال والقوالب الإعلامية تجاوزت معايير المهنة الصحفية واخترقت الحياة الخاصة للمجتمع وسعت وراء تحقيق الربح المادي التجاري على حساب مضمون البرامج، فنجد هذه الوسائل أثناء أدائها لوظيفة تزويد الجمهور بالمعلومات والحقائق لأن الجمهور لديه الحق في المعرفة، تسقط في العدد من التجاوزات المهنية والناجمة عن عدم التفكير بمختلف التأثيرات التي تترتب عن محتوى هذه الوسائل سواء على المدى القريب أو البعيد.

9.2 البرامج التلفزيونية الاجتماعية من الغرب إلى العرب:

تعد البرامج الاجتماعية التي تبث عبر مختلف القنوات التلفزيونية العربية نسخ من برامج أجنبية مثل برنامج *the moment of truth* والتي تقوم على مناقشة مختلف المشاكل والقضايا العائلية كونها مجتمعات متحررة لا تقوم على مبادئ الخصوصية بين أفراد المجتمع، حيث انطلقت هذه البرامج على المستوى العربي من خلال أخذ أفكار وقوالب هذه البرامج الغربية وتجسيدها عبر فضائياتها، ومن هنا كان اكتساح هذه البرامج الفضائيات العربية على غرار برنامج "حكايات تونسية"، "المسامح كريم"، "ما عندي ما نقلك" وغيرها اعتمادا على استنساخ برامج أصلية معروفة في القنوات الأوروبية والأمريكية رغم اختلاف السياق الاجتماعي والثقافي والنفسي للمشاهد العربي عما هو موجود لدى المشاهد الغربي بالنظر إلى اختلاف منظومة القيم²، يضاف إلى ذلك عدم إعطاء الأولوية والأهمية للتأثيرات الناجمة عن هذه البرامج لضيوف

¹ عبير الرحباني، الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط01، 2013، ص 47.

² الطاهر طويل (14 جانفي 2016)، برامج تلفزيونية تحول الضيوف إلى مسخرة... ومرض عربي اسمه استنساخ البرامج الغربية، <https://www.alquds.co.uk>، 2023/03/27.

الحلقات على حياتهم العادية. ومن ثم تكون النتيجة ارتكاب عدة أخطاء مهنية، مثل المساس بالكرامة الإنسانية والاعتداء على الحياة الخاصة

أما على المستوى الوطني فقد حققت البرامج الاجتماعية عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة نسب مشاهدة عالية ونجاح كبير رغم أنها تعتبر تجربة حديثة مقارنة بالقنوات الأجنبية والعربية، حيث أنها تستهدف الجمهور الجزائري من خلال نقل وعرض تجارب مأساوية لضحايا المجتمع ومختلف المشاكل الاجتماعية التي يتعرض لها المواطن الجزائري والتي غالبا ما تكون مغيبة في البرامج الأخرى.

9.3 البرامج الاجتماعية فضاء لتصوير الواقع الاجتماعي:

تعتبر البرامج الاجتماعية أحد الأشكال البرمجية التي تلعب دور كبير في التأثير على الجمهور المشاهد من خلال غوصها في قلب المجتمع وطرحها لمختلف القضايا والمشكلات الاجتماعية، إذ تحاول هذه البرامج تسليط الضوء والبحث في خلفيات المشكلات التي تواجه أفراد المجتمع ومحاولة إيجاد حلول لها، مع "مراعاة تضمينها لمختلف الأحداث الاجتماعية ذات الصلة بحياة المجتمع، تستخدم فيها الوسائل الاتصالية والتكنولوجية التي تسهل نقل الأحداث والبرامج إلى حدود بيوت المشاهدين بغية التأثير فيهم"¹ كما تعتبر الأكثر قربا من الجمهور المستهدف كونها تعالج مواضيع وقضايا مستنبطة من واقعه المعيشي خاصة فيما يخص ذلك النوع من البرامج التي تقوم على تسليط الضوء على واقع المواطن دون تزييف وكشف الستار عن القضايا والمواضيع المغيبة في مختلف البرامج والقوالب الإعلامية وهذا ما جعلها من أكثر البرامج انتشارا واستنساخا كون كل مجتمع يقوم على خصائص معينة وهذه البرامج تعالج وتسلط الضوء على مشاكل المجتمع المخاطب وتعالج القضايا من واقعه المعيشي.

10. الإطار التطبيقي للدراسة:

10.1 من حيث المضمون:

الجدول 1: يمثل طبيعة المواضيع المعالجة في برنامج "إلي فات مات"

طبيعة المواضيع المعالجة	ت	%
مشاكل عائلية	03	50%
طابوهات	01	16.67%
طلب مساعدة	/	/
اعتراف بجميل	02	33.33%
المجموع	06	100%

المصدر: من إعداد الباحثين

تكشف بيانات الجدول رقم 01 تنوع المواضيع والقضايا المعروضة عبر برنامج "إلي فات مات"، مع التركيز على المشاكل العائلية كالطلاق والنزاع حول الميراث في المرتبة الأولى بنسبة 50% ثم الاعتراف بجميل شخص ما بنسبة 33,33%، وأخيرا الطابوهات وهي القضايا التي

¹ أسماء مرابط، القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية الوطنية 1 (أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه)، جامعة قسنطينة 03، 2019-

تصنف ضمن خانة المواضيع الخاصة والخطوط الحمراء في المجتمع الجزائري بنسبة 16,67% مثل الهروب من المنزل، فيما غابت تلك الحالات التي تستعين بالبرنامج من أجل طلب مساعدة مادية من الجمهور أو المسؤولين عبر الحلقات التي تم تحليلها في هذه الدراسة، وهذا ما يوضح اهتمام البرنامج وقيامه على مبدأ التسامح وطي صفحات الماضي وحل مختلف الخلافات والنزاعات العائلية والتذكير بأهمية العلاقات الأسرية والروابط العائلية، بما يتوافق ومبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تطالب بتحقيق خدمة المجتمع وفق معايير رفيعة، وأيضا التعرض إلى كافة المشكلات التي تواجه مختلف شرائح المجتمع، حيث يسعى البرنامج إلى توعية المجتمع من خلال سرد وعرض تجارب لحالات معينة من أجل أخذ العبر والدروس من هذه التجارب، كما يسعى إلى لم شمل العائلة وحل مختلف القضايا العائلية العالقة، ومن هنا يبرز دور البرنامج الإيجابي وتجسيده لمبادئ المسؤولية الاجتماعية في تقديم إعلام هادف ومفيد للجمهور.

كما يسعى إلى تسليط الضوء على النواحي الإيجابية في المجتمع الجزائري من خلال التطرق إلى عرض حلقات تحمل اعتراف بجميل شخص ما وشكره من أجل تعزيز هذه الثقافة ودور وسائل الإعلام في تدعيم القيم الإيجابية في المجتمع ونشرها.

الجدول 2: يمثل التوزيع الجغرافي للقضايا المعروضة في برنامج إلي فات مات.

المجال الجغرافي	ت	%
شرق	02	40%
غرب	02	40%
شمال	01	20%
جنوب	/	/
المجموع	05	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

تظهر بيانات الجدول رقم 02 أن القضايا والمشاكل الاجتماعية المطروحة عبر برنامج "إلي فات مات" موزعة عبر مختلف مناطق الوطن، إذ جاءت كل من منطقة الشرق والغرب بنسب متساوية قدرت ب 40% والشمال بنسبة 20%، فيما انعدمت نسبة منطقة الجنوب وهذا راجع إلى نظام البرنامج في انتقاء المواضيع المعالجة عبره، حيث يعتمد على استقبال القضايا عبر الهاتف والصفحة الخاصة به ليقوم بعدها باختيار الحالة وفق معايير معينة توافق سياسة المؤسسة الإعلامية كما يعود إلى طبيعة خصائص كل مجتمع غالبا ما نجد سكان الجنوب متكتمين على حياتهم وخصوصياتهم مقارنة بالمناطق الأخرى للوطن.

وهنا تتضح موضوعية البرنامج في انتقاء الحالات المعروضة عبره دون التحيز لحساب منطقة على أخرى، فالموضوعية تمثل أحد المعايير المهنية التي تنادي نظرية المسؤولية الاجتماعية للالتزام بما سعيًا لخدمة المجتمع. كما تقوم النظرية على "وجوب أن تكون الصحف ممثلة للشعب ككل، وليس للمصالح الخاصة"¹، من خلال نقل انشغالات الأفراد وتلبية احتياجاتهم ووضعها في المرتبة الأولى. وهذا ما جسده البرنامج من خلال المساواة بين أفراد المجتمع الجزائري باختلاف أعمارهم ومستوياتهم وتوزيعهم الجغرافي، وإعطاء كل فرد جزائري حقه في إمكانية طرح مشكلته عبر شاشة البرنامج من خلال إرسال طلب الاستضافة عبر البرنامج، من أجل إيصال صوته والبحث عن حلول لقضيته ومشكلته

¹ محمود عزت اللحام، علي فلاح الضلاعين، ماهر عودة الشمايلة، مصطفى يوسف كافي، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص 226.

وذلك عن طريق اعتماد الانتقاء الموضوعي للقضايا بحيث يعتمد البرنامج على عرض القضايا التي يراها تستحق العرض حسب أولويتها وأيضا حسب الطلبات التي يتلقاها، دون التحيز لمنطقة على أخرى أو شخص على آخر. مع الإشارة إلى أن عينة الدراسة فقط لم تشمل منطقة الجنوب وهناك العديد من الحلقات التي تمت مشاهدتها وقامت باستضافة حالات من جنوب الوطن تنقل قضاياهم ومختلف المشكلات التي تواجههم.

الجدول 3: يمثل أهداف برنامج إلي فات مات

أهداف البرنامج	ت	%
الإعلام بالقضية	05	29,41%
توعية المجتمع	05	29,41%
لم شمل العائلة	03	17,65%
حل مشاكل عائلية	04	23,53%
تقديم مساعدة مادية	/	/
توجيه رسائل للمسؤولين	/	/
المجموع	17	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

تشير بيانات الجدول رقم 03 إلى تصدر هدف الإعلام والإخبار قائمة الأهداف التي يسعى البرنامج محل الدراسة إلى تحقيقها بنسبة 29,41%، تجسيدا لإحدى مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية وهو أنه على وسائل الإعلام أن تعمل على "وضع المعلومات أمام المواطنين وعدم إخفائها إلا لأغراض أمن المجتمع والدولة"¹، وهذا ما يقوم عليه البرنامج من خلال نقل معلومات وقضايا ومشكلات المجتمع الجزائري إلى المجتمع نفسه بهدف تحقيق الوظيفة الأساسية والأولى لوسائل الإعلام في تقديم المعلومات والأخبار بطريقة موضوعية وصادقة للجمهور، وأيضا حق المواطن في التعرف على واقعه الاجتماعي بضرورة توفير وسائل الإعلام معلومات كافية للجمهور عن المجتمع الذي ينتمي إليه، كون هذا النوع من البرامج يختص بتسليط الضوء على مختلف القضايا والمشكلات التي يعاني منها المجتمع والبحث في خلفياتها وأسبابها وأخيرا البحث عن حلول لها والتي تكون مغيبة نوعا ما في برامج أخرى، وكذا التوعية من خلال نقل تجارب لأشخاص في المجتمع والأخذ بها كدروس وعبر نستخلصها من مدرسة الحياة والتجارب المعروضة، ثم حل المشاكل العائلية بنسبة 23,53% والتي يقوم عليها البرنامج وينادي من خلالها إلى ضرورة تقوية الروابط العائلية من خلال الاستماع والاحترام والتفهم من أجل تفادي الوصول إلى هذه المراحل وأيضا دعوته إلى إعطاء فرصة أخرى من أجل البدء من جديد ورؤية الموضوع أو المشكل المطروح من زاوية أخرى، ثم لم شمل العائلة خاصة فيما يخص المشاكل بين الأزواج ومحاولة منع تفكك الأسر وتفريقها. فالبرنامج يسعى إلى نشر وتحقيق أهداف المجتمع من خلال البحث عن حلول لمختلف المشكلات والقضايا التي تواجهه، وأيضا توعية الجمهور المشاهد لتجنب تكرار هذه التجارب وإرشاد وتوجيه الأفراد الذين يعانون من نفس المشكلات المطروحة عبر البرنامج الذي يسرد عينات فقط من مجتمع كبير سعيا لتعميم الفائدة على كافة أفراد.

¹ حسين ابراهيم الفلاح، الديمقراطية والإعلام والاتصال دراسة في العلاقة بين الديمقراطية والإعلام وطبيعة الإعلام الديمقراطي ووظائفه، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013، ص 150.

الجدول 4: يمثل القيم الواردة في برنامج إلي فات مات .

القيم الواردة	ت	%
قيم ايجابية	08	57,14%
قيم سلبية	06	42,86%
المجموع	14	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

يوضح الجدول رقم 04 انقسام القيم الواردة عبر البرنامج بين قيم ايجابية (57,14%) وأخرى سلبية (42,86%)، حيث حملت حلقات البرنامج قيم ايجابية كاحترام المرأة وإعطائها حقوقها والاعتراف بفضلها ومكانتها في المجتمع، التسامح من خلال دعوة البرنامج إلى قلب الصفحات القديمة وفتح صفحة جديدة بين الأطراف المتنازعين، بر الوالدين، الاعتراف بالخطأ هو بداية لحل مختلف المشاكل، التفاهم بين الأزواج وأهميته في تكوين أفراد سويين، العطف على الزوجة، الاعتراف بجميل وفضل الأشخاص في المجتمع، النصح والتوعية، كما حملت إحدى حلقات البرنامج قيمة جميلة تحاول من خلالها محو الصور الخاطئة في المجتمع "زوجة الأب أم ثانية" من خلال قيامها بكل وظائف وأدوار الأم كاملة دون نقصان.

وهذا مع يتوافق مع الأهداف التي يسعى البرنامج إلى تحقيقها سواء في حل المشكلات المطروحة عبر أستوديو البرنامج أو من خلال بعث رسائل توعية ونصح للجمهور خلف شاشة البرنامج، التي تحمل العديد من القيم الايجابية التي تشجع على التحلي بها. فحسب نظرية المسؤولية الاجتماعية يجب على وسائل الإعلام أن "تتجنب كل ما من شأنه أن يساعد على حدوث الجرائم والعنف، وإشاعة الفوضى في المجتمع"¹. وبالتالي إعطاء الأولوية في إعداد وتقديم هذه البرامج لمختلف التأثيرات التي تخلفها على مستوى الجمهور المشاهد.

لكن حسب تحليلنا لعينة من حلقات برنامج "إلي فات مات" فإن البرنامج لم يخلو من قيم سلبية، حيث سجلنا ظهور العديد من القيم السلبية التي تتنافى مع المبدأ سالف الذكر في تجنب نشر ما يساعد على حدوث الجرائم والعنف في المجتمع، من بينها: العنف، الطلاق، عقوق الوالدين، التفريق بين الإخوة، الهروب من المنزل، السحر والشعوذة، ونظرا لإمكانية مشاهدة مختلف فئات المجتمع لهذه الحلقات فتعتبر الفئات الهشة من المجتمع مثل الأطفال والمراهقين عرضة للخطر من خلال التعرض للبرنامج، "إذ تبين العديد من الدراسات أن الطفل المراهق يتفاعل نفسيا مع ما يشاهده من صور وبرامج تلفزيونية، خاصة وأن بعضها يتناول قضايا لم يسبق للطفل التفكير فيها والتي تؤدي إلى وضعه في دائرة القلق والتوتر الانفعالي"².

¹ عبد الهادي محمود الزبيدي، المسؤولية الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص228.

² بوعموشة نعيم، البرامج التلفزيونية وأثرها على المراهق: دراسة ميدانية ببعض أحياء مدينة جيجل، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، 2020، ص 247.

وهذا ما لا يتوافق مع وظائف الصحافة وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية، فتعرض الجمهور المشاهد باختلافاته وتنوعه إلى هذه القيم عبر البرنامج يضع احتمالية التأثير العكسي للبرنامج الذي يعمل على نشر هذه القصص من أجل التوعية لتجنب تكرار هذه الأحداث والمعاناة في المستقبل مع أشخاص آخرين.

الجدول 5: يمثل الشخصيات الفاعلة في برنامج إلي فات مات.

الفاعلين	ت	%
المقدم	05	33,33%
الضيوف	05	33,33%
الجمهور	05	33,33%
المجموع	15	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

يبرز الجدول رقم 05 اعتماد البرنامج على المقدم وضيوف الحلقات في عرض ومعالجة القضايا والمشكلات المطروحة عبر المساحة الزمنية المخصصة له، فقد اكتفى البرنامج بالمقدم في معالجة القضية ووضع كافة المسؤولية عليه في أن يكون مسؤول أمام الجمهور في تسيير حلقة البرنامج وتحقيق أهدافه في حل المشكل المطروح وتقديم النصح والإرشاد لضيوف الحلقات في ظل غياب مختصين نفسانيين أو مرشدين دينيين أو قانونيين يساعدون على تحليل القضية أو المشكلة المطروحة كل حسب تخصصه من أجل الوقوف على كل تفاصيل القضية وخلفياتها، تمهيدا للوصول إلى حلول لها أو اقتراحات تساعد هؤلاء الأفراد على تجاوز هذه المشكلات التي يواجهونها، وذلك عن طريق طرح الأسئلة على المستضيف وكذلك الشخص المدعو للاستماع إلى كل شخص من أجل الإلمام بالقضايا ورؤيتها من كلا الزاويتين ليسهل عليه فهم القضية ثم البحث عن حلول وتقديم النصح والإرشاد لحل المشكلات المعروضة عبر حلقات البرنامج، كما يبرز دور الضيوف في البرنامج من خلال سرد الوقائع والأحداث ومجريات القصة، بينما يعتبر الجمهور إحدى العناصر الموظفة في ديكور البرنامج وقد اقتصر دوره على التصفيق فقط أو التركيز على ردة فعله وتفاعله مع القصة في عملية الإخراج الفني للبرنامج.

الجدول 6: يمثل الإستمالات العقلية في برنامج إلي فات مات

الاستمالات العقلية	ت	%
الاستناد إلى المرجع الديني	06	42,86%
الاستشهاد بتجارب سابقة	01	7,14%
إعمال المنطق في اتخاذ القرارات	07	50%
المجموع	14	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

توضح بيانات الجدول رقم 06 عمل البرنامج على توجيه الجمهور وكذا ضيوف الحلقات إلى ضرورة إعمال العقل واستخدام المنطق في اتخاذ مختلف القرارات وأيضاً في التعامل مع مختلف المشكلات التي تواجهه، حيث جاءت بأعلى نسبة قدرت بـ 50%، تليها ربط الموضوع بالجانب الديني وأحكامه في التعامل مع هذه الحالات والمواضيع وإيجاد حلول لها بنسبة 42,86%، وأخيراً الاستشهاد بتجارب سابقة في التعامل مع مثل هذه المشاكل والقضايا الاجتماعية بنسبة 7,14%. وهذا ما يجعل البرنامج أكثر واقعية في التعامل مع المشكلات والبحث عن حلول وتقديم النصح للجمهور وهو ما يتوافق مع نظرية المسؤولية الاجتماعية في التأكيد على دور وسائل الإعلام في تنوير عقول الجماهير وإرشادهم وعدم استغلال احتجاجهم ومشاعرهم لتحقيق مصالح خاصة.

الجدول 7: يمثل الاستمالات العاطفية الموظفة في برنامج إلي فات مات.

الاستمالات العاطفية	ت	%
البكاء	33	34,02%
الموسيقى الحزينة	54	55,67%
التوسل	/	/
النم والاعتراف بالخطأ	10	10,31%
المجموع	97	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

توضح بيانات الجدول رقم 07 اعتماد البرنامج على الاستمالات العاطفية بدرجة كبيرة بهدف كسب استعطاف الجمهور للقضية، حيث احتلت الموسيقى الحزينة المرتبة الأولى بنسبة 55,67% أثناء قيام الضيوف بالانفعال عند تذكر أشياء حزينة وسرد تجارب مؤلمة مرت بها، يليها البكاء بنسبة 34,02%، حيث نلاحظ بكاء الشخصيات المستضافة عبر البرنامج أثناء سردها لمشكلتها وتأثرها وكذا الجمهور الحاضر بالبلاطو الذي يتفاعل بالبكاء وفي بعض الحلقات نشاهد حتى بكاء مقدم البرنامج، يليها الندم والاعتراف بالخطأ بنسبة 10,31% فيما انعدمت نسبة التوسل عبر الحلقات التي تم تحليلها من البرنامج، وكلها أساليب تستهدف عاطفة الإنسان من أجل التأثير فيه وكسب تعاطفه مع تلك الحالات الإنسانية المعروضة عبر البرنامج. كما تعتبر من الأساليب الموظفة في بعث رسائل توعية للجمهور لتفادي الوقوع في مثل هذه المشكلات لتجنب الوصول لهذه المراحل.

الجدول 8: يمثل الاستمالات التخويفية المعتمدة عبر برنامج إلي فات مات.

الاستمالات التخويفية	ت	%
افتراض وقوع نتائج خطيرة	01	12,5%
التركيز على عواقب الأمور	04	50%
وضع المشاهد موضع الحالة المعروضة	03	37,5%
المجموع	08	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

تشير بيانات الجدول رقم 08 إلى توزيع البرنامج لعنصر التخويف من خلال التركيز على عواقب الأمور السيئة بنسبة 50% يليها وضع المشاهد موضع الضيف من خلال افتراض وقوع نفس المشكل مع الجمهور المشاهد بنسبة 37,5% يليها افتراض وقوع نتائج خطيرة جراء أفعال عشوائية غير مسؤولة كافتراض حدوث جريمة قتل دون قصد أثناء ممارسة العنف مهما كانت صفته أو درجته على شخص ما. وتعتبر هذه الأساليب التخويفية إحدى أساليب البرنامج في العمل على معالجة هذه القضايا والمشكلات المطروحة، بهدف التقليل من الأفعال السيئة، الأعمال غير المسؤولة، والأخطاء المرتكبة جراء التسرع في اتخاذ القرارات، والتي يسعى البرنامج من خلالها إلى نصح، إرشاد، توجيه وتوعية الجمهور من خلال تقديم هذه الحالات والقضايا كدروس وعبر وجب استخلاصها والاستفادة منها في التعامل مع مختلف المشكلات التي تعترضهم في المستقبل.

الجدول 9: يمثل أساليب عرض القضية عبر برنامج إلي فات مات.

أسلوب عرض القضية	ت	%
اعطاء كل طرف حقه في التعبير	04	80%
الاكتفاء برأي طرف واحد	01	20%
المجموع	05	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

تظهر بيانات الجدول رقم 09 اعتماد برنامج إلي فات مات على عرض حلقاته سواء قام الشخص المدعو بتلبية الدعوة أو لا، حيث جاء أسلوب عرض رأي كلا الطرفين في المرتبة الأولى بنسبة 80% ثم الاستماع إلى الطرف الأول فقط في المرتبة الثانية بنسبة 20%، وهذا راجع إلى طبيعة نظام البرنامج الذي يقوم على توجيه دعوة من طرف شخص الذي يقوم بالتعبير عن وجهة نظره ومشكلته مع الشخص الآخر. في حال قام الشخص الثاني بتلبية الدعوة فيكون الاستماع لكلا الطرفين ومحاولة الإصلاح بينهم، حيث يعمل مقدم البرنامج على إعطاء كل طرف حقه في التعبير عن رأيه والرد على أقوال الطرف الآخر بطريقة حيادية وموضوعية مع تحقيق التوازن في توزيع الكلمة على ضيوفه وهذا ما يعتبر تجسيدا للمعايير المهنية التي تنادي بها نظرية المسؤولية الاجتماعية لتحقيق العدل والمساواة بين الأفراد وتحقيق خدمة عمومية تستند إلى معايير رفيعة تحترم حق المواطن على وسائل الإعلام. مع الإشارة إلى محاولة مقدم البرنامج المساعدة في حل المشكلة من خلال تليين القلوب وفي بعض الحالات نلاحظ دعمه لأطراف معينة لفك النزاع والخصومة بين الطرفين.

بينما في حال رفض الطرف الثاني الحضور فهنا تكون القصة من طرف واحد ومن زاوية واحدة ويقتصر هدف الحصة هنا على توعية المجتمع من جهة، وتوجيه رسائل للشخص المدعو عبر شاشة البرنامج لمراجعة حساباته والتفكير مرة ثانية في الموضوع المطروح من جهة أخرى. كما يعود تسجيل البرنامج لنسبة عالية في حضور كلا الطرفين إلى محاولته لتوفير كل مستلزمات الراحة للضيف.

الجدول 10: يمثل أساليب معالجة القضية عبر برنامج إلي فات مات .

أسلوب معالجة القضية	ت	%
تشخيص القضية	05	55,56%
تسيير الحصص نحو فك النزاع	02	22,22%
تقديم الحلول	02	22,22%
المجموع	09	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

يبين الجدول رقم 10 تدرج البرنامج في معالجة القضية بداية بجمع كل المعلومات حول الموضوع أو المشكلة المطروحة من خلال الحوار بين المقدم والضيوف وطرح مختلف الأسئلة لتشخيص القضية بنسبة 55,56%، ثم الاعتماد على أسلوب التليين من أجل تسيير الحصص نحو فك النزاع والخلاف بين الضيوف حسب طبيعة القضية المطروحة وأخيرا محاولة تقديم مقترحات كحلول بنسبة 22,22%، فالبرنامج اعتمد على كل الأساليب المذكورة بالتدرج في محاولة حل المشكلة المعروضة عبر البرنامج.

الجدول 11: يمثل خصائص الشخصيات المستضافة عبر برنامج إلي فات مات .

خصائص الشخصيات المستضافة	ت	%
أطفال	/	/
شباب	03	33,33%
كهول	04	44,44%
مسنين	02	22,22%
المجموع	09	100%
المستوى التعليمي	05	55,56%
ابتدائي	01	11,11%
اكمامي	/	/
ثانوي	03	33,33%
جامعي	09	100%
المجموع	09	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

تعتبر بيانات الجدول رقم 11 عن اختلاف سن ضيوف برنامج "إلي فات مات" ومستواهم التعليمي. من حيث السن: مثلت فئة الكهول النسبة المرتفعة 44,44% كونه السن الأكثر بلوغ ورشد، ويكون الفرد خلال هذه المرحلة قد أخذ الكثير من الدروس فيكتشف أخطائه ويعترف بها ومن ثم يحاول تلافي تلك الأخطاء من خلال استدعاء شخص قام بظلمه أو يريد طلب اعتذار منه، أو شكره أو غيرها، تليها فئة الشباب التي أصبحت أكثر حرية وجرأة في التعبير عن مختلف المشاكل التي تواجهها في المجتمع،

تليها فئة المسنين والذين يمثلون في الغالب الفئة المدعوة إلى البرنامج من أجل التسامح وفك مختلف الخلافات بينهم وبين الأشخاص الذين قاموا بدعوتهم.

وهنا تتضح مسؤولية البرنامج في عرض تجارب وقصص لأفراد بالغين راشدين وعدم استغلال الأطفال والمراهقين بقصصهم المثيرة وما أكثرها في تحقيق مشاهدات عالية، بل يسعى البرنامج من خلال حلقاته إلى توجيه رسائل نصح وإرشاد لهذه الشريحة التي ما زالت في طور تكوين شخصيتها (المراهقين) في التحلي بالقيم الإيجابية والابتعاد عن الأفعال السيئة من خلال التركيز على عواقب الأمور كما ذكرنا سابقا.

من حيث المستوى التعليمي: سجلنا من خلال الجدول استضافة البرنامج لشخصيات بمستوى تعليمي متباين جمع بين المستوى الابتدائي الذي جاء في المرتبة الأولى بنسبة قدرت ب 55,56%، ثم الجامعي بنسبة 33,33% ثم الإكمالي بنسبة 11,11% ويرتبط ذلك بسن الضيوف حيث أن غالبية الضيوف كانوا كهول ذو مستوى تعليمي ابتدائي، بينما يمثل فئة الشباب الفئة المتعلمة الجامعية كما يرتبط بطبيعة المواضيع المعالجة ضمن البرنامج.

الجدول 12: يمثل الجمهور المستهدف من برنامج إلي فات مات.

الجمهور المستهدف	ت	%
الآباء	04	23,53%
الأبناء	03	17,65%
الإخوة	03	17,65%
المسؤولين	/	/
المواطنون	05	29,41%
الأزواج	02	11,76%
المجموع	17	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

يظهر الجدول رقم 12 استهداف البرنامج لمختلف شرائح المجتمع وذلك حسب خصوصية وطبيعة كل موضوع في الحلقة، حيث يتوجه البرنامج إلى كل من المواطنين (29,41%)، الآباء (23,53%)، الأبناء والإخوة (17,65%)، الأزواج (11,76%) من خلال تقديم النصح والتوعية لمختلف الفئات عبر بثه لرسائل مباشرة وضمنية حول المواضيع والقضايا المطروحة لتجنب وتفادي عواقب الحوادث والمشاكل الاجتماعية لمختلف فئات المجتمع. وهذا ما يعكس مسؤولية البرنامج في تلبية انشغالات واحتياجات كافة شرائح المجتمع من نساء، رجال، آباء، أبناء أزواج، زوجات، مسؤولين وغيرهم، عن طريق التطرق إلى مختلف القضايا التي تمهم.

10. 2 من حيث الشكل:

الجدول 13: يمثل أنواع عناوين حلقات برنامج إلي فات مات.

عنوان الحلقة	ت	%
إخباري	05	45,45%
وصفي	05	45,45%
مقتبس	01	9,09%
المجموع	11	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

أخذت حلقات البرنامج عناوين مختلفة من حيث التركيب والصياغة، حيث جاءت العناوين الوصفية والإخبارية بنسب متساوية قدرت بـ 45,45%، ثم العناوين المقتبسة بنسبة 9,09%، ففي غالب الأحيان كانت عناوين معبرة عن مضمون ومحتوى الحلقة مع وجود بعض الحلقات التي بلغت في صياغة عناوينها واعتمدها أسلوب الإثارة لجذب الجمهور للاطلاع على محتواها وأخرى اعتمدت على أسلوب الاقتباس من كلام الضيوف لتلخيص محتوى الحلقة. فالعنوان يأخذ على عاتقه مسؤولية الإعلام أو التلميح للموضوع العام للحلقة وهذا ما عمل فريق الإعداد عليه في صياغة عناوين الحلقات من خلال وصف الموضوع العام مع وضع استفهام أو أسئلة دون إجابات بهدف إثارة فضول المشاهد لاستكمال الحلقة للتعرف على تفاصيل الموضوع والحصول على إجابات للأسئلة العالقة دون إجابة في العنوان.

الجدول 14: يمثل اللغة المستخدمة في برنامج إلي فات مات.

اللغة الموظفة	ت	%
عربية فصحي	05	33,33%
لهجة عامية	05	33,33%
مختلطة	05	33,33%
المجموع	15	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

يبرز من خلال الجدول رقم 14 اعتماد مقدم البرنامج على كل من اللغة العربية الفصحى واللغة العامية وكذا المختلطة في البرنامج بنسب متساوية، وهذا راجع إلى طبيعة البرنامج الذي يخاطب كل فئات المجتمع الجزائري وبالتالي مسؤوليته في بث رسائل واضحة وبسيطة ومفهومة للجمهور المخاطب، إذ يصنف البرنامج ضمن البرامج الاجتماعية التي تقوم على حق المواطن في التعرف على الواقع الاجتماعي الذي ينتمي إليه، وبالتالي وجب تكييفه مع خصائص وسمات الجمهور الذي يستهدفه، كما يعود إلى طبيعة الضيوف أو الشخصيات المستضافة عبر البرنامج والتي تتنوع بين فئة متعلمة وأخرى غير متعلمة وهنا وجب تكييف البرنامج مع خصائص وسمات الضيوف أيضا، فنجد غالبا مقدم البرنامج يعتمد على اللغة العربية الفصحى في بداية البرنامج أثناء تقديمه لموضوع الحلقة وكذا أثناء اختتامه للحلقة فيما يستخدم اللغة العامية وكذا اللهجة الخاصة بضيوف الحلقات مثل الشرق والغرب عبر زمن البرنامج لخلق جو من التفاهم بينهم.

الجدول 15: يمثل خصائص ديكور برنامج إلي فات مات.

ديكور البرنامج	
استعراضي	نوع الأستوديو
متوسط	حجمه
اللون الأحمر والأزرق	الألوان الموظفة
مقعدين متقابلين	وضعية الضيوف

المصدر: من إعداد الباحثين.

اعتمد برنامج إلي فات مات على أستوديو استعراضات متوسط مع تخصيص كراسي للجمهور الحاضر والذي اقتصر دوره عبر البرنامج في التفاعل مع مجريات القضية أثناء الحلقة بالبكاء أو إبداء الاستياء والحزن من خلال إيماءات الوجه وحركات الجسد، كما يعتبر التصفيق من أهم وظائف الجمهور الحاضر في الأستوديوهات الاستعراضية، وقد تم استغلال هذا العنصر في التنوع في اللقطات بالتركيز على ردود أفعال الجمهور وكذا تفاعلهم مع مجريات القصة عبر البرنامج.

أما بالنسبة للألوان الموظفة فقد اعتمد كثيرا على اللون الأحمر وهو لون الإثارة وكذا القوة في إشارة إلى أنه يتطرق إلى مواضيع مثيرة بعيدة عن المؤلف وتتجاوز الخطوط الحمراء وتكشف الخبايا لجذب انتباه الجمهور إلى حضور حلقات البرنامج، واللون الأزرق الذي يعتبر أكثر الألوان جذبا للانتباه لهذا تم توظيفه في ديكور الأستوديو لإعطاء راحة للعين وكسر قوة اللون الأحمر من جهة ومن جهة أخرى لفت انتباه الجمهور لمتابعة البرنامج، كما توزعت الإضاءة بشكل متقارب على كامل أجزاء الأستوديو.

"يعد الديكور من أحد العناصر التي تساهم في توضيح الفكرة وتبسيطها للجمهور المشاهد، حيث يقوم بناءه على ضرورة تعبيره عن فكرة البرنامج وتناسقه مع المشهد التلفزيوني"¹، وهذا ما تجسده البرامج التلفزيونية الاجتماعية عبر القنوات الجزائرية الخاصة، حيث أن المتفرج للوهلة الأولى يلاحظ مدى توافق ديكور البرنامج مع فكرته وهدفه وقالبه، إذ يجلس ضيفا البرنامج على كرسيين متقابلين لكن في وضعية متعكسة بحيث يكون الطرف الأول خلف الطرف الثاني والعكس صحيح مع وجود شاشة يتم من خلالها التواصل بصريا بين طرفا القضية، وفي حالة فك النزاع والتصالح بينهما يتم تدوير الكرسيين ليكونا وجهها لوجه.

وبالتالي فإن البرنامج لا يفرض على أي شخص أن يقابل شخص آخر خاصة وأن أغلب الحلقات تعالج مشاكل خلاف وخصومة بين الأفراد ويحترم رأي وقرار كل شخص في البرنامج.

11. خاتمة:

في الأخير يمكن القول أن برنامج "إلي فات مات" التزم بالمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وبالمعايير المهنية والأخلاقية لمهنة الصحافة، حيث توصلنا من خلال تحليل حلقات من البرنامج إلى:

ركز برنامج "إلي فات مات" وفق العينة محل الدراسة على المشاكل العائلية التي تواجه المجتمع الجزائري في المرتبة الأولى بنسبة 50% ثم الاعتراف بجميل شخص ما بنسبة 33,33%، وأخيرا الطابوهات بنسبة 16,67%، وهذا ما يوضح اهتمام البرنامج بقيامه على مبدأ

¹ إياد أبو عرقوب، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني نظرة إعلامية..هندسية..مهنية، دار البداية، عمان، ط1، 2012، ص 120.

التسامح وطي صفحات الماضي وحل مختلف الخلافات والنزاعات العائلية بما يتوافق وعنوان البرنامج "إلي فات مات" مع التركيز على أهمية توطيد العلاقات الأسرية والروابط الاجتماعية والذي يتوافق مع نتائج الدراسات السابقة (الدراسة الأولى) في تسليط هذا النوع من البرامج الضوء على حالات اجتماعية تواجه مشاكل أسرية ومجتمعية بهدف إيصال صوتها.

توزعت القضايا والمشاكل الاجتماعية المطروحة عبر برنامج "إلي فات مات" وفق العينة محل الدراسة على مختلف ربوع الوطن، إذ جاءت منطقة الشرق والغرب بنسب متساوية قدرت ب 40% والشمال بنسبة 20%، ويفسر ذلك بطبيعة النظام المعتمد في انتقاء القضايا عبر البرنامج من خلال استقبال طلب الاستضافة في البرنامج وفق سياسة المؤسسة الإعلامية.

يهدف برنامج "إلي فات مات" وفق العينة محل الدراسة إلى توعية أفراد المجتمع من خلال قيامه بوظيفة الإعلام والإخبار بتجسيدا لأحد مبادئ الإعلام المتمثل في حق المواطن في التعرف على الواقع الاجتماعي، كما يهدف إلى حل المشاكل العائلية ولم شمل العائلة سيرا في تحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام في خدمة المجتمع.

تحمل حلقات البرنامج العديد من القيم الإيجابية مثل التسامح، التضامن، التوعية، النصح، بر الوالدين، احترام المرأة وغيرها من المبادئ والقيم الإيجابية، وهو ما يتوافق مع نتائج الدراسات السابقة (الدراسة الثالثة) حول الدور الكبير الذي تلعبه هذه البرامج في تعزيز عدة قيم إيجابية (قيم أخلاقية ودينية)، وكذا الدراسة الرابعة التي خلصت إلى أن هذه البرامج حملت نوعين من القيم الأولى موجّهة للتخلي بها والثانية للتخلي عنها، كما لم تخلو حلقات البرنامج وفق العينة محل الدراسة من قيم سلبية مثل العنف، الظلم، التفريق بين الإخوة وغيرها.

يعاب على البرنامج محل الدراسة افتقاره إلى أخصائيين نفسانيين، رجال قانون ومرشدين دينيين يساعدون في تشخيص القضية وتقديم النصح والمساعدة كل وفق اختصاصه، حيث اكتفى البرنامج بالمقدم وضيوف الحلقة فقط في عرض ومعالجة القضية المطروحة وهذا ما يصعب من عملية فهم والتطرق إلى مختلف خلفيات القصة وحيثياتها.

تم توظيف مختلف الاستمالات عبر البرنامج وفق العينة محل الدراسة، مع التركيز على الاستمالات العاطفية (بكاء وموسيقى حزينة) لكسب استعطف المشاهد مع القضية، عقلية حيث عمل البرنامج على ربط أطراف القضية بالوازع الديني وكذا إعمال العقل وتوظيف المنطق في أخذ العبر من التجارب السابقة واتخاذ القرارات السليمة وأيضا تخويفية من خلال التركيز على عواقب الأمور ونتائجها وافتراض وقوع المشاهد في نفس المشكلة المطروحة عبر البرنامج، وهذا يتوافق مع نتائج الدراسة الأولى التي توصلت إلى أن معظم هذه البرامج تركز على الشق العاطفي على حساب التحليل العقلائي والواقعي في الكثير من المواقف والتحليلات، على عكس الدراسة الرابعة التي خلصت إلى اعتماد هذه البرامج على أساليب إقناعية تنوعت بين عقلية وعاطفية دون التركيز على واحدة دون أخرى.

تقوم فكرة البرنامج المستنسخة من برامج عربية وأجنبية على تقديم دعوة لشخص على خلاف معه من أجل حل ذلك الخلاف والخصام، ويعتمد البرنامج على أسلوب العرض سواء قام الطرف المدعو بتلبية الدعوة أو لا، وهذا ما يجعل القضية غير مكتملة من خلال الاستماع إلى طرف واحد في القضية وانتهاء الحلقة دون الوصول إلى نتيجة مجدية، وهو ما يتوافق مع نتائج الدراسات السابقة (الدراسة الخامسة) حول أن البرامج الاجتماعية في العالم العربي تعاني من سلبيات تشمل أصالة فكرتها والأبعاد الإنتاجية والإبداعية وأساليب المعالجة الإعلامية والذي يعود إلى استنساخها عن البرامج الغربية في قالبها الجاهز.

يتدرج المقدم أثناء تسيير الزمن المخصص للبرنامج من مرحلة تشخيص القضية من خلال طرح مختلف الاستفسارات والاستماع إلى أقوال الطرفين ثم اعتماد أسلوب المرونة في تليين القلوب وربط الطرفين بالجانب الديني ليتم في النهاية اقتراح حلول من أجل فك الخصام والخلاف وفق العينة محل الدراسة.

اختلف وتباين السن والمستوى التعليمي للشخصيات المستضافة عبر برنامج "إلي فات مات" وفق العينة محل الدراسة مع تسجيل الغلبة لفئة الكهول والشباب من حيث السن والمرحلة الابتدائية من حيث المستوى التعليمي وهذا يعود إلى سياسة البرنامج في انتقاء الحالات المعروضة. استهدف البرنامج وفق العينة محل الدراسة مختلف فئات المجتمع من آباء، أبناء، إخوة، أزواج بتقديم التوعية والنصح عبر توجيه رسائل معلنة وأخرى ضمنية حول المواضيع والقضايا المطروحة في البرنامج.

أخذت حلقات البرنامج وفق العينة محل الدراسة عناوين مختلفة من حيث التركيبة والصياغة، حيث جاءت العناوين الوصفية والإخبارية بنسب متساوية قدرت بـ 45,45%، ثم العناوين المقتبسة بنسبة 9,09%، واشتركت في كونها عناوين معبرة عن مضمون ومحتوى الحلقة. وفق العينة محل الدراسة اعتمد الإعلامي جلال شندالي على اللغة العربية واللغة العامية مع المزج بينهما في تقديم البرنامج من أجل تكيف البرنامج مع خصائص الشخصيات المستضافة من جهة والجمهور المشاهد من جهة أخرى، كما سجلنا توظيف الإعلامي للهجة المحلية لضيوف الحلقات لخلق جو من الألفة والتفاهم معهم. وهو ما يتوافق مع نتائج الدراسات السابقة (الدراسة الثانية) التي خلصت إلى أن معدي ومقدمي البرامج الإذاعية الاجتماعية يفضلون اللغة العامية واللغة البسيطة في معالجة القضايا الاجتماعية عبرها وكذا الدراسة الرابعة التي توصلت إلى تنوع لغات البرنامج مع تسجيل الغلبة للغة العربية العامية.

تم تقديم برنامج "إلي فات مات" عبر أستوديو استعراضي متوسط الحجم، بإضاءة متوسطة موزعة بشكل متقارب بين مختلف أجزاءه وتوظيف اللون الأحمر وكذا الأزرق في ديكوره لوجود تناسق بين اللونين وكذا وظيفة كل لون في جذب انتباه الجمهور من جهة والتلميح لمحتوى البرنامج من جهة أخرى مع تسجيل حضور الجمهور في البلاطو.

يعبر ديكور الأستوديو عن فكرة البرنامج من خلال اعتماده على وجود كرسيين متقابلين لكنهما في اتجاه معاكس ووجود شاشة مقابلة لكل كرسي يتم من خلالها التواصل بصريا بين طرفي القضية في الحلقة وفي حال التسامح وانتهاء الخصومة يتم تدوير الكرسيين ليتقابل الطرفين.

لكنه لم يخلو من النقائص والتي نوصي القائمين على هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية بتفاديها من خلال ما يلي:

- ضرورة الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية من خلال الحياد في معالجة القضايا وعدم التحيز لطرف معين عبر حلقات البرنامج.
- نوصي بالحذر أكثر في انتقاء المواضيع والقضايا عبر هذه البرامج بما يعود بالفائدة على الضيوف المشاركين وكذا الجمهور المشاهد وفق مبادئ المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.
- احترام طبيعة المجتمع الجزائري من خلال تفادي المواضيع التي تعتبر من الخطوط الحمراء ومن خصوصيات العائلة الجزائرية.
- توفير الحماية للضيوف المشاركين ومتابعة الحالة بعد عرضها على الشاشة.
- تجنب عرض الحلقات التي تزيد من تعقيد وتشابك المشكلة أكثر بين الأطراف المتنازعين.
- المحافظة على أهداف البرامج المعلنة وهي مساعدة الأشخاص في حل مختلف المشاكل والخلافات بينهم والحذر من الحياد عنها في استغلال حاجة الناس للتشهير بهم.
- توظيف عملية المونتاج بما يخدم أهداف البرنامج من خلال حذف المقاطع التي تحمل قيم سلبية للمجتمع.
- التركيز دائما على تأثيرات حلقات البرنامج على الجمهور المشاهد ووضعها في الحسبان لتفادي إلحاق الضرر بالمجتمع خاصة الفئات الهشة من المجتمع من أطفال ومراهقين.
- نوصي كذلك بضرورة الاستعانة بمرشدين دينيين ومحللين نفسانيين وكذا رجال قانون حسب طبيعة كل قضية من أجل تحليل وتشخيص الحالة جيدا وتقديم النصح والمساعدة للضيوف كل حسب اختصاصه.

12. قائمة المراجع:

المؤلفات:

- إياد أبو عرقوب، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني نظرة إعلامية..هندسية..مهنية، دار البداية، ط1 (عمان: دار البداية، 2012).
- حسين ابراهيم الفلاح، الديمقراطية والإعلام والاتصال دراسة في العلاقة بين الديمقراطية والإعلام وطبيعة الإعلام الديمقراطي ووظائفه، ط1، (عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2013).
- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، دار أسامة، (عمان: دار أسامة، 2019).
- عبد الجبار توفيق البياتي، جمال خليفة غازي، طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، (عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2015).
- عبيد الرحباني، الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط01، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013).
- عبد الهادي محمود الزبيدي، المسؤولية الإعلامية، ط1، (عمان: دار الفجر للنشر والتوزيع، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2014).
- كمال الحاج، مناهج البحث الإعلامي، (الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية، 2020).
- محمود عزت اللحام، علي فلاح الضلاعين، ماهر عودة الشمالية، مصطفى يوسف كافي، إدارة المؤسسات الإعلامية، ط1، (عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2015).

أطروحات دكتوراه:

- أسماء مرابط، القيم الأخلاقية في القنوات الفضائية العربية الوطنية 1 (أطروحة مكتملة لنيل شهادة الدكتوراه)، جامعة قسنطينة 03، 2019-2020.

المقالات:

- العلمي قواسمية، يعقوب سالم، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات العمل دراسة مفاهيمية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 09، العدد 03، 2021.
- بوعموشة نعيم، البرامج التلفزيونية وأثرها على المراهق: دراسة ميدانية ببعض أحياء مدينة جيجل، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، 2020.
- حورية طاهر، المشكلات الاجتماعية في برامج التلفزيون الخاص بالجزائر دراسة تحليلية لقناة الحقل والشروق العامة والنهار، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 7، العدد 02، 2018.
- رزقي خليفي، هجيرة شيقارة، منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة معارف، العدد 23، 2017.
- سعيد مراح، محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39، 2017.
- وحيدة بديسي بوفدح، القيم في برامج قناة MBC3 الموجهة للأطفال، مجلة المعيار، المجلد 21، العدد 42، 2017.

مواقع الانترنت:

- الطاهر طويل(14 جانفي 2016)، برامج تلفزيونية تحول الضيوف إلى مسخرة... ومرض عربي اسمه استنساخ البرامج الغريبة، <https://www.alquds.co.uk> (2023/03/27).