

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية - قسم علم اجتماع -



أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل. م. د في علم اجتماع التنمية موسومة ب:

المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية

دراسة تحليلية لبرنامج 'خط أحمر'

تخصص: علم اجتماع العلاقات العامة

إشراف: أ.د بواب رضوان

إعداد الطالبة: شابونية زهية

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
د. صيرينة حديدان	أستاذ محاضر - أ-	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -	رئيسا
أ.د. بواب رضوان	أستاذ التعليم العالي	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -	مشرفا ومقررا
د. ربيع شتيوي	أستاذ محاضر - أ-	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -	عضوا مناقشا
د. رضا بوغرزة	أستاذ محاضر - أ-	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -	عضوا مناقشا
أ.د. محمود قرزيز	أستاذ التعليم العالي	جامعة خنشلة	عضوا مناقشا
أ.د. الياس شرفة	أستاذ التعليم العالي	جامعة الطارف	عضوا مناقشا

الموسم الجامعي: 2023/2022



شكر وعرافان

أتقدم بالشكر الجزيل والعرافان لكل من ساهم في إتمام هذا العمل، سيما الأستاذ المشرف: أ. د/ بواب رضوان جزاه الله عني وعن العلم كل خير.

كما أتوجه بالشكر الجزيل لكل الأساتذة الذين درسوني في كل المستويات، وساهموا في تكويني، خاصة في مستوى الدكتوراه. وإلى الأساتذة المحكمين لهذا العمل.

وأخص بالشكر الأستاذين: أ.د.بوالفلل ابراهيم من جامعة جيجل الذي كان مشرفي السابق، وكان ناصحا ومرشدا وموجها، أ.د.حديدان صبرينة من جامعة جيجل التي كانت لي عوناً من بعد الله في كل عقبة واجهتني في انجاز هذا العمل، فبارك الله فيهما.

وشكرا لكل من ساهم في إتمام هذا العمل من قريب أو من بعيد.

الطالبة

فهرس محتويات الدراسة

الموضوع	الصفحة
شكر وعرهان	أ
فهرس محتويات الدراسة	ب-ج
فهرس الجداول	ج-د
ملخص الدراسة	ذ-ز
Research summary	س-ص
مقدمة	17 - 15
الباب الأول: الإطار النظري للدراسة	
الفصل الاول: التأسيس المنهجي والموضوعي للدراسة	
تمهيد	20
أولاً: مبررات اختيار موضوع الدراسة	21
ثانياً: أهداف الدراسة	22 - 21
ثالثاً: أهمية الدراسة	23-22
رابعاً: اشكالية الدراسة	27 - 23
خامساً: فرضيات الدراسة	29 - 27
سادساً: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة	60 - 29

93 -60	سابعاً: الدراسات السابقة.
الفصل الثاني: المنظور السوسيو-اعلامي للدراسة	
95	تمهيد
98 -95	أولاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية
102 -99	ثانياً: نظرية الواجب الاخلاقي
104-102	ثالثاً: نظرية البنائية الاجتماعية
112-104	رابعاً: نظرية الدور الاجتماعي
الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة	
114	تمهيد
123 -114	أولاً: السيرة التاريخية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية
128 -123	ثانياً: الحوار كعامل أساسي في تفعيل دور البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية
132 -128	ثالثاً: البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية واشكالية صنع الواقع
139 -132	رابعاً: المسؤولية الاجتماعية في قانون الإعلام الجزائري
143-139	خامساً: المسؤولية الاخلاقية في البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية
147-143	سادساً: المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية المدخل الايجابي للتنمية
153-147	سابعاً: أزمة المسؤولية الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية

الباب الثاني : الاطار الميداني للدراسة	
الفصل الرابع: المعالجة المنهجية للدراسة	
156	تمهيد
158 - 156	أولاً: مجتمع وعينة الدراسة
159 - 158	ثانياً: منهج الدراسة
165 - 159	ثالثاً: أدوات البحث
166-165	رابعاً: المعالجة الاحصائية لأداة جمع البيانات (الصدق والثبات)
الفصل الخامس: تحليل معطيات الدراسة	
168	تمهيد
201 - 168	أولاً: المواضيع الاجتماعية في برنامج 'خط أحمر' والهدف من معالجتها.
226 - 202	ثانياً: المسؤولية الوظيفية لبرنامج 'خط أحمر'.
238 - 226	ثالثاً: المسؤولية الأخلاقية لبرنامج 'خط أحمر'.
247-238	رابعاً: المسؤولية المهنية لبرنامج 'خط أحمر'.
الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة والمنظور السوسيو- اعلامي للدراسة)	
249	تمهيد
255 - 249	أولاً: نتيجة الفرضية الجزئية الأولى: يعالج البرنامج التلفزيوني الحوار الاجتماعي 'خط أحمر' مواضيع اجتماعية مختلفة بهدف خدمة المجتمع.
258 - 255	ثانياً: نتيجة الفرضية الجزئية الثانية: يلتزم البرنامج التلفزيوني الحوار الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى أداء وظائفه اتجاه المجتمع

263 – 258	ثالثا: نتيجة الفرضية الجزئية الثالثة: يلتزم مقدم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى المعايير الأخلاقية المهنية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج.
266 – 263	رابعا: نتيجة الفرضية الجزئية الرابعة: يلتزم مقدم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى القيم المهنية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج.
270 – 266	النتيجة العامة للدراسة
275 – 272	خاتمة
294 – 277	قائمة المراجع
310 – 296	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	عينة الدراسة	158
02	اللغة المستخدمة في برنامج 'خط أحمر'	168
03	الموسيقى المستخدمة في برنامج 'خط أحمر'	169
04	لقطات التصوير المعتمدة في برنامج 'خط أحمر'	170
05	القوالب الفنية المدعومة لبرنامج 'خط أحمر'	171
06	الفاعلون في برنامج 'خط أحمر'	172

173	المواضيع المعالجة في برنامج 'خط أحمر'	07
174	المواضيع الرئيسية في برنامج 'خط أحمر'	08
175	المشكلات الأسرية في برنامج 'خط أحمر'	09
178	مواضيع تخص المجتمع في برنامج 'خط أحمر'	10
181	المواضيع الفرعية في برنامج 'خط أحمر'	11
183	اتجاه برنامج 'خط أحمر' نحو المواضيع المعالجة خلال البرنامج	12
184	اتجاه برنامج 'خط أحمر' نحو المواضيع التي تخص الرئيسية المعالجة خلال البرنامج	13
185	اتجاه برنامج 'خط أحمر' نحو المواضيع التي تخص الاسرة والمعالجة خلال البرنامج	14
188	اتجاه برنامج 'خط أحمر' نحو المواضيع التي تخص المجتمع والمعالجة خلال حلقات البرنامج	15
191	اتجاه برنامج 'خط أحمر' نحو المواضيع الفرعية	16
191	أهداف البرنامج	17
193	الجمهور المستهدف للبرنامج	18
195	الاستمالات الاقناعية المستخدمة في البرنامج	19
196	الاستمالات الاقناعية العاطفية المستخدمة في البرنامج	20
199	الاستمالات الاقناعية المنطقية المستخدمة في البرنامج	21
200	الاستمالات الاقناعية التخويفية المستخدمة في البرنامج	22
202	وظائف البرنامج	23

203	الوظيفة الاخبارية للبرنامج	24
204	الوظيفة الاخلاقية للبرنامج	25
205	الوظيفة التربوية للبرنامج	26
208	الوظيفة الدينية للبرنامج	27
209	الوظيفة الاقتصادية للبرنامج	28
210	الوظيفة الاجتماعية للبرنامج	29
212	القيم في البرنامج	30
212	القيم الايجابية في البرنامج	31
213	القيم الأخلاقية في البرنامج	32
215	القيم المجتمعية في البرنامج	33
217	القيم الفكرية في البرنامج	34
218	القيم السياسية في البرنامج	35
219	القيم السلبية في البرنامج	36
220	القيم اللاأخلاقية في البرنامج	37
222	القيم المجتمعية السلبية في البرنامج	38
224	القيم الفكرية السلبية في البرنامج	39
225	القيم السياسية السلبية في البرنامج	40
226	التزام الصحفية بأخلاقيات الحوار مع الفاعلين غير الدائمين في البرنامج	41

227	التزام الصحفية بأخلاقيات الحوار مع الحالة المستضافة في البرنامج	42
229	احترام الصحفية لأخلاقيات الحوار مع المشاركين في البرنامج	43
231	توجيه الأسئلة بشكل متوازن بين الفاعلين الدائمين في البرنامج	44
232	اعطاء فرص متساوية للتدخل والتعليق للفاعلين الدائمين في البرنامج	45
233	عدم مقاطعة الفاعلين الدائمين عند الاجابة أو التعليق في البرنامج	46
234	احترام البرنامج لخصوصية الأفراد في البرنامج	47
235	احترام البرنامج للخصوصية الاجتماعية للمجتمع الجزائري	48
236	احترام البرنامج للخصوصية الثقافية للمجتمع الجزائري	49
237	احترام البرنامج للخصوصية الدينية للمجتمع الجزائري	50
238	الالتزام بالقيم المهنية في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج	51
240	الالتزام بالموضوعية في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج	52
243	الالتزام بالمصداقية في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج	53
246	الالتزام بالدقة في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج	54

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة والمعنونة بـ "المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية -دراسة تحليلية لبرنامج 'خط أحمر'"، إلى استجلاء حقيقة التزام هذا البرنامج كنموذج للبرامج الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية كمؤشر على مدى إمكانية اعتباره برنامج تنموي، باعتبار الدور التنموي للإعلام الاجتماعي في المجتمع يتمثل في المساهمة في تحقيق الوعي الاجتماعي والتماسك الاجتماعي والتكافل الاجتماعي، والذي يعد الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية المدخل الإيجابي لتحقيقها.

وعليه تتلخص إشكالية الدراسة الحالية في الاستفهام حول مدى التزام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية انطلاقاً من التساؤل المركزي التالي:

➤ هل يلتزم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية الاجتماعية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج؟

ويندرج ضمن هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل في ما يلي:

- ماهي مضامين البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'؟ وما الهدف من معالجتها؟
- هل يلتزم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى أداء وظائفه اتجاه المجتمع؟
- هل يلتزم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى المعايير الأخلاقية المهنية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج؟
- هل يلتزم مقدم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى القيم المهنية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج؟

وقد جاءت هذه الدراسة في ستة فصول، ثلاثة فصول منها نظرية وثلاثة فصول أخرى تطبيقية، وقد اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمين أداة استمارة تحليل المحتوى لعينة عشوائية بلغت 12 حلقة من برنامج 'خط أحمر'.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

➤ النتيجة الجزئية الأولى: على الرغم من سعي البرنامج لتحقيق الربح والشهرة من خلال مختلف المواضيع المثيرة التي تناولها، إلا أنه يعد برنامج تلفزيوني حوارى اجتماعي هادف، يعالج مواضيع اجتماعية، ويسعى لخدمة المجتمع وتنميته.

➤ النتيجة الجزئية الثانية: البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' يلتزم بالمسؤولية على مستوى أداء وظائفه اتجاه المجتمع، فأثبتت نتائج الدراسة المتوصل إليها باستخدام منهج تحليل المحتوى بشقيه الكمي والكيفي أن البرنامج يؤدي وظائف مختلفة، جاء في مقدمتها الوظائف الاجتماعية.

➤ النتيجة الجزئية الثالثة: يلتزم البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى المعايير الأخلاقية المهنية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج، فيلتزم باحترام الخصوصية الفردية واحترام الخصوصية الاجتماعية للمجتمع الجزائري، أما فيما يخص إقامة الصحفية لأخلاقيات الحوار فقد تم إثبات الالتزام بها مع الحالات المستضافة والمشاركين في البرنامج، أما مع الفاعلين الدائمين فعلى الرغم من إقامتها لها إلا أنها لم تلتزم بإقامة مبدأ التوازن فيما بينهم.

➤ النتيجة الجزئية الرابعة: يلتزم مقدم البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى القيم المهنية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج إلى حد ما، حيث أن نسبة عدم الالتزام بها نسبة مرتفعة وتقدر بـ 46.94%، ويعود ذلك إلى تباين نسب الالتزام بمختلف هاته القيم، حيث تعد قيمة الدقة أعلى قيمة من حيث الالتزام، وقيمة الموضوعية هي أعلى قيمة من حيث عدم الالتزام.

➤ النتيجة العامة: يلتزم البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' بالمسؤولية الاجتماعية في مختلف أبعادها خلال معالجته لمضامين البرنامج، لكنه كذلك قد سجل مجموعة من التجاوزات على مستوى بعدي المعايير

الأخلاقية المهنية والقيم المهنية، نتيجة للأفعال الانفعالية للصحفية وكذا الأفعال الغائية التي هدفت إلى تحقيق الربح
للبرنامج.

Research summary

This study titled "The Social Responsibility of Social Talk Shows – An Analytical Study of the "Red Line" show", aims to clarify the reality of this show's commitment as case of social shows and an indicator of how much it can be considered a development program since the developmental role of social media in society consists in contributing to achieving Social awareness, cohesion and solidarity and this can mainly be achieved by commitment to social responsibility.

Accordingly, this study questions the extent to which social talk shows are committed to social responsibility, based on the following central question:

- Does the social talk show 'Red Line' adhere to social responsibility in its tackling of various topics?

This question includes the following sub-questions:

- What are the contents of the social talk show 'Red Line'? What are their purposes?
- Is the social talk show “Red Line” committed to the responsibility at the level of performing its functions towards society?
- Does the social talk show “Red Line” commit to the responsibility at the level of professional ethical standards in dealing with its various topics?

- Does the presenter of the social talk show “Red Line” abide by the responsibility at the level of professional values in tackling the various topics of the program?

This study is divided in six chapters, three theoretical chapters and three practical ones. We have adopted the descriptive analytical approach, using the content analysis form as a tool for analysing a random sample of 12 episodes of the "Red Line" talk show.

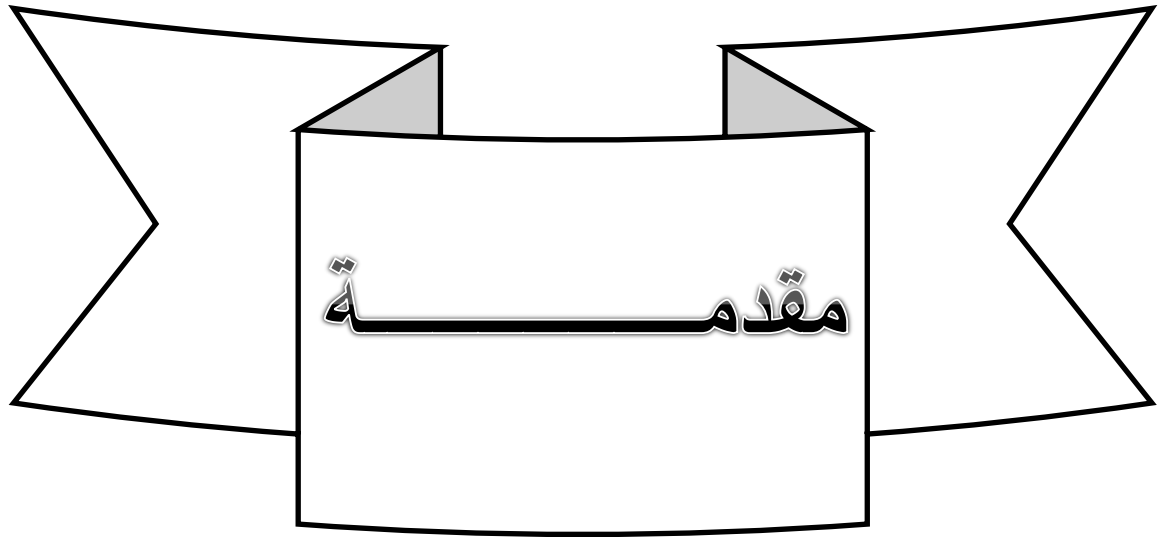
The study concluded the following:

- The 1st partial result: despite its quest for profit and fame by tackling various exciting topics, it is an objective social talk television show that deals with social issues and seeks to serve and develop the community.
- The 2nd partial result: The social talk show “Red Line” commits to responsibility at the level of performing its functions towards society. The obtained results of the study using the content analysis method, with its quantitative and qualitative aspects, proved that the show performs various functions, mainly the social ones.
- The 3rd partial result: The social television talk show “Red Line” is committed to responsibility at the level of professional ethical standards in dealing with the various topics of the program. It is committed to respecting individual privacy and respecting the

peculiarities of the Algerian society. Moreover, the journalist respected the dialogue ethics with the show's hosts and participants, yet, she did not commit to the principle of balance among the permanent actors.

- The 4th Partial Result: The presenter of the social talk show “Red Line” commits, to some extent, to responsibility at the level of professional values in addressing the various topics of the program; the percentage of non-commitment is estimated at 46.94%, which is a high percentage, due to the varying rates of commitment to these various values , since the value of accuracy is the highest value in terms of commitment, and the value of objectivity is the highest value in terms of non-commitment.

The general conclusion: The social talk show “Red Line” is committed to social responsibility in its various dimensions while dealing with the contents of the program, but some irregularities have been committed at the professional ethical standards and the professional values, because of the emotional actions of the journalist as well as the teleological acts aimed at making profits for the show.



مقدمة:

نعيش اليوم في عالم تتربع فيه وسائل الإعلام على عرش المجتمع، فتفرض سلطتها الوجودية في حياتنا الاجتماعية مؤثرة في قراراتنا وسلوكياتنا وآراءنا وتوجهاتنا، فالهندسة الإعلامية هي ميزة هذا العصر التي جعلت من التلفزيون كأحد أهم وسائل الإعلام وسيلة هامة في بلورة الرأي العام، حيث صار نافدتنا على العالم الخارجي، ومعيار تصرفاتنا وسلوكياتنا مع الآخرين من خلال أفكاره، وازداد وقعه وتأثيره في أنفسنا مع تنوع برامجه وتخصيصها وتعدد أنماطها وأساليبها.

فالتلفزيون لم يعد مجرد وسيلة لنقل الأخبار فقط بل أضحي من أهم وسائل التنمية لما له من قدرة على تشكيل وبلورة الرأي العام وتوجيهه وتغييره، لكنه قد يلعب دورا إيجابيا فيحقق التقدم بتوعية أفراد المجتمع وقد يلعب دورا سلبيا فيحقق التخلف بتضليله الرأي العام وتعبئة عقول الجماهير بالمحتوى الإعلامي الهابط، وهنا تبرز أهمية المسؤولية الاجتماعية كمدخل إيجابي لتحقيق الإعلام للتنمية.

فقد جاءت فكرة المسؤولية الاجتماعية لتقيم علاقة ترابط قوية ما بين المجتمع والإعلام، وتكسو جسد الإعلام بلباس من الأخلاق، وتؤسسه على مجموعة من المعايير الأخلاقية والقيم المهنية، فهي تعني حالة من الالتزام بتأدية مختلف الوظائف المنوطة بها، والتحلي بمختلف القيم والمعايير المهنية والأخلاقية، واحترام خصوصية المجتمع ومبادئه، والأخذ بعين الاعتبار الذوق العام للجمهور وأخلاقيات المهنة في مختلف ممارساتها الإعلامية، فهدفها إقامة حالة من التوازن ما بين تحقيق المصلحة الإعلامية بالنسبة للقائمين عليها ومصالح المجتمع.

فالمسؤولية الاجتماعية مطلب تنموي وضرورة حتمية لا بد من العمل على تفعيلها وتطبيقها في شتى برامجنا التلفزيونية، خاصة مع تزايد المسؤولية الملقاة على التلفزيون باعتباره صانع للرأي العام بفتح مجال السمع بصري أمام القطاع الخاص، حيث تأسست العديد من القنوات والتي عملت على إنتاج برامج متنوعة ومتعددة، من بينها البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية والتي عرفت انتاج لا يُستهان به.

وقد تنوع المحتوى الإعلامي لهذه البرامج، بين المواضيع الخيرية، والإصلاحية المتناولة للخلافات والنزاعات بين الأفراد، والمشاكل الاجتماعية بما فيها الطابوهات، فاختلفت عناوينها وأهدافها ومواضيعها وقنوات بثها، إلا أنها كلها

تصب في قالب واحد هو القالب الاجتماعي، وتتشرك في صفة واحدة وهي عدم أصالة فكرة البرنامج، فالفكرة فكرة غربية تم تقليدها من طرف مختلف القنوات العربية والجزائرية.

وعدم أصالة فكرة هذه البرامج، وحساسية مواضيعها والتي تتناول الواقع المعاش، الأمر يتطلب كفاءة مهنية ومعالجة إعلامية هادفة تلتزم بمختلف القيم المهنية من موضوعية ومصداقية ودقة، وبمختلف المعايير الأخلاقية المهنية من إقامة لأخلاقيات الحوار واحترام لخصوصية الآخر ولخصوصية المجتمع ككل، حتى تغدو برامج فعالة في مجتمع لم يكن مؤلدها، أي أن مثل هذه البرامج المقلدة لا بد أن لا تؤخذ في قالبها الجاهز كما هي بل لا بد أن تُعاد صياغتها بحيث تناسب مع خصوصية المجتمع والجمهور الموجه إليه، بصيغة أخرى فإنها تتطلب التزاما بالمسؤولية الاجتماعية في اختيار محتواها وأسلوب تقديمه وطريقة معالجته.

ومن هنا جاءت دراستنا هذه للبحث في حقيقة التزام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية، في ظل الصراع الذي تعيشه قنوات القطاع الخاص ما بين السعي لاكتساب الشهرة وتوسيع القاعدة الجماهيرية وبين أداءها لدورها التنموي بتشكيل رأي عام واع ومسؤول قادر على تنمية المجتمع.

ولتحقيق هذا المسعى قسمنا دراستنا إلى بابين؛ ضم الأول والمعنون بالإطار النظري للدراسة ثلاثة فصول، أما الثاني فعنون بالإطار التطبيقي للدراسة وحمل ثلاثة فصول أيضا، وفيما يلي مكونات كل باب وفصوله:

الباب الأول: الإطار النظري للدراسة: وتضمن:

الفصل الأول: والمعنون بالتأسيس المنهجي والموضوعي للدراسة، وتناولنا فيه: أسباب اختيار موضوع الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، اشكالية الدراسة، فرضيات الدراسة، تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة، الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: المنظور السسيو-إعلامي للدراسة: والذي تطرقنا فيه لمختلف الاتجاهات النظرية التي نخدم موضوع دراستنا وتمثلت في: نظرية المسؤولية الاجتماعية، نظرية الواجب الأخلاقي، نظرية البنائية الوظيفية، نظرية الدور الاجتماعي.

الفصل الثالث: البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية والمسؤولية الاجتماعية: تعرضنا فيه للسيرورة التاريخية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية، البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية واشكالية صنع الواقع، الحوار كعامل

أساسي في تفعيل دور البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية، المسؤولية الاجتماعية في قانون الإعلام الجزائري، المسؤولية الأخلاقية في البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية، المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية المدخل الإيجابي للتنمية، مآزق المسؤولية الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية.

أما الباب الثاني والمتمثل في الجانب التطبيقي للدراسة فتضمن:

الفصل الرابع والمعنون بالمعالجة المنهجية للدراسة والذي تناولنا فيه: مجتمع وعينة الدراسة، منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، المعالجة الإحصائية لأداة جمع البيانات (الصدق والثبات).

كما تضمن الفصل الخامس تحليل معطيات الدراسة، والذي تحليل المحتوى الإعلامي للبرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعية 'خط أحمر'، فتناولنا في هذا الفصل: المواضيع الاجتماعية للبرنامج والهدف من معالجتها، المسؤولية الوظيفية للبرنامج، المسؤولية الأخلاقية للبرنامج وكذا المسؤولية المهنية له.

أما الفصل السادس فهو خاص بمناقشة وتحليل نتائج الدراسة: فقد اهتم بمناقشة نتائج كل فرضية في ضوء فروض الدراسة، وفي ضوء الدراسات السابقة وكذا في ضوء المنظور السوسيو-إعلامي للدراسة وصولا للنتيجة العامة للدراسة.

وقد أتمنا دراستنا وختمنها بمجموعة من التوصيات والاقتراحات وخاتمة وقائمة مراجع وتليها قائمة الملاحق التي تم الاعتماد عليها.

الباب الأول:

الإطار النظري

لدراسة

الفصل الأول: التأسيس المنهجي والموضوعي للدراسة

تمهيد

أولاً: مبررات اختيار موضوع الدراسة

ثانياً: أهداف الدراسة

ثالثاً: أهمية الدراسة

رابعاً: اشكالية الدراسة

خامساً: فرضيات الدراسة

سادساً: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

سابعاً: الدراسات السابقة.

تمهيد:

إن كان الإعلام كعامل أساسي في تحقيق التنمية بمختلف جوانبها قد حظي باهتمام كبير من طرف الباحثين ومختلف المفكرين المهتمين بقضايا الإعلام وقضية التنمية على حد سواء، فإن مسألة المسؤولية الاجتماعية للإعلام قد حظيت بمثل هذا الاهتمام، فكانت قضية استوقفت العديد من المفكرين والباحثين الإعلاميين وكذا الاجتماعيين وكل مفكر مهتم بقضية التنمية.

وباعتبارنا باحثين في مجال علم اجتماع التنمية فإن موضوع المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية هو موضوع أثار لنا العديد من التساؤلات خاصة بعد ملاحظتنا لزيادة في عدد البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية، سواءً في القنوات العربية أو في القنوات الجزائرية مع فتح باب قطاع السمعي البصري أمام القطاع الخاص، وكذا الضجة الإعلامية التي أحدثتها هذه البرامج سواءً على مواقع التواصل الاجتماعي أو في الإعلام المكتوب الذي قد نشرت فيه عدة صحف العديد من الانتقادات لهذه البرامج مثل جريدة النهار العربي التي حررت مقالا عن البرامج الاجتماعية تحت عنوان 'برامج تلفزيونية تثير سخط الجزائريين... كشف أسرار عائلية وفضائح وإثارة وابتذال'¹، كان عاملا آخر دفعنا للاهتمام بهذا النوع من البرامج ومدى التزامه بالمسؤولية الاجتماعية.

ومن أجل انطلاقة بحثية سليمة تسهل على القارئ فهم دراستنا هذه سنستعرض تصورنا التأسيسي المنهجي والموضوعي للدراسة الذي يبدأ ب: " أسباب اختيار موضوع الدراسة، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، اشكالية الدراسة، فرضيات الدراسة، الإطار المفاهيمي للدراسة، الدراسات السابقة.

¹ إيمان عومر، برامج تلفزيونية تثير سخط الجزائريين... كشف أسرار عائلية وفضائح وإثارة وابتذال، جريدة النهار العربي، <https://www.annaharar.com/arabic/politics/arabi-world/almaghreb-alarabi/16012021092445539> ، 2021/02/09 ، 15:15.

أولاً: مبررات اختيار موضوع الدراسة:

مما لا شك فيه أن الانتهاء إلى دراسة موضوع معين يكون نتيجة حتمية لمجموعة من الأسباب والعوامل، فعملية اختيار موضوع البحث العلمي لا تخضع لمنطق العشوائية والعفوية، بل تخضع لجملة من المبررات والعوامل النفسية، الذاتية، الخارجية والعلمية، ودراستنا لهذا الموضوع كانت نتيجة لمجموعة من الأسباب إجمالاً في التالي:

- أهمية موضوع المسؤولية الاجتماعية الإعلامية، كالتزام أساسي ومدخل إيجابي للإعلام نحو التنمية.
- تتبع أسباب اختيارنا للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية كنوع من أنواع البرامج لإجراء هذه الدراسة إلى أهمية هذا النوع لتنمية المجتمع وتوعيته من جهة، ولحساسية مواضيعه التي تتطلب حذراً شديداً في اختيار مواضيعه وكيفية معالجتها من جهة أخرى.
- ملاحظتنا لزيادة عدد هذه البرامج وزيادة شعبيتها، مع ظهور القنوات التلفزيونية التابعة للقطاع الخاص.

ثانياً: أهداف الدراسة:

كما لا يمكن للبحث العلمي أن ينطلق من فراغ فإنه كذلك لا يمكن أن يكون منجزاً بطريقة عشبية لا هدف لها، فقيمة البحث تتجلى في قيمة الأهداف التي يسعى الباحث لتحقيقها، والتي تتمثل في ما يسعى الباحث إليه، وانطلاقاً من التراث النظري لدراستنا والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع بحثنا والواقع الاجتماعي المعاش فإن دراستنا سَطرت بناءً على عدة أهداف تتمثل في مجملها فيما يلي:

- معرفة مضامين البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية الجزائرية، وإن كانت تعالج قضايا اجتماعية مختلفة.
- معرفة الهدف من هذه البرامج إن كان تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية بحثاً عن حلول وتوعية لخدمة المجتمع أم هو بحث عن تحقيق الربح من خلال الإثارة.
- معرفة مدى إمكانية اعتبار هذا النوع من البرامج برامج مسؤولية اجتماعياً ترقى إلى أن تكون برامج تنموية.
- معرفة مدى التزام هذه البرامج بالمسؤولية الاجتماعية على ثلاث مستويات:

- على مستوى أداء وظائفها اتجاه المجتمع.
- على مستوى المعايير الأخلاقية المهنية في معالجتها لمختلف مواضيع البرنامج.
- على مستوى القيم المهنية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج.

ثالثا: أهمية الدراسة:

إن أي بحث علمي منطلق من تراث نظري وإمبيري مهم ومنتهج لأسلوب منهجي علمي سليم ونابع من معطيات الواقع المعاش، هو دراسة علمية مهمة لما تقدمه بأساسها المتين والصحيح من وصف وتحليل لموضوع الدراسة ومن نتائج موضوعية مستمدة من الواقع الاجتماعي، وتأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية المتغيرات التي تدرسها والعلاقة التي تربطها، ذلك أن إلقاء الضوء على مدى التزام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية يعد مؤشرا على مدى أهميتها كبرامج تنموية من جهة، كما وأن حساسية مواضيع هذه البرامج بالنسبة للمجتمع الجزائري الذي يتسم بخصوصية المجتمع المحافظ مقارنة بالمجتمعات الغربية والمنتجة لهذا النوع من البرامج من جهة أخرى، لأمر يفرض علينا كباحثين سوسيولوجيون الوقوف عندها وتحليل محتواها والبحث في مدى مسؤوليتها الاجتماعية.

مما زاد من أهمية دراسة محتوى هذه البرامج الحضور الاجتماعي لها والذي التمسناه من واقعنا المعاش، من ما لاحظناه كفرد من أفراد المجتمع الجزائري من اهتمام لمختلف الأفراد بمختلف أعمارهم بها، سواءً كان اهتماما ينم عن إعجاب بالبرنامج أو ذم له، وكذا رجع الصدى القوي الذي أحدثته على مواقع التواصل الاجتماعي من تعليقات تراوحت ما بين السلب والإيجاب والسخرية، كالجدل الذي أحدثته حلقة زوجي جنتي من برنامج 'خط أحمر' على صفحة البرنامج في موقع الفيس بوك، وكذا في موقع اليوتيوب¹.

¹ انقسام-مواقع-التواصل-بعد-تقريب-جزائرية-قدم-زوجها-الهواء، 2020/7/9.

<https://www.alanba.com.kw/ar/world-news>

كما وأشارت مختلف الدراسات السابقة إلى أهمية ما تناوله هذه البرامج والأثر البالغ الذي تحدثه في المجتمع، فأشارت عدة دراسات إلى أن هذه البرامج تحمل في حلقها قيم إيجابية وكذا قيم سلبية وأوصت بضرورة الانتباه لخطورة محتواها وطريقة معالجتها لمختلف مواضيع حلقها، فأشارت مثلاً دراسة 'صورة إسعادي' إلى أن 'هذه البرامج على الرغم من عكسها لصورة إيجابية عن الأسرة الجزائرية بمختلف ما بتته عنها من قيم إيجابية بيد أنها تروج كذلك لصورة الأسرة الجزائرية المفككة التي يكتنفها الاعتداء والضرب والخلاف...، وغيرها من القيم التي تشكل معاني وتصورات يؤدي تكرارها إلى التأثير السلبي على صورة الأسرة الجزائرية وعلى منظومتها القيمية"¹. كما وأشارت دراسات أخرى إلى اهتمام الجمهور بما تعرضه هذه البرامج وتأثرهم بها، فأشارت دراسة 'فوزية عبد الله' إلى أن "أهم ما يدفع الشباب لمشاهدة البرامج الاجتماعية هو بحثهم عن حل لمشكلاتهم الاجتماعية"²، وكذا أشارت دراسة 'رييحة نبار' إلى أن "النساء الماكثات في البيت يملن إلى مشاهدة البرامج الاجتماعية ومتابعتها ويتأثرن بما تعرضه وتناقشه هذه البرامج"³.

رابعاً: اشكالية الدراسة:

لم يقتصر مفهوم المسؤولية الاجتماعية كمفهوم ظهر في علم الاقتصاد على هذا المجال فقط بل تخطاه إلى مجالات أخرى، فحظي هذا المفهوم باهتمام كبير في المجال الإعلامي حيث صدرت نظرية كاملة تحمل اسمه عنواناً لها. "المسؤولية الاجتماعية مفهوم غربي انتقل من مجال الاقتصاد والعلاقات العامة إلى الإعلام، والذي يؤرخ له بتقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية الصادر عام 1947م، والتي نادى بصحافة حرة مسؤولة، أو ما يسمى بالحرية

¹ صورة إسعادي، اليامين بودهان، صورة الأسرة الجزائرية في البرامج الاجتماعية على قناة الشروق العامة وعلاقتها بالقيم الاجتماعية -دراسة تحليلية على برنامج افصح قلبك-، مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي، المجلد8، العدد 1، مارس 2021، ص362.

² فوزية عبد الله آل علي، دور القنوات الفضائية الإماراتية في التغيير الاجتماعي لدى الجمهور في دولة الإمارات، مجلة الباحث العلمي، العدد 35، جامعة الشارقة، ص-ص: 7-26.

³ ربيعة نبار، دور التلفزيون في التوعية بمخاطر الجريمة -دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات في البيت ببلدية بسكرة-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017م/2018م.

الإيجابية، فنتيجة للمسؤولية التي اتسمى بها الإعلام في الأربعينات تعالت أصوات دعاة الأخلاق للارتقاء بالمنظومة الأخلاقية للإعلام¹، ليتم بذلك إصدار هاته النظرية كمحاولة للجمع بين ثلاث جوانب أساسية تمثلت في: الحرية والاختيار الفردي، حرية وسائل الإعلام، ومسؤولية وسائل الإعلام اتجاه المجتمع، فجعلت بذلك من المجتمع وقيمه وأخلاقه مرجعا لا بد أن يُؤخذ بعين الاعتبار في مختلف المضامين الإعلامية.

عد التلفزيون من بين وسائل الإعلام التي لا تزال تحافظ على وجودها الإعلامي على الرغم من ولوجنا عالم الكمبيوتر والإنترنت، فهو يعد وسيلة رسمية لبث أي خبر رسمي، كما وأن الممارسة الإعلامية التلفزيونية تخضع لميثاق أخلاقيات الإعلام الذي ينص من بين مضامينه على ضرورة الالتزام بالمصداقية والتأكد من صحة الخبر قبل بثه، فحريتها محدودة قانونيا وتخضع لمساءلة أخلاقية وقانونية والتي حتى وإن سجلت تجاوزات بشأنها، فيظل المحتوى الإعلامي للتلفزيون يتوفر على قيمة المصداقية إلى حد ما مقارنة بالمحتوى الإعلامي للإنترنت الذي يتميز بقدر كبير من حرية البث ومجهولية المصدر.

كما أننا نستطيع القول بأن التلفزيون كغيره من وسائل الإعلام أضحى وسيلة ما فوق واقعية نستمد وعينا بالواقع منه، فتوارى الواقع خلف عالم من الصور فغدى ما لا يُعرض على التلفزيون أقل واقعية، فجمالية الصورة ووقع تأثيرها ومختلف التقنيات الحديثة التي دعمت هاته الوسيلة وزادت من جاذبيتها زادت من أهميتها في عكس صورة الواقع المعاش والمساهمة في بنائه.

ومنه ونتيجة لما يتمتع به التلفزيون من سلطة وجودية وتغيرية وكذا اصطناعية فقد أصبح من الضرورة التزامه بالمسؤولية الاجتماعية حتى يؤدي دوره الحقيقي المتمثل في نقل صورة الواقع كما هي في الحقيقة، ليساهم بذلك في تحقيق الاندماج الاجتماعي والتوافق الاجتماعي للأفراد في المجتمع.

هذه المسؤولية التي ستكون أكثر فاعلية إن هي لم تقتصر في معناها على الخضوع للقيم والأخلاقيات المهنية الإعلامية التي تنص عليها المواثيق المهنية للإعلام، بل تعدت ذلك لتشمل فكرة الواجب الأخلاقي بالصيغة المفهومية للدكتور 'عبد الرحمن عزي'، الذي أشار في نظريته الواجب الأخلاقي إلى أن الواجب لا بد أن لا يكون أمرا مفروضا

¹ محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2003م، ص17.

بل إحساس داخلي بالدافع الأخلاقي نابع من المنظومة القيمية للفرد، فالمسؤولية الاجتماعية للإعلام قبل أن تكون التزاما مهنيا بمختلف ما تنص عليه المواثيق المهنية الأخلاقية للإعلام من قيم مهنية، فهي التزام ذاتي ينبع من الضمير الفردي الأخلاقي للقائم بالاتصال، والذي يلعب دورا كبيرا في قيامها بكل معنى الكلمة، 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.

فالمسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية تمس بعدين أساسيين مترابطين هما: مضمون البرنامج والقائم بالاتصال، فالمضمون لا بد أن تراعي خصوصية المجتمع، والقائم بالاتصال لا بد أن يكون ذو ضمير أخلاقي ويلتزم بالقيم المهنية وأخلاقيات الإعلام ويحرص على المعنى الذي يعطيه لمختلف أفعاله وسلوكياته.

تعددت البرامج التلفزيونية فظهرت البرامج التلفزيونية الحوارية والتي استرعت اهتمام المشاهدين لما لأسلوب الحوار من أثر في نفوس الجماهير ومن جاذبية تجلب مختلف الأنظار إليها من جهة، ولما لأسلوب الإثارة والتشويق الذي يعمل على إضافته مقدم البرنامج ليزيد من حدة النقاش من جهة أخرى.

تخصت هذه البرامج التلفزيونية الحوارية في عدة مجالات فكان المجال الاجتماعي من بينها، فظهرت البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية والتي كانت المجتمعات الغربية السبابة لإنتاجها، فعل الرغم من تحفظ قنواتها في البداية وحرصها على عدم بث الموضوعات التي تثير الجدل كالجنس والشذوذ والهجاء السياسي...، إلا أنها عادت إليها في أواخر الستينيات، فجعلت هذه البرامج من المشكلات الاجتماعية وكذا الحياة اليومية لأفراد المجتمع ومشكلاتهم وخصوصياتهم مواضيعا لملقائهم.

كما سارع المجتمع العربي إلى عالم الفضائيات فأنجق قنوات فضائية في سبيل اللحاق بركب الحضارة، سار في نفس طريق الإنتاج الغربي فتلاهت المنتجون العرب لإنتاج البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية مقلدين الغرب في اسم البرنامج وفكرته وحتى طريقة عرضه وبلاطو تقديمه، والملاحظ أنه بمجرد إنتاج برنامج عربي حوارى اجتماعي مقلد

لبرنامج غربي وتحقيقه للربح تُسارع باقي القنوات العربية لإنتاج نفس البرنامج مع تغيير بسيط قد لا يتجاوز العنوان أو ديكور البلاط فقط، كلغة تعبيرية عن عجز انتاجي عربي عقيم، فمثلا تم تقليد برنامج مالك مكنتي 'أحمر بالخط العريض' الذي يبث على قناة 'LBC' منذ سنة 2008م إلى يومنا هذا، والذي هو في حد ذاته تقليد لبرنامج "tout est possible" الذي عرض على قناة 'TF1' منذ 17 سبتمبر 1993م إلى غاية 19 جوان 1997م وقدمه منشط الحصة 'Jean_Marc morandini'، من طرف قناة 'الشروق تيفي' التي تبث برنامج تحت عنوان 'خط أحمر' والمقدم من طرف الصحفية 'فضيلة مختاري' منذ عام 2013م إلى غاية 2020م.

انطلاقا من كثرة انتاج هذا النوع من البرامج ومن الخصوصية التي تتمتع بها هذه البرامج لما لمواضيعها من حساسية خاصة في مجتمع محافظ كالمجتمع الجزائري مقارنة بالمجتمع الغربي المنتج لهذا النوع من البرامج، وكذا انطلاقا من ادراكنا كباحثين سوسيولوجيون وكمهتمين بالإعلام كعامل أساسي لمدى أهمية الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في مثل هذه البرامج، جاءت دراستنا هذه إلى محاولة تقصي ورصد مضامين هذه البرامج في محاولة لتحليل مدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية، ومراعاتها لخصوصية المجتمع الجزائري، فإن كان الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الحوارية لأمر ضروري حتى لا تنحرف من مسار الحوار والنقاش الجدي المثمر إلى مسار الجدل الغوغائي العقيم، وحتى تصل الرسالة إلى الجمهور بأسلوب صحيح وسليم، فإن الالتزام بما في البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية هو غاية في الأهمية والحتمية لما لهذه البرامج من خصوصية، فهي تعالج في طيات حلقاتها واقعا اجتماعيا تعمل ليس فقط على نقل صورته ونقاش واقعه، بل على تشكيل هذا الواقع من خلال الصورة الذهنية التي ترسمها في عقول الجماهير بصورة تدريجية، فمع مرور الوقت وبدون إدراك من أفراد المجتمع سيجدون أنفسهم يتعايشون وفقا لما بنته هذه البرامج في عقولهم من صور على أساس أنها الحقيقة الواقعية.

ففي دراستنا هذه سنحاول معرفة مدى التزام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية باعتبارها المدخل الإيجابي لتحقيق التنمية من خلال دراستنا للمسؤولية الاجتماعية في أبعادها الثلاث: البعد الأول ويتمثل في الوظائف المنوطة من هذه البرامج نحو المجتمع، البعد الثاني ويتمثل في المعايير الأخلاقية المهنية للأداء

الإعلامي التي يجب أن يلتزم بها مقدم البرنامج ، أما البعد الثالث فيتعلق بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج، وذلك بالاعتماد على التساؤل الرئيسي التالي:

➤ هل يلتزم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية الاجتماعية في معالجته لمختلف

مواضيع البرنامج؟

ويندرج ضمن هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية تتمثل في ما يلي:

➤ ماهي المواضيع المعالجة في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'؟ وما الهدف من معالجتها؟

➤ هل يلتزم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى أداء وظائفه اتجاه

المجتمع؟

➤ هل يلتزم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى المعايير الأخلاقية

المهنية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج؟

➤ هل يلتزم مقدم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى القيم المهنية في

معالجته لمختلف مواضيع البرنامج؟

خامسا: فرضيات الدراسة:

➤ الفرضية الرئيسية :

يلتزم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية الاجتماعية في معالجته لمخالف مواضيع

البرنامج.

وتنبثق من هذه الفرضيات مجموعة من الفرضيات الفرعية والتي تتمثل في:

➤ الفرضية الأولى:

يعالج البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' مواضيع اجتماعية مختلفة بهدف خدمة المجتمع.

● مؤشرات:

- تنوع المواضيع المتناولة في البرنامج.
- الاتجاه نحو مواضيع البرنامج .
- هدف البرنامج.
- اللغة المستخدمة.

➤ الفرضية الثانية:

يلتزم البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى أداء وظائفه اتجاه المجتمع.

● مؤشراتها:

- وظيفة إخبارية.
- وظيفة أخلاقية.
- وظيفة اجتماعية.
- وظيفة تربية.
- وظيفة دينية.
- وظيفة اقتصادية.

➤ الفرضية الثالثة:

يلتزم مقدم البرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى المعايير الاخلاقية المهنية

في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج.

● مؤشراتها:

- إقامة أخلاقيات الحوار مع الحالة المستضافة والمشاركين في البرنامج.
- إقامة أخلاقيات الحوار مع الفاعلين الدائمين في البرنامج.
- احترام الخصوصية الاجتماعية للمجتمع.

- احترام خصوصية الأفراد.

➤ الفرضية الرابعة:

يلتزم مقدم البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى القيم المهنية فى معالجته لمختلف مواضيع البرنامج.

● مؤشرات:

- الموضوعية.

- المصادقية.

- الدقة.

سادسا: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

من الأهمية بما كان أن يحدد الباحث ويعرف مفاهيم دراسته، باعتبارها أداة من الأدوات البحثية التي تُنقل من خلالها أفكارنا النظرية للواقع الملموس، فالمفهوم باعتباره "تصورات ذهنية لمجموعة متنوعة من الظواهر التي نريد ملاحظتها"¹ يعد وسيلة مهمة من أجل إيصال المعنى المراد منه من الدراسة.

يعد المفهوم "بناء مجرد يهدف إلى تفسير الواقع"²، هذا البناء الذي اختلف "باختلاف التوجهات النظرية والإيديولوجية للمهتمين والمتخصصين فى الدراسات الاجتماعية والإنسانية بصفة عامة وعلم الاجتماع بصفة خاصة، فليس ثمة اتفاق بينهم حول كثير من المفاهيم المستخدمة فى مجال علم الاجتماع"³، "فاختلاف وتباين الأطر النظرية

¹ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمى فى العلوم الانسانية ترجمة، ترجمة: بوزيد صحراوي، دار القصة للنشر والتوزيع، ط2، 2006م، ص 158.

²françois depelteau , **méthode en science humaines ;la démarche d'une recherche en science humaines-de la question de départ à la communication des résultats , de boeck supérieur, 2010, p176 .**

³ نادىة سعيد عيشور وآخرون، منهجية البحث العلمى فى العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين راس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة- الجزائر، 2016، ص63.

والفكرية أدى لاختلاف حول المفاهيم المستخدمة¹، الأمر الذي يتطلب ضرورة تحديد مفاهيم الدراسة كعملية مهمة أساسية في ضبط التصور والمسار البحثيين، حتى يتسنى للباحث التقدم بخطوات صحيحة في طريق الإجابة على إشكاليته البحثية.

ومن هذا المنطلق سنحاول صياغة وتحديد مفاهيم الدراسة وتوضيح معانيها ودلالاتها.

1. المسؤولية الاجتماعية:

1.1 المسؤولية:

أ. لغة: تعرف في المنجد في اللغة بأنها "ما يكون به الإنسان مسؤولاً ومطالباً عن أمور أو أفعال أتاها"². أما في اللغة الإنجليزية فحسب قاموس oxford فتعرف بأنها "واجب التعامل مع شخص/ شيء ما أو الاعتناء به، وما ينجر عنه إذا سارت الأمور بشكل خاطئ"³.

ب. اصطلاحاً: تعددت تعريفات المسؤولية وتنوعت، فعرفت بأنها "المقدرة على أن يلزم الإنسان نفسه أولاً والقدرة على أن يفي بعد ذلك بالتزامه بواسطة جهوده الخاصة"⁴، كما عرفها 'وارين' بأنها "وعي الإنسان البالغ أن عليه التصرف تبعاً لمعايير اجتماعية وأنه معرض للعقاب إذا انتهك محظورات التوجيه الاجتماعي، أو هي الاتجاه الأساسي للإذعان العام للتوجيهات والموانع الاجتماعية"⁵ وهناك عدة أنواع من المسؤولية من بينها:⁶

- مسؤولية أخلاقية: هي المسؤولية المترتبة على الفرد كونه إنساناً عاقلاً، فضمير الفرد هو من يحاسبه على أعماله، فهي مسؤولية داخلية لا خارجية تمتد لمحاسبة الفرد نفسه على نواياه، حتى ولو لم يقم بفعل يخلف آثاراً في العالم الخارجي.

¹ المرجع السابق، ص 63.

² لويس معلوف، المنجد في اللغة، لبنان، الطبعة الكاتولوكية، ص 316.

³ sally wehemeier, oxford advanced learner's dictionary, international student's edition, , oxford university press, 7th edition, England, 2006, p1245.

⁴ محمد القدومي، محمد هاي محمد، زيد عبوي، المفاهيم الادارية الحديثة، دار المعترف للنشر والتوزيع، عمان، 1، 2015م، ص 114.

⁵ محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003م، ص 45.

⁶ ابراهيم بدر الصبيحات، أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، دار الجنان للنشر والتوزيع، 2017م، ص 28.

- مسؤولية اجتماعية: هي المسؤولية الناتجة عن حياة الفرد في المجتمع، فالفرد يخضع للمساءلة من طرف المجتمع على سلوكياته التي تترك أثرا في الواقع المادي، كالمسؤولية أمام رب الأسرة أو أمام السلطة المكلفة برعاية الصالح العام.

- مسؤولية مدنية: وتتحدد هذه المسؤولية وفق القوانين الوضعية الإنسانية للقانون الأخلاقي، مع العلم أن كثيرا من الأفعال المحرم ارتكابها بمقتضى القانون الأخلاقي لا تندرج تحت طائلة المسؤولية القانونية والعكس صحيح، فكثير من الأفعال التي يجرمها القانون ولا شأن لها بالأخلاق.

2.1 المسؤولية الاجتماعية

قبل تحديد معنى المسؤولية الاجتماعية تجدر الإشارة الى أن هذا المفهوم لا يرتبط فقط بتخصص واحد حيث نجد في أغلب مجالات العلوم الاجتماعية، إذ يعتبر من مباحث علم القانون كما يرتبط بمجال علوم الإدارة والاقتصاد وكذا كل من علم الاجتماع و علم الإعلام.

أ. المسؤولية الاجتماعية في المنظور الاقتصادي والإداري:

على صعيد الأدبيات النظرية احتلت مسألة المسؤولية الاجتماعية مكانة هامة في الفكر الاقتصادي والإداري، ويُظهر الأدب الإداري المتعلق بالمسؤولية الاجتماعية أن هذا المفهوم لا يزال يفتقر لتعريف شامل ووافي، حيث لا زال يفقد لاتفاق عام بين الباحثين والممارسين بهذا الحقل، وهذا ما يشير إليه تعدد المفردات والمصطلحات التي استخدمت للتعبير عن هذا المفهوم، "فتارة يطلق عليها الأنشطة والأعمال المستدامة (sustainable business)، وتارة أخرى مواطنة الشركات (corporate citizenship)، وثالثة المسؤولية البيئية (environmental responsibility)، ورابعة القواعد الأساسية الثلاثية (the triple botton line)، وخامسة المساءلة الاجتماعية والبيئية (social and enveronmental accountabiity)، وسادسة أخلاقيات العمل ومساءلة الشركات (business ethics and corporate) وأحيانا مجرد مساءلة (ccountability)¹.

¹ علي المسترجي، المسؤولية الاجتماعية من الواقع الأحادي إلى المنظور الشبكي المتعدد، المجلة العربية للإدارة، مج 37، ع 4، ديسمبر 2017م، ص 200.

وقد تعددت تعريفات المسؤولية الاجتماعية في الفكر الاقتصادي والإداري " فقد صدر للمنظر الأول للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال 'carroll' مقالا عام 2010 يؤكد فيه إحصاء 37 تعريفا أكاديميا لها منذ النشأة"¹، فهناك من ذهب إلى ربطها بالمجتمع والمساهمة في تنميته مع تحقيق الربح للمؤسسة، ومن بين من اتجه لتعريفها على هذا الأساس:

- عرفها 'bowen' بأنها "التزام رجال الأعمال باتباع السياسات واتخاذ القرارات وانتهاج مسارات العمل التي تكون مرغوبة في إطار أهداف وقيم المجتمع"².

- عرفها 'homies' بأنها "التزام من طرف منظمات الأعمال اتجاه المجتمع الذي تعمل فيه، وذلك عن طريق المساهمة في مجموعة كبيرة من الأنشطة مثل محاربة الفقر، تحسين الخدمات الصحية ومكافحة التلوث، وخلق فرص عمل، وحل مشكلة السكن المواصلات وغيرها"³.

- عرفها المجلس الدولي للتنمية المستدامة (2007م) بأنها "الالتزام لمنظمات الأعمال للمساهمة في التنمية الاقتصادية المستدامة، بما يتضمن التعامل مع العاملين، والمجتمع المحلي، من أجل تحسين جودة الحياة لهم"⁴.

- وكذا البنك الدولي يرى بأنها: "التزام أصحاب الأعمال التجارية بالمساهمة في التنمية المستدامة، وذلك من خلال العمل مع العاملين وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل لتحسين مستوى المعيشة بطريقة تخدم التجارة والتنمية في آن واحد"⁵.

وهناك من اتجه لتعريفها على أنها مسؤولية اقتصادية في المقام الأول ومنهم:

- 'فؤاد البكري' في كتابه 'العلاقات العامة وتغيير ثقافة المنظمات' حيث أشار إلى أن المنظمات تقوم بعدة مسؤوليات على رأسها المسؤولية الاقتصادية التي لا بد أن تكون في المرتبة الأولى فهي الأهم، ثم تليها المسؤولية

¹ محمد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016، ص-ص:42-43.

² okeye,A, theorising corporate social responsibility as an essentially contested concept : is a definition necessary ?_journal of business ethics, 2009, p14.

³ محمد فلاق، مرجع سابق، ص45.

⁴ عابد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015م، ص53.

⁵ المرجع السابق، ص53.

القانونية ثم المسؤولية الأخلاقية، ويقصد بهذه الأخيرة "أنماط السلوك التي لا يتضمنها القانون ولكنها مطلوبة في المنظمات في علاقاتها الاجتماعية مع الجماهير مثل الإدارة مع العملاء أو الموظفين، والحرص على المصلحة العامة للمجتمع في أعمالها"¹، ويضيف لهذه المسؤوليات ما أسماه بالمسؤوليات المتنوعة والتي يعني بها مختلف النشاطات التي تعزز من مكانة المنظمات في المجتمع مثل دعم البرامج التعليمية والبحوث والمساهمة في تطوير وتحديث بعض المناطق في المجتمعات المحلية.

- وأشار في نفس الاتجاه 'carool' إلى أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات يشمل أربعة أبعاد هي: "البعد الاقتصادي: حيث تنتج الشركة السلع والخدمات لتحقيق الربح، البعد القانوني: يجب أن تمتثل الأعمال للقوانين والقواعد الاجتماعية، البعد الأخلاقي: لا بد من اتباع المعايير الأخلاقية في المجتمع رغم عدم وجود قوانين وأنظمة لها، البعد الإنساني: وهو بعد تطوعي (مثل الأعمال الخيرية)"².

بينما اتجه الاتحاد الأوروبي (2002م) اتجاها آخر حيث ربط مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمنظمات بالعمل التطوعي فعرّفها بأنها: "الفكرة التي من خلالها تدمج الشركات الاعتبارات الاجتماعية والبيئية مع العمليات الاقتصادية والتفاعل مع أصحاب المصالح على أساس تطوعي"³.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية في الفكر الاقتصادي والإداري هي: التزام منظمات الأعمال بقيم المجتمع ومعاييره 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.

¹ فؤاد البكري، العلاقات العامة وتغيير ثقافة المنظمات، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2014م، ص14.

² sherry. Holladay, w.tinothy coombs, **managing corporate social responsibility A communication approach**, ltd publication, 2011, p 20.

³ المرجع السابق، ص53.

ب. المسؤولية الاجتماعية في المنظور القانوني:

لا يخلو علم القانون من مفهوم المسؤولية الاجتماعية ففي النهاية هاته الأخيرة ما هي إلا مساءلة ترتبط بالفعل والجزاء، وهذا ما وُضع لأجله القانون فهو موجود للمساءلة والمحكمة، فالمعنى الدقيق للمسؤولية في لغة القانون هو عبارة عن "الحكم على من أحل بالتزام ما التزم به من قبل الغير أن يعوض الضرر الناجم عن الإخلال بهذا الالتزام"¹. وقد ذهب علماء القانون للتعبير عن مفهوم المسؤولية الاجتماعية بمفهومين أساسيين هما: المسؤولية المدنية والمسؤولية الجزائية؛ "فالمسؤولية الجزائية تترتب عندما يتضرر المجتمع بسبب اعتداء شخص على قيمة محمية قانونياً، أما المسؤولية المدنية فتقوم عندما يتضرر إنسان ضرراً شخصياً"² فالمسؤولية المدنية إذا تحمي مصلحة الفرد في حين تحمي المسؤولية الجزائية مصلحة المجتمع.

المفهوم القانوني للمسؤولية الاجتماعية ذهب لجعل الالتزامات ذات الطابع الأخلاقي غير الملزمة إلى التزام ملزم ينظمه القانون، فهي تعني أن المؤسسة مكلفة قانونياً أي أنها ستتعرض للمساءلة القانونية إن لم تتحمل مسؤوليتها، أما إذا اعتبرنا أن "المقصود بمصطلح المسؤولية هو المشاركة الطوعية للمؤسسات في الواجبات الاجتماعية فإن ذلك يعني أن التكاليف القانوني للمسؤولية الاجتماعية سيكون على أساس واجب أخلاقي وليس قانوني إلا أن ذلك لا ينفي أنه هناك بعض صور المسؤولية الاجتماعية التي تعتبر واجبا قانونياً كرفع الضرر البيئي الذي تسببه المؤسسات والالتزام بالقوانين واللوائح والتعليمات والمقاييس والمعايير والمواصفات ذات الصلة بالمؤسسات"³، ومنه فالمسؤولية الاجتماعية في علم القانون 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 إنسان ما.

¹ عز الدين الدناصورى، عبد الرحمن الشواربي، المسؤولية المدنية في ضوء الفقه والقضاء، المكتبة القانونية، القاهرة، 1988م، ص10.

² سامي الجري، المسؤولية المدنية في القانون التونسي والمقارن، مطبعة السفير الفني، ط1، صفاقس، 2011م، ص47.

³ عبد القادر بلخضر، حلموس مسعودة، تفعيل البعد القانوني كآلية ضابطة لممارسات المسؤولية الاجتماعية، مجلة الدراسات المالية، والمحاسبية والادارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، المجلد 06، العدد 1، جوان 2019م، ص152.

ت. المسؤولية الاجتماعية في المنظور الإسلامي:

إن كان مفهوم المسؤولية الاجتماعية مفهوما حديثا نسبيا في كتابات الباحثين والمفكرين، فهو مفهوم قد لازم الدعوة الإسلامية منذ 14 قرنا، حتى أنه يمكننا القول بأنه مفهوم أساسي قد وجد في ديننا الحنيف منذ نزول آدم عليه السلام إلى الأرض وتكليف الله تعالى الإنسان بمختلف الأوامر والنواهي، فالله قد كرم الإنسان عن باقي مخلوقاته فقال تعالى: "ولقد كرمنا بني آدم وحملناهم في البر والبحر وفضلناهم على كثير ممن خلقنا تفضيلاً¹، فجعله بذلك سيذا على الأرض مما ترتب عن تلك السيادة مسؤولية كُلف وكرم بها.

فعرّف 'مُجّد ابراهيم الشافعي' المسؤولية بأنها "الاستعداد الفطري الذي جبل الله تعالى عليه الإنسان ليصلح للقيام برعاية ما كلفه به من أمور تتعلق بدينه ودينه فإن وفي ما عليه من الرعاية جعل له الثواب وإن كان غير ذلك جعل له العقاب"².

وتعد المسؤولية الاجتماعية من بين أنواع المسؤولية، وهي تستند في الإسلام على القيم والمعتقدات الدينية الإسلامية ووفقاً للشريعة الإسلامية المستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية، ويعرفها السيد عثمان وهو من أبرز من يمثلون المذهب الإسلامي في تعريف المسؤولية الاجتماعية بأنها "مسؤولية الفرد أمام ذاته عن الجماعة التي ينتمي إليها وهي تكوين ذاتي خاص نحو الجماعة التي ينتمي إليها الفرد، وعبارة مسؤول أمام ذاته تعني مسؤول عن الجماعة أمام صورة الجماعة المنعكسة في ذاته"³، وتتكون من ثلاث عناصر أساسية تتمثل في الفهم والاهتمام والمشاركة:

- الفهم: وهو الرابطة العاطفية بين الفرد وجماعته ذلك الارتباط الذي يخالطه الحرص على سلامة الجماعة وتماسكها واستمرارها وتحقيق أهدافها حيث يحس الفرد أنه والجماعة شيء واحد.

¹ القرآن الكريم، سورة الاسراء، الآية 70.

² مُجّد حسام الدين، مرجع سابق، ص45.

³ المرجع السابق، ص48.

- الاهتمام: ويتضمن فهمها في حالتها الراهنة حيث مؤسساتها ونظمها وعاداتها وقيمها ووضعها الثقافي وفهم الظروف والقوى التي تؤثر في حاضر هذه الجماعة، وكذلك فهم تاريخها الذي بدوره لا يتم فهم حاضرها ولا تصور مستقبلها.

- المشاركة: "تقبل الفرد للأدوار الاجتماعية التي يقوم بها وما يرتبط بها من سلوك وتوقعات وتبعات، يشارك في الجماعة واحدا وليس منقسما غارقا في صراع أو تعارض داخلي وهي مشاركة مقومة موجّهة ناقدة"¹.
ومنه فالمسؤولية الاجتماعية في المنظور الإسلامي تعني:

التزام ذو أساس ديني، فهو مسؤولية الفرد أمام المجتمع النابعة من ضميره القائم على قاعدة من القيم والمبادئ الدينية.

ث. المسؤولية الاجتماعية في المنظور الاجتماعي:

يعتبر علم الاجتماع "العلم الذي يدرس نمو التنظيمات الاجتماعية وتطورها والسلوك الاجتماعي بشكل عام"² فهو يهتم بدراسة الظواهر الاجتماعية من بينها المسؤولية الاجتماعية، هاته الأخيرة التي عرفها التنظير الاجتماعي على أنها "مسؤولية الفرد عن أفعاله حيال السلطة الاجتماعية، وما تمثله من أعراف وتقاليد وعادات وورأي عام، وتتميز هذه المسؤولية بعودة السلطة فيها لمرجعية المجتمع والثقافة ومنظومات القيم المتضمنة فيها"³.

والجددير بالذكر هو أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية حتى وإن لم يطرح بشكل صريح في علم الاجتماع بيد أنه كان حاضرا في الكثير من أفكار علماء الاجتماع، فضمنه 'دوركهايم' على سبيل المثال في حديثه عن 'العقل الجمعي' و'الجزء الاجتماعي'، فقد أولى 'دوركهايم' أهمية كبيرة للمجتمع فاعتبره المسيطر على نمط الحياة، فافتراض وجود كيان حقيقي مستقل عبر عنه 'بالعقل الجمعي' والذي يقصد به "المجموع الكلي للمعتقدات والمشاعر المشتركة بين المواطنين

¹ المرجع السابق، ص 49.

² كامل محمد عويضة، علم النفس الاجتماعي، سلسلة علم النفس، دار الكتب العلمية، بيروت-لبنان، جزء 11، 1996م، ص 44.

³ علي ليلة، النظرية الاجتماعية وقضايا المجتمع-قضايا التحديث والتنمية المستدامة، مكتبة الأنجلو المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2015م، ص 150.

في نفس المجتمع والذي من شأنه تدعيم الروابط بين الأفراد¹، "فالقواعد القانونية والأخلاقية، الأمثال والأقوال الشعبية، بنود العقيدة التي تلخص فيها الطوائف الدينية أو السياسية معتقداتها، ومعايير الذوق التي تضعها المدارس الأدبية كلها أمثلة على حالات للعقل الجمعي"²، وهناك إشارات كثيرة إلى العقل الجمعي في أعمال 'دوركهايم' وله وجوه شتى، "فهو يسمى بـ 'الوعي الشعبي' أو 'الضمير' و'الضمير الأخلاقي للشعوب' و'العقل العام' و'الحياة النفسية للمجتمع' والرأي العام' و'ذهنية الجماعات' وكذلك مصطلح 'العقل الجمعي' ويطلق عليه تسمية شائعة الصيت وهي 'الوعي الجمعي'، وبينما ينشأ العقل الجمعي من الجسد الجمعي، فإن عناصره المباشرة جدا هي العقول الفردية التي تشكله عبر ترابطها معا"³.

فارتأى 'دوركهايم' أن كل الجماعات والمشاركات الإنسانية تُولى أهمية كبرى لتوقعات نماذج سلوك وأساليب التصرف، "فبما أن الأفراد يعيشون معا ويطورون علاقاتهم وارتباطاتهم ببعضهم البعض فإنهم يميلون إلى تطوير أساليب وطرق مشتركة للإدراك والفهم والتقييم، والشعور والفعل، وهذه الأنماط الجديدة من القيم والإدراك والفعل تمهد لظهور التوقعات بأنماط السلوك والتصرف، وهي بدورها تمارس نوعا من القهر والإجبار والالتزام على الأفراد وتقوم كمحدد وموجه لسلوكياتهم وتصرفاتهم حيث تلزمهم بالتصرف والسلوك وفق مناهج محددة"⁴، وبالتالي فهذه العلاقة القوية بين الأفراد والقائمة على اتفاق يحدد السلوكيات المتوقعة يولد ما يسمى بالعقل الجمعي 'collective consciousness' والذي يمارس قهرا اجتماعيا على أفراد المجتمع، "فالصفات الإنسانية النوعية والأخلاقية والمعرفة في المجتمع تعتبر قوى قسرية تقف فوق الفرد وتفرض نفسها عليه"⁵.

¹ طارق الصادق عبد السلام، خالد بن عبد العزيز الشريدة، مقدمة في علم الاجتماع، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2020م، ص46.

² alexander riley, the social toght of emile durkheim, sag publication,inc, california, 2015, p-p: 92-93.

³ جينيفر م. ليمنان، تفكيك دوركايم - نقد ما بعد بعد بنيوي، ترجمة: محمود أحمد عبد الله، المركز القومي للترجمة، القاهرة، ط1، 2013م، ص67.

⁴ عبد الله شليبي، علم الاجتماع الاتجاهات النظرية واساليب البحث، دار الشمس للطباعة، القاهرة، 2008م، ص101.

⁵ سامو كلارك، أسس البنيوية - نقد شتراوس والحركة البنيوية، ترجمة: سعيد العلمي، دار بدائل للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015م، ص40.

فالوعي الجمعي إذا يتشكل من وعي الأفراد، لكن ما إن يتشكل حتى يتجاوزه ويهيمن عليه، وهذا ما يسميه 'دوركهايم' بالحمية الاجتماعية، "فوعي الجماعة يفرض موانع اجتماعية ضاغطة على أشكال وعي أعضائها، إذ للمجتمع هيمنة أخلاقية على أعضائه، وهي سلطة تتكئ على قوة كائن أخلاقي هي الجماعة التي لها سلطانها على أعضائها من الأفراد أي الكائنات الأخلاقية بها، وهذه الهيمنة مردها تأثير الوعي الجمعي في أشكال الوعي الفردي، لذلك للفكر الاجتماعي سلطة آمرة لها تأثيرها بفضل سلطانها على العقول"¹ فالوعي الجمعي يحدد الفكر ويحدد السلوك.

ف'دوركهايم' إذا بقوله بالعقل الجمعي يشير إلى أن الفرد لا يعيش بمعزل عن المجتمع وأن المجتمع هو من يحدد له نمط حياته، وبالتالي مسؤولياته، هاته المسؤولية التي لا يكون الفرد حراً في تحديدها بل ملزماً بها، فالمجتمع هو الذي يحدد له مسؤوليته الاجتماعية في إطار تقاليد وعادات المجتمع ومعاييره الأخلاقية وقواعده القانونية، والتي إذا ما خرج عنها الفرد فسيعرض للجزاء الاجتماعي.

وفي حديث دوكايم عن الجزء الاجتماعي حديث ضمني منه عن المسؤولية الاجتماعية باعتبارها التزاماً يهدف لتجنب العقاب، فهو بذلك يتحدث عن المساءلة التي تقتضي وجود مسؤولية تعطيها وجودها، فحسب 'دوركهايم' فإن "المجتمع وضع الجزاء لكل من ينحرف بسلوكه عما اقتضته طبيعة الحياة الاجتماعية ونظم المجتمع الذي يعيش فيه"²، "أي أن أي فعل يعتبر إجرامياً منحرفاً حين يتعارض مع مبادئ هذا الضمير أو العقل الجمعي"³.

"يؤكد 'دوركهايم' على أن امتثال الأفراد لمعايير المجتمع نادراً ما يستند إلى الخوف من العقاب الذي يطبق في حالة الخروج عليه، ففي معظم الظروف يوافق الأفراد على مشروعية الالتزام ومن ثم لا يشعرون بطبيعته الملزمة عن

¹ جينيفر ليمنان، مرجع سابق، ص71.

² عبد الباسط عبد المعطي، اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، عالم المعرفة، الكويت، 1981م، ص80.

³ طارق الصادق عبد السلام، خالد بن عبد العزيز الشريدة، مرجع سابق، ص46.

وعى¹، 'فدوركهايم' إذا يرى بأن الأفراد يقومون بمسئولياتهم الاجتماعية دون إدراك منهم بأنها الزام، ذلك أنهم يُنفذونها إدراكاً منهم بأن مخالفتها ستؤدي بهم إلى المساءلة أو كما أسماها 'دوركهايم' 'الجزء الاجتماعي'.

كما نستقري الحديث عن المسؤولية الاجتماعية في الاهتمام السوسيولوجي بمفهوم الدور الاجتماعي، هذا الأخير الذي إذا لم نحدد مفهوم معين له "يستحيل على الفرد أن ينظم سلوكه الاجتماعي أو يتعامل أصلاً مع المجتمع، كما أنه إذا لم يقم بالسلوك المرتبط بالدور المنوط به فإنه يمكن أن يتعرض لعقوبات اجتماعية، وحين يقوم به يكافأ اجتماعياً²، أي أن كل فرد داخل المجتمع تُلقى عليه مسؤولية معينة بحسب الدور الذي يشغله، فيخضع للمساءلة ففي حالة الالتزام يكافأ اجتماعياً، أما في حالة عدم الالتزام فيعاقب اجتماعياً.

ويعتبر 'تالكوت بارسونز' من أهم من طرحوا مفهوم 'الدور الاجتماعي' فأشار إلى أن "الوحدة الأساسية للنسق وما يكتنفه من علاقات وتفاعلات هي الدور، ذلك أن لكل فاعل اجتماعي دوراً وظيفي يحدد واجباته وحقوقه وعلاقاته الاجتماعية، أي يحدد سلوكه الفردي والجماعي، لكن سلوك الفاعل تحدده المعايير الأخلاقية المشتركة التي يعتقد بها الجميع³، أي أنه حسب 'بارسونز' لكل فرد داخل المجتمع دوراً اجتماعياً يُلزمه بمجموعة من الواجبات ويضمن له مجموعة من الحقوق ويملي عليه نمطاً من العلاقات الاجتماعية، ليحدد بذلك سلوكه الاجتماعي الذي لا بد أن يخضع لمعايير المجتمع الأخلاقية، فالأفراد الآخرون في المجتمع يتوقعون سلوك الفرد من خلال الدور الاجتماعي الذي يشغله ويحدد مكانته الاجتماعية، فهذا الدور الاجتماعي يلزم الفرد مسؤولية اجتماعية لا بد أن يؤديها في إطار احترامه لمعايير المجتمع الأخلاقية، حتى يحظى بالقبول الاجتماعي.

¹ سليمان بين قاسم الفاتح وآخرون، الضبط الاجتماعي مفهومه وأبعاده والعوامل المحددة له: دراسة في ضوء الأطر الفكرية والنظرية والمنهج الإسلامي وتطبيقاته على المجتمع السعودي، دار العبيكان للنشر والتوزيع، ط1، المملكة العربية السعودية -الرياض-، 2020م، ص95.

² حبيبة زلاقي، نظرية الدور بين الأصول الاجتماعية والتوظيف في التحليل السياسي، مجلة العلوم القانونية والسياسية، عدد 17 جانفي، جامعة الوادي، الجزائر، 2018م، ص772.

³ احسان مُجد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة -دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2015م، ص162.

فما نلاحظه أنه كلا من 'دوركاييم' و'بارسونز' قد دعا إلى الالتزام بمعايير المجتمع واعتبرا أن المجتمع هو المسؤول عن تحديد المسؤولية الاجتماعية للفرد، وهذا ما قد اتجه إليه الموظفون عندما تحدثوا عما أسموه بالإجماع القيمي، وهو يعني أن "الأفراد ملتزمون أخلاقيا نحو مجتمعاتهم"¹، أي أن الفرد داخل المجتمع ملزم بالمسؤولية الاجتماعية والتي تعني الالتزام الاجتماعي بالواجبات التي يحددها له المجتمع في إطار أخلاقي مجتمعي.

وعلى عكس الموظفين الذي يرون أن المجتمع هو من يحدد المسؤولية الاجتماعية للفرد، فإن الفيلسوف الإنجليزي 'توماس هوبز' يرى أن الفرد هو من يحدد مسؤوليته الاجتماعية انطلاقاً من تحديد مسؤوليته الفردية، أي أنه ومصطلحات 'توماس هوبز' المنفعة الفردية هي المدخل الصحيح نحو المنفعة الاجتماعية، "فاحتواء الطبيعة البشرية على عنصرين متناقضين هما الرغبة والعقل، الأولى تدفع الفرد إلى الحصول على ما يشعر أنه في حاجة إليه، دون أن يعبا برغبات الآخرين واحتياجاتهم، وهو ما يؤدي إلى صراع وتصادم مصالح البشر، أما العقل فهو الذي يهذب الطبيعة البشرية وهو الذي يرشد الإنسان إلى حل مشاكله مع الآخرين دونما حاجة للتطاحن"²، فالأنانية الفردية المتعلقة بالرغبة والتي تهدف لتحقيق المنفعة الشخصية ستتسع لتتحول إلى نوع من المنفعة الاجتماعية، أي أن 'توماس هوبز' يرى أن الفرد هو من يحدد مسؤوليته الفردية وفقاً لمنفعته الشخصية التي تتقاطع مع منافع الأفراد الآخرين داخل المجتمع، لتحقيق بذلك المنفعة الاجتماعية وبالتالي تلقائياً يكون الفرد قد أدى مسؤوليته الاجتماعية.

ومن التعاريف التي عرفت مفهوم المسؤولية الاجتماعية تعريفاً اجتماعياً:

- "المسؤولية الاجتماعية للأفراد هي "الالتزام الاجتماعي له علاقة بالوجود الاجتماعي الذي هم جزء منه"³.
- حسب 'ماك كلاري' المسؤولية الاجتماعية هي: "الإحساس بالالتزام أو الإحساس بالصالح العام الذي يدفع الناس للمشاركة والمساهمة في المجتمع ككل أو في جماعات فرعية من الناس"¹.

¹ رث والس، ألسون وولف، النظرية المعاصرة تمدد آفاق النظرية الكلاسيكية، ترجمة محمد عبد الكريم الحوراني، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011م/2012م، ص53.

² علي ليلة، مرجع سابق، ص245.

³ مليكة عرعور، المسؤولية الاجتماعية وافرازاتها من المنظور السوسولوجي، يوميات المؤتمر الدولي العلمي الأول للمسؤولية المجتمعية، 31 مارس 2016م، ص3.

- يعرفها 'بين' bean بأنها: "تتجسد المسؤولية في تصرف الفرد وفق معايير الجماعة التي ينتمي إليها، والتي قد تكون جماعة صغيرة مثل جماعة الأصدقاء أو كبيرة مثل الجماعة العرقية للفرد أو الدولة نفسها، فيحرص على إعلاء مصالح الجماعة بمهدف الحفاظ على قوتها وتماسكها، ورغم أن المسؤولية الاجتماعية تستقر داخل الفرد فإن الثابت أن لها مضامين هامة بالنسبة لرخاء وسعادة كل من الفرد والمجتمع على حد سواء"².

- تعرف بأنها: "الشعور الاجتماعي نحو الآخرين أي أن الشخص يكون مسؤولاً جزئياً عن الظروف الاجتماعية المحيطة به نحو المجتمع ككل، والفرد المسؤول ينظر إلى نفسه على أنه عضو من النسيج الأكبر لذا يعتبر المشكلات الاجتماعية بمثابة مشكلاته الخاصة"³.

وبالتالي يمكن القول بأن المسؤولية الاجتماعية في المنظور الاجتماعي عنيت بدراسة العلاقة بين الفرد والمجتمع فهي: التزام اجتماعي قد يحدده المجتمع باعتباره نسق 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 هي التزام قد يؤديه الفرد من خلال تحديده لمسؤوليته الفردية التي تنبع من منفعته الفردية، والتي سيؤدي الالتزام بها تدريجياً إلى تحقيق المنفعة الاجتماعية وبالتالي القيام بالمسؤولية الاجتماعية.

ج. المسؤولية الاجتماعية في المنظور الإعلامي:

لم تخلو علوم الإعلام والاتصال من مفهوم المسؤولية الاجتماعية، بل إن هذا المفهوم أخذ مكانةً كبرى في هذا المجال لدرجة تأسيس نظرية كاملة معنونة بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام، وقد جاء هذا المفهوم كرد فعل على مفهوم الحرية الإعلامية، ليشير لمعنى الحرية المسؤولة، فعُرفت المسؤولية الاجتماعية للإعلام بأنها:

¹ بلقاسم عبد اللاوي، حفصة جرادي، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالتنمية المستدامة للموارد البشرية داخل الجامعة، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 25 جويلية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015م، ص151.

² المرجع السابق، ص151.

³ cobby anne, thomas ehrlich, elizabeth beaumont, and jason stephen , **educating citizenq ; preparing america's undergraduates for lives of moral and civic responsibility**, carnegie foundation for the advancement of teaching, CA, 2003, p5.

- "الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعاده عبر اتصاف الصحافه بسداد الرأي والدقة والعدل ومراعاة النواحي الأخلاقية"¹ "فعلى وسائل الاعلام واجبات والتزامات واضحة وصریحة لخدمة الجماهير تعلقو فوق جمع المال والكسب"²، فحسب 'zoryana haladzhim' "فوسائل الإعلام يجب أن تفي بالتزامات معينة اتجاه المجتمع والتي تنص على نشر المواد التي تلي المعايير المهنية العالمية للمعلومات، الدقة، والنشاط والتوازن."³

- "مجموع الوظائف التي يجب أن تلتزم وسائل الإعلام بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، يتوافر في معالجتها لموادها قيم مهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن تتوافر وسائل الإعلام على حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والرأي العام"⁴.

- في نظر 'سيبرت وبيترسون' هي: "الالتزام بتوفير أخبار ومعلومات جديدة بالثقة فضلا عن توفير فرص لأصوات متنوعة للاستماع إليها"⁵.

- يشير owens-ibie إلى أنه: "من المتوقع أن تقوم وسائل الإعلام بإعلام المواطنين بما يجري في الحكومة، مما يجعل الحكام تحت الرقابة أيضا، ويجب على وسائل الإعلام أن تنقل وتشجع مناقشة الأفكار والآراء والحقائق من أجل تحقيق الصقل الاجتماعي"⁶.

¹ حجاب منير، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004م، ص488.

² محمد زايد، أبو رجب التميمي، المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي، عمان، ط1، 2018م، ص158.

³ o.i romanyk, i.p.kovelenko, **social responsibility of mass media and attempt at conceptual justification**, p186.
https://doi.org/15-04-2020_15:25.

⁴ سهام حسن علي الشجيري، التحيز في تناول الاعلامي-بناء نموذج تفسيري لتحيزات وسائل الاعلام، دار حميدة للنشر والترجمة، ط1، مصر، 2019م، ص310.

⁵ vipin sharma, **ethic and social responsibility** , conference ethics an social responsibilities in a national conference on 'leading change. The revolving dynamics, university Mathura, india, january 2011, p4.

⁶ owens-ibie, **Press Responsibility and Public Opinion in Political Transition**, African Council for Communication Education, Michigan state university, 1994, p71.

- "العمل بمثابة لوحة إعلانات للأمة للحصول على المعلومات وعكس المجتمع وشعوبه كما هم، وبالتالي فضح الأبطال والأشرار"¹.

- ينظر 'دبني البيوت' للمسؤولية الإعلامية من خلال ثلاث فئات تمثلت في: "مسؤوليته اتجاه المجتمع العام حيث لا بد أن يقوم بتوفير المعلومات بدون إلحاق الضرر للآخرين، وتمتد عن هذه المسؤولية مسؤولية أخرى أسماها بالمسؤولية اتجاه المجتمع المحلي بحيث يجب على الإعلام أداء المسؤولية الأولى بطريقة لا تقلل من ثقة الناس في مهنة الصحافة، كما يجب عليه نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع، وما يتوقعه المجتمع من الأفراد، أما المسؤولية الثالثة فهي مسؤولية اتجاه نفسه بحيث عليه أن يؤدي رسالته بأقصى قدر من الثقة والأمانة والصدق والموضوعية لما يعتقد أنه صالح للمجتمع"².

فالمسؤولية الاجتماعية تشمل ثلاث أبعاد ومستويات أساسية، تمثل البعد الأول منها في الوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام ، والبعد الثاني في معايير الأداء الإعلامي، والبعد الثالث في القيم المهنية، "أما الوظائف فهي ما ينبغي أن تؤديها الصحافة للأفراد وللمجتمع والتي تشمل الوظيفة السياسية والتعليمية والثقافية والاقتصادية بالإضافة إلى اهتمامها بالقضايا العالمية، وتشمل معايير الأداء المعايير الأخلاقية للأفراد، إضافة إلى معايير الوسائل الإعلامية وموثوقيتها الأخلاقية والتشريعات والقوانين التي تحكم نظم وسائل الإعلام، ويتصل البعد الثالث بالقيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء وظائفهم"³.

ويتم ادراك المسؤولية الاجتماعية للصحافة من خلال:⁴

○ أولاً: القيام بالوظائف الممكنة أو الأدوار الاجتماعية الملائمة للصحافة، وتشمل الوظائف السياسية والتعليمية ووظائف الخدمات والوظيفة الثقافية.

¹ melisande middleton, **social responsibility in the media**, center for international media ethics CIME, oxford university PCMLP, marth 2009, p6.

² مُجَّد حسام الدين، المرجع السابق، ص17.

³ مجدي مُجَّد عبد الجواد الداغر، معالجة الصحافة العربية لقضايا التسميح والتواصل مع الآخر -دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية في الفترة من 2011-2012، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان، 2013م، ص130.

⁴ المرجع السابق، ص17.

○ ثانياً: معرفة المبادئ التي ترشد وسائل الإعلام ومن بينها الصحافة إلى تحقيق الوظائف السابقة بطريقة إيجابية أو مسؤولة.

○ ثالثاً: معرفة أنواع السلوك التي يجب مراعاتها من جانب الإعلام والصحفيين لتحقيق هذه المبادئ الإرشادية.

من خلال ما سبق نستطيع القول بأن المسؤولية الاجتماعية للإعلام تعني: التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها اتجاه المجتمع، فتؤدي مجموعة الوظائف المنوطة منها، مع مراعاة معايير الأداء المهني من معايير أخلاقية مهنية، وكذا الالتزام بالقيم المهنية المختلفة حيث تعمل على توفير معلومات ذات مصداقية تتميز بالدقة والموضوعية.

3.1 مفاهيم ذات علاقة بالمسؤولية الاجتماعية:

أ. المعايير الأخلاقية:

"الأخلاق في اللغة جمع خُلُق وهو العادة والسجية والطبع والمروءة والدين، وعند القدماء ملكة تصدر بها الأفعال عن النفس من غير تقديم رؤية وفكر وتكلف، فغير الراسخ من صفات النفس لا يكون خلقاً"¹.

كما تعرف موسوعة التراث الفكري العربي والإسلامي الأخلاق بأنها: "جملة قواعد السلوك المتعارف عليها في محيط إنساني معين وامتداد زمني محدود، وهذه القواعد تفرض أن يتكيف معها الجميع بالقدر الواسع كونها في الأصل هي القوانين والأعراف والمواصفات الأساسية"².

أما أخلاقيات الإعلام فتعرف بأنها "مجموعة من القيم والمبادئ المنظمة لما هو صحيح أي في موضوع العمل الإعلامي"¹.

¹ جميل صليبيبا، المعجم الفلسفي بالألغاز العربية والفرنسية والانجليزية واللاتينية، الجزء الأول، دار الكتاب اللبناني، بيروت-لبنان، 1982م، ص49.

² حاتم علي مصطفى العسولي، المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية -دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي القدس ونيويورك تايمز، رسالة دكتوراه في علوم الاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم الصحافة والنشر، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017م، ص24.

وتحدر بنا الإشارة إلى أن هناك اشكالية كبرى في تحديد الفرق بين مفهوم المعايير الأخلاقية ومفهوم المعايير المهنية، نتيجة للتداخل الموجود ما بين المهني والأخلاقي في مجال الإعلام، فبعض المعايير المهنية هناك من يصنفها في مصف المعايير الأخلاقية نتيجة للطابع الأخلاقي الذي تتسم به، وكذا بعض المعايير الأخلاقية هناك من يصنفها مصف المعايير المهنية لما تتسم به من طابع مهني.

وقد لخص كل من 'اجي وأولوت واميري' agee, ault and emery، القانون الأخلاقي في خمس دوائر

متداخلة:²

● الدائرة الداخلية الأصغر تمثل المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد بالإضافة الى حراس البوابة الذي يحدد عن ماذا نقرأ ونسمع ونرى.

● الدائرة الثانية تمثل معايير الوسيلة الإعلامية وموائيقها الداخلية، سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، ولا بد أن يستجيب الأفراد في الدائرة الأولى لمعايير المؤسسة في الدائرة الثانية.

● الدائرة الثالثة لمعايير المهنة التي تضعها الهيئات الصحفية المستقلة لتنظيم عمل وسائل الإعلام المختلفة مثل الجمعية الأمريكية لمحري الصحف وجمعية الصحفيين المهنيين.

● الدائرة الرابعة تمثل الفلسفات الإعلامية الأساسية وقوانين الحكومات في النظريات المختلفة السلطوية السوفيتية الليبرالية، المسؤولية الاجتماعية، وتحت مفهوم المسؤولية الاجتماعية توجد واجبات الملاك والمديرين.

● الدائرة الخامسة وتمثل الحدود التي يسمح بها الناس لكل معايير النشاط الإنساني والتي لا تتخطاها الهيئات والأفراد.

وتعني المعايير الأخلاقية في دراستنا هذه تلك المبادئ والقيم التي لا بد للصحفي من الالتزام بها، والتي

حصرناها في:

¹ قيس سعود البدر، مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الانترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي -دراسة مقارنة-، رسالة ماجستير في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012م، ص43.

² محمد حسام الدين، مرجع سابق، ص-ص: 65-66.

■ إقامة أخلاقيات الحوار مع كل من الحالات المستضافة، والمشاركين في البرنامج، وكذا الفاعلين الدائمين في البرنامج.

■ احترام خصوصية المجتمع.

■ احترام خصوصية الأفراد.

ب. القيم المهنية:

القيم المهنية في ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية هي القيم المهنية للتغطية الإخبارية، والتي تُمثل المستوى الثالث من مستويات مفهوم المسؤولية الاجتماعية كما حدده 'لويس دوهجز'، 'فالقيم المهنية الإخبارية تختلف عن القيم المهنية للتغطية الإخبارية، فالأولى تتمثل في الجودة والتوقيت والضخامة، والتشويق والصراع والمنافسة، والتوقع والغرابة والشهرة، أما الثانية التي يسميها البعض صفات الخبر كالصدق والدقة والموضوعية"¹

وتنقسم القيم المهنية للتغطية الإخبارية إلى قسمين أساسيين هما:

- قيم جمع المادة الخبرية: وتمثل القيم التي يجب أن يراعيها الصحفي أثناء جمعه للمادة الإعلامية من احترام خصوصية الآخرين، وسرية المعلومات، وجمع للمعلومات بطرق أخلاقية.
- قيم عرض المادة الخبرية: وهي الخطوط العريضة للالتزامات التي لا بد للصحفي مراعاتها كي يحصل على تغطية خبرية جيدة، وقد تنوعت وتعددت فاختلف الباحثون في تصنيفها، حتى أن قيمة قد تتضمن قيم أخرى، ويمكن القول أنها تتمثل في:

- المصدقية: وهي "صدق الخبر وإبعاده عن تزيف الواقع وخداع الجمهور بمعلومات كاذبة أو مغلوطة، فالمصدقية هي نوع من المعالجة المهنية والأخلاقية للمادة الصحفية بحيث تتوافر فيها كل أبعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة بشأنه بطريقة متوازنة تستند إلى الشواهد والأدلة الشخصية التي ينبغي أن تُعلن بوضوح، ويتجرد عن الأهواء والمصالح الخاصة فضلا عن نسب الموضوعات إلى مصادرها"².

¹ محمد حسام الدين، مرجع سابق، ص- ص: 114-115.

² زهراء حسين جابر، المسؤولية الاجتماعية للصحافة الالكترونية -دراسة في مواقع المركز الخبري لشبكة الاعلام العراقي، الجزيرة نت، bbc arabic، مجلة اهل البيت عليهم السلام، العدد 24، جامعة اهل البيت ، العراق، 6 ماي 2019، ص444.

- الدقة: وتعني الوضوح في كل كلمة وجملة من الخبر، فلا بد من الابتعاد عن الكلمات الغامضة والقابلة للتأويل، والاهتمام بالتفاصيل، والدقة مكملة لقيمة المصدقية، فالخبر حتى وإن كان صحيحا فقد يصل إلى الجمهور بطريقة مغلوطة إن هو لم يراعي الدقة في نشره بالطريقة التي تحافظ على صحته، فالصحفي عليه أن يحرص على الابتعاد عن الممارسات الإعلامية التي تؤدي لتغييب الدقة في خبره والتي تتمثل في: "عدم اللجوء إلى المصدر الأساسي للخبر، الحرص على تحقيق سبق الصحفي، أو يكون ذلك نتيجة الاختصار المخل لبرقيات وكالات الأنباء"¹.

- الموضوعية: على الرغم من أن الوصول إلى حالة الموضوعية الكاملة في مجال الإعلام هي حالة مثالية لا يمكن تحقيقها إلا أن هذه القيمة تظل من أهم القيم المهنية في الإعلام، فتتسم الموضوعية بالسعي من أجل أهداف عديدة منها "فصل الرأي عن الحقيقة احتراماً لحق الجمهور في أن يعرف الحقائق المجردة، أي الحياد بدلا من التدخل والمشاركة بالرأي، والتوازن بنزاهة بإعطاء أعضاء الأطراف المختلفة فرصا متكافئة لإبداء وجهات نظرها"².

نظرا لشساعة مفهوم الموضوعية وصعوبة وضع تعريف شامل لها، فقد أشار 'جورج صدقة' إلى أنه لا يمكننا التحدث عن موضوعية الإعلام إلا بإضافة قيمة التوازن له كقيمتين متكاملتان، والتوازن هو "أن يسعى الصحفي إلى عرض وجهات النظر المتنوعة، وأن يعرض الوقائع الضرورية كي يتمكن الجمهور من الإلمام بالخبر من زواياه المتعددة، لا أن يعطي جزءا من الوقائع أو أن يعالج الحدث من زاوية واحدة"³.

وفي دراستنا هذه ما نقصده بالقيم المهنية هي قيم عرض المادة الإخبارية، ومنظومة القيم التي لا بد أن يأخذها الصحفي بعين الاعتبار خلال معالجته الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج، والتي حددناها في ثلاث نقاط أساسية:

- الموضوعية: فالصحفي ملزم بمعالجة موضوع حلقة البرنامج بحياد دون انحياز وبشكل موضوعي يقدم فيه الحقائق كما هي لا كما يفترضه هو كراي شخصي، ويتجنب التعميم والحياد، ويعمل على عرض وجهات النظر المختلفة.

¹ عزة عبد العزيز، مصداقية الإعلام العربي، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2006، ص66.

² العربي بوعمامة، عبور فوزية، الموضوعية والمصدقية في القنوات الفضائية الأجنبية -دراسة تحليلية لقضية مُجد صراح من خلال قناة فرانس 24 الاخبارية، مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية، المجلد 3، العدد 5، مركز الحكمة للحوث والدراسات، الجزائر، 2013م، ص-ص: 6-7.

³ جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات، ط1، بيروت، 2008م، ص23.

- المصدقية: صدق المحتوى الإعلامي شرط أساسي لنجاح أي برنامج تلفزيوني، فلا بد من الحرص على ذكر الشواهد والأدلة أثناء معالجة الموضوع، ونقل وتأويل مختلف الأحاديث دون تحريف، ومعالجة الموضوع مع أهل الاختصاص.
- الدقة: فالمعالجة الدقيقة للموضوع تؤدي لإيصال الرسالة بمعناها الصحيح للجمهور، فالصحفي لا بد أن يلتزم باستخدام كلمات وجمل بسيطة ومفهومة، ذكر كلمات واضحة المعنى غير قابلة للتأويل، ويعمل على استمرارية الحوار وتشكيل رسالة كاملة ذلت معنى واضح، ومعالجة الموضوع مع جميع الأطراف المعنية.

ت. الدور الاجتماعي:

منذ القرن الثامن عشر عرف مفهوم الدور عدة تعريفات، "فعرّف على أنه التأثير الذي يمارسه فرد أثناء عملية تفاعله مع الآخرين، وعرف كذلك بأنه ممارسة الفرد لسلوك اجتماعي حسب شخصيته في السياق الاجتماعي، بل إن ارفع غوفمان¹ ذهب أبعد من ذلك حين "لخص الحياة الاجتماعية كلها بأنها عملية تمثيل حيث ليس للذات إلا القيام بما هو متوقع منها في مواقف مختلفة، فالأدوار أي التوقعات التي تكون لدى الآخرين عن سلوكنا هي بمنزلة نصوص مكتوبة نقوم بتمثيلها"¹.

فمفهوم الدور يختلف باختلاف وجهة النظر وزاوية التحليل، فهو "يعني كمفهوم من زاوية البناء الاجتماعي، وضع اجتماعي ترتبط به مجموعة من الخصائص الشخصية ومجموعة من ضروب النشاط التي يعزو إليها القائل بها والمجتمع معا قيمة معينة، وأما من جانب التفاعل الاجتماعي، فالدور سياق مؤلف من مجموعة من الأفعال المكتسبة يؤديها شخص في موقف تفاعل اجتماعي"².

وقد عرف الدور كذلك بأنه:

¹ محمد البقالي، سؤال المهنية والايديولوجيا في الصحافة الحالة المغربية نموذجا، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، لبنان- بيروت، نوفمبر 2018م، ص160.

² لطفية مصباح حمير، دور المنظمات الدولية في حل مشكلة حقوق الانسان في عصر العولمة-دراسة تحليلية من رؤية العولمة الاجتماعية، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، ط1، مصر، 2010م، ص-ص: 82-83.

- عرفه مصلح الصالح في 'قاموس الشامل: قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية' بأنه: "الجانب الدينامي من المكانة (linton)، الجانب الإجرائي (العملي) من المكانة (parsons.t)، مجموعة من الحقوق والواجبات مع خصائص إضافية تتجاوز المتطلبات المهنية (nadel)، طرق للتصرف ملزمة ومرتبطة لمركز اجتماعي (new comb)"¹.

- عرف بارسونز الدور بأنه: "مجموعة معقدة من التوقعات المعيارية فيما يتعلق بسلوك الفاعل، وجميع الأدوار تنطوي على علاقة متبادلة حيث لا يمكن تحديد الأدوار بمعزل عن غيرها"².

- عرفه أحمد محمد الزعبي بأنه: "مجموعة من النشاطات الاجتماعية التي يقوم بها الفرد في موقف معين داخل الجماعة"³.

- عرف نبيل عبد الهادي الدور بأنه "نمط منظم من المعايير فيما يختص بسلوك فرد يقوم بوظيفة معينة في الجماعة"⁴.

- الدور الاجتماعي يعرفه أنطوني جيدنر في كتابه 'مقدمة نقدية في علم الاجتماع' بأنه: "السلوك المتوقع من الفرد الذي يشغل وضعاً اجتماعياً معيناً، وقد نبعت فكرة الدور في الأصل من المسرح، حيث تشير إلى الأدوار التي يلعبها الممثلون في العمل المسرحي، ويلعب الأفراد في كافة المجتمعات عدداً من الأدوار الاجتماعية المختلفة، طبقاً للسياقات المتباينة للأنشطة التي يمارسونها"⁵.

وتجدر بنا الإشارة إلى أن هناك اختلاف ما بين مفهوم الدور ومفهوم المكانة فيعرف 'محمد الجوهري' الدور بأنه: "نمط السلوك المتوقع من الشخص الذي يشغل وضعاً اجتماعياً معيناً أثناء تفاعله مع الأشخاص الآخرين الذين

¹ مصلح الصالح، الشامل - قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية - إنجليزي عربي - مع تعريف وشرح المصطلحات، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، الرياض، 1999م، ص462.

² javier Trevino, **talcolt parsons today, his theory and legacy in contenporary sociology**, rowman and littlefield publishers, new york, 1992, P XLII

³ أحمد محمد الزعبي: علم النفس الاجتماعي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2010، ص173.
⁴ نبيل عبد الهادي: تشكيل السلوك الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2019، ص221.

⁵ أنطوني جيدنر: مقدمة نقدية في علم الاجتماع، ترجمة أحمد زايد وآخرون، على مولا للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2006، ص233، ص234.

يشغلون أوضاعا اجتماعية أخرى داخل النسق"¹، أما المكانة فيعرفها بأنها "المكان أو الموضع الذي يشغله الشخص في سلم التأثير داخل نسق اجتماعي معين"²، "فمفهوم الدور يرتبط بمفهوم المكانة الاجتماعية 'المنزلة'، فهذان المصطلحان يستخدمان لمجالات مختلفة ولعمليات متشابهة، فالمكانة الاجتماعية هي الوضع والمركز الذي يحتله الفرد في الجماعة الاجتماعية، بينما الدور هو السلوك المنظم والمتوقع من فاعلية المنزلة الاجتماعية"³.

إذا فيمكن القول بأن الدور هو مجموعة من النشاطات الاجتماعية التي يقوم بها الفرد في موقف تفاعل اجتماعي، والتي هي عبارة عن نمط السلوك المتوقع من الشخص الذي يشغل وضعاً اجتماعياً، أي أن الوضع الاجتماعي أو المكانة هي التي تحدد نمط سلوك الفرد، فبمجرد شغل الفرد لمكانة ما سيتوقع الآخرون دوره، فالدور يمثل الجانب الديناميكي من المكانة، ويلعب الأفراد في كافة المجتمعات عدداً من الأدوار الاجتماعية المختلفة، طبقاً للسياقات المتباينة للأنشطة التي يمارسونها وجميع الأدوار تنطوي على علاقة متبادلة حيث لا يمكن تحديد الأدوار بمعزل عن غيرها.

بما أن المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية هي التزام هذه البرامج بتأدية وظائفها في إطار مراعاة معايير المجتمع وقيمه لتحقيق الربح وخدمة الصالح العام وتحقيق التنمية على حد سواء، والدور هو نمط السلوك المتوقع من هذه البرامج والذي تمليه عليها مكانتها في المجتمع، فكل المفهومين وجهان لعملة واحدة، فقيام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالسلوك المتوقع منها والذي حدده لها المجتمع وتأديتها لوظائفها هو مؤشر يدل على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية، كما أن تحلي هذه البرامج بالمسؤولية الاجتماعية في مختلف ممارساتها أي التزامها بمعايير المجتمع في أداءه لمختلف وظائفه سيؤدي لتفعيل دورها ونجاحها.

ث. المسؤولية الأخلاقية:

يطرح مفهوم المسؤولية الأخلاقية إشكالية تتبلور في مفهوم الأخلاق في حد ذاته، فهناك اختلاف في مرجعية هذا المفهوم إن كان دينياً أم وضعياً أم عرقياً، وكذا هناك صعوبة في ترجمة هذه الأخلاق إلى قوانين فليست كل

¹ محمد الجوهري: المدخل إلى علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2006، ط1، ص39.

² المرجع السابق، ص43.

³ خليل محمد الخالدي: التنظيم الاجتماعي في الإسلام - دراسة اجتماعية تحليلية في قواعد البنائية والتنظيمية - دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 147.

الأخلاق تخضع مخالفتها للعقاب والمحاسبة القانونية فهناك ما هو أخلاقي محض يخضع للضمير الفردي، وهناك ما هو أخلاقي قانوني، فالمسؤولية الأخلاقية والمسؤولية القانونية تتشاركان في نقاط معينة وتختلفان في نقاط أخرى، فكما أن هناك أخلاقيات لا يحاسب عليها القانون فهناك قوانين لا تحاسب عليها الأخلاق مثل التعبير عن الرأي في شكل تظاهرات، فتختلف المسؤولية القانونية عن المسؤولية الأخلاقية باختلاف أبعادهما، "المسؤولية القانونية تتحدد بتشريعات تكون أمام شخص أو قانون، لكن المسؤولية الأخلاقية فهي أوسع وأشمل من دائرة القانون لأنها تتعلق بعلاقة الإنسان بخالقه وبنفسه وبغيره، فهي مسؤولية ذاتية أمام ربه والضمير، أما دائرة القانون فمقصورة على سلوك الإنسان نحو غيره وتتغير حسب القانون المعمول به وتنفذها سلطة خارجية من قضاة، رجال أمن ونيابة، وسجون، أما المسؤولية الأخلاقية فهي ثابتة ولا تتغير، وتمارسها قوة ذاتية تتعلق بضمير الإنسان الذي هو سلطته الأولى"¹.

فالمسؤولية الأخلاقية للإعلام قد تعني الالتزام بما تتضمنه مختلف الوثائق الأخلاقية للمهنة، باعتبار الأخلاقيات تعني "وثيقة تحدد المعايير الأخلاقية والسلوكية المهنية المطلوب أن يتبعها أفراد جمعية مهنية، وتعرف بأنها بيان المعايير المثالية لمهنة من المهن تتبناه جماعة مهنية أو مؤسسة لتوجيه أعضائها لتحمل مسؤولياتهم المهنية"²، وهنا المسؤولية الأخلاقية للإعلام تكون مضبوطة قانونياً فهي "المسؤولية الناشئة عن الزامية القانون الأخلاقي، ومعنى ذلك أن الفاعل الذي تكون أفعاله ضرورية أي ناشئة عن أسباب طبيعية أو مسيرة بإرادة غيره لا يعد مسؤولاً من الناحية الأخلاقية"³.

كما قد تعني الخضوع للضمير الفردي، "فمصدرها الإلزام النفسي وتشتمل على جميع الأخلاق والآداب التي تنشأ من داخل النفس"⁴، وقد ذهب هذا الاتجاه كل من البروفسور 'عبد الرحمن عزي' و'مُحَمَّد إبراهيم الشافعي'، بحيث اعتبروا أن مرجعية هذا الإلزام النفسي هو الدين، فاستخدم 'عبد الرحمن عزي' مفهوم 'الواجب الأخلاقي' والذي اتجه

¹ عبد الرزاق مُحَمَّد الدليمي، أخلاقيات الاعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2019م، ص91.

² المرجع السابق، ص91.

³ مُحَمَّد حسام الدين: مرجع سابق، ص41.

⁴ المرجع السابق، ص45.

به بعيداً عن الالتزام والإجبار إلى الإحساس الفردي الداخلي، فالواجب عنده يحمل معنى "الوعي الفردي القائم على القناعة الذاتية" وينطلق هذا الوعي من مرجعية دينية. و"مسؤولية الإعلامي والمؤسسة الإعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى، وتأتي الاعتبارات الأخرى مثل العقلانية والاجتماعية والمنفعة الربحية 'مكملة' بمستويات مختلفة عندما لا تتعارض مع المسؤولية الأخلاقية الأولى"¹. كما يرى مُجّد 'ابراهيم الشافعي' بأن "كلا من المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية ترجع الى المسؤولية الدينية لأنها الأصل وما بعدها تابع، فالدين هو الذي يعطينا دعائم الحياة الاجتماعية وأسس الحياة الأخلاقية"².

إذا المسؤولية الأخلاقية في الإعلام تعني الخضوع للضمير الفردي والالتزام بميثاق أخلاقيات المهنة وما ينص عليه من مختلف قيم ومعايير المهنة، وتعد من أهم أسس المسؤولية الاجتماعية، حيث دعت هذه الأخيرة إلى الالتزام بمختلف المعايير المهنية وأخلاقيات المهنة والتي سنشير إليها في الفصل الثالث.

ج. المسؤولية المجتمعية:

إن المطلع على مختلف ما كُتِب عن المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية المجتمعية، سيلاحظ خلطاً في استخدام المفهومين وعدم التمييز بينهما حيث يستخدم مفهوم المسؤولية الاجتماعية ليدل على المسؤولية المجتمعية وهو خطأ مفاهيمي، فالمسؤولية الاجتماعية تعني تحقيق مصالح المؤسسة مع مراعاة مصلحة المجتمع وقيمه وخصوصيته، أما المسؤولية المجتمعية فهي تعني أن "تأخذ المؤسسات على عاتقها -إلى جانب المفهوم الأول- مراعاة مختلف جوانب الحياة في المجتمع والعمل على إبراز دورها فيه بشكل فعال وإيجابي، وأن تتحد مع مختلف المؤسسات سواء في القطاع العام أو الخاص لترقية المجتمع ورفاهيته، وتتعاون معها لتبادل التجارب الناجحة حول برامج المسؤولية الاجتماعية مع

¹ المرجع السابق، ص 53.

² المرجع السابق، ص 46.

المنافسة المشروعة وتحقيق التكامل، وتساعد الدولة في تحمل أعبائها، والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة وبناء استراتيجيات هادفة لخدمة الفرد والمجتمع"¹.

فالمسؤولية الاجتماعية إذا هي جزء من المسؤولية المجتمعية، والتزام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية من قيام بمختلف وظائفها ومراعاتها لقيم وخصوصية المجتمع سيؤدي بها تلقائياً للقيام بجزء من مسؤوليتها المجتمعية، فهاته الأخيرة تتضمن المسؤولية الاجتماعية إضافة إلى مسؤوليات أخرى مثل مختلف النشاطات التنسيقية التي تقوم بها من خلال التعاون مع مؤسسات اجتماعية أخرى كالجمعيات الخيرية مثلاً وكل ذلك في سبيل تحقيق التنمية.

ح. التنمية الاجتماعية:

يعد مفهوم التنمية الاجتماعية من أكثر المفاهيم تعقيداً وفضفاضة، فهو مفهوم شاسع بكل معنى الكلمة تعددت تعريفاته بتعدد مجالات الباحثين، فذهب المصلحون الاجتماعيون لاعتباره مفهوماً يدل على الرعاية الاجتماعية من توفير للتعليم والصحة والعمل والتأمين الاجتماعي... وغيرها، أما السياسيون والاقتصاديون فارتبط هذا المفهوم عندهم بالوصول إلى أقصى حد للمستوى المعيشي، وبالنسبة لعلماء الاجتماع فهو تحقيق للتوافق الاجتماعي والتماسك الاجتماعي، لكنه في مجمله يقترن بالتغير الإيجابي في حالة المجتمع التي تنطلق من أفراد، فيعتبر روب (Roupp) التنمية الاجتماعية مرتبطة بالأهداف الإنسانية في انصهارها مع القيم الاجتماعية، فينظر إليها من ثلاث زوايا:²

- نمو قدرة الإنسان على التحلي وضبط الأحوال والظروف المعيشية في بيئته الطبيعية الاجتماعية.
- نمو اتجاهات الإنسان نحو التعاون الاجتماعي الداخلي والخارجي.
- نمو العلاقة التعاونية الحرة.

¹ ، بورزيق خيرة، الفرق بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية المجتمعية، <https://csrsa.net/post/1343> ، 16-04-2020، 3:14

² محمد سيد فهمي، المجتمعات الجديدة بين التنمية والعشوائية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2005م، ص57.

فالتنمية عند روبرت متعلقة بالعلاقات بين الأفراد ومدى قدرتهم على تحقيق التماسك الاجتماعي بما يحقق

الرفاهية كما يدركونها.

ومن بين تعريفات التنمية الاجتماعية:

- التنمية الاجتماعية هي "عمليات تغير اجتماعي 'social change' تلحق بالبناء الاجتماعي ووظائفه بغرض اشباع الحاجات الاجتماعية للفرد والجماعة، بمعنى أنها عملية 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 تغيرات كيفية وإحداث التقدم المنشود"¹.

- تعرف بأنها "الجهود التي تبدل لإحداث سلسلة من التغيرات الوظيفية والهيكيلية اللازمة لنمو المجتمع وذلك بزيادة قدرة أفرادها على استغلال الطاقة المتاحة إلى أقصى حد ممكن لتحقيق أكبر قدر من الحرية والرفاهية لهؤلاء الأفراد بأسرع من معدل النمو الطبيعي"².

- ترى 'عواطف عبد الرحمن' أن التنمية الاجتماعية قبل كل شيء هي "تنمية بشرية وثقافية تستلزم إحداث تغيرات جوهرية في الفعل والسلوك والآراء والاتجاهات والمعتقدات والقيم وطرق التفكير"³.

إذا فالتنمية الاجتماعية تنطلق من أفراد المجتمع فهي إحداث تغيرات في الفعل والسلوك والآراء والاتجاهات والمعتقدات بحيث يكون هذا التغيير نحو الأحسن فيحدث تطور وتقدم ونمو مجتمعي، الأمر الذي يتطلب خلق حالة من الوعي لدى أفراد المجتمع بضرورة التنمية، وهنا يبرز الدور التنموي للإعلام والذي يتمثل في بلورة وتشكيل الرأي العام وتوعيته، فالمعالجة الإعلامية للمواضيع الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية، والعمل على بث رسالة توعوية هادفة لإحداث تغيير نحو الأحسن، ستساهم في تهيئة الرأي العام لتقبل هذا التغيير ثم العمل على تهيئة

¹ ياسمين مدحت مجد، مدحت أبو نصر، التنمية المستدامة: مفهومها - أبعادها - مؤشرات، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017م، ص 94.

² مجد عبد المولى القدس، التغير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2014م، ص 205.

³ عواطف عبد الرحمن، اشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1977م، ص 9.

المناخ الفكري والثقافي والإيديولوجي اللازم لإحداث هذا التغيير واستمراره، لكن هذا التغيير وإيجابياته يقترن بمدى تحلي البرنامج بالمسؤولية الاجتماعية لأنها الباب الصحيح لطرق باب التنمية الفعلية، فلا بد من مراعاة البرنامج لمختلف مبادئ وثقافة وخصوصية المجتمع، ومن الحرص على الالتزام بالقيم المهنية للإعلام وأخلاقياته، حتى لا تصل الرسالة بشكل عكسي فبدل تحقيق تنمية اجتماعية بتوعية الرأي العام وتوجيهه تغرق المجتمع في ظلال وتخلف بتغليظه وتشتيته.

فالتنمية الاجتماعية إذا تحدث بفعل الإعلام المسؤول اجتماعيا الذي يعمل على خلق رأي عام واعٍ من خلال مخاطبته انطلاقا من مبادئ مجتمعه وخصوصيته.

❖ التعريف الإجرائي للمسؤولية الاجتماعية:

ما نقصده بالمسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية في دراستنا هذه هي:

التزام ينبع من ضمير الفرد (الصحفي) أولا ، وتفرضه عليه القوانين الاخلاقية للإعلام ثانيا، فهي المدخل لتحقيق هاته البرامج لهدفها الربحي وهدفها التنموي للمجتمع على حد سواء، من خلال الالتزام بأداء مختلف الوظائف المنوطة منها اتجاه المجتمع، والالتزام بالمعايير الأخلاقية (معايير الأداء الاعلامي)، وكذا الالتزام بالقيم المهنية بإقامة المنظومة القيمية من موضوعية، دقة ومصداقية.

2. البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية:

1.2 البرامج التلفزيونية:

البرنامج الإعلامي هو "مادة سواء كانت صوتية أو مصورة تقدم من خلال الإذاعة أو التلفزيون ضمن فترة البث ولها هدف معين وهو مخاطبة الجمهور من المستمعين أو المشاهدين، وتتميز البرامج بعضها عن بعض من لحن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها وموعد عرضها على الجمهور"¹.

¹ محمد الجفيري وآخرون، اعداد وتقديم البرامج الاداعية والتلفزيونية، دار صناع الابداع للإنتاج والتوزيع، قطر، ص 11.

ويعرف البرنامج التلفزيوني بأنه:

- "المادة التلفزيونية المتنوعة من البرامج الإخبارية والثقافية والدينية والترفيهية والتعليمية وغيرها مما يعرض على شاشة التلفاز"¹.

- "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"².

- "سيل متدفق من المواد المرئية المتتابعة صوتا وصورة وذات الأنواع المختلفة ولا توجد أية مادة تلفزيونية خارج هذه الأشكال المتدفقة من المواد التلفزيونية"³.

- "رسالة من المرسل عبر قناة (مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها صوت) إلى مستقبل (مشاهد) تريد أن تحقق أهداف محددة، عبر معلومات عقلية ووجدانية تناسب ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، ترسل بأساليب وطرق تبتث الإمتاع والترويح فيه"⁴.

- "فكرة تجسد وتعالج تلفزيونيا باستخدامه كوسيلة تتوافر لها إمكانيات الرسائل الإعلامية، وتعتمد على الصورة الإعلامية سواء كانت مباشرة أو مسجلة على أفلام وشرائط، ويتخذ قالبها واضحا ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة وتتطور برامج التلفزيون باستمرار حيث يلاحظ ألوانا جديدة، وأشكال براجمية متميزة من آن إلى آخر وذلك لجلب المشاهدين والتأثير فيهم"⁵.

¹ محسن جلوب الكناني، أحمد مهدي الدجيلي، التلفزيون وتعزيز الوعي الصحي، دار المجد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2018م، ص28.

² المرجع السابق، ص29.

³ المرجع السابق، ص29.

⁴ فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومعلومات نجاحه، دار الفجر للطباعة والنشر، ط1، بغداد-العراق، 2007م، ص21، ص22.

⁵ نسيم طيشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع العائلي، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007م-2008م، ص7.

إذا فالبرامج التلفزيونية هي فكرة تتجسد في سبيل من المواد المرئية والمسموعة تعالج مواضيع مختلفة وترسل كرسالة للمستقبل، يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة وثابتة.

2.2 البرامج التلفزيونية الحوارية :

أ. الحوار:

● لغة:

– عرفه المنجد في اللغة: "حاور، محاور، حوار، حواراً، جاوبه وراجع الكلام"¹.
 – عرفه جميل صليبا في المعجم الفلسفي بأنه: حاوره محاوره وحواراً، جادله، قال تعالى: 'قال له صاحبه وهو يحاوره' والمحاوره المجاوبه أو مراجعة النطق والكلام في المخاطبة، والتحاور: التجاوب، لذلك كان لا بد في الحوار من وجود المتكلم والمخاطب، ولا بد فيه كذلك من تبادل الكلام ومراجعة وغاية الحوار توليد الأفكار الجديدة في ذهن المتكلم لا الاقتصار على عرض الأفكار القديمة، وفي هذا التجاوب توضيح للمعاني وإغناء للمفاهيم يقضيان على تقدم الفكر، وإذا كان الحوار تجاوبا بين الأضداد كالمجرد والمشخص والمعقول والمحسوس والحب والواجب سمي جدلاً"².

● اصطلاحاً:

تعددت تعريفات الحوار فعرف بأنه:

– "تبادل الآراء بغية استجلاء نقطة معينة"³.

– كما عرفه 'مُجد زمران' بأنه "عملية اتصال بين طرفين أو أكثر وهي تعتمد على المخاطبة والمساءلة حول

شأن من الشؤون"⁴.

¹ لويس معلوف، مرجع سابق، ص 160.

² جميل صليبا، مرجع سابق، ص 501.

³ ناشف تيسير، السلطة والحرية الفكرية والمجتمع، المؤسسة العربية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2001م، ص 44.

⁴ سناء مُجد سليمان، فن وأدب الحوار بين الاصاله والمعاصرة، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، 2013م، ص 24

- عرفه خالد 'مُجد الغامسي' بأنه: "حديث بين طرفين أو أكثر حول قضية معينة الهدف منها الوصول إلى الحقيقة بعيدا عن الخصومة والتعصب بل بطريقة علمية إقناعية ولا يشترط فيها الحصول على نتائج فورية، ويتبين من ذلك أن الحوار عملية تواصلية متكافئة بين اثنين أو أكثر بهدف الوصول إلى الحقيقة بعيدا عن الخصومة والتعصب"¹.
أي أن الحوار هو عملية اتصال هادفة، تقوم بين فاعلين يقومون بتبادل الآراء ونقاشها لتحقيق الغاية منه.

ب. الحوار الإعلامي: يعرف بأنه:

- "عنصر مشترك في العديد من الأشكال البرمجية وهو الأساس في الحصول على المعلومات من الضيوف ويتألف من عدة عناصر متداخلة: مقدم البرنامج الحواري وضيوفه والموضوع المطروح ومدى اهتمام المشاهدين به والمعد واللغة المستخدمة فيه والأسئلة المطروحة والأجهزة والمعدات التي يتطلبها ووقت وزمن ومكان إجراءه"².
- ويعرفه يوسف مرزوق على أنه "عرض أفكار بعض الناس وأراءهم في مسألة بعينها أو إعطاء معلومات معينة للناس في موضوع ما أو تقديم شخصية للمتلقى مثيرة للاهتمام بشكل أو بآخر"³.
- "حديث منظم من جانب واحد ألا وهو الصحفي، وتوجيه الأسئلة بطريقة تمكن الجانب الآخر (مصدر المعلومات) من تطوير الموضوع المحدد بصورة تامة ومنطقية وتدرجية تعمق المضمون وتوسع حجم المعلومات"⁴.
فالحوار الإعلامي إذا هو قالب صحفي يستخدم في البرامج الإعلامية، ويتجسد في شكل حديث منظم يديره الصحفي، يتم من خلاله عرض أفكار وآراء مختلفة حول موضوع النقاش.

¹ المرجع السابق، ص 24.

² محسن جلوب الكناني، تقنيات الحوار الاعلامي - قناة الجزيرة نموذجاً-، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الاردن، 2012م، ص 78.

³ المرجع السابق، ص 78.

⁴ المرجع السابق، ص 79.

ت. البرامج الحوارية:

"أحد أشكال التعبير التلفزيونية الأساسية المستخدمة لإخبار المجتمع عن حقيقة وجوه الأحداث والظواهر والتطورات التي تهم شرائح اجتماعية واسعة ومن خلاله يحصل الجمهور وبشكل مباشر ومن شخصيات متميزة على معلومات آنية ومتنوعة كما يحصل على تحليل أعمق للحدث أو ظاهرة"¹.

من خلال ما سبق نستطيع القول بأن البرامج التلفزيونية الحوارية هي هي فكرة تتجسد في سبيل من المواد المرئية والمسموعة، تعتمد على أسلوب الحوار في عرضها حيث ينظم الصحفي الحوار فيوجه الأسئلة بطريقة تمكن الجانب الآخر (مصدر المعلومات) من تطوير الموضوع، وتتم بعرض أفكار بعض الناس وآراءهم في مسألة بعينها، أو إعطاء معلومات معينة للناس في موضوع ما أو تقديم شخصية للمتلقى مثيرة للاهتمام بشكل أو بآخر.

3.2 البرامج الاجتماعية:

تعد البرامج الاجتماعية "من البرامج الأكثر انتشاراً، إذ تشمل برامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية، البرامج الفئوية 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 الأقمار الصناعية أو الاتصال من خلال الرسائل التي تصل البرنامج، وأساس نجاح هذه البرامج هو الاهتمام باختيار مضمونه بما يتوافق واحتياجات الجمهور ومشاكله ووجهات نظره."²

فالبرامج الاجتماعية إذا هي نوع من البرامج التلفزيونية التي تهتم بمعالجة المواضيع الاجتماعية، وتعتمد في غالبها على مبدأ المشاركة الجماهيرية لما لبرامجها من وقع على نفوس المشاهدين ومساس لواقعهم المعاش فهي منهم وإليهم.

¹ عيسى الشماس، لينا بونس، دور البرامج الحوارية الفضائية في تدعيم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية لدى عينة من طلبة جامعة دمشق، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الانسانية، المجلد 37، العدد 3، 2015م، ص228.

² عبد القادر بغداد باي، اعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية الجزائرية دراسة ميدانية بإذاعة غليزان الجهوية، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، فيفري 2020م، ص505.

❖ التعريف الاجرائي للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية:

البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية هي: فكرة تتجسد في سبيل من المواد المرئية والمسموعة وتستضيف حالات إنسانية 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، وتهتم بنقاش مواضيع اجتماعية وعرض أفكار بعض الناس وآراءهم في مسألة اجتماعية بعينها أو إعطاء معلومات معينة للناس في موضوع اجتماعي.

سابعاً: الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة خطوة في غاية الأهمية في أي بحث علمي، فهي الأرضية الخصبة التي ينطلق منها الباحث الاجتماعي، فتوجهه نحو أهم المراجع والمصادر المتعلقة ببحثه، وتزوده بمختلف المعطيات والنتائج التي توصلت إليها لتكون معيناً له في بحثه، سواءً بالاستفادة منها في بناء تساؤلات الدراسة ومسلّماتها، أو بالاستعانة بها في تحليل النتائج من خلال مقارنة نتائج دراستها مع نتائج الدراسات السابقة.

وخلال فترة إنجاز دراستنا هذه قد توصلنا لمجموعة دراسات ذات علاقة بموضوع دراستنا، قسمناها إلى قسمين: الدراسات السابقة حسب متغيرات الدراسة، والدراسات السابقة حسب أبعاد المسؤولية الاجتماعية.

1. الدراسات السابقة حسب متغيرات الدراسة:

1.1 دراسات ذات علاقة بالمسؤولية الاجتماعية:

يستهدف هذا العنصر عرض ما جاء من دراسات سابقة عن المسؤولية الاجتماعية للإعلام للاستفادة من النتائج المتوصل إليها والخروج بنتائج جديدة.

أ. دراسة أمال حسن الغزاوي:¹ (2010):

¹ أمال حسن الغزاوي، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي، 2010م Arabjournalist.org. 18/04/2020, 18 :21.

وهي دراسة تحليلية تحت عنوان 'المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي'، تسعى من خلالها الباحثة للتعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية اليومية على القنوات الفضائية الحكومية والخاصة فيما يتعلق بالأداء الحكومي والجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج وأساليب عرضها والقوالب الفنية المعتمدة، ومعرفة مدى التزامها بحدود وأبعاد المسؤولية الاجتماعية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

واعتمدت الباحثة في دراستها منهج المسح بأسلوب المسح بالعينة لثلاث برامج حوارية تذايع على القنوات الفضائية حيث بلغ عدد عينة الدراسة (66) حلقة بواقع (22) حلقة لكل برنامج.

وقد توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

- جاء تناول أغلب الموضوعات والقضايا داخل البرامج الحوارية عينة الدراسة بصورة مباشرة بنسبة 92.4%.
- احتلت القضايا الاقتصادية المرتبة الأولى بالنسبة للقضايا المطروحة في البرامج ثم القضايا الاجتماعية بنسبة 72.8%.
- جاءت الإستimalات العقلانية في المرتبة الأولى في البرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة 84.9% مقارنة بالإستimalات العاطفية بسبة 20.01%.
- أظهرت النتائج ارتفاع نسبة مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية بنسبة 60%.

ب. دراسة مُجد أبو شعيشع حسن¹ (2012):

تتبلور مشكلة الدراسة في استجلاء دور برامج المشاركة الجماهيرية في دعم حرية التعبير وإتاحة الفرص للجمهور العربي والمصري من أجل إبداء رأيه اتجاه مختلف القضايا.

فيسعى الباحث من خلال هذه الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف تمثلت في:

- تحليل مضمون برامج المشاركة الجماهيرية.
- رصد فاعلية البرامج الجماهيرية في إتاحة الفرصة للجمهور للتعبير عن رأيه.
- رصد كيفية اختيار الموضوعات ومدى تحقيق عنصر الموضوعية والحياد في طرح القضايا.
- تحديد مدى الالتزام بمعايير وأخلاقيات العمل الإعلامي لدى القائمين بالاتصال في برامج المشاركة الجماهيرية.
- معرفة مدى التزام الجمهور بأداب الحوار حول القضايا والموضوعات المطروحة للنقاش.
- الوصول لتقييم عام لبرامج المشاركة الجماهيرية.

ولتحقيق هذه الأهداف والإجابة عن تساؤلات الدراسة اعتمد الباحث في إطارها النظري على نظرية المسؤولية الاجتماعية، واستخدمت منهج المسح بشقه الوصفي وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من برامج المشاركة الجماهيرية على القنوات الفضائية العربية، والتي قدرت بـ (25) حلقة لبرنامجين تلفزيونيين (برنامج نقطة حوار، برنامج الرأي الحر)، وقد تم اختيار هذه العينة بأسلوب الأسبوع الاصطناعي.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج تمثلت في:

¹ مُجد أبو شعيشع، دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات العربية في دعم حرية التعبير، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، 2012م.

- أتاحت برامج المشاركة الجماهيرية عينة الدراسة فرصة كبيرة للجمهور لإبداء رأيه.
- استعانت هذه البرامج بالعديد من الوسائل والأدوات التكنولوجية الحديثة لزيادة التفاعل بينها وبين الجمهور المشارك.
- التزمت هذه البرامج بكل من أبعاد المسؤولية الاجتماعية:
 - بعد الوظيفة والدور: حيث تؤدي مجموعة من الوظائف السياسية والثقافية، التعليمية والاقتصادية، الاجتماعية والدينية.
 - بعد المعايير والضوابط الأخلاقية (مثل إيقاف من يحاول الشتم داخل البرنامج، إيقاف مشاركات تتضمن سبا في أحد المذاهب الدينية).
 - بعد السلوكيات والقيم المهنية: (مثل احترام خصوصية الأفراد، الدقة والشمول، الصدق والموضوعية).

ت. دراسة ميادة عبدالعال: ¹ (2018)

أجريت هذه الدراسة لنيل شهادة الماجستير في الآداب (علم اجتماع... تخصص اعلام)، تحت عنوان 'البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسؤولية الاجتماعية'، وهي دراسة تحليلية، تبلورت اشكالياتها في سؤال عام مفاده: ما طبيعة وحدود الحرية والمسؤولية الاجتماعية في أداء البرامج الحوارية في تغطيتها للأحداث الجارية والقضايا المثارة؟

ويرتبط بهذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية تمثلت في:

- ما الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال في هذه البرامج؟

¹ ميادة عبدالعال ، البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسؤولية الاجتماعية 'دراسة تحليلية'، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير آداب (علم اجتماع، تخصص اعلام)، كلية البيات للآداب والعلوم والتربية، قسم علم اجتماع، جامعة عين شمس، مصر، 2018م.

- ما درجة ثقة المبحوثين في محتوى البرامج عينة الدراسة؟
- ما نوع القضايا والموضوعات التي تناولتها البرامج عينة الدراسة؟
- ما مدى ملاءمة تخصصات الضيوف للقضايا محل النقاش؟
- كيف تتم معالجة القضايا والموضوعات داخل البرامج عينة الدراسة التحليلية؟
- ما الخصائص المهنية لمقدمي البرامج الحوارية؟
- إلى أي مدى يتم احترام المعايير المهنية المتفق عليها عالميا والالتزام بميثاق الشرف الإعلامي فيما يقدم في هذه البرامج.

وتسعى الباحثة لجملة من الأهداف من خلال طرح هذه التساؤلات تمثلت في:

- التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تناوّلها هذه البرامج والجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها.
- التعرف على حدود وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام خاصة التلفزيونية، ومدى تقديمها لمعالجة إعلامية موضوعية في عرضها للحقائق والمعلومات والآراء المختلفة.
- قياس مدى وجود علاقة بين نمط ملكية القناة ومستوى التزام البرامج المقدمة بهذه القنوات بالمسؤولية المهنية والاجتماعية.
- ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدت الباحثة منهج المسح الإعلامي بالعينة مستخدمة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات على عينة قوامها (400) مفردة، وكذا اعتمدت منهج تحليل المحتوى باستخدام استمارة تحليل المحتوى على عينة قوامها (6) برامج، وكذلك تمت الاستعانة بأداة المقابلة المتعمقة لبعض القائمين بالاتصال في مجال الإعلام بهدف الوصول إلى فهم أعمق لإشكالية الدراسة.

وتوصلت الباحثة بذلك لمجموعة من النتائج يمكن تلخيصها في ما يلي:

- فيما يتعلق بالقضايا التي تناقشها البرامج فهي على التوالي: القضايا الثقافية، السياسية، الاجتماعية، الدينية، الصحية، الرياضية.
- تمثلت إيجابيات أداء القائم بالاتصال على التوالي في: احترام المشاهد في تقديم المواد الإعلامية الجادة، العمل من أجل المصلحة العامة والابتعاد عن المصلحة الشخصية، اختيار العناوين الجذابة البعيدة عن التهويل والحداع، تبني اتجاهات الجمهور.
- تمثلت سلبيات أداء القائم بالاتصال في نشر أمور من شأنها التأثير بالسلب على المجتمع، وترك إدارة الحوار للضيف، والخلط بين الإعلام والإعلان وكذا الخبر والرأي، السخرية من آراء الجمهور، عدم الاهتمام بالأحداث الجارية.
- تنوعت تخصصات ضيوف البرامج، فجاءت الشخصيات الحكومية في المقدمة ثم الشخصيات الإعلامية ثم الشخصيات البرلمانية.
- قدرت نسبة ملاءمة تخصصات الضيوف لموضوع البرنامج بـ (89%).
- أشارت النتائج إلى أن أخلاقيات الحوار بين ضيوف البرنامج تقوم على الاحترام المتبادل للآراء بنسبة (80.9%).
- لقد جاء البعدان 'احترام المبادئ السياسية للمجتمع' و'احترام كافة فئات المجتمع' في مقدمة أبعاد المسؤولية الأخلاقية بنسبة (100%)، ثم البعد خاص 'الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع' بنسبة (98.3%)، وجاء في الترتيب الرابع احترام القيم الدينية والأخلاقية للمجتمع بنسبة (83.5%)، و جاء في النهاية احترام حق الجمهور في المعرفة بنسبة (78.6%).
- مضمون البرامج الحوارية يلي احتياجات الجمهور بنسبة اتفاق قدرت بـ (68.1%)، والحياد بوزن نسبي بلغ (83.8%)، تم مراعاة أخلاقيات الحوار بنسبة (83%)، ثم ملاءمة الضيوف للقضايا المطروحة بنسبة (82.3%)، وأخيرا الحرية المسؤولة بنسبة (68.7%).
- من وجهة نظر المبحوثين القنوات العامة أكثر التزاما بالمسؤولية الاجتماعية من القنوات الخاصة.

- فيما يتعلق بجوانب قصور الأداء الإعلامي في القنوات الحكومية جاء في المرتبة الأولى التركيز على إيجابيات المجتمع وتجاهل السلبيات، ثم ترك إدارة الحوار للضيف، ثم طرح أسئلة إيجابية، عدم الاهتمام بالأحداث الجارية، استخدام ألفاظ وعبارات تمبط بالمستوى اللغوي للجمهور.

- فيما يتعلق بدرجة موافقة عينة الدراسة على مقياس العبارات الخاصة بمقترحات لضمان التزام قنوات التلفزيون المصري (العام والخاص) بمبادئ الحرية والمسؤولية الاجتماعية، جاءت في المرتبة الأولى عبارة 'وجود آلية لتفعيل وتنفيذ القوانين والمواثيق'، وفي الترتيب الثاني 'أنه لا بد لوجود تنمية للممارسة الإعلامية والارتقاء بمستواها العلمي والأخلاقي'، ثم 'إنشاء المجلس الوطني للإعلام'، وجاء المقترح الخاص 'بإنشاء مراكز مستقلة غير تجارية بهدف تطوير الإعلام الوطني' في نهاية اقتراحات الباحثين.

ث. دراسة حسين خليفة، حسن خليفة: ¹(2020)

قدم الباحثان دراسة بعنوان 'المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية'، هادفين بذلك إلى رصد ومعالجة الخطاب الإعلامي بالبرامج الحوارية لأداء السلطة التشريعية وتحديد أهم الأطروحات والتصورات التي قدمها عنها، وتحليل مدى التزامه بأبعاد المسؤولية الاجتماعية في تناولها لها.

منطلقاً بذلك من عدة تساؤلات تمثلت في:

- كيف عالج الخطاب الإعلامي بالبرامج الحوارية أداء السلطة التشريعية؟
- ما أهم الأطروحات التي قدمها الخطاب الإعلامي بالبرامج الحوارية عن السلطة التشريعية؟
- ما طبيعة التصورات التي قدمها الخطاب الإعلامي بالبرامج الحوارية عن السلطة التشريعية وأعضائها؟

¹ حسين خليفة حسن خليفة، محمد شكري أحمد، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 54، الجزء 06، جامعة الأزهر، مصر، ذو القعدة 1441هـ - يوليو 2020م، ص-ص 4035-4090.

- ما مدى التزام الخطاب الإعلامي بالبرامج الحوارية بأبعاد المسؤولية الاجتماعية في تناول أداء السلطة

التشريعية؟

وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التفسيرية، فاعتمد الباحثان على منهج المسح الإعلامي، كما وظفا التحليل الكيفي من خلال التحليل المتعمق لمحتوى البرامج الحوارية عينة الدراسة والتي تمثلت في (24) حلقة باستخدام استمارة تحليل المحتوى، وتحليل الأطروحات ومسار البرهنة والكلمات الرئيسية كأداة لجمع بيانات الدراسة.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن البرامج الحوارية كان لديها التزام كبير بالمسؤولية الاجتماعية عند تناول الأداء

التشريعي على كافة أبعاد مقياس المسؤولية الاجتماعية (الوظائف والأدوار، معايير الأداء الإعلامي، القيم المهنية).

❖ الدراسة الحالية في ضوء الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية وهو ما يتفق مع موضوع دراستنا،

فتهدف كل من دراستنا والدراسات السابقة إلى التعرف على أبعاد المسؤولية الاجتماعية ومدى الالتزام بها.

وتتفق دراستنا مع دراسة كل من 'حسن الغزاوي' ودراسة 'حسن وحسن خليفة' في كونها حددت نوع المواضيع

المعالجة في عينة الدراسة، فاهتمت دراستنا بالبرامج التلفزيونية الحوارية في التلفزيون الجزائري ذات الطابع الاجتماعي،

أي التي تهتم بمعالجة المواضيع الاجتماعية المختلفة، في حين اهتمت دراسة 'حسن الغزاوي' بالبرامج الحوارية اليومية في

التلفزيون المصري التي تتناول في مواضيعها الأداء الحكومي، واهتمت دراسة 'حسين خليفة'، و'حسن خليفة' بالبرامج

الحوارية في التلفزيون البحريني التي تتناول في مواضيعها السلطة التشريعية، أما دراسة 'ليلي عبد المجيد' ودراسة 'محمد

أبو شعيشع حسن' فقد اختلفت مع دراستنا في كونها لم تحدد طبيعة المواضيع المعالجة في البرامج الحوارية حيث اهتمت

دراسة 'ليلي عبد المجيد' بدراسة المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون المصري متعددة المواضيع، أما دراسة

'محمد أبو شعيشع حسن' فاهتمت بدراسة المسؤولية الاجتماعية لبرامج المشاركة الجماهيرية بالفضاءات المصرية أيا كان

نوع المواضيع المعالجة فيها.

كما تتفق دراستنا مع الدراسات السابقة في اعتمادها على استمارة تحليل المضمون كأداة أساسية لجمع بيانات الدراسة، في حين اختلفت معها في حجم العينة فدراستنا اهتمت ببرنامج واحد كأ نموذج للبرامج الاجتماعية، أما الدراسات السابقة فقد شملت العينة فيها أكثر من برنامج واحد، كما أن دراسة 'ليلي عبد المجيد' قد اعتمدت على الاستمارة كأداة ثانية لجمع بيانات الدراسة.

وقد ساعدتنا هذه الدراسات في الجانب النظري بتحديد أبعاد المسؤولية الاجتماعية وكذا في بناء استمارة تحليل المحتوى.

2.1 دراسات ذات علاقة بالبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية.

أ. دراسة مايا باشا:¹ (2007م/2008م)

وهي رسالة ماجستير تحت عنوان 'الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري -دراسة وصفية تحليلية لحصة' وكل شيء ممكن' من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر لسنة 2007م.

واعتمدت الباحثة على منهج تحليل المحتوى باستخدام استمارة تحليل المحتوى من أجل الإجابة على سؤال إشكاليتها المتمثل في: ما هي الرسالة الإعلامية التي تعمل الحصة التلفزيونية الخاصة 'وكل شيء ممكن' على تمريرها للتخفيف من الآفات الاجتماعية؟، هادفة بذلك للتعرف على مضمون الحصة والدور الذي تلعبه في الحد من الآفات الاجتماعية.

ولتحقيق هذا الهدف فقد سطرت الباحثة عدة تساؤلات فرعية تمثلت في:

- ما دور الحصص الخاصة الاجتماعية وما أهمية بثها على المباشر؟
- هل تقدم حصة 'وكل شيء ممكن' المعلومات الكافية حول الآفات الاجتماعية؟
- هل استطاعت الحصة خلق فضاء للحوار داخل المجتمع؟

¹ مايا باشا، الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري: دراسة وصفية تحليلية لحصة 'كل شيء ممكن' رسالة ماجستير جامعة الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جوان 2007م، 2008م.

- ما مدى تأثير الحصة لترسيخ أو تغيير بعض الأفكار والمعتقدات السائدة في المنظومة الاجتماعية.
- هل ساهمت الحصة في كسر بعض الطابوهات داخل المجتمع الجزائري؟
- إلى أي مدى ساهمت الحصة في تحقيق التوعية والوقاية من الآفات الاجتماعية السائدة في المجتمع؟ وانطلاقاً من هذه الأسئلة توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:
- البث المباشر واعتماد الحوار المباشر مع الجمهور من خلال الهاتف من عوامل جذب اهتمام الجمهور وزيادة مصداقية الحصة.
- تقدم الحصة معلومات حول الآفات الاجتماعية.
- عدد كبير من الأشخاص عادوا لذويهم بفضل هذه الحصة.
- ساهمت حصة 'وكل شيء ممكن' بكسر بعض الطابوهات من خلال معالجتها لبعض المواضيع مثل: هروب المراهقين، الاعتراف بالخطأ، إهمال الوالدين.
- تساهم حصة وكل شيء ممكن في خلق ثقافة الحوار في الأسرة والمجتمع مما يساهم في نشر التوعية والوقاية من الآفات الاجتماعية.

ب. دراسة ابراهيم الدجين¹: (2009م)

وهي دراسة وصفية ميدانية على عينة من النساء في مدينة الرياض، تهدف لمعرفة حجم وأنماط تعرض المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية، ودوافع استخدامها لهذه البرامج، والعوامل المؤثرة في ذلك، وكذا قياس مستوى الإشباع الذي تحققه هذه البرامج الاجتماعية للمرأة السعودية.

ولتحقيق هذه الأهداف سطرت الباحثة عدة تساؤلات تمثلت في:

- ما الحاجات الاجتماعية التي تعمل المرأة لإشباعها على نحو عام؟

¹ الجين، بدور، استخدامات المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في المواقع الإلكترونية العربية، دراسة ماجستير، كلية الدعوة والإعلام، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، 2009م.

- ما مفهوم مدخل الاستخدامات والإشباع؟ وما الافتراضات الأساسية التي يقوم عليها؟
- ما طبيعة مضامين البرامج التلفزيونية على نحو عام" كيف يقدم التلفزيون البرامج الاجتماعية؟
- ما حجم استخدام المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية ؟
- ما أنماط تعرض المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية ؟
- ما دوافع استخدام المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية ؟
- ما مدى رضا المرأة السعودية عن البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية ؟
- ما طبيعة الإشباع التي تحققها البرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية للمرأة السعودية ؟
- ما العوامل المؤثرة في تعرض المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في القنوات الفضائية العربية ؟
- واتبعت الباحثة المنهج الوصفي في دراستها، أين اختارت العينة الطبقية، والتي تمثلت في 300 امرأة سعودية تم اختيارهن من سبع بلديات من مناطق مدينة الرياض.
- وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:
- القنوات الفضائية تعد من المصادر الإعلامية المهمة التي تتمتع بانتشار واسع لدى المرأة في المجتمع السعودي، وتحضا بمتابعة مستمرة لبرامجها.
- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك ارتفاعا كبيرا وملحوظا في نسبة المشاهدة اليومية المنتظمة لهذه الوسائل بين النساء في المجتمع السعودي.
- تفاوتت نسب تفضيل الباحثين اتجاه نوعيات المواد والبرامج ومدى إقبالهم عليها فغالبية عينة الدراسة يفضلون البرامج الدينية ثم البرامج النسائية تليها البرامج الاجتماعية.

ت. دراسة إيمان عبد الحكيم أحمد زايد: ¹ (2016م)

أعدت الباحثة دراسة تحت عنوان 'دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري'، في إطار الإعداد لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام من قسم الإذاعة والتلفزيون سنة 2016م، وهي دراسة ميدانية تحليلية حيث استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي والتحليلي على عينة من البرامج الاجتماعية بالفضائيات المصرية (5برامج)، فضلاً عن إجراء دراسة مسحية على 400 مبحوث.

وسعت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى رصد مدى طرح البرامج الجماهيرية المقدمة على القنوات الفضائية المصرية التي تعرض القضايا الاجتماعية حلول للمشكلات والقضايا الاجتماعية ومدى تلبيتها لحاجيات المجتمع، وكذا تحليل الأساليب المعتمدة في معالجة المشكلات الاجتماعية.

وقد انطلقت الباحثة من عدة تساؤلات تفرعت بين تساؤلات تتعلق بالدراسة التحليلية وتساؤلات تتعلق بالدراسة الميدانية.

وتوصلت إلى مجموعة من النتائج نلخصها في ما يلي:

- نتائج الدراسة التحليلية:

- قضية العلاقات الزوجية احتلت أعلى النسب في القنوات الخاصة، بينما احتلت قضية الرعاية الصحية أعلى النسب في القنوات الحكومية.
- اتجاه كل من القنوات الخاصة والحكومية بالنسبة لمعالجة الموضوعات المطروحة كان اتجاه الجوانب الإيجابية، مع تصدر الجوانب الإيجابية بشكل أكثر في القنوات الخاصة.
- بالنسبة لنوعية معالجة البرامج الجماهيرية في تناول المشكلات الاجتماعية في القنوات الخاصة، نجد أن عرض الأسباب كانت أعلى نسبة ثم اقتراح الحلول، ثم المعالجة المتكاملة، ثم المعالجة السطحية ثم عرض جذور المشكلة

¹ إيمان عبد الحكيم أحمد زايد، دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام من قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، 2016م.

وأخيرا استشراف المستقبل. أما القنوات الخاصة فعرض الأسباب، اقتراح الحلول، المعالجة السطحية، عرض جذور المشكلة، استشراف المستقبل، المعالجة المتكاملة (ليس هناك علاقة ما بين نوعية معالجة البرامج الجماهيرية في تناول القضايا الاجتماعية ونوع القنوات).

○ في كل من القنوات الحكومية والخاصة كانت أعلى نسبة لتخصصات ضيوف البرامج هي ممارس التخصص.

○ تصدر الاستشهاد بالخبراء والمتخصصين النسب الأعلى في كل من القنوات الخاصة والحكومية بالنسبة للاستشارات المستخدمة في البرامج مما يعطي مصداقية لدى المشاهدين.

- نتائج الدراسة الميدانية:

- تصدرت القنوات الفضائية أعلى النسب من حيث أنها مصدر للمعلومات.
- تحتل قضية التحرش الجنسي وكذا زواج القصر والعلاقات الأسرية أعلى النسب من حيث القضايا الاجتماعية التي تهتم بها البرامج التلفزيونية الجماهيرية من وجهة نظر المبحوثين.
- من وجهة نظر الجمهور هناك فائدة لهذه البرامج من حيث الوعي بالمشكلة ومعرفة الحلول والقيام بتطبيقها، أيضا معرفة الأدوار الصحيحة وحل المشكلات.

ث. دراسة وائل حذيفة:¹ (2016م)

انطلق الباحث في دراسته هذه من سؤال رئيسي مفاده: ما المستوى العام للبرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في الفضائيات السورية؟، هادفاً بذلك للتعرف على المستوى العام للبرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في الفضائيات السورية والكشف عن الفروق بين أفراد عينة البحث وفقا لمتغير الكلية (تطبيقية، نظرية)، ومتغير الجنس (ذكور، إناث).

¹ وائل حذيفة، المستوى العام للبرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في الفضائيات السورية -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة دمشق، مجلة جامعة دمشق، المجلد 32، العدد 02، 2016، سوريا، ص- ص: 174- 177.

وتم تطبيق البحث في الفصل الثاني لعام 2014م - 2015م بجامعة دمشق كلية (طب الأسنان، الهندسة المعلوماتية، التربية، الإعلام)، على عينة من (389) طالب وطالبة، متبعا بذلك المنهج التحليلي الوصفي، مستخدما الاستبيان في جمع المعلومات لتصل إلى جملة من النتائج تمثلت في:

- من وجهة نظر الطلبة البرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في شكلها الراهن لا ترقى إلى المستوى الجيد وتعاني من ضعف واضح في الإنتاجية والخبرة.
- يفتقر مقدمو البرامج الحوارية السياسية والاجتماعية إلى أهم مهارات تقديم البرامج الحوارية (كمهارة الاستماع والإنصات الجيد لضيف الحوار، التركيز والانتباه لكثير من التفاصيل ذات العلاقة بالحوار...).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على بنود مقياس البرامج الحوارية السياسية والاجتماعية تعزى إلى متغير الكلية (تطبيقية، نظرية).
- وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين متوسطات درجات أفراد عينة البحث على بنود مقياس البرامج الحوارية السياسية والاجتماعية تعزى إلى متغير الجنس (ذكور، إناث).

❖ موقع الدراسة الحالية في ضوء الدراسات السابقة:

لقد شكلت الدراسات السابقة المتعلقة بالبرامج الاجتماعية منطلقا نظريا لدراستنا، حيث أفادتنا في الجانب النظري للدراسة، كما وقد ساعدتنا هذه الدراسات على التعرف على المواضيع المعالجة في البرامج الاجتماعية ومكانتها وأهميتها واتجاه الجمهور نحوها، فشكلت لدينا صورة ذهنية عن البرامج الاجتماعية العربية. وقد اتفقت هذه الدراسات مع دراستنا في عدة نقاط أبرزها كونها جميعا تهتم بالبرامج التلفزيونية الاجتماعية التي تعد نموذج دراستنا، وهدفها معرفة مضامينها ومحتواها.

كما أن كل من دراسة 'إيمان عبد الحكيم' ودراسة 'مايا باشا' تتفق مع دراستنا في اعتمادها منهج تحليل المحتوى واستخدام استمارة تحليل المحتوى كأداة أساسية لجمع معلومات الدراسة، في حين تختلف في ذلك مع كل من دراسة 'وائل حذيفة' ودراسة 'ابراهيم الدجين' اللذان أعدا دراسات ميدانية كان الاستبيان هو الأداة الأساسية في جمع المعلومات فيها.

كما وتختلف دراستنا مع دراسة 'وائل حذيفة' من حيث أن هذه الأخيرة اهتمت إلى جانب دراسة البرامج الحوارية الاجتماعية بالبرامج الحوارية السياسية كذلك، عكس دراستنا التي اهتمت بالبرامج الاجتماعية فقط. كما تجدر الإشارة إلى أن دراسة 'إيمان عبد الحكيم' رغم اتفاقها مع دراستنا في استخدام تحليل المحتوى، إلا أنها تختلف معها من عدم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى فقط، بل اعتمدت الاستبيان كأداة رئيسية ثانية إذ أن دراستها هي دراسة تحليلية ميدانية.

2. الدراسات السابقة حسب أبعاد المسؤولية الاجتماعية

1.2 دراسات ذات علاقة بالبعد الوظيفي للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية

أ. دراسة ربيحة نبار: ¹(2016م)

أجريت هذه الدراسة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في علم الاجتماع تخصص 'علم اجتماع الاتصال'، تحت عنوان ' دور التلفزيون في التوعية بمخاطر الجريمة -دراسة ميدانية على عينة من الماكثات في البيت' ببلدية بسكرة سنة 2016م، وقد انطلقت الباحثة من التساؤل الرئيسي التالي في دراستها:

- إلى أي حد تساهم البرامج التلفزيونية الوطنية العمومية والخاصة في توعية المشاهدين بالجرائم المرتكبة في المجتمع وبأساليب ارتكابها وطرق الوقاية منها؟
- والذي تفرعت عنه ثلاثة أسئلة فرعية:
- إلى أي حد توجد علاقة بين عادات وأنماط مشاهدة البرامج التلفزيونية الوطنية عند المرأة الجزائرية الماكثة بالبيت وتوعيتها بالجرائم المختلفة المرتكبة في المجتمع؟
- إلى أي حد تساهم استراتيجية المعالجة التلفزيونية للجرائم المختلفة في التوعية بمخاطرها؟
- تعريف البرامج التلفزيونية بأساليب ارتكاب الجرائم، إلى أي حد يساهم في وقاية المشاهدات من الجرائم المرتكبة في المجتمع؟

¹ ربيحة نبار، مرجع سابق.

وسعيًا للإجابة على هذه الأسئلة وتحقيق بذلك أهداف الدراسة، فقد استعانت الباحثة بالمنهج الوصفي لوصف البرامج التلفزيونية وظاهرة الجريمة والعلاقة بينهما مستعينة بأداة استمارة الاستبيان، لتتوصل إلى مجموعة من النتائج تمثلت في:

- أكثر القنوات مشاهدة من طرف الماكثات في البيت هي: النهار، الشروق في بي، القرآن الكريم.
- أكثر البرامج مشاهدة هي البرامج التفاعلية، ثم الدراما، ثم البرامج السينمائية.
- كل البرامج المشاهدة تتناول جرائم مختلفة أبرزها الاختطاف، القتل، التحرش الجنسي.
- أكثر البرامج تجسيداً لفكرة التوعية بمخاطر الجريمة هي برنامج 'خط أحمر'، 'خط برتقالي'، 'غز الجريمة'.
- اللغة الفصحى والعامية هي الأكثر استخداماً في هذه البرامج التوعوية تليها اللهجة العامية.
- تساهم هذه البرامج في التوعية بالجرائم من وجهة نظر المبحوثات على المستوى الشخصي من حيث:
 - حث المبحوثات على احترام القوانين واتخاذ الحيطة في التعامل مع الآخرين والتبصير بآثار الجريمة على الفرد والمجتمع،
 - وعلى المستوى العائلي مثل تحذير الأبناء من مكالمة الغرباء خوفاً من الاختطاف ومن زيارة الأصدقاء دون استئذان
 - خوفاً من التحرش وعدم تناول أي دواء في الخارج خوفاً من المخدرات، وعلى المستوى المجتمعي: تحذيرهم من حجب المعلومات والتستر على المجرمين، تنمية الإحساس بالمسؤولية المشتركة في مكافحة الجريمة، خلق وعي أمني.

ب. دراسة اليمين شعبان¹: (2005م/2006م)

انطلق الباحث من أجل معالجة إشكالية دراسته من ثلاث تساؤلات تمثلت في:

- هل توجد علاقة بين وسائل الإعلام المتنوعة في الجزائر والتوعية الأسرية؟¹
 - هل للأسرة الجزائرية مكانة في وسائل الإعلام الجزائرية؟
 - هل يساهم الإعلام في التوعية الأسرية؟
- كل هذه التساؤلات تصب في محاولة التوصل إلى معرفة العلاقة الموجودة بين الإعلام والتوعية الأسرية.

¹ اليمين شعبان، الإعلام والتوعية الأسرية في المجتمع الجزائري- دراسة ميدانية للأسر المقيمة بمدينة باتنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي-، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2005م/2006م.

وسعى لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي معتمدا على أداة الاستبيان لجمع المعلومات مع

بعض الأدوات الأخرى كالملاحظة، حيث تم توزيع الاستبيان على عشوائية قدرت بـ 100 أسرة من مدينة باتنة.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج تمثلت في:

- وجود علاقة بين وسائل الإعلام والتوعية الأسرية.
- الأثر الذي يحدثه الإعلام على التوعية الأسرية يبقى ضعيفا.
- مكانة الأسرة الجزائرية في وسائل الإعلام تتطلب المزيد من الاهتمام.

❖ موقع دراستنا من الدراسات السابقة:

اتفقت دراستنا مع كل من دراسة 'ريحة نبار' ودراسة 'اليمين شعبان' في الاهتمام بموضوع الإعلام

الاجتماعي الجزائري، فدراستنا اهتمت بموضوع البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية الموجهة للأسرة الجزائرية وما

توجهه إليها من مضامين، وكذا اهتمت دراسة 'ريحة نبار' بدراسة البرامج الاجتماعية وأثرها في التوعية من الجريمة،

واهتمت كذلك دراسة 'اليمين شعبان' بالجانب الاجتماعي للإعلام بدراسة أثر وسائل الإعلام على التوعية الأسرية.

وقد اختلفت دراسة 'ريحة نبار' ودراسة 'اليمين شعبان' مع دراستنا في كونها دراستان ميدانيتان تهدفان

لدراسة أثر الإعلام الاجتماعي على المجتمع وتحقيق التوعية به، أي اهتمت بالنتيجة، فاعتمدتا في ذلك على الاستبيان

كأداة أساسية للبحث، أما دراستنا فهي دراسة تحليلية اعتمدت أداة استمارة تحليل المحتوى وهدفت للتعرف على

عامل مهم من عوامل تحقيق الإعلام الاجتماعي لتحقيق التوعية بالمجتمع وهي المسؤولية الاجتماعية، أي اهتمت

بدراسة السبب.

وقد أفادتنا هذه الدراسات في التعرف على العلاقة ما بين الإعلام والمجتمع، وفي بناء قاعدة نظرية للبحث.

2.2 دراسات ذات علاقة ببعدها المعايير الأخلاقية المهنية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية

أ. دراسة جورج صدقة: واقع الممارسة المهنية في لبنان: ¹(2008م)

¹ جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات للنشر، ط1، 2008م، ص-ص: 77-82.

أسس الباحث دراسته هذه انطلاقاً من المبادئ والتشريعات اللبنانية، حيث حاول من خلال دراسة ميدانية

مع صحفيين لبنانيين الإجابة على التساؤلات التالية:

- أين هو موقع الأخلاق الإعلامية عند الجسم الصحفي في لبنان؟
 - إلى أي حد يلتزم إعلاميو لبنان بقواعد الأخلاق الإعلامية؟
 - هل تبدو الصحافة اللبنانية محصنة ضد الإجراءات التي تحيط بالعاملين فيها؟
- وللإجابة على هذه الأسئلة اعتمد الباحث أسلوب المقابلة مع عينة عشوائية من (52) صحافية وصحفي، يتوزعون على (21) مؤسسة إعلامية بين صحافة مكتوبة يومية ومحطات تلفزيون وإذاعات ومجلات في مختلف المجالات.

وقد أثبتت الأجوبة الواردة في هذه الدراسة أن هناك مشكلة جدية في ميدان الأخلاق المهنية عند الصحفيين

اللبنانيين:

- من وجهة نظر أفراد العينة فهناك شبه اجماع بغياب القيم الأخلاقية في الممارسة الصحفية في لبنان.
- من وجهة نظر أفراد العينة فأهم المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي هي: الحقيقة والصدق، الموضوعية، احترام الغير والرأي الآخر، النزاهة، المهنية، الأمانة، خدمة عامة، الحرية، رسالة الصحافة.
- من وجهة نظر أفراد العينة فالرشوة ظاهرة منتشرة في الوسط الإعلامي.
- من وجهة نظر أفراد العينة هامش الحرية المعطى للإعلاميين في مؤسساتها ضعيف.

ب. حنان كيلاني¹: (2016م) هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم الجمهور

المصري لمدى التزام القائم بالاتصال على القنوات الفضائية التلفزيونية بالمسؤولية الاجتماعية، والتعرف على القضايا

¹ حنان كيلاني، أخلاقيات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية على القنوات الفضائية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 15، العدد 03، جامعة القاهرة، 2016م، ص-ص: 97-149.

التي يتم تناولها في هذه البرامج مع التركيز على معرفة القضايا الاجتماعية والتجاوزات الأخلاقية من قبل القائم بالاتصال.

ولتحقيق هذا الهدف طرحت الباحثة عدة تساؤلات وضعت على أساسها عدة فرضيات قسمتها ما بين فروض الدراسة التحليلية وفروض الدراسة الميدانية.

أما فرضيات الدراسة التحليلية فافتترضت وجود علاقة ذات دلالة احصائية ما بين طبيعة البرنامج وبين أربع متغيرات وهي: مدى التزام القائم بالاتصال بأبعاد المسؤولية الاجتماعية، مدى القيام بالمسؤولية المهنية في البرامج، وأهمية الموضوعات المطروحة للقيام بالمسؤولية المهنية للقائم بالاتصال في البرامج، ومدى توافر الوظائف الإعلامية للقائم بالاتصال.

أما فروض الدراسة الميدانية فافتترضت وجود علاقة ذات دلالة احصائية ما بين تقييم الجمهور لمدى التزام القائم بالاتصال في البرامج الحوارية بمبادئ المسؤولية الاجتماعية والمتغيرات الديمغرافية (نوع المبحوث، المستوى التعليمي، العمر)، وكذا افتترضت وجود علاقة ذات دلالة احصائية ما بين طبيعة البرنامج وتقييم الجمهور لمدى توافر مهارات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية، وتقييمه لسمات المضمون الإعلامي.

وقد اعتمدت الدراسة لاختبار صحة هذه الفرضيات منهج المسح وفي إطاره تم استخدام أسلوب مسح المضمون باستخدام تحليل المضمون والتركيز على الشق الكيفي الخاص بأخلاقيات القائم بالاتصال، وذلك إلى جانب استخدام المنهج المقارن لمقارنة معايير وضوابط المسؤولية الاجتماعية للقائم بالاتصال في البرامج التي يتم تحليلها لدراسة العلاقة السببية بين أخلاقيات القائم بالاتصال ومضمون البرامج المقدمة.

أما بالنسبة لمجتمع البحث للدراسة التحليلية فتمثل في القنوات التلفزيونية الفضائية الخاصة، فاختارت الباحثة ثلاثة من البرامج الحوارية على ثلاث قنوات مختلفة (برنامج 'أبلا فاهيتا' على قناة 'سي بي سي' وهو برنامج ساخر يناقش مختلف القضايا السياسية الاقتصادية الثقافية والاجتماعية، برنامج 'نفسنة' على قناة 'القاهرة' وهو برنامج

ترفيهي يناقش القضايا الاجتماعية الخاصة بالحياة اليومية، برنامج 'بيت العائلة' وهو برنامج اجتماعي واقعي يناقش القضايا التي تم جميع أفراد الأسرة المصرية).

وبالنسبة للدراسة الميدانية فقد تم اختيار عينة عشوائية عمدية قوامها (110 مفردة)، وبالاعتماد على كل من أداة استمارة تحليل المحتوى وأداة الاستبيان تم التوصل إلى النتائج التالية:

- البرنامج الاجتماعي 'بيت العائلة' يلتزم بالمسؤولية الاجتماعية في المرتبة الأولى حيث:
 - تتوافر به مهارات القائم بالاتصال من التزام بأداب الحوار، الموضوعية والحياد، عدم تشويه أي صورة، احترام المشاهد وضيوف البرنامج.
 - كما تتوافر به عوامل نجاح الأداء المهني فتهتم مقدمة البرنامج بمبدأ الحوار مع الضيوف وعدم استخدام ألفاظ نابية وعدم استخدام صور غير لائقة.
 - كما أن البرنامج يقوم بعدة وظائف حيث يلعب دور إيجابي وفعال اتجاه الفرد والمجتمع فهو يعمل على توعية الجمهور.
- أما البرنامجين الآخرين فمستوى المسؤولية الاجتماعية منخفض لدى كلاهما سواء من حيث القيم المهنية (الموضوعية والحياد...)، أو من حيث أخلاقيات الحوار، أو بالنسبة لتأدية مختلف الوظائف المنوطة من الإعلام.
- كما أثبتت الدراسة صحة جميع الفرضيات سواء التحليلية أو الميدانية.

ت. دراسة طاهر حورية:¹ (2018م/2019م)

أجريت هذه الدراسة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان 'أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر -مقاربة تحليلية لمبدأي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية'، وتنبع أهمية البحث كما أشارت إليه الباحثة من:

¹ طاهر حورية، أخلاقيات الممارسة الإعلامية 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 الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم، 2018م/2019م.

- أهمية موضوع الأخلاقيات، الذي أصبح محمداً ومعياراً لصدق وجودة المضامين الإعلامية.
- موضوع الفضائيات الخاصة في الجزائر، التي لا تزال تعاني في ظل غياب سلطة الضبط والتطبيق القانوني لعمليات البث من الجزائر وتحديد برامجها.
- أهمية البرامج الاجتماعية التي انتشرت في القنوات الخاصة الجزائرية لتسليط الضوء على الواقع الاجتماعي، وما تتطلبه من احترام الذات الإنسانية وخصوصية الأفراد إضافة إلى المحافظة على قيم ومعايير المجتمع.
- وسعت الباحثة لتحقيق مجموعة من الأهداف تمثلت في:
- تحديد المفهوم العام لأخلاقيات المهنة الإعلامية وضوابط احترام خصوصية الأفراد وقيم المجتمع.
- ضبط إطار قانوني وأخلاقي للممارسة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة.
- ضبط إطار ممارساتي لمعالجة القضايا الاجتماعية مع ضمان احترام خصوصية الأفراد وقيم المجتمع، بمعنى تفعيل موائيق أخلاقيات المهنة.
- معرفة أهم القضايا الاجتماعية المعالجة في البرامج الاجتماعية وآليات معالجتها.
- الكشف عن القيم التي تروج لها البرامج الاجتماعية.
- الكشف عن أهداف البرنامج.
- معرفة مدى مراعاة خصوصية الأفراد وقيم المجتمع في معالجة القضايا الاجتماعية.
- وهذا كله بالإجابة على التساؤلات التالية:
- ماهي أهم المواضيع المتطرق إليها في البرامج الاجتماعية (برنامج ما وراء الجدران، برنامج خط أحمر، برنامج الخط البرتقالي).
- ما هي معايير انتقاء القضايا المعالجة في البرامج الاجتماعية (برنامج ما وراء الجدران، برنامج خط أحمر، برنامج الخط البرتقالي)؟
- هل يحترم الصحفيون رغبة الأفراد في الظهور أمام الشاشة وأخذ صورهم؟

- ما هي الآليات المستخدمة في معالجة المواضيع الاجتماعية؟
 - هل يحترم الصحفيون قيم المجتمع والذوق العام في معالجة القضايا الاجتماعية؟
 - ما هي القوالب الصحفية التي تعالج بها القضايا الاجتماعية؟
 - إلى أي مدى يتم انتقاء الألفاظ والعبارات المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية.
- وسعيًا لتحقيق أهداف الدراسة وتصورها النظري، فقد استعانت الباحثة بالمنهج الوصفي التحليلي لأنه يلائم طبيعة البحث وأهدافه وأهميته، ومن ثم تم الاعتماد على العينة القصدية بناءً على مجموعة من الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة.
- وقد تم الاستعانة بأداة البحث وهي استمارة تحليل المحتوى والتي تم عرضها على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام والاتصال للتعرف على صدق المحتوى والتناسق الداخلي لفئاتها ومدى ملائمتها لأهداف الدراسة وللحكم على قدرتها على قياس ما وضعت لقياسه، وعن طريق معادلة 'هولستي' تحصلت الاستمارة على معامل ثبات (0.89) وهي نسبة عالية من الثبات.
- وتشير النتائج التي توصل إليها الباحث إلى:
- أفكار البرامج الاجتماعية مستوحاة من برامج أجنبية وأخرى عربية، وموضوع المشكلات الاجتماعية هو الموضوع الذي فرض نفسه في حلقات مختلف البرامج.
 - تنوعت القوالب الفنية المستخدمة لمعالجة القضايا ما بين التقرير والحديث المباشر والحوار، واستخدام الدراما للتعبير عن مواقف مُعاشة، لكن المقاطع الدرامية التي يتم الاستشهاد بها لا تمت للمجتمع الجزائري بصلة .
 - من أهم القضايا التي تم التطرق إليها: الإدمان على المخدرات، الشذوذ الجنسي، فك الرابطة الزوجية، الزواج العرفي، المشاكل الاجتماعية، الزواج الإلكتروني والمشاكل الأسرية، وقد اختفت نسبة تواجدها من برنامج لآخر، وقد تم التطرق للطابوهات، لكن يُعاب عليها عملية طرحها بعض الصور الجريئة.
 - يحترم الصحفيون رغبة الأشخاص في عدم الظهور في جميع برامج الدراسة.

- تتعارض مناقشة المشكلات الزوجية والتشهير بالزوج مع خصوصية المجتمع، فالدين الإسلامي يمنع مثل هذه التصرفات خاصة ذكر مساوى الطرف الثاني بعد الانفصال، كما أن ظهور المرأة في التلفاز يتنافى مع خصوصية المجتمع الجزائري الذي يرفض ذلك.
 - تستخدم آليات عاطفية وعقلية في معالجة القضايا، وطغيان الأسلوب العاطفي وهذا يؤثر على الحيادية والموضوعية في طرح القضايا المعالجة.
 - لا تتم عملية تحليل الظواهر بعمق، كما أن هناك عملية مبالغة وتحويل وتعميم على كامل المجتمع الجزائري.
 - يراعي الصحفيون انتقاء الألفاظ الاجتماعية التي تراعي خصوصية المجتمع الجزائري المحافظ، في حين لا يتم حذف بعض الألفاظ غير اللائقة من طرف الحالات المستضافة بغرض خلق الإثارة وزيادة نسبة المشاهدة.
 - تروج البرامج الاجتماعية لقيم إيجابية وقيم سلبية، أما القيم الإيجابية فهي قيم التسامح والنصح والتوعية والتعاون، أما القيم السلبية فهي الجهر بالسوء، التهم بدون دليل، انعدام ثقافة الحوار، افشاء أسرار البيوت.
 - تستهدف البرامج محل الدراسة معظم فئات المجتمع، أفراد الأسرة بالنصح والإرشاد لأنها النواة الأساسية في بناء المجتمع والحفاظ على مبادئه وقيمه، كما تدعو المختصين في المجال الفضائي لمواكبة التغييرات الاجتماعية، ودراسة الحالات الطارئة، داعية السلطات الحكومية للتخفيف من معاناة المواطنين، وتناشد المجتمع المدني لمكافحة الانحرافات والالتفاف حول المحتاجين والمرضى لمساعدتهم حتى يزداد المجتمع تماسكا ويبقى محافظا على قيم التعاون والصلح.
- وعليه يوصي الباحث بما يلي:

- ضبط مفهوم دقيق ومحدد لأخلاقيات السمعى البصري والفضائيات في الجزائر.
- تأطير القنوات الخاصة وتسوية وضعيتها وخضوعها للقانون الجزائري.
- وجوب التعاون الأكاديمي المهني لضمان كوادر صحفية ترقى بالممارسة الإعلامية.
- وجوب الإسراع في تجسيد المجلس الأعلى لأخلاقيات الإعلام.

- الاستعانة بالاختصاصيين الاجتماعيين والنفسانيين، والرقي بالحوارات بعيدا عن الضوضاء الشعبية الموجودة في الشارع.
- عدم اللهث وراء السبق الصحفي، والعمل على إجراء تحقيقات معمقة حول القضايا والحالات التي تبث في البرامج الاجتماعية.
- استخدام عملية المونتاج من قص وتركيب، في تهذيب كلمات الضيوف الانفعالية خاصة في البرامج غير مباشرة.
- التراجع عن فكرة أن النسبة العالية من المشاهد دليلا على نجاح البرنامج، لأنه حتى الإباحيات تشاهد بكثرة حسب الإحصائيات.
- تهذيب حماس الصحفيين الجدد وتدريبهم على أساليب الحوار.
- عدم ذكر التفاصيل الدقيقة لأنها لا تساهم في حل المشكلة بل قد تزيد الفتنة.

❖ موقع دراستنا من الدراسات السابقة:

اهتمت دراستنا بدراسة المسؤولية الأخلاقية أو ما تم تسميته في دراستنا هاته بالمعايير الأخلاقية المهنية، انطلاقا من حقيقة استحالة فصل الأخلاقي عن المهني في الإعلام، فما نصت عليه قوانين وتشريعات المهنة هي في حقيقتها ما تنص عليه أخلاقيات المهنة، فبعد المعايير الأخلاقية المهنية هو البعد الثاني من أبعاد المسؤولية الاجتماعية والذي يعد ركيزة أساسية لها، وقد اشتركت الدراسات السابقة مع دراستنا في الاهتمام بهذا البعد، فهدفت كما دراستنا إلى التعرف على مدى التزام القائم بالاتصال بالمعايير الأخلاقية.

كما واتفقت دراستنا مع دراسة 'حنان كيلاني' في الاهتمام بدراسة البرامج الاجتماعية وما نوع المواضيع المعالجة فيها ومدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية، وكذا مع دراسة 'طاهر حورية' في الاهتمام بالبرامج الاجتماعية التي كان من بينها برنامج دراستنا وهو برنامج 'خط أحمر'، وفي استهدافها من خلال تحليل المحتوى لعينة الدراسة التعرف على القضايا المعالجة ومدى مراعاتها للخصوصية الفردية والاجتماعية للمجتمع.

في حين اختلفت دراستنا مع الدراسات السابقة من حيث العينة إذ تمثلت عينة دراستنا في حلقات من برنامج واحد هو برنامج 'خط احمر' كأ نموذج للبرامج الحوارية الاجتماعية، في حين تمثلت عينة دراسة 'طاهر حورية' في (15 حلقة) من ثلاث برامج اجتماعية، أما عينة دراسة 'حنان كيلاني' والتي تعد دراسة تحليلية وميدانية أيضا فهي لم تعتمد على أداة استمارة تحليل المحتوى فقط كما في دراستنا، بل اعتمدت كذلك على أداة الاستبيان كذلك، فقد تمثلت عينتها في ثلاثة برامج حوارية اجتماعية من ثلاث قنوات مختلفة، وفيما يخص دراسة 'جورج صدقة' فهي دراسة ميدانية تمثلت عينتها في مجموعة من الصحفيين واعتمدت أداة المقابلة في جمع المعلومات.

وتعد هذه الدراسات قاعدة معلوماتية لدراستنا في الجانب النظري، ومرجعا مفيدا لمناقشة نتائج الدراسة من خلال مختلف النتائج التي توصلت إليها، كما وساعدتنا في بناء استمارة تحليل المحتوى.

3.2 دراسات ذات علاقة ببعث القيم المهنية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية:

أ. دراسة رضوى صبري عباس: ¹ (2020م):

انطلاقا من أهمية المعايير الأخلاقية والمهنية في الممارسة الإعلامية، ومن أهمية البرامج الحوارية التي تعد مؤثر إعلامي قوي على الساحة الإعلامية باعتبارها تلعب دور في تشكيل الرأي العام وتوجيهه، وكذا التأثير الذي تحدثه القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية باعتبارها قنوات موجهة من دول أجنبية إلى المجتمع العربي بشكل عام وإلى المراهقين بشكل خاص، جاءت هذه الدراسة الميدانية التحليلية لتطرح اشكالية التزام هذه البرامج بالمعايير الأخلاقية والمهنية، فانطلقت من تساؤل رئيسي مفاده: ما مدى التزام البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية بالمعايير الأخلاقية والمهنية وعلاقته باتجاهات المراهقين المصريين نحوها؟

حيث هدفت إلى تحقيق جملة من الأهداف حددتها الباحثة في:

¹ رضوى صبري عباس، المعايير الاخلاقية والمهنية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها باتجاهات المراهقين المصريين نحوها، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في دراسات الاعلام وثقافة الاطفال، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الاطفال، جامعة شمس، مصر، 2020م.

- التعرف على أكثر القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية التي يحرص المراهقين 'عينه الدراسة' على مشاهدتها.
 - التعرف على إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية من وجهة نظر عينه الدراسة.
 - تحديد أهم السمات التي يجب أن تتوفر في مقدم البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية من وجهة نظر عينه الدراسة.
 - التعرف على مدى التزام القائم بالاتصال بالقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية بآداب الحوار الإعلامي في البرامج الحوارية.
 - التعرف على مدى توافر المعايير الأخلاقية والمهنية في البرامج الحوارية المقدمة في القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية.
 - التعرف على مقترحات المراهقين (عينه الدراسة) لتطوير البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية.
- وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت منهج المسح، حيث استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة وليس المسح الشامل من خلال قيام الباحثة بإجراء مسح للعينة البشرية قوامها (210 مفردة) من المراهقين من (18 إلى 21 عام) وهي عينة عمدية، وإجراء مسح للعينة البراجمية وهم: برنامج 'بتوقيت مصر' وهو برنامج حوارى أسبوعي يعرض على قناة 'بي بي سي العربية' ويناقش قضايا تم المجتمع المصري، وبرنامج 'نقطة حوار' وهو برنامج حوار أسبوعي يعرض على قناة 'بي بي سي العربية'، وبرنامج 'هوا مصر' ويعد برنامج حوارى أسبوعي يعرض على قناة 'فرنسا24' يعالج أهم القضايا المتعلقة بالشأن المصري، وبرنامج 'النقاش' وهو برنامج حوارى أسبوعي يعرض على قناة 'فرنسا24'.
- قد تم إجراء الدراسة خلال دورة براجمية كاملة لمدة ثلاثة شهور للبرامج الحوارية 'عينه الدراسة' في الفترة من 2018/10/1 إلى 2018/12/30، وذلك بمحافظة الجيزة لتطبيق الدراسة في جامعة القاهرة، ومحافظة القاهرة لتطبيق الدراسة في المعهد الدولي العالي للإعلام بأكاديمية الشروق.

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبيان في الدراسة الميدانية، واستمارة تحليل المضمون في الدراسة التحليلية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج تمثلت في:

- نتائج الدراسة التحليلية:

- القضايا السياسية جاءت في المركز الأول في نوع القضايا المطروحة في جميع البرامج الحوارية ثم القضايا الاجتماعية، وأخيرا القضايا الاقتصادية والصحية.
- جاء أسلوب مشاركة الضيوف في جميع البرامج الحوارية 'عينة الدراسة' في المركز الأول 'الحضور بالاستديو'، يليها في المركز الثاني 'عبر الأقمار الصناعية'، وفي المركز الثالث 'الاتصال الهاتفي'.
- نوع مشاركة الجمهور في جميع البرامج الحوارية 'عينة الدراسة' جاء في المركز الأول 'مواقع التواصل الاجتماعي'، يليها في المركز الثاني 'اتصال تليفوني'، يليها في المركز الثالث 'من خلال الفيديو'.
- التزم مقدم البرنامج بجميع آداب الحوار الإعلامي في جميع البرامج الحوارية 'عينة الدراسة' بتكرار بنسبة 100%
- توافر المعايير الأخلاقية في البرامج الحوارية 'عينة الدراسة' حيث جاء في المركز الأول 'البعد عن التشهير والتهامات غير صحيحة'، 'احترام حقوق الإنسان وحرريات الآخرين'، 'رفض مبادئ التمييز العنصري والتعصب'، 'البعد عن الإثارة والجنس'، 'الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية للمجتمع العربي'، 'التزام الإعلامي بالمظهر والسلوك اللائق' بنسبة 100%.
- توافر المعايير المهنية في البرامج الحوارية 'عينة الدراسة' حيث جاء في المركز الأول 'الالتزام بالموضوعية في طرح القضايا المختلفة، التوازن في عرض الآراء المختلفة، إعطاء فرص متكافئة للضيوف للتعبير عن آرائهم، شمول وعمق التغطية الإعلامية للقضايا المختلفة، ضيوف البرنامج متخصصين وخبراء، عدالة توزيع الأدوار بين ضيوف البرنامج' بنسبة 100%.

- نتائج الدراسة الميدانية:

- القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية التي تحرص على مشاهدتها عينة الدراسة في المركز الأول قناة (بي بي سي العربية) بنسبة 79.5%، يليها في المركز الثاني (قناة فرنسا 24) بنسبة 21.9%، يليها في المركز الثالث (قناة الحرة الأمريكية) بنسبة 9.5%.
- أهم القضايا التي تحرص على مشاهدتها عينة الدراسة في البرامج الحوارية في المركز الأول 'القضايا السياسية' بنسبة 64.8%، يليها في المركز الثاني 'القضايا الاجتماعية' بنسبة 48.1%، يليها في المركز الثالث 'القضايا الفنية' بنسبة 30.5%
- جاء مدى التزام مقدم البرامج الحوارية بأداب الحوار الإعلامي في القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية في الترتيب الأول 'خلق حالة من التفاعل بين مقدم البرنامج والضيف' لكل من عينة الذكور والإناث حيث بلغ الوزن النسبي المئوي لهم (77,6%، 78,1%) ، وفي الترتيب الثاني 'التزام مقدم البرنامج بالهدوء وعدم الانفعال' لعينة الذكور بوزن نسبي مئوي (73,8%)، بينما كانت 'احترام حق الآخر في الرد'، والترتيب الثاني لعينة الإناث بوزن نسبي مئوي (71,0%).
- جاء مدى توافر المعايير الأخلاقية في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية في الترتيب الأول 'التزام الإعلامي بالمظهر والسلوك اللائق' لكل من عينة الذكور والإناث حيث بلغ الوزن النسبي المئوي لهم (83,8%، 80,5%)، وفي الترتيب الثاني 'مراعاة حقوق ذوي الاحتياجات الخاصة' لكل من عينة الذكور والإناث حيث بلغ الوزن النسبي المئوي لهم (77,1%، 76,7%).
- جاء مدى توافر المعايير المهنية في البرامج الحوارية في القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية في الترتيب الأول 'لديها مراسلين أكفاء في تغطية الأحداث' لكل من عينة الذكور والإناث حيث بلغ الوزن النسبي المئوي لهم (75,7%، 82,9%)، وفي الترتيب الثاني 'ضيوف البرنامج متخصصين وخبراء' لكل من عينة الذكور والإناث حيث بلغ الوزن النسبي المئوي لهم (75,2%، 76,7%).

ب. دراسة سهير صالح ابراهيم¹:

تتلور مشكلة الدراسة في محاولة التعرف على تقييم الإعلاميين أنفسهم لدورهم وللعوامل المؤثرة في أدائهم للعمل الإعلامي كمهنة، وتقييم أسلوب ممارسة زملائهم في الفضائيات المصرية وبرامج 'التوك شو' في عرض قضايا الرأي وتأثير الضغوط والعوامل التي تنعكس على قيمهم وتصوراتهم المهنية وأدوارهم التي يقومون بها والعوامل المؤثرة عليهم.

فهدفت بذلك الدراسة لتحقيق جملة من الأهداف تمثلت في:

- التعرف على مدى التزام البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية بالمعايير والقواعد المهنية في تقييمها لمعالجة قضايا الرأي التي تناقش على شاشاتها في إطار المبادئ الرئيسية للأخلاقيات المهنية (مثل الدقة، الموضوعية، التنوع والتوازن...).

- التعرف على رأي الخبراء في طبيعة الضغوط التي يتعرض لها الإعلام في تناول قضايا الرأي والعوامل المؤثرة عليه في عرضها، ومدى إمكانية إلزامه بالمعايير المهنية والأخلاقية للعمل الإعلامي.

- عرض رؤية مستقبلية مقترحة من الخبراء والإعلاميين لتقديم معالجة متوازنة ومهنية للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية للقضايا والموضوعات المطروحة للنقاش.

ولتحقيق هذه الأهداف اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي، فجمعت بين الدراسة الكمية والكيفية حيث استخدمت كل من أداة استمارة استقصاء بالمقابلة، التي يتم ملئها من طرف عينة من الإعلاميين في مجالات مختلفة (صحافة، إذاعة الفضائيات الخاصة والحكومية، المواقع الإلكترونية) وقدر عددهم بـ 140 مفردة، وكذا أداة دليل المقابلة المتعمقة حيث تم إجراء 14 مقابلة متعمقة مع خبراء في مجال الإعلام والممارسين المهنيين وأساتذة الإعلام.

وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

- أظهرت نسب متابعة مرتفعة لبرامج 'التوك شو'.

¹ سهير صالح ابراهيم، المعايير المهنية والأخلاقية لمعالجة قضايا الرأي في البرامج الحوارية في الفضائيات العربية -دراسة على القائم بالاتصال-، المجلة المصرية لبحوث الإعلامية، جامعة القاهرة -كلية الإعلام-، مصر، 2017م.

- عبرت عينة الدراسة على عدد من الضغوط تقع على الإعلاميين عند ممارسة المهنة منها: السياسة التحريرية والاعتبارات الإعلامية، ضغط الوقت، الاعتماد على المهوبة وليس التدريب للإعلامي وتدخلات المسؤولين وآراء الجماهير، و من أهم العوامل التي تؤثر في تناول قضايا الرأي العام في البرامج الحوارية الفضائية هي سياسة القناة وصاحب رأس المال والمعلن والمسؤولين في الدولة وقيم الإعلام ومعتقداته والقنوات المنافسة وجماعات الضغط والنقابة أو المؤسسة التي ينتمي لها.

- أكد الباحثون أن من أهم المعايير المهنية والأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها العاملين في البرامج الحوارية الفضائية هي التواصل مع الجمهور وعرض آرائهم بأمانة، ومعيار الفصل بين الرأي والخبر، وإعطاء فرصة للرد والتعليق للآخرين، وعدم التحيز لطرف، وعرض الآراء بتوازن، واحترام الحرية والحياة الخاصة، وتجنب التحريف وذكر أنصاف الحقائق، والأمانة في عرض الصور والمواد القيمة وعدم التأثير على أحكام القضاء أو الخداع في العناوين أو الإساءة للمنافسين أو لأصحاب الاتجاهات العرقية أو الدينية أو الفكرية المختلفة والاعتراف بالخطأ وتصويبه وعدم تكرار بثه.

- جاءت تقييمات الباحثين للبرامج الحوارية في الفضائيات المصرية لتشمل عددا من الإيجابيات جاء من أهمها أنها خصصت مساحة جيدة لعرض قضايا الرأي، واختيارها موضوعات جماهيرية وربطها بقضايا قومية، وطرح وجهات نظر متعارضة، ومشاركة الجماهير وإعطاء وقت متوازن للضيوف، في حين جاءت السلبيات التي يرونها لتشمل تجاوزات في عرض القضايا وأن مقدم البرنامج يتدخل ويتحيز لرأيه، ثم اعتمادها على إثارة الخلاف بين الضيوف وطرح آراء بها تحريض أو تحيز أو الاهتمام بعناصر الإثارة.

ت. دراسة سحر مُجَّد صوفي:¹

تحدد مشكلة الدراسة في مدى التزام القنوات الفضائية المصرية الخاصة بالحيادية والموضوعية والدقة والتوازن في عرض القضايا والموضوعات من منطلق المسؤولية الاجتماعية لبرامج التوك شو في المجتمع.

فانطلقت الدراسة من تساؤلات للدراسة الميدانية تمثلت في:

¹ سحر مُجَّد صوفي، تقييم معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، 2016م.

- ما درجة رضا الجمهور عن أداء مقدمي البرامج الحوارية (اللفظي - غير لفظي).
- ما طبيعة اتجاه الجمهور نحو مراعاة مقدمي البرامج الحوارية للحياة الخاصة للمواطنين؟
- ما اتجاه الجمهور نحو مدى مشاركة مقدمي البرامج الحوارية في الإصلاحات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية؟

- ما اتجاه الجمهور نحو التزام مقدمي البرامج الحوارية بمعايير الصدق والموضوعية والحيادية في أداء عملهم؟
- ما مدى رضی الجمهور عينة الدراسة نحو مستوى ثقافة الحوار في البرامج الحوارية بالقنوات الخاصة؟
- ما مدى توافر عناصر إبداء رأي الجمهور وممارسة حقه في الاتصال في البرامج الحوارية من وجهة نظر المبحوثين؟

أما تساؤلات الدراسة التحليلية فتمثلت في:

- ما القضايا والموضوعات التي تعرض في البرامج الحوارية محل الدراسة وما درجة آنتيتها؟
 - ما طبيعة اتجاهات مقدمي البرامج الحوارية نحو ضيوفهم؟
 - ما مدى إتاحة الفرصة المتساوية لمشاركة الضيوف في البرنامج؟
 - ما درجة الالتزام المهني والأخلاقي في أداء مقدمي البرامج الحوارية؟
 - ما أهم التجاوزات المهنية والأخلاقية في أداء مقدمي البرامج الحوارية؟
 - ما مدى وطبيعة مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية؟
- اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والوصفي .
- وتمثل مجتمع الدراسة التحليلية في جميع برامج 'التوك شو' المذاعة في جميع القنوات الفضائية المصرية الخاصة، وتحدد مجتمع الدراسة الميدانية في الجمهور المصري المشاهد لبرامج 'التوك شو' المذاعة في القنوات الفضائية المصرية الخاصة.

أما بالنسبة لعينة الدراسة فتمثلت عينة الدراسة التحليلية في عينة من برامج 'التوك شو' في بعض القنوات المصرية الخاصة كبرنامج 'الحياة اليوم' في قناة الحياة، برنامج 'هنا العاصمة' في قناة 'cbc'، وبرنامج 'آخر النهار' في قناة النهار.

أما الدراسة الميدانية فأجريت على عينة متاحة من مشاهدي البرامج الحوارية قوامها (400) مفردة من الجمهور المصري بدءاً من 18 سنة فأكثر، مع مراعاة تمثيل كافة المتغيرات اللازمة لقياس فروض الدراسة.

وقد قامت الباحثة باستخدام أداتين في هذه الدراسة وهما صحيفة الاستبيان لإجراء الدراسة الميدانية، وصحيفة تحليل المضمون لإجراء الدراسة التحليلية، لتتوصل بذلك لمجموعة من النتائج أهمها:

- نتائج الدراسة الميدانية:

- جاء الضيوف الذين تلاءمت تخصصاتهم مع الموضوع المطروح في البرنامج في المرتبة الأولى بنسبة (75.6%) (وجاء عدم ملائمة تخصصات الضيوف للموضوع المطروح بنسبة (20.4%) وهي نسبة كبيرة ينبغي أخذها بعين الاعتبار.
- جاءت أخلاقيات الحوار بين ضيوف البرنامج التي تقوم على الاحترام المتبادل للآراء بنسبة (91.9%)، أما أخلاقيات الحوار بين ضيوف البرنامج التي لا تقوم على الاحترام المتبادل للآراء فقد جاءت بنسبة ضئيلة بلغت نسبة (8.1%).
- فيما يتعلق بنوعية الموضوعات التي تعالجها هذه البرامج فجاءت بالترتيب: الموضوعات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، التعليمية، الدينية، الفنية.
- كان عرض أكثر من وجهة نظر هو الغالب في البرامج.
- جاء 'احترام الفرد وعدم إيذائه لفظياً باعتباره أحد أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج عينة الدراسة' في المقدمة بنسبة (76.6%)، تليها 'إعطاء الفرد مدى زمني مناسب لعرض وجهة نظره' بنسبة (56.7%)، ثم 'ترك

الضيف يعرض وجهة نظره دون مقاطعة' بنسبة (47.8%)، ثم 'احترام الحياة الخاصة للأفراد' بنسبة (40%).

○ لقد جاء 'احترام حق الجمهور في المعرفة باعتباره أحد أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج عينة الدراسة نحو المجتمع' في المركز الأول بنسبة (63.3%) وجاء في المركز الثاني 'احترام القيم الدينية والأخلاقية للمجتمع' بنسبة (43.3%)، وجاء 'الدفاع عن المصالح العامة للمجتمع' بنسبة (40%)، وفي المرتبة الأخيرة 'احترام كافة فئات المجتمع' بنسبة (34.4%).

○ لقد جاء في مقدمة إيجابيات أداء مقدمي البرامج: 'عدم استخدام صور غير لائقة' ثم 'التنوع في عرض القضايا والموضوعات' وأخيرا 'الدعوة لحق الرد والتصحيح'.

○ جاء في مقدمة السلبيات لأداء مقدمي البرامج عينة الدراسة: 'عدم إتاحة الفرصة لمشاركة الجمهور'، 'لا يعكس الواقع الفعلي للمجتمع'، عدم الالتزام بالدقة والحيادية في عرض القضايا والموضوعات، عدم التوازن بين الحرية والمسؤولية، وأخيرا 'الاعتماد على المعلومات مجهولة المصدر'.

- نتائج الدراسة الميدانية:

○ فيما يتعلق بالقنوات الأكثر التزاما بمبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام من وجهة نظر المبحوثين فقد جاءت كل من القنوات الحكومية والقنوات الخاصة ملتزمة لدرجة متوسطة.

○ تشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة (45.5%) من عينة الدراسة تثق بدرجة كبيرة في مقدمي البرامج الحوارية في القنوات الخاصة، بينما جاء من يثقون في مقدمي القنوات الحكومية بنسبة (9.5%) وهي نسبة ضئيلة.

○ أوضحت النتائج أن أهم السمات المهنية التي يتمتع بها مقدمو البرامج الحوارية في القنوات الخاصة من وجهة نظر عينة الدراسة: 'تقديم الموضوع بشكل جيد من جميع النواحي' بنسبة (73.9%)، وفي نهاية السمات المهنية جاء كلا من 'الفصل بين الرأي والخبر'، 'الصدق والموضوعية والدقة في عرض الموضوعات' متساوين في نفس النسبة (73.4%).

❖ موقع داستنا من الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة البرامج الحوارية التي تعالج مواضيع مختلفة من بينها المواضيع الاجتماعية كمجتمع دراسة، هاته الأخيرة التي تعد الموضوع الرئيسي للبرامج الحوارية في داستنا، حيث اختلفت داستنا مع هذه الدراسات في كونها متخصصة في القضايا الاجتماعية في حين تعددت مواضيع البرامج الحوارية في الدراسات السابقة الذكر، كما أنها اختلفت مع داستنا من حيث كون داستنا دراسة تحليلية اهتمت بتحليل محتوى برنامج واحد كأتمودج للبرامج الحوارية الاجتماعية باستخدام أداة استمارة تحليل المحتوى، أما كل من دراسة 'رضوى صبري عباس' ودراسة 'سحر محمد صوفي' فهي دراسات تحليلية ميدانية اعتمدت كل من أداة استمارة تحليل المحتوى وأداة الاستبيان، ولم تقتصر على تحليل محتوى برنامج واحد بل اهتمت بتحليل محتوى أربعة برامج حوارية، وبالنسبة لدراسة 'سهير صالح' فكانت دراسة ميدانية اعتمدت أداة استمارة الاستقصاء.

فداستنا اختلفت مع الدراسات السابقة في الجانب المنهجي وطريقة جمع المعلومات، لكنها اشتركت معها في نفس الهدف وهو معرفة مدى الالتزام بالقيم المهنية والمعايير الأخلاقية في هذه البرامج الحوارية.

وتجدر بنا الإشارة إلى أن دراسة 'سهير صالح' رغم اشتراكها مع داستنا في الاهتمام بدراسة موضوع القيم المهنية إلا أنها اختلفت معها من حيث الاهتمام بدراسة هذا الالتزام من وجهة نظر الإعلاميين أنفسهم لا بدراسته من خلال تحليل المحتوى مثل داستنا.

وقد افادتنا هذه الدراسات في التعرف على القيم المهنية والمعايير الأخلاقية، وبناء استمارة تحليل المحتوى، تفسير النتائج ومناقشتها والتعليق عليها وربطها بما توصلت إليه هذه الدراسات.

الفصل الثاني: المنظور السوسيو-إعلامي للدراسة

تمهيد

أولاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية.

ثانياً: نظرية الواجب الأخلاقي.

ثالثاً: نظرية البنائية الوظيفية.

رابعاً: نظرية الدور الاجتماعي.

تمهيد:

إن إشكالية العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع لموضوع كان له وزنه في نقاشات المفكرين السوسولوجيين والإعلاميين على حد سواء، فالقدرة التأثيرية لوسائل الإعلام على أفكار المجتمع ومبادئه ليست بالأمر الذي يمكن تجاهله ونكرانه، فهذه الوسائل وعلى رأسها التلفزيون ذلك الجهاز السحري الذي لا يمكن للفرد إلا أن يسترق النظر إلى شاشته حتى وإن كان مشغولاً بوسيلة إعلامية أخرى، له جهاز عجيب بالفعل لا تزال الدراسات قائمة حوله لما له من سلطة وجودية فرضت وجودها حتى عبر وسائل الإعلام الأخرى، فالإنترنت مثلاً بمواقعها المختلفة من فيسبوك، تويتر، يوتيوب... وغيرها رغم أهميتها وشعبيتها الجماهيرية لا تخلو مضامينها من المحتوى الإعلامي التلفزيوني الذي يشكل جزءاً كبيراً منها، فهو مرجعية معلوماتية لم يزلها بريق الوسائل الإعلامية الأخرى إلا بريقاً.

وسنحاول خلال الأسطر القادمة الإشارة إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية باعتبارها نظرية قامت على مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ونظرية الواجب الأخلاقي 'لعبد الرحمن عزي' كنظرية استوحت أفكارها من نظرية المسؤولية الاجتماعية ونادت بإقامة المسؤولية الأخلاقية هاته الأخيرة التي تعد ركيزة المسؤولية الاجتماعية، كما سنحاول تناول الرؤية السوسولوجية للعلاقة والتأثير القوي للإعلام على المجتمع والمتمثلة في كل من نظرية البنائية الوظيفية ونظرية الدور الاجتماعي، والتي دفعنا بالتأكيد على القول بضرورة الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية للإعلام، خاصة حين يتعلق الأمر بالبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية لما لها من خصوصية اجتماعية.

أولاً: نظرية المسؤولية الاجتماعية:

ما إن وضعت الحرب العالمية الثانية أوزارها حتى تعالت الأصوات المنادية بضرورة وضع حد للانحطاط الأخلاقي الذي شهده الإعلام آنذاك، فالاستغلال الذي شهده ميدان الإعلام من طرف رؤساء الأموال في ظل نظرية الحرية قد أدى إلى انهيار الكيان الأخلاقي للمجتمع من جهة وظهور جماعة من المصلحين الداعين لضرورة احترام المجتمع والاعتراف بالآخر من جهة أخرى، فكما يقول ليفانسن فإن "الاعتراف بالآخر هو شرط لتأسيس علاقة أخلاقية معه بل علاقتنا الأخلاقية معه تسبق

علاقتنا الأنطولوجية بذاتنا والعالم"¹، "فتشكلت نتيجة لذلك في الولايات المتحدة الأمريكية لجنة غير حكومية لحرية الصحافة لمناقشة العلاقة بين الصحافة والمجتمع، هذه اللجنة عرفت باسم 'hutchins' نسبة إلى أحد رؤسائها 'robert m.hutchins'"²، وكانت مكونة من اثني عشر أستاذ أكاديمي، كما ضمت أبرز نقاد الصحافة الأمريكية 'وليم ريفرز' 'rivers' و 'نيودور بترسون' 'terson'، وأصدرت تقريرها سنة 1947 في كتاب تحت عنوان 'صحافة حرة مسؤولة' والذي نص على أن "صناعة الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية يجب أن تستمر في يد القطاع الخاص واضحة في اعتبارها المصلحة العامة"³، أي أنه لا بد من الحفاظ على حرية الصحافة بشرط أن تتحلى بمسئوليتها اتجاه المجتمع.

كما أن ظهور نظرية المسؤولية الإعلامية لم يكن كرد فعل إلى ما آل إليه الإعلام في ظل نظرية الحرية فقط، بل إنها كنظرية تحاول التوفيق بين ثلاثة جوانب هامة هي: "الحرية والاختيار الفردي، حرية وسائل الإعلام، مسؤولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع"⁴، فظهرت نتيجة لعدة عوامل أخرى تمثلت في:⁵

- الثورة التكنولوجية والصناعية وما أحدثته من تغييرات في صناعة الإعلام والصحافة.
- الضغط الذي مارسه وسائل الإعلام على الحكومات نفسها، نتيجة لزيادة تأثيرها وأهميتها.
- انتقاد بعض المفكرين والفلاسفة للفروض الأساسية التي تقوم عليها الفلسفة التحررية، والتحاق الكثير منهم بمهنة الصحافة، وإرساءهم لقواعد مهنية جديدة.

"تتكون هذه النظرية من الناحية الفلسفية من الأفكار والمعتقدات والقيم الضاربة في عمق المجتمع، كما أنها تطمح إلى ظهور المعتقدات التي تحاول وسائل الإعلام في الديمقراطيات الصناعية الحديثة تقديمها"⁶، فظهرت كنظرية تحاول الأخذ بالحرية

¹ سلمى بلحاج مبروك، إيتيقا المسؤولية اتجاه الآخر عند ايمانويل ليفيناس، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، الامارات، 2015م، ص7.

² حمدي حسين، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987م، ص168.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام والتنمية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2012م، ص167.

⁴ أنوار بن محمد الرواس، الإعلام العمالي بين الفردية والمسؤولية-دراسة نقدية-، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر الاعلام والاصلاح الواقع والتحديات، 2009م، ص14.

⁵ طاهر حورية، مرجع سابق، ص80.

⁶ مي عبد الله سنو، التلفزيون في لبنان والعالم العربي، دار النهضة العربية، بيروت -لبنان، 2001م، ص185.

إلى مسار الحرية المسؤولة أي الحرية الإيجابية والتي وصفها 'هوكينغ' بأنها "السمة المميزة للإنسانية فيجب باستمرار أن نتخلص من استخدام حريتنا من أجل خدمة أنفسنا، فبدلاً من ذلك لا بد من أن نستخدم حريتنا من أجل الصالح العام"¹، فقامت هذه النظرية على عدة أفكار ومبادئ يلخصها 'ماكويل' في ما يلي:²

- أن الصحافة وكذلك وسائل الإعلام الأخرى يجب أن تقبل وتنفيذ التزامات معينة اتجاه المجتمع.
- يمكن تنفيذ هذه الالتزامات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة، الدقة، الموضوعية والتوازن.
- لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.
- إن الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعي، أو توجيه أية إهانات إلى الأقليات..

- أن الصحافة يجب أن تكون متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.
 - أن للمجتمع حقاً على الصحافة في أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.
 - إن التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة.
- وعلى الرغم من أهمية ما جاءت به هذه النظرية إلا أنها قد تعرضت عدة انتقادات، حيث "نظر الصحفيون الأمريكيون إلى هذه الأفكار على أنها تمثل اتجاهها نحو الاشتراكية وخطراً على حرية الصحافة، كما قوبلت هذه الأفكار بمعارضة عنيفة من مجموعة ملاك الصحف"³، فالمحررين لم يأخذوا بتقارير لجنة 'huchins' نظراً لكون اللجنة لم تضم أي صحفي أو شخصية إعلامية في أعضائها، واعتبروا أن ما دعت إليه اللجنة من أفكار فيه انتقاص لحرية الصحافة، وقد اعتبر البروفسور 'جون ميرل' بأن إملاء المسؤوليات على الصحفيين عمل متعجرف دكتاتوري، كما ذهب للقول بأن هاته النظرية هي "بداية التدخل الحكومي في الصحافة تحت شعار له رنين جميل أخاذ مثل الأمومة والحب اسمه المسؤولية الاجتماعية ولكنه مفهوم غامض

¹ deny cauqailM, **reader mass communication theory**, sage publications, thousand oaks, london, new delhi, 2003-2004, p4.

² سالم مُجّد معوض، الصحافة الاعلامية وتقنياتها الاتصالية، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2020م، ص-ص: 101-100.

³ عبد الرزاق مُجّد الدليمي، الإعلام والتنمية، مرجع سابق، ص167.

ونسبي للغاية"¹، كما ذهب البعض لاعتبار مجالس الصحافة واللجان نوع من الرقابة التي تحد من حرية الإعلام، في حين رأى آخرون استحالة تطبيق هذه النظرية نتيجة لاستحالة مراقبة كل الرسائل الإعلامية نظراً لتعدد مصادرها مع التطور السريع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال.

لكن رغم مختلف الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية والأقوال باستحالة تطبيقها، فإن ذلك لا ينقص من أهميتها وضرورة العمل على ارساء مبادئها قدر المستطاع، والبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية تعد من أبرز النماذج الإعلامية التي يجب أن تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية في معالجتها لمختلف مواضيعها نظراً لخصوصية وحساسية مواضيعها، خاصة بالنسبة للمجتمع الجزائري الذي لا يزال يعد مجتمعاً محافظاً مقارنة بالمجتمعات الغربية، فمعالجة هذه المواضيع علناً أمام جمهور يتباين في فهمه وتفسيره ودرجة تحفظه لأمر يتطلب ممارسة إعلامية مسؤولة تسعى لتحقيق معالجة إعلامية بناءة مبنية على احترام قيم ومعايير المجتمع، فيكون هدفها تحقيق الربح بتحقيق الصالح العام والتنمية الاجتماعية.

فهذه البرامج لا بد أن تعمل على تحقيق المسؤولية الاجتماعية في أبعادها الثلاث، فتجعل من وظيفة تنمية وخدمة المجتمع أسمى الوظائف التي لا بد تحققها بعملها على بث رسالة إعلامية بناءة لرأي عام واع، فيكون بذلك هدفها من معالجة مختلف مواضيع هذه البرامج هو توعية المجتمع بما لا تحقيق الربح فقط، كما ولا بد لها من أن تحترم القيم الأخلاقية والمهنية التي ينص عليها الضمير الأخلاقي والمواثيق الأخلاقية للمهنة من احترام لخصوصية المجتمع واحترام لخصوصية الفرد، فالخوض مثلاً في تفاصيل شخصية لا تسمن ولا تغني من جوع سوى أنها تضفي على البرنامج الإثارة والتشويق ليس من أخلاقيات المهنة، فلا فيه احترام لخصوصية المجتمع ولا فيه احترام لخصوصية الفرد، كما ويجب على هذه البرامج أن تحرص على الالتزام بالقيم المهنية المختلفة أبرزها المصداقية والدقة الموضوعية، فعلى سبيل المثال استقبال شخص لبيث شكواه ويتهم غيره بمختلف التهم والأخذ بما على أنها حقيقة مطلقة لا تستدعي التشكيك له أمر يخلو من المصداقية والدقة الموضوعية، فالأجدر هو استقبال كلا الطرفين بحثاً عن الحقيقة.

¹ نُجْد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003م، ص70.

ثانيا: نظرية الواجب الاخلاقي:

تعود نظرية الحتمية القيمية إلى المفكر الجزائري 'عبد الرحمن عزي' الحاصل على شهادة ليسانس في الصحافة من جامعة الجزائر عام 1977م وشهادة ماجستير في الصحافة عام 1980م وعلى شهادة دكتوراه في سوسولوجيا الإعلام عام 1985م من جامعة 'نورث تكساس في أمريكا'، وقد تميز بمنظوره الأخلاقي للإعلام حيث يعتبر "الإعلام ليس مجرد رسالة فحسب ولكنه رسالة أخلاقية قيمة، وأن تخصص الإعلام والاتصال في أصله أخلاقي بحكم انشغاله بالرسالة بجانب الوسيلة"¹.

وصحيح أن أفكاره دائما ما تميزت بالطابع الإسلامي واستندت إلى انتمائه الحضاري، إلا أنه قد صرح بأنه "بدأ فعليا تحديد مسار نظريته بتقديم النظرية الاجتماعية الغربية الحديثة وتكييفها مع الواقع الجديد وعلاقتها بالاتصال في كتابه 'الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية'، أما عن تسميتها 'بالحتمية القيمية في الإعلام' فيعود الفضل في ذلك إلى طالبه وزميله الآن في جامعة الشارقة الأستاذ الدكتور 'نصير بوعلي'² وذلك بعد مقارنتها بأحد دراساته بالحتمية التكنولوجية 'لمارشل ماكلوهان'.

نتيجة لجهود هذه النظرية تولدت نظرية الواجب الأخلاقي 'عبد الرحمن عزي' في الإعلام "كنظرية أخلاقية فرعية في مجال أخلاق الإعلام، متميزة حضاريا ومتفاعلة مع الآخر (الغرب)"³، فهي نظرية جزئية ضمن نظرية الحتمية القيمية، عملت على نقل الأخلاق إلى المجال الأكاديمي، فتأسست انطلاقا من قاعدة فلسفية قيمية غربية وواقع إعلامي على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، فهي "تعد نظرية قيمية معاصرة تمثل مرجعا أساسيا وضروريا في اتخاذ القرارات الأخلاقية في الممارسة الإعلامية إن على مستوى الممارس الصحفي أو المؤسسة الإعلامية"⁴.

يقوم التأسيس النظري لهذه النظرية على مفهومين أساسيين هما: الواجب والأخلاق.

¹ عبد الرحمن عزي، مرجع سابق، ص 50.

² جمال الزاوي، الحتمية القيمية والحتمية الديالكتيكية لمواجهة الرداءة، جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة، ص 4.

³ عبد الرحمن عزي، مرجع سابق، ص 51.

⁴ المرجع السابق، ص 24.

أما الواجب فيعرفه صاحب النظرية بأنه: "الوعي الفردي القائم على القناعة الذاتية انطلاقاً من منظومة قيمية ملازمة في التفاعل مع الواقع، وليس الواجب أمراً مفروضاً وإلا انتفت صغته الأخلاقية، إذ أنه يشير بدلاً من ذلك إلى إحساس الفرد الداخلي بالدافع الأخلاقي الذي يجعله يتخذ القرارات الأخلاقية اليومية في الكتابة والتغطية الإعلامية مشدوداً في ذلك إلى نظام من التفكير القيمي الثابت والمتجدد"¹، أي أن 'عبد الرحمن عزي' قد ذهب بمفهوم الواجب بعيداً عن الإلزام والإجبار، حيث يرى بأن ربط مفهوم الواجب بالفرض سيجرده من ثوب الأخلاق، فالأصح أن نربطه بالدافع الذاتي للفرد، ذلك أنه إحساس ذاتي نابع من المنظومة القيمية للفرد.

بالنسبة للأخلاق فيعرفها بأنها "علم وإيمان يمكن القائم بالاتصال من معرفة الحق من الباطل أو الخير من الشر، أو الأخلاقي من غير الأخلاقي..."²، فيرى بأنها "نظام من القيم وتعني في الممارسة الإعلامية الحجّة الأخلاقية في التمييز بين الخير والشر (أو بين الصّح والخطأ) عند اتخاذ القرارات اليومية في إنتاج الرسالة الإعلامية"³.

إذا فنظرية الواجب الأخلاقي نظرية أخلاقية بالدرجة الأولى، فهي نظرية قائمة على مبدئ ما 'ينبغي أن يكون' (deontology)، فوفقاً لها فالواجب الأخلاقي في المطلق يعني أن "مسؤولية الإعلامي والمؤسسة الإعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى، وتأتي الاعتبارات الأخرى مثل العقلانية والاجتماعية والمنفعة الربحية 'مكملة' بمستويات مختلفة عندما لا تتعارض مع المسؤولية الأخلاقية الأولى"⁴.

كما ينطلق 'عبد الرحمن عزي' في بنائه لنظريته الواجب الأخلاقي في الإعلام من المقارنة الفلسفية بين الواجبات الضرورية عند 'كانت' والالتزام الإيجابي عند 'دراز'، فأشار في كتابه 'نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية أن هاته النظرية تعني وبشكل خاص أن⁵:

¹ المرجع السابق، (ص5)،

² المرجع السابق، (ص5)،

³ المرجع السابق، (ص8).

⁴ المجمع السابق، (ص53).

⁵ المرجع السابق، (ص-ص: 54-55). بتصرف.

- الإعلام لا بد أن يقوم على أخلاق حضارية مستمدة من المصادر التراثية ذات الأساس الديني بشكل عقلائي متجدد ذو الصبغة العالمية، فالقيمة في الأساس مصدرها ديني لكن تناولها يكون بالتأويل العقلائي الواعي المتجدد حتى لا تنسحب القيمة إلى التقاليد وذلك هو حال القيم المعطلة (بتعبير مالك بن نبي يرحمه الله) في المنطقة العربية والإسلامية، إذ لا يمكن الاعتماد على مرجعية عقلية بحثية ولا على مرجعية روحية بحثية في معالجة المسألة الأخلاقية، فلكل فرد أو ثقافة رؤية وآلية في تحديد المسألة الأخلاقية محليا.

- ارتباط الفعل بالقيمة هو من يعطي الواجب الأخلاقي معناه الحقيقي، وتكون أعلى مراتبه اتجاه الخالق، فيعد هذا الواجب ذاتيا يبتغي مرضاة الله، وإعلاميا فهو مسؤولية تقع على الصحفي والمؤسسات الإعلامية، أما الصحفي فعليه أن يعمل على تأدية دوره بالبحث النزاهة عن الحقيقة وعدم الإساءة للآخر أو التعدي على الخصوصية الفردية أو تغذية الانقسامات إضافة إلى استبعاد المصلحة الشخصية الضيقة في البحث عن الشهرة والامتيازات المادية بحكم المنصب... الخ، أما الواجب الأخلاقي للمؤسسات الإعلامية فلا بد أن يكون بنفس القدر من القوة والتأثير بحكم قدرة تلك المؤسسات على اتخاذ القرارات الأخلاقية 'القيمية' بسياساتها في الممارسة الإعلامية.

- ومن الواجب الأخلاقي للإعلام إضافة القيم للآخرين بحيث يصبح هؤلاء أكثر قيمة لأنفسهم.

تقوم هاته النظرية على مجموعة من المبادئ قسمها عبد الرحمن عزي إلى أربعة مبادئ أساسية:¹

- المبدأ الأول: منع الضرر عن الآخرين: ويعني ذلك أن يمتنع الممارس والمؤسسة الإعلامية عن إحداث الضرر بالآخر (أو الآخرين) مثل: الامتناع عن القذف والسب والشتم والتعدي على الخصوصية الفردية ووضع الآخر في موقف سلبى والإهانة والإساءة إلى كرامة الإنسان وتجاهله وإقصاءه ونشر الأكاذيب والمغالطات والتضليل والدعاية ومحاطبة الغرائز... الخ.

- المبدأ الثاني: إضفاء قيم إضافية على الآخر: ويدخل هذا المبدأ في مهام الإعلام من حيث الإسهام في ترقية المجتمع إعلاميا وحضاريا، ويعني ذلك أن تكون الرسالة أخلاقية بأبعادها المعلوماتية والمعرفية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية

¹ المرجع السابق، ص-ص: 60-65. بتصرف .

والسياسية والرياضية والجمالية الخ. فتكون القيمة محركا أساسيا وفروع الحياة المختلفة والمتنوعة تجسيدا لها، بحيث يخرج المتلقي من التجربة الإعلامية أرقى و أكثر قدرة على التأثير إيجابيا على محيطه.

- المبدأ الثالث: تقديم العون للمتضرر والمحتاج: ويعني ذلك الإنصات إلى أصوات المتضرر والمظلوم والمحتاج والمنكوب والمستغيث في أوقات السلم والحروب بوصف ذلك مسؤولية إعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى، ويمكن أن يتجسد هذا المبدأ في العديد من القوالب الاعلامية من تغطية وتحقيق واستقصاء وتقرير ورأي...الخ.

- المبدأ الرابع: ممارسة النقد البناء والتي هي أحسن: وذلك بالمساهمة في التعرف على أوجه القصور والإغفال والتجاوز في مجالات الحياة المتعددة، وتكون طريقة النقد في هذا الطرح أهم من النقد ذاته على اعتبار أن الهدف هو الإصلاح دون التضحية بالآخر، أي أن يخرج 'الجميع' كاسيا من هذه العملية الإعلامية الاخلاقية الهادفة كلما كان ذلك ممكنا...

ومنه فوفقا لنظرية الواجب الأخلاقي وانطلاقا من الخصوصية التي تتميز بها البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية من حيث أنها برامج إعلامية تلعب دورا رئيسيا في بلورة الرأي العام وتشكيله وتوجيهه من جهة، وباعتبارها تعكس الواقع المعاش وتعالج مواضيع اجتماعية غاية في الحساسية بالنسبة لمجتمع مثل المجتمع الجزائري من جهة أخرى، فلا بد لهذه البرامج بالالتزام بالواجب الأخلاقي بمفهوم 'عبد الرحمن عزي' حتى ترتقي إلى مصف الإعلام التنموي لا الإعلام الغوغائي الهابط الباحث عن تحقيق الربح خلف الإثارة والجدال، فكما وسبق وأشرنا فإن المسؤولية الاجتماعية هي المدخل الإيجابي للتنمية، وبما أن المسؤولية الأخلاقية هي جزء من المسؤولية الاجتماعية فقد صار لزاما الالتزام بها حتى نحقق التنمية بالمعنى الحقيقي، ففي النهاية نظرية الواجب الأخلاقي 'لعبد الرحمن عزي' إن هي إلا نقلة نوعية من المسؤولية الاجتماعية إلى المسؤولية الأخلاقية.

ثالثا: نظرية البنائية الوظيفية:

تعد النظرية البنائية الوظيفية من النظريات الاجتماعية الكبرى التي اهتمت بدراسة البناء الاجتماعي ووظائفه، فهي تقوم على ركيزتين مهمتين هما البناء الاجتماعي والوظيفة، بحيث تقوم تحليلات روادها على مسلمة أساسية هي المماثلة العضوية، إذ "كان العلم الطبيعي خاصة علم الحياة نموذجا ظل البنائيون الوظيفيون يحاكونه وينسجون على منواله بدرجات

متفاوتة، وظلت هذه المحاكاة ملازمة لهم ولاتجاهاتهم نشأة وتطورا وواقعا معاصرا¹، فانطلق روادها في دراستهم للمجتمع انطلاقا من فكرة مماثلة المجتمع بالكائن العضوي الذي يتكون من عدة أعضاء لكل عضو وظيفة محددة، حيث تسعى كل الأعضاء لتحقيق توازن الكائن العضوي ككل من خلال أداء وظيفتها في إطار فكرة التساند الوظيفي فيما بينها، فالمجتمع بالمثل نسق كلي يتكون من عدة أنساق فرعية كل نسق يقوم بوظائف محددة من أجل الحفاظ على توازن واستقرار المجتمع ككل، بحيث تربط هذه الأنساق علاقة اعتماد متبادل، فهناك حالة من التساند الوظيفي فيما بينها.

"توسم البنائية الوظيفية أحيانا بأنها اتجاهات للتوازن، تراه واقعا وهدفا يساعد المجتمع على أداء وظائفه وبقائه واستمراره، ويتحقق بالتناغم بين مكونات البناء والتكامل بين الوظائف الأساسية، يحيطها جميعا شريط ذهبي من الاشتراك في القيم والأفكار التي يرسمها المجتمع لأفراده وجماعته فلا يملكون حق الخروج عليها، وإن خرجوا وقعوا تحت وطأة جزاءات الضبط الرسمي"²، فهي "تؤكد على الدور المحوري الذي يقوم به الإجماع والاتفاق العام بين أعضاء المجتمع على قيم وقواعد محددة ومشاركة بين الغالبية العظمى منهم، وتستهدف الحفاظ على التوازن الاجتماعي للبناء الاجتماعي بما يحقق للمجتمع أداء وظائفه وبقائه واستمراره"³، فهذه النظرية اهتمت بدراسة المجتمع كنسق كلي تهدف مختلف أنساقه للحفاظ على توازنه من خلال التساند الوظيفي فيما بينها في ظل احترام القواعد والقيم المتفق عليها بين أعضاء المجتمع.

"والمجتمع بالنسبة للاتجاه الوظيفي هو العنصر الفاعل والنشط في التاريخ بينما دور الأفراد يتسم بالتبعية والسلبية، فالأفراد خاضعون له وحتى وإن أراد البعض أن يتصرف وفق لإرادته ففي نهاية الأمر سيمثل تصرفه الفردي للتعريفات الاجتماعية لما هو مقبول ومسموح به وما هو مرفوض ومكروه بالنسبة للمجتمع"⁴، أي أن دور الأفراد ومسؤولياتهم محددة مسبقا من طرف المجتمع، حتى وإن أرادوا التصرف وفقا لإرادتهم فسيجدون أنفسهم في نهاية المطاف يتصرفون وفقا لتعريفات المجتمع لما هو مقبول وما هو مرفوض.

¹ عبد الباسط عبد المعطي: اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، عالم المعرفة، العدد 44، الكويت، 1990م، ص 105.

² المرجع السابق، ص 114.

³ عبد الله شلي، مرجع سابق، ص 83-84.

⁴ محمود عودة: أسس علم الاجتماع، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1995م، ص 92.

ومنه فوسائل الإعلام بعيون البنائية الوظيفية بمختلف أنواعها بما فيها التلفزيون بشتى برامجه المختلفة من بينها البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية التي تُعنى بما دراستنا، هي نسق فرعي ضمن النسق الكلي ألا وهو المجتمع، تهدف للحفاظ على توازن واستقرار المجتمع، فتقوم بوظائف في إطار التساند الوظيفي مع الأنساق الاجتماعية الأخرى كالأسرة مثلا، فكل من الإعلام والأسرة يلعبان على سبيل المثال دورا في عملية التنشئة الاجتماعية، ففي حال عدم قيام إحدهما بوظيفتها كما يجب فسيحدث خلل وظيفي فتسده الأخرى لمنع اختلال توازن المجتمع ، فهناك حالة من الاعتماد المتبادل بين كلا النسقين أي تساند وظيفي تهدف لتحقيق استقرار المجتمع، بحيث تحترم هذه الممارسة الوظيفية معايير وقيم المجتمع.

كما أن الفاعلين بما حتى لو أنهم في إطار الحرية الإعلامية وسعيا لتوسيع القاعدة الشعبية للبرنامج قد يحاولون التصرف وفقا لإرادتهم فإما أنهم سيجدون أنفسهم يتصرفون وفق ما يمليه عليهم المجتمع من مسموحات وممنوعات، أو أنهم سيخترقون تلك القواعد ليجدوا أنفسهم تحت وطأة الجزاءات والرفض الاجتماعي، فيعودون تلقائيا للتصرف وفق القواعد المتفق عليها في المجتمع، أي أنهم سيجدون أنهم مضطرين للالتزام بالمسؤولية الاجتماعية باعتبارها التزام بمعايير المجتمع في أداء مختلف الوظائف سواء فيما بينهم لاستمرار البرنامج أو في ما يعرضوه من محتوى إعلامي للحصول على القبول الاجتماعي وبالتالي نجاح واستمرار البرنامج من جهة وتحقيق استقرار وتوازن وتنمية المجتمع من جهة أخرى.

رابعا: نظرية الدور:

تعد نظرية الدور من النظريات الحديثة في علم الاجتماع والتي استعملت في علوم أخرى كالعلوم السياسية، وقد ظهرت في مطلع القرن العشرين، فركزت على الدور كوحدة أساسية في تحليلاتها السوسولوجية، فترى بأن الدور الذي يشغله الفرد هو الذي يحدد سلوك الفرد وعلاقاته الاجتماعية، وكذا تحدد مكانته ومنزلته الاجتماعية.

لهذه النظرية جذور في النظريات الاجتماعية الكبرى فهناك العديد من المنظرين الاجتماعيين الذين اعتقدوا بنظرية الدور، ولعل من أبرزهم: ماكس فيبر وروبرت بارسونز.

أ. ماكس فيبر:

"ولد 'ماكس فيبر' 'MAX WEBER' في 'إيرفورت' 'ARFURT' بألمانيا في الحادي والعشرين من أبريل 1864م لأسرة من الطبقة الوسطى"¹، و"فيبر كان كاتباً خصباً ومفكراً بارزاً، لم يقتصر جهده على التحليل السوسيولوجي بمعناه الضيق، ولكنه أقرب إلى الاهتمام المعاصر في دراسة المجتمع الذي يسعى إلى الإحاطة بتوجهات وأدوات سائر العلوم الاجتماعية، فكان فيبر يمثل منذ التاريخ البعيد العالم الاجتماعي الحق، الذي جمع في رؤيته بين علم الاجتماع (بمعناه المحدد) والتاريخ والقانون والاديان والادارة والتنظيم... الخ"².

يعتبر 'فيبر' أن "المجتمع هو نتاج لفعل الأفراد الذين يتصرفون تبعاً للقيم والدوافع وللحسابات العقلانية"³، فينطلق بذلك في تفكيره السوسيولوجي ودراسته للمجتمع من الدور الاجتماعي، فالسوسيولوجيا عند 'فيبر' تهتم بتفسير الفعل الاجتماعي فيعرفها بأنها "العلم الذي تستطيع من خلاله أن تقوم بالفهم التفسيري (comprendre par interprétation) للنشاط الاجتماعي، ومن ثم التفسير السببي لمجرياته وتأثيراته"⁴، أي هي "علم يهدف إلى فهم الفعل الاجتماعي بطريقة شارحة ويفسر بذلك أسبابه في تتابعه وتأثيراته، والفعل هنا سلوك إنساني (سواء كان فعلاً داخلياً أو خارجياً، تخلياً أو قبولاً"⁵، والسلوك عند فيبر هو "نشاط أو حركة يقوم بها الفرد والتي تكون لها علاقة مباشرة بوجود الأفراد الآخرين في المجتمع" علماً بأن سلوك الفرد عند فيبر يعتمد على ثلاثة شروط رئيسية هي ما يلي:⁶

- وجود الدور الذي يشغله الفرد والذي يحدد طبيعة السلوك الذي يقوم به الفرد.

- استعمال الرموز السلوكية والكلامية واللغوية المتعارف عليها من قبل الأفراد عند القيام بالسلوك.

¹ ماكس فيبر، مفاهيم أساسية في علم الاجتماع، ترجمة: صلاح هلال، المركز القومي للترجمة، ط1، القاهرة، 2011م، ص7.

² المرجع السابق، ص-ص: 12-13.

³ فيليب كابان، جان فرانسوا دورتيه، علم الاجتماع من النظريات الكبرى إلى الشؤون اليومية -أعلام وتواريخ وتيارات-، ترجمة: اياس حسن، دار الفرق للناشر والتوزيع، سورية-دمشق، 2010م، ص18.

⁴ أكرم عدني، سوسيولوجيا الدين والسياسة عند ماكس فيبر، منتدى المعارف، ط1، بيروت، 2013م، ص31.

⁵ ماكس فيبر: مرجع سابق، ص28.

⁶ احسان مجد الحسن: مرجع سابق، ص160.

- وجود علاقة اجتماعية تربط شاغل الدور مع الآخرين عند حدوث السلوك وحتى يكون الفعل فعلا اجتماعيا حسب المفهوم الفيبري فلا بد أن يقترن بمعنى ذاتي وأن يكون متوقعا فيأخذ بعين الاعتبار الآخر، فهو "سلوك ذو معنى ذاتي مرفق، مما يعني أنه في دراسة الفعل الاجتماعي لا بد من أخذ وجهة نظر الفاعلين بعين الاعتبار"¹، " فالمعنى إذا هو الذي يؤسس الفعل الاجتماعي وهذا الأخير لا يكون مفهوما إلا من خلاله"²، كما أنه يرتبط بالتوقع، فيقول فيبر "وبالقدر الذي يربط به القائم بالفعل أو القائمون به معنى ذاتيا، يجب أن يكون الفعل الاجتماعي ذلك الفعل الذي يتبع في معناه المقصود من قبل فاعله أو فاعليه سلوك أفراد آخرين ويتوجه في تتابعه حسب ذلك"³، أي أن السلوك يتوجه تبعا للآخر.

ويمكن تحديد الفعل الاجتماعي حسب فيبر على أنه⁴:

- عقلاني غائي: من خلال توقعات سلوك الأشياء في العالم الخارجي وسلوك الأشخاص الآخرين، وباستخدام تلك التوقعات بوصفها شروطا أو وسيلة لغايات عقلانية مرجوة متوقعة لأنها نجاح لصاحبها.
- عقلاني قيمي: من خلال الاعتقاد الواعي في قيم أصيلة أخلاقية أو جمالية أو دينية، أو ذات تفسير آخر، لا غنى عنها لأي سلوك معين بحث ولا علاقة لها بالنجاح.
- انفعالي، شعوري خاصة: وذلك بفعل تأثيرات راهنة وحالات شعورية.
- تقليدي: من خلال العادة التي درج عليها الشخص.

فيبر اذا اهتم بدراسة الفعل الاجتماعي (السلوك الاجتماعي) بالإضافة لدراسة التفاعل الاجتماعي حيث أنه يرى بأن الدور الاجتماعي الذي يشغله الفرد في علاقاته الاجتماعية هو الذي يحدد سلوكه الاجتماعي، هذا الأخير الذي لا نستطيع فهمه بمعزل عن المعنى الذي يعطيه له الفاعل الاجتماعي، كما يشير أيضا إلى أن الدور الاجتماعي يلعب دورا كذا في توقع

¹peter Hamilton, **max weber : critical assessments**, published by routledge, london and new york, 1991, p 287.

² اكرام عدني، سوسولوجيا الدين والسياسة عند فيبر، مرجع سابق، ص33.

³ ماكس فيبر، مرجع سابق، ص29.

⁴ المرجع السابق، ص-ص: 53-54.

السلوك بما أن الفعل الاجتماعي يتوجه تبعاً لسلوك الآخرين، فالفرد يتصرف وفق الدور الذي يشغله ووفق ما يتوقعه من سلوكيات الآخرين، والآخرين يتفاعلون معه بناءً على السلوك الذي يتوقعونه من خلال الدور الذي يشغله.

وبما أن دراستنا تستهدف من خلال دراستها للمسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية معرفة إن كانت هذه البرامج ترقى إلى مصف البرامج التنموية فتلعب دوراً اجتماعياً تنموياً في المجتمع أم لا، فإن تحليل الفعل الاجتماعي للصحفي هو أنسب طريقة لمعرفة مدى التزام البرنامج بالمسؤولية الاجتماعية في معالجتها لمختلف مواضيع البرنامج كمدخل إيجابي لتفعيل دورها في المجتمع.

انطلاقاً من التفكير الفيبري الذي ينص على أن الدور هو الذي يحدد سلوك الفرد، فالصحفي يشغل دور مقدم البرنامج فهذا الدور هو الذي يحدد سلوكه وهو تنشيط البرنامج وتسييره ومعالجة مواضيع البرنامج بأسلوب هادف لتشكيل رأي عام واع، فهذا هو الدور الرئيسي المتوقع من الإعلام باعتباره أداة من أدوات التنشئة الاجتماعية والتنمية الاجتماعية، فيتصرف معه الآخرون وفقاً لهذا التوقع فينتظر منه الجمهور تقديم المعلومة الصحيحة مثلاً باعتباره مصدر للمعلومة ويجيبه ضيف البرنامج كسلوك يتأتى تبعاً لسلوك مقدم البرنامج والجمهور (مبني على أساس توقعات لسلوك مقدم البرنامج والجمهور) الذي قد يكون فعلاً عقلانياً غائياً، أو فعلاً عقلانياً قيمياً، أو فعلاً انفعالياً، أو فعلاً تقليدياً.

كما أن مقدم البرنامج يتصرف وفق الدور الذي يشغله ووفق ما يتوقعه من سلوكيات من الجمهور، فيتخذ سلوكه شكلاً من أشكال الفعل الاجتماعي الأربع.

ووفقاً لمفهوم فيبر للفعل الاجتماعي فحتى نستطيع القول أن الصحفي قد أدى دوره الاجتماعي، فلا بد:

- أن يكون سلوك الصحفي تابعاً لسلوك الآخرين أي أن يأخذ بعين الاعتبار الآخرين في ممارساته، سواءً الجمهور الذي هو أفراد المجتمع، أو ضيوف البرنامج، فيتجنب مثلاً استخدام الألفاظ البديئة وما يتبعها من ردة فعل قاسية من طرف الجمهور (سلوك مبني على توقعات لسلوك الآخرين)، ويتجنب الأسئلة المخرجة للضيف وما يتبعها من انزعاج لدى هذا الأخير (سلوك مبني على توقعات لسلوك الضيف).

- أن نحكم على هذا الدور من خلال ربط السلوك بالمعنى الذي يعطيه له الفاعل، فمثلاً لا يمكن القول أنه بتسليط الصحفي الضوء على موضوع الدعارة في الإقامات الجامعية فهو يقوم بدوره في توعية المجتمع إلا إذا ربطنا أفعاله بالمعنى الذي

يقصده، فقد يقودنا تحليل كلماته وجمله وإيماءاته وتصرفاته إلى أنه يسלט الضوء عليها فقط من أجل الإثارة والتشويق وتوسيع القاعدة الجماهيرية، فتوصل من خلال التحليل إلى أنه يستخدم على سبيل المثال أسلوب التهويل ويعمم الظاهرة في عباراته، ويسلط الضوء على الظاهرة دوناً عن الأسباب، ولا يوجه نصائح ولا يقترح حلول، ويحرض ضيف البرنامج بكلمات استفزازية ومحرجة ويستخدم ألفاظ جارحة للحياء الاجتماعي أو يعرض صور تخدش قيم المجتمع...، وبالتالي ففي مثل هذه الحالة الصحفي لا يؤدي دوره الاجتماعي المتوقع منه ألا وهو توعية الرأي العام، بل بالعكس قد يؤدي إلى تضليل الرأي العام لأن تصرفاته افتقدت للمسؤولية الاجتماعية والتي تعني قيامه بالوظائف المتوقعة منه مع مراعاة قيم ومعايير المجتمع لتحقيق الربح وتحقيق الصالح العام.

وهنا تبرز أهمية دراستنا للمسؤولية الاجتماعية كمدخل ايجابي لتفعيل الدور الاجتماعي للإعلام، فسلوكيات الصحفي الهادفة للإثارة والتشويق قد تؤدي دوراً في توسيع القاعدة الجماهيرية للبرنامج وتحقيق الربح لكنها لن تحقق الدور الاجتماعي المتوقع من الإعلام ألا وهو تشكيل رأي عام واع لتنمية المجتمع، باعتباره من أدوات التنشئة الاجتماعية والتنمية الاجتماعية، فالمسؤولية الاجتماعية هي مطلب رئيسي لتفعيل الدور الاجتماعي للإعلام بمعناه الفيبري.

ب. تالكوت بارسونز:

اعتبر 'بارسونز' المجتمع عبارة عن نسق كلي يتكون من عدة أنساق فرعية تربط بينها علاقة اعتماد متبادل لتحقيق التوازن، فيستند "إطاره النظري على أربع مفهومات أساسية هي "الفعل الاجتماعي" 'social action'، و'الموقف' 'situation'، و'الفاعل' 'actor'، و'توجيهات الفاعل' ¹، 'فبارسونز' يرى بأن الفعل الاجتماعي وحدة لا تتم في فراغ، بل تتأثر بالمعنى الذي يعطيها إياه الفاعل، وبالتفاعل الاجتماعي والموقف والمعايير والقيم الاجتماعية، وكذا بالدوافع فهو فعل موجه يهدف إما للوصول إلى الرضى الاجتماعي أو تجنب الحرمان، وفهم النسق الاجتماعي يتطلب فهم الموجه الدافعي للأفراد، فبارسونز "ينظر إلى الفرد على أنه موجه نحو هدف معين في أي عمل يؤديه أو في أي سلوك بدر عنه، وأن لدى الفرد من اهتمامات ودوافع توجه سلوكه وأفعاله، وأن من وراء كل فعل أو سلوك إنساني أسباب ودوافع واهتمامات لإنجاز هدف معين للفرد نفسه، بالإضافة إلى ذلك فإن الفعل الاجتماعي يحدث في الموقف الذي يكون فيه الفاعل موجهاً نفسه

¹ شحاتة صيام، النظرية الاجتماعية من الرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحدائة، مصر العربية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2009م، ص61.

إليه، وحيث يكون الفاعل موجها بواسطة الأعراف والقيم وقيود أخرى من نفس البيئة الاجتماعية¹، أي أنه يرى بأن الفرد ليس حرا في سلوكياته إنما موجه بالثقافة التي يتعلمها خلال تفاعله مع الآخرين.

فنظرية الفعل عند 'بارسونز' تتضمن "فاعلا يحاول تحقيق غاية، لديه حوافز أو أمامه بدائل من الوسائل يمكنه الاختيار من بينها، ويحدد حرية الاختيار مؤثرات يفرضها موقف اجتماعي وقيم ومعايير ثقافية تتدخل في توجيه الفعل."²

وتتمثل وحدة التحليل الأساسية في سوسيولوجيا 'بارسونز' في الدور، وهذا ما يتضح لنا من خلال تعريفه للنسق الاجتماعي، حيث يعرفه بأنه عبارة عن "فاعلين (أفراد) أو أكثر يحتل كل منهم مركز أو مكانة اجتماعية متميزة عن الآخر ويؤدي دورا متميزا، فهو عبارة عن نمط منظم يحكم العلاقات بين الأفراد أو شبكة من العلاقات التفاعلية، وينظم حقوقهم وواجباتهم اتجاه بعضهم البعض، كما أنه يعتبر إطارا من المعايير أو القيم المشتركة، بالإضافة إلى أنه يشتمل على أنماط مختلفة من الرموز والموضوعات الثقافية المختلفة"³، إذا "فمحور النسق الاجتماعي يتمثل في التفاعل الاجتماعي بين الأفراد، ولكن لا يعني ذلك أن الفرد هنا يعني هو وحدة التفاعل، بل إن الصحيح أن سلوك الفرد الاجتماعي أو جانب من فعله، أو ما يسمى بالدور الاجتماعي هو وحدة ذلك التكامل، وتفاعل أدوار الأفراد مع بعضها البعض، هو ما يشكل ما نطلق عليه بالنظم الاجتماعية."⁴

فالدور هو وحدة التحليل الأساسية عند بارسونز والذي يعرفه بأنه "سلوك الفاعل في علاقته مع الآخرين"⁵، فيذهب إلى اعتبار أن الأفعال الفردية للفاعل والغايات المحركة لها تنتظم بفعل أنساق من القيم والمعايير الاجتماعية، ويحدثها للإشباع للفاعلين يكررونها إلى أن تغدو أفعال نمطية مبنية على أساس من التوقعات مشكلة بذلك مجموعة قواعد وقيم اجتماعية تشكل الضمان لاستمرار تلك الإجابات، أو بلغة 'بارسونز' ما أسماه 'بعملية تطور نسق من أدوار المكانة' 'status rôles'، "أي

¹ احمد مجد عليق وآخرون، وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2004م، ص 204-205.

² جزام البيلاوي وآخرون، حصاد القرن: المنجزات العلمية والانسانية في القرن العشرين (العلوم الانسانية والاجتماعية)/ فكر عربي، ط 1، دار الفارس للنشر والتوزيع، عمان، 2007م، ص 374-375.

³ طاهر حسو الزبياري، النظرية السوسولوجية المعاصرة، دار البيروني للنشر والتوزيع، 2017، ص 170.

⁴ شحاتة صيام، مرجع سابق، ص 61.

⁵ طاهر حسو الزبياري، مرجع سابق، ص 171.

شبكة من المراكز التي ترتبط بها توقعات سلوكية محددة بما فيها أنواع الثواب والعقاب للوفاء أو عدم الوفاء بتلك التوقعات، وهذه العملية تدعى 'بلورة المؤسسات الاجتماعية' 'institutionalisation'، وتعني تعززا في علاقات اجتماعية محددة عبر زمان معين بحيث أن السلوك المرتبط بكل دور يبقى ثابتا بغض النظر عن محل تلك المكانة، ويمكن اعتبار المجتمع ككل هو ومؤسسات مختلفة فيه شبكة من الأدوار تحكم كلا منهما معايير وقيم ثابتة.¹

يرى بارسونز بأن "الفرد يقوم بعدد من الأدوار في إطار النظام الاجتماعي الذي يعيش فيه، وقد يكتسي عملية القيام بالدور بعض الاختلاف والاختلاط والتعارض، كما يحدث الصراع عند التعارض والاختلاف والتناقض، فيبدي اقتناعه بوجود صراعات الأدوار لدى الأفراد ومعاناتهم من التوترات والصراعات بين الأدوار."²

يمكن الإشارة إلى ثلاثة معان لفكرة الدور في رأي 'بارسونز' وهي:³

- أن الدور من وجهة نظر الفاعل، تحدده مجموعة من التوقعات، التي تخضع لمعايير وتقاليد ونظم الجماعة.
 - الدور الاجتماعي جانب منظم، يوجه الفاعل ويعين مشاركته الإيجابية في أية عملية تفاعلية.
 - يعتبر الدور نسق فرعي من أبرز وظائفه تنظيم السلوك، ولا ينفك ارتباط هذه الوظيفة بالمكانة الاجتماعية.
- وانطلاقا مما تم التطرق إليه 'بارسونز' عن الدور، نستطيع القول بأن البرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي هو نسق فرعي ضمن النسق الكلي، يقوم بأدوار معينة للحفاظ على توازن النسق الكلي، والتي تتجسد في سلوكيات فاعليها في ظل تفاعلهم مع الآخرين، بحيث أنها تكون مبنية على مجموعة من التوقعات، فهي عبارة عن انتظام لأفعال متكررة أحدثت اشباع للآخرين في ظل عملية التفاعل الاجتماعي، فانتظمت بفعل أنساق من القيم والمعايير الاجتماعية لتغدو توقعات تحدد على أساسها الأدوار، هاته الأخيرة التي لا نقدر على فهمها إلا بدراستها في إطار المعنى الذي اعطاه لها الفاعل، فمثلا معالجة الصحفي لأحد طابوهات المجتمع لا يعني أنه يحاول القيام بدوره في التوعية لتحقيق التنمية الاجتماعية بل قد تكون غايته

¹ اياب كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز الى هابرماس ، ترجمة مجد حسين غلوم، مجد عصفور ، عالم المعرفة، الكويت، 1999م، ص67.

² نفيديسة فاطمة: الملمح السيكولوجي وعلاقته بالدور الاجتماعي والنسق القيمي لدى المرأة الطارقية، دراسة ميدانية بمدينة تمنراست، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم النفس المرضي جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية والاسلامية، قسم العلوم الاجتماعية، 2014م/2015م، ص101.

³ مجد عبد المعبود مرسى، أحمد رأفت عبد الجواد: علم الاجتماع عند تالكوت بارسونز بين نظريتي الفعل والنسق الاجتماعي -دراسة تحليلية نقدية-، ط1، مكتبة العليقي الحديثة، السعودية ، ص106.

إحداث ضجيج إعلامي لا غير من خلال الحديث عن ممنوعات المجتمع، فهذا السلوك لا يمكن فهمه إلا في ضوء فهم معناه الذي يعطيه له الفاعل بتحليل فعله الاجتماعي، ومقدم البرنامج فاعل يحاول تحقيق غاية تتجلى في نجاح برنامجه، فلديه حوافز وأمامه بدائل من الوسائل يمكنه الاختيار من بينها، لكن حرية الاختيار تظل محددة بمؤثرات يفرضها موقف اجتماعي وقيم ومعايير ثقافية تتدخل في توجيه الفعل، فأخلاقيات مهنته تفرض عليه مثلاً أن يحترم خصوصية الأفراد وأن لا يחדش قيم المجتمع بالترزاهم بأسلوب حوار خالي من الكلام البذيء وغير مقبول اجتماعياً.

فدور مقدم البرنامج إذا يتجلى في تقديم البرنامج والعمل على إنجاحه في إطار احترام معايير وقيم المجتمع مما يتطلب منه أن يتحلى بالمسؤولية في ممارسته الإعلامية، فهو يقوم هنا بدورين دور الصحفي الذي يهدف لتحقيق الربح وتوسيع القاعدة الجماهيرية لبرنامجه، ودور الصحفي الذي تفرض عليه مهنته كمهنة نبيلة تلعب دوراً أساسياً في بلورة الرأي العام وتشكيله وتوعيته أن يكون صحفي المجتمع الذي يمثله بمختلف معايير وقيمه فيجسد ثقافته. وتعدد أدواره قد يوقعه في حالة صراع واضطراب وتوتر وهو ما قد أشار إليه بارسونز، فمثلاً هناك حالة من الصراع في معنى تحمل الصحفي المسؤولية، فهو هنا يقع ما بين أن يكون مسؤولاً فيلعب دور المشارك الذي يمكنه من القيام بوظيفة المراقبة الاجتماعية من أجل حماية المجتمع من الانحرافات، أم يكون كذلك إن لعب دوراً موضوعياً، فيكون محايداً يكتفي بتقديم المعلومة إلى الجمهور من دون تأويل، "وشبه 'موريس جانوفيتس' الدور المحايد بحارس البوابة والدور المشارك بالمحامي الشفيق، فحارس البوابة يركز على الفصل بين الخبر والرأي، فيما يقوم المحامي بالدفاع والنقد والتفسير."¹

❖ مبادئ نظرية الدور:

من خلال ما سبق ذكره فكل من 'فيبر' و 'بارسونز' قد اهتمتا في دراستهما السوسيولوجية بالدور الاجتماعي كوحدة أساسية لدراسة المجتمع، وبالإضافة إلا كلاهما يوجد منظرين سوسيولوجيون قد ساهموا في بناء هذه النظرية، لكننا في دراستنا هذه اكتفينا بعرض أفكار 'فيبر' و 'بارسونز' باعتبارهما من أهم منظري هذه النظرية، ويمكن تلخيص مبادئ هذه النظرية في النقاط التالية:²

¹ مجّد البقالي: مرجع سابق، ص 113.

² احسان مجّد الحسن، مرجع سابق، ص-ص: 164-165.

-
- يتحلل البناء الاجتماعي إلى عدد من المؤسسات الاجتماعية وتحلل المؤسسة الاجتماعية الواحدة إلى عدد من الأدوار الاجتماعية.
- يشغل الفرد الواحد في المجتمع عدة أدوار اجتماعية وظيفية في آن واحد، وهذه الأدوار هي التي تحدد منزلته أو مكانته الاجتماعية.
- الدور الذي يشغله الفرد هو الذي يحدد سلوكه اليومي والتفصيلي، وهو الذي يحدد علاقته مع الآخرين على الصعيدين الرسمي وغير الرسمي، وبالتالي يساعدنا في التنبؤ بسلوكيات الآخرين.
- التقييم الناتج عن تفاعل دور مع أدوار أخرى يؤدي إلى فاعلية الدور ومضاعفة نشاطه.
- ومنه ووفقا لنظرية الدور فالبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية باعتبارها نسقا فرعيا ضمن النسق الكلي تتضمن عدة أدوار اجتماعية، تحدد مكانتها الاجتماعية ومنزلتها وأهميتها، كما تحدد سلوكيات الفاعلين فيها، وتبنى على أساسها توقعات معينة بشأن سلوكيات شاغليها، وتزداد فاعلية هذه الأدوار عندما تتفاعل مع أدوار أنساق أخرى، كما أن التزامها بالمسؤولية الاجتماعية من حرص على تأدية مختلف الوظائف المرتقبة منها في المجتمع، وتقديمها لمعالجة إعلامية قائمة على احترام أخلاقيات المهنة واحترام قيم المجتمع ومبادئه، والتزام بالقيم المهنية للإعلام، سيؤدي لتفعيل أدائها وقيامها بدورها كما يجب.
-

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

تمهيد

أولاً: السيرورة التاريخية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية.

ثانياً: الحوار كعامل أساسي في تفعيل دور البرامج التلفزيونية الحوارية

الاجتماعية.

ثالثاً: البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية واشكالية صنع الواقع.

رابعاً: المسؤولية الاجتماعية في قانون الإعلام الجزائري.

خامساً: المسؤولية الأخلاقية في البرامج التلفزيونية الحوارية

الاجتماعية.

سادساً: المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية

المدخل الإيجابي للتنمية.

سابعاً: أزمة المسؤولية الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الحوارية

الاجتماعية العربية.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

تمهيد:

إن مفهوم المسؤولية الاجتماعية مفهوم غربي انتقل من مجال الاقتصاد إلى مجالات أخرى من بينها الإعلام، أين تلقى هذا المفهوم اهتماما كبيرا من طرف دعاة الأخلاق ليكون ركيزة لقيام نظرية المسؤولية الاجتماعية، التي دعت لما أسمته بالحرية الإيجابية تحت شعار تحقيق الربح بتحقيق الصالح العام.

والتزام البرامج التلفزيونية بالمسؤولية الاجتماعية لهو مطلب أساسي وضرورة حتمية لتحقيق التنمية، فهي تعد المدخل الإيجابي نحو التنمية، والتي تزداد أهمية حين يتعلق الأمر بالبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية لما تتميز به بمواضيعها من خصوصية وحساسية، وهذا ما سنحاول توضيحه في العناوين اللاحقة محاولين إبراز أهمية البرامج التلفزيونية وأهمية المسؤولية الاجتماعية وأهمية التزام العنصر الأول بالعنصر الثاني.

أولا: السيرورة التاريخية لظهور البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية:

لم يكن التلفزيون منذ أقدم العصور سوى مجرد فكرة من خيال تجسدت صورته في الكرة البلورية السحرية التي يتمكن الناظر إليها من معرفة كل شيء، فكانت محض حكاية أسطورية مر بها الزمان لتغدو حقيقة سنة 1962م على يد البريطاني 'جون بيرد' الذي اخترع جهاز التلفزيون منطلقا في ذلك من اختراع الروسي 'فلاديمير زوركين' (viadimir zworkin) والذي تمثل في أنبوب الصورة.

فكان بذلك الغرب السباقون لهذا الاختراع الذي غدى مع مرور الوقت من أهم الاكتشافات في العالم، لما كان له من أثر واضح في المجتمع من جميع النواحي سواء الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، الثقافية، اللغوية والنفسية... فالتلفزيون لم يتوقف عند مجرد كونه جهاز ناقل للصوت والصورة فينقل الأخبار والبرامج الترفيهية فقط، بل تعدى ذلك ليكون من أهم وسائل التنشئة الاجتماعية، وليغدو من أهم السبل لتحقيق التنمية، فتعددت قنواته وتنوعت بين قناة حكومية وقناة خاصة، وظهرت القنوات المختصة في مجال معين كقنوات خاصة بالمرأة وأخرى بالسياسة وغيرها الكثير من المجالات والتخصصات،

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

لتظهر معها بطبيعة الحال برامج تلفزيونية متنوعة تلقي الضوء على موضوعات معينة فتكسبها بذلك أهمية ومكانة واهتمام وسط الرأي العام.

أما دول العالم الثالث فلم يكن ظهور البث التلفزيوني فيها إلا خلال الخمسينات، والبث الفضائي خلال فترة التسعينات، ولم تكن قنواتها الفضائية في البداية سوى نقل ونسخ لما يقدم في قنواتها الأرضية، وكذا برامجها التلفزيونية لم تكن سوى برامج أغلبها برامج مقلدة لبرامج أجنبية، حتى إن بعضها لم يكن سوى نسخة طبق الأصل عنها، فكانت بذلك البرامج التلفزيونية في البلدان النامية في معظمها ليست سوى نسخة شبيهة للبرامج التلفزيونية للبلدان المتقدمة.

1. البث التلفزيوني في الغرب وظهور البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية:

"ظهرت أول البرامج التلفزيونية في ألمانيا، لقد قام البريد الألماني التابع 'للرايخ' في عام 1928م بتقديم حفلة تلفزيونية للتلفزيون المؤلف من ثلاثين سطرًا، وبدأ الإرسال التلفزيوني في عام 1935م، ومن ثم بثت بريطانيا في عام 1936م المحطة التلفزيونية 'بي بي سي' البث المباشر واستمر حتى عام 1939م، وهو الوقت الذي انطفأت فيه شاشات التلفزيون بسبب الحرب"¹، حيث تلقى التلفزيون البريطاني رسالة هامة وعاجلة مفادها غلق محطة التلفزيون ابتداءً من ظهيرة يوم الجمعة أول سبتمبر 1939، معلنة بذلك دخول بريطانيا الحرب وموجهة كل اهتمامها الصناعي لإنتاج كل الأجهزة التي تتطلبها الحرب.

أما فيما بعد الحرب العالمية الثانية فقد "ستأنفت الولايات المتحدة الأمريكية البث التلفزيوني عام 1946م قبل الدول الأوروبية، ويعود ذلك لعدة أسباب في مقدمتها الجانب الاقتصادي، إذ أن الولايات المتحدة الأمريكية خرجت من الحرب غير منهكة اقتصادياً بل إنها كانت قادرة على التوسع في مجال الإذاعة المرئية"²، لتأتي بعد ذلك حقبة الخمسينات كحقبة ذهبية في تاريخ تطور التلفزيون، حيث تحسنت خدماته ومعداته واكتسح السوق بقوة ليلقى التفاف وإقبال جماهيري كبير، فكان يجسد المسرح والسينما المنزلية، ولكن ما لبث أن تحول من مجرد وسيلة ترفيهية إلى سلاح دعائي إعلامي سياسي خطير في حقبة الستينات، فقد أثبت التلفزيون جدارته التأثيرية عام 1960م كعامل أساسي ساهم في فوز 'كيندي' بالتراسيات في الولايات المتحدة الأمريكية.

¹ عطا الله الرحين، محمد الناصر: الإعلام التلفزيوني، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015م، ص89.

² عبد الدائم عمر الحسن، التلفزيون، الدار العالمية للنشر والتوزيع، السودان، 2010م، ص33.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

تعددت البرامج التلفزيونية وتنوعت "فكانت العروض المرحة وأفلام الغرب الأمريكي هي أكثر البرامج رواجاً في الخمسينات، ثم أصبحت المسابقات ذات الجوائز المالية الكبيرة هي البرامج المفضلة وتجذب الملايين من المشاهدين منذ عام 1960م إلى اليوم مثل برنامج 'التتويج البريطاني'، وبحلول الثمانينات راجت مسلسلات الجريمة وحل محلها أفلام الغرب الأمريكي إلى جانب الحوار والمسابقات والمرح والرياضة"¹، وعلى الرغم من أن برامج التسلية الشعبية ظلت هي الجزء الأساسي في البرامج التلفزيونية الغربية إلا أن أنواع البرامج التلفزيونية الأخرى كان لها نصيب من الإنتاج التلفزيوني والاهتمام الجماهيري من بينها البرامج الحوارية، والتي ازداد الاهتمام بها مع مرور الوقت والزمن، حيث كان لأسلوب الحوار دوره الواضح في زيادة شهرة البرامج التلفزيونية وزيادة شعبيتها.

قد "بدأ استخدام الحوار في مجال الصحافة منذ سنة 1770م، وبالتدريج أصبح النوع الصحفي المفضل ليس لتداول الأخبار بل لتنشيط الحياة الثقافية والسياسية، وتطور بشكل خاص في خضم تطور صحافة الرأي"²، وبالطبع لم يقتصر هذا الشكل الصحفي المعروف باسم المقابلة على الصحافة والإذاعة بل كان من أهم الأشكال الصحفية المعتمدة في مختلف البرامج التلفزيونية، لما كان للتلفزيون من خصائص مميزة أهله لأن يكون أنسب الوسائل الإعلامية لاستخدام أسلوب الحوار.

مع مرور الوقت ازداد اهتمام المنتجين التلفزيونيين بهذا النوع من البرامج التلفزيونية لما شهدته من اهتمام الجمهور بها نظراً لما تقدمه من ثقافة الأخر، فانتشرت برامج تلفزيونية تهتم بلقاء الفنانين والسياسيين والمحللين الاقتصاديين... وغيرهم من شخصيات مهمة ولامعة في المجتمع، وانتشرت كذلك البرامج الحوارية السياسية التي أفسحت المجال لممثلي المجتمع المدني لإسماع صوتهم وللتأثير في القرار السياسي والسياسيين لعرض كلمتهم وتثبيت مناصبهم والتوسيع في قاعدتهم الشعبية، كما ظهرت برامج حوارية ثقافية، حوارية صحية، حوارية رياضية، حوارية اقتصادية... وغيرها العديد من البرامج الحوارية المختصة في مجال معين.

وكان لظهور البرامج الحوارية الاجتماعية صدى آخر في المجتمع لما كان لها من جرأة في الطرح ومساس لحرمات المجتمع، ففي الولايات المتحدة الأمريكية كان تناول الموضوعات التي تثير الجدل مثل الإجهاض والطلاق وتعاطي المخدرات والهجاء

¹ فؤاد أحمد الساري، وسائل الإعلام 'النشأة والتطور'، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن-عمان، 2011م، ص243.

² محسن جلوب الكناي: مرجع سابق، ص135.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

السياسي والجنس أمرا محظورا، لكنهم عادوا إليها في أواخر الستينات، "فبثت 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"¹، وكان من أشهر البرامج الحوارية الاجتماعية في أواخر الستينات والذي استمر ستة وعشرون عام البرنامج الحواري الاجتماعي '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.

وقد ذهب مؤسستات الإنتاج الإعلامية إلى المبالغة في تفسير مفهوم الحرية بسبب مغريات السوق والمصالح المادية في المجتمع الغربي، "فأصبحت 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 جماح أنظمة الاتصال الجماهيري في مجتمعات الغرب"².

ولكن رغم هذه المحاولات وظهور أطراف داعية بالالتزام بالمعايير الأخلاقية في البرامج التلفزيونية، وكذا رغم تزامن ظهور التلفزيون مع ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام بعد الحرب العالمية الثانية، فإن الحديث عن مواضيع دسمة للإعلام كالتجارب الشخصية والاجتماعية والمشاكل الأسرية والطبوهات الاجتماعية والجنس والحالات الشاذة في المجتمع... وغيرها من المواضيع المستقطبة لانتباه واهتمام الجمهور لم يتوقف، بل استمر عرضها إلى يومنا هذا بأساليب إعلامية مبتكرة وتناول إعلامي جريء، فنجد مثلا برامج حوارية اجتماعية تهتم بمناقشة مشكلات اجتماعية مختلفة ومشكلات شخصية مع استقبال الضيوف المعنيين بموضوع حلقة البرنامج والاستعانة بأخصائيين لمناقشة الموضوع مثل البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'tout est possible' الذي عرض على قناة 'TF1' منذ 17 سبتمبر 1993 إلى غاية 19 جوان 1997،

¹ فؤاد أحمد الساري، مرجع سابق، ص. 344.

² عبد الله الطويقي، صحافة المجتمع الجماهيري - سوسيولوجيا الاعلام في مجتمعات الجماهير -، العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، 1997م، ص. 78.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

وقدمه منشط الحصة 'Jean_Marc morandini'، فاهتم هذا البرنامج بعرض مواضيع غير عادية والتعليق عليها من طرف أصحابها ومناقشتها مع مختصين، وقد تعرضت مواضيعه للكثير من الانتقاد لشدة غرابتها وجرأتها مثل موضوع الكاهن المتحول جنسيا، والرجل الذي يكتشف بعد سنوات أن شريكه حياته ليست امرأة... وغيرها من المواضيع الشاذة في المجتمع، وكذا نجد مثلا برنامج 'ça commence aujourd'hui' وهو من البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية الحديثة البث، حيث يتم عرضه منذ 28 أوت 2017م إلى يومنا هذا، وهو كذلك برنامج فرنسي يعرض على قناة 'France2'، تستقبل فيه مقدمة البرنامج 'Faustine Billaert' أشخاص يرغبون في مشاركة تجربتهم حول موضوع معين عاطفي أو عائلي أو مهني...، ليتم مناقشتها مع ضيوف آخرين ممن لهم علاقة بموضع حلقة البرنامج مثل أخصائي نفسي، مدرب ومعالج الجنس، محام، أخصائية نفسانية متخصصة في رعاية الفترة المحيطة بالولادة... وغيرهم من الأخصائيين،

وهناك برامج تلفزيونية حوارية اجتماعية تجعل من خصومات الأفراد موضوعها فنجد مثلا البرنامج الإيطالي الشهير 'c'è posta per te' (هناك بريد لك) والذي قدم من طرف 'Maria Defilipi' على قناة 'CANALE 5' منذ 12 جانفي 2000م إلى يومنا هذا، ويهدف البرنامج للمصالحة بين الأشخاص المتخاصمين أو لم شمل الأقارب الذين انقطعت العلاقة بينهم، واستعادة روابط الحب المفقودة، والعثور على الحب أو الصداقات أو توضيح القضايا العالقة، فيتم بعث رسالة إلى الشخص المدعو إلى الحصة من أجل الحضور إلى الاستوديو دون ذكر لاسم المرسل ولا لسبب الدعوة، ليتم إعلام المدعو إلى البرنامج عند حضوره الاستوديو باسم المرسل وسبب الدعوة وتكون له حرية الاختيار في الاستماع له أو الامتناع عن ذلك، وكذا تكون له حرية فتح الجدار الفاصل بينهما والذي يكون على شكل ظرف معلنا بذلك قبول طلبات المرسل، أو حرية عدم فتح الجدار ومغادرة الاستوديو رافضا بذلك طلبات المرسل.

وكذا هناك برامج حوارية اجتماعية تعنى بالمواضيع الانسانية كالبحت عن المفقودين مثل أطول برنامج على قناة 'RAI3' وهو البرنامج الإيطالي 'CHI LA VISTO' (من رآه)، حيث بدأ عرضه منذ 30 أبريل 1989 إلى يومنا هذا، فتغير مقدم البرنامج أكثر من مرة وهو يعرض الآن من طرف مقدمة البرنامج 'Federica sciarelli'، واهتم البرنامج بالبحث عن المفقودين، حيث يتم استضافة أشخاص يبحثون عن شخص ما ويتم عرض رورتاجات وتحقيقات عن حالات اختفاء قديمة وحديثة وقصص للمراهقين الفارين من أسرهم، والنساء المعتدى عليهنم والهاربين من بيوتهم، وقد قام التلفزيون

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

الفرنسي بتقليد هذا البرنامج فعرض على قناته 'tf1' برنامج 'perdue de vue' وهو برنامج اهتم كذلك بالبحث عن المفقودين والجمع بين الأشخاص الذين فقدوا الاتصال مع بعضهم البعض، وتم بثه منذ 17 سبتمبر 1990 إلى غاية 30 أبريل 1997 من طرف 'Jacques predel'.

إذا فالبرامج الحوارية الاجتماعية بغض النظر عن الموضوع الذي تهتم به سواء حل الخصومات أو الخوض في مشاكل عائلية، اجتماعية، شخصية، أو البحث عن المفقودين، فإن هذه البرامج تزايدت مع مرور الوقت وتعددت تنوعت طرق عرضها.

2. البث التلفزيوني عند العرب وظهور البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية:

لقد كان التلفزيون من بين الوسائل الإعلامية التي اكتسحت العالم العربي بقوة،¹ فطبقا لإحصائيات منظمة اليونسكو، دخل التلفزيون المغرب عام 1953م والعراق عام 1956م، والمملكة العربية السعودية عام 1957م، ولبنان عام 1959م، ومصر وسوريا عام 1960م¹، أما في الجزائر فتعود نشأة التلفزيون فيها إلى الفترة الاستعمارية وبالضبط 24 ديسمبر 1956م، أين أطلقت أول قناة في الجزائر تحت اسم 'TELEVISION ALGER'RTF'، إلا أنها كانت قناة فرنسية بكل معنى الكلمة، ومع استعادة الدولة الجزائرية سيادتها سنة 1962م تم استرجاع مبنى الإذاعة والتلفزيون ليتحول المبنى من الإذاعة والتلفزيون الفرنسي إلى الإذاعة والتلفزيون الجزائري.

وسعيا للحاق بركب الحضارة والتقدم، سارعت المجتمعات العربية في بداية التسعينات لحجز مكان لها في الفضاء إلى جانب المجتمعات الغربية، فقامت بإطلاق قنواتها الفضائية كمحاولة لمجاراة تغيرات العصر، وكمطلب أساسي فرضته السلطة التنموية للإعلام من جهة وكرد فعل على البث الغربي الذي شكل خطرا إعلاميا لها من جهة أخرى، فهو بمثابة اختراق لمقومات وثقافة الشخصية العربية، فكانت مصر أول من أطلقت قناة فضائية عربية، "حيث بدأت بثها في نوفمبر 1990م، وهي القناة الفضائية المصرية 'ESC'، هذه القناة التي بدأ بثها 24ما على 24ما والتي أمكن التقاطها يومها في 20 دولة عربية و 27 دولة إفريقية و 23 دولة أوروبية و 11 دولة آسيوية وبالتالي فهي تغطي 5/4 (أربع أخماس) العالم²، ليتوالى بعدها

¹ محسن جلوب الكناني، مرجع سابق، ص 117.

² لمياء طالة: الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن-عمان، 2014م، ص 244.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

بث العديد من القنوات لعدة دول عربية مختلفة، فظهرت القناة الفضائية الكويتية عام 1992م، القناة الفضائية المغربية عام 1993م، والقناة الفضائية الجزائرية الأولى عام 1994م.... وغيرها العديد من القنوات.

والجدير بالذكر أنه على الرغم من اختلاف سنة دخول مختلف البلدان العربية مجال البث الفضائي، إلا أنها اشتركت في صفة واحدة هي أن قنواتها الفضائية لم تكن سوى إعادة بث لمضمون قنواتها المحلية إلى الفضاء، وقد يعود ذلك بالدرجة الأولى إلى الرقابة الحكومية التي تخضع لها مضامين البرامج العربية، فهي تخضع لما أسماه "بيار بورديو" "فن حجب المعلومات" أو 'لعبة المنع بواسطة العرض'، ففي نظره تعرض وسائل الإعلام خاصة التلفزيون الحقيقة مع إخفاء جزء كبير منها بما تقتضيه مصلحة الدولة.

لكن الحكومات العربية لم تغفل عن حقيقة أصبحت واقعا لا بد أن تتحقق به، وهو فتح مجال الإعلام للقطاع الخاص، فظهرت بذلك قنوات فضائية عربية خاصة والتي لم تخلوا من الرقابة الحكومية على كل حال، "بدأت بظهور محطة مركز تلفزيون الشرق الأوسط 'MBC1' التي بثت إرسالها من لندن في 18 سبتمبر 1991م، وبذلك تعتبر أول قناة فضائية عربية خاصة وتمويل سعودي، وبعدها بفترة ظهرت قناة 'MBC2' كقناة متخصصة في الدراما الغربية ثم أطلق مركز تلفزيون الشرق الأوسط قناته الإخبارية المتخصصة في 20 فبراير 2003م، وللمركز عدد آخر من القنوات المتخصصة أبرزها 'MBC4' الرياضية"¹.

واتبعت العديد من الدول العربية بالسماح للقطاع الخاص للانضمام لمجال الاعلام من بينها دول المغرب العربي، فأطلقت المغرب أول قناة فضائية تابعة للقطاع الخاص تحت اسم 'دوزيم' (القناة الثانية) عام 1989م لكن ببث مشفر إلى غاية 1997م، وأطلقت مصر قناة 'دريم' سنة 2001م، وتونس قناة 'حنبل' سنة 2005م، وليبيا قناة 'الليبية' سنة 2008م، أما الجزائر فبعد سنوات من الاحتكار للقنوات التلفزيونية أذنت بظهور القنوات الجزائرية الفضائية التابعة للقطاع الخاص، فكانت الانطلاقة مع "قناة الخليفة في باريس عام 2002م من دون رخصة مسبقة من المصالح الفرنسية المختصة، وقد أسسها 'عبد المؤمن رفيق الخليفة' صاحب مجموعة 'الخليفة' التي تضم الخطوط الجوية 'الخليفة' و'الخليفة بنك'، وقد أغلقت بعد ثمانية أشهر

¹ فاروق أبو زيد: انخيار وصعود النظام الإعلامي الدولي من السيطرة الثنائية وهيمنة القطب الواحد إلى تعدد الأقطاب، عالم الكتب، القاهرة، 2012م، ص168.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

فقط من افتتاحها بسبب الإفلاس¹، وبعد هاته التجربة الفاشلة لم يُعد بث قناة جزائرية تابعة للقطاع الخاص إلا بعد 10 سنوات، فظهرت قناة 'النهار تي في' في مارس 2012م، قناة 'الشروق تي في' في 15 مارس 2012م، قناة 'نوميديا نيوز' في 11 ديسمبر 2012م، قناة 'الجزائرية' في 5 جويلية 2012م، قناة 'الهقار' في ماي 2012م، قناة 'دزاير تي في' في 8 ماي 2013م، قناة سميرة تي في 2013م... وغيرها العديد من القنوات التي لا تخلو كمثيلاتهما من القنوات العربية للرقابة الحكومية.

وبالطبع مع تنوع القنوات العربية بين ما هو حكومي وتابع للقطاع الخاص تعددت وتنوعت البرامج التلفزيونية بين ما هو سياسي واجتماعي واقتصادي وفكاهي وغيرها من المجالات، متخذة عدة أشكال في عرضها كالرورتاج والتحقيق والفيلم القصير والحوار...، وكان النمط الحوارية من بين أكثر الأشكال الصحفية التي استخدمت في مختلف برامج القنوات الفضائية العربية، خاصة القنوات الفضائية التابعة للقطاع الخاص، إذ استطاعت هذه القنوات استعادة جزء واسع من جمهور الشاشة الصغيرة العربي، بعد أن عزف عن مشاهدة برامج القنوات العربية الرسمية الفضائية والأرضية والتحق بمشاهدة القنوات التلفزيونية الأجنبية الفرنسية والبريطانية والأمريكية والإيطالية، وهذا بفضل قيامها بإبراز ما يسمى ثقافة الآخر من خلال البرامج الحوارية التي بدأتها قناة الجزيرة القطرية تبعتها العديد من القنوات التلفزيونية الأخرى كقناة أبو ظبي الفضائية وقناة المستقبل اللبنانية²، وغيرها العديد من القنوات التي جعلت من هذا الشكل الصحفي علامة فارقة لها، فظهرت العديد من البرامج الحوارية، برامج حوارية سياسية مثل برنامج 'الاتجاه المعاكس' على قناة 'الجزيرة'، وبرنامج 'السلطة الرابعة' على قناة 'télé maroc'، برامج حوارية اقتصادية مثل برنامج 'جلسة الأعمال' على قناة 'CNBC'، وبرامج حوارية صحية مثل برنامج 'صحتك بالدينا' على 'البي بي سي الفضائية اللبنانية'، وبرامج حوارية رياضية مثل برنامج 'كلام في الرياضة' على قناة الجزائرية الثالثة، وبرامج حوارية فنية مثل برنامج 'فيه أمل' على قناة 'لنا السورية' وغيرها العديد من البرامج الحوارية.

البرامج الحوارية الاجتماعية والتي كان لها وقع كبير في المجتمع الغربي كان لها وقع أكبر في المجتمع العربي نتيجة لخصوصية هذا المجتمع الذي يعد محافظا مقارنة مع المجتمع الغربي، حيث كانت أغلبية هذه البرامج نسخة لبرامج حوارية اجتماعية غربية غالبا ومضمونا، وتعد القناة اللبنانية 'LBC' من البرامج التي تحتل الصدارة في إنتاج هذا النمط، فلا يزال

¹ سعيد مراح، محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، جامعة أحمد دراية ادرار، الجزائر، العدد 39، ص 349.

² محسن جلوب الكناني، مرجع سابق، ص 139.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

برنامجها المعروف 'أحمر بالخط العريض' يحتل الصدارة من بين أجرء البرامج الحوارية الاجتماعية، فلشدة جرأته بعد انطلاقه في 19 مارس 2008م تم توقيفة عن العرض على القناة الفضائية اللبنانية ليم 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 اصطيداهن من الأسواق والمجمعات التجارية عبر تقنيات الهاتف النقال، فآهم بذلك بالجهر بالمعاصي وتعديه على عادات وأعراف المجتمع السعودي وتعاليم الدين الإسلامي، 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 والطابوهات 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 1993م إلى غاية 19 جوان 1997م، وقدمه منشط الحصة 'Jean_Marc morandini' (سبقته الإشارة إليه).

لم تقتصر هذه البرامج على لبنان الذي يعد من بين المجتمعات العربية المتحررة والذي يملك قبول جماهيري نسبي لهذا النمط من البرامج بما تعرضه من مضامين منها ما يخلدش حياء المجتمع، فقد تبنت مختلف الدول العربية (مصر، المغرب، تونس، الجزائر، الاردن، ابو ظبي....) هذا النمط من البرامج، فعرض مثلا القناة الجزائرية 'الشروق تي في' برنامج مشابه للبرنامج اللبناني 'أحمر.. بالخط العريض' (هذا الأخير الذي استوحى فكرة موضوعه من برامج أجنبية كما سبق وأشرفنا إلى ذلك) تحت عنوان 'خط أحمر' منذ سنة 2013 إلى يومنا هذا، حيث تناقش مقدمته 'فضيلة مختاري' مواضيع اجتماعية مختلفة مع ضيوف البرنامج وهم المعنيين بموضوع الحلقة وبحضور دائم للإمام والاختصاصي النفسي مع عرض تتخلله رپورتاجات 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 استوحى فكرتهما من البرنامج الإيطالي الشهير 'c'è posta per te' (هناك بريد لك) والذي قدم من طرف 'Maria Defilipi' (سبقته الإشارة إليه)، حيث يعالج كلا البرنامجين موضوع الخصومات والخلافات بين شخصين، بحيث يتم استدعاء ضيف البرنامج عبر ساعي البريد دون إعلامه عن سبب المجيء إلى الاستوديو لتكون له حرية الاستجابة لمطالب المرسل أو الامتناع عنها، وكذا تقدم قناة 'الشروق تي في' برنامج 'أحكي حكايتك' منذ سنة

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

2015 إلى اليوم مع مقدمه 'يوسف نكاع'، وبرنامج 'مع الناس' تقدمه 'عزيزة لعيوني' على قناة '2M' منذ سنة 2016، وهما برنامجان يشبهان البرنامج الفرنسي 'Ça commence aujourd'hui' (سبقنا الإشارة إليه) حيث يسلطان الضوء على مجموعة من الطابوهات الاجتماعية والمشكلات الاجتماعية والحياة الشخصية فيتم استقبال ضيوف ليقتصو حكايتهم.

ومن البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية كذلك البرامج التضامنية التي تُعنى 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 'إيلي بوزيدي' ثم توقف نهائياً 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 مُجد مشقق' وبحضور الضيف الدائم 'الشيخ فوزي بغدادي'، فيستقبل البرنامج المتبرعون بالمساعدات الخيرية مهما كان نوعها وكذا من يطلبون المساعدة مع تقديم رورتاجات لحالات اجتماعية مختلفة (مرضى، فقر، محتاجين، معوقين.....).

ثانياً: الحوار كعامل أساسي في تفعيل دور البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية:

غدى التلفزيون اليوم بمختلف برامج وسيله اتصال جماهيرية في غاية الأهمية لما له من وظائف متعددة ومتنوعة، فكما أشارت الباحثة الكندية 'تاجرت' 'k.taggart' فإن التلفزيون قد كان في يوم ما مثل الحلوى التي تجتمع العائلة بعد وجبة الطعام لتقاسمها، لكنها اليوم أصبحت الوجبة الكاملة التي ساد الصمت فيها بدلا من أحاديث الود.

وتعد البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية من بين البرامج التلفزيونية ذات الشعبية الجماهيرية لما لها من أثر على نفوس المشاهدين نتيجة لمواضيعها المنتقاة من الواقع وكذا نتيجة للوسيلة الإعلامية التي تبث من خلالها، فالتلفزيون كوسيلة إعلامية له خصائصه المميزة التي تؤهله لكسب قلوب الناس ومخاطبة عقولهم والتأثير في تفكيرهم ومعتقداتهم وآرائهم، ناهيك عن خصوصيته والتي تتجسد بشكل أساسي في استخدامه لتقنية الصوت والصورة معا، مما يكسبه قوة تأثيرية ومصدقية معلوماتية وجماهيرية شعبية ضخمة تباينت فئاتها الاجتماعية وتعددت بمختلف الأعمار والمستويات الثقافية والإدراكية، فهذه

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

الخصوصية قد دفعتها خطوة إلى الأمام عن الكلمة المقروءة في الجرائد والمسموعة في الإذاعة، فتجاوزت بذلك أهم إشكال اعترض الأخيرتين ألا وهو عائق الأمية.

ويمكن أن نلخص أهم خصائص التلفزيون فيما يلي:¹

- يعد أفضل وسيلة للاتصال الجماهيري.
- يمثل مدرسة ووسيلة فعالة للتعليم والوعي الاجتماعي والسياسي.
- يساهم في نشر ثقافة مشتركة ووجهة نظر تحمّل تحقيق الوحدة الوطنية ويقلل من عوامل التفتيت الاجتماعي.
- وسيلة إعلامية متقدمة للتسلية والترفيه والتزويد بالمعرفة باعتباره وسيلة تصل إلى جميع المواطنين.
- يتميز التلفزيون بقدر هائل من الألفة والواقعية، فالصوت والحركة واللون تجعل من هذه الوسيلة وسيلة مؤثرة في التعليم والتوجيه والإرشاد.

منحت هذه الخصائص التلفزيون بمختلف برامجها قوة تأثيرية لا يستهان بها، والبرامج الاجتماعية باعتبارها برامج تلفزيونية كان لها نصيب من ذلك، كما أن التلفزيون يُعد من أكثر الوسائل الملائمة لمناقشة المواضيع الاجتماعية التي تناوّلها هذه البرامج، لما للإدراك البصري للتلفزيون من قدرات إقناعية وتأثيرية تتطلبها معالجة هذه المواضيع والتي تتميز بحساسيتها الاجتماعية، فهي تتطلب الحجج والبراهين لتلقى قبول جماهيري، فكما يشير 'ماكلوهان' "الوسيلة هي الرسالة" أي أن أهمية الرسالة من أهمية الوسيلة ومدى ملاءمتها لها، هذا بالإضافة إلى استخدامها لأسلوب الحوار، لكن قبل التطرق إلى استخدام هذه البرامج لأسلوب الحوار والدور الفعال الذي يلعبه في تفعيل وظائفها ودورها، لا بد أن نشير إلى الوظائف والأدوار المرتقبة من إنتاج هذا النمط من البرامج التلفزيونية والتي تهدف في مجملها لتحقيق التنمية، هاته الأخيرة التي تعدّت الملموس إلى الوعي والفكر، ليرز الدور التنموي للإعلام كوسيلة فعالة تدفع عجلة التنمية لمختلف المجتمعات إلى الأمام، خاصة مع الانتشار اللامحدود للمعلومة في وقتنا الحالي، فغدى توفير المعلومة ذو أهمية بالغة لتحقيق التنمية.

¹ محي محمد مسعد، المجتمع العربي وظاهرة العولمة، دار الكتاب القانوني، مصر، 2008م، ص202.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

وقد تباينت الآراء بشأن وظائف وسائل الاعلام في المجتمع، فذهب كل من 'الد. عماد مكاوي' و'الد. ليلي حسين

السيد' في كتابهما الاتصال ونظرياته المعاصرة إلى تصنيف وظائف وسائل الإعلام إلى أربعة أصناف:¹

- الوظائف الفردية مقابل الوظائف المجتمعية.

- وظائف المحتوى مقارنة بوظائف الوسيلة.

- وظائف ظاهرة مقابل وظائف كامنة.

- وظائف مقصودة مقابل وظائف غير مقصودة.

ومن بين أهم من تحدثوا عن وظائف وسائل الإعلام 'هارولد لاسويل' الذي حدد أربع وظائف رئيسية للإعلام:²

- وظيفة المراقبة والإشراف.

- وظيفة الترابط.

- وظيفة نقل التراث الاجتماعي.

- وظيفة الترفيه.

كما أشار كل من 'لازارسفيدل' و'ميلتون' إلى وظيفة تقوية الضبط الاجتماعي من خلال فضح سلوك المنحرفين

إعلامياً، "وذلك أن الأفعال التي خرق بها هؤلاء الأفراد الأنظمة والقوانين قد تكون معروفة لقطاعات وواسعة في المجتمع من

خلال شبكة الاتصال المباشر والشخصي، لكن إفشاء تلك الأفعال وتعميمها عبر وسائل الاعلام تخلق شروط اجتماعية

ونفسية وتُلزم أغلبية أعضاء المجتمع بوجوب التعبير عن إدانة صريحة لهذا الخرق وضرورة استتباب القواعد الأخلاقية العامة."³

كما توجد عدة وظائف أخرى صنفها العلماء والباحثين كل حسب منظوره من وظيفة تربوية، تعليمية، سياسية،

اقتصادية، ثقافية، ترفيهية... وغيرها.

¹ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998م، ص-ص 68-69.

² انتصار ابراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الاعلام الجديد... تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، ط1،

مصر، 2001م، ص-ص: 46-47.

³ فريال مها، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر للنشر والتوزيع، ط1، دمشق، 2002م، ص35.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

أما بالنسبة لوظائف البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية فيمكننا القول باعتبارها برامج تهتم بمختلف المواضيع الاجتماعية في المجتمع (فوجد منها كما سبق الإشارة إليه من قبل، برامج تهتم بالنزاعات بين الأفراد، وبرامج تهتم بالمشكلات والطبوهات الاجتماعية، وأخرى تهتم بتقديم المساعدات الإنسانية لتصب في النهاية في قالب واحد هو القالب الاجتماعي والانساني)، فإنها تقوم بوظائف متنوعة منها ما هو ظاهر ومنها ما هو باطن، ومنها ما هو مقصود ومنها ما هو غير مقصود، فهي تؤدي وظيفة اخبارية، ووظيفة اجتماعية من تقوية الضبط الاجتماعي وبث روح التعاون والتضامن والتماسك الاجتماعي، نقل الإرث الاجتماعي والمساهمة في البناء القيمي والسلوكي للجماهير، بناء صورة ذهنية عن المجتمع، تهمة المناخ الملائم للتنمية والتغيير، بالإضافة لوظيفة أخلاقية مثل الإصلاح بين المتخاصمين، تكريم اشخاص، ووظيفة تربوية تعليمية كالإشارة الى طرق التربية الصحيحة، التوعية بالمشكلات الأسرية المختلفة، ووظيفة دينية من تعليم للأحكام الشرعية، التوعية بالحرمت الدينية، تعليم السنة النبوية، وكذا وظيفة اقتصادية بنشر ثقافة العمل، التشجيع على الابتكار والانتاج، إبراز المشكلات الاقتصادية (الفقر، التسول)، كل هذا بتزويد المجتمع بأكثر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة والصحيحة، ومعالجة المواضيع ومناقشتها بموضوعية دون تهويل ولا تزييف، لتشكيل بذلك رأي عام واعٍ قادر على اتخاذ قرارات بناءة في المجتمع، من أجل تحقيق هدفها المتمثل في التنمية الاجتماعية هاته الأخيرة التي نقصد بها: تحسين العلاقات الاجتماعية وتحقيق نوع من التماسك الاجتماعي والتكافل الاجتماعي والتغيير في بعض الأفكار السلبية ومساعدة أفراد المجتمع على الاندماج الاجتماعي وتحقيق التوافق الاجتماعي.

ولتتمكن هذه البرامج من أداء هذه الوظائف وتحقيق مختلف أهدافها، قد اعتمدت في غالبيتها النمط الحوارية في تقديمها، لما له من خصائص تساهم في نجاحها، فالحوار باعتباره فن تبادل الآراء وتقنية لإقناع الآخرين قد حظي منذ القدم باهتمام الفلاسفة، ليلقى نفس الاهتمام من قبل وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، فظهر في الصحافة المقروءة بما سمي بالحديث الصحفي وظهر في الإذاعة ثم التلفزيون كنمط غالب في البرامج التلفزيونية، من بينها البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

وقد أشار الكاتب 'علي عزيز بلال' في كتابه 'لغة التلفزيون والبرامج الحوارية' إلى أن البرامج التلفزيونية الحوارية في أيامنا هي أقصر الطرق الإعلامية وأسهلها للوصول إلى أكبر عدد من الأفراد من كل الفئات العمرية لكلا الجنسين. وذلك يعود في رأينا بالأساس إلى التناغم الذي حققه الحوار مع التلفزيون، لما لكلاهما من خصائص تمنح الآخر قدرة تأثيرية أكبر.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

فمن جهة التلفزيون بخاصيته المتمثلة في الإدراك البصري أعطى الحوار وقعا أكبر، "فمصدر المعلومات عند الجمهور هو التلفزيون لا الحوار الصوتي فحسب، بل الإيقاع والأداء والتلوين العاطفي وكذلك اشارات المتحدث وحركاته الصامتة"¹، فخاصية الصوت والصورة تمنح البرنامج الحوارية صفة الواقعية كما تمكن الجمهور من خلال اللغة غير اللفظية التي يستخدمها المحاور والمحاور كالحركات الإيمائية وتعابير الوجه أن يفهم موضوع النقاش أكثر ويقرأ ما بين السطور.

ومن جهة أخرى يمنح الحوار البرنامج التلفزيوني مجموعة من الميزات يمكن أن نجملها في أربع ميزات أساسية، فهو يعزز الثقة والمصداقية، يحقق المشاركة الجماعية، يحقق الوجود الإنساني ويوفر هامش من الحرية، فاستضافة الأطراف المعنية بالموضوع والحوار معهم بشكل مباشر تُكسب البرنامج نوعا من المصداقية فيكون أكثر قابلية للتصديق من طرف الجمهور، والحوار في مضمونه هو عبارة عن مشاركة للآراء فهو يوفر خاصية المشاركة الجماعية التي تتمثل في امكانية تدخل الجمهور وإبداء رأيه في موضوع النقاش، مما يحقق نوعا من الوجود الإنساني إذ يتيح للفرد فرصة عرض رأيه في موضوع النقاش في البرنامج، سواءً بطريقة مباشرة عن طريق مشاركته في البرنامج بالاتصال هاتفيا أو الحضور الشخصي ضمن جمهور البرنامج، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق الآراء المختلفة التي تُعرض في الحوار والتي يمكن لأحد هذه الآراء أن تمثل رأيه وكذا عن طريق المحاور الذي يطرح أسئلة نيابة عن المشاهدين والذين تترد هذه الأسئلة على ألسنتهم، فهي تحقق نوعا من الوجودية، وهذا ما اعتقده الفيلسوف 'مارتن بيار' حين قال "معنى الوجود الإنساني لا يمكن أن يتحقق إلا في المبدأ الحوارية"²، وتحقيق الحوار للمشاركة الجماعية والوجود الإنساني يؤدي إلى توفير هامش من حرية التعبير، فالبرنامج الحوارية ليس مجرد سرد لمعلومات بل هو بث لآراء مختلفة والنقاش حولها وعرض لأكثر من وجهة نظر ورأي.

إذا ومن خلال ما سبق ذكره، نستطيع القول بأن الانسجام القائم ما بين خاصية الإدراك البصري للتلفزيون والخصوصية الاجتماعية للمواضيع التي تتناولها البرامج التلفزيونية الاجتماعية والميزات التي يوفرها الحوار من تعزيز للثقة والمصداقية وتحقيق للمشاركة الجماعية وتحقيق للوجود الإنساني وتوفير هامش من الحرية، أدى إلى توسيع القاعدة الجماهيرية

¹ بحات حسيب قهره داني، الحوار التلفزيوني-فن المعرفة، مركز دراسات رودوا، 2018، ص 62.

² موسى سرير أحمد، اشكالية الحوار بين واقع الممارسة وشروط الامكان، مجلة الحوار المتوسطي، مج 13/12، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، ديسمبر 2017، ص 332.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

لهذه البرامج لما لها من قدرات تأثيرية واقناعية ولاكتسابها صفة الواقعية والمصدقية، وبالتالي زادت انتاجية البرامج التلفزيونية الاجتماعية ذات الطابع الحوارى، وهذا ما دفعنا إلى اختيار البرامج الحوارية التلفزيونية الاجتماعية دوناً عن البرامج التلفزيونية الاجتماعية التي تعتمد نمطا صحفيا آخر من أجل إجراء دراستنا البحثية.

ثالثا: البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية واشكالية صنع الواقع:

بغض النظر أننا أصبحنا نعيش في عالم الأنترنت أين تنتشر الأخبار بسرعة وتغدو المعلومة غير المهمة مهمة للغاية، إلا أن هذا لا ينفي بتاتا حقيقة القدرة الإعلامية المذهلة للتلفزيون الذي رغم قدمه لم تتوالى تأثيراته المجتمعية، بل زادت التقنية الجديدة تأثيرا وقوة حضور، فاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثلا يعد من بين أهم الوسائل التي يلجأ لها التلفزيون من أجل بث أوسع لبرامجه، فأغلب البرامج التلفزيونية أضحت لها موقع الكتروني، حتى أن التلفزيون اليوم كغيره من وسائل الإعلام لم يعد مجرد وسيلة لنقل المعلومة بل تخطى ذلك ليغدو وسيلة لصنع المعلومة والواقع.

فالقدر التآثيرية للصورة وقوة الإعلام في بلورة وتشكيل وتوجيه الرأي العام وكذا تنوع برامجه 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 لمامستها 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 فقط، لتتحول بفعل التكرار وبشكل تدريجي وبطريقة لا واعية لحقيقة واقعية.

وقد أشار إلى هذه الفكرة كل من 'غي دييور' حين تحدث عن المجتمع المشهدي وكذا 'جون بودريار' في فكرته حول مجتمع ما فوق الواقع.

فطرح الفيلسوف الفرنسي وعالم اجتماع المعاصر 'غي دييور' أطروحته حول 'المجتمع المشهدي' (the society of spectacle) والتي يمكن أن تُختصر في أن "الواقع اليوم لم يعد هو الذي يشكل علاقة الأفراد بما حولهم بل قام المشهد بمنزلة

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

هذه المكانة، حتى صار المشهد هو الواقع¹، ففي نظره الإعلام يملك سلطة وجودية، يفرض وجوده في حياتنا اليومية فيحدد نمط عيشنا وفق رموزه وشيفراته المشهدية، "فالإعلام يُكيف الناس ويدفعها لتندرج في النماذج القيمية والسلوكية التي يخلقها ويطرحها في التداول، ومن ذلك أن الناس تلبس وتتحدث وتمارس على غرار أبطال الشاشة في هذا الفيلم أو ذلك، هذا العرض أو ذلك"².

يذهب 'ديبور' إلى القول بأن "المشهد يقدم نفسه كحقيقة يتعذر الوصول إليها ولا يمكن مناقشتها، رسالته الوحيدة: ما يظهر جيدا، وما هو جيد يظهر"³، فللمصورة سلطة لا نقاش فيها، فما يعرض في التلفزيون أو في وسائل الإعلام الأخرى هو الحقيقة وهو الجيد، وبالتالي المشهد هو الواقع وليس الواقع هو المشهد، فالإعلام بمختلف وسائله يمتلك قدرة تشكيل وتكييف واقعنا بحيث أصبح هو في حد ذاته الواقع، فهو أعيننا على الواقع وعلى أساس مشهده يكون واقعنا، فالمشهد المرئي أضحي أكثر أهمية من الحقيقة المعيشة ذاتها، وكل هذا يؤدي إلى إفراغ الواقع من واقعيتنا، وجعلنا نعيش مجتمع مشاهدي أو استعراضي لا غير.

أما 'مجتمع فوق الواقع' عند 'جان بودريار' السوسيولوجي الفيلسوف الذي يعتبر من أبرز مفكري تيار ما بعد الحداثة (post modernisme) أو مفكري ما بعد الماركسية كما يفضل البعض تسميته لانطلاقته الفكرية الماركسية التي عرف بها، الرجل القروي الذي كان على علاقة سيئة بالعمولة والذي اهتم بدراسة الظاهرة الإعلامية والمجتمع الاستهلاكي موجهها إصبع الاتهام في تحليلاته إلى الميديا متهما إياها أنها أنتجت مجتمع استهلاكي لا واقعي مصطنع أدى إلى إلغاء الواقع أو ما أسماه 'جان بودريار' بموت الواقع.

فيذهب 'بودريار' في أطروحته إلى القول بأن الحضارة الغربية قد أعلنت من شأن الصورة في النصف الثاني من القرن 20 حتى صارت وسيطا هاما من وسائط المعرفة، فأضحى التلفزيون مثلا وسيلة ما فوق واقعية نستمد وعينا بالواقع منها، فتوارى

¹ محمد علي فرح، صناعة الواقع: الاعلام وضبط المجتمع - أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، مركز نماء للبحوث والدراسات، ط1، بيروت، 2014م، ص185.

² جان بودريار، المصطنع والاصطناع، ترجمة جوزيف عبد الله، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت-لبنان، 2008م، ص26.

³ guy debord, **the society of spectacle**, translated and annotated by ken knabb, bureau of public secret, 2014, p4.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

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 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، فهو واقعا أطلق عليه 'بودريار' تسمية 'فوق الواقع' 'hyper reality' لتجاوزه الواقع لأبعاد أخرى.

"يعزو 'بودريار' 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"¹، 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 الإعلام: = 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"².

المجتمع حسب 'بودريار' لم يعد سوى صورة نقلا عن صورة نقلا عن صورة... أي لم يعد سوى واقع مصطنع تجاوزت فيه الصورة النسخة والتظاهر والاختفاء إلى الاصطناع الذي يعد المأزق الحقيقي الذي أوقعنا 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، هنا يحتفي كل مفهوم الأصل لحدث أصلي، لحقيقة أولى، بحيث لا يبقى مجال لغير المصطنعات"³، فسلطة الميديا تجاوزت إذا النسخة إلى خلق المصطنعات، كما أنها تجاوزت فكرة الإخفاء والتظاهر.

¹ جان بودريار، مرجع سابق، ص 17.

² محمد علي فرح، مرجع سابق، ص 191.

³ جان بودريار، مرجع سابق، ص 26.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

فمشكلة الإعلام إذا عند 'بوديار' تجاوزت فكرة إخفاء الحقيقة أو التظاهر بحقيقة ما إلى مشكلة اصطناع واقع آخر، "فالإخفاء هو التظاهر بعدم امتلاك ما تملك، بينما الاصطناع هو التظاهر بامتلاك ما لا تملك، الأولية مرجعيته الحضور، في حين أن الغياب مرجعية 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"¹، وبهذا فالميديا حسب 'بوديار' تجاوزت خطر إخفاء الحقيقة والتظاهر بغير ذلك لتشكّل 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 'الإيهام' أو كما يسميه 'بوديار' 'السيمولاكر' 'les simulacres'، وهو لعبة قوامها التمويه والتدوير والإحتيال، يقف وراء صناعة نماذج مقولبة "stéréotype" تعبر عن الواقع بوسيلة إيهامية وتضليلية"²، فالسيمولاكر "simularce" إذا ميزة الإعلام التي تجاوزت مسألة النسخ والإخفاء والتظاهر إلى مسألة الاصطناع، ليتجاوز بذلك "بوديار" 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 لشفيرات مشهدية اندرجت في بنيتها الإدراكية، فالرمز هو الواقع"³.

إذا فكل من 'غبي ديبور' و'جون بوديار' يتفقان حول القدرة الخلاقة للإعلام، فكلاهما يعتبرانه أعيننا على الواقع إلا أن 'جان بوديار' قد تجاوز فكرة المشهد لدى 'غير ديبور' ليجعل من قدرة الاعلام تتجاوز فكرة المشهد إلى فكرة الاصطناع بفضل قدرتها على الإيهام.

¹ المرجع السابق، ص 47، ص 48.

² خيرة مكاي، الواقع في مرآة الصورة- نحو قراءة سيميائية جديدة للصور المرئية-، اسطنبول، 2011م، ص 58.

³ جان بوديار، مرجع سابق، ص 26.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

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 مسن 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 الواقعية، التي تخلق لنا مجتمع آخر هو غير المجتمع الواقعي الحقيقي، فننقل 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' 'الديبور' وتبينه لخطورة الدور الذي يلعبه الإعلام في حياتنا من خلال صنعه للواقع، ومن فكرة 'جون بودريار' للمجتمع فوق واقعي والاهتمام بالإعلام من ناحية التقنية كوسيلة تمتلك براعة الإيهام لتشكيل لنا واقع فوق الواقعي، ومن خصوصية البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية لحساسية المواضيع التي تحملها خاصة بالنسبة للمجتمع الجزائري الذي يعد مجتمعا محافظا مقارنتا بالمجتمع الغربي الذي يعد المنتج الأصلي لهذا النوع من البرامج، فإنه أضحى من الضروري أن تلتزم هذه البرامج بالمسؤولية الإعلامية أو بالمعنى الأدق المسؤولية الاجتماعية للإعلام، فتأخذ بعين الاعتبار كونها ذات سلطة مشهدية، ستخلق من خلال مشاهدتها واقعا وليس مجرد مشهد، وتحرص على أن تكون تبتعد عن الاصطناع بمفهوم 'بودريار'، فبقدر ما التزمت هذه البرامج بالاصطناعية في مضامينها بقدر ما كانت برامج بناء وتنموية في المجتمع.

رابعا: المسؤولية الاجتماعية في قانون الإعلام الجزائري:

سعيًا نحو تنظيم مهنة الإعلام ووضعها أمام مسؤوليتها الاجتماعية صدرت عدة تشريعات إعلامية جزائية كمحاولة لاحتضان هاته الأخيرة في كنف التنمية، فلطالما نص القانون الإعلامي الجزائري في مختلف مراسيمه على ضرورة تحلي الإعلام

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

بالمسؤولية الاجتماعية، وذلك منذ صدور قانون الإعلام الأول في الجزائر في فيفري سنة 1982م، هذا الأخير الذي جاء ليدرك النقائص التي طالما اتسمت بها النصوص التشريعية المتعلقة بالإعلام والصادرة بعد الاستقلال.

وقد وضع هذا القانون الإعلام الجزائري تحت رقابة الدولة في ظل انتهاج الجزائر للسياسة الاشتراكية، كما أنه أكد على ضرورة ممارسة المهنة الإعلامية في إطار الاختيارات الإيديولوجية، فنصت المادة 03 من قانون الإعلام 1982م على أنه "بممارسة حق الإعلام بكل حرية ضمن نطاق الاختيارات الإيديولوجية للبلاد والقيم الأخلاقية للأمة وتوجيهات القيادة السياسية المنبثقة من الميثاق الوطني مع مراعاة الأحكام التي يتضمنها الدستور".¹

كما أوجبت المادتان (42) و(43) على الصحفي ما يلي:²

- الاحتراس من إدخال أخبار خاطئة ونشرها.
- الاحتراس من استخدام الامتيازات المرتبطة بمهنته لأغراض شخصية.
- عدم الاستفادة الشخصية المادية من التعاون الصحفي مع المؤسسات.
- احترام مبادئ الأخلاق المهنية والمسؤولية الاجتماعية (سر المهنة).
- السعي من خلال العمل الصحفي إلى السمو بالمثل العليا لتحرير الإنسان والسلام والتعاون ضمن روح العدالة والمساواة بين الشعوب.

أما بالنسبة لقانون 1990م الإعلامي، فلم يخلو كذلك من النصوص التي تنص الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، ففي ظل دستور فيفري 1989م الذي نقل الجزائر من النظام الاشتراكي إلى التعددية الحزبية، صدر هذا القانون ليقر احترام حرية الرأي والتعبير ووضع حد لاحتكار الدولة على الصحافة المكتوبة، في حين ظلت الوسائل المسموعة والمرئية تحت سيطرة الدولة.

¹ دنيا زاد سويح: التنظيم لقانوني حرية الممارسة الاعلامية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الحقوق، تخصص قانون دستوري، جامعة باننة، كلية الحقوق العلوم السياسية، قسم الحقوق، 2019/2018، ص44.

² نور الهدى عبادة، شريفة طيب: قانون الإعلام في الجزائر من (1982 إلى 2012): بين الثابت والمتغير، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين - ألمانيا، نوفمبر/تشرين الثاني 2018م، ص53.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

نصت المادة 40 من قانون الإعلام 1990م على أنه على الصحفي المحترف أن يحترم بصرامة كل أخلاق وآداب

المهنة فيجب عليه:¹

- احترام حقوق المواطنين الدستورية وحرية الفردية.
- الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل وموضوعي.
- تصحيح أي خبر يتبين أنه غير صحيح.
- التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق في التعليق على الوقائع والحقائق.
- الامتناع عن التنويه المباشر وغير المباشر بالعرقية وعدم التسامح والعنف.
- الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والشائعات.
- الامتناع عن استغلال السمعة المرتبطة بالمهنة في الأغراض الشخصية.

إذا ففانون 1990م للإعلام الجزائري بالإضافة إلى أنه فتح باب حرية التعبير فقد أولى أهمية خاصة لقواعد السلوك المهني ونص على احترام أخلاقيات المهنة، لكن رغم ما جاء به هذا الأخير من نصوص مهمة بيد أنه لم يخلو من بعض النقائص التي كانت سببا في إقرار سياسة إعلامية جديدة تجسدت في قانون الإعلام لسنة 2012م، والذي أولى اهتماما بالغا بالمسؤولية الاجتماعية للإعلام، فأكدت المادة (02) من الباب الأول على أنه يمارس نشاط الإعلام في ظل احترام:²

- الدستور وقانون الجمهورية.
- الدين الإسلامي وباقي الأديان.
- الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع.
- السيادة الوطنية والوحدة الوطنية.

¹ المادة 40 من القانون الوضعي، رقم 90 - 07 مؤرخ في 8 رمضان عام 1410 هـ الموافق 03 ابريل سنة 1990م يتعلق بالإعلام. <http://cte.univ-setif.dz>، 2019/11/15.

² المادة 02 من القانون العضوي، رقم 12-05 المؤرخ في صفر 1433، الموافق لـ 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية، عدد 02 بتاريخ 15 جانفي 2012م، ص 22.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

- متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني.
 - متطلبات النظام العام.
 - المصالح الاقتصادية للبلاد.
 - مهام والتزامات الخدمة العمومية.
 - حق المواطنين في إعلام كامل وموضوعي.
 - سرية التحقيق القضائي.
 - الطابع التعددي للأراء والأفكار.
 - كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية.
- وزيادة على ما نصت عليه هذه المادة من آداب المهنة فقد نصت المادة (92) من قانون 2012 على أنه يجب على

الصحفي:¹

- احترام شعارات الدولة ورموزها.
- التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي.
- نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية.
- تصحيح كل خبر غير صحيح.
- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر.
- الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني .
- الامتناع عن تمجيد الاستعمار.
- الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف.
- الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف.

¹ المادة 92 من القانون العضوي، رقم 05-12 المؤرخ في صفر 1433، الموافق لـ 12 يناير 2012م يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية، عدد 02 بتاريخ 15 جانفي 2012م، ص30.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

- الامتناع عن استعمال الحظرة المهنية لأغراض شخصية أو مادية.
 - الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقول تمس بالخلق العام أو تستقر مشاعر المواطن.
- ونصت كذلك المادة (93):¹
- يمنع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم.
 - يمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة.
- إذا فقانون 2012 للإعلام الجزائري قد جاء فعلا لينص في طياته على المسؤولية الاجتماعية بمختلف أبعادها من مسؤولية مهنية واحترام الأخلاقيات المهنية ومسؤولية اتجاه المجتمع واحترام خصوصيته ومسؤولية اتجاه أفراد المجتمع واحترام لحياتهم الخاصة وكرامتهم.

وتجدر بنا الإشارة إلى أنه تم إصدار قانون السمعى البصري يوم 23 مارس 2014، ليؤكد كذلك في نصوصه على ضرورة التحلي بالمسؤولية الاجتماعية الإعلامية، ففي المادة (02) مثلا أكد على ضرورة احترام المبادئ المنصوص عليها في أحكام المادة (02) من قانون الإعلام 2012 والتي سبق وأشرنا إليها والتي نصت مختلف بنودها على ضرورة التزام وسائل الإعلام بالمسؤولية الاجتماعية.

كما نصت المادة (48) على أنه لا بد أن يحترم دفتر الشروط للقطاع السمعى البصري منها:²

- الالتزام بالمرجعية الدينية الوطنية واحترام المرجعيات الدينية الأخرى، وعدم المساس بالمقدسات والديانات الأخرى.
- احترام مقومات ومبادئ المجتمع.
- احترام متطلبات الآداب العامة والنظام العام.

¹ المادة 93 من القانون العضوي، رقم 12-05 المؤرخ في صفر 1433، الموافق لـ 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية، عدد 02 بتاريخ 15 جانفي 2012، ص30.

² المادة 48 من قانون 04-14 مؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 الموافق لـ 24 فبراير سنة 2014، الجريدة الرسمية العدد 16، 21 جمادى الأولى 1435هـ، 23 مارس 2014م، ص12-13.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

- الامتثال للقواعد المهنية وآداب وأخلاقيات المهنة عند ممارسة النشاط السمعي البصري، مهما كانت طبيعته ووسيلته وكيفية بثه.

- الامتناع عن بث محتويات إعلامية أو إخبارية مضللة.

- عدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص.

- عدم المساس بالحياة الخاصة للشخصيات العامة.

كما ضم الرسوم التنفيذي رقم 16-222 مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1437 الموافق ل 11 غشت سنة 2016، والذي يتضمن دفتر الشروط العامة الذي يحدد القواعد المفروضة على كل خدمة للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي، عدة مواد تحمل في طياتها إدراج لأهمية التحلي الإعلامي بالمسؤولية الاجتماعية، فتنص على:

المادة (8):¹ "يسهر مسؤولو خدمات الاتصال السمعي البصري على تصميم وإعداد القواعد المتعلقة بالبرمجة وبث

البرامج، خصوصا على تطبيق المبادئ الآتية:

- احترام القيم الوطنية ورموز الدولة، كما هي محددة في الدستور.

- احترام متطلبات الوحدة الوطنية، والأمن والدفاع الوطنيين، والنظام العام وكذا المصالح الاقتصادية والدبلوماسية

للأمة.

- احترام الثوابت والقيم الدينية والأخلاقية والثقافية للأمة.

- احترام المرجعيات الدينية والمعتقدات والديانات الأخرى.

- احترام الحق في الشرف وستر الحياة الخاصة للمواطن وكذا حماية الأسرة.

- حماية الفئات الضعيفة.

¹ المادة 8 من قانون 16-222، مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1437 الموافق ل 11 غشت سنة 2016، الجريدة الرسمية العدد 48، 14 ذو القعدة 1437هـ، 17 غشت 2016م، ص8.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

المادة 10:1¹ يسهر مسؤولو خدمات الاتصال السمعي البصري على ضمان التعبير التعددي لتيارات الفكر والرأي في مضمون البرامج المبتوثة، وذلك في إطار احترام مبدأ المساواة في المعاملة والنزاهة والاستقلالية طبقاً للتشريع والتنظيم الساري المفعول.

المادة 11:2² يتعين على مسؤولي خدمات الاتصال السمعي البصري فيما يخص الحصص الإعلامية السياسية والعامة السهر خصوصاً على ما يأتي:

- التزام الحياد والموضوعية والامتناع عن خدمة مصالح وأغراض مجموعات سياسية أو عرقية أو اقتصادية أو مالية أو دينية أو إيديولوجية.

- الامتناع عن توظيف الدين لأغراض حزبية أو منافية لقيم التسامح.

- الامتناع عن الإشادة بالعنف والتحريض على التمييز العنصري أو الإرهاب أو العنف ضد أي شخص بسبب أصله أو جنسه أو انتمائه لعرق أو ديانة معينة وعدم المساس بالسلامة المعنوية للأشخاص سواء كانوا أحياء أو أمواتاً.

- احترام مقررات سلطة ضبط السمعي البصري وتطبيقها وكذا توصيات هيئات مراقبة الانتخابات خلال الاستحقاقات الانتخابية.

المادة 4:3³ يجب أن تستجيب البرامج الإعلامية المبتوثة للمتطلبات الآتية:

- التأكد من صحة المعلومة لا سيما عبر اللجوء إلى مصادر متنوعة وذات مصداقية مع الإشارة إلى مصدرها.

- الموضوعية والخلو من أي مبالغة أو استخفاف بالتعليق المرتبط بالوقائع والأحداث العامة.

- تطبيق المعايير المتعلقة بالنقاش المتعارض ومنها التوازن والصرامة عند أخذ الكلمة في ظل احترام التعبير التعددي

لتيارات الفكر والرأي المتعددة.

¹ المرجع السابق، ص 9.

² المرجع السابق، ص 9.

³ المرجع السابق، ص 9.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

- لا ينبغي اعتبار اشراك الجمهور بكل الطرق ومنها استطلاعات الشارع تصويتا يمثل الرأي العام ومجموعة بعينها كما يجب ألا يخدع المشاهد والمستمع بشأن كفاءة أو سلطة الأشخاص المستجوبين.

إذا فنصوص القانون الجزائري لم تخلو عبر مختلف مراحل الزمنية من نصوص تنص على ضرورة احترام آداب وأخلاقيات المهنة وخصوصية المجتمع والحياة الخاصة لأي فرد من أفراد المجتمع، فالتحلي بالمسؤولية الاجتماعية الإعلامية كان ولا يزال مطلباً متوفراً في قانون الإعلام الجزائري منذ 1982م، لكن هذا لا يعني أن هذا الاهتمام اهتمام كاف وكما يجب، فالأهم هو تحول هذه النصوص لممارسة إعلامية واقعية، فموضوع المسؤولية الاجتماعية وضرورة التحلي بأخلاقيات المهنة مطلب في غاية الأهمية لا بد أن يوجد قانون خاص به لا مجرد إشارات في القوانين والنصوص والتشريعات.

خامساً: المسؤولية الأخلاقية في البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية:

لكل مهنة أخلاقياتها التي لا بد أن تلتزم بها والإعلام بالمثل مهنة لها أخلاقياتها، فالعلاقة الحتمية ما بين المسؤولية والحرية الإعلامية، أدت لإنتاج ما يعرف بالمواثيق الشرفية للمهنة كإطار تنظيمي يوفر حق الممارسة الإعلامية بحرية ومسؤولية، فلا يمكن ممارسة المسؤولية إن استحالة الحرية، ولا يمكن للحرية أن توجد إن انعدمت المسؤولية لأنها لن تكون سوى حالة من التعدي على حرية الآخرين، فالحرية تحدها حريات أخرى، فأداب أخلاقيات المهنة الإعلامية باعتبارها "بيان المعايير المثالية لمهنة من المهن تتبناه جماعة مهنية أو مؤسسة لتوجيه أعضائها لتحمل مسؤوليتها المهنية"¹، جاءت كضرورة فرضتها التطورات الإعلامية وأهميتها التنموية.

والالتزام بأخلاقيات المهنة ينبع بالأساس من الضمير الفردي، فالإعلامي قبل أن يكون صحفي هو بالأساس فرد من المجتمع يكتسب خلال نشئته الاجتماعية مجموعة من المبادئ والأخلاق تُشكل ضميره الأخلاقي فتجعله في تحت رقابة ذاتية أي مسؤولية ذاتية، هذه الأخيرة التي تدفعه للالتزام بمختلف ما تنص عليه مواثيق الشرف المهني من آداب ومبادئ أخلاقية وقيم مهنية، من باب القيام بالواجب، فانعدام ذلك الإحساس الذاتي بالواجب أي حالة اللامسؤولية الذاتية لدى الصحفي، ستؤدي به إلى عدم تحمل المسؤولية الأخلاقية التي ينص عليها ميثاق الشرف المهني.

¹ ابراهيم السيد حسنين، أخلاقيات الإعلام وقوانينه، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015م، ص6.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

"فالأهم هو المسؤولية الأخلاقية والذاتية للصحفي لأنها ستصنع المسؤولية الاجتماعية للصحفي بشكل تلقائي، والتي ستظهر وتتجسد في عمل إعلامي متميز ومسؤول"¹، وقد أشار إلى أهمية المسؤولية الأخلاقية الذاتية 'ابن نبي' حين قال "أن النهضة في العالم الإسلامي بما منعطفات خطيرة، وأول شرط من شروط تحقيقها هو الإنسان الذي يتمثل فيه مفهوم التغيير قال تعالى "إن الله لا يغير ما بقوم حتى يغيروا ما بأنفسهم"²، وأول ما يراد تغييره هو منهجية التفكير وطريقته وذلك عن طريق توجيهه الثقافي بحيث الثقافة هي "مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي يلقاها منذ ولادته كرسائل أولي في الوسط الذي ولد فيه، والثقافة على هذا هي المحيط الذي يشكل فيه الفرد طباعه وشخصيته"³، فتقافة الفرد تؤسس ما يعرف بالضمير الفردي وتشكله، وهو بدوره يُوجه سلوكياتنا وتصرفاتنا في الحياة الاجتماعية.

أخلاقيات الإعلام لا تقتصر على أخلاقيات الإعلامي فقط أي القائم بالاتصال بل تعداه لمختلف العناصر الفاعلة في المؤسسة الإعلامية، فتظهر أخلاقيات المهنة الإعلامية في أشكال عدة:⁴

- أخلاقيات خاصة بتعامل الصحفي أو الإعلامي مع مصادره: وتعني الالتزام بسرية المصادر ومصداقية معلوماًتها.
- أخلاقيات خاصة بتعامل الإعلامي مع المواطنين من جمهور ووسائل إعلام: احترام الخصوصية الفردية للآخرين.
- أخلاقيات خاصة بالإعلان: احترام قيم ومبادئ المجتمع وعدم الدعوة لما يناقضها، وضوح المضمون، واحترام نسبة المادة الإعلانية المتفق عليها دولياً.
- أخلاقيات خاصة بالسياسات التحريرية لوسائل الإعلام: وهي تقوم على الصدق والدقة في تحري الأخبار والإنصاف والتوازن وتجنب التحريف والتشويه.
- أخلاقيات خاصة بحقوق الزمالة بين الإعلاميين: احترام زملاء المهنة وعدم الاعتداء عليهم بالقذف أو السب أو المعاملة السيئة، أو الاعتداء على حق زميل كسرقة مادته الإعلامية وانتحال آراء غيره ونسبها إليه.

¹ العربي بوعمامة، نظرية الواجب الأخلاقي في الإعلام، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، قسنطينة، 2020م، ص18.

² سورة الرعد، الآية 13.

³ مالك بني نبي، شروط النهضة، دار الفكر، ط6، دمشق - سوريا، 2006م، ص83.

⁴ ابراهيم السيد حسنين، مرجع سابق، ص-ص: 10-12.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

- أخلاقيات خاصة بعلاقة وسائل الإعلام بالمجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده: احترام قيم وعادات المجتمع وعدم التحريض على ما يخالفها من إثارة الفاحشة، التحريض على العنف والسلوكيات الشاذة، أو كتابات تحتوي على ألفاظ نابيه تثير الشهوة وتحث على الانحلال والابتذال... وغيرها من السلوكيات المنافية لأخلاق المجتمع ومبادئه، وكذا عدم التأثير على العدالة وسيرها.

- أخلاقيات ومعايير المستوى المهني للإعلاميين: فلا بد أن يتحلى بالنزاهة ويلتزم بقوانينها، ولا يقبل أي رشوي. وتعد المسؤولية الأخلاقية من أهم أسس نظرية المسؤولية الاجتماعية هاته الأخيرة التي تقوم على ثلاث مستويات وأبعاد أساسية يتمثل البعد الأول فيها في مختلف الوظائف التي يؤديها الإعلام من وظيفة سياسية، اقتصادية، تاريخية..، والبعد الثاني يتمثل في القانون الأخلاقي للصحافة أي معاييرها، والتي يلخصها "أجي واولت وإميري" بأنها خمسة دوائر متداخلة "الدائرة الأولى تُمثل في المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد، والدائرة الثانية تُمثل في معايير الوسيلة الإعلامية وموائيقها الداخلية، والدائرة الثالثة هي معايير توضع من قبل الهيئات الصحفية المستقلة، والدائرة الرابعة تُمثل الفلسفات الإعلامية الأساسية وقوانين الحكومات في نظريات الإعلام الأربعة، والدائرة الخامسة تُمثل الحدود المسموح بها من قبل الأفراد لكل معايير النشاط الإنساني"¹. أما المستوى الثالث فهو القيم المهنية وهي تشمل معايير جمع المعلومات من احترام للخصوصية واحتفاظ بالمعلومات السرية وقيم كتابة أو عرض المعلومات كالدقة الموضوعية والتوازن والشمول والحياد والصدق.

وقد حددت "نظرية المسؤولية الاجتماعية خمس مبادئ أخلاقية للممارسة الإعلامية الحرة والمسؤولة وتخص المصادقية في تقديم الخبر، اعتبار الإعلام منبرا للتعبير الاجتماعي، التغطية الاحتوائية (غير الاقصائية) البعيدة عن الصور النمطية، معالجة المسائل التي تنمي الحياة الديمقراطية، قدرة الجمهور على الحصول والوصول إلى وسائل الإعلام"².

إذا فالمسؤولية الأخلاقية هي بعد أساسي من أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي لا غنى عنها لتحقيق هاته الأخيرة، والتي لا بد أن يلتزم بها كل فاعل في المؤسسة الإعلامية على رأسهم القائم بالاتصال، ففي البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية والتي تمثل موضوع دراستنا فالمحاور أي القائم بالاتصال يُعد عنصرا هاما في نجاح البرنامج، والذي لا بد أن يلتزم فيه بمختلف القيم

¹ المرجع السابق، ص-ص: 39-40.

² عبد الرحمن عزوي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الاعلامية، الدار المتوسطة للنشر، ط1، تونس، 2016م، ص21.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

المهنية من حيث تجميع المعلومات وكتابة أو عرض المعلومات (احترام الخصوصية، الصدق، الموضوعية والحيادية...)، وكذا بمختلف آداب ومبادئ أخلاقيات الإعلام التي قد تعددت تصنيفاتها وتنوعت، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:¹

- الصدق: فلا بد للإعلامي من البحث دائماً عن الحقيقة وتقصيها بشتى الطرق مع الابتعاد عن الطرق الملتوية وغير أخلاقية والتي يمكن ان تخدش دقتها وصدقها وواقعيتها.

- احترام الكرامة الإنسانية: جماعية كانت (فئة أو ثقافة أو دين) أو فردية (مثل عرض صورة شخص دون إذنه).

- النزاهة: وتعني الحياد وتجنب الخلط بين الأمور مثل الخلط بين الخبر والتعليق أو الإشهار وبين الصالح العام والصالح الخاص (الاعتبارات الذاتية)، كما تعني عدم الخضوع لأي تأثير أو رقابة داخلية (المنشأة) كانت أم خارجية (الجمهور)

والضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بجميع أشكالها.

- المسؤولية: وهي تعني توخي الحذر في نقل المعلومات وضرورة التأكد منها.

- العدالة: وذلك بأن تهتم وسائل الإعلام بمختلف فئات المجتمع، وأن تتوخى الحكمة في عرض الأخبار والصور

والابتعاد ما أمكن عن أساليب المبالغة والتهويل والإثارة الرخيصة.

ويضيف عبد الرحمن عززي أربع مبادئ أخلاقية ضمنها في كتابه 'نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية' هي:

- منع الضرر عن الآخرين.

- إضفاء قيم إضافية على الآخر.

- تقديم العون للمتضرر والمحتاج.

- ممارسة النقد البناء والتي هي أحسن.

فيرى عبد الرحمن عززي بأنه من المسؤولية الأخلاقية أن يطرح الصحفي والمؤسسة الإعلامية على أنفسهم مجموعة من

الأسئلة الأخلاقية قبل الشروع في الكتابة أو التغطية الإخبارية أو التقاط الصورة أو تصوير شريط مسموع مرئي أو تصميم رسم

معلوماتي أو كاريكاتير.... الخ، وتتمثل هذه الأسئلة في التالي:¹

¹ ابراهيم السيد حسنين، مرجع سابق، ص-ص: 9-10.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

- هل أن ما يكتبه أو يذيعه الصحفي (أو المؤسسة الاعلامية) أخلاقي؟
 - هل أن ما يقدمه الصحفي لا يسيئ للآخر أو الآخرين؟
 - هل أن ما يقدمه الصحفي لا يضع الآخر أو الآخرين في موقف سلبي؟
 - هل أن ما يقدمه الصحفي دقيق ويستند إلى مصادر موثوق بها وليس من قبيل الشائعة أو 'القول والقال'.
 - هل أن ما يقدمه الصحفي لا يشوه الحقائق بالتضليل والدعاية؟
 - هل يستطيع الصحفي تحمل مسؤولية ما يقدمه بشكل علني وشفاف.
 - هل يملك الصحفي الاستعداد للاعتراف بالخطأ وتحمل عواقبه؟
 - هل النقد الذي يمكن أن يوجهه الصحفي بناء ويقلل من الضرر على الآخر والآخرين؟
- المسؤولية الأخلاقية إذا هي أمر لا بد منه، فهي الأساس المتين لتفعيل المسؤولية الاجتماعية، وتزداد أهميتها حين تخصص البرامج التلفزيونية الحوارية خاصة الاجتماعية، فهذه البرامج باعتمادها أسلوب الحوار تؤدي أحيانا للوقوع في جدل والسير بالحوار نحو نقاش حاد قد يتخطى أمر المناقشة والجدال إلى المخاصمة، مما يعزز من أهمية أخلاقيات الإعلام في هذه البرامج، فالترام مقدم البرنامج بالمبادئ التي يملئها عليه ضميره الخلقى والتزامه بمبادئ أخلاقيات الإعلام ومختلف القيم المهنية من صدق ودقة وشمول وموضوعية...، له أمر سيؤطر الحوار في إطار أخلاقي هادف مبني على الاحترام المتبادل لا يمس قيم المجتمع فلا يضر لا المحاور ولا الجمهور.

سادسا: المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية المدخل الإيجابي للتنمية:

أضحت علاقة وسائل الإعلام بالمجتمع من الأمور المسلمة بها عند مختلف الباحثين والمفكرين رغم تباين اهتماماتهم ومجالاتهم ونمط تفكيرهم، فالإعلام باعتباره أحد مكونات البناء الاجتماعي للمجتمع تربطه علاقة تبادلية بهذا الأخير، ولكن رغم هذا التسليم إلا أنه من الصعب جدا تقديم منظور اجتماعي شامل يجسد هذه العلاقة ويرجع ذلك لعدة أسباب:²

¹ عبد الرحمن عزي: مرجع سابق، ص-ص: 70-71.

² جمال مجاهد وآخرون: مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، مصر، ص58.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

- اختلاف طبيعة المجتمعات ذاتها من حيث فلسفتها وايدولوجياتها ودرجة تطورها.
 - التغيرات المتسارعة والمتلاحقة التي طرأت على وسائل الإعلام وتكنولوجياها.
 - تداخل المتغيرات التي تحكم هذه العلاقة وتنوعها بين متغيرات اقتصادية واجتماعية وسياسية وغيرها.
- إن حقيقة كون الإعلام مدخل إيجابي للتنمية أضحت حقيقة لا نقاش فيها، فبعد أن أثبتت وسائل الإعلام 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 بأنماط 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 بها 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 المعرفة هي مفتاح التحضر، وأن الوصول لمرحلة الاتصال الجماهيري يعد أول خطوة في طريق التحديث، "فوسائل الإعلام تؤدي إلى تفعيل خاصية سيكولوجية أساسية تدرج ضمن الخصائص السيكولوجية التي حددها، ويتعلق الأمر ب'التقمص الوجداني' بمعنى أن وسائل الإعلام تعلم وتقدم سلوكيات ومواقف وتصرفات للجماهير، وهي السلوكيات والمواقف والتصرفات التي تقود المجتمع نحو التقدم وتحقيق التنمية المنشودة"¹، فالإعلام يلعب دورا بارزا في تحقيق التنمية حسب 'دانيال ليرنر' من خلال قدرته على تعبئة الجمهور وتوجيهه في المجالات المختلفة.

¹ فضيل دليو: فعاليات الملتقى الوطني حول: المجتمع المدني والتنمية المحلية في الجزائر، مطبعة الفائز للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، قسنطينة، 2015م، ص-ص: 187-188.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

والبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية كمثلها من البرامج الإعلامية يمكن أن تؤدي دورا تنمويا في المجتمع إن هي التزمت بالمسؤولية الاجتماعية، فطبيعة المواضيع التي تعالجها هذه البرامج وخصوصية المجتمع العربي المتحفظ مقارنة بالمجتمعات الأخرى، تفرض عليها الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية في طرحها للقضايا حتى لا تأخذ بها إلى مجرى معايير مجرى 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 تُقيم علاقة ترابط قوية ما بين المجتمع وواقعه والإعلام ومحتواه، فتسعى لخلق حالة من التوازن ما بين تحقيق المصلحة الإعلامية بالنسبة للقائمين عليها ومصالح المجتمع.

فالمسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية الاجتماعية تنطلق أولا من إدراك مُعديها ومُقدميها بأنهم يشكلون صورة المجتمع، "فالمحتوى الذي توفره وسائل الإعلام للجمهور دائما ما يرتبط ارتباطا وثيقا بالتطور المادي والروحي للمجتمع بأكمله، بينما في الوقت نفسه، يمكن لطريقة عمل وسائل الإعلام أن تكشف دائما عن المستوى السياسي والاقتصادي والثقافي لهذا المجتمع كذلك"¹، فالعلاقة هي علاقة تبادلية فهذه البرامج تستمد معلوماتها من المجتمع، والمجتمع تُشكّل وسائل الإعلام صورته أمام أفراد المجتمع عينه وأمام المجتمعات الأخرى.

فالترام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية 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 البرنامج، واحترام لخصوصية الأفراد (بعدم ذكر الإسم أو عرض صور أو فيديوهات دون إذن صاحبها، واحترام حق الأفراد في الظهور من عدمه، ومنه سرد التفاصيل الخاصة)، واحترام الخصوصية الاجتماعية للمجتمع من خصوصية ثقافية (باحترام العادات والتقاليد الإيجابية والتشجيع عليها، ذم العادات والتقاليد السلبية والحث على تركها، احترام الذوق العام في مختلف ما تعرضه من صور وفيديوهات، حذف الألفاظ المخلة بالحياء إن وجدت، احترام الوحدة الوطنية، الاعتزاز بالوطن)، وخصوصية دينية (باحترام

¹ pragna erjavec, bulletin 'el_journalist /fairpress , P10.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

الأحكام الشرعية من حلال وحرام ، عدم نشر البدع وإقامة السنة النبوية الشريفة، التستر على الفضائح وعدم الجهر بالمعصية (والسوء).

بالإضافة الى ضرورة التزامها بالقيم المهنية الإعلامية، مثل الالتزام بالمصداقية والدقة والموضوعية في معالجتها الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج، فالمعلومة كما قد تكون وسيلة لتحقيق التنمية قد تؤدي دورا عكسيا إن تم استخدامها بطريقة مغلوبة، فأسلوب تقديم المعلومة ونوعها وطبيعة الجمهور المتلقي لها هي اعتبارات لا بد أن تؤخذ بعين الاعتبار حتى نجعل من هاته الأخيرة وسيلة بناءة للمجتمع، فما بالك إن كانت هذه المعلومة متعلقة بالأوضاع الاجتماعية للمجتمع والحياة الخاصة للناس، وتخوض في نقاشات حول المشاكل الاجتماعية بما فيها الطابوهات الاجتماعية التي قد لا تلقى ترحيب من جميع أفراد المجتمع للخروج بها إلى العلن ونقاشها أمام الكبار والصغار، فالحديث عن موضوع هروب المراهقات مثلا دون دراسة لكل كلمة تقال ودون التزام بالمصداقية والدقة والطرح الموضوعي، و دون 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) و كأنها فئة ضالة وتسليط الضوء على مشاكلهن فقط، والتركيز على السلب دون الإيجاب سيخلق صورة ذهنية سلبية عنهن لدى الجمهور، فلا يصل البرنامج الحوارى الاجتماعى بذلك إلى أي نتيجة إيجابية تنموية بل بالعكس فتسليطه الضوء على مشاكل هي في العتمة ليخرجها إلى العلن ويحدث بها ضجيجا إعلاميا قد يخلق مشاكل أخرى في المجتمع.

والمسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية الاجتماعية تنطلق أولا من الضمير الفردي للإعلامي فهي نتاج لإحساس بالمسؤولية الأخلاقية التي يكتسبها الصحفي أولا من تنشئته الاجتماعية، فالمعنى الذي يعطيه القائم بالاتصال للفعل الاجتماعى هو من يحدد الدور الاجتماعى للبرنامج التلفزيونى، فمناقشة مثلا القضايا الاجتماعية في برنامج تلفزيونى لا تعنى أن هناك محاولة للتوعية بها، بل إن المعنى الذي يعطيه القائم بالاتصال لمختلف سلوكياته هو من يحدد هدف البرنامج ودوره الاجتماعى، فقد يكون الهدف منه مجرد تحقيق الشهرة لا أكثر، فكما يشير كل من 'فيبر' و 'تالكوت بارسونز' فلا يمكن فهم الدور بمعزل عن معناه الذي يعطيه له الفاعل.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

كما أنها تنطلق من إدراكهم للقدرة الإعلامية العظيمة على تشكيل الرأي العام وبلورته وتعديله وتغييره فهم صناع له، ففي كتاب 'الخداع الإعلامي' 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 تتسجم مع مصالح واتجاهات الدول الكبرى في العالم... بعبارة أخرى أن الميديا هي التي تفضح وتنشر وهي التي تكشف وتُخفي وهي التي تقول أو لا تقول، وخطورة ذلك كله ينبع من قدرتها على تشكيل الرأي العام... تجيشه أو تفكيكه... توجيهه أو تضليله".¹

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 وغرائزهم البوصلة التي توجه إعلامنا، فلا بد أن لا ننسى حقيقة أن "وسائل الإعلام 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 إعلامية محترمة هادفة تسهم في تكوينه وتكوين شخصيته وتساعد على تطوير ثقافته السياسية وثقافته العامة فهذا الجمهور سيغذو يوماً ما جمهوراً يبحث عن الصحافة الجادة والهادفة"²، فسعي البرامج الاجتماعية ل طرح 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 المحرجة، أن البرنامج يسعى للمزيد من الإثارة التي ستوسع قاعدته الجماهيرية، سيشكل بذلك جمهور ذو ذوق هابط تفكيره محدود في مثل هذه المواضيع.

سابعاً: أزمة المسؤولية الاجتماعية في البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية:

تعددت البرامج التلفزيونية العربية وتنوعت كمثباتها الأجنبية في مجارة للتطور الإعلامي في العالم، فبمجرد اطلاق القنوات الفضائية العربية الخاصة وتحته ادعاء حرية التعبير، أنتجت هاته القنوات تحت شعار الإبداع الإنتاجي وخدمة المجتمع العربي عدة أنماط من البرامج التلفزيونية، والتي لم تكن في غالبيتها سوى خيبة أمل من الإنجاز الإعلامي المرتقب، ففي اللحظة

¹ سعيد اللاوندي، الخداع الإعلامي -الرأي العام: جسد مارد وعقل طفل-، مكتبة جزيرة الورد، ط1، القاهرة، 2015م، ص10.
² مُجد قيراط، الاعلام والمجتمع الرهانات والتحديات، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، الكويت، 2001م، ص-ص: 160-161.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

المنتظرة من هذه البرامج للأخذ بالإعلام مسار التنمية بعيدا عن الحسابات الربحية الإعلامية، لم تكن هاته الأخيرة بما في ذلك البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية سوى برامج ربحية، مثل الصفح الصحفي عنوان أهدافها الذي تجلّى من خلال نوع المواضيع التي تطرحها وعناوين حلقاتها المثيرة والجريئة والمهولة للموضوع، فوُجعت بذلك في أزمة إعلامية أزمة لا هوية.

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

أما عن مآزق أصالة فكرتها، فإن كنا نبحت فعلاً عن إعلام تنموي من خلال إنتاج أنماط مختلفة للبرامج التلفزيونية على رأسها البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية فمنطق الأمر أن ننطلق من مجتمعنا إلى مجتمعنا، أي أن تكون الفكرة الإعلامية هي فكرة وليدة المجتمع، لكن واقع الأمر غير ذلك فالفكرة فكرة غريبة 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 أنتجت فكرتها، فالقبول الاجتماعي وطبيعة المجتمع الغربي المنحصر 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 تُولد إلا من رحم مجتمعها، "فهناك قيم أخلاقية واجتماعية وثقافية لا تُستورد، وعلى المجتمع الذي يحتاجها أن يولدها"¹، 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 أنّ أهم معوق تواجهه مجتمعاتنا هو أنّها "صارت عاجزة عن توليد ديناميكية اجتماعية تضع في الحسبان خصوصيات بيئتنا"²، فعن أي تنمية نتحدث عنها بفعل هذه البرامج إن كانت فكرته فكرة غريبة تولدت في إطار اجتماعي مغاير عن إطارنا الاجتماعي.

¹ مالك بن نبي: بين الرشاد والتهيه، دار الفكر، دمشق، ط2، 2006م، ص 195.

² مالك بن نبي، مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، دار الفكر، ط9، دمشق، 2009م، ص 115.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

ومشكلة 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 تفرزه مؤسسات العالم الاستعماري الغربي"¹، 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 الإبداع الانتاجي.

فوقعت بذلك في أزمة استنساخ وتقليد وكذا أزمة تكرار فأضحت "تستهلك موضوعاتها ومشاكلها لشدة التكرار، وراح التعامل معها يتم على طريقة السبق الصحفي أو الكلام وتسجيل الموقف"²، هذا التكرار من جهة يجعل البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية عقيمة الإنتاج ومن جهة أخرى يعود بالسلب على المجتمع فتكرار عرض ظاهرة ما يحولها من ظاهرة شاذة ومرفوضة اجتماعياً إلى ظاهرة عادية ومقبولة اجتماعياً، 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 'أحمر 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 الإسلامي وبخاصة السعودي المتمسك بتعاليم الدين الإسلامية الراضية للجهنم بالمعصية واعتبارها ذنباً في حد ذاته، فيسرد قصته بكل جرأة وكأنه وجد في هذا البرنامج المجتمع الذي يتقبل ما فعل على أنه خطأ فحسب.

¹ محمد أحمد فياض، بحوث وقضايا معاصرة في الاعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2019م، ص239.

² نوناد القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على تحنوم التفكيك، مركز دراسة الوحدة العربية، بيروت، 2008م، ص238.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

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 تُعرض الفرد لعدة مرات للرسالة الإعلامية (معلومات) تجعله يختار الانتباه إليها، وبالتالي معالجتها واكتسابها كمعلومة ضمن المراحل السابقة، ومن ثم التأثير بها¹.

لكن ما نقصده بأن التكرار الإعلامي هو ممارسة إعلامية سلبية في المجتمع هو التكرار الإعلامي الهادف لتوسيع القاعدة الجماهيرية للبرنامج بغض النظر عن أسلوب معالجة الموضوع، فسلبية التكرار وكذا سلبية فكرة البرنامج نابعة أساسا من طريقة تناول الإعلامي الخاطئة للموضوع، فالطرح الخاطئ للموضوع بمعالجته للمواضيع التي عالجتها البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية الغربية بأسلوب يتسم بالتقليد الأعمى اللاواعي والغير مراعي لتباين التفكير بين المجتمع العربي والمجتمع الغربي، وتكرار معالجتها بنفس الأسلوب في مختلف هذه البرامج، هُو 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

¹ محمد عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الاعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، ط1، الرياض، 1994م، ص-ص:

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

أفراد أسرته، ويمكن أن يفهم الموقف الواحد بشكل أو بمعنى مختلف من فرد إلى آخر حسب التنشئة الاجتماعية التي نشأ بها.¹

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 لمصف البرامج التنموية، أو يأخذ بها للحظيظ لتغدو مجرد برامج تلفزيونية ربحية.

وواقع الأمر أن البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية تواجه مشكلة حقيقية في أسلوب المعالجة الإعلامية لمواضيعها، فتتناولها بطريقة إعلامية تهويلية باحثة عن ضالتها الربحية من خلال الجرأة والإثارة، غير آخذة بعين الاعتبار حساسية الموضوع، فتُلقي به أمام المشاهد كقنبلة متفجرة، متغافلة عن الدور التأثيري الذي تمتلكه كوسيلة إعلامية، فوسائل الإعلام تملك قدرة بناء الصورة الذهنية التي نبني على أساسها حقائق مجتمعا كما أشار إلى ذلك 'ليمان' في كتابه 'الرأي العام'، فيذهب للقول بأن 'أخبار بيئتنا تصل إلينا الآن بسرعة، ولكن مهما اعتقدنا أنها صورة حقيقية، فإننا نتعامل معها كما لو كانت البيئة نفسها'²، فالإعلام تخطي فكرة نقل الحقيقة إلى صُنْعها، حيث أصبح الواقع اليوم موجود في إعلامنا، فأصبح العين التي ننظر 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'، وهي عبارة عن ورقة بحثية مقدمة في ملتقى 'أخلاقيات الإعلام في عالم متغير بتونس عام 2009'، حيث قامت الباحثة بتحليل مجموعة من البرامج الاجتماعية التي تبث عبر قناة 'حنبل الفضائية الخاصة التونسية' وتوصلت إلى وجود تجاوزات أخلاقية في معالجة القضايا

¹ جهاد على السعيدة: أسباب العنف المدرسي ووسائل الحد منه من وجهة أولياء أمور طلبة المرحلة الأساسية العليا في الأردن، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 41، العدد 1، الأردن، 2014م، ص 59.

² walter lipman, **public opinion**, new brunswick (u.s.a) and london (u.k), 1998, p4.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

المطروحة من خلال الضغط على الحالات المستضافة وزيادة آلامهم واستخدام لهجة تأنيبية¹، فاستخدام الإستمالات العاطفية أصبح موضة البرامج الاجتماعية من أجل إثارة أكبر وتحقيق قاعدة جماهيرية أوسع.

هذه الإستمالات التي يتساءل الواحد منا عن مدى أهمية استخدامها في البرامج الاجتماعية الانسانية الخيرية، والتي يعزف مقدموها ومنتجوها على الوتر العاطفي بشكل مبالغ فيه ليأخذوا بالعمل الخيري الذي قاموا به إلى مجرى الاستعراض وادلال الأفراد المعنيين بالمساعدة، فإن كنا نتفق مع فكرة استخدام التصوير الإعلامي للمساعدات 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 وإثارة مشاعر أفراد الأسرة المحتاجة وطرح أسئلة تضعهم في موقف الضعيف، فترى الأب يبكي وهو يقص قصة فقره ومعاناته وبجانبه كل من أولاده وزوجته لتتهز 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 إجراء 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 والإدلال؟!، فأسلوب المعالجة الإعلامية لهذه البرامج مثل هذه المواضيع الإنسانية يجعل منها مجرد برامج تسول اجتماعي، واستعراض، تُحقق الربح 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 يمثل 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"²، وتضرب في ذلك الدكتورة نهود القادري عيسى في كتابها قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على تحوم التفكيك- مثالا تدعو فيه هذه البرامج إلى دعم برامجها بما لا يمكن التشكيك فيه، فتقول "مثلا بدلا من الاتصالات المباشرة التي تستغلها المحطة

¹ طاهر حورية: مرجع سابق، ص-ص: 23-24.

² نهود القادري عيسى، مرجع سابق، ص 239.

الفصل الثالث: العلاقة الحتمية بين متغيرات الدراسة

لإضفاء المسرحية على البرنامج أو التي يستغل فيها المتصلون أنفسهم إمكانية تغيير أسماءهم ليشحطوا في خيالهم ويخلقوا مشاكل وأفكار يتنفسون فيها عن مكبوتاتهم بطريقة مثيرة وأحياناً مؤذية، لماذا لا نترك الجمعيات والجهات المعنية في الاعداد وتوفير المعطيات لهذه البرامج بدلا من أن تستضاف للخوض ارتجاليا في قضايا معقدة.¹

فهذه البرامج اختزلت دورها في مجرد حكايات تُروى، أبطالها ضيوف قد التجأوا لها هروبا من محاكمة اجتماعية، باحثين فيها عن ملجأ يبرر أفعالهم ويظهرهم مظهر الضحية، فتحولت بذلك إلى مجرد فرصة لتفريغ المكبوتات، ومكان يبحث فيه المنبوذون اجتماعيا عن عطف ومحاوله اندماج في المجتمع، ويعرض فيها المشاركين مشاكلهم ومكبوتاتهم، راسمين على طريقتهم الوجه الآخر للمشاهد.

¹ المرجع السابق، ص 239.

الباب الثاني:

الإطار الميداني
للدراسة

الفصل الرابع: المعالجة المنهجية للدراسة.

تمهيد:

أولاً. مجتمع وعينة الدراسة.

ثانياً. منهج الدراسة.

ثالثاً. أداة جمع البيانات.

رابعاً. المعالجة الإحصائية لأداة جمع البيانات (الصدق والثبات).

تمهيد:

بعد عرضنا للتراث النظري المتعلق بموضوع دراستنا ومختلف الأدبيات المتعلقة به والتي تمكنا من الوصول إليها، وتحديدنا لإشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها، سنحاول في هذا الباب الإجابة على تساؤلاتنا وتأكيد فرضياتنا أو نفيها، ونطلق أولاً من هذا الفصل والمعنون بالمعالجة المنهجية للدراسة، لنبين فيه مجتمع بحثنا ونوع عينتنا ومنهج دراستنا الذي تمثل في المنهج الوصفي مبرزين أسباب اتباعنا هذا المنهج، وكذا سنتطرق إلى أدوات جمع البيانات والتي تمثلت في استمارة تحليل المحتوى والمعالجة الإحصائية لها (الصدق والثبات).

أولاً. مجتمع وعينة الدراسة:

1. مجتمع وعينة الدراسة:

تمثل مجتمع دراستنا في البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية والتي اخترنا كأنموذج لها برنامج 'خط أحمر'، لما لهذا البرنامج من شعبية، إذ حقق نسبة مشاهدة عالية في مواسمه الثمانية منذ سنة 2013م، كما أنه يعرض على قناة 'الشروق تي في' التي حققت أعلى نسبة مشاهدة، بالإضافة إلى شعبية مقدمته 'فضيلة مختاري' التي كان لها دور كبير في زيادة عدد متابعي البرنامج بعد النجاح الذي حققته في برنامج 'الشروق تحقق' سنة 2013م.

أ. التعريف بقناة الشروق تي في:

قناة تلفزيونية جزائرية خاصة تابعة لمؤسسة الشروق، ضمن باقة الشروق، وهي أول قناة جزائرية خاصة في المجال السمعي البصري للملكة السيد 'علي فضيل'، حيث "اتخذت من العاصمة الأردنية 'عمان' مقراً لها ولها مكتب معتمد بالجزائر، تبث القناة على 'نايلسات' و'عربسات' و'هوتبيرد'، أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم الأول نوفمبر 2011م البث التجريبي لقناتها الشروق على القمر الصناعي نايلسات، وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى السابع والخمسون لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية المباركة، والذكرى الحادية عشر لتأسيس يومية الشروق، فيما بدأت بثها الرسمي في 15 مارس 2012".¹

¹ <https://ar.wikipedia.org> : الشروق تي في، 2020/07/14، 16:00

ووفقا لدراسة قام بها معهد 'إيمار' فإن قناة الشروق قد تصدرت أعلى نسبة مشاهدة في الفترة الممتدة بين 24 و30 نوفمبر 2020، والتي توصلت إلى أن "الشروق تي في" تصدرت قائمة "توب 20" لأكثر القنوات الجزائرية مشاهدة بنسبة بلغت 41.2%، متبوعة بكل من قناة 'النهار تي في' و'سميرة تي في' و'الهداف تي في'، فيما جاءت قناة 'الشروق نيوز' في المرتبة الخامسة بنسبة مشاهدة بلغت 23.4%، وجاءت كل من قنوات 'دزاير تي في'، و'كنال الجيري'، و'التلفزيون الجزائري'، في المراتب الأخيرة".¹

ب. التعريف ببرنامج خط أحمر:

هو برنامج تلفزيوني حوارى اجتماعي يبث مرة في الأسبوع كل يوم الأحد على الساعة 21:00، مما يوفر الفرصة لزيادة عدد مشاهديه بحكم أن توقيته ليلى أين تكون عادة الأسرة الجزائرية مجتمعمة بالبيت، يقدم من طرف الصحفية 'فضيلة مختاري' والتي عُرفت بمحبة الجمهور لها، وحصلت على جائزة نجمة للإعلام سنة 2016م كأحسن وجه إعلامي.

يتناول البرنامج مختلف المواضيع الاجتماعية بما فيها الطابوهات، حيث استمر عرضه لثمانى مواسم كاملة بداية من سنة 2013م.

2. عينة الدراسة:

تمثلت عينة دراستنا في العينة العشوائية البسيطة باعتبارها العينة المناسبة لهدف بحثنا والملائمة للوقت المحدد لدراستنا، والتي تمثلت في 12 حلقة والموضحة في الجدول التالي:

¹ <https://www.echoroukonline.com> / الشروق تي في.. قناة الجزائريين الأولى، 2020/07/14، 16:20.

عدد الحلقة	تاريخ الحلقة	عنوان الحلقة
العدد الأول	2020/01/05	جزائريون يأكلون من القمامة الجزء الأول
العدد الثاني	2020/01/12	جزائريون يأكلون من القمامة الجزء الثاني
العدد الرابع	2020/01/26	مستشفيات..... ولكن
العدد الخامس	2020/02/02	نساء الشوارع
العدد الثامن	2020/02/23	أنا ابتكم خديجة
العدد العاشر	2020/03/08	عيد المرأة
العدد الحادي عشر	2020/03/15	مهندسات النظافة
العدد الثاني عشر	2020/05/31	نورة لم يرد والدها الاعتراف بما... والطفلة فرح تنتصر على السرطان
العدد الثالث عشر	2020/06/07	بر الوالدين
العدد السابع عشر	2020/07/05	زوجي هو جنتي
العدد التاسع عشر	2020/07/19	تجار الرضع
العدد عشرون	2020/08/09	الزواج مسؤولية

جدول رقم (01): يوضح عينة الدراسة

ثانيا: منهج الدراسة

يبني أي بحث علمي على أساس منهج واضح يتم وفقا لقواعده دراسة المشكلة ووفقا لأدواتها قياسها، فالمنهج العلمي الموضوعي هو حلقة الوصل بين التفكير التنظيري والواقع العملي، فهو " تلك المبادئ والقواعد والإرشادات التي يجب على الباحث إتباعها من ألفه إلى بائه بغية الكشف عن العلاقات العامة والجوهرية والضرورية التي تخضع لها الظواهر موضوع الدراسة"¹، وتتعدد المناهج في البحوث الاجتماعية وتتنوع وتختلف باختلاف موضوع الدراسة أو طبيعة المشكلة، ولهذا

¹ سلطاني بلقاسم، الجيلاني حسان: محاضرات في المنهج والبحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، بن عكنون الجزائر، 2007م، ص25.

وانطلاقاً من فحص وتحليل موضوع دراستنا وطبيعتها 'المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية'، والتي تهدف لوصف وتحليل مضمون هذا البرنامج ودراسة مدى تحليه والتزامه بالمسؤولية الاجتماعية في أبعاده الثلاثة، فقد اعتمدنا المنهج الوصفي باعتماد أسلوب تحليل المحتوى كمنهج ملائم للدراسة، والذي يعرفه كل من 'باكسترون' 'baxtron' و'سيزار' 'cesar' بأنه "أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد والمفردات والسلوكيات والادراكات والمشاعر والاتجاهات"¹، هادفين بذلك ليس فقط لجمع المعلومات وإنما لتصنيف هذه المعلومات وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص نتائج منطقية تساعدنا على إصدار تعميمات بشأن مدى التزام البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية بالمسؤولية الاجتماعية.

ثالثاً: أدوات البحث:

نظراً لكوننا نهدف من خلال اعتمادنا المنهج الوصفي التحليلي وصف وتحليل مضمون برنامج الدراسة لمعرفة مدى تحليه بالمسؤولية الاجتماعية، فقد وقع اختيارنا على أداة تحليل المحتوى كأداة للبحث لكونها تناسب طبيعة دراستنا، وهي "تقنية غير مباشرة للتقصي العلمي تطبق على المواد المكتوبة المسموعة أو المرئية والتي تصدر عن الأفراد أو الجماعات حيث يكون المحتوى غير رقمي ويسمح بالقيام بالسحب كيمي أو كمي بهدف التفسير والفهم والمقارنة"²، فهو وسيلة من وسائل جمع البيانات التي تستخدمها مختلف العلوم الاجتماعية مثله مثل الاستبانة، والمقابلة، والملاحظة.

كما واعتمدنا وحدة الفكرة كوحدة تحليل محتوى.

تم تقسيم استمارة تحليل المحتوى التي لثلاث أجزاء:

– أولاً: البيانات الأولية: وهي بمثابة بطاقة تعريف للبرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي 'خط أحمر'، حيث

تضمنت:

- اسم القناة.
- اسم البرنامج.
- تاريخ البث.

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000م، ص158.

² موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، 2004م-2006م، ص212.

- مدة بث البرنامج.
- رقم حلقة البرنامج.

- ثانيا: البيانات الكمية للفئات وعناصرها:

1. فئات الشكل (كيف قيل؟): وهي نوع من أنواع فئات التحليل باعتبار فئة التحليل هي "تلك المنظومة الفكرية التي تؤدي خدمة لكامل الموضوع المعني بالدراسة"¹، وفئة الشكل هي الفئات التي تُعنى بوصف المحتوى الشكلي للبرنامج موضوع الدراسة، أي وصف مختلف الوسائل التعبيرية المستعملة في البرنامج محل الدراسة، وتمثلت في دراستنا هذه في:

- فئة اللغة المستخدمة: تلعب اللغة دورا بارزا في إيصال الرسالة، فالإكثار من استخدام اللغة الأجنبية ومصطلحاتها مثلا، أو استخدام مصطلحات متخصصة بكثرة دون شرح وافٍ سيعيق إيصال الرسالة للمستقبل، ومؤشراتها: اللهجة المحلية، اللهجة المحلية مع اللغة العربية، مزيج من اللهجات واللغات الأجنبية والعربية.

- فئة طبيعة الموسيقى المستخدمة: إن تقنية الصوت والصورة تسمح بإيصال الرسالة بشكل مؤثر أكثر، ولزيادة هذا التأثير يتم الاعتماد على مؤثرات صوتية وموسيقية تُضفي على المشهد بُعدا جماليا وتزيدها وقعا وتأثيرا، وتحديدنا لهذه المؤثرات سيساعدنا على معرفة هدف البرنامج وقد تمثلت في دراستنا هذه في: تبعث على الفرح والبهجة، تبعث على الحزن والألم، خليط بين الحزن والفرح والسعادة.

- فئة طبيعة القوالب الصحفية المدعمة للبرنامج: وهو نمط العرض الذي يناقش في إطاره موضوع البرنامج، فلكل قالب في خصائص تجعله الأكثر فعالية في مناقشة وعرض موضوع ما وتمثلت في القوالب التالية: التحقيق والريوتاج.

أما التحقيق فهو عبارة عن بحث ميداني للأحداث حيث يكون فيه الصحفي طرف فاعل ومشارك، وبالنسبة للريوتاج فهو عبارة عن فيديو تصويري لأحداث الموضوع بإجراء مقابلات عن الأطراف المعنية أو تصوير درامي لها.

- فئة لقطات التصوير: إن لقطات التصوير لا تحمل بعد جمالي فقط، بل إن كل نوع للقطعة المعتمدة يحمل رسالة معينة ذات هدف محدد، لذا فتحديدها سيساعدنا على قراءة معمقة لهدف البرنامج، وقد حددنا مؤشراتها في: قريبة، متوسطة، بعيدة.

¹ حمام محمد الزهير، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، امواج للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2015م، ص23.

2. فئة ماذا قيل (فئة المضمون): وهي الفئة التي تصف مضمون البرنامج وتعبّر عن أفكاره، وتمثلت في دراستنا في:
- فئة الموضوع: وتُعبّر بمختلف المواضيع التي تم التطرق إليها في البرنامج وهي تنقسم إلى:
 - أ. فئة المواضيع الأساسية : وهي المواضيع التي تأخذ الحيز الأكبر للوقت المخصص للحلقة، والتي تنقسم بدورها لفئتين فرعيتين:
 - مواضيع تخص الأسرة: الآباء والأبناء، المرأة، الزواج.
 - مواضيع تخص المجتمع: التشرد، التسول، المستشفيات الجزائرية، تجار الرضع.
 - ب. فئة المواضيع الفرعية: وهي المواضيع التي يخصص لها الوقت الأخير من الحلقة: البحث عن مفقود، طلب مساعدة، تكريم شخص، التعريف بجمعية
 - فئة الاتجاه نحو الموضوع: وهو يجسد موقف البرنامج من الموضوع المعالج، وتتمثل مؤشرات في: مؤيد، معارض، محايد.
 - فئة الفاعلون: وهم الأشخاص الذين يظهرون في المحتوى الإعلامي، وقد يلعبون أدوارا رئيسية أو ثانوية، وتمثلوا في دراستنا هذه في: الصحفية (مقدمة البرنامج)، الإمام، الأخصائي النفسي، الحالة المستضافة، الأخصائية الاجتماعية، الجمهور.
 - فئة هدف البرنامج: لكل برنامج هدف معين قد يُصرح به لفظيا على لسان مقدمه، وقد يُستشف ضمنا من خلال المواضيع المتناولة وطريقة معالجتها، وتتمثل مؤشرات هاته الفئة في: إعلامي وإخباري، توعوي وتوجيهي، تفسيري، خلط بين الإعلامي والتوعوي والتفسيري.
 - فئة الجمهور المستهدف: وهم الفئة الموجهة إليهم الرسالة الإعلامية وتمثلوا في دراستنا هذه في: الوالدين، الأبناء، الأزواج، المرأة، المواطنون، الدولة.
 - فئة الإستimalات الإقناعية المستخدمة في البرنامج: وهي الطرق المعتمدة لإقناع الجمهور بالمحتوى الإعلامي وتمثلت في:

- أ. الإستمالات العاطفية: وهي الإستمالات التي تستهدف عاطفة ومشاعر الجمهور المستهدف، وتمثلت مؤشراتنا في: استخدام الشعارات والرموز والأحكام، استخدام الأساليب اللغوية (التشبيه، الاستعارة،...)، استخدام صيغ التفضيل، الاستدلال بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية، التذكير بالثواب الدنيوي والأخروي، الخطاب الإعلامي العاطفي، العدوى النفسية والحديث باسم الجماعة، استدعاء مصادر يعينها على سبيل الاستشهاد بغرض الحشد العاطفي .
- ب. الإستمالات العقلية: وتتوجه هذه الإستمالات لمخاطبة العقل والمنطق، فتجلت مؤشراتنا في: الاستشهاد بأحداث واقعية، تقديم الأرقام والإحصاءات، بناء نتائج على مقدمات، تنفيذ وجهة النظر الأخرى.
- ت. استمالات التخويف: وتعمل على إثارة مخاوف المرسل إليه كسبيل نحو إقناعه، وحددنا مؤشراتنا في: استخدام الآيات القرآنية والأحاديث النبوية للتهيب، التنبيه للعقاب الدنيوي، التنبية للعقاب الأخروي.
- أ. فئة الوظائف: وهي الوظائف التي يؤديها البرنامج وتنقسم إلى:
- أ. فئة الوظيفة الإخبارية: نقل المعلومات، التعبير عن الآراء المختلفة، التفسير.
- ب. فئة الوظيفة الأخلاقية: الإصلاح بين المتخاصمين، تكريم أشخاص، تقديم العون للمتضرر والمحتاج، ممارسة النقد البناء.
- ت. فئة الوظيفة التربوية: الإشارة إلى طرق التربية الصحيحة، التوعية بالمشكلات الأسرية المختلفة (مشاكل بين الآباء والأبناء، مشاكل بين الأزواج، مشاكل بين الزوجة وأهل الزوج، بين الزوج وأم الزوجة)، تناول أسباب المشكلات الأسرية، اقتراح حلول للمشكلات الأسرية، الإشارة إلى طريقة الحياة الزوجية الصحيحة، التأكيد على أهمية التعليم.
- ث. فئة الوظيفة الدينية: تعليم التعاليم الدينية، التوعية بالمحرمات الدينية، تعليم السنة النبوية.
- ج. فئة الوظيفة الاقتصادية: نشر ثقافة العمل، التشجيع على الابتكار والإنتاج، إبراز المشكلات الاقتصادية.
- ح. فئة الوظيفة الاجتماعية: بث روح التعاون والتضامن والتماسك الاجتماعي (البحث عن المفقودين، التعريف بمختلف الجمعيات الخيرية، التعاطف المعنوي)، المساهمة في البناء القيمي والسلوكي للجماهير (الإشادة بالقيم وسلوكيات الإيجابية، ذم القيم والسلوكيات السلبية، تدعيم المعايير الاجتماعية، نقل التراث الاجتماعي (تمرير العادات والتقاليد والقيم) تحيئة المناخ الملائم للتنمية والتغيير (التوعية بما يدور في المحيط من مشاكل اجتماعية مختلفة بتسليط الضوء عليها).

ب. فئة القيم: تعددت تصنيفات القيم وتنوعت وبما أن البرنامج في دراستنا برنامج اجتماعي فهو يتطرق لمواضيع ذات أبعاد اجتماعية أخلاقية سياسية دينية ثقافية اقتصادية، فالموضوع الاجتماعي موضوع متعدد الأسباب متشعب الأبعاد، وبالتالي فهو سيحمل قيم متعددة الأبعاد أيضا فمنها ما هو مجتمعي، أخلاقي، ديني، جمالي، اقتصادي، وطني... وغيرها العديد من القيم، لذا فضلنا تقسيمها إلى فئتين: قيم إيجابية وقيم سلبية معتمدين قاموس 'Webster Dictionary'¹ والمتمثل في أربعة أقسام:

- القيم الأخلاقية، مثل: الصدق والأمانة والنزاهة والإخلاص....
- القيم المجتمعية، مثل: التعاون والعمل التطوعي و المساعدة...
- القيم الفكرية، مثل: حب الفضول والتروي و العقلانية...
- القيم السياسية، مثل: إثارة المصلحة العامة و المواطنة...
- أ. القيم الإيجابية: وتمثلت فئة القيم الإيجابية في دراستنا في:

- القيم الأخلاقية: الصدق، الأمانة، الإخلاص والوفاء، الفناعة والرضى.
- القيم المجتمعية: التعاون وتقديم المساعدة، التسامح، النصيحة، الترابط الأسري، الاحترام، تحمل المسؤولية، التعاطف، الامتنان والتقدير.

- القيم الفكرية: حسن الظن بالله، التروي والعقلانية، المثابرة والعمل.
- القيم السياسية: الاعتزاز بالوطن والوحدة الوطنية، إثارة المصلحة العامة.

ب. القيم السلبية: وتمثلت في:

- القيم اللاأخلاقية: التهم دون دليل، الاحتيال، الجشع والطمع، الخيانة، التفاخر وحب المظاهر.
- القيم المجتمعية السلبية: الجهر بالسوء، إفشاء أسرار البيوت وفضح الناس، التفكك الأسري، التشجيع على الخطيئة، البؤس والفقر، الحقد، الاستغلال.

¹ علي عباس : القيم السلوكية،

http://www.schoolarabia.net/educational_tips/ali_abbas/living_values/living_values_3.htm

2019-04-19 23:38

- القيم الفكرية السلبية: الانتكالية، غياب ثقافة الحوار، التشاؤم وسوء الظن.
- القيم السياسية السلبية: تفضيل المصلحة الخاصة على العامة (غياب الحس بالمسؤولية العامة)، التسبب والإهمال.
- فئة إقامة أخلاقيات الحوار مع الحالات المستضافة والمشاركين في البرنامج: وتوضح هذه الفئة مدى التزام الصحفية بأخلاقيات الحوار مع كل من الحالات المستضافة والمشاركين في البرنامج، وتمثلت مؤشرات هاته الأخلاقيات في: عدم الضغط عليه للإجابة، عدم التشكيك بإجابته، عدم مقاطعته أثناء الإجابة، عدم توجيه التهم له، عدم سبه وشتمه، عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزيد من معاناته، عدم توجيه أسئلة محرجة وشخصية له.
- فئة إقامة أخلاقيات الحوار مع الفاعلين الدائمين في البرنامج: وتوضح هاته الفئة مدى التزام الصحفية بأخلاقيات الحوار مع كل من الإمام والأخصائي النفساني كفاعلين دائمين تم استقبالهما في أغلب الحلقات، فاستثنينا الأخصائية الاجتماعية حيث تم استقبالها في حلقتين فقط، وللتوصل لنتائج هاته الفئة استخرجنا منها ثلاث فئات فرعية تمثلت في:
 - أ. فئة توجيه الأسئلة بشكل متوازن: الأسئلة الموجهة للإمام، الأسئلة الموجهة للأخصائي النفساني.
 - ب. فئة إعطاء فرص متساوية للتعليق والتدخل للفاعلين الدائمين في البرنامج: السماح للإمام بالتدخل والتعليق، السماح للأخصائي النفساني بالتدخل والتعليق.
 - ت. فئة عدم مقاطعة الفاعلين الدائمين في البرنامج أثناء الإجابة أو التعليق: عدم مقاطعة الإمام، عدم مقاطعة الأخصائي النفساني.
- فئة احترام الخصوصية الاجتماعية: فمن الممارسة الأخلاقية للإعلام أن يحترم خصوصية مجتمعه، والتي قسمناها إلى:
 - أ. فئة احترام الخصوصية الثقافية: وتمثلت مؤشراتنا في: احترام العادات والتقاليد الإيجابية والتشجيع عليها، ذم العادات والتقاليد السلبية والحث على تركها، تدعيم المعايير الاجتماعية والإشادة بالقيم والسلوكيات الإيجابية، ذم القيم والسلوكيات السلبية، احترام الذوق العام في مختلف ما تعرضه من صور وفيديوهات (حذف مقطع خادش للحياء في فيديو، ضبابية الصورة غير المحترمة...)، حذف الألفاظ المخلة بالحياء إن وجدت، احترام الوحدة الوطنية، الاعتزاز بالوطن.

ب. فئة احترام الخصوصية الدينية: احترام الأحكام الشرعية من حلال وحرام، إقامة السنة النبوية، التستر على الفتيات.

- فئة احترام خصوصية الأفراد: كما لا بد للإعلام أن يحترم خصوصية المجتمع عليه ان يحترم خصوصية الأفراد المشاركين في البرنامج والمتمثلين في الحالات المستضافة والمشاركين في البرنامج من متصلين هاتفياً أو مشاركين في ربورتاجات والتحقيقات المعروضة في البرنامج، وتمثلت مؤشراتنا في: ذكر الاسم غير كامل لرغبة صاحبه، ذكر الاسم كاملاً بإذن صاحبه، عرض صور بإذن صاحبها، عرض فيديوهات بإذن صاحبها، احترام حق الأفراد في الظهور من عدمه، منع سرد التفاصيل الخاصة.

- فئة الالتزام بالقيم المهنية: لا يمارس الصحفي عمله وفق هواه بل لا بد له من الالتزام بمعايير أخلاقية ومعايير ومجموعة من القيم المهنية التي تعددت وتنوعت تصنيفاتها، وفي دراستنا هذه حصرتنا هذه القيم في ثلاث قيم أساسية تمثلت في: الموضوعية، المصداقية والدقة.

أ. فئة الموضوعية: فالصحفي ملزم بمعالجة موضوع حلقة البرنامج بحياد دون انحياز وبشكل موضوعي يقدم فيه الحقائق كما هي لا كما يفترضه هو كرأي شخصي، وقد حددنا مؤشرات هاته الفئة في: الاستثناء، الحياد، الحقائق المجردة، عرض وجهات نظر مختلفة للفاعلين في البرنامج.

ب. فئة المصداقية: صدق المحتوى الإعلامي شرط أساسي لنجاح البرنامج وتوسيع قاعدته الجماهيرية من جهة، ومن جهة أخرى شرط أساسي لتنمية المجتمع من خلال بناء رأي عام واع، وتمثلت مؤشراتنا في: ذكر الشواهد والأدلة أثناء معالجة الموضوع، نقل وتأويل كلام الحالات المستضافة والمشاركين دون تحريف، نقل وتأويل كلام الفاعلين الدائمين دون تحريف، معالجة الموضوع مع أهل الاختصاص.

ت. فئة الدقة: وتمثلت مؤشراتنا في: استخدام كلمات وجمل بسيطة ومفهومة، ذكر كلمات واضحة المعنى غير قابلة للتأويل، استمرارية الحوار وتشكيل رسالة كاملة ذلت معنى واضح، معالجة الموضوع مع جميع الأطراف المعنية.

رابعا. المعالجة الإحصائية لأداة جمع البيانات (الصدق والثبات)

للتأكد من أن أداة الدراسة تعكس المعنى الفعلي للمفاهيم الواردة في الدراسة ومن أنها قادرة على قياس ما تسعى الدراسة لقياسه فعلا، قامت الباحثة بقياس صدق الأداة.

1. الصدق الظاهري:

حيث تم عرض استمارة تحليل المحتوى الخاصة بالدراسة مع توضيح أسئلة الدراسة وأهدافها، وتوضيح الفئات التي تضمنتها والتعريفات الإجرائية لها على مجموعة من الأساتذة¹ ذوي الخبرة في استخدام أداة استمارة تحليل المحتوى، والذين أبدوا ملاحظاتهم حول ما يجب تعديله أو حذفه أو إضافته، والتي تم أخذها بعين الاعتبار في التصميم النهائي للاستمارة.

2. الصدق الباطني:

ونقصد به قياس ثبات التحليل، الذي يعني أن هذه الاستمارة بمختلف فئاتها صالحة لقياس مثل هذا النوع من المحتوى، وباستخدام معادلة 'هولستي' تحصلنا على معامل ثبات قدر بـ 0.86، وهي نسبة عالية من الثبات تشير لصلاحية استمارة تحليل المحتوى المستخدمة في هذه الدراسة.

¹ بوزانة رفيق أستاذ محاضر -أ- بجامعة بوندير قسنطينة 3.

مُجد الفاتح حمدي أستاذ محاضر -أ- بجامعة مُجد الصديق بن يحي -جيجل-.

حجاج حسان أستاذ محاضر -أ- جامعة بوندير قسنطينة 3.

الفصل الخامس: تحليل معطيات الدراسة

تمهيد

أولاً: المواضيع الاجتماعية في برنامج 'خط أحمر' والهدف من

معالجتها

ثانياً: المسؤولية الوظيفية لبرنامج 'خط أحمر'.

ثالثاً: المسؤولية الأخلاقية لبرنامج 'خط أحمر'.

رابعاً: المسؤولية المهنية لبرنامج 'خط أحمر'.

تمهيد:

بعد عرضنا للجانب النظري للدراسة والفصول المنطوية تحته، وبعد تحديدنا الإجراءات المنهجية للدراسة من منهج وأدوات جمع البيانات وعينة الدراسة، نأتي في فصلنا هذا إلى دراسة الشواهد بطريقة موضوعية، لنقوم بتحليل وتفسير وقراءة النتائج التي توصلنا إليها.

أولاً: المواضيع الاجتماعية في برنامج 'خط أحمر' والهدف من معالجتها:

1. اللغة المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار اللغة
46.46%	92	اللهجة المحلية
47.47%	94	اللهجة المحلية مع اللغة العربية
6.06%	12	مزيج من اللهجات واللغات الأجنبية والعربية
100%	198	المجموع

جدول رقم (02): يوضح اللغة المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

على الرغم من اتفاق العديد من الباحثين على أن لغة الإعلام هي اللغة الفصحى، أي اللغة المبسطة وليست اللغة العلمية، إلا أن نوع اللغة المستخدمة في الإعلام لا يزال يختلف من برنامج إلى آخر باختلاف طبيعة البرنامج وجمهوره المستهدف، والبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' باعتباره برنامج يهدف لإعلام عامة الناس كقناة جماهيرية أساسية بمختلف المشكلات الأسرية والاجتماعية وتوعيتهم بها، اعتمد اللهجة المحلية مع اللغة العربية كلغة أساسية في معالجته الإعلامية بنسبة قدرت بـ 47.47%، ثم اللهجة المحلية بنسبة 46.46%، أما بالنسبة لاستخدام مزيج من اللهجات واللغات الأجنبية والعربية فنسبة استخدامها ضعيفة جدا قدرت بـ 6.06%.

وقد سجلنا أن استخدام اللهجة المحلية مع اللغة العربية كان بشكل أكبر من طرف الإمام الذي لا يخلو حواراه من الجمل العربية الفصحى وشرحها باللهجة المحلية من أجل تفسير كلامه جيدا وايصال المعنى بشكل صحيح لأكبر فئة ممكنة من

الجمهور، فاعتمد اللغة العربية عند استدلاله بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية والقصص الواقعية من حكايات دينية وحكايات نابغة من المجتمع الجزائري، وكذلك استخدم الأخصائي النفسي هذا المزيج في حوار له بشكل أقل، أما الصحفية فاعتمدت بالدرجة الأولى على اللهجة المحلية كما استخدمت اللغة الفصحى مع اللهجة المحلية بدرجة أقل، بالإضافة إلى استخدامها بعض المصطلحات الأجنبية لكن بشكل قليلا جدا.

2. طبيعة الموسيقى المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار طبيعة الموسيقى المستخدمة
7.40%	2	تبعث على الفرح والبهجة
92.59%	25	تبعث على الحزن والألم
0%	0	خليط بين الحزن والفرح والسعادة
100%	27	المجموع

جدول رقم (03): يوضح الموسيقى المستخدمة في البرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر'

يزيد استخدام الموسيقى في البرنامج الإعلامى من جمالية البرنامج ومن وقع تأثير الرسالة الإعلامية، وانطلاقا من الجدول رقم (03) فقد اعتمد البرنامج على الموسيقى التي تبعث على الحزن والألم في غالبية حلقاته لمناسبتها لمواضيع البرنامج من مشاكل أسرية واجتماعية، وهدفه الذي يسعى لنقل الواقع الاجتماعى المحزن للمجتمع الجزائرى والتوعية بمعاناته، والتي قدرت بـ 92.59%، واستخدمت في الرپورتاجات والتحقيقات التي بثت خلال حلقات البرنامج، بالإضافة إلى اعتماد ضعيف على الموسيقى التي تبعث على الفرح والبهجة بنسبة 7.40%، والتي استخدمت في رپورتاج ينقل فرحة الطفلة 'فرحة' واختيها ووالدتهم، بمناسبة البيت الجديد والخزانة التي قدمت كمفاجأة لفرحة تحقيقا لأمنيته البسيطة، وكذا استخدمت الموسيقى التي تبعث على الفرح في البلاطو عند تكريم جمعية غزلان لمهندسات النظافة. في حين لم يتم اعتماد الموسيقى التي يمتزج فيها خليط بين الحزن والفرح والسعادة.

3. لقطات التصوير المعتمدة في البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر':

النسبة المئوية%	التكرار	التكرار لقطات التصوير
20.12%	67	قريبة
54.05%	180	متوسطة
25.82%	86	بعيدة
100%	333	المجموع

الجدول رقم (04) يوضح لقطات التصوير المعتمدة في البرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر'

إن اختيار نوع اللقطة يلعب دورا فى تشكيل مفهوم الرسالة الإعلامية، وبرنامج 'خط أحمر' قد اعتمد على ثلاثة أنواع من لقطات التصوير كما هو موضح فى الجدول رقم (04) والذي يبين بأن النسبة الأعلى للقطات التصوير تمثلت فى اللقطة المتوسطة بنسبة 54.05%، وهى لقطة شائعة فى البرامج الحوارية تستخدم أثناء الحوار مع شخصيات البرنامج، وذلك لإبراز حركات وملامح الحالات المشاركة فى البرنامج، فالإيماءات ولغة الجسد تلعب دورا فى فهم الرسالة الإعلامية وترجمة الأحاسيس والمشاعر وتوضيحها وشرحها، وبالتالي إيصال المعنى كاملا وتحقيق الهدف من البرنامج المتمثل فى إعلام الجمهور بمختلف الوقائع وتوعيتهم بها باستخدام لغة الكلام ولغة الجسد.

اعتمد البرنامج كذلك على اللقطة البعيدة بنسبة 25.82%، والتي استخدمت لتنقل الصورة الكاملة للبلاتو والحوار الذي يدور بين الفاعلين الدائمين والحالات المستضافة.

وأخيرا تم اعتماد اللقطة القريبة بنسبة 20.12%، والتي استخدمت لإبداء تعاطف الفاعلين خاصة الصحفية مع الحالات المستضافة، وبرزت ملامح الحالات المستضافة وترجمة معاناتهم من خلالها، وكذا فى حالات طلب المساعدة والبحث عن مفقود للتأثير فى الجمهور ودفعه لمساعدتهم.

4. القوالب الفنية المدعمة للبرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر'

النسبة المئوية%	التكرار	التكرار القوالب الفنية
41.18%	7	التحقيق
58.82%	10	الريورتاج
100%	17	المجموع

الجدول رقم (05) القوالب الفنية المدعمة للبرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر'

اعتمد البرنامج الاجتماعى 'خط أحمر' على الحوار كقالب فى أساسى بهدف توضيح الفكرة وإبراز الآراء المختلفة والتأثير فى المشاهدين وتوسيع القاعدة الجماهيرية.

لكنه بالإضافة إلى هذا القالب اعتمد على قوالب أخرى مدعمة للبرنامج تمثلت فى كل من التحقيق والريورتاج، فاعتمدت الريورتاج بنسبة أكبر قدرت بـ 58.82% من أجل سرد قصص الحالات المستضافة، وكذا التحقيق بنسبة 41.18% لمعالجة مواضيع البرنامج ونقل الوقائع الاجتماعية من قلب الحدث مثل التحقيق الذى أجرته الصحفية عن نساء الشوارع، وواقع المستشفى الجامعى فى العاصمة، والتسول وغيرها من التحقيقات التى سعت لكشف الحقيقة ونقلها للجماهير وتوعيتها بها.

5. الفاعلون في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	الزمن (د)	التكرار الفاعلون
28.23 %	146:31	الصحفية
29.16 %	151:16	الإمام
9.90 %	51:35	الأخصائي النفسي
24.16 %	125:23	الحالة المستضافة
2.70 %	14	الأخصائية الاجتماعية
5.82 %	30:18	جمهور
100 %	518.23	المجموع

الجدول رقم (06) الفاعلون في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

من خلال الجدول نستطيع القول بأن الفترة الزمنية المخصصة للإمام كانت أطول فترة بنسبة 29.16 %، تليه الصحفية التي لا يقل الزمن المخصص لها عن زمن الإمام بنسبة 28.23 %، ثم الحالة المستضافة بنسبة 24.16 %، فالأخصائي النفسي بنسبة 9.90 %، فالأخصائية الاجتماعية بنسبة 2.70 %، ثم الجمهور بنسبة 5.82 %.

وتدل هذه النسب على أن البرنامج هو برنامج اجتماعي يهدف للتوعية وتقديم النصح والارشاد، الذي يعد الدين الإسلامي المصدر الرئيسي له، لذا فالإمام قد حاز على النسبة الأكبر من زمن البرنامج لكونه عامل جذب للجمهور باعتباره يحتل مكانة اجتماعية مرموقة في المجتمع فيلقى أذن صاغية، بالإضافة إلى أنه يعد فاعل أساسي وضروري ومناسب لمناقشة مواضيع البرنامج.

أما الصحفية فباعتبارها القائم الرئيسي للحوار والمحورة له، فقد شغلت الفترة الزمنية الأطول بعد الإمام، هذا بالإضافة إلى الحماس الذي سجلناه كملاحظة عنها فيما يخص موضوع الزواج وموضوع المرأة، فتعلق عليهما بجمل طويلة لفترة زمنية طويلة.

بالنسبة للحالة المستضافة فالزمن المخصص لكل حالة يختلف باختلاف الموضوع وعدد الأركان المدرجة خلال الحلقة.

أما الأخصائي النفسي، والأخصائية الاجتماعية وكذا الجمهور، فخصصت لهم فترات زمنية قصيرة، دلت على التقليل من شأن الأخصائي النفسي والدور الفعال الذي يمكن أن يلعبه في هذا البرنامج، حيث لاحظنا أن الصحفية لم تعطي الأخصائي النفسي حقه في الكلام وقد يعود ذلك للمكانة الاجتماعية التي يتميز بها في المجتمع الجزائري، فلا يحظى بمكانته المناسبة بل هناك تهميش لدوره واستنفار من أفراد المجتمع لآرائه، فهو لا يملك أذن صاغية بقدر الإمام الذي يحظى بها من مختلف فئات المجتمع الجزائري.

والأمر سواء بالنسبة للأخصائية الاجتماعية التي تم استقبالها في حلقة الزواج مسؤولة فقط، في حين كان جديرا بالبرنامج استضافتها في حلقات أخرى مثل التشرذ، التسول، الآباء والأبناء، لما يمكن لآرائها من أن تساهم في مناقشة هذه الظواهر.

أما بالنسبة للجمهور المتمثل في جمهور الأستوديو من طلبة وجمعيات ومشاركين في البرنامج من متصلين، فالبرنامج لم يولي أهمية كبيرة لرأيهم لذا كانت نسبة مشاركتهم ضعيفة.

وسجلنا كملاحظة أن البرنامج قد أغفل استضافة أطراف مهمة في بعض الحلقات مثل استضافة ضيف من قطاع الصحة لمناقشة موضوع واقع المستشفيات الجزائرية وكذا في موضوع تجار الرضع، وكذا استضافة رجل قانون للحوار في موضوع التشرذ والتسول بحكم أن هذه الموضوع تمس الدولة بصفة مباشرة.

6. المواضيع المعالجة خلال حلقات عينة الدراسة من البرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	الزمن (د)	التكرار المواضيع
80.05%	538:14	المواضيع الرئيسية
13.02%	87:55	المواضيع الفرعية
100%	672:23	المجموع

الجدول رقم (07) المواضيع المعالجة خلال حلقات عينة الدراسة من برنامج 'خط أحمر'.

عالج البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط احمر' مواضيع متنوعة، فاعتمد فى مختلف حلقاته على تخصيص فترة زمنية طويلة للمواضيع الرئيسية لحلقة البرنامج وتخصيص نهاية البرنامج فى بضع دقائق للمواضيع الفرعية. ومن خلال الجدول نلاحظ بأنه تم تخصيص 80.05% مما يعادل 538د و 14ثا من وقت البرنامج للمواضيع الرئيسية والتي تمثلت فى مواضيع اجتماعية عالجت العلاقات داخل الأسرة الجزائرية ومشكلاتها، والمشكلات الآفات بالمجتمع الجزائري، فى حين تم تخصيص 13.02% بما يعادل 87د و 55ثا من زمن البرنامج للمواضيع الفرعية، هاته الأخيرة التي شكلت الجانب الإنساني والأخلاقي للبرنامج بما تقدمه من مكارم الأخلاق والمساعدات الخيرية بتكريم من يستحق تشجيعا له وجعله قدوة انموذجا فى المجتمع وتقديم مختلف المساعدات من بحث عن مفقود ومساعدات مادية وتعريف بجمعية ما ونشاطاتها مساهمة فى اشهارها.

1.6 المواضيع الرئيسية فى البرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط احمر':

النسبة المئوية %	الزمن (د)	المواضيع التكرار
70.18%	377.39	مواضيع تخص الأسرة
29.81%	160.35	مواضيع تخص المجتمع
100%	537:74	المجموع

جدول رقم (08) المواضيع الرئيسية فى البرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط احمر'

من خلال الجدول السابق نلاحظ بأن البرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط احمر' قد اهتم بنوعين من المواضيع الرئيسية، شكلت المواضيع التي تخص الأسرة الجزائرية من علاقات أسرية والمشكلات التي تعاني منها بين أفرادها، ومكانة المرأة فيها الموضوع الأساسى بنسبة 70.18%، ثم المواضيع التي تخص المجتمع ككل والتي تمثلت فى المشكلات الاجتماعية بنسبة 29.81%.

وتدل هذه النسب أن البرنامج يستهدف أفراد الأسرة الجزائرية بالدرجة الأولى فيعنى بمختلف ما يهمها.

1.1.6 المشكلات الأسرية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار مواضيع تخص الأسرة
39.96%	151:16	الآباء والأبناء
27.53%	104:12	المرأة
32.39%	122:51	الزواج
100%	378.19	المجموع

جدول رقم (09) المشكلات الأسرية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

من خلال الجدول نلاحظ بأن النسبة الأكثر زمنا بالنسبة للمواضيع التي تخص الأسرة قد خصصت لموضوع الآباء والأبناء بنسبة (39.96%)، يليها موضوع الزواج بنسبة (32.39%)، فموضوع المرأة بنسبة (27.53%).

ومن خلال هذه النسب نستطيع القول بأن البرنامج اهتم بمعالجة العلاقات داخل الأسرة الجزائرية ومشكلاتها، كما أننا قد سجلنا أن المرأة كانت العنصر المشترك ما بين هذه المواضيع، حيث كانت حاضرة في جميعها، في حين أن هناك تغييب للرجل في هذه المواضيع فذكره كان بنسبة قليلة لا تذكر.

أ. الآباء والأبناء: كان أكثر موضوع عولج في حلقات مختلفة من البرنامج، حيث خصصت له 151 د و 16 ثا خلال 5 حلقات من عينة الدراسة، فتمت معالجة موضوع عقوق الوالدين في ثلاث حلقات تناولت حالات مختلفة الأم الأرملة، الأم المطلقة والأب المخلوع:

- في حلقة نساء الشوارع ب 2 فيفري 2020 عرض البرنامج قصة امرأة مطلقة تبيت في الشارع بعد طلاقها وطردها إليها، وعدم استقبالها من طرف أهلها.

- في حلقة البر بالوالدين يوم 7 جوان 2020 حيث تم التطرق لقصة أم وبنيتها اللواتي أضحين دون سكن بعد حصولهن على السكن الاجتماعي وزواج الابن الذي طردهن بتحريض من زوجته.

- في حلقة الزواج مسؤولة يوم 2020/08/09 تناولت قصة أب طردته زوجته من مسكنه بعد الخلع وذلك بتحريض من الأبناء.

وكما تناول موضع الآباء والأبناء عقوق الوالدين، تضمن حلقات عن ظلم الآباء لأبنائهم في حلقتين من حلقات عينة الدراسة:

- في حلقة العدد الثامن بتاريخ 23 فيفري 2020 والمعنونة بـ 'أنا ابتكم خديجة'، حيث تناول البرنامج قصة خديجة التي تتعرض للضرب والتعذيب من طرف والدتها وكذا الاستغلال بتشغيلها في التسول، مما دفعها للهروب للشارع، أين قضت عدة أيام دون أن يسأل عنها والديها.

- في حلقة العدد الثاني عشر بعنوان 'نورة لم يرد والدها الاعتراف بها والطفلة فرح تنتصر على السرطان' بيوم 31 ماي 2020، حيث قدم البرنامج قصة أخرى هي نموذج لظلم الآباء للأبناء تمثلت في حرمان السيدة نورة التي تزوجت أمها بالفاتحة دون عقد قانوني وتطلقت من لقب أبيها، الذي أبقى الاعتراف بها قانونيا رغم اعترافها الاجتماعي بكونها ابنته، فبعد خطبة هاته الأخيرة رفض الأب الاعتراف بابنته قانونيا خوفا من المطالبتها له بالميراث باعتباره رجلا غنيا جدا.

ب. الزواج: يعد الزواج من أكثر المواضيع تناولها في برنامج 'خط أحمر' بعد موضوع الآباء والأبناء، حيث خصصت له حلقة كاملة تحت عنوان 'الزواج مسؤولة' والتي تم عرضها يوم 09 أوت 2020م، كما تم تناول هذا الموضوع في 09 حلقات من عينة الدراسة بما يعادل 122 د و 51 ثا.

فتمت معالجته في العدد الأول من البرنامج، والعدد الرابع، العدد الخامس، العدد الثامن، العدد العاشر، العدد الثاني عشر، العدد السابع عشر، العدد العشرون.

وقد سجلنا بأن البرنامج قد تطرق بالدرجة الأولى إلى علاقة الزوجة بأهل الزوج والمشاكل ما بينها وبين أم الزوج، وكذا تناول موضوع الزواج وأسسها وشروطه الصحيحة، وواقعه في المجتمع الجزائري، وظاهرة تزويج الفتاة للتخلص من عبئها، وتدخّل أهل الزوج في العلاقة الزوجية، وكذلك العلاقة بين الزوجين، وعلاقة الزوج بأم الزوج.

وما يعاب حسب رأينا في معالجة البرنامج لموضوع الزواج هو تركيزه على المرأة دون الرجل، سواءً في مناقشة موضوع قبل الزواج أو بعده.

ففي حوار البرنامج حول موضوع المقبلين على الزواج اهتم البرنامج بالتركيز على الفتاة دون الشاب والذي لم يخصص له الاهتمام الكافي، حيث تناول البرنامج ولوقت مطول موضوع الفتاة ومشكلة اجبارها على الزواج للتخلص من عبئها وضعف تأهيلها لتكون زوجة صالحة وربة بيت جيدة، وكذا مشكلة سوء الاختيار للزوج المناسب والذي يُعد من أهم أسباب الطلاق، في حين لم يبدى البرنامج الاهتمام الكافي بالطرف الثاني وهو الزوج ومشكلة ضعف تأهيله وسوء اختياره للزوجة.

أما فيما يخص العلاقة الزوجية فالبرنامج ركز على دور المرأة وجعلها المسؤول الرئيسي في نجاح الزواج سواء في نجاح العلاقة الزوجية بين الزوج وزوجته أو في العلاقة مع الأسرة الكبرى أسرة الزوج، في حين تم تغييب دور الزوج كفاعل أساسي، فالزواج يقوم على بنيتين رئيسيتين هما الزوج والزوجة، وكما هناك علاقات زوجية فاشلة بسبب الزوجة هناك أخرى فاشلة بسبب الزوج، وأيضا كما تعد الزوجة مصدر للمشاكل مع أهل الزوج يعد الرجل مصدرا لهذه المشاكل حين لا يؤدي دوره بأكمل وجه كزوج وكابن وجب عليه بر والديه، وكذلك هناك حالات لمشكلات أسرية عن خلاف الزوج مع أهل زوجته تم تغييب الحديث عنها في أي حوار من الحوارات التي ناقشت موضوع الزواج ما عادا في حلقة واحدة هي حلقة العدد الرابع 'مستشفيات... ولكن'، حيث تم فيه ذكر المشكلة لحوالي دقيقتين فقط بشكل عابر غير معمق التحليل.

ت. المرأة: إن المشاهد للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' سيلاحظ من الحلقة الأولى الاهتمام الذي يبديه البرنامج لموضوع المرأة وميول الصحفية للحديث والدفاع عنها، فخصص البرنامج حلقة كاملة عنها بعنوان 'عيد المرأة' يوم 08 مارس 2020، كما تطرق لموضوع المرأة في 03 حلقات من عينة الدراسة:

- في العدد الثامن الموافق لـ '23 فيفري 2020' والمعنون بـ'أنا ابتك خديجة'

- في العدد الحادي عشر يوم '15 مارس 2020' بعنوان 'مهندسات النظافة'.

- في العدد التاسع عشر يوم '19 جويلية 2020' بعنوان 'تجار الرضع'.

وكلها حلقات قد تم فيها الحوار والنقاش حول موضوع المرأة وواقعها وأهميتها في المجتمع الجزائري، ومختلف المشكلات التي تعاني منها باختلاف حالاتها الاجتماعية عزباء، متزوجة، مطلقة، أرملة، مجهولة النسب.

وكملاحظة لا بد من الإشارة لها، فالحديث عن المرأة لم يقتصر على هذه الحلقات فقط بل تم الحوار بشأنها في العديد من الحلقات، فذكرت باعتبارها البنت المقبلة على الزواج والزوجة في موضوع الزواج، والأم في موضوع الآباء والأبناء، والمتسولة في موضوع التسول، والمتشردة في موضوع التشرذ.

2.1.6 مواضيع تخص المجتمع في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	الزمن (د)	التكرار مواضيع تخص المجتمع
23.58%	38:01	التشرذ
38.18%	61:53	التسول
26.72%	43:06	المستشفيات الجزائرية
11.26%	18:15	تجار الرضع
100%	161.15	المجموع

جدول رقم (10) مواضيع تخص المجتمع في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

تناول البرنامج خلال مختلف حلقاته مجموعة من المشكلات والآفات الاجتماعية التي تعد رغم قلة الوقت المخصصة لها مقارنة بالوقت المخصص للمشكلات الأسرية من المواضيع الأساسية بالبرنامج، حيث اتجه البرنامج إلى عنونة الحلقات التي تطرقت إليها باسمها كدليل على أهميتها.

فعالج موضوع 'التسول' بالدرجة الأولى بنسبة 38.18%، ثم موضوع 'المستشفيات الجزائرية' بنسبة 26.72%، فموضوع 'التشرذ' بنسبة 23.58%، وأخيرا موضوع 'تجار الرضع' بنسبة 11.26%.

أ. التسول: تناول البرنامج موضوع التسول في حلقتان من البرنامج وهما العدد الأول والثاني (25 جانفي 2020، 12 جانفي 2020)، لفترة زمنية قدرت بـ 61د و53ثا، فتم عرض أنموذجين لامرأتين مطلقتين تتسولان لتقتاتا لقمة العيش.

- في العدد الأول تم عرض الأم المطلقة وبناتها اللواتي يتسولن لأن الأب لا يقدم النفقة لبناته.

- في العدد الثاني تم عرض قصة الأم سميرة المتسولة التي تتسول لتربي ابنها.

ومنه فالحالات المستضافة في حلقات التسول تمثلت في العنصر النسوي، وكذا الأمر بالنسبة للحالات التي تم عرضها في التحقيق، مع إبراز أمهن خرجن لتسول نتيجة الحاجة الشديدة، في حين تم تناول التسول لدى الرجال كمهنة احتيالي يعتمدونها لكسب الأموال والتي تجسدت في صورة رجلين متسولين، أحدهما يتسول في الحدائق وهو يملك منزلا وصحيح البنية، والثاني يتسول بجمع الأموال بحجة جمعها للزاوية.

وبهذا أهمل البرنامج معالجة موضوع استغلال التسول للاحتيالي من طرف النساء، هذا مع العلم أن مناقشة موضوع التسول كطريقة للاحتيالي لم يخصص له الوقت الكافي.

ب. المستشفيات الجزائرية: عالج البرنامج التلفزيوني الحوار الاجتماعي 'خط أحمر' موضوع المستشفيات الجزائرية معالجة سلبية، حيث خلال حلقة العدد الرابع يوم '26 جانفي 2020'، والتي تمت فيها معالجة موضوع المستشفيات الجزائرية لمدة 43د و06ثا، تطرق البرنامج خلال 30د منها إلى النقاش والحوار حول الواقع السليبي للمستشفيات الجزائرية من إهمال، تسيب، معرفة، ضعف الإمكانيات، غياب الرقابة... وغيرها، وتم كذلك بث تحقيق عن مستشفى جامعي بالعاصمة كنموذج عن الصورة السلبية للمستشفيات الجزائرية.

في حين تناول البرنامج الجوانب الإيجابية للمستشفيات الجزائرية في بضع دقائق لنفس الحلقة (العدد الرابع) تمثلت في إشارة بسيطة لوجود أطباء كفاء وملائكة رحمة ورجال أمن يقومون بعملهم على أتم وجه وذلك، وكذا من خلال عرض قصة مريض أجرى عملية ناجحة في المستشفى الجزائري كانت ستكلفه الملايين خارج تراب الوطن.

كما تضمنت حلقة العدد الثاني عشر يوم '31 ماي 2020' لقطات احتوت على إبراز لجانب إيجابي لمستشفى السرطان بسطيف من حيث الاهتمام وحسن المعاملة واثقان العمل والنظافة، حيث تم عرض قصة كفاح الطفلة 'فرح' مع السرطان وكيف شفيت منه بفضل الله عز وجل أولا وبفضل الأطباء النبلاء القائمين عليها وعلى غيرها من المرضى .

ت. التشرود: سلط برنامج خط أحمر في حلقة مثيرة للجدل الضوء على مشكلة اجتماعية غاية في الأهمية جسدت

حالة الفقر المزيم التي يعيشها بعض الجزائريين، تمثلت في نساء الشوارع، والتي عالجها خلال حلقتين من البرنامج:

- في العدد الخامس الموافق لـ '02 فيفري 2020'، حيث خصص مدة 28 د و 99 ثا من مدة حلقة البرنامج ، ليركز على إبراز الحالة المزمنة لنساء الشوارع والسبب الذي دفعهم للخروج للشارع، مبينا أن المشكلات الأسرية هي السبب الرئيسي لذلك.

حيث قدم البرنامج تحقيق عن نساء يفترشن الشارع، إحداهن أم عجوز مصابة بداء السكر وابنتها التي تجاوزت الثلاثين واللاقي طردهن الابن من المنزل، وأخرى امرأة عديمة اللقب ارتكبت نفس خطأ أمها وأنجبت ولداً دون زواج لتربيته في الشوارع، وواحدة أخرى بعد طلاقها رماها أبوها بتحريض من زوجته هي وابنتها وهي حامل لتتجنب وتعيش في الشارع.

- في العدد الأول من البرنامج يوم '05 جانفي 2020' عرض البرنامج حالة امرأة عكست اهمال الدولة الجزائرية وتجرد الجزائريين من الإنسانية، وهي أم أرملة جعلت من خيمة في مكان مهجور تُلقى به قمامة العاصمة مسكنا لها ولأولادها اليتامى، الذين يقتاتون أكلهم من قمامة مطاعم العاصمة ويلبسون ثيابهم من حاوياتها.

ث. تجار الرضع: لم يُخصص البرنامج سوى حلقة واحدة لمعالجة موضوع في غاية الأهمية كموضوع تجار الرضع، حيث نوقش هذا الموضوع لمدة 18 د و 15 ثا فقط خلال حلقة العدد التاسع عشر يوم 19 جويلية 2020، والتي حملت عنوان تجار الرضع، هذه الظاهرة التي تعد مظهر من مظاهر التسبب والإهمال الذي تعاني منه المستشفيات الجزائرية، والذي شكل ويشكل قلقا لدى العديد من الأمهات إلى يومنا هذا.

وقد عالج البرنامج هذا الموضوع من خلال الحوار مع الفاعلين الدائمين كل من الإمام والأخصائي النفساني، واستضافته لثلاث حالات مختلفة تعرضت لاختطاف رضيع من العائلة، من أجل إعلام المشاهدين بطرق الاحتياط والحدع المستعملة لاختطاف الرضع وتقديم رسالة توعوية تنبيهية للأسر الجزائرية، وكذلك توجيه نداء للدولة لتشديد الأمن والرقابة في المستشفيات الجزائرية خاصة في قسم الولادة منعا لتفاقم هذه الظاهرة التي تنجم عنها ظاهرة أكثر خطورة وهي اختلاط الأنساب.

وتمثلت الحالات المستضافة في:

- عجوز تم اختطاف رضيع ابنتها من المستشفى والمصابة باختلال عقلي والتي تعرضت للاغتصاب.

- أب اختطف ابنه الرضيع من المستشفى بسبب جهله بحقه في أخذ ابنه في حالة وفاته لدفعه، حيث تم خداعه بأن المولود توفي وتم دفنه من طرف المستشفى.

- أخت تبحث عن أخيها الذي صرحت بأنه أختطف وهو رضيع من طرف القابلة بالمستشفى، حيث ادعت ولادة توأمين أحدهما توفي والمستشفى سيتكفل بإجراءات دفنه، وبعد مرور عدة سنوات والعتور على القابلة التي اختطف الرضيع وربته، لاذت بالفرار لتواصل الأخت بعد وفاة أمها البحث عن أخيها المختطف.

2.6 المواضيع الفرعية في البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر'.

النسبة المئوية (%)	الزمن (د)	التكرار المواضيع الفرعية
41.93 %	37:05	البحث عن مفقود
33.95 %	30	طلب المساعدة
17.48 %	15:45	تكريم شخص
6.16 %	5:45	التعريف بجمعية
100 %	88:35	المجموع

جدول رقم (11) يوضح المواضيع الفرعية في البرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر'.

يوضح الجدول رقم (11) المواضيع الفرعية التي تمت معالجته خلال حلقات عينة الدراسة، حيث نلاحظ أنها مواضيع اجتماعية تنمية خدماتية، جاءت بالترتيب من أعلى نسبة إلى أدنى نسبة كما يلي: البحث عن مفقود 41.93 %، طلب المساعدة 33.95 %، تكريم شخص 17.48 %، التعريف بجمعية 6.16 %.

وتخصيص البرنامج وقت لهذه المواضيع يدل على أن البرنامج يسعى للمساهمة في تنمية المجتمع وتقوية روابطه الاجتماعية من خلال المساهمة في تقديم هذه الإعانات الاجتماعية والسلوكيات الإنسانية الحضارية.

أ. البحث عن مفقود: خصص برنامج 'خط أحمر' في نهاية بعض حلقاته ركن للبحث عن المفقودين أسماه ركن 'خرج ولم يعد'، حيث استقبل في 08 حلقات من عينة الدراسة بما يعادل 37 و 05 ثا أفراد يبحثون ذويهم.

- وقد سجلنا اختلاف الحالات الاجتماعية لمن يبحثون عن ذويهم وصلة القرابة فيما بينهم، والفترة الزمنية لاختفائهم:
- أبناء يبحثون عن أمهاتهم من بينهم طفل بحث عن أمه الضائعة منذ 07 سنوات، وامرأة ورجل من مجهولي النسب يبحثون عن أمهاتهم، وأب يبحث عن أمه الطاعنة في السن والمصابة بالزهايمر والمختفي منذ 07 سنوات.
 - أولياء يبحثون عن فلذة كبدهم منهم أب يبحث عن ابنه بعد خروجه من السجن، والدين يبحثان عن ابنيهما الضائع منذ سنة 2006م، هذا الأخير الذي قيل أنه خرج بطريقة غير شرعية من البلاد مع الحراسة.
 - زوجة تبحث عن زوجها المصاب بالزهايمر والضائع منذ 2019م.
 - شاب في الثلاثينات من العمر يبحث عن خاله المختفي منذ 2009م.
- ب. طلب مساعدة:** رغم أن برنامج 'خط أحمر' يث على قناة الشروق تي في، أين يث البرنامج الذي حقق نجاحا وسط البرامج الخيرية والمعنون بـ 'وافعلوا الخير'، إلا أن البرنامج لم يلغي من فقراته فقرة تهتم بتقديم طلبات المساعدة رغم الوقت القصير الذي خصصه البرنامج لها والذي قدر بـ 30د.
- وتم عرض طلب مساعدة لحالتين خلال 3 حلقات تمثلت في:
- عرض البرنامج في حلقة العدد الثالث عشر يوم 07 جوان 2020 م حالة امرأة حامل وأم لـ 6 أولاد، وزوجة لأب عاطل عن العمل، تطلب المساعدة في إيجاد عمل لزوجها وتبحث عن من يتكفل بابنها الذي سيلد قريبا نظرا لصعوبة تكفلها به، ليعيد البرنامج استقبال نفس الحالة في حلقة أخرى يوم 07 جويلية 2020م، من أجل طلب المساعدة من جديد في إيجاد عمل لها ولزوجها، ومن أجل توضيح الأم بعد تلقيها لاتصالات تعرض عليها مبالغ مقابل الحصول على الطفل بعد ولادته أنها لا تريد بيع ولدها، إنما أرادت أن تجد عائلة تتكفل به نظرا لسوء أحوالها الاجتماعية، ولكنها تراجعت عن الأمر وستكفل به مهما كانت الظروف.
 - وفي العدد عشرون يوم 09 أوت 2020 م، بث البرنامج اتصال هاتفي لأم من تبسة تعاني في صمت من شدة الفقر وتلبس أولادها من القمامة، تطلب المساعدة في علاج ابنها المريض الذي يحتاج لعملية ثانية بعد فشل العملية الجراحية الأولى والتي تكلف بها أحد المحسنين.

- ت. تكريم شخص: حرص البرنامج على تخصيص فترات زمنية قدرت بـ 15 د و 45 ثا من أجل تكريم شخص ما من باب التقدير والاحترام والتشجيع وجعله امودج يُقتد به، والذي ورد في خمس حلقات من حلقات البرنامج:
- في يوم 07 جويلية 2020م تم استضافة زوجة مجهولة النسب لتستقبل زوجها في البلاطو وتكرمه بالشكر والثناء وتقبييل رجله أما الكاميرا اكراما له.
 - في حلقة مستشفيات ولكن تم اجراء اتصال هاتفي بطبيب ليكرمه مريضه بالشكر والثناء أمام كل الشعب الجزائري لإجرائه له عملية مجانية كانت ستكلفه الملايين خارج التراب الوطني.
 - في العدد الثامن يوم 23 فيفري 2020م تم تكريم البرنامج من طرف جمعية شباب الخير بليدة مهدية تعبيرية.
 - في العدد العاشر يوم 08 مارس 2020م تم تكريم الصحفية بمناسبة عيد المرأة من طرف الامينة العامة الشؤون المرأة المطلقة والأرملة والطفولة.
 - في العدد الحادي عشر يوم 15 مارس 2020م تم تكريم الصحفية أيضا من طرف جمعية غزلان، هاته الأخيرة التي كرمت في نفس الحلقة مهندسات النظافة بالهدايا والثناء.
 - ث. التعريف بجمعية: استضاف البرنامج خلال خمس حلقات خمس جمعيات تعددت وتنوعت نشاطاتها فمنها من اهتم بالشباب والأطفال ومنها من عُني بالأرملة والمطلقة، وكذا من اهتم بالمعوزين والفقراء وذوي الاحتياجات الخاصة، فاستضاف البرنامج جمعيات خيرية مختلفة أغلب أعضائها شباب تمثلت في: 'جمعية غزلان للشباب والطفولة'، 'جمعية أسعار الخير'، 'جمعية بسمة خير'، 'مجموعة شباب الخير بليدة'، 'نادي طيب الأثر'، 'جمعية البر والإحسان'.
7. اتجاه البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' نحو المواضيع المعالجة خلال حلقاته:

الاتجاه	مؤيد		معارض		محايد		المجموع	
	ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %
الرئيسية	82	45.30%	99	54.69%	0	0%	181	100%
الفرعية	23	100%	0	0%	0	0%	23	100%
المجموع	105	51.47%	99	48.52%	0	0%	204	100%

الجدول رقم (12) اتجاه البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' نحو المواضيع المعالجة خلال حلقاته

من خلال الجدول السابق نلاحظ بأن البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' قد تباينت اتجاهاته نحو مختلف مواضيع المعالجة خلال حلقاته (حلقات عينة الدراسة) سواء المواضيع الرئيسية أو الفرعية ما بين اتجاه إيجابي واتجاه سلبي بنسب متقاربة جدا حيث قدرت نسبة الاتجاه المؤيد لكل المواضيع بـ 51.47%، أما نسبة الاتجاه المعارض لها فقدرت بـ 48.52%، مما يدل على أن البرنامج كان متعدد الموقف ما بين تأييد ودعم وتعاطف وبين معارضة ورفض، وذلك ناتج عن تنوع طبيعة المواضيع المعالجة خلال حلقات البرنامج حيث تنوعت ما بين مواضيع إيجابية ومواضيع سلبية.

كما أن تنوع اتجاه البرنامج نحو مواضيع مختلف حلقاته يدل على أن البرنامج يسعى فعلا إلى معالجة المواضيع التي تعني المجتمع ايجابية كانت أم سلبية وتوعيتها بها، ولا يسعى إلى التركيز فقط على المواضيع السلبية لتحقيق الربح باعتبار المواضيع السلبية والمثيرة أكثر جدبا لاهتمامات الجمهور.

في حين قدر الاتجاه المحايد بـ 0% فقد كان البرنامج في جميع حلقاته واضح الموقف والاتجاه.

ونلاحظ أيضا أن المواضيع الرئيسية قد غلب عليها الاتجاه المعارض في المعالجة حيث قدر بنسبة 54.69%، في حين قدر الاتجاه المؤيد في تناولها بـ 45.30%، وهذا عائد إلى كون المواضيع السلبية كانت حاضرة بنسبة أكبر من المواضيع الإيجابية، والعكس صحيح بالنسبة للمواضيع الفرعية التي سجلنا نسبة 100% بالنسبة للاتجاه المؤيد للبرنامج في معالجتها لكون هذه الأخيرة مواضيع إيجابية بحد ذاتها، وهذا ما سنحاول توضيحه بشكل موسع في الجداول اللاحقة.

1.7 اتجاه البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' نحو المواضيع الرئيسية المعالجة خلال حلقاته:

الاتجاه		مؤيد		معارض		محايد		المجموع	
المواضيع الرئيسية		ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %
مواضيع تخص الأسرة		56	56%	44	44%	0	0%	100	100%
مواضيع تخص المجتمع		26	32.09%	55	67.90%	0	0%	81	100%
المجموع		82	45.30%	99	54.69%	0	0%	181	100%

الجدول رقم (13) يوضح اتجاه البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' نحو المواضيع الرئيسية المعالجة خلال

حلقاته:

بالنسبة للمواضيع الرئيسية والتي قدر الاتجاه المعارض لها بنسبة 54.69 %، في حين قدر الاتجاه المؤيد لها بـ 45.30 %، فقد انقسمت هذه المواضيع إلى مواضيع تخص الأسرة ومواضيع تخص المجتمع.

أما المواضيع التي تخص الأسرة فقد غلب عليها الاتجاه المؤيد بنسبة 56% مقابل 44% للاتجاه المعارض، أي أن البرنامج قد عالج هذه المواضيع من كلا الجانبين السلبي والجانب الإيجابي لكنه رجح كفة الإيجابي والتي سجلناها في تعاطفه مع الحالات المستضافة، والحديث عن إيجابيات الموضوع وعرض نماذج إيجابية وتأييدها وتشجيعها.

وبالنسبة للمواضيع التي تخص المجتمع فهي مواضيع سلبية بحد ذاتها إذ أنها تمثلت في آفات ومشاكل اجتماعية، لذا غلب على البرنامج الاتجاه المعارض في معالجتها بنسبة 67.90 %، مقابل 32.09 % للاتجاه المؤيد الذي سجلناه في تعاطف البرنامج مع بعض الحالات مثل المتسولين وفي إبراز بعض إيجابيات المستشفيات الجزائرية.

1.1.7 اتجاه البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' نحو المواضيع التي تخص الأسرة والمعالجة خلال

حلقاته:

الاتجاه مواضيع تخص الأسرة	مؤيد		معارض		محايد		المجموع	
	ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %
الآباء والأبناء	12	32.43 %	25	67.56 %	0	0 %	37	100 %
المرأة	21	91.30 %	2	8.69 %	0	0 %	23	100 %
الزواج	23	57.5 %	17	42.5 %	0	0 %	40	100 %
المجموع	56	56 %	44	44 %	0	0 %	100	100 %

الجدول رقم (14) اتجاه البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' نحو المواضيع التي تخص الأسرة والمعالجة

خلال حلقاته.

من خلال الجدول رقم (14) نلاحظ بأن البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' وكما سبق وأشرنا قد اتجه

اتجاه مؤيد في معالجة المواضيع التي تخص الأسرة بنسبة 56 %، مقابل الاتجاه المعارض الذي قدر بـ 44 %.

أ. الآباء والأبناء: تطرق البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' لموضوع الآباء والأبناء' أين اهتم بدراسة موضوع العلاقة ما بينهما، فتناول فى ذلك هذا الموضوع بشقيه الإيجابى والسلبى متجها بشكل أكبر اتجاه معارضا فى معالجة الموضوع بنسبة 67.56%، حيث تناول قصصا حول ظلم الآباء للأبناء وأخرى عن عقوق الوالدين. فصرحت الصحفى وكل من الفاعلين الدائمين فى جميع الحلقات التى تناولت هذا الموضوع بأنه لا مبرر لعقوق الوالدين ولا معصية لهما إلا فى ما لا يرضى الله مهما كانا صعباً الطباع، فبينوا موقفهم السلبى من عقوق الوالدين تحت أى ظرف كان، والذى تجسد فى حلقات البرنامج فى طرد الابن للأب أو الأب للشارع، وكذا اتخذوا نفس الاتجاه من ظلم الآباء للأبناء الذى تمثل فى استغلال الأبناء فى التسول وطردهم للشارع وتعنيفهم فى قصة خديجة، وكذا حرمانهم من النسب فى قصة نورة.

ولم يخلو موضوع الآباء والأبناء من الاتجاه المؤيد للبرنامج نحوه بنسبة 32.43%، والذى تجسد فى تشديده لضرورة البر بالوالدين والدعوة إليه وضرب الأمثلة والقصص فى بر الوالدين.

ب. المرأة: قدر الاتجاه الإيجابى لبرنامج 'خط أحمر' نحو موضوع المرأة بنسبة عالية جدا بلغت 91.30%، كمؤشر يدل على التأيد الذى تحظى به المرأة فى البرنامج خاصة من قبل الصحفية التى سجلنا توجه إيجابى لها نحوها سواء من ناحية الدفاع عنها، أو تعزيز مكانتها الاجتماعية، أو التعاطف معها كعنصر اجتماعى يعانى من الظلم والاستغلال فتتنظر إليها نظرة التعاطف والاحترام.

حيث سجلنا اتجاه البرنامج المؤيد للبرنامج والمتجسد فى التعاطف مع المرأة فى مختلف القصص التى أبرزت معاناتها من طرد للأب للشارع، والمتشردات والمتسولات، والبنات المسكينات، والحماة المظلومة والزوجة الصابرة، وكذا سجلنا الاتجاه الإيجابى المتمثل فى التقدير والاحترام والافتخار بالمرأة، فى الاعتراز بمهندسات النظافة وتكريمهن وتبيان مكانة المرأة فى الإسلام والافتخار بأممؤذج النسوة الناجحات اللواتى تم استقبالهن بمناسبة عيد المرأة (فتاة من أطفال القمر، وطبيبة عصامية، ومكفوفة عاملة).

أما الاتجاه السلبى والذى يعادل 8.69%، فقد سجلناه فى موقف البرنامج من العروس أى زوجة الابن التى تناولها خلال حلقتان بصورة سلبية. (حلقة بر الوالدين، حلقة جزائريون يأكلون من الشارع).

ت. الزواج: اتخذت المعالجة الإعلامية لبرنامج 'خط أحمر' لموضوع الزواج اتجاه المؤيد بنسبة 57.5%، مقابل نسبة 42.5% للاتجاه السلبى، مما يدل أنها تناولت موضوع الزواج فى جوانبه الإيجابية أكثر من السلبية، فعمل البرنامج على

تشجيع الشباب على الزواج كسلوك غريزي اجتماعي ضروري لاستمرار الحياة والقائم على أسس صحيحة مما نصت عليه الشريعة الإسلامية، كما أكد البرنامج على ضرورة طاعة الزوجة للزوج واکرامها له والعكس صحيح، وضرب في ذلك نموذج الزوجة فريال في حلقة زوجي جنتي التي أيد فيها البرنامج سلوك فريال بتكريمها لزوجها بالشكر والثناء وكذا تقبيل قدميه أمام الكاميرا كسلوك يدل على طاعتها ومحبتها لزوجها.

كما اتجه البرنامج اتجاه مؤيد نحو فكرة التأهيل قبل الزواج وضرورة إقامتها، وكذا نحو الزواج التقليدي، حيث عرض البرنامج في حلقتين مختلفتين حالة زوجة تزوجت في سن 16 زواج تقليدي كزوجة ثانية تُثني على زواجها وتحمد الله عليه، وحالة رجل تزوج زواج تقليدي ويعيش في سعادة وهناء، ليشير إلى إيجابية الزواج التقليدي مادام مبني على الخيار الصحيح القائم على اختيار الزوج الصالح والزوجة الصالحة.

أما الاتجاه السليبي للبرنامج نحو الزواج فتجسد في انتقاده ورفضه لمعايير اختيار الزوج أو الزوجة في مجتمعنا والمبنية على الشروط المادية، وكذا نحو ظاهرة عدم الاتفاق على أساسيات الحياة الزوجية ومبادئها بين الخاطبين، فبدل ذلك يتم الاتفاق على ما هو سائد في العرف من مهر ومختلف اللوازم التي تفرضها العادات والتقاليد.

كما نلمس هذا الاتجاه المعارض في موقف البرنامج المعارض لعادة تزويج الشاب ليتعقل وتزويج البنت للتخلص من عبئها، وكذا في موقفها السليبي من الخيانة الزوجية عبر الفيس بوك، ومن تدخل الأهل في الخلافات الزوجية أو أي شخص آخر، ففي حلقة العدد الأول اتصل رجل طالبا استقباله في برنامج خط أحمر لمصالحة زوجته باعتبارها اشترطت ذلك لتصالحه، فرفضت الصحفية مؤكدة أنه من الأفضل التستر في الخلافات الزوجية ومحاوله حلها بين الطرفين.

2.1.7 اتجاه البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' نحو المواضيع التى تخص المجتمع والمعالجة خلال

حلقاته:

المواضيع التى تخص المجتمع	الاتجاه		مؤيد		معارض		محايد		المجموع	
	ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %
التشرد	13	56.52%	10	43.47%	0	0%	23	100%		
التسول	6	20%	24	80%	0	0%	30	100%		
المستشفيات الجزائرية	7	35%	13	65%	0	0%	20	100%		
تجار الرضع	0	0%	8	100%	0	0%	8	100%		
المجموع	26	32.09%	55	67.90%	0	0%	81	100%		

الجدول رقم (15) يوضح اتجاه البرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' نحو المواضيع التى تخص المجتمع والمعالجة خلال حلقاته.

تمثلت المواضيع التى تخص المجتمع فى المشكلات الاجتماعية المختلفة التى تناولها البرنامج خلال مختلف حلقاته والتى

اتخذ فى معالجتها اتجاه معارض بنسبة 67.90%، وتمثلت هذه المواضيع فى:

أ. التشرد: أبدى البرنامج اتجاه مؤيد فى معالجة موضوع 'التشرد' بنسبة قدرت بـ 56.52%، الذى تم تناوله خلال حلقتين من البرنامج، فى العدد الأول من البرنامج والذى بث بتاريخ 05 جانفى 2020م والمعنون بـ 'جزائريون يأكلون من القمامة الجزء الأول'، سجلنا اتجاه إيجابى للبرنامج نحو الأم وأولادها الذين يقطنون بخيمة لا تتوفر بها أدنى شروط الحياة فى مكان منعزل عن المدينة بالعاصمة، ويقتاتون قوت يومهم من قمامة المطاعم، هذا الاتجاه الذى تبين بشكل واضح فى تعاطف كل من مقدمة البرنامج والفاعلون الدائمون بالبرنامج مع هذه الحالة، وانتقادهم للدولة والمواطنين والمجتمع المدنى الذين يسكنون عن هذه الحالات، وتوجيههم لهم ببدء استغاثة لهذه المرأة ومثيلاقتها، وكذا فى موقفهم الإيجابى بشأن عدم توجيهها للتسول وقيامها رفقة أولادها بجمع قوارير البلاستيك لإعادة بيعها، واكتفائها بطعام القمامة رغم كونه غير صحى بدل التسول كسلوك يدل على عفتها.

كما تم معالجة موضوع التشرد خلال العدد الخامس بتاريخ 02 فيفري 2020 والمعنون بـ 'نساء الشوارع'، والذي سجلنا فيه أيضا اتجاه إيجابي للبرنامج في معالجة هذا الموضوع، حيث أظهر كل من الصحفية والفاعلون الدائمون تعاطفهم الشديد مع هذه الحالات، مبررين خروج هذه النسوة للشوارع بالظروف الاجتماعية القاسية أو الاضطراب النفسي.

أما بالنسبة للاتجاه السلبي نحو ظاهرة التشرد والتي قدرت بنسبة 43.47%، فقد سجلناها في العدد الأول من البرنامج في موقف البرنامج من التشرد كظاهرة سلبية تعود بصورة سلبية على المجتمع إذ تعد مؤشر سلبى للحالة الاقتصادية للبلاد، وكذا مؤشر سلبى للتكافل الاجتماعي للمجتمع الجزائري كمجتمع مسلم عربي من أهم مبادئه الدينية التعاون والتكافل والتضامن والاهتمام بالجار ومساعدة الفقراء والمساكين والمعوزين ... وغيرهم من الحالات الاجتماعية المحتاجة.

وكذا سجلنا هذا الاتجاه في العدد الخامس من البرنامج في الموقف السلبي الذي اتخذته البرنامج من خروج المرأة للشوارع تحت أي ظرف كان والتنبيه لخطورته.

ب. التسول: غلب الاتجاه المعارض على المعالجة الإعلامية للبرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' بنسبة قدرت بـ 80% لموضوع التسول، حيث تجلّى موقفه هذا في رفضه لظاهرة التسول كمهنة استغلّت للاحتيال والتي انتشرت وسط المجتمع الجزائري كوسيلة لكسب المال بسرعة، أو كملجأ قصده الكثيرون تحت مبرر الحاجة، عملاً بتعاليم الدين الحنيف والذي يحرم التسول.

وتجدر بنا الإشارة إلى أن البرنامج قد اتخذ موقف معارض من ظاهرة الاحتيال بالتسول لدى الرجال دون النساء، حيث أشار البرنامج إلى المتسولين المحتالين من الرجال في التحقيق المعروض خلال الحلقة دوناً عن النساء.

في حين اتخذ البرنامج اتجاه إيجابي قدر بنسبة 20% نحو موضوع التسول فيما يخص تعاطفه مع المتسولات، والذي أشارت إليه الصحفية من بداية النقاش إلى آخره، حيث أكدت وبشدة على أن النساء المتسولات لجأن لهذا الأسلوب تحت ظروف قاهرة ولولا الحاجة ما تسولن، حتى أنها استضافت حالة تمثلت في الأم المتسولة سميرة مع ولدها لتستقبلها بكلمات توحى بتعاطفها الشديد معها وتواصل النقاش معها مستخدمة عبارات تبرر فيها تسولها، فمثلا استقبلتها قائلة: 'سميرة واحدة من النساء اللواتي حتمت عليها الظروف أن تمد يدها للناس!'

كما أن هذه النسبة من الاتجاه المؤيد قد أبدتها البرنامج في احترامه للناس المحتاجة العفيفة التي تعمل رغم قساوة الظروف المادية والصحية بدل التسول.

ت. **المستشفيات الجزائرية:** في العدد الرابع من البرنامج والموافق ليوم 26 جانفي 2021م، تطرق البرنامج لمشكلة اجتماعية واقتصادية تمس المجتمع الجزائري وتهم مختلف أفرادها، هي مشكلة القطاع الصحي التي جسدها البرنامج في واقع المستشفيات الجزائرية مبرزا فيها اتجاهه المعارض الواضح الذي مثل 65% من موقفه من هذا الموضوع، فعمل على مناقشة موضوع المعرفة في المستشفيات وسوء آداب زيارة المريض ومعارضته لهذه السلوكيات الاجتماعية، وكذا عمل من خلال التحقيق الذي أجرته الصحفية في مستشفى جامعي بالعاصمة على إبراز الجوانب السلبية في المستشفى انطلاقا من نقص الإمكانيات وضعف التأهيل إلى سوء التسيير والاهمال وسوء المعاملة.

وكما اتخذ البرنامج موقف معارض من موضوع المستشفيات الجزائرية فقد اتجه اتجاه مؤيد مثل نسبة 35%، جسده في إشارته إلى أنه على الرغم من الاهمال والتسيب والواقع السلبي الذي تتسم به المستشفيات الجزائرية إلا أن هناك اطباء كفاء وذوي مؤهلات وضمير حي يعملون بنبيل ويؤدون مهنتهم على أتم وجهه، حتى أن البرنامج ليثبت موقفه هذا استضافة حالة تمثلت في مريض جاء ليكرم طبيبه الذي انقذ حياته بعملية كانت ستكلفه الملايين خارج الوطن.

ث. **تجار الرضع:** تعد ظاهرة تجار الرضع ظاهرة سلبية في المجتمع تدل على قمة التسيب والإهمال في المستشفيات الجزائرية، لذا فالبرنامج خلال حوارها ومناقشته لهذا الموضوع اتجه اتجاه معارض نحو هذه الظاهرة بنسبة 100%، من خلال تبيان خطورتها على المختطف وعائلته وعلى كل المجتمع مما قد تعود عليه من سلبيات كضياع النسب وإمكانية حدوث زواج محارم دون قصد.

كما تجسد هذا الاتجاه السلبي في تدمير مقدمة البرنامج من تعسير اجراءات تكفل عائلة ما بطفل من دور الأطفال المسعفة، مما يدفع بالعديد من العائلات إلى اللجوء لطرق غير قانونية للحصول على طفل لتربيته كشرائه من تجار الرضع.

2.7 اتجاه البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' نحو المواضيع الفرعية المعالجة خلال حلقاته:

الاتجاه المواضيع	مؤيد		معارض		محايد		مجموع
	ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %	
البحث عن مفقود	9	100%	0	0%	0	0%	13
طلب المساعدة	3	100%	0	0%	0	0%	3
تكريم شخص	5	100%	0	0%	0	0%	5
التعريف بجمعية	6	100%	0	0%	0	0%	6
المجموع	23	100%	0	0%	0	0%	23

الجدول رقم (16) يوضح اتجاه البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' نحو المواضيع الفرعية المعالجة خلال حلقاته.

حققت المواضيع الفرعية نسبة 100% من الاتجاه المؤيد، حيث أنها مواضيع اتسمت بكونها ايجابية في حد ذاتها فأبدى البرنامج بشكل مباشر دعمه لها وتأييده لها.

8. أهداف البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار
		أهداف البرنامج
37.18%	74	إعلامي إخباري
39.69%	79	توعوي توجيهي
8.04%	16	تفسيري
15.07%	30	خليب بين الإعلامي والتوعوي والتفسيري
100%	199	المجموع

جدول رقم (17) يوضح أهداف البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

من خلال الدراسة التحليلية لهدف البرنامج فقد توصلنا كما يوضح الجدول أعلاه إلى أن الهدف التوعوي التوجيهي هو الهدف الأبرز لهذا البرنامج حيث قدر بـ 39.69%، فالبرنامج من خلال ما تطرق إليه من مواضيع مختلفة حرص على تقديم النصائح والارشاد والتنبية لخطورة الظواهر المتناولة، وقد سجلنا من خلال تحليلنا لحلقات عينة الدراسة أن البرنامج عمل

على توجيه النصائح والتوجيهات في المقام الأول في موضوع الزواج حيث تكررت هذه النصائح في أكثر من حلقة خاصة النصائح المتعلقة باتخاذ قرار الزواج واختيار الزوج بالنسبة للإناث، والذي قامت الصحفية بتكرارها أكثر من مرة.

ويلي الهدف التوعوي التوجيهي بنسبة لا تقل عن نسبة هذا الأخير إلا بالقليل، الهدف الإعلامي الإخباري الذي قدر بنسبة 37.18%، والذي تجلّى في حرص البرنامج على نقل وقائع من المجتمع الجزائري سواءً عن طريق التحقيق أو الروبورتاج، لتزويد المشاهدين المعلومات والأحداث عن الواقع المعاش، أو من خلال استقباله لحالات لتنتقل لنا قصصها الاجتماعية، أو من خلال الفاعلون الدائمون وما ينقلونه من المعلومات وأخبار خلال الحوار والنقاش حول موضوع الحلقة.

ونظرا لأن الفكرة في الموضوع قد تحمل أكثر من هدف في نفس الوقت، فقد سجلنا أن البرنامج يهدف إلى تحقيق خليط بين الإعلامي والتوعوي والتفسيري والذي جاء في المرتبة الثالثة لأهداف البرنامج بنسبة 15.07%، فمثلا في العدد الأول من البرنامج حديث الإمام عن خروج المرأة من بيت زوجها في حالة الطلاق الرجعي حملت رسالته عدة أهداف، هدف إعلامي إخباري بإعلام الجمهور بمعلومة بقاء الزوجة في بيت زوجها بعد الطلاق الرجعي، وفيه توعية نظرا لكون الشائع في المجتمع الجزائري أن المرأة المطلقة يخرجها زوجها من بيته في حالة الطلاق الرجعي جهلا بما قاله الله تعالى في سورة الطلاق الآية (1): "يا أيها النبي إذا طَلَّقْتُمُ النِّسَاءَ فَطَلِّقُوهُنَّ لِعَدَّتِهِنَّ وَأَحْصُوا الْعِدَّةَ وَاتَّقُوا اللَّهَ رَبَّكُمْ لَا تُخْرِجُوهُنَّ مِنْ بُيُوتِهِنَّ وَلَا يُخْرِجَنَّ إِلَّا أَنْ يُاتِيَنَّ بِفَاحِشَةٍ مُّبَيَّنَةٍ"، فليس لها الخروج وليس له إخراجها، وهدف في نفس الفكرة على تحقيق هدف التفسير من خلال تبيانه أن الهدف من عدم خروجها أو إخراجها هو تليين القلوب وعسى أن يكون في ذلك خير فيرجعها.

أما في المرتبة الأخيرة فسجلنا الهدف التفسيري للبرنامج بنسبة لا تتعدى 8.04%، حيث لم يركز البرنامج على تفسير أسباب الظواهر والمواضيع المعالجة في البرنامج بقدر ما ركز على نقل أحداثها والتوعية بها.

9. الجمهور المستهدف للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الجمهور المستهدف
14.59%	34	الوالدين
13.30%	31	الأبناء
12.87%	30	الأزواج
10.72%	25	المرأة
38.19%	89	المواطنون
10.30%	24	الدولة
100%	233	المجموع

الجدول رقم (18) يوضح الجمهور المستهدف للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

عالج البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' مواضيع متعددة ومتنوعة استهدف من خلالها جمهور متعدد ومتنوع من أجل تنمية المجتمع بالتصدي لمختلف هذه المظاهر الاجتماعية السلبية المعروضة في البرنامج، وتكاثف الجهود وتحقيق التكافل الاجتماعي للسير به قدما وتقديم العون للمحتاجين.

فاستهدف بذلك بالترتيب:

أ. **المواطنون:** فالبرنامج استهدف بالدرجة الأولى المواطنون بنسبة 38.19% أي الشعب الجزائري بمختلف فئاته والذي يمكن أن يغير من المجتمع بتغيير نفسه أولا والنهي عن المنكر ثانيا، وكذا شملت فئة المواطنون المجتمع المدني الذي لا يمكن الاستغناء عنه في تحقيق تنمية المجتمع والقضاء على هذه الظواهر والمساهمة في السلوكيات والنشاطات الاجتماعية البناءة للمجتمع كتقديم العون للمحتاج.

ب. **الوالدين:** تعد التنشئة الاجتماعية السليمة مدخلا إيجابيا لتحقيق تنمية المجتمع والدفع به قدما، وبما أن البرنامج يهدف لإعلام وتوعية المجتمع بمختلف وقائعه الإيجابية والسلبية والتنبيه للمضر منها والتشجيع على المثمر منها لتحقيق تقدم المجتمع وتطوره، فالوالدان قد شكلا هدفا أساسيا لرسائلها الإعلامية بنسبة قدرت بـ 14.59% من خلال مختلف الحلقات التي بثت عن الآباء والأبناء والتي احتلت المرتبة الأولى في مواضيع البرنامج، وذلك لتفعيل دورهم الإيجابي في تنشئة جيل سليم

البنية النفسية والأخلاقية والعقلية والجسمية، وذلك بالتوعية لما يمكن أن يحدث للأبناء من أزمات نفسية وانحراف بسبب إهمالهم أو عدم مراعاة الجانب النفسي لهم، والتنبيه إلى الجزء الأخرى لحرمان الأبناء من حقوقهم في النسب التربية والتنشئة السليمة وتوفير شروط الحياة الضرورية.

ت. الأبناء: يتوجه البرنامج بنسبة قدرت بـ 13.30% من الرسائل الإعلامية له نحو الأبناء بدعوتهم إلى ضرورة البر بالوالدين والصبر عليهما مهما كان قاسيين و صعبا المراس، والتأكيد على أنه لا مبرر لعقوبتهما إلا في ما لا يرضي الله، وهذا ما سجلناه من مختلف الحالات التي استضيفت عن عقوب الوالدين حيث أكد البرنامج في جميعها أنه لا مبرر لعقوب الوالدين خاصة فيما يخص طرد أحدهما من المنزل أو ضربه أو سبه وشتمه، فاتخذ البرنامج موقف المساند للوالدين حتى وإن كان مخطئين.

ث. الأزواج: كان موضوع الزواج الموضوع الحاضر في أغلب حلقات عينة الدراسة سواء لفترة قصيرة أو لفترة زمنية طويلة، فاستهدف بذلك البرنامج الأزواج بنسبة قدرت بـ 12.87%، بدعوتهم إلى حسن المعاشرة الزوجية والحرص على الحفاظ على هذه الرابطة المقدسة، وتجنب إدخال الآخرين في الخلافات الزوجية، وكذا دعوة الزوجة لاحترام أهل زوجها خاصة الأم باعتبارها باب من أبواب الجنة لزوجها والزوجة الصالحة تعين زوجها على الطاعة.

وهنا سجلنا كملاحظة بأن البرنامج في محتواه عن موضوع الزواج استهدف بالدرجة الأولى الزوجة، في حين أغفل الحديث عن الزوج الذي قد ذكر بصورة نادرة بدعوته للإحسان لزوجته واحترام أهلها. ومن خلال نسب كل من جمهور الآباء والأبناء والأزواج والمتقاربة نلاحظ بأن البرنامج يستهدف الأسرة الجزائرية باعتبارها الخلية الأولى والأساسية في بناء المجتمع.

ج. المرأة: توجه البرنامج من خلال مختلف مواضيعه للمرأة باعتبارها فاعل اجتماعي مهم وأساسي في بناء المجتمع في مختلف أعمارها وحالاتها الاجتماعية، حيث قدرت نسبة الرسائل الموجهة إليها بنسبة 10.72%، بدعوتها للاعتزاز والافتخار بكونها أنثى، ودعمها لتكون امرأة ناجحة معتدة واثقة من نفسها سواء كانت داخل البيت أو خارجه، حيث قدم البرنامج في كل من حلقة مهندسات النظافة وحلقة عيد المرأة نماذج لنساء ناجحات تحدين أنفسهن والصعاب، منهن الطيبة والعاملة

مهندسة نظافة والأمية المطلقة والأرملة والكفيفة والمتعلمة، وحتى أن إحداهن طفلة من أطفال القمر كرسالة تشجيعية للنساء للمُضي قُدما وعدم اليأس والاعتداد والافتخار بنفسها.

ح. الدولة: استهدف البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' الدولة من خلال معالجته للمشاكل والآفات الاجتماعية التي تمثلت في : التشرد، التسول، الإهمال في المستشفيات الجزائرية وتجار الرضع، والتي قدرت بنسبة 10.30%، حيث دعتها للنظر في هذه الحالات المزرية والتي تعود بصورة سلبية على المجتمع.

10. الإستمارات الإقناعية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإستمارات الإقناعية
70.26%	215	الإستمارات العاطفية
16.66%	51	الإستمارات المنطقية
13.07%	40	الإستمارات التخويفية
100%	306	المجموع

الجدول رقم (19) يوضح الإستمارات الإقناعية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

من خلال الجدول السابق والذي يوضح جملة الإستمارات الإقناعية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' باعتبار الاستمالة الإقناعية "تكتيك إقناعي يستخدم وفقا لخصوصية الموقف الاتصالي ويتميز بالتنوع والمرونة ومخاطبة العقل أو المشاعر أو كليهما معا بهدف تحقيق نتائج معينة على مستوى الاتجاه أو السلوك"¹، نلاحظ بأن البرنامج اعتمد كلا من الإستمارات العاطفية، المنطقية، التخويف وذلك بنسب متفاوتة، كانت أعلاها للاستمارات العاطفية بنسبة 70.26%، وتليها المنطقية بنسبة 16.66%، ثم التخويف بنسبة 13.07%.

فالبرنامج غلب عليه الطابع الانفعالي العاطفي الذي استخدمه مقدم البرنامج وكل من الفاعلين الدائمين في مناقشة مواضيع البرنامج، وذلك بهدف التأثير في الحالات المستضافة وتحقيق هدف البرنامج بتحقيق التوعية عن طريق إثارة العاطفة لديهم.

¹ شدوان علي شيبية: الإعلان المدخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2016، صص 143-144.

1.10 الإستمالات الإقناعية العاطفية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإستمالات العاطفية
6.97%	15	استخدام الشعارات والرموز والأحكام
6.97%	15	استخدام الأساليب اللغوية (التشبيه، الاستعارة...)
6.97%	15	استخدام صيغ التفضيل
20.93%	45	الاستدلال بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية
3.25%	7	التذكير بالثواب الدنيوي والثواب الأخروي
23.25%	50	الخطاب الإعلامى العاطفى
8.37%	18	العدوى النفسية والحديث باسم الجماعة
23.25%	50	استدعاء مصادر بعينها على سبيل الاستشهاد بغرض الحشد العاطفى
99.96%	215	المجموع

جدول رقم (20) الأساليب الإقناعية العاطفية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر'.

إن اعتماد الإستمالات العاطفية ورد بنسبة عالية مقارنة بالإستمالات الأخرى كما سبق ووضحنا في الجدول رقم (18) وذلك بنسبة قدرت بـ70.26%، حيث سجلنا اعتماد هذا النوع من الإستمالات خاصة في المواضيع المتعلقة بالمشكلات الأسرية، ذلك أن طرق باب العاطفة هو أفضل وسيلة لحل الخلافات الأسرية، فالرابطة الدموية صلة عاطفية وعشرة عمر قبل أن تكون واجبات وحقوق توطرها المحاكم والقوانين.

وجاءت مؤشرات الإستمالات العاطفية بالترتيب كما يلي:

أ. الخطاب الإعلامى العاطفى وكذا استدعاء مصادر بعينها على سبيل الاستشهاد بغرض الحشد العاطفى بنسبة 23.25%.

فجاء اعتماد الخطاب الإعلامى العاطفى باستخدام كلمات عاطفية وكلمات مشحونة مثل: حاول، جرب، لا تيأس بهدف التشجيع، وجمل عاطفية تأنيبية مثل: أمك هي أمك (يماك يماك)، أعلم أنك لا تنام جيدا وأمك تنام في الشارع (علا بلى مترقدش مليح ويماك باية برى) بهدف اثاره تأنيب الضمير، استخدام كلمات تركز على الغريزة مثل: قلبك حنين يما،

الأم الا ما تحن، توحشت وليدك كبدتك ... لإثارة غريزة الأمومة ودفعها للمسامحة. غيرها العديد من الجمل والكلمات ذات المحتوى العاطفي والتي تهدف لإثارة مشاعر المخاطب وتأجيج عاطفته.

كما اعتمد البرنامج على استدعاء مصادر بعينها على سبيل الاستشهاد بغرض الحشد العاطفي والذي اعتمده في مختلف حلقات البرنامج، فاستقبل الأم سميرة المتسولة وابنها كنموذج للمرأة المتسولة ومعاناتها بهدف بث رسالة إقناعية أن التسول ليس هو الحل، استقبال الأم التي طردها ابنها من المنزل هي وبناتها بهدف اقناع ابنها بردها إلى المنزل واقناع الجمهور بأن هذا الفعل سلوك غير سوي مرفوض دينيا واجتماعيا، وكذا هناك العديد من الحالات الأخرى مثل حالة مريضة السرطان فرح التي شفيت منه بحول الله وقدرته وجهود الأطباء، ليحاول البرنامج من خلال قصتها اقناع كل مرضى السرطان وأهاليهم بأن هناك أمل في الشفاء.

ب. الاستدلال بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية: سجلنا من خلال تحليل حلقات البرنامج اعتماده على التذكير بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية كاستمالة أساسية اعتمدها البرنامج للإقناع قدرت بنسبة 20.93%، ويعد الإمام الفاعل الأساسي والأكثر استخداما لهذه الاستمالة، فالمجتمع الجزائري باعتباره مجتمعا مسلما ملتزما إلى حد ما، يعد العزف على وتر الدين من أهم السبل لإقناعه في أي موضوع كان، لدى فالإمام كان من أهم الفاعلين البارزين في البرنامج بهدف تحقيق هدف البرنامج من النصح والتوعية والإرشاد، واستخدام الآيات والأحاديث التي تمس عقيدة المسلم وتخطب قوة إيمانه وعقيدته، كان من أهم السبل لذلك، مثل استخدام الحديث عن النبي صل الله عليه وسلم قال: 'من كانت له ابنة فرباها فأحسن تربيتها كانت له حجابا من النار"، والتي استخدمت من أجل اقناع والد خديجة بأن البنت رزق وليست بلاء وأنها باب من أبواب الجنة وتربيتها واجب عليه، وفي رسالة إقناعية هدفها تبيان خطورة عقوق الوالدين وإقناع الابن بضرورة بر والدته التي طردها للشارع، تم استخدام الآية القرآنية 23 من سورة الإسراء "ولا تقل لهما أف" والتي تُبين مكانة وقيمة الوالدين إلى درجة عدم الإساءة إليهما حتى بكلمة أف.

ت. العدوى النفسية والحديث باسم الجماعة: استخدمت هذه الاستمالة من أجل تخفيف وطأ الواقعة والحدث، فالأمر إذا عم خف، مثل قول الإمام لأب خديجة الذي يشتكي تعبه ابنته التي لا تطيعه، 'كلنا تعاني من تربية أطفال اليوم' (كامل رانا نعانيو من تربية أطفال اليوم)، وكذا سجلنا استخدام هذه الاستمالة من طرف الصحفية في حديثها مع الابن

الذي طرد أمه عبر الهاتف 'كلنا نملك أمهات، وكل الأسر الجزائرية يمكن أن تقع بها هذه المشاكل' (قاع عندنا أمهات والمشاكل هدو يصرأو فكل العائلات الجزائرية)، وغيرها الكثير من العبارات التي هدفت للتخفيف من التوتر عن طريق المشاركة والتعميم.

ث. استخدام الشعارات والرموز والأحكام والأمثال الشعبية، استخدام الأساليب اللغوية (التشبيه، الاستعارة....)، استخدام صيغ التفضيل: قدرت نسب استخدام هذه الإستمالات 6.97%، حيث استخدمت هذه الإستمالات لسلطة اللغة وقوتها التأثيرية والجمالية، لجذب انتباه المستقبل للرسالة وشحذ ذهنه وتحريك طاقته الفكرية حتى يركز في القول ويفهم المعنى المراد، كما أن الأمثال الشعبية والحكم هي جزء من ثقافته التي تلقى آذان صاغية.

فمثلا استخدم القول 'الأم مدرسة إذا أعددتها أعددت جيلا طيب الأعراق' من أجل تبيان أهمية الأم والمرأة والاهتمام بها، واقناع الآخرين بمكانتها الاجتماعية المهمة، واستخدام أيضا المثل الشعبي القائل 'الي ييات مع الجاج ييات يقاقي' من أجل تبيان دور الصاحب في حياة الإنسان.

وسجلنا العديد من الأساليب اللغوية المستخدمة من بينها الكناية في قول الإمام 'الصاحب ساحب' كناية عن الدور الكبير الذي يلعبه الصاحب في حياة صديقه، واستخدم التشبيه في تشبيه عمل المرأة في البيت بالجهد تبيانا لصعوبته وأهميته، وغيرها الكثير من الأساليب اللغوية.

كما تم توظيف صيغ التفضيل في حوار الفاعلين لإقناع المستقبل والجمهور المستهدف من الرسالة مثل استخدام مفردات: أفضل، أعلى، أكثر أقوى... وغيرها.

ج. التذكير بالجزاء الدنيوي والثواب الأخروي:

إن الترغيب يعد من أهم الإستمالات المستخدمة للتأثير في الآخرين، هذا الترغيب الذي تجلى في التذكير بالجزاء الدنيوي والثواب الأخروي الذي يرتبط بسلوك ما، مثل التذكير بكون رضى الأم باب من أبواب الرزق في الدنيا والآخرة، والتذكير بأن من يكفل اليتيم مكانه في الجنة.

2.10 الإستمارات الإقناعية المنطقية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الإستمارات المنطقية
47.05%	24	الاستشهاد بأحداث واقعية
0%	0	تقديم الأرقام والإحصائيات
29.41%	15	بناء نتائج على مقدمات
23.52%	12	تفنيد وجهة النظر الأخرى
100%	51	المجموع

الجدول رقم (21) الإستمارات الإقناعية المنطقية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي

'خط أحمر'

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الإستمارات الإقناعية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'، بأن البرنامج قد اعتمد بنسبة أكبر على الاستشهاد بأحداث واقعية بنسبة 47.05%، والتي تمثلت في القصص الواقعية التي يقصها الإمام غالبا بمشاركة نادرة من الطبيب النفسي وكذا الصحفية، مثل القصة التي ضربها مثلا واقعا في قيمة العمل مهما صغر، والتي تمثل في قصة أم محجن رضي الله عنها، المرأة السوداء الفقيرة التي لا تملك نسبا تعتر به، ولا يفتقدها أحد إذا غابت، وكانت دؤوبة على تنظيف المسجد النبوي، فلما توفيت دفنها مجموعة من الصحابة دون إعلام الرسول صلى الله عليه وسلم، فافتقدها رسول الله صلى الله عليه وسلم وسأل عنها، حين علم بموتها زار قبرها وصلى عليها، تكرمة لها ورفعها لمقامها واعتزازا بما كانت تقوم به من عمل.

وكذا تمثلت الأحداث الواقعية في التجارب الشخصية التي تقص حالة الواقع المعاش، مثل استشهاد الأخصائي النفساني بما رآه من فقر مدقع لا يوصف في ولاية البيض، في رسالة إقناعية مفادها أن هناك أشخاص في وضع أسوأ من وضعك فلا تحزن، وكذا هدفت هذه الرسالة إلى التوعية بهذه الحالات المهمشة التي تعاني في صمت والدعوة إلى مساعدتهم.

ويأتي اعتماد استمالة بناء النتائج على المقدمات في المرتبة الثانية بنسبة 29.41%، مثل 'مثلما يتصرف زوجك مع أهله سيتصرف ابنك معك في المستقبل(الراجل كما يدير ليماه ابنك يدريك)'، 'إذا أردت أن ترزق عليك ببر الوالدين'.
أما تنفيذ وجهة النظر الأخرى والتي قدرت بـ 23.52% فتجلت مثلا في تغليب موقف سميرة المتسولة بتفضيلها التسول على العمل لتربية ابنها، وتغليب كل الأبناء الذي طردوا والديهم للشارع بسبب المشاكل، وكذا تنفيذ وجهة نظر والدي خديجة اللذان تخلوا عنها للشارع بسبب افتعالها للمشاكل بشكل دائم.

3.10 الإستمالات الإقناعية التخوفية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار استمالات التخوف
32.5%	13	استخدام الآيات القرآنية والأحاديث النبوية للتهريب
50%	20	التنبيه للعقاب الديني
17.5%	7	التنبيه للعقاب الأخروي
100%	40	المجموع

الجدول رقم (22) يوضح الأساليب الإقناعية التخوفية المستخدمة في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي

'خط أحمر'

اعتمد البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' على أسلوب التخوف بنسبة 13.07% كما وضع الجدول رقم (19) و هي عبارة عن رسالة إقناعية تهدف لتبيان الأضرار التي يمكن أن تنتج عند عدم الاستجابة لتحذيرات الرسالة، وفي دراستنا هذه تمثلت هذه الإستمالات في:

أ. استخدام الآيات والأحاديث التي تحمل استمالة تخوف اعتمد البرنامج على ذكر جمل وعبارات تبه تنبه للعقاب الديني بنسبة 50% مثل (كما تدين تدان)، (عاق لوالديه سيكون زوجا واب غير صالح)، (الطفلة تخرج للزقة معناه قادر تتعرض للاغتصاب)، (الدلال الزائد للبنات يجعل منها زوجة فاشلة)، (تفسير إجراءات تربية طفل من دور الطفولة المسعفة يدفع البعض يجيبو طفل يربوه بطرق غير قانونية).

استخدام الآيات القرآنية والأحاديث النبوية للترهيب بنسبة 32.5%، ذلك أن القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف كما خاطب عقل الإنسان خاطب عاطفته هذه العاطفة التي عمل على إثارة مشاعرها وأحاسيسها بالترغيب وكذا بأسلوب الترهيب، مثلاً ذكر في البرنامج عن الرسول صل الله عليه وسلم قال: 'مَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَسْأَلُ النَّاسَ، حَتَّى يَأْتِيَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ لَيْسَ فِي وَجْهِهِ مُزْعَةُ لَحْمٍ'، وفي هذا الحديث تخويف وترهيب لما يحل بالمتسول يوم القيامة، حيث يأتي ووجهه عظم لا يكسوه أي لحم عقوبة ظاهرة في وجهه يعرف ويدل بها لعدم حيائه وخجله من التسول في الدنيا، وذكر كذلك الآية 12 من سورة الحجرات 'إِنْ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ تَرْهَبُوا مِنَ الذَّنْبِ الَّذِي يُؤْتِمُّ بِهِ مَسِيئُ الظَّنِّ، وَكَذَا ذَكَرَ الْحَدِيثَ النَّبَوِيَّ لِشَرِيفٍ إِذَا جَاءَكُمْ مِنْ تَرْضُونَ دِينَهُ وَخَلَقَهُ فَرُوجُهُ إِلَّا تَفْعَلُوهُ تَكُنْ فِتْنَةٌ فِي الْأَرْضِ وَفَسَادٌ كَبِيرٌ' تخويفا من النتائج السلبية لرفض خاطب صالح.

ثم مؤشر التنبيه للعقاب الأخرى بنسبة 17.5% في تنبيه الإمام إلى العديد من السلوكيات التي يعاقب عليها المسلم في الآخرة مثل: عقوق الوالدين، إهمال الأولاد، وفي الإشارة إلى أن كل من هو مسؤول سيحاسب في الآخرة عن هؤلاء المساكين المشردين في الشارع، الإشارة إلى أن اختطاف الرضع كبيرة من الكبائر لأنه يساهم في اختلاط الأنساب وزواج المحارم.

ثانيا: المسؤولية الوظيفية لبرنامج 'خط أحمر':

1. وظائف البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الوظائف
23.85%	161	الوظيفة الإخبارية
9.92%	67	الوظيفة الأخلاقية
15.85%	107	الوظيفة التربوية
12%	81	الوظيفة الدينية
8.14%	55	الوظيفة الاقتصادية
30.22%	204	الوظيفة الاجتماعية
100%	675	المجموع

جدول رقم (23) يوضح وظائف البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

من خلال الجدول رقم (23) والذي يوضح وظائف البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'، فإننا نلاحظ بأن الوظيفة الاجتماعية والتي قدرت بنسبة 30.22% هي الوظيفة التي احتلت المرتبة الأولى باعتبار البرنامج ذو طبيعة اجتماعية يسعى لتحقيق أهداف على مستوى المجتمع وتوعيته، تليها في المرتبة الثانية الوظيفة الإخبارية بنسبة 23.85% والتي تعني قيام البرنامج بإيصال المعلومات والآراء المختلفة وتفسيرها للجمهور، وهذه الوظيفة تعد وظيفة أساسية لأي برنامج إعلامي باعتبارها جوهر الإعلام الذي وجد أولا وأخيرا لإيصال المعلومة، من أجل تشكيل وبلورة الرأي العام.

وتلي هاتين الوظيفتين الأساسيتين الوظائف التالية بالترتيب: الوظيفة التربوية بنسبة 15.85%، الوظيفة الدينية

بنسبة 12%، الوظيفة الأخلاقية بنسبة 9.92%، الوظيفة الاقتصادية بنسبة 8.14%.

1.1 الوظيفة الإخبارية للبرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الوظيفة الإخبارية
67.70%	109	نقل معلومات
3.72%	6	التعبير عن الآراء المختلفة
28.57%	46	التفسير
100%	161	المجموع

جدول رقم (24) فئة الوظيفة الإخبارية للبرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر'.

يقوم برنامج 'خط أحمر' بوظيفة الإعلام التى تباينت مؤشراتهما ما بين نقل المعلومات بأعلى نسبة 67.70%، التفسير بنسبة 28.57%، والتعبير عن الآراء المختلفة بنسبة 3.72%.

ومنه نلاحظ أن البرنامج يقوم بالدرجة الأولى بتشخيص الظواهر المعالجة خلال حلقاته وإلقاء الضوء عليها وإخبار الجمهور بمختلف المعلومات حول الواقع المعاش، وتبيان الموقف الدينى وتعليماته بشأنها والذى سجلناه لدى الإمام مثل أسس الزواج الناجح والحياة الأسرية السعيدة والهادئة، وكذلك تضمن البرنامج مجموعة من المعلومات الاجتماعية المبنية على الرأى الشخصى التى سجلناها خاصة لدى الصحفية وبالأخص فى موضوع المرأة والزواج، أما بالنسبة للأخصائى النفسانى فاكتف بسرد بعض الوقائع والمعلومات بناءً على الطب النفسى والخلفية الدينية.

بالنسبة للتفسير فهو تفسير سطحي غير معمق، وكذلك التعبير عن آراء مختلفة قد سجل بنسبة ضعيفة جدا، فما لاحظناه أن البرنامج لم يحرص على مناقشة الفكرة من عدة أطراف بل فى الغالب يتم مناقشة الفكرة من فاعل واحد لينتقل بعده الفاعل الثانى لفكرة أخرى إما مكتملة لفكرة الفاعل الأول أو لا علاقة بها بتاتا.

2.1 الوظيفة الأخلاقية للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الوظيفة الأخلاقية
8.95%	6	التدخل للصلح بين المتخاصمين
7.46%	5	تكريم أشخاص
23.88%	16	المساهمة في تقديم العون للمتضرر والمحتاج
59.70%	40	ممارسة النقد البناء
100%	67	المجموع

جدول رقم (25) يوضح الوظيفة الأخلاقية للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

من خلال قراءتنا للجدول نلاحظ بأن 'ممارسة النقد البناء' هي الوظيفة الأساسية للبرنامج من بين الوظائف الأخلاقية حيث قدرت بنسبة 59.70%، فيحرص البرنامج على انتقاد السلوكيات والمظاهر السلبية المعروضة في البرنامج بأسلوب نقدي بناء، من خلال انتقاد مبني على النصيحة يهدف لإصلاح الخطأ وإيجاد الحل وليس الانتقاد للانتقاد فقط وإذلال المنتقد وتشكيل صفق صحفي بتوجيه كلام جارح له، وقد سجلنا ذلك مثلا في انتقاد الإمام لسلوك التسول لدى المتسولة سميرة، حيث توجه لها بأسلوب يتضمن الكلمة الطيبة والنصيحة الرشيدة المبنية على قول الله تعالى والنبى صل الله عليه وسلم، بصورة فيها دعوة لاعتزال التسول وامتهان مهنة شريفة أكثر من كونها انتقاد وذم لسلوك التسول الذي تمارسه.

ثم تأتي وظيفة تقديم العون للمتضرر والمحتاج بنسبة 23.88%، والتي تجسدت في بث نداءات طلب المساعدة المختلفة، ونداءات البحث عن مفقود وكذا تقديم العون للمتشرذات من خلال نقل الحالة المزمنة التي يعشنها، وايضا ساهم البرنامج في تقديم العون للمتسولة سميرة من خلال بث رسالة بحث عن عمل لها بعد اقناعها بترك التسول. وكذا المتسولة ام رحمة وبناتها بتوفير سكن لها وخزانة لابنتها تحقيقا لحلمها.

تليها وظيفة التدخل للصلح بين المتخاصمين بنسبة 8.95%، فالبرنامج كما تصرح الصحفية دائما برنامج يسعى للصلح وليس الفصائح، إذ يستقبل حالات تعاني من مشاكل أسرية بهدف الإصلاح فيما بينهم ويتضح ذلك من خلال اتصال الصحفية في كل حالة بالطرف الثاني ومحاولة اقناعه بالصلح، وقد سجلنا ردين فقط على اتصالات الصحفية والتي تمكنت من خلالها إن لم نقل من إحداث الصلح بمعنى الكلمة، فعَل الأقل تمكنت من تلقي وعد بإعادة الحالة المستضافة إلى المنزل الذي طردت منه. أما باقي الحالات فلم يتم الرد على الاتصال.

وقد سجلنا في حالة الام المطلقة التي لم يستقبلها أي أحد من أهلها ان البرنامج قد نجح في إحداث الصلح بينها وبين أهلها حيث استقبلها البرنامج لتصرح بأنها عادت لمنزلها وسط أهلها والذين طلبوا الصلح منها.

وأخيرا تأتي وظيفة تكريم أشخاص بنسبة 7.46% كفعل يحمل في طياته سلوك أخلاقي هادف، ويرفع من قيمة المكرم ويشجع الآخرين على اتخاده انموذج.

3.1 الوظيفة التربوية للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

المجموع %	التكرار	التكرار الوظيفة التربوية
3.73%	4	الإشارة إلى طرق التربية الصحيحة
42.99%	46	التوعية بالمشكلات الأسرية المختلفة (مشاكل بين الآباء والأبناء، مشاكل بين الأزواج، مشاكل بين الزوجة وأهل الزوج، مشاكل بين الزوج وأم الزوجة)
11.21%	12	تناول أسباب المشكلات الأسرية
14.95%	16	اقترح حلول للمشكلات الأسرية
24.29%	26	الإشارة لطريقة الحياة الزوجية الصحيحة
2.80%	3	التأكيد على أهمية التعليم
100%	107	المجموع

جدول رقم (26) يوضح الوظيفة التربوية للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

اهتم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بمعالجة مواضيع تخص الأسرة الجزائرية تمثلت في الزواج والعلاقة ما بين الآباء والأبناء ومختلف المشاكل بينهم، ومن خلال هذه المعالجة الإعلامية أدى البرنامج وظيفة تربوية تمثلت مؤشراتنا في:

- التوعية بالمشكلات الأسرية المختلفة (مشاكل بين الآباء والأبناء، مشاكل بين الأزواج، مشاكل بين الزوجة وأهل الزوج، مشاكل بين الزوج وأم الزوجة)، والتي قدرت بأعلى نسبة عادت 42.99%، حيث أن البرنامج كما سبق وأشرنا يقوم بالوظيفة الاجتماعية والإخبارية كوظيفتين أساسيتين، فهو يعمل على تسليط الضوء على مختلف المشكلات الأسرية وإعلام وتوعية الجمهور بها.

- الإشارة لطريقة الحياة الزوجية الصحيحة بنسبة 24.29%، فموضوع الزواج قد أخذ حيزا جيدا في نقاشات الفاعلين في البرنامج، والتي كان من ضمنها توجيه جملة من النصائح والتوجيهات فيما يخص طريقة الحياة الزوجية الصحيحة وأسسها والتي كانت مبنية على أساس توجيهات دينية وكذا آراء شخصية للصحفية، وما نُعيه على البرنامج فيما يخص هذه الوظيفة أنه أداها بشكل ناقص حيث ركز على المرأة في مختلف النصائح والتوجيهات التي قُدمت في حين أهمل الرجل إلى حد كبير فلم يُذكر إلا أحيانا.

- اقتراح حلول للمشكلات الأسرية، فقد عمل البرنامج على تقديم واقتراح حلول كلها مستوحاة من تعليمات ديننا الحنيف والتي قدرت بنسبة 14.95%.

- تناول أسباب المشكلات الأسرية: لم يركز البرنامج على تفسير أو توضيح أو البحث عن أسباب أي موضوع عولج في البرنامج، وهذا ما قد أشرنا إليه سابقا من خلال النسبة الضعيفة للهدف التفسيري للبرنامج والتي قدرت بـ 8.04% والمبين في الجدول (16)، ولكن هذا لا ينفي وجودها، فقد تناول البرنامج أسباب المشكلات الأسرية في عدة حلقات قدرت بنسبة 11.21%، مثل الإشارة إلى أن سبب فشل الفتاة في الحياة الزوجية هو الدلال الزائد في منزل أهلها ونقص التأهيل، وكذا الإشارة إلى أن ضعف التربية الأخلاقية لجيل اليوم هو حياة العزلة التي يعيشونها رفقة الأجهزة الالكترونية، فيتطبعون بروح الفردانية ويتعلمون ثقافة الاستهلاك التي تنعدم فيها القيم والمبادئ الأخلاقية مثل أخلاقيات الحوار، وحب المشاركة، والقناعة والرضى.

- الإشارة إلى طرق التربية الصحيحة: على الرغم من أن موضوع الآباء والأبناء الذي يجسد العلاقة بينهما ومختلف المشاكل بينهما يعد أكثر موضوع تناوله البرنامج من بين المواضيع التي تخص الأسرة، إلا أن نسبة إشارته إلى طرق التربية الصحيحة جد ضعيفة قدرت بـ 3.73%، مما يدل على أن البرنامج يهدف لتسليط الضوء على المشكلات التربوية وتقديم بعض النصائح والتوجيهات للحالات المستضافة والمشاركة في البرنامج بالتروي والصبر والاجتهاد في تربية الأولاد، في حين لا يهتم البرنامج بتقديم توجيهات وارشادات فيما يخص طرق التربية الصحيحة، وقد سجلنا جملة من الطرق التي عرضت في حلقات مختلفة تمثلت في:

- تأهيل الفتاة قبل الزواج من حيث القدرة على القيام بمختلف أعمال المنزل من خلال إشراكها فيها منذ الصغر.
- غرس مبدأ احترام وطاعة الزوج واحترام والدته ومراعاتها في الفتاة قبل الزواج.
- اتباع الوعظ والنصح كوسيلة تربية لا الضرب المبرح والتعذيب كما لاحظنا في حالة خديجة التي فرت للشوارع نتيجة التعذيب الذي تمارسه أمها اتجاهها.
- الحفاظ على التواصل بين أفراد الأسرة من خلال الأكل معا ومشاهدة التلفاز معا والتعاون في إنجاز الأعمال المنزلية معا.

- التأكيد على أهمية التعليم: ومثل نسبة 2.80%، وهي أضعف نسبة من بين نسب مؤشرات الوظيفة التربوية، حيث أشارت الصحفية لموضوع أهمية التعليم في حلقتين تطرقت فيهما بشكل عابر إلى أهمية تعلم المرأة وضرورته كأفضل سلاح لها في هذه الحياة.

ومع النسبة الضعيفة التي سجلت عن هذا المؤشر، فالبرنامج قد أهمل أهمية التعليم للرجال أيضا لا النساء فقط.

4.1 فئة الوظيفة الدينية للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الوظيفة الدينية
64.19%	52	تعليم التعاليم الاسلامية
16.04%	13	التوعية بالحرّمات الدينية
19.75%	16	تعليم السنة النبوية
100%	81	المجموع

جدول رقم (27) فئة الوظيفة الدينية للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

يعد البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' برنامج اجتماعي من بين أهدافه التوعية والتوجيه، ويستند في ذلك إلى تعاليم الدين الحنيف، الذي يعد من أهم مقومات المجتمع الجزائري، ومعيار الصح من الخطأ فيه.

تبين لنا من خلال دراستنا التحليلية أن من بين وظائف البرنامج الوظيفة الدينية والتي تمثلت أبرز مؤشراتها في تعليم التعاليم الإسلامية بنسبة 64.16%، من تعليم للأسس الصحيحة ما قبل الزواج، والتبليغ بأن العمل عبادة، وأنه على الدولة المجتمع التكفل بالمحتاجين غير قادرين صحيا وماديا... وغيرها، يليها تعليم السنة النبوية بنسبة 19.75%، من خلال مختلف الأحاديث والروايات عن الرسول صل الله عليه وسلم التي أشار إليها الإمام بصفة خاصة، وكذلك كل من الصحفية والأخصائي النفساني أحيانا، ثم التوعية بالحرّمات بنسبة 16.04% مثل إشارة الإمام إلى حرمة عقوق الوالدين وأنها من الكبائر، وحرمة التسول وغيرها من الأحكام التي ذكرت أثناء الحصة.

5.1 الوظيفة الاقتصادية للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الوظيفة الاقتصادية
40%	22	نشر ثقافة العمل
7.27%	4	التشجيع على الابتكار والانتاج
52.72%	29	إبراز المشكلات الاقتصادية
100%	55	المجموع

جدول رقم (28) فئة الوظيفة الاقتصادية للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

يشير الجدول من خلال نتائجه إلى أن البرنامج يؤدي وظيفة اقتصادية تمثلت مؤشراتها في:

- إبراز المشكلات الاقتصادية بالدرجة الأولى بنسبة 52.72%، فظاهرة التسول والتشرد هما مؤشران من مؤشرات سوء الحالة الاقتصادية للمجتمع، وكثرة طلبات المساعدة ونقص الإمكانيات بالمستشفى الجامعي مؤشر على الفقر كذلك.
- نشر ثقافة العمل بنسبة 40%، والتي سجلناها في كل من حلقة التسول، التشرد، المستشفيات الجزائرية ومهندسات النظافة وعيد المرأة، أين تم الإشارة إلى أهمية العمل وأن اليد العليا خير وأحب عند الله من اليد السفلى، وتم كذلك استضافة نموذج حسن عن العمل وقيمه مهما كان نوعه، تمثل في استضافة نساء ناجحات في عملهن تحدين الصعاب مثل طفلة القمر التي رغم المرض تعلمت حرفة الجلد وكذا مهندسات النظافة اللواتي تحدين النظرة الدونية للمجتمع لهن واستمرين في حياتهم بكل فخر بحثا عن اللقمة الحلال.

وما سجلناه كملاحظة هو اهتمام البرنامج بالعنصر النسوي دوناً عن الرجال في حلقة مهندسات النظافة، فالبرنامج كان يهدف من خلال الحلقة إلى تبيان أهمية العمل مهما كان نوعه، فاستضاف مهندسات النظافة نظراً للنظرة الدونية التي ينظر بها إليهن المجتمع، من أجل الإعلاء من قيمتهن والافتخار بهن وتشجيعهن ومحاربة هذه النظرة السلبية لهن، ولتوعية الناس بأن العمل مهما كان نوعه يظل عملاً ويستحق التقدير والاحترام، لكن نحن نرى بأن معالجة البرنامج لهذا الموضوع ظلت ناقصة نظراً لإهمالها لمهندس النظافة هذا الأخير الذي يعاني هو كذلك من نظرة الشفقة والإذلال في أعين الناس، وفي نظرنا

ومن خلال تحليلاتنا لحلقات البرنامج فهذا الإغفال لهذا العنصر المهم كان نتيجة لاهتمام البرنامج بالنساء دوناً عن الرجال لما لهذا العنصر من حساسية في المجتمع تجعل أي موضوع متعلق بها موضوع جذاب يلفت انتباه واهتمام الجمهور وتعاطفه.

- التشجيع على الابتكار والانتاج: ورد هذا المؤشر في البرنامج بنسبة ضعيفة قدرت بـ 7.27%، والتي برزت من خلال الربورتاج الذي قُدم عن نساء يعرضن أعمالهن اليدوية في معرض أيادي ذهبية.

6.1 الوظيفة الاجتماعية للبرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي:

ن. م %	التكرار	التكرار الوظيفة الاجتماعية
24.01%	49	بث روح التعاون والتضامن والتماسك الاجتماعي (المساهمة في البحث عن المفقودين، التعريف بمختلف الجمعيات الخيرية، التعاطف المعنوي).
46.56%	95	المساهمة في البناء القيمي والسلوكي للجماهير (الإشادة بالقيم والسلوكيات الإيجابية، ذم القيم والسلوكيات السلبية، تدعيم المعايير الاجتماعية، نقل التراث الاجتماعي 'تقرير العادات والتقاليد').
29.41%	60	تهيئة المناخ الملائم للتنمية والتغيير (التوعية بما يدور في المحيط من مشاكل اجتماعية مختلفة بتسليط الضوء عليها).
100%	204	المجموع

جدول رقم (29) يوضح الوظيفة الاجتماعية للبرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي

جاءت الوظيفة الاجتماعية كوظيفة في المرتبة الأولى بالنسبة لبرنامج 'خط أحمر' كما سبق وأشرنا في الجدول رقم (22)

والتي قدرت نسبتها بـ 30.22%، حيث تعمل على:

- المساهمة في البناء القيمي والسلوكي للجماهير هاته الأخيرة التي حققت نسبة 46.56% كمؤشر للوظيفة

الاجتماعية، فعملت على:

- الإشادة بالقيم والسلوكيات الإيجابية مثل قيمة العفة في سلوك الأم المتشردة التي تأكل من القمامة وتأبى التسول، والسلوك الإيجابي لها في جمع قوارير البلاستيك وبيعها لكسب قليل من المال
- ذم القيم والسلوكيات السلبية مثل ذم قيمة عقوق الوالدين التي برزت في عدة قصص للحالات المستضافة، مثل قصة الرجل الذي خلعت زوجته بتحريض من أبنائها وطرده من المنزل، وقيمة الإهمال الأسري في قصة الشابة خديجة التي هربت للشوارع نتيجة سوء معاملة والدتها لها، وسلوك التسول لدى الأم سميرة وهي بصحة جيدة وصغيرة السن، سلوك الإهمال وعدم الاهتمام بمن يحتاج الإسعاف من طرف الأطباء في المستشفيات
- تدعيم المعايير الاجتماعية مثل تدعيم دور المرأة والرجل في المجتمع الجزائري من حيث أن المرأة لا بد أن تقوم بدور ربة المنزل وتهتم بالأولاد، وأن الرجل هو رب البيت وعليه الاهتمام بجميع أفراد العائلة ماديا ومعنويا، وكذا دعم معيار طاعة الزوجة للزوج حيث يعد معيارا لصلاحها.
- نقل التراث الاجتماعي 'تمرير العادات والتقاليد' مثل عادة الأكل جماعة ومشاهدة التلفاز جماعة، تبادل الأطعمة بين الجيران والأقارب في شهر رمضان.
- تهيئة المناخ الملائم للتنمية والتغيير بنسبة 29.41%، بالتوعية بما يدور في المحيط من مشاكل اجتماعية مختلفة بتسليط الضوء عليها، سواء المتعلقة بالمشكلات الأسرية أو المشكلات الاجتماعية التي تناوّلها البرامج في مختلف حلقاته.
- بث روح التعاون والتضامن والتماسك الاجتماعي وذلك بالمساهمة في البحث عن المفقودين، والتعريف بمختلف الجمعيات الخيرية، والتعاطف المعنوي الذي يبديه البرنامج مع مختلف الحالات المعالجة في حلقاته، وقد حقق هذا المؤشر نسبة 29.41%.

2. القيم في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية%	التكرار	القيم / التكرار
67.45%	429	القيم الإيجابية
32.54%	207	القيم السلبية
100%	636	المجموع

جدول رقم (30) القيم في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

من خلال الجدول نلاحظ بأن القيم الإيجابية في برنامج خط أحمر أكثر من القيم السلبية حيث قدرت القيم الإيجابية بـ

67.45% ، والقيم السلبية بـ 32.54%.

فقد سجلنا وجود قيم إيجابية من خلال مختلف النصائح والتوجيهات التي يتوجه البرنامج بها للحالات المستضافة أو

للجمهور المستهدف، وكذا من خلال ما ينقله البرنامج من وقائع وأحداث وسلوكيات الحالات المستضافة والمشاركة في

البرنامج، أما القيم السلبية فقد سجلناها في ما عكسه البرنامج عن المجتمع الجزائري من مشكلات أسرية واجتماعية وسلوكيات

ومواقف سلبية للحالات المعالجة خلال البرنامج.

1.2 القيم الإيجابية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية%	التكرار	القيم / التكرار
14.45%	62	القيم الأخلاقية
66.43%	285	القيم المجتمعية
17.01%	73	القيم الفكرية
2.09%	9	القيم السياسية
100%	429	المجموع

جدول رقم (31) القيم الإيجابية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

توصلت الدراسة التحليلية إلى أن البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' استطاع من خلال مختلف حلقاته ومحتوى الرسالة الإعلامية التي قدمها والتي ركزت على تقديم مختلف النصائح والتوجيهات وكذا نقل الأحداث والوقائع عن مختلف الحالات المستضافة والمشاركة في البرنامج، وتقديم العون والمساهمة في الأعمال الخيرية من خلال تمرير رسائل طلبات المساعدة والتعريف بجمعيات مختلفة والمساهمة في البحث عن المفقودين، أن يعزز و يعكس مجموعة القيم الإيجابية داخل المجتمع الجزائري.

وعلى الرغم من وجود عدة قيم داخل البرنامج إلا أن هناك تفاوت كبير فيما بينها، فنلاحظ بأن القيم المجتمعية احتلت المرتبة الأولى بنسبة تفوق نسب القيم الأخرى كثيرا والتي قدرت بـ 66.43%، تليها القيم الفكرية بنسبة 17.01%، ثم القيم الأخلاقية بنسبة 14.45%، وأخيرا القيم السياسية بما يعادل نسبة 2.09%.

وتدل هذه النسب على أن البرنامج متعدد الأهداف، لكنه بالدرجة الأولى يسعى لخدمة المجتمع وتوعيته وتنميته من خلال نشر القيم المجتمعية من تعاون وترابط أسري وتسامح وغيرها من القيم التي تنمي المجتمع بمختلف مؤسساته على رأسها المؤسسة الأسرية.

1.1.2 القيم الأخلاقية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار القيم الأخلاقية
3.22%	2	الصدق
4.83%	3	الأمانة
40.32%	25	الصبر
19.35%	12	الاخلاص والوفاء
32.25%	20	القناعة والرضى
100%	62	المجموع

جدول رقم (32) القيم الأخلاقية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

إنما الأمم الأخلاق إذا ذهب هي هم ذهبوا، فالأخلاق ركيزة من ركائز المجتمع، والقيم الأخلاقية من أهم القيم التي لا بد للإعلام من أن يعمل على نشرها، وقد برزت القيم الأخلاقية بالبرنامج الاجتماعي 'خط أحمر' في عدة مواقف ترجمتها سلوكيات وأفعال الأفراد الذين مروا في البرنامج، وتتمثل هذه القيم بالترتيب في:

- الصبر: جاءت قيمة الصبر والتي قدرت بـ 40.32% كأعلى قيمة من بين القيم الأخلاقية، والتي تجسدت في سلوكيات الحالات المستضيفة ممن فقدوا أهلهم ومن يعانون الفقر والحرمان، و ممن يعانون من مشاكل أسرية وصحية، وممن يعمل رغم صعوبة الظروف حامدا وشاكرا الله عز وجل، والتي لمسناها في حالة مهندسات النظافة وكذا طفلة القمر التي تحدت الصعاب وامتهنت حرفة الخياطة باستخدام الجلد، كما تجسدت هذه القيمة في مختلف النصائح التي قدمت من الفاعلين في عدة مواضيع مثل موضوع المشاكل الزوجية، موضوع المعاناة والفقر، الابتلاء بالمشاكل العائلية .

- القناعة والرضى: من خلال دراستنا التحليلية سجلنا عدة حالات جسدت قيمة القناعة والرضى بنسبة 32.25%، لكن حالة الأم المتشردة التي تفتتت قوت يومها من قمامة المطاعم وتبيع القوارير البلاستيكية للحصول على بعض المال من أهم الحالات التي جسدت قيمة القناعة والرضى، فرضاها وقناعتها بما قدره الله لها هو من منعها من التسول أو اللجوء إلى طرق محرمة لتحسن حالها.

وتجسدت هذه القيمة أيضا من خلال حوار الفاعلين والنصائح ومختلف الأحاديث الدينية التي وردت في هذه القيمة، مثل حديث الرسول صل الله عليه وسلم: 'مَنْ أَصْبَحَ مِنْكُمْ آمِنًا فِي سِرْبِهِ مُعَانِيٌّ فِي جَسَدِهِ عِنْدَهُ قُوْتُ يَوْمِهِ فَكَأَنَّما حَبِيزَتْ لَهُ الدُّنْيَا بِحَدَافِيرِهَا!'

- الإخلاص والوفاء: وقدرت هذه القيمة بنسبة 19.35%، وتعد هذه القيمة من أهم القيم التي ظهرت في معالجة موضوع الزواج، والتي رُبطت بالأساس بالمرأة، حيث عرض البرنامج عدة حالات عن نساء أرامل أبين الزواج وفاءً للمرحوم ومن أجل التفرغ لتربية الأبناء، وكذا تتجسد هذه القيمة مثلا في الأخت التي تبحث عن أخيها الذي اختطف رضيعا، برا منها بوالدتها التي وعدتها بالبحث عنه قبل وفاتها، وإخلاصا وتقديرا لرابط الأخوة.

- الأمانة: تجسدت قيمة الأمانة خلال حلقة المستشفيات الجزائرية بنسبة 4.83%، حيث تم توجيه رسالة للأطباء وكل العمال بالمستشفيات أن يؤديوا عملهم بأمانة ويتذكروا القسم الذي قسموه، كما تم عرض أنموذج في أداء العمل بأمانة، تمثل في الطبيب الذي عالج مريض بالمستشفى مجاناً بإجراء له عملية كانت ستكلفه الملايين في القطاع الخاص.
- الصدق: على الرغم من أهمية الصدق كقيمة إلا أنه ذكر بنسبة قليلة جداً قدرت بـ 3.22% في حوار حول صدق الخاطب مع خطيبته وأهلها.

2.1.2 القيم المجتمعية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار القيم المجتمعية
6.31%	18	التعاون وتقديم المساعدة
4.21%	12	التسامح
17.54%	50	النصيحة
16.84%	48	الترابط الأسري
17.89%	51	الاحترام
14.73%	42	تحمل المسؤولية
12.98%	37	التعاطف
9.47%	27	الامتنان والتقدير
100%	285	المجموع

جدول رقم (33) يوضح القيم المجتمعية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

من خلال الجدول رقم (32) والذي يوضح نسب القيم المجتمعية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'، نلاحظ بأن هذه النسب مرتفعة، حيث جاءت نسبة القيم المجتمعية كأعلى نسبة بين القيم الإيجابية كما سبق ووضحنا.

وتمثلت هذه القيم في ثمانية قيم مختلفة أعلاها نسبة تمثل في قيمة الاحترام والتي قدرت بـ 17.89%، وتجسدت في سلوكيات وأقوال الصحفية والفاعلين الدائمين خلال النقاش، حيث أبدى كل واحد منهم الاحترام تجاه الآخر، حتى اتجاه الحالات المستضافة أو المشاركة في البرنامج من خلال احترام الرأي الآخر، واحترام الخصوصيات الفردية للجميع.

وكذا ذكرت هذه القيمة في النصائح المقدمة بشأن معاملة الزوجة والزوج، والوالدين وأهل الزوج، وكذا احترام أي عمل مهما كان نوعه ومكانته الاجتماعية.

وفي المرتبة الثانية تأتي قيمة النصيحة بنسبة 17.54% كقيمة ترجمت هدفا من أهداف البرنامج وهو التوعية والإرشاد، والتي سجلنا كملاحظة أنها في غالبها قامت على أساس ديني استهدفت المنفعة الدنيوية والأخروية.

وبما أن البرنامج اهتم بالدرجة الأولى بالمشكلات الأسرية وخاصة المواضيع المتعلقة بالآباء والأبناء، فقيمة الترابط الأسري قد فرضت نفسها ضمن القيم المجتمعية بنسبة لا بأس بها قدرت بـ 16.84%، حيث ظهرت في تمسك عدة أفراد بذويهم المفقودين والبحث عنهم لعدة سنوات، وفي تسامح الأم مع ولدها رغم طرده لها من المنزل، وكذا كانت هذه القيمة من أهم النصائح التي وجهت للحالات المستضافة بسبب مشكلة وخلاف عائلي، فدعتهم دائما للحفاظ على صلة الرحم وتماسك الأسرة.

بالإضافة إلى هذه القيم تضمن المحتوى الإعلامي لبرنامج 'خط أحمر' قيمة المسؤولية كقيمة إيجابية مجتمعية قدرت بنسبة 14.73%، والتي عكسها البرنامج كصورة إيجابية عن المجتمع الجزائري، من خلال عرضه في حلقة عبد المرأة لحالات عانت عدة صعاب لكن رغم كل الظروف فقد تحملن المسؤولية الملقاة على عاتقهن وأصبحن نساء مكافحات ناجحات، وكذا سجلنا هذه القيمة في حلقة مهندسات النظافة أين تجسدت في حس المسؤولية لدى نساء عملن مهندسات نظافة ليرعين أسرهن، وفي حلقة الزواج مسؤولية أين تم عرض حالة امرأة تزوجت بسن 16 كزوجة ثانية وتحملت مسؤولية الزواج والبيت والتزاماته بكل سعة صدر، كما تم في نفس الحلقة الحديث مطولا عن المسؤولية كقيمة ضرورية في الزواج، وكذا قدمت هذه القيمة كنصيحة ودعوة في عدة حلقات مثل حلقة المستشفيات الجزائرية، فمثلا تقدم البرنامج بدعوة للدولة لتحمل المسؤولية اتجاه المجتمع في ما يخص القطاع الصحي.

وقد سجلنا بالإضافة إلى هذه القيم قيم أخرى تمثلت في:

- قيمة التعاطف التي برزت في تعاطف البرنامج مع الحالات التي مرت بالبرنامج، وقدرت بنسبة 12.98%.
- قيمة الامتنان والتقدير وقدرت بنسبة 9.47%، وظهرت في التكريمات التي ظهرت في البرنامج، وفي عدة سلوكيات لمن مروا بالبرنامج مثل الزوجة فريال التي جاءت لتكريم زوجها الذي تزوجها رغم كونها عديمة اللقب، وفي الامتنان الذي أبدته مجهولة نسب لمن ربتها.
- قيمة التعاون وتقديم المساعدة والتي عادت 6.31%، من خلال المساهمة في التعريف بمختلف الجمعيات وتمير رسائل طلب المساعدة والبحث عن المفقودين .
- قيمة التسامح وهي من بين القيم التي دعا إليها البرنامج في مختلف الخلافات الأسرية وقدرت بنسبة 4.21%، كما أنما برزت في سلوك الأم المطلقة التي ساحت ابنها عن تخليه عنها والسماح بسكنها في الشارع.

3.1.2 القيم الفكرية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار القيم الفكرية
3.58%	7	حسن الظن بالله
35.61%	26	التروي والعقلانية
54.79%	40	المثابرة والعمل
100%	73	المجموع

جدول رقم (34) القيم الفكرية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

تضمنت القيم الفكرية في البرنامج 'خط أحمر' ثلاث قيم تمثلت في:

- قيمة المثابرة والعمل، ومثلت أعلى نسبة قدرت بـ 54.79%، والتي برزت في أنموذج النسوة الناجحات اللواتي استضفن في حلقة عيد المرأة، وفي مهندسات النظافة كنموذج لاحترام العمل وتقديره مهما كان نوعه، في نصائح كل من

الفاعلين الدائمين والصحفية للمتسولة سميرة بضرورة العمل بدل التسول، وكذا تم ضمنت هذه القيمة في حلقة المستشفيات الجزائرية.

- قيمة التروي والعقلانية، والتي تجسدت في نصائح الإمام في ما يخص المشكلات الزوجية خاصة وكذا المشكلات العائلية مهما اختلفت أسبابها، وقدرت بنسبة 35.61%.

- قيمة حسن الظن بالله: تضمن البرنامج هذه القيمة بنسبة قدرت بـ 3.58%، والتي سجلناها في نصائح الإمام لليائسين من الحياة بسبب الظروف الصعبة، مثل حالة امرأة متزوجة ترغب في الطلاق بحكم عدم حبها لزوجها فهي تزوجته بالإجبار من طرف أهلها، ينصحها الإمام بالصبر وحسن الظن فيما اختاره لها الله فعسى أن يكون في ذلك خير.

4.1.2 القيم السياسية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

النسبة المئوية%	التكرار	القيم السياسية
55.55%	5	الاعتزاز بالوطن والوحدة الوطنية
44.44%	4	اينثار المصلحة العامة
100%	9	المجموع

جدول رقم (35) القيم السياسية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

بين الجدول رقم (34) القيم السياسية التي عمل البرنامج على نشرها من خلال معالجته الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج، والذي يتضح من خلاله أن الجانب السياسي والوطني لم يكن محور اهتمام في البرنامج، إلا أننا قد سجلنا تضمن المحتوى الإعلامي للبرنامج قيمة الاعتزاز بالوطن والوحدة الوطنية في حلقة بنسبة 55.55% حيث تم استقبال جمهور من ولايات مختلفة مثلت الشرق والغرب والجنوب والشمال، وتم الحوار حول مختلف خيارات الوطن والتأكيد على أن الجزائر قطعة واحدة رغم اختلافات مناطقها وعاداتهم، فكل من الشاوي والقبائلي، والعاصمي والشرقي والغربي كلهم واحد هم جزائريون.

وكذا سجلناها هاته القيمة في حلقة المستشفيات الجزائرية كبلد أنجب أطباء كفاء يستحقون التكليل والثناء.

وكذا تضمن البرنامج قيمة إثارة المصلحة العامة على الخاصة بقيمة قدرت بـ 44.44%، فتناول في ذلك البرنامج الطبيب الكفاء الماهر الذي يشهد له مستشفى الجزائر ومرضاه ببراعته، والذي فضل البقاء للعمل بالمستشفيات الجزائرية لخدمة الوطن بدل التوجه للخارج باعتبار الظروف أحسن هناك.

كما قدم البرنامج نصائح تضمنت هذه القيمة، تمثلت في نصيحة الصحفية للأشخاص القادرين ماديا على إجراء الفحوصات التي توفرها الدولة مجانا لمن هم ضعاف الدخل من أجل مساعدة الدولة في توفير هذه الخدمات لأكثر عدد ممكن من المحتاجين، ونصيحة الإمام أيضا للمشاهدين بأن الدين يسبق المصلحة العامة على المصلحة الخاصة، فضرب بذلك مثال حول من يحج أكثر من مرة، ودعاه إلى أن يساهم بماله فيما ينفع أبناء بلده، ففي ذلك مصلحة عامة أجراها أكبر من أجر المصلحة الخاصة المتمثلة في الحج.

2.2 القيم السلبية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار القيم السلبية
17.84%	37	القيم اللاأخلاقية
54.10%	112	القيم المجتمعية السلبية
12.07%	25	القيم الفكرية السلبية
15.94%	33	القيم السياسية السلبية
100%	207	المجموع

جدول رقم (36) القيم السلبية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

أظهرت نتائج الدراسة التحليلية أن البرنامج التلفزيوني 'خط أحمر' لعب دوراً في إبراز قيم سلبية كثيرة في المجتمع الجزائري، كما أن معالجته الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج تضمنت عدة قيم سلبية تعد نقطة سلبية للبرنامج.

وقد تمثلت القيم السلبية التي كشفتها كاميرا البرنامج في القيم المجتمعية السلبية بنسبة 54.10%، القيم اللاأخلاقية بنسبة 17.84%، القيم السياسية السلبية بنسبة 15.94%، والقيم الفكرية السلبية بنسبة 12.07%.

وقد سجلت القيم المجتمعية السلبية كأعلى نسبة باعتبارها تعكس الظواهر والسلوكيات السلبية المنتشرة في المجتمع والتي عاجلها البرنامج خلال حلقاته، كما أنها قيم أشار إليها البرنامج في مختلف حواراته وعمل على انتقادها وتعزيز القيم الإيجابية مكانها.

1.2.2 القيم اللاأخلاقية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية%	التكرار	التكرار القيم اللاأخلاقية
37.83%	14	التهم دون دليل
21.62%	8	الاحتيال
18.91%	7	الجشع والطمع
16.21%	6	الحيانة
5.40%	2	التفاخر وحب المظاهر
100%	37	المجموع

جدول رقم (37) القيم اللاأخلاقية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

يوضح الجدول رقم (37) القيم اللاأخلاقية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' والتي تمثلت في

بالترتيب:

- التهم دون دليل: وقدرت نسبة هذه القيمة بـ 37.83%، برزت في عدة حلقات في توجيه البرنامج التهم

للآخرين استناداً لأقوال الحالة المستضافة فقط، وفي نظرنا هذا ليس دليل كاف لاثام الآخرين، لأن البرنامج بهذا يفتح باب

أمام كل من هم ودب أمام كل المعقدين والمرضى النفسين وأمام كل من يريد أن يفرضي بما في داخله من ثقل هذه الحياة، وهذا

ما سجلناه كملاحظة في حلقة أنا ابتكم خديجة، فما لاحظناه أن أقوال خديجة مشحونة جدا وتصرفاتها غير سوية وأنها بحاجة إلى معالجة نفسية، فاعتماد البرنامج على أقوالها فقط يعد اتهام دون دليل.

- الاحتيال: ظهر في حلقتي التسول بنسبة 21.62% مثل استغلال التسول للاحتيال وحلقة تجار الرضع في ابراز طرق الاحتيال على العائلات من أجل اختطاف أطفالهم الرضع من خلال عرض قصص الحالات المستضافة، وفي حلقة مستشفيات الجزائري الذي تجسد في ارتداء الصحفية لمئزر للاحتيال على عمال المستشفى وتجسيد دور الممرضة.

- الجشع والطمع: وتجسدت في بعض الحالات التي أعمى حب المال بصيرتها لدرجة القيام بسلوكيات سلبية غير مقبولة دينيا واجتماعيا، والتي مثلت نسبة 18.91%، مثل حالة الأب الذي بعد أن كتب المنزل باسم زوجته حرضها ابناها على خلعه وطرده من المنزل، وكذا سجلنا حالة أخرى تمثلت في الأم التي طردها ابنها هي وبناتها بعد حصوله على السكن الاجتماعي وزواجه بأموال أخواته، ونضرب في هذه القيمة السلبية مثال آخر تمثل في تجار الرضع الذي دفعهم الجشع والطمع إلى المتاجرة بأرواح بريئة.

- الخيانة: وتمثلت في الخيانة الزوجية عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي دعا البرنامج للاحتراس من جميع أنواعها، فحتى الكلام مع الطرف الآخر والذي يعده البعض مجرد حديث عابر يعتبر خيانة، وقد تضمن البرنامج هذه القيمة بنسبة 16.21%.

- التفاخر وحب المظاهر: وقد سجلناها كقيمة وردت في المحتوى الإعلامي للبرنامج بنسبة 5.40%، والتي برزت في حوار الطبيب النفسي الذي أشار إلى ظاهرة سلبية دعا للابتعاد عنها وتركها هي ظاهرة نشر الصور الشخصية والمغرية على مواقع التواصل الاجتماعي، وصور الأكل والنزهات والرحلات والملابس المكلفة والسيارات الفخمة والتي انتشرت بشكل رهيب بين مختلف مستخدمي هذه المواقع، كمحاولة منهم لإثبات أنفسهم، فعززت فيهم بشكل تدريجي حب المظاهر والتفاخر.

2.2.2 القيم المجتمعية السلبية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار القيم المجتمعية السلبية
16.96%	19	الجهر بالسوء
25%	28	إفشاء أسرار البيوت وفضح الناس
19.64%	22	التفكك الأسري
5.35%	6	التشجيع على الخطيئة
23.21%	26	البؤس والفقر
7.14%	8	الحقد
2.67%	3	الاستغلال
100%	112	المجموع

جدول رقم (38) القيم المجتمعية السلبية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

تضمن المحتوى الإعلامي للبرنامج قيم مجتمعية سلبية تجسدت في سلوكيات وقصص الأفراد الذين مروا بالبرنامج من المشاركين والحالات المستضافة، وكذلك تجسدت في المواضيع ومختلف الأحداث والوقائع التي نقلها البرنامج عن المجتمع الجزائري.

وقد وردت قيمة إفشاء أسرار البيوت وفضح الناس كأعلى قيمة قدرت بنسبة 25%، حيث سجلناها في مختلف الحلقات التي عالجت المشكلات الأسرية والتي كشف فيها الفاعلون عن أوجههم كاشفين أسرار بيوتهم مشهرين بأفرادها مسببين الإذلال لهم، مثل قصة الأم التي طردها ابنها من المنزل رفقة بناتها بعد زواجه وحصولهم على سكن اجتماعي، أين قصت الفتيات المعاملة السيئة لزوجات أخيهن وأشاروا إلى مقدار المال الذي قد أعطينه لأخيهن من أجل أن يتزوج، وكذلك الأم لم تتستر أبدا على تفاصيل القضية بل قصت القصة بكل تفصيل.

وتأتي قيمة البؤس والفقر كقيمة ثانية قدرت بنسبة 23.21% وبرزت في الحالة المزرية التي نقلها البرنامج عن أفراد المجتمع الجزائري من متسولين، ومتشردات، ومن حضروا أو اتصلوا بالبرنامج طلبا للمساعدة.

كما سجلنا في البرنامج قيمة التفكك الأسري التي عادلته نسبتها 19.64%، والتي عكست مظهر من المظاهر السلبية في العائلات الجزائرية من عقود للوالدين وإهمال وظلم للأبناء وسوء العلاقة ما بين الزوجين أو ما بين أحدهما وأهل الطرف الثاني، وقد حاول البرنامج التصدي لهذه القيمة من خلال غرس قيمة الترابط بالأسري عن طريق مختلف النصائح المقدمة والأمثلة الحية.

وكذا قيمة الجهر بالسوء التي برزت في مختلف حلقات البرنامج بنسبة 16.96%، والتي استضيف فيها حالات لمواضيع سلبية، قصت فيها الحالة كل ما هو متعلق بموضوعها خاصة المساوي التي ارتكبت في حقها، لإثبات مدى معاناتها ولكسب تعاطف البرنامج وتعاطف الجمهور، مثل حديث الأخوات عن أخيهن بالسوء باستغلال أموالهن للزواج ومن ثم طردهن للشارع، وكذا جهر البنات خديجة بالسوء في حق والدتها، و فريال في حق المرأة التي ربتها.

أما بالنسبة لقيمة الحقد وقيمة التشجيع على الخطيئة وقيمة الاستغلال، فقد ظهرت قيمة الحقد والتي عادلته نسبتها 7.14% في حقد الأم على ابنها الذي طردها رفقة أختيه، وفي حقد خديجة على والديها، في حقد المرأة التي ظهرت في التحقيق على أبيها الذي تخلى عنها وهي حامل بعد طلاقها.

وظهرت قيمة التشجيع على الخطيئة بنسبة 5.35%، فسجلناها مثلا في حلقة الزواج مسؤولية في الإجابة على رسالة أم ترغب في الطلاق بسبب عدم تفاهمها مع زوجها الذي زوجها أبوها إياه رغما عنها، لتجيبها الأخصائية الاجتماعية بأن عليها أولا الصبر الشديد خاصة في وجود الأطفال، لكن الصحفية تعلق بناءً على رأي شخصي بحث مشجعة إياها على الخطأ قائلة بأن الطلاق قد يكون أبغض الحلول لكنه أحيانا أفضل حل خاصة للنساء الذين يتعرضون للذل والضرب، وعيش الأولاد مع أم مطلقة أحسن من عيشهم في جو عائلي مضطرب مليء بالعنف، ليرد عليها الإمام بأنه مهما بلغ تأثير الجو المضطرب على الأولاد إلا أن الطلاق يكون أكثر سلبية عليهم، وكذا سجلناها في تعاطف الصحفية المبالغ مع المتسولات خاصة المتسولة سميرة التي استقبلتها في البرنامج رفقة ابنتها قائلة 'سميرة واحدة من النساء التي حتمت عليها الظروف تمد يدها للناس'، فكلامها يحمل تبرير لها وتشجيع لغيرها على هذا السلوك.

وأما قيمة الاستغلال والتي قدرت بنسبة 2.67% فظهرت في استغلال المتسولة سميرة لابنها وإعالتة كحجة للتسول بدل العمل فهي ترفض العمل حتى لا تتركها في رعاية امرأة غريبة، أيضا تم استغلال نفس الطفل للتسول من طرف الصحفية لإجراء تحقيق، وكذا في استغلال الأم المتسولة لبناتها في التسول، وكذا أم خديجة لها في التسول.

3.2.2 القيم الفكرية السلبية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

النسبة المئوية%	التكرار	التكرار القيم الفكرية السلبية
20%	5	الاتكالية
60%	15	غياب ثقافة الحوار
20%	5	التشاؤم وسوء الظن
100%	25	المجموع

جدول رقم (39) يوضح القيم الفكرية السلبية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

من خلال الجدول السابق الذي يوضح القيم الفكرية السلبية في البرنامج نلاحظ مايلي:

- غياب ثقافة الحوار: إن المشاهد لبرنامج 'خط أحمر' سيدرك بأن الحالات المستضافة تتقمص دور الضحية إلى أبعد حد من خلال إبراز مساوئ الطرف الثاني الغائب عن الحصة، وفي حالة تمكن البرنامج من التواصل مع الطرف الثاني يتقمص كلا الطرفين دور الضحية من خلال تشبث كل واحد برأيه وإبراز مساوئ الثاني واتهامه بدل الاستماع، فتُخلق حالة فوزى داخل الأستوديو تغيب فيها ثقافة الحوار تماماً، فالجميع يتحدث في آن واحد ولا أحد يستمع. حتى أن غياب هذه القيمة لم يسجل فقط لدى الحالات المستضافة بل كذلك لدى مقدمة البرنامج التي في بعض الأحيان لا تستمع إلى ما يقوله مخاطبها، بل تظل مصرة على قول ما تريد حتى يستمع هو ويصمت في حين تتجاهل كلامه ولا تعلق عليه، وهذا ما سجلناه في حلقة 'أنا ابنتكم خديجة' في الحوار بين خديجة ووالديها والصحفية والإمام، وحلقة 'بر الوالدين' في الحوار بين الأم وبناتها وابنها الذي طردهن.

- الاتكالية التي برزت في حلقة التسول واتكال المتسولين على مساعدات الناس بدل العمل، وعادلت نسبتها 20%.

- التشاؤم وسوء الظن ظهر في الرسائل التي وردت إلى موقع البرنامج على الفيس بوك والتي تضمن محتوى متشائم لنساء يعشن حياة زوجية صعبة ، وفي الحديث عن سوء الظن ما بين أفراد المجتمع الذي أصبح ظاهرة في المجتمع الجزائري حيث انتشر بينهم قلة الثقة والخوف من السحر والحسد وقدرت نسبتها بـ 20%.

4.2.2 القيم السياسية السلبية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'

النسبة المئوية %	التكرار	القيم السياسية السلبية
9.09%	3	تفضيل المصلحة الخاصة على العامة (غياب الحس بالمسؤولية العامة)
90.90%	30	التسيب والاهمال
100%	33	المجموع

جدول رقم (40) يوضح القيم السياسية السلبية في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

بالنسبة للقيم السياسية السلبية وهي القيم ذات العلاقة بالمجتمع الجزائري كوطن ودولة، فقد سجلنا قيمة التسيب والاهمال كأعلى قيمة عادت 90.90%، سجلناها خلال حلقة 'المستشفيات الجزائرية' وحلقة 'تجار الرضع' أين نقل البرنامج حالة التسيب والإهمال وضعف الرقابة في القطاع الصحي، وكذا في حوار الفاعلين عن الاهمال والتسيب الذي تعاني منه دور الرعاية ما يدفع بالنساء للخروج للشارع بدل البقاء فيها.

وكذا تضمن المحتوى الإعلامي على قيمة تفضيل المصلحة الخاصة على العامة بنسبة 9.09%، في حلقة 'المستشفيات الجزائرية' في الحوار حول من ظروفهم المادية جيدة ويستخدمون المعرفة لإجراء فحوصات مجانية في مستشفيات الدولة ليتم بذلك حرمان من هم بحاجة فعلا لهذه الخدمة منها، وكذا في حالة الأطباء الذين يفضلون العمل خارج البلاد أو في القطاع

الخاص ويفرضون العمل في مستشفيات الدولة، وأيضا في السرقة التي تحدث داخل المستشفيات لمختلف الأدوات الطبية من مختلف عمال المستشفى مسببين بذلك نقص في المواد ومعرقلين بذلك سير العملية العلاجية بشكل جيد.

ثالثا: المسؤولية الأخلاقية للبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

1. التزام الصحفية بأخلاقيات الحوار مع الفاعلين غير الدائمين في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

أحمر':

الالتزام		لا يلتزم		يلتزم		الفاعلين غير الدائمين مع الحالات المستضافة مع المشاركين في البرنامج
أخلاقيات الحوار	الفاعلين غير الدائمين	مع الحالات المستضافة	مع المشاركين في البرنامج	المجموع		
ن.م. %	ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	ت	
100%	420	4.76%	20	95.23%	400	مع الحالات المستضافة
100%	189	8.46%	16	91.53%	173	مع المشاركين في البرنامج
100%	609	5.91%	36	94.08%	573	المجموع

الجدول رقم (41) يوضح التزام الصحفية لأخلاقيات الحوار مع الفاعلين غير الدائمين في البرنامج.

تبين قراءة نتائج الجدول رقم (40) الذي يمثل مدى التزام الصحفية بأخلاقيات الحوار مع الحالة المستضافة والمشاركين في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'، أن هناك التزام من طرف الصحفية بهذه الأخلاقيات بنسبة 94.09%، في حين تم تسجيل تجاوز لهذه الأخلاقيات بنسبة 5.91%.

كما نلاحظ بأن النسب المتقاربة جدا ما بين التزامها بأخلاقيات الحوار مع كل من الحالة المستضافة والمشاركين في البرنامج، وكذلك لعدم التزامها بهذه الأخلاقيات، فبالنسبة لاحترام أخلاقيات الحوار مع الحالات المستضافة قدرت بـ 95.23%، ومع المشاركين في البرنامج قدرت بـ 91.23%، أما فيما يخص نسب عدم احترام هذه الأخلاقيات فقدت بـ 4.76% مع الحالات المستضافة و 8.46% مع المشاركين في البرنامج.

1.1 التزام الصحفية بأخلاقيات الحوار مع الحالة المستضافة في البرنامج:

المجموع		لا يلتزم		يلتزم		التكرار احترام الحالة المستضافة
ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	
60	100%	1	1.66%	59	98.33%	عدم الضغط عليه للإجابة
60	100%	1	1.66%	59	98.33%	عدم التشكيك في إجابته
60	100%	6	10%	54	90%	عدم مقاطعته أثناء الإجابة
60	100%	1	1.66%	59	98.33%	عدم توجيه التهم له
60	100%	0	0%	60	100%	عدم سبه أو شتمه
60	100%	11	18.33%	49	81.66%	عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزيد من معاناته
60	100%	0	0%	60	98.33%	عدم توجيه أسئلة محرجة وشخصية له
420	100%	20	4.76%	400	95.23%	المجموع

الجدول رقم (42) يوضح التزام الصحفية لأخلاقيات الحوار مع الحالة المستضافة في البرنامج.

تشير نتائج الجدول رقم (41) والذي يمثل التزام الصحفية بأخلاقيات الحوار مع الحالات المستضافة، إلى وجود نسبة

عالية من الالتزام عادلته 95, 23%، فسجلت نسبة ضعيفة لتجاوز هذه الأخلاقيات تساوي 4.76%.

وعادلت نسبة الالتزام بكل من مؤشر عدم سبه وشتمه، ومؤشر عدم توجيه أسئلة محرجة وشخصية له 100%،

ونسبة اختراقه 0%.

أما بالنسبة للمؤشرات: عدم الضغط عليه للإجابة، عدم التشكيك في إجابته، عدم توجيه التهم له، فعادلت نسبة

احترام كل مؤشر لها بـ 98.33%، لتعادل بذلك نسبة اختراق كل مؤشر منها نسبة 1.66%، حيث سجلنا نوع من

الضغط للإجابة على بنات المتسولة في استجوابهن عن سبب تسولهن في حلقة العدد الأول المعنونة بـ 'جزائريون يأكلون من

القمامة 1'، وسجلنا حالة من التشكيك في إجابة الأب عن سبب تشجيع أبنائه لزوجته من أجل خلعه في حلقة الزواج

مسؤولية، وكذا سجلنا اتهام الصحفية الأم وبناتها بأنهن يحاولن تليفيق المشاكل للحصول على سكن اجتماعي.

أما المؤشرات المتبقية ف:

- مؤشر عدم مقاطعته أثناء الإجابة قدرت نسبة احترامه بـ 90%، أما عدم احترامه بنسبة 10%، والتي سجلت في حلقة 'أنا ابنتكم خديجة' أين تم مقاطعة خديجة، وفي حلقة بر الوالدين حيث تم مقاطعة الأم وكذا بناتها اللواتي طردن من البيت من طرف أخيهم.

- ومؤشر عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزيد من معاناته فعادلت نسبة الالتزام به 81.66%، أما عدم التزام به فقدرت بـ 18.33%، حيث سجلنا في العديد من الحلقات إثارة الصحفية للحالة الحزينة للحالة وزيادة معاناتها بكلمات تدفع بها غالبا إلى البكاء، مثل قولها للأم المطقة التي رفض إخوتها استقبالها وطردها ابنها: 'تحزنكي رؤية للناس رفقة اخوتهم.. احكي لنا' (يغيضك الحال كيتشوفي الناس مع خياتهم احكينا)، وفي حلقة 'بر الوالدين' أين تقول للأم المطرودة من قبل ابنها 'ليس من المحزن ضرب أهل الزوجة لكي بقدر ما هو محزن طرد ابنك الذي ربيته وتعبت عليه وباعت اخته سلسال الذهب من اجل تزويجه، ... احكي لنا ما يؤلمك... ماذا أحسست حين ضربك ابنك الذي رعيته وربيته' (نسابك ما يغيضطش الحال عليهم يغيضك وليدك الي ربيته وشقيتي عليه وكبرتيه ، وباعت ختو سنسلة على جالو،..... احكينا واش راه غايضك..... واش حسيتي في ذيك الليلة كضربك ابنك الي كبرتيه).

2.1 التزام الصحفية بأخلاقيات الحوار مع المشاركين في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

المجموع		لا يلتزم		يلتزم		التكرار احترام المشاركين في البرنامج
ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	
27	100%	0	0%	27	100%	عدم الضغط عليه للإجابة
27	100%	1	3.70%	26	96.29%	عدم التشكيك في إجابته
27	100%	8	29.62%	19	70.37%	عدم مقاطعته أثناء الإجابة
27	100%	1	3.70%	26	96.29%	عدم توجيه التهم له
27	100%	0	0%	27	100%	عدم سبه أو شتمه
27	100%	3	11.11%	24	88.88%	عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزويد من معاناته
27	100%	3	11.11%	24	88.88%	عدم توجيه أسئلة محرجة وشخصية له
189	100%	16	8.46%	173	91.53%	المجموع

الجدول رقم (43) احترام الصحفية لأخلاقيات الحوار مع المشاركين في البرنامج.

يبين الجدول رقم (43) مؤشرات إقامة الصحفية لأخلاقيات الحوار مع المشاركين في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'، والتي أشارت مجموع نسبها إلى التزام الصحفية بهذه الأخلاقيات واحترامها حيث قدرت نسبة الالتزام بها بـ 91.53%، جاء فيها مؤشر عدم سبه أو شتمه وكذا مؤشر عدم الضغط عليه للإجابة في المرتبة الأولى بنسبة 100%، ثم تلتها المؤشرات عدم التشكيك في إجابته، عدم توجيه التهم له بنسب متساوية قدرت بـ 96.29%، ثم كل من المؤشر عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزويد من معاناته، ومؤشر عدم توجيه أسئلة محرجة وشخصية له بنفس النسبة بما يعادل 88.88%، واخيرا المؤشر عدم مقاطعته أثناء الإجابة بنسبة 70.37%.

أما بالنسبة لعدم الالتزام واحترام أخلاقيات الحوار، فقد سجلت بنسبة ضعيفة قدرت بنسبة ضعيفة بـ 8.46%:

- أعلاها يتمثل في نسبة 29.62% وتمثل في عدم الالتزام بمؤشر عدم مقاطعة المشارك أثناء الإجابة، حيث سجلنا اختراق هذا المؤشر في كل من حلقة 'بر الوالدين' أين تم مقاطعة الابن الذي طرد أمه، وفي حلقة 'أنا ابنتكم خديجة' حيث قاطعت الصحفي أقول الوالدين.

- يليها مؤشر عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزيد من معاناته والذي قدر بنسبة 11.11%، عدم توجيه أسئلة محرجة وشخصية له، والتي سجلناها كذلك في حلقة بر الوالدين مع المشارك الابن الذي طرد أمه وأخواته، حيث في الاتصال الذي أجراه البرنامج وخلال الحوار الذي دار بينه وبين الصحفية استخدمت كلمات جارحة وتزيد من معاناته، مثل 'حين تنام ليلا الا يأنبك ضميرك' (كترقد فالليل ترقد نورمال ما يأنبكش الضمير)، فالصحفية حاولت التأثير في الابن من خلال هذه العبارة لكن صياغتها ونبرة صوتها كان فيها الكثير من الإدلال له، فالابن قد قال لأكثر من مرة أنه لم يطردها بل هي خرجت بماء إرادتها والمنزل منزلها تعود متى تشاء، إلا أن الصحفية أصرت على معالجة القصة وكأن الأم قد طردت، كذلك سجلنا توجيهها له بأسئلة شخصية محرجة لا حاجة لها، مثل قولها له 'من يوصل لك أخبار المشاكل التي تحدث بين زوجتك وأهلك وأنت في العمل (شكون يلحقلك لخبر كنتكون خدام)، لتخرج المشارك بالإجابة التي قد سبقته في قولها 'زوجتك!'

- ثم تلتها نسبة 3.70% وتمثل نسبة كل من المؤشرات التالية: عدم التشكيك في إجابته، عدم توجيه التهم له، والتي قد سجلناه في نفس الحلقة السابقة 'بر الوالدين' أين شككت الصحفية في إجابته بقوله أنه لم يطرد أمه بل خرجت وحدها، فواصلت معالجة الموضوع على أنه قد تم طرد الوالدة من المنزل بتحريض من الزوجة، وكذا توجهت الصحفية باتهام زوجة الابن بافتعال المشاكل وأنها سبب طرد الأم والبنات دون أدنى دليل سوى أقوال الحالات المستضافة، حيث تتوجه بالحديث للابن قائلة 'الرجل الذي يستمع لزوجته وتبعده عن أمه، فزوجته غير صالحة' (الراجل الي يسمع لمرتو ويبعد على يمها عمرها متكون صالحة)، فاتهمها مبني على أقوال لا يمكن أخذها بعين الاعتبار، باعتبار الحالات طرفا في الخصام، كما أن تهمتها هذه مبنية على حكم مسبق، والذي لاحظناه في موقفها من العروس، ففي العديد من الحلقات نظرت إلى زوجة الابن نظرة سلبية وحملت جزء كبير من المسؤولية في المشكلات التي تحدث داخل الأسرة.

أما بالنسبة للمؤشرين عدم الضغط عليه للإجابة، عدم سبه أو شتمه فنسبة عدم الالتزام بها هي 0%

2. الالتزام بأخلاقيات الحوار مع الفاعلين الدائمين في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

1.2 توجيه الأسئلة بشكل متوازن بين الفاعلين الدائمين في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

النسبة المئوية %	التكرار	التكرار الأسئلة
74.46%	35	الأسئلة الموجهة للإمام
25.53%	12	الأسئلة الموجهة للأخصائي النفسي
100%	47	المجموع

جدول رقم (44) توجيه الأسئلة بشكل متوازن بين الفاعلين الدائمين في البرنامج.

يشير الجدول رقم (44) إلى الأسئلة الموجهة للفاعلين الدائمين، والذي نلاحظ من خلاله أن النسبة الأكبر من الأسئلة قد وجهت للإمام بنسبة بلغت 74.46%، في حين وجهت نسبة 25.53% للأخصائي النفسي، مما يدل على عدم التوازن في توجيه الأسئلة للفاعلين الدائمين.

هذا يشير إلى أن الصحفية تهتم برأي الإمام بدرجة كبيرة في حين لا تبدي الاهتمام الكافي بالأخصائي النفسي، ويعود ذلك من وجهة نظرنا إلى المكانة التي يتمتع بها الإمام في المجتمع الجزائري، فكلامه يحظى بأذان صاغية باعتباره كلام مبني على أسس دينية، والمجتمع الجزائري معروف بوازعه الديني الذي يعد أهم وسيلة لإقناعه في العديد من المواضيع، والعكس صحيح بالنسبة للأخصائي النفسي فالصحفية تعي بأن الأخصائي النفسي لا يمتلك تلك المكانة الاجتماعية التي تحوله لمصدر جذب للجمهور بقدر الإمام.

2.2 إعطاء فرص متساوية للتدخل والتعليق للفاعلين الدائمين في البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى

'خط أحمر':

المجموع		لا يلتزم		يلتزم		التكرار فرص التعليق والتدخل
ت	ن.م.%	ت	ن.م.%	ت	ن.م.%	
88	100%	2	2.27%	86	97.72%	السماح للإمام بالتدخل والتعليق
48	100%	16	33.33%	32	66.66%	السماح للأخصائي النفساني بالتدخل والتعليق
86	100%	18	20.93%	68	79.06%	المجموع

جدول رقم (45) إعطاء فرص متساوية للتدخل والتعليق للفاعلين الدائمين في البرنامج.

تشير نتائج الجدول رقم (45) إلى أن البرنامج التلفزيونى الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' قد أعطى فرصة 79.06%

للفاعلين الدائمين للتدخل والتعليق، مقابل عدم السماح لهم بالتدخل والتعليق بنسبة 20.93%.

مما يدل على أن البرنامج قد فتح المجال أمام الفاعلين الدائمين للتدخل والتعليق على الموضوع، ولكننا قد سجلنا بأن هذه الفرص لم تمنح بطريقة متساوية ما بين الفاعلين الدائمين، ففي حين تم احترام تدخل وتعليق الإمام بنسبة 97.72%، فالأخصائي النفساني سمح له بالتدخل والتعليق بنسبة 66.66%، أي أن الإمام قد منع من التدخل والتعليق بنسبة 2.27% أما الأخصائي النفساني فنسبة منعه قدرت بـ 33.33%، حيث سجلنا في كثير من الحلقات محاولته التعقيب على كلام الآخرين أو الإشارة لفكرة ما، لكن الصحفية تتجاهله ولا تُعبّره أدنى اهتمام رغم محاولاته المتواصلة للكلام.

3.2 عدم مقاطعة الفاعلين الدائمين عند الإجابة أو التعليق في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط

أحمر':

المجموع		لا يلتزم		يلتزم		التكرار عدم مقاطعة الإجابة أو التعليق
ت	ن.م.%	ت	ن.م.%	ت	ن.م.%	
121	100%	8	6.61%	113	93.38%	عدم مقاطعة إجابة أو تعليق الإمام
44	100%	8	18.18%	36	81.81%	عدم مقاطعة إجابة أو تعليق الأخصائي النفسي
165	100%	16	9.69%	149	90.30%	المجموع

جدول رقم (46) يوضح عدم مقاطعة الفاعلين الدائمين عند الإجابة أو التعليق في البرنامج.

يلتزم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' عدم مقاطعة الفاعلين الدائمين عند الإجابة أو التعليق بنسبة

قد بلغت 90.30%، في حين عدم احترامه لهذا الأخير لم يتجاوز 9.69%.

لكن هذا الالتزام متباين ما بين الإمام والأخصائي النفسي، حيث نلاحظ أن الأخصائي النفسي قد تم مقاطعته

بنسبة أكبر من الإمام، فقدرت نسبة احترام الأخصائي النفسي وعدم مقاطعته أثناء الإجابة أو التدخل والتعليق بنسبة

81.81%، في حين تم مقاطعته بنسبة 18.18% والتي سجلناها في العديد من الحلقات التي تمثلت في 'جزائريون يأكلون

من القمامة 1 و2'، 'تجار الرضع'، 'نساء الشوارع'، 'مستشفيات... ولكن'، فلاحظنا عدم اعطائه فرصة التدخل رغم محاولته

الكلام.

أما الإمام التزمت الصحفية بعدم مقاطعته بنسبة بلغت 93.18%، وقدرت نسبة مقاطعته بنسبة 6.61%، والتي

سجلناها في مقاطعته غالبا لضيق الوقت، وأيضا في حلقة 'التسول أين تحدث عن مسؤولية الدولة في انتشار هذه الظاهرة

لتقاطعه الصحفية فجأة وتغير الموضوع، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن القناة حتى لو كانت خاصة فهي تخضع

لرقابة الدولة، وقد لاحظنا دليل آخر يدل على تبعية القناة هو تجاهل الصحفية لكلام الاخصائي النفساني بخصوص دور الدولة السلبية في انتشار ظاهرة التسول ودعوتهما لإقامة مخابر بحث في الجامعات لدراسة هذه الظاهرة.

3. الالتزام باحترام خصوصية الأفراد في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

المجموع		لا يحترم		يحترم		التكرار احترام خصوصية الأفراد
ن.م. %	ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	ت	
100%	32	0%	0	100%	32	ذكر الاسم غير كاملا لرغبة صاحبه
100%	17	0%	0	100%	17	ذكر الاسم كاملا بإذن صاحبه
100%	3	0%	0	100%	3	عرض صور بإذن صاحبها
100%	10	0%	0	100%	10	عرض فيديوهات بإذن صاحبها
100%	65	0%	0	100%	65	احترام حق الأفراد في الظهور من عدمه
100%	25	32%	8	68%	17	منع سرد التفاصيل الخاصة
100%	152	0%	8	94.73%	144	المجموع

جدول رقم (47) يوضح الالتزام باحترام خصوصية الأفراد في البرنامج.

تشير نسبة 94.73% إلى احترام الصحفية لخصوصية الأفراد في البرنامج وهي نسبة عالية تعود بالإيجاب على البرنامج، تميزت بالالتزام بما بنسبة 100% لجميع المؤشرات ما عدا مؤشر واحد، أما المؤشرات التي تم احترامها بنسبة 100%، فتمثلت في: ذكر الاسم غير كاملا لرغبة صاحبه، ذكر الاسم كاملا بإذن صاحبه، عرض صور بإذن صاحبها، عرض فيديوهات بإذن صاحبها، احترام حق الأفراد في الظهور من عدمه.

أما مؤشر منع سرد التفاصيل الخاصة فتمثلت نسبة الالتزام به 68%، والتي قد سجلناها في حلقة زوجي جنتي أين حاولت الحالة فريال أن تسرد أكثر من مرة قصص خاصة عن من ربتها لكن الصحفية تتدخل لتقاطعها، وكذا في حلقة الزواج مسؤولية حالة الرجل الذي خلعت زوجته وطرده أولاده ليحاول قص خصوصيات وقعت بينه وبين زوجته فتمنعه الصحفية من ذلك.

في حين تم تسجيل عدم بهذا الأخير بما يعادل 32%، فالصحفية لم تمنع كل من الأم في حلقة 'البر بالوالدين' التي طردها ابنها رفقة بناتها بعد حصوله على سكن وزواجه من سرد تفاصيل خاصة مست الابن وزوجته بالسوء وأذنته، وكذا في حلقة 'نساء الشوارع' أين سمحت الصحفية للأم المطلقة التي طردها ابنها للشارع بطرد العديد من التفاصيل الخاصة، مما يشير إلى أن تعاطف الصحفية مع الأم بالتحديد بلغ بما إلى حد تجاوز قاعدة من قواعد أخلاقيات الإعلام المتمثلة في احترام خصوصية الأفراد.

في ما يخص الصور والفيديوهات المعروضة سواءً في الـيوتيوب أو التحقيقات أو داخل البلاطو فكلها عرضت بإذن الحالات المعنية، والتي مثلت 3 صور و10 فيديوهات.

4. الالتزام باحترام الخصوصية الاجتماعية للمجتمع الجزائري في البرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي 'خط

أحمر':

المجموع		لا يلتزم		يلتزم		التكرار
ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	
114	100%	0	0%	114	100%	احترام الخصوصية الاجتماعية
37	100%	3	8.10%	34	91.89%	احترام الخصوصية الثقافية
151	100%	3	1.98%	148	98.01%	احترام الخصوصية الدينية
						المجموع

جدول رقم (48) يوضح احترام البرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي 'خط أحمر' للخصوصية الاجتماعية

للمجتمع الجزائري

يمثل الجدول رقم (48) الالتزام باحترام الخصوصية الاجتماعية للمجتمع الجزائري، حيث يوضح بأن البرنامج الحوارية الاجتماعي 'خط أحمر' قد التزم خلال معالجته الإعلامية باحترام الخصوصية الاجتماعية للمجتمع الجزائري والمتمثل في كل من الخصوصية الثقافية والخصوصية الدينية.

أما احترامه للخصوصية الثقافية فكان بنسبة 100% فلم يسجل أي تجاوزات لها، في حين احترامه للخصوصية الدينية قدر بنسبة 91.89%، حيث تم تسجيل اختراق لهذه الخصوصية بنسبة ضعيفة قدرت بـ 8.10%.

1.4 الالتزام باحترام البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' للخصوصية الثقافية للمجتمع

الجزائري:

الجموع		لا يلتزم		يلتزم		التكرار
ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	
1	100%	0	0%	1	100%	احترام العادات والتقاليد الايجابية والتشجيع عليها
11	100%	0	0%	11	100%	ذم العادات والتقاليد السلبية والحث على تركها
52	100%	0	0%	52	100%	تدعيم المعايير الاجتماعية والاشادة بالقيم والسلوكيات الايجابية
43	100%	0	0%	43	100%	ذم القيم والسلوكيات السلبية
1	100%	0	0%	1	100%	احترام الذوق العام في مختلف ما تعرضه من صور وفيديوهات (حذف مقاطع خادشة للحياء في فيديو، ضبابية الصور غير المحترمة، ...)
1	100%	0	0%	1	100%	حذف الألفاظ المخلة بالحياء إن وجدت
2	100%	0	0%	2	100%	احترام الوحدة الوطنية
3	100%	0	0%	3	100%	الاعتزاز بالوطن
114	100%	0	0%	114	100%	المجموع

جدول رقم (49) يوضح الالتزام باحترام البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' للخصوصية الثقافية

للمجتمع الجزائري.

يوضح الجدول رقم (48) مؤشرات الالتزام باحترام البرنامج الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' للخصوصية الثقافية

للمجتمع، بحيث تشير إلى أن البرنامج احترم هذه الخصوصية بنسبة 100% في مختلف مؤشراتته .

ونلاحظ من الجدول أن البرنامج في المرتبة الأولى قد تضمن تدعيم المعايير الاجتماعية والإشادة بالقيم والسلوكيات

الإيجابية وذم القيم والسلوكيات السلبية كأهم مؤشر على احترام وتدعيم الخصوصية الثقافية للمجتمع الجزائري، في حين لم يهتم

البرنامج بالعادات والتقاليد حيث سجلنا 11 فكرة فقط تضمنت ذم العادات والتقاليد السلبية والحث على تركها مثل عادة تزويج الشاب الطائش حتى يعقل، وعادة المبالغة في مهر العروس والشروط المادية، أما بالنسبة لاحترام العادات والتقاليد الايجابية والتشجيع عليها فقد سجلنا فكرة واحدة تضمنت هذا المؤشر، تمثلت في التشجيع على عادة الأكل الجماعي من صحن واحد لغرس الألفة والمحبة بين أفراد الأسرة.

أما بالنسبة لاحترام الذوق العام في مختلف ما تعرضه من صور وفيديوهات (حذف مقاطع خادشة للحياء في فيديو، ضبابية الصور غير المحترمة،...)، وحذف الألفاظ المخلة بالحياء إن وجدت، فما لاحظناه أن البرنامج لم يحتوي على لقطات خادشة للحياء تستحق هذه الإجراءات، فمحتوى البرنامج مراعي للذوق العام وللخصوصية الأسرة الجزائرية الملتزمة بالحشمة إلى حد كبير، وقد سجلنا حالة واحدة تم فيها حذف لفظ غير مناسب في حلقة 'جزائريون يأكلون من القمامة'، وكذا استخدمت ضبابية الصورة مرة واحدة في حلقة نساء الشوارع لتغطية وجه الطفل غير شرعي لامرأة تبيت في الشارع حماية له.

2.3 احترام البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' للخصوصية الدينية للمجتمع الجزائري:

الجموع		لا يحترم		يحترم		التكرار احترام الخصوصية الثقافية
ن.م. %	ت	ن.م. %	ت	ن.م. %	ت	
100%	17	0%	0	100%	17	احترام الأحكام الشرعية من حلال وحرام
100%	16	0%	0	100%	16	إقامة السنة النبوية
100%	4	75%	3	25%	1	التستر على الفضائح
100%	37	8.10%	3	91.89%	34	المجموع

جدول رقم (50) احترام البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' للخصوصية الدينية للمجتمع الجزائري

سجل برنامج 'خط أحمر' نسبة 91.89% بالنسبة لاحترام الخصوصية الدينية للمجتمع الجزائري مقابل نسبة 8.10% والتي تشير لعدم احترامها، بحيث تشير النسب المئوية لكل المؤشرات التالية، احترام الأحكام الشرعية من حلال

وحرام، إقامة السنة النبوية بنسبة 100%، حيث تضمن البرنامج مجموعة من الأحكام الشرعية والأحاديث والقصص إقامة للسنة النبوية.

أما بالنسبة لمؤشر التستر على الفضائح وعدم الجهر بالمعصية فهو المؤشر الوحيد الذي يسجل اختراق بنسبة 75% مقابل تسجيل نسبة 25% كنسبة لاحترامه. حيث تم تسجيل اختراق هذا المؤشر في حلقتي بر الوالدين ونساء الشوارع وجزائريون يأكلون من القمامة 1، أين تم الكشف عن أوجه الحالات ففي حلقة 'بر الوالدين' تم كشف أوجه الأم وابنتها اللواتي طردهن الابن من المنزل، وفي حلقة 'نساء الشوارع' تم كشف وجه الأم التي طردها ابنها بعد طلاقها من أبيه، وبالنسبة لحلقة 'جزائريون يأكلون من القمامة 1' فتم الكشف عن أوجه بنات المتسولة القاصرات، اللواتي صرحنا بأن سبب تسولهن هو اهمال أبيهم لهم بعد الطلاق، ليكون بذلك البرنامج مصدر لهذه العائلات.

أما بالنسبة لالتزامها بهذا المؤشر فتمثلت في منع خديجة من الكشف عن وجهها لكونها فتاة قاصر وتجنب فضح أشرار عائلتها الذين هربت منهم بسبب التعنيف.

رابعا: المسؤولية المهنية لبرنامج 'خط أحمر'.

1. الالتزام بالقيم المهنية في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع برنامج 'خط أحمر':

التكرار	يلتزم		لا يلتزم		المجموع	
	ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %
الموضوعية	87	13.76%	545	86.23%	632	100%
المصداقية	247	56.13%	193	43.86%	440	100%
الدقة	553	92.16%	47	7.83%	600	100%
المجموع	887	53.05%	785	46.94%	1672	100%

الجدول رقم (51) يوضح الالتزام بالقيم المهنية في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج.

من خلال الجدول رقم (51) والذي يبين مؤشرات القيم المهنية في البرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي 'خط أحمر' ومدى التزام الصحفية بها، نستطيع القول أن الصحفية تلتزم إلى حد ما بالقيم المهنية بنسبة 53.05% في المعالجة الإعلامية

لمختلف مواضيع البرنامج ، لكن مجموع مؤشرات عدم التزامها بهذه القيم وتجاوزها والمقدر بـ 46.94% وهي نسبة قريبة من نسبة التزامها بالقيم يدل على أن الصحفية لم تحقق درجة كبيرة من الالتزام بهذه القيم، ويعود ذلك إلى تباين نسب الالتزام بمختلف هاته القيم.

فلاحظ من خلال الجدول أن الصحفية حققت التزام بدرجة كبيرة فيما يخص قيمة الدقة حيث قدرت نسبة عدم الالتزام بها 7.83%، في حين نلاحظ العكس بالنسبة لقيمة الموضوعية إذ سجلنا عدم الالتزام بها بنسبة 86.23%، أما نسبة الالتزام بها فهي نسبة ضعيفة عادلته 13.76%.

ويعود هذا التباين بين قيمة الدقة وقيمة الموضوعية من وجهة نظرنا إلى طبيعة البرنامج الذي يعالج مواضيع حساسة من المجتمع والموجه للجمهور متباين الفئات والأعمار، مما يتطلب من الصحفية الحرص على تحقيق الدقة في كلامها ومعلوماتها لتشكيل رسالة واضحة ومفهومة وصحيحة، وكذا مما يجعل من تطبيق قيمة الموضوعية في البرنامج أمرا عسيرا على الصحفية باعتبارها فردا من المجتمع تتفاعل وتنفاعل معه، كما أن المواضيع الاجتماعية تعد مواضيع جذابة لدى الجمهور ومعالجتها بأسلوب عاطفي والتعليق عليها بجمل تعبيرية انفعالية يزيد من بريقها ومن نسبة مشاهدتها، مما يدفع بالصحفية إلى التفاعل والانفعال مع مختلف المواضيع ومناقشتها بذاتية لتحقيق الاثارة والتشويق وتوسيع القاعدة الجماهيرية .

أما بالنسبة لقيمة المصدقية فنسبة الالتزام بها أكبر من نسبة عدم الالتزام بها بنسبة قليلة، فمثلت نسبة

56.13% نسبة الالتزام بها، ومثلت نسبة 43.86% نسبة عدم الالتزام بها.

1.1 الالتزام بقيمة الموضوعية من طرف الصحفية في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر':

المجموع		لا يلتزم		يلتزم		التكرار الموضوعية
ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %	
98	100%	67	68.36%	31	31.63%	الاستثناء
199	100%	199	100%	0	0%	الحياد
199	100%	199	100%	0	0%	الحقائق المجردة
136	100%	80	58.82%	56	41.17%	عرض وجهات نظر مختلفة للفاعلين في البرنامج
632	100%	545	86.23%	87	13.76%	المجموع

الجدول رقم (52) يوضح الالتزام بقيمة الموضوعية في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج.

من خلال نتائج الجدول رقم (51) والذي يوضح التزام مقدمة البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالموضوعية خلال معالجتها الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج، نلاحظ بأن نسبة التزامها بهذه القيمة ضعيفة جدا إذا قدرت بنسبة 13.76%، مقابل نسبة 86.23% كنسبة مثلت تجاوزها لها.

ولعل ذلك يعود بحسب رأينا إلى صعوبة الالتزام بالموضوعية كقيمة مهنية خاصة في برنامج اجتماعي هو برنامج انساني يعالج مواضيع حياتنا اليومية، أي مواضيع تمس كل فرد من أفراد المجتمع الجزائري، ومقدمة البرنامج باعتبارها فردا من هذا المجتمع فهي تنفعل وتتفاعل معها مما يدفعها دائما إلى التعامل معها بذاتية وانحياز، وهذا ما نلاحظه من خلال نسبة الالتزام بالحياد والحقائق المجردة التي قدرت بـ 0%، حيث سجلنا الانحياز الواضح للصحفية في مختلف حلقات البرنامج نحو المرأة بالدرجة الأولى ونحو الوالدين بالدرجة الثانية، فهي دائمة الدفاع عن المرأة وتقدم لها أحسن صورة، ودائمة الدعم للوالدين حتى لو كانوا مخطئين، وهذا ما صرحت به في حلقة 'بر الوالدين'.

كما سجلنا أن ذاتية الصحفية كانت حاضرة في جميع الحلقات وطول الفترة الزمنية لها، حيث كان موقفها واضحا من أي موضوع وعاطفتها موجودة في معالجة أي موضوع، ورأيها الخاص كان دائم الحضور على أنه الحقيقة، فلا تتجرد مختلف

الحقائق والأحداث التي نقلتها الصحفية من ملاحظاتها وتعليقاتها وإبداء رأيها الشخصي بكل وضوح وانحياز، فعملت على نقل الحقائق بعيونها، فتعليقاتها لعبت دور الموجه الذي يقود المشاهد لرؤية الموضوع المعالج كما تراه هي لا كما كان من الممكن أن يراه هو إن هي تجردت من ذاتيتها، فمثلا تعليقاتها في التحقيق الذي أجرته عن نساء الشوارع (المشرذات) ورأيها الشخصي البارز وغير الحيادي والمنحاز في كلماتها الصريحة جعل من كل من في البلاطو ينظرون إلى هاته النسوة وكأنهن مظلومات، وإلى هذه الظاهرة وكأنها ظاهرة ولدها اهمال الدولة لمن هم دون مأوى، وولدها الظلم العائلي الذي تتعرض له النساء في منازلهن، جاعلةً بذلك الحقيقة تختصر في رأيها الشخصي وموقفها المتعاطف مع هاته الفئة، لتُغفل بذلك كل من في البلاطو وإن امكننا القول فئة كبيرة من الجماهير عن جزء آخر من الحقيقة، حول كون خروج المرأة للشارع هو مسؤولية فردية قبل أن يكون مسؤولية اجتماعية ناتجة عن ظروف اجتماعية قاهرة، وعن اهمال الدولة لرقابة دور الرعاية لمثل هاته النسوة (نساء دون ملجأ)، ففي حالات كثيرة قد يكون تشرد النساء نتيجة لقرارات شخصية وسلوكيات خاطئة، قد دفعت بتلك النسوة إلى الشارع فرارا من الجزء الاجتماعي لاخرافهن آداب المجتمع أو ممنوعاته من مخدرات، سرقة، سحر... وغيرها، فعدم نقل الصحفية للحقائق المجردة وعدم التزامها بالحياد في معالجتها لها أثر سلبي على التغطية الإعلامية للموضوع فأبرزت جزءا من الحقيقة فقط.

كما يشير مؤشر عرض وجهات نظر مختلفة والذي قدرت نسبة التزام الصحفية به بـ 41.17%، أما نسبة عدم الالتزام به فقدت بـ 58.82%، إلى ضعف الموضوعية كقيمة بالبرنامج، فقد سجلنا مناقشتها لمختلف أفكار مواضيع البرنامج مع مختلف الفاعلين الدائمين في البرنامج في كل من حلقة 'الزواج مسؤولية'، وهي أكثر حلقة تم فيها مناقشة الموضوع مع كلا الفاعلين في البرنامج (الإمام البشير الابراهيمي والاختصاصية الاجتماعية 'سامية جباري'، وفي حلقة 'تجار الرضع' وحلقة 'مهندسات النظافة' وحلقة 'البر بالوالدين' مع الإمام البشير الابراهيمي والاختصاصية النفسانية 'فاطمة الزهراء'، وكذا في حلقة 'عيد المرأة' مع الإمام 'علي عية' والاختصاصية النفسانية 'فاطمة الزهراء'، في حين غاب في باقي الحلقات والتي كان فيها الإمام البشير الابراهيمي والاختصاصي النفساني 'محمد فرجاني' الفاعلين المناقشين لموضوعاتها.

ومن خلال دراستنا التحليلية ومشاهدتنا لمختلف حلقات عينة الدراسة نستطيع القول بأن الحلقات التي تضمنت عرض وجهات نظر مختلفة هي الحلقات التي تضمنت فاعلين من كلا الجنسين، فأنحياز الصحفية الواضح نحو المرأة في مختلف

حلقات البرنامج، جعلها تحرص على نقل وجهة نظر كل من الاخصائية النفسانية والاختصاصية الاجتماعية، أما الامام سواء تمثل في شخص الإمام البشير الابراهيمي او الامام 'علي عية' فأريه كان حاضرا في مختلف حلقات البرنامج نظرا للمكانة الاجتماعية التي يتمتع بها في المجتمع الجزائري.

في حين في الحلقات التي كان الفاعلون فيها من نفس الجنس وهي الحلقات التي تم فيها مناقشة الموضوع مع الإمام والأخصائي النفساني، فالصحفية كانت تحرص على عرض وجهة نظر واحدة وهي وجهة نظر الإمام، في حين تم تغييب وجهة نظر الاخصائي النفساني.

أما بالنسبة لمؤشر الاستثناء والذي مثلت نسبة 31.63% نسبة الالتزام بها، ونسبة 68.36% نسبة عدم الالتزام به، فما لاحظناه هو معالجة الصحفية للعديد من المواضيع انطلاقات من أحكام تعميمية، والتي سجلناها بشكل خاص في موضوع الزواج بحكمها بالسلب على الزوجة وعلاقتها بأمر زوجها، وكذا في العديد من المواضيع، مثلا في حديثها بتعاطف حول المتسولات واعتبارهن ضحايا الفقر المدقع، في حين تحدث بتعميم عن المتسولون من الرجال واعتبرتهم محتالون.

فالصحفية قد أغفلت استخدام الاستثناء في العديد من المواضيع التي توجب ذلك، لكن هذا لا ينفي استخدامها لها أحيانا، مثلا في حلقة 'مستشفيات ولكن' حين أشارت الصحفية في نهاية التحقيق الذي عرضته أنه رغم سلبيات المستشفيات الجزائرية والعاملين بها، إلا أن هناك من هم يستحقون التكريم لأداء واجبهم بكل إخلاص، وكذا أشارت إلى نفس الملاحظة خلال الحوار حول موضوع المستشفيات الجزائرية، وأيضا سجلنا استخدام الصحفية للاستثناء لتبيان أنه كما هناك فقراء يلجؤون للتسول لكسب قوت عيشهم هناك من يأبى التسول ويعمل أي عمل مهما كانت صعوبته وظروفه الصحية والاجتماعية عفةً منه وبحثا منه عن الرزق الحلال.

ومن خلال المثاليين السابقين نلاحظ بأن استخدام الصحفية للاستثناء جاء بشكل ايجابي لمحاولة تحقيق تغطية متكاملة بتسليط الضوء على الجانب الإيجابي بالإضافة إلى الجانب السلبي من الموضوع المعالج، لكنها لم تكن موفقة في هذا الاستخدام دائما، فقد سجلنا في بعض الحلقات الاستخدام السلبي للاستثناء والتأثير العكسي الذي أحدثه على الرسالة، فمثلا في حلقة التسول أين كان يحاول الإمام إقناع المتسولة سميرة بأنها لا بد من أن تعمل وتترك التسول حتى لو كان العمل هو عاملة نظافة

وأن رفضها العمل في هذه الوظيفة تحت مبرر سوء المعاملة لا يعد عذرا مقبولا على الإطلاق، تتدخل الصحفية لتدعم إجابة المتسولة بأن هناك بعض الأشخاص يكلفون عاملات النظافة فوق طاقتهم، لتبدو رسالتها هنا وكأنها تدعم خديجة في موقفها الرافض للعمل كعامله نظافة، فاستخدامها للاستثناء في هذه النقطة من الحوار لم يكن موفق بل عاد بالسلب على الرسالة التوعوية للإمام.

2.1 الالتزام بقيمة المصدقية في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'.

المجموع		لا يلتزم		يلتزم		التكرار المصدقية
ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %	
199	%100	167	%83.91	32	%16.08	ذكر الشواهد والادلة (الصور، الفيديوهات، الآيات القرآنية، الأحاديث النبوية، الدراسات، الاحصائيات..)
46	%100	2	%4.34	44	%95.65	نقل وتأويل كلام الحالات المستضافة والمشاركين دون تحريف
59	%100	0	%0	59	%98.33	نقل وتأويل كلام الفاعلين الدائمين دون تحريف
136	%100	24	%17.64	112	%82.35	معالجة الموضوع مع أهل الاختصاص
440	%100	193	%43.86	247	%56.13	المجموع

الجدول رقم (53) يوضح الالتزام بقيمة المصدقية في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج.

تلتزم الصحفية بقيمة المصدقية كقيمة مهنية لا بد من توافرها في أي معالجة إعلامية، والتي قدرت بنسبة 56.13%، في حين سجلت نسبة تجاوزها لها بـ 43.86%، فتأتي مؤشرات قيمة المصدقية بنسب متباينة أعلاها نسبة تمثل في نقل كلام الفاعلين الدائمين دون تحريف وأدناها نسبة تمثل في ذكر الشواهد والأدلة.

- المرتبة الأولى: قدرت نسبة المؤشر (نقل كلام الفاعلين الدائمين دون تحريف) كمؤشر دال على قيمة المصدقية بنسبة عادت 100%، حيث عمدت الصحفية إلى إعادة كلام الفاعلين الدائمين شرحا له وتأكيذا عليه دون تحريف.

- المرتبة الثانية: مثلت نسبة 95.65% نسبة مؤشر (نقل كلام الحالات المستضافة والمشاركين دون تحريف)، فالصحفية في حوارها مع هؤلاء تقوم غالبا بإعادة تلخيص أحداث قصتهم أو بالتوجه إليهم بجمل تعبيرية لتأكيد المعلومة للجمهور ولتشكيل رسالة واضحة وإيصال المعنى كما هو دون تحريف، وكذا لتحقيق مزيد من الإثارة والتشويق بتريدها لكلامهم الذي يلخص مأساة قصتهم.

لكننا سجلنا تحريفها للخبرين من أجل اضافة الإثارة على الخبر والتي قدرت بنسبة 4.34%، وذلك في حلقة 'أنا ابتنكم خديجة' أين عادت خديجة في آخر الحلقة بعد أن كانت قد صرحت خلال الحوار معها أنها لن تسامح والديها ولن تطلب السماح منهما، لتقول الصحفية أنها عادت لتطلب السماح من والديها بعد أن تأثرت بقصة الرجل مجهول النسب الذي سامح أمه وجاء يبحث عنها بعد أن تركته، فكتب بالخط الأحمر على الشاشة عودة خديجة لتطلب السماح من والديها، لكن خديجة لم تطلب السماح بل رفضت طلب السماح منهما واكتفت بالقول بأنها عادت لتقول أنها ساحتهم على ما فعلاه بها من تعذيب وضرب، ورغم رفض خديجة طلب السماح من أهلها إلا أن الصحفية ظلت مصرة على نقل الخبر على أساس أنها طلبت السماح من أهلها، وكذلك سجلنا هذا التحريف في قصة الأم في حلقة نساء الشوارع أين عاجلت الصحفية قصتها على أساس أن ابنها قد طردها من المنزل بعد طلاقها من أبيه، لكن الأم قاطعتها قائلة ابني لم يطردني ابني لم يقف معي ولم يبحث لي عن حل أو مسكن، ورغم ذلك استمرت الصحفية في القول بأنه قد طردها.

- المرتبة الثالثة: اعتمدت الصحفية على معالجة الموضوع مع أهل الاختصاص بنسبة قدرت بـ 82.35%، حيث اعتمدت استقبال فاعلين دائمين اعتبرتهم طرفا مهم في نقاش مختلف مواضيع البرنامج باعتبارهم من أهل الاختصاص، والذين تمتلوا في: الإمام، الأخصائي النفساني، الأخصائية الاجتماعية، والذين كانوا فعلا مناسبين لمناقشة المواضيع المتعلقة بالأسرة وعلاقتها والمرأة ومكانتها وتحدياتها مع المجتمع، كما أن تغير الفاعلين أحيانا كان فعلا في إثراء النقاش فيحضر الصحفية للأخصائية الاجتماعية في حلقة الزواج مسؤولية بدل الأخصائي النفساني كان اختيارا في محله، وكذا محاولة الإصلاح بين المتخاصمين يجعل الإمام طرف في الصلح وتوجيه المكالمات مع الطرف الثاني إليه يعد تصرف سليم، باعتبار الإمام من أهم

أفراد المجتمع فاعلية في تقديم النصيحة، إذ يحظى بقبول اجتماعي واسع في المجتمع الجزائري الذي يعطي أهمية كبيرة لما ينص عليه الدين الإسلامي الحنيف.

لكن كان هناك تغييب لبعض الأطراف الهامة في النقاش قدرت بنسبة 17.64%، مثلا في حلقة 'مستشفيات... ولكن' وكذا حلقة 'تجار الرضع'، كان من الأفضل استضافة شخص ذو علاقة بالقطاع الصحفي لمناقشة المشاكل التي تحدث بهذا القطاع، وكذا استضافة رجل قانون للتعرف على نوع العقوبات التي تفرض على تجار الرضع وتوجيه اهلهم نحو الطريقة القانونية للبحث عنهم، فاستضافة الأخصائي النفسي في هاته الحلقات قد يلعب دور باعتباره ذو علاقة بالقطاع الصحي وعلى اطلاع بمشاكله وباعتباره يستطيع دراسة الحالة النفسية للأهالي الذين اختطفت فلذات كبدهم، لكن الإمام في هذه المواضيع دور سطحي لا يتجاوز تعليقات باعتباره فرد من أفراد هذا المجتمع وإشارات نحو الحلال والحرام.

وكذا سجلنا كملاحظة في مناقشة موضوع 'التسول والتشرد' تم اغفال استضافة الأخصائية الاجتماعية كفاعل أساسي في مناقشة هاته الآفات الاجتماعية، حيث تم الاكتفاء باستضافة الإمام والأخصائي النفسي.

- المرتبة الرابعة: يعد مؤشر (ذكر الشواهد والأدلة) المؤشر الوحيد التي لم تلتزم به الصحفية حيث قدرت نسبة اعتماده بـ 16.08% فقط، فاعتمدت في دعم مواضيع البرنامج على بعض الأحاديث والآيات القرآنية التي كانت قليلا ما تستخدمها وكذا اعتمدت على الفيديوهات والصور، أما الفيديوهات فتمثلت في تحقيقات رپورتاجات عن موضوع البرنامج وأما الصور فتمثلت في صور عن المفقودين للمساهمة في البحث عنهم.

أما ما يعادل نسبة 83.91% من معالجتها لمختلف مواضيع البرنامج كان بناءً على كلام ارتجالي ورأي شخصي، حيث قدمت عدة تعليقات قائمة على وجهة نظرها الخاصة، مستخدمة ضمير المتكلم وكلمات تعبيرية عن الرأي مثل (أنا نشوف، في رأي، ...) ومتوجهة بنصائح غالبا ما تبدأها بكلمات توحى بأنها من قناعاتها ورأيها الشخصي مثل (أنا ديمنا نقول، خدي هذه النصائح دستور في حياتك...)، وأطلقت احكام دون أدنى دليل مثل (الرجال أكثر خيانة من النساء، العائلات الجزائرية اليوم يحبون الذكور أكثر من الإناث.... وغيرها).

3.1 الالتزام بقيمة الدقة في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي 'خط أحمر'.

التكرار		لا يلتزم		يلتزم		الدقة
ت	ن. م %	ت	ن. م %	ت	ن. م %	
199	%100	0	%0	199	%100	استخدام كلمات وجمل بسيطة ومفهومة
199	%100	0	%0	199	%100	ذكر كلمات واضحة المعنى غير قابلة للتأويل
154	%77.38	45	%22.61	199	%100	استمرارية الحوار وتشكيل رسالة كاملة ذات معنى واضح
1	%33.33	2	%66.66	3	%100	تصحيح المعلومات الخاطئة ان وجدت
553	%92.16	47	%7.83	600	%100	المجموع

الجدول رقم (54) يوضح الالتزام بقيمة الدقة في المعالجة الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج.

جاءت نسبت التزام الصحفية بقيمة الدقة بنسبة عالية قدر مجموعها بـ 92.16% مقابل نسبة عدم التزام قدرت بـ

7.83% توزعت بالترتيب كما يلي:

- قدر كل من مؤشر استخدام كلمات وجمل بسيطة ومفهومة، وذكر كلمات واضحة المعنى غير قابلة للتأويل بنسبة عالية قدرت بـ 100%.

- قدر مؤشر استمرارية الحوار وتشكيل رسالة كاملة ذات معنى واضح بنسبة 77.38%، حيث سجلنا عدم الالتزام بهذا المؤشر في بعض الحلقات، أين تم الانتقال من فكرة لأخرى بطريقة تُضيع المعنى.

- بالنسبة للمؤشر 'تصحيح المعلومات الخاطئة إن وجدت' فقد عادلنا نسبة الالتزام به 33.33%، حيث أننا سجلنا حالة واحدة تم فيها تصحيح معلومة في حلقة زوجي جنتي، حيث استقبلت الصحفية مرة ثانية المرأة التي طلبت المساعدة في البحث عن عمل لها ولزوجها في حلقة سابقة، وقد صرحت أنها أم لخمسة أولاد وهي حامل وتريد أن تعطي ابنها لمن يريد تربيته، ولكن الجمهور اعتقد أنها تريد بيعه، فوردت عدة اتصالات تعرض عليها مبالغ مقابل ابنها، فأعاد البرنامج استقبالها لتصحيح المعلومة وإعلام الجمهور أنها لا تريد لا بيع ولا منح ابنها وأنها تطلب فقط المساعدة في إيجاد عمل.

وسجلنا كذلك حالات لم يتم فيها تصحيح المعلومة بهدف تحقيق الإثارة والتشويق، والتي قدرت بنسبة 66.66% في الحالات نفسها التي قد سجلناها في تحريف الصحفية لكلام الحالات المستضافة والمشاركين (أنظر الجدول رقم 52)، حيث لم تصحح الصحفية خطأها بل أصرت عليه رغم تصحيح الأطراف الأخرى لها، لما للخبر في هيئته المحرفة من جاذبية أكثر من الخبر الحقيقي.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء
الدراسات السابقة والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

تمهيد

أولاً: نتيجة الفرضية الجزئية الأولى: يعالج البرنامج التلفزيوني
الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' مواضيع اجتماعية مختلفة بهدف
خدمة المجتمع .

ثانياً: نتيجة الفرضية الجزئية الثانية: يلتزم البرنامج التلفزيوني
الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى أداء وظائفه
اتجاه المجتمع

ثالثاً: نتيجة الفرضية الجزئية الثالثة: يلتزم مقدم البرنامج التلفزيوني
الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى المعايير
الأخلاقية المهنية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج.

رابعاً: نتيجة الفرضية الجزئية الرابعة: يلتزم مقدم البرنامج التلفزيوني
الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى القيم
المهنية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج.

النتيجة العامة للدراسة

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة

والمنظور السوسيو-إعلامي للدراسة)

تمهيد

انطلاقاً من التراث النظري للدراسة بمختلف نظرياته السوسولوجية والإعلامية، واستناداً إلى نتائج مختلف الدراسات الميدانية السابقة التي شكلت ركيزة أساسية في دراستنا هاته، ومن خلال دراستنا التحليلية لموضوع الدراسة المتمثل في المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية، باعتماد منهج تحليل المحتوى بشقيه الكمي والكيفي لعينة من حلقات برنامج خط أحمر، توصلنا إلى الإجابة على مختلف تساؤلات الدراسة، التي سنحاول الإجابة عنها من خلال هذا الفصل بتوضيح مدى صدق فروض دراستنا ومناقشة نتائجها في ضوء معطيات الدراسات السابقة والمنظور السوسيو-إعلامي للدراسة.

أولاً: نتيجة الفرضية الجزئية الأولى: يعالج البرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي 'خط أحمر' مواضيع اجتماعية مختلفة بهدف خدمة المجتمع.

تعد البرامج التلفزيونية الاجتماعية من البرامج المفضلة لدى الجمهور وهذا ما أثبتته كل من دراسة طارق بن ناصر الشدوخي' ودراسة رضوى صبري عباس' وكذا دراسة إبراهيم الدجان'، هذه البرامج التي هي عبارة عن نسق فرعي ضمن النسق الكلي هدفها هو الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع، من خلال بناء رأي عام واعي، حيث أن مكانة التلفزيون وسلطته الوجودية وقدرته الهندسية من جهة ونوعية المواضيع التي تناولها هذه البرامج وحساسيتها من جهة ثانية، فرضت عليها دوراً إعلامياً وتوعوياً وتوجيهياً وتربوياً، فكما يعد الربح وتوسيع القاعدة الجماهيرية من أهدافها فخدمة المجتمع وتحقيق صالحه وتنميته لا بد أن تمثل أهم أهدافها، خاصة أنها ظهرت في ظل انتهاج سياسة خصخصة الإعلام وفتح باب الحرية الإعلامية للتلفزيون الخاص.

من خلال دراستنا التحليلية لحلقات عينة الدراسة توصلنا إلى أن نموذج دراستنا والمتمثل في برنامج 'خط أحمر' على الرغم من سعيه لتحقيق الربح والشهرة من خلال مختلف المواضيع المثيرة التي تناولها، إلا أنه يعد برنامجاً تلفزيونياً حوارياً

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

اجتماعي هادف، يعالج مواضيع اجتماعية، ويسعى لخدمة المجتمع وتنميته، حيث تم اثبات صدق الفرضية الأولى التي تنص على 'يعالج البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' مواضيع اجتماعية مختلفة بهدف توعية المجتمع بها'.

فأثبتت نتائج الدراسة أن:

1. البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' قد تناول مواضيع مختلفة صبت كلها في القالب الاجتماعي،

حيث:

أ. تناول الجزء الأكبر من زمن البرنامج والذي قدر بنسبة 80.05% مما يعادل 538 د و 14 ثا معالجة المواضيع

الرئيسية التي انقسمت الى نوعين:

- نسبة 70.18% منها تمثلت في المواضيع التي تخص الأسرة الجزائرية بمختلف علاقاتها جاءت في المرتبة الأولى منها

العلاقة ما بين الآباء، فتناولت موضوع عقوق الوالدين وبرهما وظلم الآباء للأبناء بنسبة قدرت بـ 39.96% ، ثم في المرتبة

الثانية موضوع الزواج بنسبة 32.39% الذي تم التركيز فيه على الزوجة كفاعل أساسي في العلاقة الزوجية وفي المشكلات

الأسرية، وتم إهمال دور الزوج في بناء مؤسسة الزواج والحفاظ على استقرارها واستمرارها، وفي المرتبة الأخيرة موضوع المرأة بنسبة

27.53% الذي خصص البرنامج له حلقة كاملة بعنوان عيد المرأة وتناولها في مختلف حلقاته، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة

'إيمان عبد الحكيم احمد زايد' التي توصلت من خلال دراستها إلى أن العلاقات الزوجية والعلاقات الأسرية تحتل النسب الأعلى

من حيث القضايا الاجتماعية التي تهتم بها البرامج التلفزيونية الجماهيرية خاصة في القنوات الخاصة.

- نسبة 29.81% تمثلت في المواضيع التي تخص المجتمع ككل، والتي تعلقت بالمشكلات والآفات الاجتماعية،

فتناول البرنامج موضوع التسول والذي مثل نسبة 38.18% من المواضيع التي تخص المجتمع، ثم موضوع المستشفيات

الجزائرية مبرزا مختلف سلبياته من إهمال وتسبب بنسبة 26.72%، وكذا تناول موضوع التشرد في حلقتين مختلفتين مركزا على

العنصر النسوي دون الذكور بنسبة 23.58%، وأخيرا موضوع تجار الرضع الذي حُصِّصَ له أقصر فترة زمنية على الرغم

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

من عنونة حلقة كاملة باسمه حيث قدرت نسبته بـ 11.26%، فالآفات الاجتماعية تعد من المواضيع الهامة والتي تحتم تناولها البرامج الاجتماعية وهذا ما توصلت إليه دراسة 'مايا باشا' وكذا دراسة 'طاهر حورية'.

ب. أما الجزء الأقل من زمن البرنامج والذي قدر بـ 13.02% فقد تناول فيه البرنامج المواضيع الفرعية التي تعد مواضيع اجتماعية تنموية خدمتية وتشكل الجانب الإنساني للبرنامج، وقد جاءت بالترتيب من أعلى نسبة إلى أدنى نسبة كما يلي: البحث عن مفقود 41.93%، طلب المساعدة 33.95%، تكريم شخص 17.48%، التعريف بجمعية 6.16%.

2. اتجه البرنامج في معالجته لمختلف مواضيعه اتجاه واضح وصريح، حيث مثلت نسبة الاتجاه المحايد 0%، في حين قدرت نسبة الاتجاه الإيجابي بـ 51.47%، أما نسبة الاتجاه السلبي فقد قدرت بـ 48.52%، فالبرنامج كان متعدد المواقف ما بين تأييد ودعم وتعاطف وبين معارضة ورفض، وذلك ناتج عن تنوع طبيعة المواضيع المعالجة ما بين مواضيع إيجابية ومواضيع سلبية، وتتفق هذه النتيجة مع نتيجة دراسة 'إيمان عبد الحكيم احمد زايد' التي أشارت إلى أن اتجاه كل من القنوات الخاصة والحكومية بالنسبة لمعالجة الموضوعات المطروحة كان اتجاه الجوانب الإيجابية مع تصدر الجوانب الإيجابية بشكل أكثر في القنوات الخاصة، فرغم التقارب ما بين نسبة الاتجاه الإيجابي والسلبي في دراستنا إلا أن الاتجاه الإيجابي هو الغالب، وهو ما سجلناه بنسبة 100% في المواضيع الفرعية للبرنامج.

وكذلك وافقت هذه النتيجة نتيجة دراسة الطاهر حورية لاتجاه برامج عينة الدراسة نحو المواضيع المعالجة خلال حلقاتها، فتوصلت إلا أن نسبة الحالات المؤيدة أكثر من نسبة الحالات المعارضة وأما الحياد فنسبته منخفضة جداً.

أ. الاتجاه نحو المواضيع الرئيسية:

بالنسبة للمواضيع الرئيسية قد غلب عليها الاتجاه المعارض في المعالجة حيث قدر بنسبة 54.69%، في حين قدر الاتجاه المعارض في تناولها بـ 45.30%، وهذا عائد إلى كون المواضيع السلبية كانت حاضرة بنسبة أكبر من المواضيع الإيجابية.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

- الاتجاه المعارض: بالنسبة للمواضيع التي تخص المجتمع والتي تمثلت في مشكلاته الاجتماعية حيث قدر الاتجاه السلبي نحوها بـ 67.90% توزعت كما يلي: موضوع تجار الرضع بنسبة 100%، التسول بنسبة 80%، المستشفيات الجزائرية بنسبة 65%، التشرد بنسبة 43.47%.

أما المواضيع التي تخص الأسرة فنسبة الاتجاه المعارض نحوها تمثلت في 44% والتي توزعت إلى: موضوع الآباء والأبناء بنسبة 67.56%، الزواج بنسبة 42.5%، والمرأة بنسبة 8.69%.

- الاتجاه المؤيد: غلب الاتجاه الإيجابي على المواضيع التي تخص الأسرة حيث قدر بنسبة 56%، والذي توزع كما يلي: موضوع المرأة 91.30%، موضوع الزواج 57.5%، الآباء والأبناء 32.43%.

أما المواضيع التي تخص المجتمع فكانت نسبة هذا الاتجاه نحوها أقل وقدرت بـ 32.09% حيث توزع على مختلف المواضيع كما يلي: التشرد بنسبة 56.52%، المستشفيات الجزائرية بنسبة 35%، التسول بنسبة 20%، أما تجار الرضع فهي نسبة منعدمة.

ب. الاتجاه نحو المواضيع الفرعية: أما بالنسبة للمواضيع الفرعية فقد سجلنا نسبة 100% بالنسبة للاتجاه المؤيد للبرنامج في معالجتها لكون هذه الأخيرة مواضيع إيجابية بحد ذاتها.

3. وتباين المعالجة الإعلامية لمواضيع البرنامج سواء من حيث المواضيع أو الاتجاه، تدل على أن البرنامج لا يسعى إلى لتحقيق الربح فقط بالتركيز على المواضيع المثيرة، بل يسعى كذلك إلى تحقيق التوعية والنصح والإرشاد من خلال مختلف المواقف الإيجابية والسلبية التي اتخذها ومختلف النماذج الإيجابية والسلبية التي عرضها.

وهذا ما أكدته نسبة هدف البرنامج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا التحليلية والتي تمثلت في:

- الهدف التوعوي التوجيهي هو الهدف الأبرز لهذا البرنامج حيث قدر بـ 39.69%، وهو ما يتفق مع دراسة 'طاهر حورية'.

- يليه بنسبة لا تقل إلا بالقليل الهدف الإخباري الذي قدر بنسبة 37.18%.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة

والمنظور السوسيو-إعلامي للدراسة)

- ونظرا لأن الفكرة في الموضوع قد تحمل أكثر من هدف في نفس الوقت، فقد سجلنا أن البرنامج يهدف إلى تحقيق خليط بين الإعلامي والتوعوي والتفسيري والذي جاء في المرتبة الثالثة لأهداف البرنامج بنسبة 15.07%.

- أما في المرتبة الأخيرة فسجلنا الهدف التفسيري للبرنامج بنسبة لا تتعدى 8.04%.

4. لتحقيق البرنامج هذه الأهداف المختلفة اعتمد على مناقشة مختلف المواضيع مع فاعلين مختلفين تمثلوا في الإمام الذي خصصت له أطول فترة بنسبة 29.23%، تليه الصحفية التي لا يقل الزمن المخصص لها عن زمن الإمام بنسبة 28.29%، ثم الحالة المستضافة بنسبة 24.14%، فالأخصائي النفسي بنسبة 9.85%، فالأخصائية الاجتماعية بنسبة 2.70%، ثم الجمهور بنسبة 5.75%.

5. استخدم هؤلاء الفاعلين في حواراتهم ونقاشاتهم اللهجة المحلية مع اللغة العربية كلغة أساسية بنسبة قدرت بـ 47.47%، ثم اللهجة المحلية بنسبة 46.46%، وهوما اتفقت معه نتيجة دراسة 'ريحة نبار' واختلفت معه دراسة 'طاهر حورية' التي توصلت إلى أن البرامج اعتمدت اللغة العامية بنسبة أكبر، أما بالنسبة لاستخدام مزيج من اللهجات واللغات الأجنبية والعربية فنسبة استخدامها ضعيفة جدا قدرت بـ 6.06%، وذلك من أجل إيصال الرسالة بصورة واضحة ومفهومة لمختلف فئات الجمهور المستهدف والتي تمثلت في: المواطنون بالدرجة الأولى بنسبة 38.19%، الوالدين بنسبة قدرت بـ 14.59%، الأبناء بنسبة 13.30%، الأزواج بنسبة 12.87%، المرأة: بنسبة 10.72%، وأخيرا الدولة بنسبة 10.30%.

فالبرنامج إذا يستهدف مختلف أفراد المجتمع في مقدمتهم الأسرة الجزائرية بمختلف عناصرها، وهذا ما أشارت إليه كذلك دراسة 'طاهر حورية'.

6. ونظرا لتباين طريقة تفكير الجمهور واشتراكهم في مبادئ وأسس مجتمعية، فقد اعتمد البرنامج للوصول لهدفه الإعلامي والتوعوي وإقناع الجمهور برسائله على استمالات مختلفة وذلك بنسب متفاوتة، كانت أعلاها للاستمالات العاطفية بنسبة 70.26%، وتليها المنطقية بنسبة 16.66%، ثم التخويف بنسبة 13.07%. وقد أثبتت ذلك دراسة سابقة ل'الطاهر حورية' التي توصلت إلى أن البرامج الاجتماعية الجزائرية تعتمد بالدرجة الأولى على أسلوب العاطفة.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة

والمنظور السوسيو-إعلامي للدراسة)

- الإستimalات العاطفية: وتمثلت في:

○ الخطاب الإعلامي العاطفي وكذا استدعاء مصادر بعينها على سبيل الاستشهاد بغرض الحشد العاطفي بنسبة

23.25%.

○ التذكير بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية بنسبة 20.93%.

○ العدوى النفسية والحديث باسم الجماعة بنسبة 8.37%.

○ استخدام الشعارات والرموز والأحكام والأمثال الشعبية، استخدام الأساليب اللغوية (التشبيه، الاستعارة....)،

استخدام صيغ التفضيل: قدرت نسب استخدام هذه الإستimalات بنفس النسبة التي عادلته 6.97%.

○ التذكير بالجزاء الدنيوي والثواب الأخروي بنسبة 3.25%

- الإستimalات المنطقية: تمثلت في: الاستشهاد بأحداث واقعية بنسبة 47.05%، وبناء النتائج على المقدمات في

المرتبة الثانية بنسبة 29.41%، وتفنيد وجهة النظر الأخرى والتي قدرت بـ 23.52%، أما استخدام الأرقام والإحصائيات

فنسبتها معدومة.

- استimalات التخويف: وتجلت في: استخدام الآيات والأحاديث التي تحمل استimalة تخويف تنبه للضرر الدنيوي

بنسبة 50%، استخدام الآيات القرآنية والأحاديث النبوية للتزهيب بنسبة 32.5%، مؤشر التنبيه للعقاب الأخروي بنسبة

17.5%.

7. لم يكتفي البرنامج باستخدام هذه الإستimalات من أجل الوصول لهدفه بل اعتمد كذلك على استخدام الموسيقى

من أجل إضفاء طابع جمالي على البرنامج وتدعيم الدور التأثيري للرسالة، فاعتمد على الموسيقى التي تبعث على الحزن والألم

في غالبية حلقاته بنسبة قدرت بـ 92.59%، بالإضافة إلى اعتماد ضعيف على الموسيقى التي تبعث على الفرح والبهجة

بنسبة 7.40%.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-إعلامي للدراسة)

هذه الموسيقى قد استخدمت غالبا عند بث التحقيق والروبورتاج، هذا الأخير اللذان يعدان قوالب مدعمة للبرنامج اعتمدها البرنامج لتدعيم القالب الفني الرئيسي له والمتمثل في الحوار من أجل مناقشة المواضيع المطروحة بطريقة واقعية أكثر، فاعتمد الروبورتاج بنسبة قدرت بـ 58.82% وكذا التحقيق بنسبة 41.18% .

وقد أيدت نتيجة دراستنا هذه دراسة 'الظاهر حورية' التي توصلت إلى أن الموسيقى الحزينة هي الموسيقى الطاغية في البرامج الاجتماعية.

8. ومن أجل إعطاء اللقطة معناها الحقيقي وإيصال الرسالة من خلالها بشكل فعال اعتمد البرنامج كما أثبتت دراسة طاهر حورية اللقطة المتوسطة بنسبة 54.05%، وهي أعلى نسبة إذ أنها تعد لقطه شائعة في البرامج الحوارية واللقطة البعيدة بنسبة 25.82%، وأخيرا تم اعتماد اللقطة القريبة بنسبة 20.12%.

ثانيا: نتيجة الفرضية الجزئية الثانية: يلتزم البرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي 'خط أحمر'

بالمسؤولية على مستوى أداء وظائفه اتجاه المجتمع

يحتل الإعلام بمختلف أنواعه مكانة مهمة كفاعل أساسي في بلورة الرأي العام وكمؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية؛ إذ لم يعد دور التنشئة والتربية يقتصر على الأسرة والمدرسة بل صار يشمل مؤسسات اجتماعية أخرى أثبتت مع مرور الزمن أهميتها التربوية، ففي إطار التساند الوظيفي ما بين مختلف الأنساق الفرعية يقوم الإعلام كنسق فرعي بعدة وظائف داخل المجتمع بهدف الحفاظ على استقراره وتوازنه.

تفرض مكانة البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية كبرامج تتناول مواضيع حساسة وتعتمد الحوار بميزاته التأثيرية كقالب فني أساسي في معالجتها الإعلامية دورا اجتماعيا محددًا يتمثل في سلوك اجتماعي يتوقعه وينتظره الجمهور منها، فمكانتها تحدد لها دور المساهمة في تنمية المجتمع وتطويره والحفاظ على استقراره وتوازنه، من خلال تأديتها للوظائف التي يستلزمها هذا الدور، بتقديمها لمعالجة إعلامية لمختلف موضوعات البرنامج، تُعلم بها الجمهور بما يحدث في المجتمع من أحداث ووقائع وتوعيه بمختلف الظواهر والمشكلات الاجتماعية.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

ومن خلال دراستنا التحليلية توصلنا إلى أن البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' باعتباره برنامج ذو هدف توعوي كما أثبتت الفرضية الأولى، حقق من خلال معالجته الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج عدة وظائف استلزمها دوره الاجتماعي، وفرضها عليه ضرورة التساند الوظيفي لتحقيق استقرار وتساند المجتمع، حيث تم اثبات صحة الفرضية الثانية والتي تنص على أن: 'البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' يلتزم بالمسؤولية على مستوى أداء وظائفه اتجاه المجتمع'، فأثبتت نتائج الدراسة المتوصل إليها باستخدام منهج تحليل المحتوى بشقيه الكمي والكمي أن البرنامج يؤدي وظائف مختلفة، جاء في مقدمتها الوظائف الاجتماعية والتي قدرت بنسبة 30.22%، تليها في المرتبة الثانية الوظيفة الإخبارية بنسبة 23.85%، وتلي هاتينوظيفتين الأساسيتين الوظائف التالية بالترتيب: الوظيفة التربوية بنسبة 15.85%، الوظيفة الدينية بنسبة 12%، الوظيفة الأخلاقية بنسبة 9.92%، الوظيفة الاقتصادية بنسبة 8.14%.

1. جاءت الوظيفة الاجتماعية كوظيفة في المرتبة الأولى، فهي من أهم الوظائف التي يؤديها برنامج 'خط أحمر' والإعلام الاجتماعي بصفة عامة، خاصة أدائه لوظيفة التوعية، وهذا ما أكدت عليه كل من دراسة 'رييحة نبار'، ودراسة 'طاهر حورية'، دراسة 'اليمين شعبان'، دراسة 'مايا باشا'، ودراسة 'إيمان عبد الحكيم أحمد زايد'.

وتتجلى الوظيفة الاجتماعية لبرنامج 'خط أحمر' في:

أ. المساهمة في البناء القيمي والسلوكي للجماهير بنسبة 46.56%، من خلال الإشادة بالقيم والسلوكيات الإيجابية، ذم القيم والسلوكيات السلبية، تدعيم المعايير الاجتماعية، نقل التراث الاجتماعي بتمرير العادات والتقاليد.

وقد تمثلت القيم التي ساهمت في نشرها أو الحد منها في: قيم إيجابية، وقيم سلبية، وهي قيم إما عكست واقع المجتمع

أو عمل البرنامج على تمريرها أثناء معالجته الإعلامية لمختلف مواضيع البرنامج.

- القيم الإيجابية: وتمثلت في:

○ القيم المجتمعية: قيمة الاحترام، قيمة النصيحة، قيمة الترابط الأسري، قيمة المسؤولية، قيمة التعاطف، قيمة الامتنان

والتقدير، قيمة التعاون وتقديم المساعدة، قيمة التسامح.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

- القيم الفكرية: قيمة المثابرة والعمل، قيمة التروي والعقلانية، قيمة حسن الظن بالله.
 - القيم الأخلاقية: الصبر، القناعة والرضى، الإخلاص والوفاء، الأمانة.
 - القيم السياسية: قيمة الاعتزاز بالوطن والوحدة الوطنية، قيمة ايثار المصلحة العامة
 - القيم السلبية:
 - القيم المجتمعية السلبية : قيمة إفشاء أسرار البيوت وفضح الناس ، قيمة البؤس والفرق، قيمة التفكك الأسري، قيمة الجهر بالسوء، قيمة الحقد، وقيمة التشجيع على الخطيئة.
 - القيم اللاأخلاقية: التهم دون دليل، الاحتيال، الجشع والطمع، الخيانة، التفاخر وحب المظاهر.
 - القيم السياسية السلبية: التسبب والإهمال، قيمة تفضيل المصلحة الخاصة على العامة.
 - القيم الفكرية السلبية: غياب ثقافة الحوار، الاتكالية ، التشاؤم وسوء الظن.
- ب. تهيئة المناخ الملائم للتغيير بالتوعية بما يدور في المحيط من مشاكل اجتماعية وأسرية وقدرت نسبتها ب 29.41%.
- ت. بث روح التعاون والتضامن والتماسك الاجتماعي وذلك بالمساهمة في البحث عن المفقودين، والتعريف بمختلف الجمعيات الخيرية، التعاطف المعنوي الذي يبديه البرنامج مع مختلف الحالات المعالجة في حلقاته، وقد قدرت نسبتها ب 24.01%.
2. أما الوظيفة الإخبارية فالبرنامج عمل على نقل معلومات عن الواقع المعاش، وتقديم معلومات عن الرؤية الدينية لمختلف مواضيع البرنامج، وكذا تقديم تفسيرات تميزت بالسطحية، ومناقشة العديد من الأفكار، لكن لم يولي اهتمام كبير بمناقشتها مع عدة أطراف مختلفة، فغالبا يتم التركيز على وجهة نظر الإمام بالدرجة الأولى.
3. الوظيفة التربوية: والتي تجلت بصورة واضحة في التوعية بالمشكلات الأسرية المختلفة، الإشارة لطريقة الحياة الزوجية الصحيحة، اقتراح حلول للمشكلات الأسرية، كما تبينت ولو بنسبة ضعيفة في تناول أسباب المشكلات الأسرية، الإشارة إلى طرق التربية الصحيحة والتأكيد على أهمية التعليم.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

4. الوظيفة الدينية: فالطابع الديني كان بارزا بقوة في مختلف حلقات البرنامج، حيث ساهم البرنامج في تعليم التعاليم الإسلامية، تعليم السنة النبوية، وكذا التوعية بالمحرمات الدينية.
5. الوظيفة الأخلاقية: مثلت 'ممارسة النقد البناء' الوظيفة الأساسية للبرنامج من بين الوظائف الأخلاقية، ثم تليها وظيفة تقديم العون للمتضرر والمحتاج والتي تجسدت في بث نداءات طلب المساعدة، ثم وظيفة التدخل للصلح بين المتخاصمين، وأخيرا تأتي وظيفة تكريم أشخاص.
6. وظيفة اقتصادية: حيث ساهم البرنامج في إبراز المشكلات الاقتصادية بالدرجة الأولى، وكذا نشر ثقافة العمل والتشجيع على الابتكار والإنتاج.

ثالثا: نتيجة الفرضية الجزئية الثالثة: يلتزم مقدم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى المعايير الأخلاقية المهنية.

ترتبط الإعلام بالمجتمع علاقة تبادلية بحيث أن الإعلام لا يمكن أن يكون فعالا في المجتمع إن هو خرج عن معاييرته وتحكم على خصوصيته، ولا يمكن للمجتمع أن يتقدم إن تحلى عن أهم وسائل التنمية وهو الإعلام بمختلف أنواعه، والبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية هي إحداها، حيث أن هذه الأخيرة لا يمكن أن تنفصل عن المجتمع باعتبارها تستمد مواضيعها من واقعه، هاته المواضيع التي اختلفت الاتجاهات نحو معالجتها اعلاميا بين مؤيد لذلك تأكيدا على أهمية الإعلام في التوعية بها، وبين معارض لذلك نقدا للدور السلبي الذي تلعبه في الترسخ لها من خلال تكرار عرضها مما يحولها من ظواهر سلبية شاذة إلى أخطاء عادية ساهمت عدة ظروف في خلقها.

فحساسية هذه المواضيع إذا تتطلب من هذه البرامج الأخذ بعين الاعتبار مبادئ المجتمع وقواعده وأخلاقياته في معالجتها، وإلا وقعت تحت وطأة الجزاءات والرفض الاجتماعي قبل العقوبات التي ستفرضها سلطة ضبط السمعي البصري، فهذه البرامج حتى وإن كانت تُقدم باعتبارها برامج حوارية تبث على قناة خاصة في إطار خصخصة الإعلام وشعار الحرية الإعلامية غير القائم في الواقع، فإنها مُلزَمة بالالتزام بالمعايير الأخلاقية المهنية للإعلام، ومن الواجب الأخلاقي للصحفي أن

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

يلتزم بالخلق الإسلامي الذي نشأ عليه ويلتزم بأخلاقيات المهنة المشرفة، ويجعل ضميره رقيباً له قبل قوانين الضبط السمعي البصري، من أجل خلق حوار اعلامي مبني على القيم ويؤسس للقيم.

ومن خلال دراستنا التحليلية توصلنا إلى اثبات صدق الفرضية الثالثة التي تنص على: يلتزم البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى المعايير الأخلاقية المهنية فى معالجته لمختلف مواضيع البرنامج، فيلتزم باحترام الخصوصية الفردية واحترام الخصوصية الاجتماعية للمجتمع الجزائري، أما فيما يخص إقامة الصحفية لأخلاقيات الحوار فقد تم اثبات احترامها مع الحالات المستضافة والمشاركين فى البرنامج، أما مع الفاعلين الدائمين فعلى الرغم من اقامتها لها إلا أنها لم تلتزم بإقامة مبدأ التوازن فيما بينهم.

1. فأثبتت النتائج فيما يخص احترام البرنامج للخصوصية الفردية والاجتماعية أن:

أ. تشير نسبة 94.73% إلى احترام الصحفية لخصوصية الأفراد فى البرنامج وهى نسبة عالية تعود بالإيجاب على البرنامج، تميزت بالالتزام بنسبة 100% لجميع المؤشرات ما عدا مؤشر واحد، أما المؤشرات التي تم احترامها بنسبة 100% فتمثلت فى: ذكر الاسم غير كاملاً لرغبة صاحبه، ذكر الاسم كاملاً بإذن صاحبه، عرض صور بإذن صاحبه، عرض فيديوهات بإذن صاحبه، احترام حق الأفراد فى الظهور من عدمه، أما المؤشر الذى سجلنا فيه تجاوزات، فتمثل فى منع سرد التفاصيل الخاصة والذى قدرت نسبة الالتزام به بـ 68%، أى ما يعادل 32% كنسبة لعدم احترامه، ولقد اتفقت دراسة 'طاهر حورية' مع دراستنا فى هذا النتيجة، حيث توصلت إلى أن الصحفيون يحترمون رغبة الأفراد فى الظهور من عدمه فى حين لا يحترمون الحياة الخاصة فيسردون تفاصيل خاصة لا داعي لها، وهذا عكس ما توصلت إليه دراسة 'سحر محمد صوفي' ودراسة 'محمد أبو شعيشع حسن' التي اثبتت احترام الصحفيون للحياة الخاصة للمشاركين فى برامج الدراسة.

ب. البرنامج الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' قد التزم خلال معالجته الإعلامية باحترام الخصوصية الاجتماعية للمجتمع الجزائري والمتمثل فى كل من الخصوصية الثقافية والخصوصية الدينية، بنسبة 98.66% أما نسبة عدم احترامها فهي 1.33%.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

- أما احترامه للخصوصية الثقافية فكان بنسبة 100% فلم نسجل أي تجاوزات لها، إذ تضمن البرنامج في المرتبة الأولى تدعيم المعايير الاجتماعية والإشادة بالقيم والسلوكيات الإيجابية ودم القيم والسلوكيات السلبية كأهم مؤشر على احترام وتدعيم الخصوصية الثقافية للمجتمع الجزائري، في حين لم يهتم البرنامج بالعادات والتقاليد حيث سجلنا أحد عشرة فكرة تضمنت ذم العادات والتقاليد السلبية والحث على تركها مثل عادة تزويج الشاب الطائش حتى يعقل، وعادة المبالغة في مهر العروس والشروط المادية، أما بالنسبة لاحترام العادات والتقاليد الإيجابية والتشجيع عليها فقد سجلنا فكرة واحدة تضمنت هذا المؤشر تمثلت في التشجيع على عادة الأكل الجماعي من صحن واحد لغرس الألفة والمحبة بين أفراد الأسرة.

وفي ما يخص احترام الذوق العام في مختلف ما تعرضه من صور وفيديوهات (حذف مقاطع خادشة للحياء في فيديو، ضبابية الصور غير المحترمة،...)، حذف الألفاظ المخلة بالحياء إن وجدت، فما لاحظناه ان البرنامج لم يحتوي على لقطات خادشة للحياء تستحق هذه الإجراءات، فمحتوى البرنامج مراعي للذوق العام وللخصوصية الأسرة الجزائرية الملتزمة بالحشمة إلى حد كبير مقارنة بالمجتمعات الأخرى، وقد سجلنا حالة واحدة تم فيها حذف لفظ غير مناسب، وتجدد بنا الإشارة إلى منع عرض الصور أو كلمات نابية كان المعيار الأخلاقي مشترك ما بين برنامج دراستنا وبرامج دراسات كل من 'طاهر حورية'، 'سحر مُجَّد صوفي'، 'حنان كيلاني'، ودراسة 'مُجَّد أبو شعيشع حسن'.

- سجل برنامج 'خط أحمر' نسبة 94.44% بالنسبة لاحترام الخصوصية الدينية للمجتمع الجزائري مقابل نسبة 5.55% والتي تشير لعدم احترامها، بحيث سجلت المؤشرات التالية: احترام الأحكام الشرعية من حلال وحرام وإقامة السنة النبوية نسبة 100%، فتضمن البرنامج مجموعة من الأحكام الشرعية والأحاديث والقصص إقامة للسنة النبوية، ولم يتم تسجيل أي تجاوز لها.

في حين سجلنا تجاوز في ما يخص مؤشر التستر على الفصائح وقدرت بنسبة 75%، مقابل تسجيل نسبة 25% كنسبة لاحترامه.

2. أما بالنسبة لإقامة الصحفية لأخلاقيات الحوار فقد توصلنا إلى:

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

- إقامة الصحفية لأخلاقيات الحوار مع الحالة المستضافة والمشاركين في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بنسبة 94.09%، في حين تم تسجيل تجاوز لهذه الأخلاقيات نسبة 5.91%.

حيث حققت مؤشرات احترام أخلاقيات الحوار مع الحالات المستضافة من طرف الصحفية نسبة عالية من الالتزام عادل 95.23%، في حين سجلت نسبة ضعيفة لتجاوز هذه الأخلاقيات قدرت بـ 4.76%، فعادلت نسبة احترام كل من مؤشر عدم سبه و شتمه و مؤشر عدم توجيه أسئلة محرجة وشخصية له نسبة 100%، أما بالنسبة لباقي المؤشرات فقد سجلت تجاوزا لها حيث:

○ سجلت المؤشرات 'عدم الضغط عليه للإجابة، عدم التشكيك في إجابته، عدم توجيه التهم له'، نسبة احترام قدرت بـ 98.33%، أما نسبة اختراق كل مؤشر منها فعادلت نسبة 1.66%.

○ أما مؤشر 'عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزيد من معاناته' فعادلت نسبة الالتزام به 81.66%، أما عدم الالتزام به فقد قدرت بـ 18.33%.

○ أما مؤشر 'عدم مقاطعته أثناء الإجابة' فقد قدرت نسبة احترامه بـ 90%، أما عدم احترامه فنسبة 10%.

في حين أشار مجموع مؤشرات إقامة الصحفية لأخلاقيات الحوار مع المشاركين في البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' إلى التزام الصحفية بهذه الأخلاقيات واحترامها حيث قدرت نسبة الالتزام بها بـ 91.53%، جاء فيها مؤشر 'عدم سبه أو شتمه' وكذا مؤشر 'عدم الضغط عليه للإجابة' في المرتبة الأولى بنسبة 100%، ثم تلتها المؤشرات: 'عدم التشكيك في إجابته، عدم توجيه التهم له' بنسب متساوية قدرت بـ 96.29%، ثم كل من المؤشر 'عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزيد من معاناته'، ومؤشر 'عدم توجيه أسئلة محرجة وشخصية له' بنفس النسبة بما يعادل 88.88%، وأخيرا المؤشر 'عدم مقاطعته أثناء الإجابة' بنسبة 70.37%.

أما بالنسبة لعدم احترام وإقامة أخلاقيات الحوار مع المشاركين في البرنامج، فقد سجلنا نسبة ضعيفة قدرت بـ 8.46%، أعلاها يتمثل في نسبة 29.62% وتمثلت في عدم احترام مؤشر 'عدم مقاطعة المشارك أثناء الإجابة'، يليها مؤشر 'عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزيد من معاناته' والذي قدر بنسبة 11.11%، ثم مؤشر 'عدم توجيه أسئلة محرجة

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

وشخصية له، ثم تلتها نسبة 3.70% وتمثل نسبة كل من المؤشرات التالية: 'عدم التشكيك في إجابته، عدم توجيه التهم له'، مع أما بالنسبة للمؤشرين 'عدم الضغط عليه للإجابة، عدم سبه أو شتمه' فنسبة عدم احترامهما هي 0%.

وما لاحتضانه من خلال الدراسات السابقة أن البرامج الحوارية المتناولة فيها قد احترمت مبدأ إقامة أخلاقيات الحوار، وهذا ما أشارت إليه كل من نتائج دراسة 'سحر مُجد صوفي'، دراسة 'رضوى صبري عباس'، دراسة 'حنان كيلاني'، ودراسة 'مُجد أبو شعيشع حسن'.

- بالنسبة لإقامة أخلاقيات الحوار مع الفاعلين الدائمين في البرنامج، فقد سجلنا عدم إقامة الصحفية لمبدأ التوازن في الحوار الذي يعد من أهم المعايير المهنية الأخلاقية كما أشارت إلى ذلك نتائج دراسة 'سهير صالح ابراهيم'، فلم تلتزم به في توجيه الأسئلة ما بين الفاعلين الدائمين، فتوصلنا إلى أن النسبة الأكبر من الأسئلة قد وجهت للإمام بنسبة بلغت 74.46%، في حين وجهت نسبة 25.53% للأخصائي النفسي.

كما لم تُقم هذا التوازن من حيث إعطاء فرص متساوية للطرفين للتدخل والتعليق، فرغم كونها قد أعطت فرصة 79.06% للفاعلين الدائمين للتدخل والتعليق ومقابل عدم السماح لهم بالتدخل والتعليق بنسبة 20.93%. فإن هذه الفرض لم تمنح بطريقة متساوية ما بين الفاعلين الدائمين، ففي حين تم احترام تدخل وتعليق الإمام بنسبة 97.72%، فالأخصائي النفسي سمح له بالتدخل والتعليق بنسبة 66.66%، أي أن الإمام قد منع من التدخل والتعليق بنسبة 2.27% أما الأخصائي النفسي فنسبة منعه قدرت بـ 33.33%.

وكذا لم تحترم هذا المبدأ فيما يخص عدم مقاطعة الفاعلين الدائمين عند الإجابة أو التعليق، فرغم أن النتائج أشارت إلى أن الصحفية تحترم عدم مقاطعة الفاعلين الدائمين عند الإجابة أو التعليق بنسبة قد بلغت 90.30%، في حين عدم احترامها لهذا الأخير لم تتجاوز 9.69%. لكن هذا الاحترام متباين ما بين الإمام والأخصائي النفسي، حيث نلاحظ أن الأخصائي النفسي قد تم مقاطعته بنسبة أكبر من الإمام، فقد قدرت نسبة احترام الأخصائي النفسي وعدم مقاطعته أثناء

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة

والمنظور السوسيو-إعلامي للدراسة)

الإجابة أو التدخل والتعليق بنسبة 81.81%، في حين تم مقاطعته بنسبة 18.18%، أما الإمام فتم احترامه بعدم مقاطعته بنسبة بلغت 93.18%، وقدرت نسبة عدم احترامه ومقاطعته بنسبة 6.61%.

رابعا: نتيجة الفرضية الجزئية الرابعة: يلتزم مقدم البرنامج التلفزيوني الحوارى الاجتماعى 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى القيم المهنية فى معالجته لمختلف مواضيع البرنامج

يتمثل البعد الثالث من أبعاد المسؤولية الاجتماعية فى ضرورة التزام الإعلام بالقيم المهنية المختلفة والمتعددة، والتي حملت فى طياتها قيم أخلاقية، فهى ذات طابع مهني أخلاقي أين يستحيل الفصل ما بينهما فهما وجهان لعملة واحدة، ويعد الالتزام بهذا البعد واجبا أخلاقيا ومهنيا على كل صحفي، ومفتاح لنجاح البرنامج الإعلامى وكذا وسيلته لخدمة المجتمع فى نفس الوقت، فالترامه مثلا بالمصادقية سيوسع قاعدته الجماهيرية ويحقق له الربح وفى نفس الوقت سيرتقى به إلى مصف البرامج التنموية بمساهمته فى مد الجمهور بالمعلومات الصحيحة والصادقة.

لكن رغم هذا فالالتزام بهذه القيم ليس أمرا شائعا فى الوسط الإعلامى، نظرا لسعي مختلف البرامج الإعلامية لتحقيق الصفق الصحفى والخبر العاجل وعرض مختلف القضايا المثيرة للجدل لما تحققه لها من الربح والتي تجعلهم يتجاوزون بعض القيم المهنية فى سبيل الحفاظ على بريقها.

وفى دراستنا التحليلية استهدفنا دراسة مدى التزام الصحفى بالقيم المهنية، وذلك نظرا للدور المهم الذى يقوم به هذا الأخير من جهة، والذى تمليه عليه المكانة التى يشغلها فى البرنامج، فتعدد أدواره قد يوقعه فى حالة صراع واضطراب وتوتر وهو ما قد أشار إليه بارسونز، الأمر الذى قد يؤدي به لتجاوز بعض القيم فى سبيل أداء أحد أدواره، ليحقق دورا على حساب دور آخر، مثل تحقيق جماهيرية البرنامج على حساب مصادقية المعالجة الإعلامية للبرنامج لمختلف مواضيعه، ومن جهة أخرى نظرا لأهمية المعنى الذى يعطيه الصحفى لمختلف سلوكياته خلال المعالجة الإعلامية للموضوع، إذ لا يمكن فهم السلوك بمعزل عن المعنى الذى يعطيه إياه الفاعل، ولأننا لا نستطيع قراءة نوايا الصحفى، فنستطيع قراءتها من خلال دراسة مدى التزامه

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة

والمنظور السوسيو-إعلامي للدراسة)

الاجتماعية التي يصعب مناقشتها بموضوعية، وهذا ما نلاحظه من خلال نسبة الالتزام بالحياد والحقائق المجردة التي قدرت بـ 0%.

كما يشير مؤشر عرض وجهات نظر مختلفة والذي قدرت نسبة التزام الصحفية به بـ 41.17%، أما نسبة عدم الالتزام به فقدت بـ 58.82%، فالبرنامج يعتمد غالباً على إبراز رأي الإمام، وهذا عكس دراسة 'سحر مُجد صوفي' التي أشارت نتائج دراستها إلى أن عرض أكثر من وجهة نظر كان الغالب في البرامج عينة الدراسة، أما بالنسبة لمؤشر الاستثناء فقدت نسبة الالتزام به بـ 31.63% فقط.

2. تلتزم الصحفية بقيمة المصدقية كقيمة مهنية لا بد من توافرها في أي معالجة إعلامية، والتي قدرت بنسبة 56.13%، في حين سجلت نسبة تجاوزها لها بـ 43.86%.

- المرتبة الأولى: قدرت نسبة المؤشر (نقل كلام الفاعلين الدائمين دون تحريف) كمؤشر دال على قيمة المصدقية بنسبة عادلته 100%.

- المرتبة الثانية: مثلت نسبة 95.65% نسبة مؤشر (نقل كلام الحالات المستضافة والمشاركين دون تحريف)، لكننا سجلنا تحريفها لخبرين من أجل إضفاء الإثارة على الخبر والتي قدرت بنسبة 4.34%.

- المرتبة الثالثة: اعتمدت الصحفية على معالجة الموضوع مع أهل الاختصاص بنسبة قدرت بـ 82.35%، لكن كان هناك تغييب لبعض الأطراف الهامة في النقاش قدرت بنسبة 178.64%، وتتفق نتيجة دراستنا هذه مع نتيجة كل من دراسة 'سحر مُجد صوفي' ودراسة 'إيمان عيد الحكيم احمد زايد'، مما يمكننا من القول بأن البرامج الحوارية الاجتماعية تراعي اختيار ضيوفها حسب موضوع البرنامج بحثاً عن تحقيق المصدقية التي تعد معياراً أساسياً لنجاح أي برنامج تلفزيوني.

- المرتبة الرابعة: يعد مؤشر (ذكر الشواهد والأدلة) المؤشر الوحيد التي لم تلتزم به الصحفية حيث قدرت نسبة الالتزام به بـ 16.08% فقط، أما ما يعادل نسبة 83.91% من معالجته لمختلف مواضيع البرنامج كان بناءً على كلام ارتجالي ورأي شخصي.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

3. جاءت نسبة التزام الصحفية بقيمة الدقة بنسبة عالية قدر مجموعها بـ 92.16% مقابل نسبة عدم الالتزام بها قدرت بـ 7.83%، توزعت بالترتيب كما يلي:

- قدرت نسبة كل من مؤشر 'استخدام كلمات وجمل بسيطة ومفهومة'، و'ذكر كلمات واضحة المعنى غير قابلة للتأويل' بنسبة عالية قدرت بـ 100%.

- قدرت نسبة مؤشر 'استمرارية الحوار وتشكيل رسالة كاملة ذات معنى واضح' بنسبة 77.38%.

- بالنسبة لمؤشر 'تصحيح المعلومات الخاطئة إن وجدت'، والذي يعد من أهم المبادئ التي لا بد أن يلتزم بها أي صحفي كما أشارت إلى ذلك دراسة 'سهير صالح ابراهيم'، فقد عادت نسبة الالتزام به 33.33% فقط، في حين سجلنا حالات لم يتم فيها تصحيح المعلومة بهدف تحقيق الإثارة والتشويق، والتي قدرت بنسبة 66.66%.

❖ النتيجة العامة للدراسة:

تعد البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية العربية نموذجا للعديد من البرامج التلفزيونية العربية المقلدة عن برامج غربية، ففكرة هذه البرامج فكرة غربية بحثة، فهي ليست أصيلة الفكرة ولا وليدة المجتمع، تجاوز التقليد فيها حد الفكرة إلى أخذ البرنامج في قالبه الجاهز دون أدنى تغيير، والبرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي 'خط أحمر' وهو أنموذج دراستنا البحثية برنامج مقلد عن البرنامج اللبناني 'أحمر بالخط العريض' والذي بدوره برنامج مقلد عن البرنامج الغربي *tout est possible* تبين بسيط في درجة جرأة المواضيع وكيفية معالجتها، لكن الفكرة واحدة تمثلت في معالجة مشكلات أسرية واجتماعية واستقبال حالات لتشكيل موضوع الحلقة.

ونظرا لحساسية مواضيع هذا البرنامج وخصوصية المجتمع الجزائري المحافظ مقارنة مع غيره من المجتمعات، كان لا بد له من الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية من أجل أن يحظى بالقبول الاجتماعي من جهة ومن أجل أن يؤدي دوره التنموي بفعالية من جهة ثانية.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

ومن خلال دراستنا التحليلية قد توصلنا إلى اثبات صدق الفرضية العامة والتي تنص على أن 'يلتزم البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية الاجتماعية في مختلف أبعادها خلال معالجته لمضامين البرنامج، واتفقت نتيجتنا هذه مع دراسة كل من 'مُجد أبو شعيع حسن'، 'ميادة عبدالعال'، 'حسين خليفة وحسن خليفة' ودراسة 'أمال حسن الغزوي'، ولكن تجدر بنا الإشارة إلى أن البرنامج بالفعل قد حقق إلى حد ما التزام بالمسؤولية الاجتماعية، لكنه كذلك قد سجل مجموعة من التجاوزات على مستوى بعدي المعايير الأخلاقية المهنية والقيم المهنية، نتيجة للأفعال الانفعالية للصحفية وكذا الأفعال الغائبة التي هدفت إلى تحقيق الربح للبرنامج.

فأشارت النتائج إلى أن البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' برنامج يستهدف مختلف أفراد المجتمع في مقدمتهم الأسرة الجزائرية بمختلف عناصرها، فيعالج مواضيع متعددة تباينت بين ما هو إيجابي وما هو سلبي، تمثلت في مواضيع تخص الأسرة الجزائرية ومواضيع تخص المجتمع الجزائري ككل، وكذا تناول مواضيع إنسانية من بحث عن مفقود وتقديم المساعدة، تكريم الآخرين، وتعريف بجمعيات في سبيل توسيع نشاطاتها.

وقد كان البرنامج واضح الاتجاه حيث لم يتخذ موقف المحايد من أي موضوع، بل كان متعدد المواقف ما بين تأييد ودعم وتعاطف وبين معارضة ورفض، فلم يركز على المواضيع السلبية فقط باعتبارها بوابة لتوسيع القاعدة الجماهيرية، بل تناول كذلك مواضيع إيجابية أبدى دعمه لها، هادفاً بذلك لمد الجمهور بمختلف المعلومات والأحداث والتوعية بها، معتمداً على حوار قائم على خليط من اللغة العربية واللهجة المحلية لإيصال رسالة البرنامج إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، من خلال الحوار مع فاعلين مختلفين تمثلوا في الإمام، الأخصائي النفسي، الحالات المستضافة والأخصائية الاجتماعية والجمهور.

ومن أجل تشكيل صورة واضحة المعالم فقد اعتمد البرنامج اللقطة المتوسطة بصورة أكبر نظراً لملاءمتها لطبيعة البرنامج الحوارية حيث تعمل هذه اللقطة على إبراز مختلف حركات المتكلم عن قرب فتشكل رسالة واضحة متكونة من اللغة وإشارات الجسد، بالإضافة على اعتمادها على اللقطة البعيدة واللقطة القريبة.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

وقد تميز البرنامج بطابعه العاطفي الانفعالي الذي تجسد في استخدامه للاستمالات العاطفية الإقناعية بدرجة كبيرة إلى جانب الإستمالات العقلية واستمالات التخويف، كما تتبين العاطفة في استخدام الموسيقى التي تبعث على الحزن والألم خلال مختلف الربورتاجات والتحقيقات التي بنيت خلال البرنامج كقوالب فنية داعمة للقلب الأساسي للبرنامج والمتمثل في الحوار، بالإضافة الى استخدام ضعيف للموسيقى التي تبعث على الفرح والبهجة.

ونظرا لكون البرنامج التلفزيوني نسق فرعي ضمن النسق الكلي، تفرض عليه مكانته دور معين في المجتمع للحفاظ على استقراره وتوازنه، فهو يؤدي مجموعة من الوظائف احتلت فيها الوظيفة الاجتماعية المرتبة الأولى، حيث يساهم البرنامج في البناء القيمي والسلوكي للجماهير من خلال الاشادة بالقيم والسلوكيات الإيجابية ودم القيم والسلوكيات السلبية، فساهم في نقل وعكس مجموعة من القيم الإيجابية التي كان أبرزها القيم المجتمعية التي تمثلت خاصة في قيمة الاحترام والنصيحة والترابط الأسري، وكذا نقل وعكس مجموعة من القيم السلبية وأبرزها القيم المجتمعية السلبية من إفشاء أسرار البيوت وفضح الناس، قيمة البؤس والفقر، قيمة التفكك الأسري والقيم اللاأخلاقية مثل التهم دون دليل والجشع والطمع، وكذلك ساهم في البناء القيمي والسلوكي من خلال تدعيم المعايير الاجتماعية ونقل التراث الاجتماعي وتمرير العادات والتقاليد.

كما تجلت الوظيفة الاجتماعية للبرنامج في تهيئة المناخ الملائم للتنمية والتغيير، وفي بث روح التعاون والتضامن والتماسك الاجتماعي.

وأدى البرنامج إلى جانب الوظيفة الاجتماعية عدة وظائف تمثلت في الوظيفة الإخبارية، الوظيفة التربوية، الوظيفة الدينية، الوظيفة الأخلاقية والوظيفة الاقتصادية.

وبالاستناد إلى مختلف الوظائف التي يؤديها برنامج 'خط أحمر' نستطيع القول أن البرنامج قد يساهم في التنمية الاجتماعية للمجتمع من خلال نشر الوعي الاجتماعي وتحقيق التماسك الاجتماعي، لكن إن هو التزم بالمعايير الأخلاقية المهنية والقيم المهنية للإعلام، والتي تعد معيارا أساسيا من أجل تحقيق القبول الاجتماعي وابقاء البرنامج في إطار البرنامج

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة)

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

التنموي الهادف لخدمة المجتمع وتنميته لا لتحقيق الربح فقط، فالمسؤولية الاجتماعية ما هي إلا التزام بمجموعة من الوظائف والقيم والأخلاقيات لتحقيق الموازنة ما بين تحقيق الربح وخدمة المجتمع.

وقد انتهت نتائج الدراسة إلى اثبات التزام البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' بالمسؤولية على مستوى المعايير الأخلاقية المهنية، حيث راع البرنامج خصوصية المجتمع واحترامها والتزم باحترام خصوصية الأفراد رغم تسجيل بعض التجاوزات القليلة بشأن السماح بسرد بعض التفاصيل الخاصة والتي ادرجت بهدف اضاءة الإثارة للبرنامج، كما أن الصحفية قد التزمت بإقامة أخلاقيات الحوار مع كل من الحالات المستضافة والمشاركين في البرنامج، وكذا مع الفاعلين الدائمين في البرنامج بتوجيه الأسئلة لهم وإعطاءهم فرصا للتدخل والتعليق وعدم مقاطعتهم عند الإجابة أو التعليق.

لكن ما يعاب على الصحفية هنا هو التفاوت وعدم التوازن الذي أحدثته ما بين الفاعلين الدائمين، حيث أعطت فرص أكبر للإمام للتدخل وقاطعت الأخصائي النفساني بصورة أكبر، كما لم تحترم مبدأ التوازن فيما يخص توجيه الأسئلة فأغلب الأسئلة كانت موجهة للإمام، وغالبا يعود السبب في ذلك للمكانة الاجتماعية والقبول الاجتماعي الذي يتمتع به الإمام مقارنة بالأخصائي النفساني في المجتمع الجزائري، لتساهم بذلك الصحفية في التقليل من قيمة الطبيب النفسي بإهائها لرأيه.

كما أثبتت نتائج الدراسة التزام الصحفية بالقيم المهنية للإعلام إلى حد ما، فنسبة عدم الالتزام بها قدرت بـ 46.94% وهي نسبة كبيرة، وتعد قيمة الموضوعية هي أكثر قيمة سجلت عدم التزام بها من طرف الصحفية ويعود ذلك من وجهة نظرنا إلى صعوبة مناقشة مواضيع البرنامج بموضوعية باعتبارها من واقعنا المعاش، والتي تعاملت معها الصحفية غالبا بانفعالية وعاطفة، وهذا ما نلاحظه من نسبة الالتزام بالحياد والحقائق المجردة والتي قدرت بـ 0%، كما ركز البرنامج على عرض وجهة نظر الإمام غالبا، وانطلق من أحكام تعميمية أحيانا في مناقشته لمختلف مواضيع البرنامج إذ أنه اعتمد بنسبة ضعيفة على استخدام أسلوب الاستثناء وهو أسلوب مهم في مناقشة مواضيع حساسة مثل المواضيع الاجتماعية للابتعاد عن المبالغة والتهويل وإبراز الصورة الاجتماعية بصورة كاملة وواضحة.

الفصل السادس: مناقشة وتحليل نتائج الدراسة (في ضوء الدراسات السابقة

والمنظور السوسيو-اعلامي للدراسة)

أما بالنسبة للالتزام الصحفية بالمصادقية فنسبها متقاربة مع نسب الالتزام بقيمة الموضوعية، فنستطيع القول بأن هناك التزام إلى حد ما بها، لكن النسبة الكبيرة لعدم الالتزام بها والتي قدرت بـ 43.86% تعود بالسلب على البرنامج، حيث عملت الصحفية على نقل كلام الفاعلين الدائمين دون تحريف في حين اخترقت هذا المبدأ بالنسبة للحالات المستضافة والمشاركين فرغم التزامها بنسبة كبيرة بنقل كلامهم بأمانة دون تحريف فهي قد خرقت هذا المبدأ مرتين في حلقتين مختلفتين، كما أن كلامها كان في غالبه كلام ارتجالي مبني على رأي شخصي يفتقر للشواهد والأدلة، وصحيح أن البرنامج اعتمد على مناقشة مواضيع البرنامج مع الإمام والأخصائي النفساني كفاعلين دائمين في البرنامج باعتبارهم من أهل الاختصاص القادرين على مناقشة مواضيع البرنامج، كما تم استضافة الأخصائية الاجتماعية في حلقتين من البرنامج، إلا أن البرنامج تجاهل استضافة أخصائيين كان لا بد من توافرهم في بعض الحلقات، كرجل القانون، وفاعلين في قطاع الصحة.

أما فيما يخص قيمة الدقة فنظرا لكون البرنامج برنامج جماهيري يستهدف كل أفراد المجتمع، فقد اعتمد استخدام كلمات وجمل بسيطة ومفهومة، وذكر كلمات واضحة المعنى غير قابلة للتأويل، كما أن الحوار خلال البرنامج في غالبه اتسم بالاستمرارية وشكل رسالة كاملة ذات معنى واضح، ولكن هذا لا ينفي أن الحوار كان أحيانا يخرج عن إطار الوضوح حيث ينساق نحو النقاش العشوائي المتقطع الأفكار نتيجة لتدخلات الصحفية الانفعالية أو لمقاطعها للفاعلين في نقاشات تمس الدولة، أما بالنسبة لتصحيح المعلومات الخاطئة إن وجدت، والذي يعد من أهم المبادئ التي لا بد أن يلتزم بها أي صحفي فقد سجلنا حالة واحدة تم فيها الالتزام بهذا المبدأ، في حين تم تسجيل حالتين تم فيه تجاوزه بهدف تحقيق الإثارة والتشويق.

فالبرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر' قد التزم إلى حد ما بالمسؤولية الاجتماعية في أبعادها الثلاث من حيث أداء وظائفه اتجاه المجتمع، والتزامه بالمعايير الأخلاقية المهنية، والالتزام بالقيم المهنية، إلا أن السعي لتحقيق الربح وتوسيع القاعدة الجماهيرية أدى به إلى خرق بعض المعايير الأخلاقية والقيم المهنية بنسبة لا يستهان بها تعد نقطة سلبية للبرنامج، وتنقص من قيمته كبرنامج تلفزيوني تنموي هدفه توعية المجتمع وتنميته.

خاتمة

خاتمة:

ختاما فقد سعت هذه الدراسة لدراسة الدور التنموي للإعلام، من خلال تسليط الضوء على دراسة مدى التزامها بالمسؤولية الاجتماعية كمؤشر على مدى إمكانية اعتبارها برنامجا يهدف لخدمة المجتمع من خلال تحقيق الوعي الاجتماعي، فالتنمية لا تقتصر فقط على تحسين مستوى المعيشة ومحاربة الأمية وتقديم الرعاية الصحية، بل تتعدى ذلك إلى نشر الوعي الاجتماعي وتحقيق التماسك الاجتماعي والاندماج الاجتماعي والتوافق الاجتماعي، فهي تعدت الملموس إلى الوعي والفكر، وهنا برز الدور الرئيسي للإعلام كوسيلة تنموية فعالة تدفع عجلة التنمية لمختلف المجتمعات إلى الأمام، فالمهمة الأساسية للجهاز الإعلامي في مجال التنمية هي تزويد المجتمع بأكبر قدر ممكن من الحقائق والمعلومات الدقيقة التي يمكن للمعنيين بالتنمية التحقق من صحتها لخلق رأي عام واع وفعال وقادر على توجيه الأفراد لمساعدة أنفسهم؛ والإسهام بفاعلية في الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم؛ وتشجيعهم للقيام بدور فعال في تنمية مجتمعهم وتوعيتهم ليكونوا على إدراك ووعي بمشكلات مجتمعهم. هذا الدور الذي لا يمكن للإعلام تحقيقه إلا اذا كان إعلاما مسؤولا اجتماعيا.

فالمسؤولية الاجتماعية هي المدخل الإيجابي لتفعيل الدور التنموي للإعلام، وهي المؤشر الأساسي الذي يجعلنا ندرك مدى فعالية أي برنامج إعلامي في تحقيق التنمية، وهي الطريق الصحيح لتعظيم مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية وتحويله إلى مجتمع مساند للعملية التنموية، وتحويل أفراد هذا المجتمع إلى وكلاء للتنمية والتغيير، بتشكيل رأي عام واع وبناء، من خلال الحرص على تأدية مختلف الوظائف المنوطة منها من المجتمع، واحترام مختلف المعايير الأخلاقية المهنية، وكذا الالتزام بمختلف القيم المهنية، فصالح المجتمع وتنميته لا بد أن يكون الهدف الأسمى للإعلام.

وقد توصلنا من خلال دراستنا إلى حقيقة مفادها أن هناك التزام بالمسؤولية الاجتماعية بمختلف أبعادها من طرف البرنامج التلفزيوني الحواري الاجتماعي 'خط أحمر'، غير أنه إلى جانب تحقيقه لهذه المسؤولية قد تجاوزها في كثير من الأحيان بحيث لا يمكن تجاهل تلك التجاوزات فهي تعد نقطة سلبية للبرنامج، وتؤثر بالسلب على قيمتها التنموية.

فإن كنا من خلال ما توصلنا إليه من نتائج لا نستطيع إسقاط شرعية التزام البرنامج بالمسؤولية الاجتماعية وكونه برنامج التزم بالكثير من مبادئها، وهدف في عديد من حلقاته إلى تحقيق وعي اجتماعي بمختلف المواضيع التي تناولها، إلا أننا

لا نستطيع كذلك غض النظر عن مختلف التجاوزات التي مارسها بهدف تحقيق الربح والإثارة والتشويق من مبالغة في الأسلوب العاطفي والارتجالي والشخصي في معالجة المواضيع، ومن تعميم لبعض الأحكام، وانحياز واضح في العديد من القضايا المطروحة، وتحريف للمعلومة بغية الحفاظ على بريق الخبر الزائف، وتغيب لآراء مهمة والتركيز على رأي واحد، اختراق للخصوصيات، ومعالجة سطحية للمواضيع تركز على الأثر السليبي دوناً عن السبب والنتيجة...، فهذه التجاوزات قد أُلقت بظلمها على الدور التنموي للبرنامج، فقللت من هذا الدور وفاعليته.

فحساسية المواضيع المتناولة في البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية، تقتضي دقة كبيرة في معالجتها، فجمهورها متباين التفكير، متعدد التفسير، كما وتقتضي العمل على تقديم معالجة ذات مصداقية عالية قائمة على الأدلة والشواهد، والحرص على المعالجة الموضوعية إلى أكبر قدر ممكن، حتى وإن كان ذلك صعب المراس لكون المواضيع مواضيع تمس المجتمع وتحاكي واقعه، فالصحفي كفرد من هذا المجتمع يجد صعوبة في أن يكون حيادي الموقف، فيكون منحازاً وانفعالياً في غالب الأحيان، مما يجعل من الحوار رأياً شخصياً يفرض على أنه الحقيقة المطلقة، فالأصح من وجهة نظرنا أن يتعد قدر الإمكان عن إطلاق الأحكام ويحاول توفير تغطية كاملة لا تقتصر على جانب دون آخر، ويدير الدفة للنصح والحكم لأهل الاختصاص من الفاعلين في البرنامج.

والأهم من هذا وذاك والذي يعد الدرجة الأولى لارتقاء سلم التنمية الإعلامية، الالتزام الأخلاقي للصحفي، هذا الالتزام الذي تنطلق لبنته الأولى من الضمير الأخلاقي للصحفي، فالصحفي الناشئ على الأخلاق والقيم لن يصعب عليه شيء مما تنص عليه أخلاقيات الإعلام، بل يتجاوزها خلقاً.

كما وتجدر بنا كباحثة في سوسيولوجيا التنمية، ودراسة لعلم اجتماع الاتصال، ومهتمة بمختلف القضايا التي تمس الاعلام والمجتمع، الإشارة إلى أن القول بأن هذه البرامج تؤسس بصورة تدريجية عن طريق تكرار تناولها ومعالجتها للمواضيع الاجتماعية من خصوصيات فردية وطبقات اجتماعية وظواهر شاذة ومستترة، لجعلها مواضيع عادية تسقط عنها الخصوصية، وتساهم بصورة غير مباشرة في نشرها من خلال التعريف بما بعد أن كانت مستترة، فيه شيء من الصحة فديدننا الحنيف حرم علينا الجهر بالمعصية لتفادي انتشارها ولستر المذنب، ولا احترام خصوصيات الأفراد.

لكن واقع اليوم بما يمليه من اجتياح للإعلام بمختلف أنواعه وتعدد محتواه، وبمختلف الظواهر الشاذة التي ظهرت فيه نتيجة للبعد عن الدين، يفرض علينا ضرورة التوعية بما يحدث في المجتمع لمواجهة مختلف الرسائل الإعلامية التي تبث في ظل حرية النشر والبث وغياب الرقابة التي يتميز بها الأنترنت، وكذا لمواجهة مختلف البرامج الغربية التي جعلت من هذه المواضيع شغلها الشاغل لتعالجها بطرق لا أخلاقية لا تتلاءم مع ثقافتنا وديننا.

فهذه البرامج لا بد أن تؤسس على دراسات علمية، وتقدم من طرف صحفيين كفاء، وتحلل وتعالج من طرف أخصائيين، فلاستغناء عن هذه البرامج ليس حلا في ظل الطوفان المعلوماتي والفضائي في عصرنا هذا، لكن التأسيس لإعلام تنموي يجعل من المسؤولية الاجتماعية ركيزته في معالجة المواضيع الاجتماعية هو الوسيلة لتحقيق التنمية، فالابتعاد عن كشف وجوه الحالات وسرد التفاصيل الخاصة التي لا تسمن ولا تغني من جوع، ولا تعود بالفائدة إلا على البرنامج بتحقيق التشويق والإثارة، والحرص على الممارسة الأخلاقية وعلى المعالجة الموضوعية والدقيقة والصادقة، ومراعاة خصوصية المجتمع من قيم وعادات وتقاليد ودين ومبادئ، هو ما سيمكن هذه البرامج من أن تلعب دورا تنمويا في المجتمع بمساهمتها في تكوين رأي عام واع، ومساعدة مختلف الحالات المستضفة ومثيلاها ممن يشاهد البرنامج بالاندماج في المجتمع.

في نهاية هذا العمل وبعد ما توصلنا إليه من نتائج كمية وكيفية، سنحاول الوقوف عند بعض التوصيات المتعلقة بهذا النوع من البرامج وكيفية العمل على تفعيل دورها التنموي، وكذا بعض المقترحات البحثية لمن قد يكون مهتما بدراسة مسألة التنمية الإعلامية، وواقع الإعلام والبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية ودورها التنموي:

- سر نجاح أي قطاع يكمن في توظيف أفراد مسؤولين مهنيا وأخلاقيا، فالتنشئة الاجتماعية السليمة المبنية على المبادئ والأخلاق، هي من تكون أفراد فعالين في المجتمع في أي قطاع كان.
- التركيز على التكوين الأخلاقي للصحفيين في تكوينهم الدراسي أو المهني.
- العمل على تقنين أكثر دقة لأخلاقيات الإعلام.
- التشجيع على الإعلام الجيد والفعال والملتزم بأخلاقيات المهنة والمسؤولية الاجتماعية، من خلال منح الجوائز الامتيازات للملتزمين بها.

- من باب المسؤولية الاجتماعية للصحفي الامتناع عن التشهير بالآخرين وعدم عرض وجوه الحالات المستضافة في البرامج الاجتماعية حتى لو كان ذلك بمحض إرادتهم، تجنبنا لفضحهم.
- استفادة هذه البرامج من مختلف ما توصلت إليه الدراسات العلمية التي تناولت هذه البرامج كموضوع للدراسة.
- الانطلاق من خصوصية المجتمع في اختيار مواضيع البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية، والابتعاد عن التقليد الأعمى للبرامج الغربية.
- عدم الأخذ بنسبة المشاهدة العالية كدليل على نجاح البرنامج، فحتى البرامج الهابطة والأخلاقية تحقق نسبة مشاهدة عالية.
- القيام بدراسات قبلية وبعديّة لجمهور هذه البرامج لدراسة دورها التنموي من خلال تحقيق الوعي الاجتماعي لديهم.
- القيام بدراسات تحليلية لمحتوى هذه البرامج لمعرفة إن كان محتواها إيجابيا أم سلبيا.
- القيام بدراسات مقارنة ما بين مواسم البرامج في الماضي والحاضر لمعرفة إن كان هناك مجرد زيادة عدد في عدد مواسم البرنامج أم أنه مع كل موسم جديد تحدث هذه البرامج تقدم في المحتوى بما يخدم المجتمع.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

➤ الكتب باللغة العربية:

1. ابراهيم السيد حسنين، أخلاقيات الإعلام وقوانينه، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2015م.
2. ابراهيم بدر الصبيحات، أخلاقيات الأعمال والمسؤولية الاجتماعية، دار الجنان للنشر والتوزيع، 2017م.
3. أحمد مُجّد الزعبي، علم النفس الاجتماعي، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2010م.
4. أحمد مُجّد علبق وآخرون، وسائل الاتصال والخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2004م.
5. احسان مُجّد الحسن، النظريات الاجتماعية المتقدمة -دراسة تحليلية في النظريات الاجتماعية المعاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2015م.
6. إياب كريب، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس ، ترجمة: مُجّد حسين غلوم و مُجّد عصفور، عالم المعرفة، الكويت، 1999م.
7. اكرام عدني، سوسيولوجيا الدين والسياسة عند ماكس فيبر، منتدى المعارف، ط1، بيروت، 2013م.
8. العربي بوعمامة، نظرية الواجب الأخلاقي في الإعلام، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، قسنطينة، 2020م.
9. أنطوني جيدنر، مقدمة نقدية في علم الاجتماع، ترجمة: أحمد زايد وآخرون، علي مولا للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 2006م.
10. انتصار ابراهيم عبد الرزاق، صفد حسام الساموك، الإعلام الجديد... تطور الأداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2001م.
11. بهات حسيب قهره داني، الحوار التلفزيوني-فن المعرفة، مركز دراسات رودوا، 2018م، ص62.

قائمة المراجع

12. بلقاسم سلطانية، الجيلاني حسان، محاضرات في المنهج والبحث العلمي، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون الجزائر، 2007م.
13. جان بودريار، المصطنع والاصطناع، ترجمة: جوزيف عبد الله، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت-لبنان، 2008م.
14. جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارت، ط1، بيروت، 2008م.
15. جزام البيلاوي وآخرون، حصاد القرن: المنجزات العلمية والانسانية في القرن العشرين (العلوم الانسانية والاجتماعية)/ فكر عربي، دار الفارس للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2007م.
16. جينيفر م.ليمان، تفكيك دوركام -نقد ما بعد بعد بنوي، ترجمة: محمود أحمد عبد الله، المركز القومي للترجمة، ط1، القاهرة، 2013م.
17. جمال الزاوي، الحتمية القيمية والحتمية الديالكتيكية لمواجهة الرداءة، جامعة الدكتور يحي فارس بالمدينة.
18. جمال مجاهد وآخرون، مدخل إلى الاتصال الجماهيري، دار المعرفة الجامعية، مصر.
19. حجاب منير، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004م.
20. حمام محمد الزهير، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، أمواج للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2015م.
21. حمدي حسين، مقدمة في دراسة وسائل وأساليب الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987م.
22. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1998م.
23. طاهر حسو الزبياري، النظرية السوسولوجية المعاصرة، دار البيروني للنشر والتوزيع، 2017م.

قائمة المراجع

24. طارق الصادق عبد السلام، خالد بن عبد العزيز الشريدة، مقدمة في علم الاجتماع، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2020م.
25. ياسمين مدحت مُجّد، مدحت أبو نصر، التنمية المستدامة: مفهوماها - أبعادها - مؤشراتها، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر، 2017م.
26. كامل مُجّد، مُجّد عويضة، علم النفس الاجتماعي، سلسلة علم النفس، دار الكتب العلمية، جزء 11، بيروت - لبنان، 1996م.
27. لطفية مصباح حمير، دور المنظمات الدولية في حل مشكلة حقوق الانسان في عصر العولمة - دراسة تحليلية من رؤية العولمة الاجتماعية، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، ط1، مصر، 2010م.
28. لمياء طالة، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن - عمان، 2014م.
29. ماكس فيبر، مفاهيم أساسية في علم الاجتماع، ترجمة صلاح هلال، المركز القومي للترجمة، ط1، القاهرة، 2011م.
30. مالك بن نبي، بين الرشاد والتهيه، دار الفكر، ط2، دمشق، 2006م.
31. مالك بن نبي، مشكلة الأفكار في العالم الإسلامي، دار الفكر، ط9، دمشق، 2009م.
32. مالك بن نبي، شروط النهضة، دار الفكر، ط6، دمشق سوريا، 2006م.
33. موريس أنجس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي، دار القصة للنشر والتوزيع، ط2، 2006م.
34. محي مُجّد مسعد، المجتمع العربي وظاهرة العولمة، دار الكتاب القانوني، مصر، 2008م.

قائمة المراجع

35. محمود عودة، أسس علم الاجتماع، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 1995م.
36. مُجّد أحمد فياض، بحوث وقضايا معاصرة في الإعلام، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2019م.
37. مُجّد البقالي، سؤال المهنية والايديولوجيا في الصحافة الحالة المغربية امودجا، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، ط1، لبنان-بيروت، 2018م.
38. مُجّد الجوهري، المدخل الى علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، ط1، مصر، 2006م.
39. مُجّد الجفيري وآخرون، اعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار صناع الابداع للإنتاج والتوزيع، قطر.
40. مُجّد القدومي، مُجّد هاي مُجّد، زيد عبوي، المفاهيم الإدارية الحديثة، دار المعتز للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2015م.
41. مُجّد زايد، أبو رجب التميمي، المنظور الاستراتيجي للإعلام الدعوي، ط1، عمان، 2018م.
42. مُجّد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003م.
43. مُجّد سيد فهمي، المجتمعات الجديدة بين التنمية والعشوائية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2005م.
44. مُجّد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000م.
45. مُجّد عبد المولى الدقس، التغير الاجتماعي بين النظرية والتطبيق، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2014م.
46. مُجّد عبد المعبود مرسى، أحمد رأفت عبد الجواد، علم الاجتماع عند تالكوت بارسونز بين نظريتي الفعل والنسق الاجتماعي -دراسة تحليلية نقدية-، مكتبة العليقي الحديثة، ط1، السعودية.

قائمة المراجع

47. مُجّد عبد الرحمن الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ دراسة في النظريات والأساليب، مكتبة العبيكان، ط1، الرياض، 1994م.
48. مُجّد علي فرح، صناعة الواقع: الإعلام وضبط المجتمع - أفكار حول السلطة والجمهور والوعي والواقع، مركز نماء للبحوث والدراسات، ط1، بيروت، 2014م.
49. مُجّد فلاق، المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016م.
50. مُجّد قيراط، الإعلام والمجتمع الرهانات والتحديات، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، الكويت، 2001م.
51. محسن جلوب الكناني، أحمد مهدي الدجيلي، التلفزيون وتعزيز الوعي الصحي، دار المجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2018م.
52. محسن جلوب الكناني، تقنيات الحوار الاعلامي - قناة الجزيرة نموذجاً-، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان - الأردن، 2012م.
53. مي عبد الله سنو، التلفزيون في لبنان والعالم العربي، دار النهضة العربية، بيروت - لبنان، 2001م.
54. مصلح الصالح، الشامل - قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية - انجليزي عربي - مع تعريف وشرح المصطلحات، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، الرياض، 1999م.
55. نادية سعيد عيشور وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، مؤسسة حسين رأس الجبل للنشر والتوزيع، قسنطينة - الجزائر، 2016م.
56. ناشف تيسير، السلطة والحرية الفكرية والمجتمع، المؤسسة العربية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2001م.
57. نبيل عبد الهادي، تشكيل السلوك الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2019م.

قائمة المراجع

58. نھوند القادري عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية- الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسة الوحدة العربية، بيروت، 2008م.
59. سايكو كلارك، أسس البنيوية - نقد شتراوس والحركة البنيوية، ترجمة: سعيد العلمي، دار بدائل للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015م.
60. سالم مُجد معوض، الصحافة الإعلامية وتقنياتها الاتصالية، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2020م.
61. سامي الجري، المسؤولية المدنية في القانون التونسي والمقارن، مطبعة السفير الفني، ط1، صفاقس، 2011م.
62. سهام حسن علي الشجيري، التحيز في تناول الإعلام - بناء نموذج تفسيري لتحيزات وسائل الإعلام، دار حميثة للنشر والترجمة، ط1، مصر، 2019م.
63. سليمان بين قاسم الفاتح وآخرون، الضبط الاجتماعي مفهومه وأبعاده والعوامل المحددة له، دراسة في ضوء الأطر الفكرية والنظرية والمنهج الإسلامي وتطبيقاته على المجتمع السعودي، دار العبيكان للنشر والتوزيع، ط1، المملكة العربية السعودية الرياض-، 2020م.
64. سلمى بلحاج مبروك، إتيقا المسؤولية اتجاه الآخر عند ايمانويل ليفيناس، مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والأبحاث، الإمارات، 2015م.
65. سناء مُجد سليمان، فن وأدب الحوار بين الأصالة والمعاصرة، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، الرياض، 2013م.
66. سعيد اللاوندي، الخداع الاعلامي - الرأي العام: جسد مارد وعقل طفل-، مكتبة جزيرة الورد، ط1، القاهرة، 2015م.

قائمة المراجع

67. عابد عبد الله العصيمي، المسؤولية الاجتماعية للشركات نحو التنمية المستدامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2015م.
68. عبد الباسط عبد المعطي، اتجاهات نظرية في علم الاجتماع، عالم المعرفة، العدد 44، الكويت، 1990م.
69. عبد الدائم عمر الحسن، التلفزيون، الدار العالمية للنشر والتوزيع، السودان، 2010م.
70. عبد الله شليبي، علم الاجتماع الاتجاهات النظرية وأساليب البحث، دار الشمس للطباعة، القاهرة، 2008م.
71. عبد الله الطويرقي، صحافة المجتمع الجماهيري - سوسولوجيا الإعلام في مجتمعات الجماهير -، العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، 1997م.
72. عبد الرزاق مُجَدِّ الدليمي، أخلاقيات الاعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2019م.
73. عبد الرزاق مُجَدِّ الدليمي، الإعلام والتنمية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2012م.
74. عبد الرحمن عزي، نظرية الواجب الاخلاقي في الممارسة الاعلامية، الدار المتوسطة للنشر، ط1، تونس، 2016م. ص21.
75. عواطف عبد الرحمن، اشكالية الإعلام التنموي في الوطن العربي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1977م.
76. عز الدين الدناصوري، عبد الرحمن الشواربي، المسؤولية المدنية في ضوء الفقه والقضاء، المكتبة القانونية، القاهرة، 1988م.
77. عزة عبد العزيز، مصداقية الاعلام العربي، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2006م.
78. عطا الله الرحمين، مُجَدِّ الناصر، الإعلام التلفزيوني، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015م.

قائمة المراجع

79. علي ليلة، النظرية الاجتماعية وقضايا المجتمع-قضايا التحديث والتنمية المستدامة، مكتبة الأنجلو المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2015م.
80. فؤاد أحمد الساري، وسائل الإعلام 'النشأة والتطور'، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن-عمان، 2011م.
81. فؤاد البكري، العلاقات العامة وتغيير ثقافة المنظمات، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2014م.
82. فاروق أبو زيد، انخيار وصعود النظام الإعلامي الدولي من السيطرة الثنائية وهيمنة القطب الواحد إلى تعدد الأقطاب، عالم الكتب، القاهرة، 2012م.
83. فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومعلومات نجاحه، دار الفجر للطباعة والنشر، ط1، بغداد-العراق، 2007م.
84. فيليب كابان، جان فرانسوا دورتيه، علم الاجتماع من النظريات الكبرى الى الشؤون اليومية -أعلام وتواريخ وتيارات-، ترجمة: اياس حسن، دار الفرقد للنشر والتوزيع، سورية-دمشق، 2010م.
85. فريال مها، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر للنشر والتوزيع، ط1، دمشق، 2002.
86. فضيل دليو، فعاليات الملتقى الوطني حول: المجتمع المدني والتنمية المحلية في الجزائر، مطبعة الفائز للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، قسنطينة، 2015م.
87. رث والس، ألسون وولف، النظرية المعاصرة تمدد آفاق النظرية الكلاسيكية ، ترجمة مُجد عبد الكريم الحوراني، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012/2011م.
88. شدوان علي شيبية، الإعلان المدخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2016م.
89. شحاتة صيام، النظرية الاجتماعية من الرحلة الكلاسيكية إلى ما بعد الحداثة، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009م.

90. خيرة مكاوي، الواقع في مرآة الصورة- نحو قراءة سيميائية جديدة للصور المرئية-، اسطنبول، 2011م.
91. خليل مُجد الخالدي، التنظيم الاجتماعي في الإسلام-دراسة اجتماعية تحليلية في قواعد البنائية والتنظيمية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012م.

❖ الكتب باللغة الانجليزية:

92. alexander riley, **the social toght of emile durkheim**, sag publication inc, california, 2015
93. cobby anne, thomas ehrlich, elizabeth beaumont, and jason stephen , **educating citizenq ; preparing america's undergraduates for lives of moral and civic responsibility**, carnegie foundation for the advancement of teaching, CA, 2003.
94. deny cauqailM, **reader mass communication theory**, sage publications, thousand oaks, london, new delhi, 2003-2004.
95. françois depelteau , **méthode en science humaines ;la démarche d'une recherche en science humaines-de la question de départ à la communication des résultats** , de boeck supérieur, 2010 .
96. javier Trevino, **talcot parsons today, his theory and legacy in contenporary sociology**, rowman and littlefield publishers, new york, 1992.
97. guy debord, **the society of spectacle**, translated and annotated by ken knabb, bureau of public secret, 2014.
98. melisande middleton, **social responsibility in the media**, center for international media ethics CIME, oxford university PCMLP, marth 2009.

99. owens-ibie, **Press Responsibility and Public Opinion in Political Transition**, African Council for Communication Education, Michigan state university, 1994.
100. peter Hamilton, max weber , **critical assessments**, published by routledge, london and new york, 1991
101. sherry. Holladay, w.tinothy coombs, **managing corporate social responsibility A communication approach**, ltd publication, 2011.
102. walter lipman, **public opinion**, new brunswick (u.s.a) and london (u.k),1998.

❖ المجالات باللغة العربية:

103. العربي بوعمامة، عبور فوزية، الموضوعية والمصدقية في القنوات الفضائية الأجنبية -دراسة تحليلية لقضية محمد صراح من خلال قناة فرانس 24 الاخبارية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، مجلد 3، العدد5، مركز الحكمة للحوث والدراسات، الجزائر، ا 2013م.
104. بلقاسم عبد اللاوي، حفصة جرادي، المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها بالتنمية المستدامة للموارد البشرية داخل الجامعة، مجلة العلوم الاجتماعية، ، العدد 25 جويلية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم2015م.
105. جهاد على السعيدة، أسباب العنف المدرسي ووسائل الحد منه من وجهة أولياء أمور طلبة المرحلة الاساسية العليا في الاردن، مجلة دراسات العلوم الانسانية والاجتماعية ، المجلد41، العدد1، الأردن، 2014م.
106. وائل حذيفة، المستوى العام للبرامج الحوارية السياسية والاجتماعية في الفضائيات السورية -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة دمشق-، مجلة جامعة دمشق، المجلد 32، العدد 02، سوريا، 2016م.

قائمة المراجع

107. زهراء حسين جابر، المسؤولية الاجتماعية للصحافة الالكترونية -دراسة في مواقع المركز الخبري لشبكة الإعلام العراقي، الجزيرة نت، bbc arabic، مجلة أهل البيت عليهم السلام، العدد 24، جامعة أهل البيت ، العراق، 6 ماي 2019م.
108. حبيبة زلاقي، نظرية الدور بين الأصول الاجتماعية والتوظيف في التحليل السياسي، مجلة العلوم القانونية والسياسية، عدد 17 جانفي، جامعة الوادي، الجزائر، 2018م.
109. حنان كيلاني، أخلاقيات القائم بالاتصال في البرامج الحوارية على القنوات الفضائية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 15، العدد 03 ، جامعة القاهرة، 2016م.
110. حسين خليفة حسن خليفة، مُجدّ شكري أحمد، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني في تناول أداء السلطة التشريعية، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 54، الجزء 06، جامعة الأزهر، مصر، ذو القعدة 1441هـ - يوليو 2020م.
111. موسى سرير أحمد، اشكالية الحوار بين واقع الممارسة وشروط الإمكان، مجلة الحوار المتوسطي، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، مج 13/12 ديسمبر 2017م.
112. مجدي مُجدّ عبد الجواد الداغر، معالجة الصحافة العربية لقضايا التسامح والتواصل مع الآخر -دراسة تحليلية لعينة من الصحف اليومية في الفترة من 2011-2012، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، سلطنة عمان، 2013م.
113. نور الهدى عبادة، شريفة طيب، قانون الإعلام في الجزائر من (1982 إلى 2012): بين الثابت والمتغير، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين - ألمانيا، نوفمبر/تشرين الثاني 2018م.

قائمة المراجع

114. سهير صالح ابراهيم، المعايير المهنية والأخلاقية لمعالجة قضايا الرأي في البرامج الحوارية في الفضائيات العربية - دراسة على القائم بالاتصال-، المجلة المصرية لبحوث الإعلامية، جامعة القاهرة -كلية الإعلام-، مصر، 2017م.
115. سعيد مراح، مُجد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر.
116. فوزية عبد الله آل علي، دور القنوات الفضائية الإماراتية في التغيير الاجتماعي لدى الجمهور في دولة الإمارات، مجلة الباحث العلمي، العدد 35، جامعة الشارقة.
117. عبد القادر بلخضر، حلموس مسعودة، تفعيل البعد القانوني كألية ضابطة لممارسات المسؤولية الاجتماعية، مجلة الدراسات المالية، والمحاسبية والادارية، المجلد 06، العدد 1، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، جوان 2019م.
118. عبد القادر بغداد باي، إعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية الجزائرية دراسة ميدانية بإذاعة غليزان الجهوية، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، فيفري 2020م.
119. عيسى الشماس، لينا يونس، دور البرامج الحوارية الفضائية في تدعيم المشاركة في الأنشطة الاجتماعية لدى عينة من طلبة جامعة دمشق، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الانسانية، المجلد 37، العدد 3، 2015م.
120. علي المسترحي، المسؤولية الاجتماعية من الواقع الأحادي إلى المنظور الشبكي المتعدد، المجلة العربية للإدارة، مج 37، ع 4، ديسمبر 2017م.
121. صورية إسعادي، اليامين بودهان، صورة الأسرة الجزائرية في البرامج الاجتماعية على قناة الشروق العامة وعلاقتها بالقيم الاجتماعية -دراسة تحليلية على برنامج افتح قلبك-، مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي، المجلة 8، العدد 1، مارس 2021.

❖ المجالات باللغة الانجليزية

122. okeye,A, **theorising corporate social respensibility as an essentially contested concept : is a definition neccessary ?**, journal of business ethics. 89(4), 2009.
123. pragana erjavec, bulletin 'el_journalist /fairpress, p10.

❖ أوراق الملتقيات العلمية:

124. أنوار بن مُجد الرواس، الإعلام العماني بين الفردية والمسؤولية-دراسة نقدية-، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر للإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، 2009م.
125. مليكة عرعور، المسؤولية الاجتماعية وافرازاتها من المنظور السوسولوجي، يوميات المؤتمر الدولي العلمي الأول للمسؤولية المجتمعية.

❖ أوراق الملتقيات باللغة الإنجليزية:

126. vipin sharma, **ethic and social respensibility**, conference ethics an social respensibilities in a national conference on 'leading change. The revolving dynamics, university Mathura, india,

❖ المذكرات:

127. إيمان عبد الحكيم أحمد زايد، دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري، رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في الاعلام من قسم الاذاعة والتلفزيون، جامعة القاهرة، 2016م.
128. اليمين شعبان، الإعلام والتوعية الأسرية في المجتمع الجزائري- دراسة ميدانية للأسر المقيمة بمدينة باتنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع العائلي، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الاسلامية، 2005م/2006م.

129. بدور الجبن، استخدامات المرأة السعودية للبرامج الاجتماعية في المواقع الإلكترونية العربية"، دراسة ماجستير، جامعة مُجَّد بن سعود الإسلامية، كلية الدعوة والإعلام ، 2009م.
130. دنيا زاد سويح، التنظيم القانوني لحرية الممارسة الإعلامية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في الحقوق، تخصص قانون دستوري، جامعة باتنة، كلية الحقوق العلوم السياسية، قسم الحقوق، 2018م/2019م.
131. حاتم علي مصطفى العسولي، المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الإلكترونية الفلسطينية -دراسة تحليلية مقارنة لصحيفتي القدس ونيويورك تايمز-، رسالة دكتوراه في علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الصحافة والنشر، 2017م.
132. طاهر حورية، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القنوات الفضائية الخاصة-مقاربة تحليلية لمبدئي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغام-، كلية العلوم الاجتماعية، قسم العلوم الانسانية، شعبة علوم الإعلام والاتصال، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الطور الثالث (ل م د) في علوم الاعلام والاتصال، 2018م/2019م.
133. مايا باشا، الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري: دراسة وصفية تحليلية لحصة 'كل شيء ممكن'، رسالة ماجستير جامعة الجزائر، قسم علوم الإعلام والاتصال، جوان 2007م/2008م.
134. ميادة عبدالعال، البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسؤولية الاجتماعية 'دراسة تحليلية'، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير آداب (علم اجتماع، تخصص اعلام)، كلية البيات للآداب والعلوم والتربية، قسم علم اجتماع، شعبة إعلام، جامعة عين شمس، مصر، 2018م.
135. نسيمة طبشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم اجتماع العائلي، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2007م/2008م.
136. نفيدسة فاطمة، الملمح السيكلوجي وعلاقته بالدور الاجتماعي والنسق القيمي لدى المرأة الطارقية، دراسة ميدانية بمدينة تمارست، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علم النفس المرضي جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والإسلامية، قسم العلوم الاجتماعية، 2014م/2015م.

قائمة المراجع

137. سحر مُجد صوفي، تقييم معايير الأداء المهني لمقدمي البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المصرية الخاصة، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، 2016م.
138. قيس سعود البدر، مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الأنترنيت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي -دراسة مقارنة-، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط ، كلية الإعلام، 2012م.
139. ربيعة نبار، دور التلفزيون في التوعية بمخاطر الجريمة -دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات في البيت ببلدية بسكرة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة مُجد خيضر بسكرة ، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاجتماعية، اشراف د. العقبي الازهر، 2017م/2018م.
140. رضوى صبري عباس، المعايير الأخلاقية والمهنية في البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية وعلاقتها باتجاهات المراهقين المصريين نحوها، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في دراسات الاعلام وثقافة الاطفال، جامعة شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الاطفال، مصر، 2020م

❖ القرآن الكريم:

141. سورة الاسراء، الآية 70.

❖ القواميس باللغة العربية:

142. لويس معلوف، المنجد في اللغة، لبنان، الطبعة الكاتولوكية.

143. جميل صيليبا، المعجم الفلسفي بالألفاظ العربية والفرنسية والانجليزية واللاتينية، الجزء الأول، دار الكتاب اللبناني، بيروت-لبنان، 1982م.

قائمة المراجع

144. مصلح الصالح، الشامل- قاموس مصطلحات العلوم الاجتماعية- انجليزي عربي- مع تعريف وشرح المصطلحات، دار عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، الرياض، 1999م.

❖ القواميس باللغة الانجليزية

145. sally wehemeier: **oxford advanced learner's dictionary, international student's edition** , oxford university press, England, 7th edition, 2006,

❖ المراسيم:

146. المادة 02 من القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في صفر 1433، الموافق ل 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية، عدد 02 بتاريخ 15 جانفي 2012م.

147. المادة 92 من القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في صفر 1433، الموافق ل 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية، عدد 02 بتاريخ 15 جانفي 2012م.

148. المادة 93 من القانون العضوي رقم 12-05 المؤرخ في صفر 1433، الموافق ل 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية، عدد 02 بتاريخ 15 جانفي 2012م.

149. المادة 48 من قانون 14-04 مؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 الموافق ل 24 فبراير سنة 2014، الجريدة الرسمية العدد 16، 21 جمادى الأول 1435هـ، 23 مارس 2014م.

150. المادة 8 من قانون 16-222 مؤرخ في 8 ذي القعدة عام 1437 الموافق ل 11 غشت سنة 2016، الجريدة الرسمية العدد 48، 14 ذو القعدة 1437هـ، 17 غشت 2016م.

❖ المواقع الالكترونية:

151. إيمان عومر، برامج تلفزيونية تثير سخط الجزائريين... كشف أسرار عائلية وفضائح وإثارة وابتدال، جريدة النهار

العربي، <https://www.annaharar.com/arabic/politics/arabi-world/almaghreb->

.15:15، 09/02/2021، alarabi/16012021092445539

قائمة المراجع

152. أمال حسن الغزوي، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي، Arabjournalist.org. 18/04/2020, 18 :21 2010
153. الشروق تي في، <https://ar.wikipedia.org>، 2020/07/14، 16:00
154. الشروق تي في.. قناة الجزائريين الأولى، <https://www.echoroukonline.com> :/ 2020/07/14، 16:20
155. المادة 40 من القانون الوضعي رقم 90 - 07 مؤرخ في 8 رمضان عام 1410 الموافق 3 ابريل سنة 1990 يتعلق بالإعلام. <http://cte.univ-setif.dz>، 2019/11/15
156. بورزيق خيرة، الفرق بين مفهوم المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية المجتمعية. <https://csrsa.net/post/1343>، 2020-04-16، 14:3
157. علي عباس: القيم السلوكية http://www.schoolarabia.net/educational_tips/ali_abbas/living_values/living_values_3.htm 23:38 19-04-2019
1. انقسام-مواقع-التواصل-بعد-تقبيل-جزائرية-قدم-زوجها-الهواء / 9/7/2020 <https://www.alanba.com.kw/ar/world-news>

الملاحق

الملحق 01: تحكيم استمارة تحليل المحتوى

الاسم	الجامعة	الرتبة
مُحَمَّد الفاتح حمدي	جامعة مُحَمَّد الصديق بن يحيى - جيجل -	استاذ محاضر - أ -
بوزانة رفيق	جامعة بوندير قسنطينة 3	أستاذ محاضر - أ -
حجاج حسان	جامعة بوندير قسنطينة 3	أستاذ محاضر - أ -

الملحق 02: استمارة تحليل المحتوى

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علم إجتماع

شعبة علم اجتماع التنمية

تخصص: علم اجتماع العلاقات العامة

استمارة تحليل المضمون لأطروحة الدكتوراه ل.م.د الطور الثالث

بعنوان:

المسؤولية الاجتماعية للبرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية

دراسة تحليلية لبرنامج خط أحمر

انطلاقا من أهمية الإعلام، وأهمية البرامج التلفزيونية الحوارية الاجتماعية التي انتشرت بفتح القطاع الخاص أمام التلفزيون الجزائري، جاءت دراستنا هذه للإجابة عن اشكالية رئيسية صممت لأجلها هذه الاستمارة والتي تنص على: هل يلتزم البرنامج التلفزيوني الحوارية الاجتماعي خط أحمر بالمسؤولية الاجتماعية في معالجته لمختلف مواضيع البرنامج؟

المشرف .أ.د بواب رضوان

ط. شابونية زهية

أولاً: البيانات الخاصة بالبرنامج محل الدراسة:

1	اسم القناة:
2	اسم البرنامج:
3	تاريخ البث:
4	مدة بث البرنامج:
5	رقم حلقة البرنامج:

ثانياً: البيانات الكمية للفئات وعناصرها:

1. فئات الشكل (كيف قيل):

التكرار	اللغة المستخدمة
	اللغة المحلية
	اللهجة المحلية مع اللغة العربية
	مزيج من اللهجات واللغات الأجنبية والعربية

التكرار	طبيعة الموسيقى المستخدمة
	تبعث على الفرح والبهجة
	تبعث على الحزن والألم
	خليط بين الحزن والفرح والسعادة

التكرار	طبيعة القوالب الصحفية المدعمة للبرنامج
	التحقيق
	الربورتاج

التكرار	فئة لقطات التصوير
	قريبة
	متوسطة
	بعيدة

2. فئات المضمون (ماذا قيل):

الزمن	فئة الموضوع		
	الآباء والأبناء	مواضيع تخص الأسرة	فئة المواضيع الأساسية
	المرأة		
	الزواج		
	التشرد	مواضيع تخص المجتمع	المواضيع الفرعية
	التسول		
	المستشفيات الجزائرية		
	تجار الرضع		
	البحث عن مفقود		المواضيع الفرعية
	طلب مساعدة		
	تكريم شخص		
	التعريف بجمعية		

فئة اتجاه البرنامج نحو المواضيع المعالجة فيه			
محايد	سليبي	إيجابي	
			مواضيع تخص الأسرة
			الآباء والأبناء
			المراة
			الزواج
			مواضيع تخص المجتمع
			التشرد
			التسول
			المستشفيات الجزائرية
			تجار الرضع
			المواضيع الفرعية
			البحث عن مفقود
			طلب مساعدة
			تكريم شخص
			التعريف بجمعية

الفاعلون	الزمن
الصحفية	
الإمام	
الاخصائي النفسي	
الحالة المستضافة	
الاخصائية الاجتماعية	
الجمهور	

التكرار	هدف البرنامج
	إعلامي وإخباري
	توعوي وتوجيهي
	تفسيري
	خليط بين الإعلامي والتوعوي والتفسيري

التكرار	الجمهور المستهدف
	الوالدين
	الأبناء
	الأزواج
	المرأة
	المواطنون
	الدولة

التكرار	الإستثمارات الإقناعية المستخدمة في البرنامج
	استخدام الشعارات والرموز والاحكام
	استخدام الاساليب اللغوية (التشبيه، الاستعارة...)
	استخدام صيغ التفضيل
	الاستدلال بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية
	الاستشهاد بالآيات القرآنية والأحاديث النبوية
	التذكير بالثواب الدنيوي والثواب الأخروي
	الخطاب الإعلامي العاطفي
	العدوى النفسية والحديث باسم الجماعة
	استدعاء مصادر بعينها على سبيل الاستشهاد بغرض الحشد العاطفي.

	الاستشهاد بأحداث واقعية	الإستمالات المنطقية
	تقديم الأرقام والاحصاءات	
	بناء نتائج على مقدمات	
	تفنيد وجهة النظر الأخرى	
	استخدام الآيات القرآنية والأحاديث النبوية للترهيب	استمالات التخويف
	التنبيه للعقاب الدنيوي.	
	التنبيه للعقاب الأخرى	

التكرار	وظائف برنامج خط أحمر	
	نقل المعلومات	الوظيفة الإخبارية
	التعبير عن الآراء المختلفة	
	التفسير	
	الإصلاح بين المتخاصمين	الوظيفة الأخلاقية
	تكریم اشخاص	
	تقديم العون للمتضرر والمحتاج	
	ممارسة النقد البناء	
	الإشارة إلى طرق التربية الصحيحة	الوظيفة التربوية
	التوعية بالمشكلات الأسرية المختلفة (مشاكل بين الآباء والأبناء، مشاكل بين الأزواج، مشاكل بين الزوجة واهل الزوج، بين الزوج وام الزوجة)	
	تناول أسباب المشكلات الأسرية	
	اقتراح حلول للمشكلات الأسرية	
	الإشارة إلى طريقة الحياة الزوجية الصحيحة	
	التأكيد على أهمية التعليم	

	تعليم التعاليم الإسلامية	الوظيفة الدينية
	التوعية بالمحرمات الدينية	
	تعليم السنة النبوية	
	نشر ثقافة العمل	الوظيفة الاقتصادية
	التشجيع على الابتكار والإنتاج	
	إبراز المشكلات الاقتصادية	
	<p>بث روح التعاون والتضامن والتماسك الاجتماعي (التشجيع على الاعمال التطوعية، البحث عن المفقودين، التعريف بمختلف الجمعيات الخيرية، التعاطف المعنوي)</p>	الوظيفة الاجتماعية
	<p>المساهمة في البناء القيمي والسلوكي للجماهير (الاشادة بالقيم وسلوكيات الايجابية، ذم القيم والسلوكيات السلبية، تدعيم المعايير الاجتماعية، نقل التراث الاجتماعي (تمرير العادات والتقاليد والقيم</p>	
	<p>تهيئة المناخ الملائم للتنمية والتغيير (التوعية بما يدور في المحيط من مشاكل اجتماعية مختلفة بتسليط الضوء عليها</p>	

التكرار	القيم	
	الصدق	القيم الأخلاقية الإيجابية
	الأمانة	
	الصبر	
	الاخلاص والوفاء	
	القناعة والرضى	

	التعاون وتقديم المساعدة	القيم المجتمعية	
	التسامح		
	النصيحة		
	الترابط الاسري		
	الاحترام		
	تحمل المسؤولية		
	التعاطف		
	الامتنان والتقدير		
	حسن الظن بالله		
	التروي والعقلانية		
	المثابرة والعمل		
	الاعتزاز بالوطن والوحدة الوطنية	القيم السياسية	
	ايتار المصلحة العامة		
	التهم دون دليل	القيم اللاأخلاقية	القيم السلبية
	الاحتيال		
	الجشع والطمع		
	الخيانة		
	التفاخر وحب المظاهر		

	الجهر بالسوء	القيم المجتمعية السلبية
	إفشاء أسرار البيوت وفضح الناس	
	التفكك الأسري	
	التشجيع على الخطيئة	
	البؤس والفقر	
	الحقد	
	الاستغلال	
	الانتكالية	القيم الفكرية السلبية
	غياب ثقافة الحوار	
	التشاؤم وسوء الظن	
	تفضيل المصلحة الخاصة على العامة (غياب الحس بالمسؤولية العامة	القيم السياسية السلبية
	التسيب والإهمال	

التكرار		إقامة أخلاقيات الحوار
لا يلتزم	يلتزم	
		عدم الضغط عليه للإجابة
		عدم التشكيك بإجابته
		عدم مقاطعته اثناء الاجابة

		عدم توجيه التهم له	
		عدم سبه وشتمه	
		عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزويد من معاناته	
		عدم توجيه اسئلة محرجة وشخصية له	
		عدم الضغط عليه للإجابة	مع المشاركين في البرنامج (المتصلين هاتفيا، الظاهرون في فيديو حواري، الجمهور)
		عدم التشكيك بإجابته	
		عدم مقاطعته اثناء الاجابة	
		عدم توجيه التهم له	
		عدم سبه وشتمه	
		عدم استخدام كلمات جارحة لكرامته وتزويد من معاناته	
		عدم توجيه اسئلة محرجة وشخصية له	
		عدم الضغط عليه للإجابة	

التكرار	فئة توجيه الأسئلة بشكل متوازن
	الأسئلة الموجهة للإمام
	الأسئلة الموجهة للأخصائي النفسي

التكرار	إعطاء فرص متساوية للتعليق والتدخل للفاعلين الدائمين في البرنامج
لا يلتزم	يلتزم
	السماح للإمام بالتدخل والتعليق
	السماح للأخصائي النفسي بالتدخل والتعليق

التكرار		عدم مقاطعة الفاعلين الدائمين في البرنامج أثناء الإجابة أو التعليق
لا يلتزم	يلتزم	
		عدم مقاطعة الإمام
		عدم مقاطعة الأخصائي النفسي

التكرار		احترام الخصوصية الاج
لا يلتزم	يلتزم	
		فئة احترام الخصوصية الثقافية
		احترام العادات والتقاليد الايجابية والتشجيع عليها
		ذم العادات والتقاليد السلبية والحث على تركها
		تدعيم المعايير الاجتماعية والإشادة بالقيم والسلوكيات الإيجابية
		ذم القيم والسلوكيات السلبية
		احترام الدوق العام في مختلف ما تعرضه من صور وفيديوهات (حذف مقطع خادش للحياء في فيديو، ضبابية الصورة غير المحترمة...)
		حذف الالفاظ المخلة بالحياء ان وجدت
		احترام الوحدة الوطنية
		الاعتزاز بالوطن
		احترام الاحكام الشرعية من حلال وحرام
		احترام السنة النبوية الشريفة
		احترام باقي الاديان
		التستر على الفضائح
		احترام الخصوصية الدينية

التكرار		احترام خصوصية الأفراد
لا يلتزم	يلتزم	
		ذكر الاسم غير كامل لرغبة صاحبه
		ذكر الاسم كاملا بإذن صاحبه
		عرض صور بإذن صاحبها
		عرض فيديوهات بإذن صاحبها
		احترام حق الافراد في الظهور من عدمه
		منع سرد التفاصيل الخاصة

لا يلتزم	يلتزم	القيم المهنية
		الموضوعية
		الاستثناء
		الحياد
		الحقائق المجردة (فصل الراي عن الحقيقة)
		عرض وجهات نظر مختلفة
		المصادقية
		ذكر الشواهد والادلة أثناء معالجة الموضوع (فيديو، صور، تقارير، احصائيات، دراسات،...)
		نقل وتأويل كلام الحالات المستضافة والمشاركين دون تحريف

الملحق 03: دليل التعاريف الإجرائية (للمحكّمين):

يقصد بالتعريفات الإجرائية، تحويل المفهوم أو الفكرة النظرية المجردة الواردة في الاستمارة، إلى مفهوم إجرائي أو واقعي يمكن عدّه أو قياسه بشكل عملي أثناء عملية تحليل مضمون الصحيفة.

❖ الموضوع: وهي التي يعالجها البرنامج هي تنقسم إلى:

أ. المواضيع الأساسية: أي الفكرة الرئيسية التي تأخذ الحيز الأكبر للوقت المخصص للحلقة، والتي تنقسم بدورها لفتتين فرعيتين:

○ مواضيع تخص الأسرة: إي تلك التي تتعلق بمختلف العلاقات الأسرية والمشاكل المختلفة القائمة فيما بين أفرادها، وكذا مختلف الظواهر التي تخص المؤسسة الأسرية بشكل مباشر، والتي تمثلت فيك الآباء والأبناء، المرأة، الزواج.

○ مواضيع تخص المجتمع: وهي مختلف الظواهر الاجتماعية والمشكلات والآفات الاجتماعية التي تمس المجتمع ككل، وتمثلت في: التشرّد، التسول، المستشفيات الجزائرية، تجار الرضع.

ب. المواضيع الفرعية: وهي المواضيع التي يخصص لها الوقت الأخير من الحلقة: البحث عن مفقود، طلب مساعدة، تكريم شخص، التعريف بجمعية

❖ الاتجاه نحو الموضوع: وهو يجسد موقف البرنامج من الموضوع المعالج، وتتمثل مؤشراتته في:

- مؤيد: أي أنه يدعم الفكرة فيبرز ايجابياتها
- معارض: أي أنه غير موافق على الفكرة فيبرز سلبياتها
- محايد: لا يبدي أي موقف فيبرز الايجابيات والسلبيات بكل حيادية وعد انحياز.

❖ هدف البرنامج: وهو ما يسعى البرنامج لتحقيقه وتمثلت مؤشراتته في:

- اعلامي واخباري: يقدم معلومات وبيانات.
- توعوي وتوجيهي: يقدم نصائح وتوجيهات.
- تفسيري: يقدم الأسباب
- خلط بين الاعلامي والتوعوي والتفسيري: يهدف لتحقيقها معا.

❖ الإستمالات الإقناعية المستخدمة في البرنامج: وهي الطرق المعتمدة لإقناع الجمهور بالمحتوى الاعلامي

وتمثلت في:

- الإستمالات العاطفية: وهي الإستمالات التي تستهدف عاطفة ومشاعر الجمهور المستهدف.

- الإستمالات العقلية: وتتوجه هذه الإستمالات لمخاطبة العقل والمنطق.

- استمالات التخويف: وتعمل على إثارة مخاوف المرسل إليه كسبيل نحو إقناعه.

❖ القيم: وهي المعايير التي عمل البرنامج على نشرها والترويج لها من خلال مختلف المواقف التي اتخذها في

معالجته لمواضيع للبرنامج، و كذا التي عكسها عن المجتمع والموجودة فيه من خلال مختلف الأحداث والوقائع التي نقلها، وقد تمثلت في قم إيجابية وقيم سلبية.

❖ أخلاقيات الحوار: هي مجموعة من المبادئ التي لا بد للصحفي أن يراعيها أثناء حوار مع الآخرين.

❖ احترام الخصوصية الاجتماعية: احترام معايير المجتمع وقيمه ومبادئه .

❖ فئة احترام خصوصية الأفراد: أي احترام حياتهم الخاصة

❖ الالتزام بالقيم المهنية: لا يمارس الصحفي عمله وفق هواه بل لا بد له من الالتزام بمجموعة من الضوابط

المهنية والتي تعددت وتنوعت تصنيفاتها، وفي دراستنا هذه حصرنا هذه القيم في ثلاث قيم أساسية تمثلت في:

- الموضوعية: وتعني الابتعاد عن الانحياز وذاتية المعالجة وابداء الرأي الشخصي على أنه حقيقة.

- المصداقية: وتعني صدق المحتوى باستخدام مختلف ما يثبت ذلك والابتعاد عن أي تحريف للمعلومة.

- الدقة: وهي تعني المعالجة الشاملة والواضحة البعيدة عن الغموض ذات المعنى الكامل والواضح.