

تجليات صراع القيم في البرامج الفضائية المغاربية.

Aspects of Value Conflict in the Maghreb Satellite Programs.

محمد بوقرة^{1*}، جمال بن زروق²

¹ جامعة قسنطينة 3 (الجزائر)، chaddia18@gmail.com

² جامعة سكيكدة (الجزائر)، benzerouk@yahoo.fr

Bouguerra Mohammed^{1*}, Benzerouk Djamel²

University of Constantine 3 (Algeria)

University of Skikda (Algeria)

تاريخ الاستلام: 2021/05/06 تاريخ القبول: 2021/05/26 تاريخ النشر: 2022/01/15

ملخص:

تسعى دراستنا هذه إلى تسليط الضوء على تجليات صراع القيم في البرامج الفضائية المغاربية، من خلال استخدام أداة تحليل محتوى لعينة من البرامج التلفزيونية الحوارية، تمثلت هذه البرامج في "ما وراء الجدران" قناة النهار الجزائرية، "عندي ما نقولك" قناة التونسية بتونس وبرنامج "بدون حرج" قناة (medi 01) المغربية، وتم التوصل إلى نتائج أهمها أن القيم الإيجابية المتجلية بكثرة في البرنامج، هي قيم التكافل الاجتماعي والبعد التواصلي في الحوار، وتسليط الضوء على بعض الطابوهات في المجتمعات المغاربية لمحاولة معالجتها، في حين أن القيم السلبية الأكثر تجليا تمثلت في إهمال اللغة العربية في الحوار داخل البرنامج والاعتماد على اللهجات العامية، وكذا قيم التشهير وفضح أسرار البيوت وعدم احترام المشاهدة العائلية والذوق العام، وعدم التزام القنوات المسؤولة عن هذه البرامج بالمسؤولية الأخلاقية للإعلام، وكان الاستنتاج الرئيسي للدراسة هو ضرورة التدخل العاجل لسلطات الضبط على مستوى كل بلد، سواء الجزائر أو تونس أو المغرب لإعادة تكييف مثل هذا النوع من البرامج، ليتماشى مع قيم البيئة المغاربية العربية المسلمة وضرورة التزام كل قناة بأخلاقيات المهنة الإعلامية وضوابطها.

الكلمات المفتاحية: صراع القيم، البرامج الفضائية الحوارية، القنوات المغاربية.

Abstract:

The present study aims to shed light on the aspects of Value Conflicts in the Maghreb satellite programs, by doing a content analysis of a sample of television talk shows. These programs were: the Algerian program through An-Nahar channel "ma Wara Eljoudrane"); "Andi Mancoulek" showed by Ettounsiya TV, and the program "Bidoune Haradj" on the Moroccan channel medi 01. The most important results have been achieved were: the positive values frequently manifested in the program are the values of social solidarity and the communicative dimension in the dialogue, highlighting certain taboos in the Maghreb societies and trying to overcome them, while the most obvious negative values were neglecting Arabic language in dialogue within the program and reliance on familiar dialects, as well as the values of defamation and disclosure of house secrets, disrespect for family viewing and public taste, and the failure of the responsible channels to adhere to media ethics, and the main conclusion of the study was the need for urgent intervention by the Audiovisual regulatory authorities in Algeria, Tunisia and Morocco, to readjust this type of program, in line with the values of the Maghreb-Arab-Muslim environment and the need to enshrine media ethics.

Keywords: Value Conflict, Satellite Talk Shows, Maghreb Channels.

1- مقدمة:

يعد موضوع القيم من المواضيع المثيرة للجدل العلمي في ميدان العلوم الانسانية، إذ تسعى الدراسات المرتبطة بالقيم عادة إلى تحديد تصنيفاتها ومعانيها ومدى تعاطيها في المجتمع، وكذا التحولات والتغيرات التي طرأت عليها حيث كانت عدة محاولات جدية لتشخيصها في مجال البحث العلمي الأكاديمي - سيما مجال الإعلام والاتصال - ومحاوله قياس مدى مطابقة هذا التشخيص للواقع الاجتماعي، الذي تعد القيم من بين لبناته الأساسية، لكن ومع التطورات والتغيرات التي طرأت على المحتوى الإعلامي السمعي البصري كما وكيفا، وما يتم عرضه من مواد إعلامية تجاوزت حدود الدول، وتزاحمت على خارطة البث الفضائي العربي بكم هائل على شكل برامج وحصص اتخذت عدة تسميات وقوالب، أشهرها البرامج الاجتماعية الحوارية التي أصبحت مؤخرا تستهوي الصغير والكبير بما تعرضه من محتويات مفيدة وجديدة، وصارت بمحتويات أخرى أقل ما توصف به أنها محتويات فاسدة تستهدف جمهورا واسعا لا حدود جغرافية له، غير مبالية في الكثير من الأحيان لا بقيم الشرع و الأخلاق ولا بالقانون الوضعي ولا بالعادات ولا بالتقاليد والأعراف. و في ظل هذه التطورات أصبح من الأهمية بمكان التطرق لظاهرة القيم من مدخل مغاير مرتبط بالصراع، على الرغم أن القيم موضوع شغل أدبيات البحث الإعلامي منذ فترة على غرار الدراسات السابقة التي تعد منطلقا هاما لدراسة القيم، كالتى أجرتها فرق البحث على المستوى الوطني والعربي ولعل أشهرها كانت دراسات الباحث "عبد الرحمان عزي" و "نصير بوعلي" و "محمد عبد البديع السيد" وغيرهم.

ولعل من أهم أسباب دراستنا هذه هو المتابعة المستمرة لهذا النوع من البرنامج، فانطلاقا من الملاحظة تولدت لدينا الدافعية والرغبة في تحليلها، بالإضافة إلى الصدى الواسع الذي لقيته هذه الأنواع من البرامج لدى المشاهدين عبر للقنوات الفضائية التي تبثها، ومحاوله منا معرفة حقيقة الصراع القيمي القائم داخل هذا النوع من البرامج الحوارية.

وتكمن أهمية دراستنا هذه - على غرار شبيهاها إذا ارتبطت تحديدا بتحليل المضمون السمعي البصري - كونها تسلط الضوء على جانب مهم من جوانب الحياة الاجتماعية، ألا وهو جانب " البث التلفزيوني الفضائي"، كما تعتبر هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي اهتمت بموضوع "الصراع القيمي"، ضمن البرامج التلفزيونية في بلدان المغرب العربي خاصة، وكذلك لتسليط الضوء على الواقع الاجتماعي لبلدان المغرب العربي وما تتطلبه مثل هذه البرامج من ضرورة احترام للنسق الاجتماعي القيمي السائد الذي تبث في فلكه.

ونظرا لما تحتويه هذه البرامج الفضائية المغاربية من قيم إيجابية وأخرى سلبية، متصارعة ومتناقضة وتأثيرات واضحة بشكل كبير على جمهور عريض من متابعيها تمثل تساؤل الدراسة في : ماهي تجليات الصراع القيمي في البرامج الفضائية المغاربية ؟

ونهدف من خلال طرح هذا التساؤل إلى محاولة قراءة وتحليل لأهم أبعاد القيم وأنواعها وتصنيفاتها الموجودة في البرامج عينة الدراسة وضبط ومؤشرات الصراع القائم بينها، وكذا تسليط الضوء على الأمور الإيجابية والسلبية في هذا النوع من البرامج الحوارية. وقد اندرجت تحت التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية منها ماهو مرتبط بفئات الشكل ومنها ماهو مرتبط بفئات المضمون:

التساؤلات الفرعية الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟):

- ماهي اللغة المستخدمة في عرض وتقديم البرامج الثلاثة عينة الدراسة؟

- ماهي القوالب التي تُقدم بها هذه البرامج؟

- ماهو نوع الضيوف بهذه البرامج وما مدى ملائمتهم للموضوع المطروح؟

التساؤلات الفرعية الخاصة بفئات المضمون (ماذا قيل؟):

- ما طبيعة المواضيع المطروحة بهذه البرامج؟

- مانوع الشخصيات الفاعلة في هذه البرامج؟

- ماطبيعة الجمهور المستهدف من خلال مواضيع هذه البرامج؟
- هل يحترم البرنامج أبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الجمهور المشاهد؟
- هي يلتزم مقدم(ة) البرنامج بأبعاد المسؤولية المهنية نحو الضيوف والجمهور؟
- ماهي أهم القيم الإيجابية والسلبية المتضمنة في هذا النوع من البرامج؟

2- ضبط المفاهيم:

2-1- صراع القيم:

تعتمد المجتمعات الإنسانية في تكامل بنيتها الاجتماعية على القيم المشتركة بين أفرادها والتي كلما اتسع مداها بينهم، ازدادت وحدة المجتمع قوة وتماسكا، في حين تضعف تلك الوحدة كلما انحسر مدى تلك القيم بينهم، وقد تأثر مجال القيم بالمستجدات والتغيرات العالمية. وكان من نتائج هذا التأثير أن انحسرت قيم وظهرت قيم جديدة، فانعكس ذلك كله على التنظيم الاجتماعي والثقافي والاقتصادي للإنسان وعلى أساليب حياته. ومجتمعاتنا العربية ليست بمعزل عن هذا التأثير، إذا الثقافة العربية تعاني من أزمة قيم تتمثل في الانشطارات الثقافية المتواصلة، وتعود هذه الأزمة إلى صراعات قيمية بين قيم الماضي والحاضر وبين قيم الثقافة التقليدية وقيم الثقافات المعاصرة.

إذ أن العولمة تؤدي إلى تكريس الثنائيات والانشطار في الهوية الثقافية العربية، فصدمة العولمة تؤدي إلى ارتداد إلى الذات بدافع الحرص على الوجود، فيحدث إما انكفاء أو ذوبان أو صراعات بين الثنائيات (المادي والروحي) أو (التراث والمعاصر)، وما إلى ذلك من تناقضات في البنية الثقافية لهذه الأمة. (العيسوي، 2004، ص 203).

يعني الصراع القيمي عدم وجود اتساق وانسجام داخل نسق القيم، نتيجة تباينها وتناقضها أما تضاد القيم فهو وجود اتجاهين متعارضين أو أكثر من اتجاهات القيم، وقد يكون هذا التعارض في الوسائل أو الأهداف أو كلاهما كوجود اتجاه جماعي في مقابل آخر فردي أو اتجاه نحو تدعيم المصالح العامة في مقابل تدعيم المصالح الفردية. (علي محمد، 1985، صفحة 90).

يحدث صراع القيم عند تعرض الفرد لموقفين متعارضين ومتناقضين، ويتطلب كل منهما سلوكا مختلفا فيؤدي إلى وجود ثنائيات (تقليدي حديث) أو (أصيل، معاصر) وهذه الثنائيات تؤدي إلى وجود نمطين من الدوافع المتناقضة والمتعارضة تولد توترا متزايدا وأنماط سلوكية غير ثابتة. (طبشوش، 2011، ص 213).

2-2- البرامج الفضائية الحوارية:

يعرف الحوار التلفزيوني بأنه أحد أشكال التعبير التلفزيوني الأساسية، المستخدمة لإخبار المجتمع عن حقيقة جوهر الأحداث والتطورات التي تم وتمس شرائح اجتماعية واسعة.

ويعرفه "يوسف مرزوق" على أنه "عرض أفكار بعض الناس وآرائهم في مسألة بعينها أو إعطاء معلومات معينة للناس في موضوع ما أو تقديم شخصية للمتلقى مثيرة لاهتمامه بشكل أو بآخر". (شبيب، 2012، ص 774).

2-3- القنوات المغربية:

المتابع لحال القنوات العربية على اختلافها، يشاهد ذلك الكم الهائل من البرامج المعروضة على مدار اليوم باختلاف أنواعها، فمنها برامج الأطفال، والبرامج الترفيهية مثل الدراما وبرامج المنوعات، وبرامج تلفزيون الواقع، وبرامج المسابقات، وأخرى للموسيقى والرقص، والبرامج الرياضية والسياسية، و البرامج الإخبارية والبرامج الدينية والثقافية والتعليمية، والإعلانات التجارية والبرامج الخاصة بفئات معينة من المشاهدين كبرامج الصم البكم، والمعوقين وذوي الاحتياجات الخاصة، وأخرى تخص فئة النساء كبرامج التجميل والطبخ والديكورات المنزلية وغيرها. (طبشوش، 2011، ص 49).

- أما القنوات المقصودة في دراستنا فهي قناة النهار الجزائرية وقناة التونسية (الحوار سابقا) بتونس، وقناة medi01 المغربية، وهي قنوات تشترك في خاصية أنها كلها قنوات خاصة ذات بعد مغربي.

3- المجال الزمني للبحث:

يعتبر المجال الزمني عاملا هاما لضبط بدايات البحث ونهاياته، ولمعرفة مدى تحكم الباحث وهو أحد حدود البحث الرئيسية، والمقصود بالمجال الزمني للدراسة هو المدة أو الفترة التي يحتاجها الباحث في جمع المعلومات والبيانات الميدانية للدراسة. وقد أجرينا دراستنا التحليلية هذه خلال أكثر من سنة، وهذا بغض النظر عن كونها ارتبطت بدراسة ميدانية مكتملة لها، لكن الفترة الزمنية التي استغرقتها دراستنا التحليلية من ضبط عنوان و متغيرات البحث، وتحديد الأدوات المناسبة وتحديد مجتمع الدراسة والعينة، ثم تصميم استمارة تحليل المحتوى وعرضها على المحكمين ثم تفريغ بيانات الاستمارة المتعلقة بالمادة المحللة، هي فترة قرابة العام ونصف، وهذا لاقتضاء هذا النوع من الدراسات ذلك. وقد امتدت بين شهر جوان 2017 إلى شهر سبتمبر 2018.

4- عرض الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة امتدادا للبحوث التي سبقت الدراسة التي ينجزها الباحث، ولهذا كانت هذه المرحلة (استعراض الأدبيات) ما هي إلا مرحلة لا بد على الباحث القيام بها لاستخلاص النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات والانطلاق من نتائجها لتأويل واستخلاص مواضيع ومنطلقات تفيد بحثه ونذكر من الدراسات السابقة على سبيل العرض لا الحصر مايلي:

4-1- دراسة رقم 01 بعنوان: القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري. (بوجلال وآخرون، 1999)

أجريت هذه الدراسة خلال السداسي الأول من سنة 1994، بأربع ولايات جزائرية هي: الجزائر، عنابة، المسيلة، البليدة وذلك باستخدام منهج المسح الوصفي، والمنهج السببي المقارن، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 664 شاباً وشابة) ذكوراً وإناثاً بطريقة العينة الحصصية، وباستخدام استمارة الاستبيان والمقابلة في جمع المعلومات. من أهم نتائجها:

- توصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين الآثار الاجتماعية والسلوكية السلبية واستخدام الشباب للفضائيات حيث كلما ارتفع عدد الساعات التي يقضيها الشباب في مشاهدة الفضائيات ازدادت الآثار والسلوكيات السلبية لديهم.

- لا يرغب أفراد العينة في مشاهدة البرامج المنافية للأخلاق، كالأفلام الجنسية والمنوعات والبرامج البشرية وأفلام الرعب والعنف.

4-2- دراسة رقم 02 بعنوان: القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب. (طيشوش، 2008، 2007)

أجريت الدراسة الميدانية بجامعة باتنة على عينة قوامها (220 مفردة) من الشباب الجامعي في كل من الشعب العلمية والأدبية. وانطلقت الباحثة في دراستها من التساؤل الرئيسي الآتي: ما تأثير مضامين برامج القنوات الفضائية على القيم الأسرية لدى الشباب؟.

وقد ركزت الباحثة في دراستها على القيم الآتية: قيمة طاعة الوالدين، واحترام الكبار وقيمة القناعة والكفاف، وقيمة الاستهلاك الرشيد، وقيمة الحياء والاحتشام، وقيمة الرفق واللين.

وتوصلت الباحثة لجملة من النتائج منها:

- توصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين مدة بدء المشاهدة وانتشار العادات والمواقف التي تعد بعيدة عن قيمنا، ورغم أن نسبة ظهور هذه العادات السلبية كانت بنسب ضئيلة جداً، مقارنة مع نسب تدعيم القيم الأسرية لدى المبحوثين، إلا أن النتائج بينت أنه كلما زادت سنوات مشاهدة الفضائيات زادت: النزعة الفردية والتحررية من الضوابط الأسرية، وانتشار الثقافة الاستهلاكية وزيادة التطلعات المادية، والرغبة في إتباع الموضة والاقتداء بمظهر مشاهير الفن ونجوم السينما لدى المبحوثين.

- كما توصلت الدراسة إلى أن كثافة مشاهدة الفضائيات العربية له تأثير مزدوج على القيم الأسرية لدى الشباب حيث يؤدي إما إلى اكتساب عادات مستحدثة وسلوكيات غريبة، وإما إلى زيادة تثبيت القيم الأسرية في نفوس الشباب، أي أن تأثير كثافة المشاهدة لبرامج الفضائيات العربية كان مزيجاً بين السلبي والإيجابي.

3-4- دراسة رقم 03: برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور - شباب مدينة وهران نموذجاً. (مجاهدي، 2011)

قدمت هذه الدراسة بجامعة وهران وهذا إعداداً لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، وتمحورت مشكلة الدراسة حول "الأثر الذي يتركه مشاهدة برامج القنوات الفضائية على سلوكيات الشباب"، ومن أجل الوصول إلى أهداف البحث اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسح الوصفي. كما اعتمد الباحث على أداة الاستبانة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة المتمثل في شباب مدينة وهران، باستخدام أسلوب العينة العشوائية الطبقية، حيث قدر عدد مفردات عينة الدراسة بـ(500 مفردة). وبعد توزيع الاستمارات وتفرغها وجدولتها، توصل الباحث لجملة من النتائج نذكر منها ما يخدمنا في دراستنا الميدانية الآتي:

- بينت المعطيات الإحصائية المتعلقة بالوقت الذي يخصصه الشباب لمشاهدة البرامج التلفزيونية، وعلى رأسها برامج الفضائيات، مدى الأهمية البالغة التي يؤديها هذا النشاط في حياة الشباب، حيث أدى زيادة مشاهدة القنوات الفضائية إلى نقص كبير في ممارسة النشاطات الاجتماعية الأخرى مثل زيارة الأقارب والأهل.

- كشفت الدراسة بأن أغلبية البرامج التي تعرضها الفضائيات لا تستجيب في أغلب الأحوال لمقتضيات النسق القيمي الذي تحكم إليه الأسر، وهذا الوضع أدى إلى تشتت وحدة المشاهدة الأسرية، وظهور نمط الانفرادي بشكل لافت للانتباه.

- إن تشتت وحدة المشاهدة الجماعية العائلية، يتوافق مع ميل الشباب أكثر فأكثر نحو الانفرادية في ما يتصل بالمشاهدة التلفزيونية، ويترب عنه، آثار على المستويين الاجتماعي والثقافي، حيث تدفع الشباب إلى الحديث عن الأشياء التي يرونها مهمة في حياتهم، مثل العلاقات العاطفية، وغيرها من الأمور التي كانت سابقاً من الطابوهات.

4-4- التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها: لاشك أن الدراسات الأكاديمية المتعلقة بموضوع القيم خاصة ما تعلق منها بوسائل الإعلام، وتأثيراتها على المجتمعات العربية لازالت قليلة ومحدودة، وهذا راجع لعدة أسباب منها التنوع في القيم داخل المجتمع، واختلاف تصنيفاتها وصعوبة تحديد مصادرها بين الباحثين والدارسين خاصة أثناء الدراسات الميدانية.

وإن كانت بعض الدراسات التي قام بها باحثون جزائريون وعرب أمثال "عبد الله بوجللال"، "بوعلي نصير"، "مصطفى مجاهدي"، "بلقاسم بن روان"، "محمد عبد البديع السيد"، "مي العبدلي"... وغيرهم في مجال القيم والتي دعمت في ما بعد بجهود الباحث الجزائري "عبد الرحمن عزي"، وطرحه لمقاربة "الحتمية القيمية في الإعلام" لاتزال فقيرة، ولا يزال الطرح القيمي إن صح التعبير في البيئة العربية يعتريه النقص من عدة جوانب واعتبارات، إلا أننا استفدنا من هذه الدراسات في قراءة للنتائج التي حققتها وبناء منطلقات جديدة خاصة بنا لدراسة القيم انطلاقاً من نتائج هذه الدراسات وأدوات جمع البيانات والمعلومات التي وردت فيها.

5- عرض المقاربات النظرية المعتمدة:

اعتمدت دراستنا هذه أساساً على مدخلين نظريين أساسيين ألا وهما **نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام**، جهود الباحث الجزائري "عبد الرحمن عزي" في "نظريته الحتمية القيمية في الإعلام"

5-1- **نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة والإعلام**: بأنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية، الاقتصادية الاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجتها وموادها القيم المهنية كالصدق، الموضوعية، التوازن والشمول، شريطة أن يتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع". (حسام الدين، 2003، ص 17)، وتعني المسؤولية الاجتماعية للصحافة أيضاً: "الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل

على سعادته عبر اتصاف الصحافة بسداد الرأي والدقة والعدل ومراعاة النواحي الأخلاقية والقيم". (حجاب، 2004، ص 488).

ومن التعريفين السابقين يتضح أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية الإعلامية يقوم على مبدأ بسيط، وهو التزام الصحافة بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة، والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته، إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع.

ومن أهم المبادئ أو الفروض التي تقوم عليها هذه النظرية مايلي:

- ينبغي على الصحافة والإعلام بوسائلها المختلفة أن تسهم في التزامات معينة تجاه المجتمع.
 - يمكن لوسائل الإعلام أن تعمل وفق المنطق المجتمعي وأن تقوم بالالتزامات الملقاة على عاتقها عبر احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالدقة والالتزان والموضوعية وغيرها على اعتبار أنها أداة بناء لا هدم.
 - على وسائل الإعلام أن تبادر وتعمل على تنظيم نفسها.
 - يتوجب على وسائل الإعلام أن تتجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية.
 - على الصحافة أن تحترم التعددية وأن تعكس حرية تنوع الآراء وان تحترم حق الرد.
 - من حق المجتمع على الصحافة أن تلتزم بأداء الوظائف المنوطة بها وأن تحافظ على المعايير المهنية خلال أدائها لوظائفها.
- (ماكفيل، 2005، ص 117).

- نشر أهداف المجتمع وقيمه وثقافته.
- وضع المعلومات أمام المواطنين وعد إخفائها إلا لأغراض أمن المجتمع والدولة.
- إعطاء الفرد حقه في الحصول على المعلومات وعدم التستر عليها وعد تزويده بمعلومات كاذبة أو منقوصة. (مكاوي، 2003، ص 143)

وتلعب نظرية المسؤولية الاجتماعية أهمية كبيرة في دراستنا ونظرا لهذه الأهمية قمنا بتوظيفها كمدخل نظري لدراستنا، وذلك للاستفادة من الفروض والمبادئ التي قامت عليها هذه النظرية في تحليل وربط المعلومات التي نحن بصدد جمعها من عينة الدراسة المحللة ومن موضوعنا. وكذلك لاعتبارات أخرى مثل:

- أنها تعني بالسياق أو بالبيئة الاجتماعية المحيطة وتأخذها بعين الاعتبار أثناء ممارسة العمل الإعلامي.
 - أنها تشدد على التزام العاملين في المجال الصحفي بقيم عديدة أهمها: الدقة، الموضوعية، العدل، والحفاظ على ثقافة المجتمع.
- (الغالي والعامري، 2010، ص 97).

5-2- الحتمية القيمية في الإعلام:

يتحدث "عبد الرحمن عزي" في نظريته الحتمية القيمة في محاولة منه لإمطاة اللثام عن النظرة المحدودة لنظرية الحتمية التكنولوجية "المارشال ماكلوهان" التي أصبحت في ظل التطور السريع لتكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة ووسائلها المتعددة محدودة التأثير لتركزها على الجانب المادي للبيئة الاتصالية، وإهمالها للقاعدة الأساسية للبيئة الاتصالية والمتمثلة في البعد القيمي والحضاري للعملية الاتصالية في ظل موجة تدفق المعلومات واندماج وسائط الاتصال مع الحواسيب الذكية وتوسع خدمات شبكة الإنترنت، تغير الكثير من المعايير والمفاهيم الثقافية والاجتماعية السائدة داخل المجتمعات، فكل هذا يثبت مدى داخل المجتمعات العربية الإسلامية وضرورة التفكير في كيفية إرسائها وضبطها.

هذا وقد بدأت ملامح النظرية القيمية في الإعلام في العقدين الأخيرين من هذا القرن من اجتهادات المفكر الجزائري "عبد الرحمن عزي"، ابتداءً بدراسة التدفق الإخباري، والأطر المرجعية الثقافية والتجدر التاريخي، ثم تلتها دراسات أخرى متتابعة لها ارتباط وثيق

بالانتماء العربي الإسلامي. وما تقتضيه من تحقيق الاستخلاف الحقيقي على الأرض وفق الفطرة السليمة التي فطر الله الناس عليها.

بالنسبة لنظرية "عبد الرحمن عزي" فقد جاءت لتعيد للقيم دورها في أي حركة يقوم بها الإنسان، فالرأسمال القيمي مرتبط بقيم المجتمع ومعانيه الثقافية التي تشكل هويته وانتماءه إلى بيئة حضارية ذات أبعاد إنسانية عالمية وينتمي الرأسمال القيمي إلى مجال التدافع الذي يضمن الحراك الاجتماعي التاريخي، في علاقته مع القيمة والتضاد بين الخير والشر، إذ على مستوى القول (الرمزي) أو الفعل (السلوك الفردي والاجتماعي) يكون الرأسمال القيمي المرجع في كل أداء من الرأسمال المادي والرأسمال الرمزي، فالترابط بين العناصر الثلاثة المكونة للرأسمال أساس البناء الحضاري. (عزي، 1995، ص 108).

ومن أجل ذكر بعض مبادئ هذه النظرية نقول أن نظرية "الحتمية القيميّة في الإعلام" تحوز على عدة فروض نركز على البعض منها والذي يخدم دراستنا:

- إنّ وسائل الإعلام تمثل عالماً رمزياً يقترب أو يبتعد من الواقع المعيش، ومن ثم فإن تأثيرها قد يظل في هذا المستوى ولا ينتقل إلى الواقع تلقائياً وبنفس الشكل والمضمون.

- إنّ كثرة استخدام هذه الوسائل يرتبط بالبحث عن الهوية، والتمرد على المجتمع للفت الانتباه أو تأكيد الذات.

- إنّ سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى إهدار القيم أو تحييدها.

- إنّ سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى إضعاف الحساسية القيميّة، واضمحلال الاستحياء تجاه المنوعات الثقافية.

- إنّ حسن استخدام وسائل الإعلام قد يعمل على تعزيز القيم وقد يولد أيضا الإحساس بالذنب إذا ساء استخدام تلك الوسائل.

- إنّ حسن استخدام وسائل الاتصال والإعلام، يحقق الإشباع والترفيه كما أنّه يلعب دور التحويل عندما يلجأ الفرد إلى وسائل الإعلام للتفليس عن قلق نفسي أو نزاعات عدوانية. (عزي، 1995، ص ص 34، 31).

أما في ما يخص التركيز على نظرية القيميّة الحتمية في الإعلام للباحث "عبد الرحمن عزي" كمقاربة إضافية لدراستنا كون هذه الأخيرة تعالج موضوع الصراع القيمي في البرامج التلفزيونية عبر القنوات الفضائية العربية وهذا من أجل معرفة الأدوات المنهجية وطرق تصنيف القيم، انطلاقاً من نظرة جديدة مستوحاة من البيئة العربية، والتي نظر لها الباحث "عزي عبد الرحمن" في معظم كتاباته، وخاصة ونحن بصدد دراسة وتحليل مضامين برامج إعلامية مغربية عربية تبث في بيئة عربية مسلمة.

6- الإطار المنهجي للدراسة:

6-1- المنهج المعتمد في الدراسة:

في ضوء طبيعة الدراسة والمعلومات المراد الحصول عليها لمعرفة تجليات الصراع القيمي في البرامج التلفزيونية، فإن دراستنا هذه تدخل ضمن دراسات المسح الوصفي الإعلامي وهي من الدراسات الوصفية والتي تهدف إلى تحليل المضمون الإعلامي وتحديد المضمون الإعلامي السمعي البصري، حيث تقوم دراستنا هذه على تحليل و تقويم خصائص مجموعة معينة (برامج تلفزيونية)، بطريقة منظمة من أجل الحصول على معلومات البيانات الضرورية وتحليلها، ولذلك لجأت أغلب البحوث الوصفية إلى استخدام أسلوب تحليل المضمون بطريقة كمية والتعبير عنه في بيانات بالاعتماد على فئات و وحدات للتحليل يمكن قياسها وعدها تفسر انشغالات وتسؤلات الباحث، وقد اعتمدنا في دراستنا هذه المرتبطة بتحليل المضمون الإعلامي السمعي البصري على وحدة أساسية للتحليل تمثلت في وحدة الموضوع أو الفكرة.

فمنهج المسح الإعلامي هو أحد المناهج الرئيسية التي تستخدم في البحوث الاجتماعية لوصف الظاهرة المدروسة و تصويرها كميًا، عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة و تصنيفها وتحليلها و إخضاعه للدراسة الدقيقة، وعادة ما يستخدم هذا المنهج بقصد إصلاح ظاهرة مرضية داخل المجتمع، بعد الوقوف على الجوانب المختلفة لظروف الحياة في مجتمع ما، في بيئة معينة وعلى الأخص المزدحمة أو الفقيرة من مختلف جوانبها الديموغرافية، والاقتصادية والصحية والاجتماعية سواء في ما يتعلق بمشكلات السكان والعمالة والبطالة أو المرض والفقر والخدمات المقدمة والسلوك الانساني وأنشطة الأفراد... الخ.(شفيق، 2005، ص 85).

2-6- مجتمع الدراسة والعينة:

يتمثل مجتمع دراستنا هذه في جميع القنوات الفضائية المغربية وكذا جميع البرامج الحوارية التي بثت عبر هذه القنوات خلال موسم 2017/2018، ولاستحالة إجراء دراسة بهذا الحجم من القنوات والبرامج قمنا كخطوة أولى بانتقاء ثلاث قنوات مغربية هي "قناة النهار"(الجزائر)، "قناة التونسية"(تونس)، وقناة medi 01 (المغرب)، عن طريق القصد وبعدها انتقاء البرامج الثلاثة عن طريق القصد أيضا وهي برنامج "ما وراء الجدران" الجزائري، وبرنامج "بدون حرج" المغربي، وبرنامج "عندي مانقولك" التونسي لإضفاء الصبغة المغربية على عينة الدراسة. وقد انتهجنا طريقة المعاينة وتعرف العينة بأنها "عبارة عن جزء من المجتمع الكلي المراد تحليله، أو هي عبارة عن مجموعة من المفردات التي يتعامل معها الباحث منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحثي الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع".(المسلمي، دون سنة، ص، 123) وقد قمنا باختيار خمس حلقات لكل برنامج لكي يكون هناك تكافؤ في العينة على اعتبار التنوع في الحلقات بين الموسمين 2017/2018، وهذا بطريقة العينة القصدية فكل برنامج كان من نصيبه خمس حلقات من التحليل أي خمس(05) حلقات من برنامج "ما وراء الجدران" من قناة النهار الجزائرية، وخمسة (05) حلقات من برنامج "بدون حرج" قناة medi01 المغربية، وخمسة (05) حلقات من برنامج "عندي مانقولك" قناة التونسية، تونس. ليكون مجموع عينة الحلقات المحللة هو خمسة عشر (15) حلقة.

3-6- أدوات جمع البيانات:

تعتبر أدوات جمع البيانات الدعامة الرئيسية لأي بحث، من أجل الحصول على المعلومات والحقائق حول المادة المدروسة، وهذا من أجل الوصول إلى أهداف البحث المنشودة، وقد استخدمنا في دراستنا هذه أداتين لجمع البيانات تتمثلان في:

6-3-1: الملاحظة:

تعني الاهتمام أو الانتباه إلى الشيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس حيث نجتمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه، و الملاحظة العلمية تعني الانتباه للظواهر و الحوادث بقصد تفسيرها و اكتشاف أسبابها و الوصول إلى القوانين التي تحكمها. (عطوي، 2007، ص 120).

و تعتبر الملاحظة من أهم الأدوات المستخدمة في الدراسات الوصفية و تكمن أهمية تلك الأداة في جمع البيانات المتعلقة في كثير من أنماط السلوك التي لا يمكن دراستها إلا بواسطة تلك الأداة، كما أن الملاحظة المباشرة يمكن استخدامها في بحث وصفي، لدراسة سلوك الأطفال و تصرفاتهم عندما يجتمعون بهدف اللعب، حيث يهدف لاكتشاف قدراتهم الحركية و المعرفية و الوجدانية أثناء ممارستهم لنشاط اللعب.(عبد الهادي، 2006، ص 55).

وقد استخدمنا الملاحظة من خلال مشاهدتنا للمادة المحللة أي الحلقات عينة الدراسة لكل برنامج، حيث شاهدنا مرارا وتكرارا تلك الحلقات، وسعينا من خلال هذه المشاهدة إلى تدوين كل الملاحظات والمعلومات وكل ما يتعلق بموضوع دراستنا بشكل دقيق وعلمي وموضوعي.

6-3-2: استمارة تحليل المضمون:

أما الأداة الثانية التي استخدمناها في دراستنا فهي استمارة تحليل المضمون، وهي مجموعة من فئات للتحليل و مؤشرات يمكن عن طريقها استكشاف أبعاد الدراسة عن طريق تحليل محتوى بعض أعداد البرامج قيد الدراسة.

فاستمارة التحليل تعد بمثابة إطار متكامل للرموز الكمية الخاصة بكل وثيقة من وثائق التحليل، وينبغي أن يصمم هيكلها العام بحيث تشمل الأقسام الآتية: (عبد الحميد، 2009، ص - ص 234-335).

وتشتمل استمارة تحليل المضمون الخاصة بدراستنا على ثلاث محاور رئيسية هي:

* محور خاص بالمادة المحللة: ونعرض فيه معلومات عن البرامج الثلاثة من اسم البرنامج، واسم القناة، والمدة الزمنية، وتاريخ البث.

* محور خاص بفئات الشكل (كيف قيل؟): وهي الفئات التي تقوم بوصف الشكل الذي قدمت فيه المادة محل التحليل وهي الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟ ومن بين فئات الشكل التي اخترناها و تتلاءم مع أهداف دراستنا ما يلي:

- فئة اللغة المستخدمة: نقصد بها اللغة التي تم بواسطتها عرض البرامج الثلاثة عينة الدراسة ، هل هي لغة عربية فصحي أو لهجة محلية أو مزيج بين العربية واللغات الأجنبية.

- فئة قوالب تقديم البرنامج: وهي فئة وهي أدرجناها لمعرفة أهم القوالب المستخدمة أو المساعدة في تقديم البرنامج سواء كان حوارا أو رورتاجا مصورا أو تقريرا.

- فئة مدى ملائمة تخصصات الضيوف لموضوعات البرنامج: ونقصد بها مدى ملائمة التخصصات العلمية للضيوف لمناقشة المواضيع المطروحة في البرنامج.

* محور خاص بفئات المضمون (ماذا قيل؟): وهي الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ أي مضمون المادة محل الدراسة وتنقسم هذه الفئات بدورها إلى فئات أخرى، قمنا باختيار البعض منها بما يتماشى وأهداف دراستنا ومنها:

- فئة الموضوعات: هي الفئة التي تسمح بتحديد المواضيع المتعلقة بالصراع القيمي في البرامج الثلاثة عينة الدراسة والتي عرضت في حلقات البرامج الخمسة عشر عينة الدراسة.

- فئة الشخصيات الفاعلة: حيث تبحث هذه الفئة عن المحركين الأساسيين في البرنامج ، أي مجموعة الأشخاص التي تصنع الحوار في المضمون محل التحليل.

- فئة الجمهور المستهدف من البرنامج: وهي فئة مهمة اختلفت من حلقة لأخرى ولكنها كانت واضحة من حيث عرض المقدم في العادة لموضوع البرنامج والذي منه نستطيع ان نستخرج الجمهور المستهدف عادة.

- فئة أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرنامج نحو الجمهور المشاهد: هي وحدة تمكنا من معرفة مدى احترام الخصوصية الفردية، واحترام حق الرد والتصحيح، وكذا احترام حق الجمهور في معرفة الحقيقة والصواب، واحترام المشاهدة العائلية والذوق العام من قبل القناة والقائمين عليها.

- فئة القيم المتضمنة في البرنامج: حيث قمنا باستخراج مجموعة القيم التي تحتويها كل حلقة من الحلقات المحللة وقد قسمناها إلى قيم إيجابية وقيم سلبية من أجل خلق نوع من الموضوعية في التحليل والطرح، حيث تعتبر فئة القيم أهم فئة في موضوع دراستنا حيث أنها تبرز صراع القيم السلبية والإيجابية. وقد قمنا بتحديد العديد من القيم التي سنقوم بالكشف عنها بأبعادها المختلفة من حيث السلب والإيجاب في طرحا بالبرنامج، كالقيم التواصلية ، والقيم الإيمانية، والقيم الجمالية والقيم الاجتماعية والقيم الانسانية والقيم النفسية والقيم اللسانية بأبعادها المختلفة.

اختبار الثبات لاستمارة تحليل المحتوى:

وتجدر الإشارة إلى أن استمارة تحليل المضمون قد قمنا بإخضاعها لإجراءات الصدق والثبات، بغرض التأكد من صلاحية الأداة المستخدمة في هذه الدراسة لقياس ما وضعت من أجله، فقد طبقنا إجراءات الصدق والثبات بتوزيع استمارة تحليل المضمون على عدد من المحكمين، ووفقا لمعادلة "هولستي" فقد كانت النتيجة كالتالي :

$$\text{معادلة الثبات} = 0.96$$

حساب معادلة ثبات الاستمارة:

حيث عدد الفئات في استمارة تحليل المحتوى التي صممناها هو ثمانية عشر فئة (18)، تسعة (9) فئات للشكل، وتسعة (9) فئات للمضمون، فقمنا بعرضها على ثلاث محكمين وهم أساتذة مختصون في مجال علوم الإعلام والاتصال و هذا لمعرفة متوسط الاتفاق بينهم فكانت نسبة الاتفاق كالتالي: حيث متوسط الاتفاق = الأسئلة المتفق عليها / (قسمة) عدد الفئات في الاستمارة.

$$\text{متوسط الاتفاق للمحكم الأول} = 18 / 17 = 0.94$$

$$\text{متوسط الاتفاق للمحكم الثاني} = 18 / 16 = 0.88$$

$$\text{متوسط الاتفاق للمحكم الثالث} = 18 / 16 = 0.88$$

حساب متوسط الاتفاق العام بين المحكمين الثلاثة:

$$\text{متوسط الاتفاق العام} = \text{متوسط الاتفاق 1} + \text{متوسط الاتفاق 2} + \text{متوسط الاتفاق 3} / (\text{قسمة}) 3$$

$$\text{متوسط الاتفاق العام} = 0.94 + 0.88 + 0.88 / 3 = 0.9$$

فمتوسط الاتفاق العام بين المحكمين الثلاثة يساوي 0.9.

حساب معادلة الثبات لهولستي:

معادلة الثبات = ن (متوسط الاتفاق العام)

$$1 + (1 - \text{ن}) (\text{متوسط الاتفاق العام})$$

$$\text{معادلة الثبات} = 3 (0.9)$$

$$\text{معادلة الثبات} = 0.96 = 1 + (1 - 3) (0.9)$$

7- عرض نتائج الدراسة : نستعرض في هذا العنصر نتائج دراستنا في ضوء تساؤلات الدراسة وفي ضوء محاور استمارة التحليل

التي هي عبارة فئات تحليل مضمون، مصنفة لفئات الشكل وفئات المضمون:

7-1 نتائج الدراسة المرتبطة بفئات الشكل كيف قيل؟:

• فئة اللغة المستخدمة في البرنامج والتي كان تساؤلها هو: ماهي اللغة المستخدمة في عرض وتقديم البرامج الثلاثة عينة الدراسة، فقد أظهرت نتائج الدراسة من خلال الملاحظة والتحليل اعتماد مقدمي البرامج الثلاثة على اللهجة المحلية بنسبة (60%) والمزيج اللغوي بين اللغة العربية واللهجات بنسبة (25%)، بينما بلغت نسبة استخدام اللغة العربية الفصحى في عرض وتقديم البرنامج ما نسبته (15%) حيث كشفت المعطيات إهمال اللغة العربية في الحوار داخل البرنامج والاعتماد على اللهجات العامية، وهذا أمر يعاب على القنوات الثلاثة، كونها قنوات فضائية وليست محلية، وليس كل المشاهدين عبر العالم العربي على الأقل يفهمون اللهجات الجزائرية والتونسية والمغربية نظرا لبعض العبارات المستخدمة محليا فقط.

• فئة القوالب التي تقدم بها البرامج: والتي كان تساؤلها هو: ماهي القوالب التي تُقدم بها هذه البرامج، فقد أظهرت النتائج من خلال الملاحظة والتحليل أن قوالب تقدم البرامج الثلاثة عينة الدراسة متنوعة، من الحوار إلى التقارير المصورة والبرورتاجات،

واستخدام بعض الدعائم أحيانا كالصور الفتوغرافية والتسجيلات الصوتية، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على تنوع في طرق إيصال المعلومة للمشاهد نظرا لكون البرامج تلفزيونية ذات طابع سمعي بصري.

• **فئة مدى ملائمة تخصصات الضيوف لموضوعات البرنامج:** أظهرت النتائج من خلال الملاحظة والتحليل في ما يخص ملائمة تخصصات الضيوف للمواضيع المطروحة بأن الضيوف ملائمين من حيث التخصص عادة فهناك مختصون في الدين والشريعة وآخرون في القانون، وآخرون في علم النفس والاجتماع بالإضافة إلى أساتذة جامعيين وأئمة، لكن ما يعاب على بعض البرامج كبرنامج "ما وراء الجدران" عبر قناة النهار هو الاعتماد في كل حلقاته المحللة وحتى في باقي الحلقات والمواسم على ضيفين دائمين هما الشيخ الإمام والمستشار القانوني للبرنامج، وهذا ما لا يمنح البرنامج الأفضلية على باقي البرامج المحللة على غرار برنامج "بدون حرج" على قناة medi 01 المغربية الذي نلاحظ فيه تغيير دائم ومتنوع للضيوف وتخصصاتهم وهذا من المهنية بمكان من حيث منح الفرص من قبل معدي البرنامج لمختلف المختصين من أجل معالجة مختلف المواضيع الاجتماعية.

7-2 نتائج الدراسة المرتبطة بفئات المضمون ماذا قيل؟ :

• **فئة الموضوعات:** أظهرت الدراسة وبحكم أن عينة الدراسة هي عينة قصدية أن الموضوعات المطروحة في البرنامج هي موضوعات الخلافات عائلية حول الميراث، الطلاق، التحرش الجنسي، عقوق الوالدين، الاعتداء على الأصول، الانحراف والهروب من المنزل، التسول، الخيانة الزوجية، المساواة بين الرجل والمرأة، الاغتصاب الزوجي، الزواج السري، الحجاب، السحر والشعوذة، العلاقات غير الشرعية عبر الفايبر بوك، زنا المحارم، حيث أن القنوات الثلاثة حسب ما أسفرت عنه الملاحظة الشخصية والتحليل لهذه المواضيع، تسعى للتطرق للطبقات في المجتمعات المغربية كون هذه المواضيع تجذب عددا لا يستهان به من المشاهدين اللذين ينقسمون بين مستهجن وساخر وفضولي، نظرا لما تراه عيناه من فضائح وكشف للأسرار وعرض ما لم يكن يعرض سابقا في الإعلام المغربي، والظاهر أن هذه القنوات قد تعمدت في الكثير من الأحيان التطرق لمثل هذه المواضيع من أجل رفع نسب المشاهدة عبر التلفزيون ضاربة بعرض الحائط قيم وعادات المشاهدة والذوق العام.

• **فئة الشخصيات الفاعلة في البرنامج:** من خلال الملاحظة عن طريق المشاهدة والتحليل أظهرت الحلقات عينة الدراسة أن الشخصيات الأكثر فعالية في البرامج هي: شخصية المقدم أو الصحفيين وخاصة برنامج "عندي مانقولك" ممثلة في مقدمه "علاء الشابي" الذي يحظى بشعبية كبيرة لدى المشاهدين والجمهور الحاضر في البلاطو وحتى لدى الجمهور المغربي هذا المقدم الصحفي الذي يملك شخصية متزنة وقوية وأجديات إدارة الحوار والنقاش وكذا مختلف أساليب الإقناع والحجة، وكذلك الحل بالنسبة للصحفية "إيمان إيغوثان" مقدمة برنامج "بدون حرج" فشخصيتها بارزة ولديها قبول اجتماعي قوي خاصة لدى فئة المثقفين والضيوف اللذين تستضيفهم وكذا طريقتها الجيدة في إدارة الحوار ومناقشة المواضيع المطروحة، على عكس مقدمة برنامج "ما وراء الجدران" عبر قناة النهار الجزائرية التي تتسم بالبرودة والهدوء غير الخادم للنقاش والتي تبدو أحيانا وكأنها تعد مات قوله مسبقا ولم تترك مجالا للعفوية، وهذا ما يدعمه استعانتها بنفس الضيوف بصفة دائمة في جميع الحلقات المحللة.

• **فئة الجمهور المستهدف من البرنامج:** يمثل الأزواج الفئة الأكثر استهدافا حيث بلغت نسبته المئوية 38.46%، لتأتي فئات الفتيات والأولياء والأبناء بنسبة 15.38%، في المرتبة الثانية وهذا يدل على أن الأزواج بصفة عامة هم الأكثر استضافة في حلقات البرنامج قيد الدراسة، وبالتالي فالتركيز على استهدافهم أمر مهم لمحاولة تشخيص طبيعة الخلاف بين الأزواج والبحث عن حلول، كما أن الأولياء والأبناء والفتيات أيضا من الجماهير المستهدفة من خلال البرنامج، وهذا راجع لطبيعة الموضوعات المعالجة في هذه الحلقات والمرتبطة بهذه الفئات على وجه الخصوص، ومن خلال ملاحظتنا أيضا نستنتج بأن البرامج الثلاثة استهدفت شرائح عديدة من المجتمع وهذا إن دل على شيء إنما يدل على حرص البرامج عينة الدراسة على استهداف شرائح واسعة داخل المجتمعات المغربية، ومن جهة أخرى معرفة القائمين على هذه البرامج بقيمة التنوع في المواضيع الذي يعني بالضرورة تنوع الجمهور المتلقي أو المستهدف.

• فئة أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرنامج نحو الجمهور المشاهد: من خلال التحليل والملاحظة استظهرت النتائج المتحصل عليها مثلاً في بعد مدى احترام الخصوصية الفردية، أن البرامج الثلاثة لم تحترم في الكثير من المرات الخصوصية الفردية ، وكذا في ما يتعلق باحترام حق الرد والتصحيح فلم يرد في الحلقات المحللة مثل هذا السلوك الضروري والذي هو من أخلاقيات المهنة، وكذا بعد احترام حق الجمهور في معرفة الحقيقة والصواب، فقد لاحظنا تعمد تعميم بعض الحقائق وعدم الخوض فيها خاصة برنامج "ماوراء الجدران" عبر قناة النهار الجزائرية، أما في ما يتعلق ببعد احترام المشاهدة العائلية والذوق العام من قبل البرامج والقائمين عليها، فقد لاحظنا في الكثير من الحلقات المحللة ابتعاد هذه البرامج عن احترام المشاهدة العائلية وذلك عن طريق الحديث عن مواضيع تخدش الحياء خاصة في مواضيع الخيانة الزوجية، ومواضيع التحرش والشذوذ والجنسي، وغيرها وخاصة في برنامج "عندي مانقولك" التونسي، وكذلك برنامج "بدون حرج" الذي بالغ في الكثير من الأحيان في الحديث عن مواضيع بعيدة عن أخلاق المجتمع مثل مواضيع الزواج السري والاغتصاب الزوجي، فليس كل ما تستطيع قوله يمكنك أن تقوله، وليس كل يمكن قوله يجب أن يقال، وهذه النتيجة أيضاً توصلت إليها الدراسة السابقة التي عرضناها بعنوان: **برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور - شباب مدينة وهران نموذجاً**. حيث توصلت هذه الدراسة أيضاً بأن أغلبية البرامج التي تعرضها الفضائيات لا تستجيب في أغلب الأحوال لمقتضيات النسق القيمي الذي تحتكم إليه الأسر، وهذا الوضع أدى إلى تشتت وحدة المشاهدة الأسرية. (مجاهدي، 2011).

• نتائج الدراسة المرتبطة بفئة القيم المتضمنة في البرنامج:

وبناء على أبعاد القيمة التي وضعها الباحث عزي عبد الرحمن في كتابه "منهجية الحتمية القيمية في الإعلام" يمكننا أن نضع النتائج الآتية عن فئات القيم (عزي، 2013، ص ص 33 32)

نتائج مرتبطة بالقيم الإيجابية:

- غلب على العينة المحللة من الحلقات أبعاد القيمة، التواصلية بنسبة 24,32%، يليه البعد الاجتماعي بنسبة 21,62%، ثم البعد النفسي بنسبة 16,21%، ثم باقي الأبعاد كالبعد اللساني و الإيمان والبعد الإنساني والجمالي، وهذا واضح كون البرنامج اجتماعي حوار.

- في البعد التواصلية نجد غلبة قيمة الجدل والتي هي أحسن بنسبة 23,52%، وقيم اتباع أسلوب الحوار وممارسة الإقناع بنسبة بلغت 17,64% لكل واحدة، وهذا ما يعكسه طابع البرنامج الحوار.

- غلبت قيم الإيمان بالله وأداء العبادات والعمل الصالح على البعد الإيمان في الحلقات المدروسة وهي من القيم الإيجابية القليلة جدا في البرامج عينة الدراسة، وهذا راجع لوجود قيم أخرى مضادة موجودة في الحلقات المحللة.

- تعتبر قيمة استخدام الكلمات الإيجابية في البعد اللساني هي القيمة السائدة، وهذا نظرا لكون البرامج حوارية يحاول فيه المقدم (ة) اختيار العبارات المناسبة لموضوع الحلقة، وبالتالي يحتم عليه استخدام الكلمات الإيجابية و فرض ذلك على الضيوف بطريقة ذكية من أجل فاعلية الحوار بينهم.

- تعتبر قيم الحلم والصبر والثقة بالنفس أكثر القيم ذات البعد النفسي وهذا تمليه طبيعة البرنامج الحوار ونوعية الضيوف الحاضرين ومدى قابليتهم للتسامح مع الطرف المتخاصم معه في برنامج "عندي مانقولك"، أما الثقة بالنفس فتجسدت في شخصية المقدم تحديدا وكيفية إدارته للبرنامج وفصوله، وكذلك في شخصية بعض الضيوف اللذين يثقون في معلوماتهم حول الطرف الآخر وحضورهم أمام الكاميرات وامام الملاء أكبر دليل على ثقتهم بأنفسهم.

- من قيم البعد الاجتماعي نجد قيم التكافل الاجتماعي والنصيحة وصلة الرحم والتسامح هي الغالبة بنسبة قدرت بـ 13.63%، وهذا دائما مربوط بطبيعة البرنامج الحوار وأهدافه.

- تكاد تنعدم القيم ذات البعد الجمالي في الحلقات المحللة وهذا راجع لطبيعة المواضيع المتطرق إليها كونها اجتماعية حساسة وبعيدة عن قيمة الجمال، لولا وجود هذه القيمة في حلقتين وهما من استخدام المقدم الذي يتفنن مرات في التغزل ببعض الضيوف.

- تطغى قيمة احترام الإنسان على البعد الإنساني للبرنامج، وهذا يجسد فعلا أهداف البرنامج الإنسانية احترام الضيوف لبعضهم البعض والاحترام المتبادل مع المقدم والذي يفرضه خلال حلقات البرنامج وكذلك احترام كيان الانسان.

نتائج مرتبطة بالقيم السلبية:

استنادا إلى "فرضيات تأثيرات سوء استخدام وسائل الإعلام" التي ذكرها الباحث "عبد الرحمن عزي" في كتابه "منهجية الحتمية القيمية في الإعلام، وتحديدًا في التأثيرات السالبة الخاصة بالمضمون، "الفرضية 16" التي يقول فيها: "أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى إهدار القيم أو تحييدها"، و"الفرضية 17" التي يقول فيها: "أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى إضعاف الحساسية القيمية واضمحلال الاستحياء تجاه المنوعات الثقافية"، و"الفرضية 20" التي يقول فيها: "أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) قد يكون وسيلة للتهرب والإفلات من الواقع الاجتماعي، ويكون تعويضا «رمزي» لعلاقات اجتماعية مفقودة وذلك ما يلاحظ في كثرة استخدام الإعلام الجديد ومشتقاته..." (عزي، 2013، ص ص 32 33). وانطلاقا من الملاحظة والتحليل لعينة الدراسة استنتجنا القيم السلبية التالية:

- احتلال قيمة التشهير أعلى سلم القيم السلبية في حلقات البرنامج المحللة بنسبة قدرت بـ 11.29%، تليها قيمة الكذب والافتراء بنسبة 08.06%، ثم قيم الخداع والمكر، والجهر بالمعصية، والإهانة وشرب الخمر والقذف، والنفاق بنسبة 06.45%، فالمتتبع لحلقات البرامج عينة الدراسة يستشعر وجود هذه القيم السلبية وعلى رأسها قيمة التشهير، والتي صنعت هذه البرامج بواسطتها مثلا للبرامج الفاضحة في أحقر معانيها، وطغت لغة "الصحافة الصفراء" أو الإعلام الأصفر كما يسميه البعض على معظم حلقاته المقصودة بالدراسة وعلى غيرها -لمن شاهد البرنامج- وهذا والله أمر يعاب كثيرا على برنامج من هذا القبيل، والذي جعل من فضح أسرار الناس سلما يرتقي به لتحقيق أعلى نسب مشاهدة.

- كما لاحظنا من خلال المشاهدة المتكررة لعينة الدراسة المحللة عدم احترام هذه البرامج للمشاهدة العائلية والدوق العام، فقد لاحظنا في الكثير من الحلقات المحللة ابتعاد هذه البرامج عن احترام المشاهدة العائلية وذلك عن طريق الحديث عن مواضيع تخدش الحياء خاصة في مواضيع الخيانة الزوجية، ومواضيع التحرش والشذوذ والجنسي، وغيرها وخاصة في برنامج "عندي مانقولك" التونسي، وكذلك برنامج "بدون حرج" الذي بالغ في الكثير من الأحيان في الحديث عن مواضيع بعيدة عن أخلاق المجتمع مثل مواضيع الزواج السري والاغتصاب الزوجي وغيرها.

- كما لاحظنا عدم التزام القنوات المسؤولة عن هذه البرامج بالمسؤولية الأخلاقية للإعلام، في ما يتعلق باحترام حق الرد والتصحيح فقد كان حق الرد الذي سمحت به القناة مدروسا حيث سمحت لأطراف القضايا التي ظهرت في الحلقات المحللة بالظهور والرد على خصومهم، وهذا ليس احتراما من القناة لحق الرد كما هو ظاهر بل من أجل جذب المشاهدين وشدهم نحو القضية المثارة، وهذا قد بدا جليا في برنامج "ما وراء الجدران" لقناة النهار الجزائرية هذا البرنامج الذي افتقد للاحترافية الإعلامية في كثير من الأحيان، بل أن القائمين عليه بفعلتهم تلك يكونون قد أجموا من نار الفتنة بين المتخاصمين كيف لا وأسرا البيوت تناقش وتكشف على الملأ. وهذا ما أشارت إليه فرضيات نظرية المسؤولية الاجتماعية التي اعتمدنا عليها كمدخل نظري والقائلة "يمكن لوسائل الإعلام أن تعمل وفق المنطق المجتمعي وأن تقوم بالالتزامات الملقاة على عاتقها عبر احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالدقة والالتزان والموضوعية وغيرها على اعتبار أنها أداة بناء لا هدم" وكذلك "على الصحافة أن تحترم التعددية وأن تعكس حرية تنوع الآراء وان تحترم حق الرد".

- بروز قيم الكذب والافتراء، والجهر بالمعصية والإهانات والقذف التي تفنن الضيوف في نعت بعضهم البعض بها على مرأى ومسمع من المقدم الذي يبقى مستمعا دون تحريك ساكن وأمام الملايين وهذا ما حدث في الكثير من المرات خاصة في برنامجي "عندي مانقولك" و"ما وراء الجدران" ولا شك أن هناك أصحاب الضمائر الحية خلف الشاشات اللذين يستهجنون الموقف.

- أما بالنسبة لباقي القيم السلبية كالزنا وكشف أسرار البيوت، والحقد و التهديد والتحقير، وتشبه الرجال بالنساء وتغيير خلق الله، وعقوق الوالدين والإغراء والإثارة، فكلها قيم تضمنتها الحلقات المحللة في البرنامج، إذ لا تكاد تخلو حلقة من وجود هذه القيم، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على ما جاء في الفرضية رقم 21 ، للباحث عززي عبد الرحمن،(عززي، 2013، ص 33) والتي جاء فيها: "سوء استخدام وسائل الإعلام في حد ذاتها يمنع الفرد من تغيير ذاته ومحيطه" وهذا موجود فعلا في البرامج التي قمنا بتحليلها، حيث أن سوء استخدام هذه الوسيلة الإعلامية المتمثلة في وسيلة التلفزيون، يمنع من تغيير هذه القيم السلبية في المحيط"، حيث أنه بقدر ما يعتقد القائمون على هذه القنوات المغاربية بأنهم يسعون لحل الخلافات والصلح بين مختلف شرائح المجتمع، والتطرق للطبقات، بقدر ما هم يعمقون هوة هذه القيم السلبية ويكرسونها في المجتمع، من خلال السماح لهذه القيم بالظهور عبر هاته القنوات ومناقشتها على العلن، مما يؤدي إلى انتشارها في أوساط الملايين من المتتبعين والمشاهدين لها من دون إمكانية حد سبلها الجارف، لأن الرسالة الإعلامية ومضمون الاتصال في هذه الحالة شأنه شأن الرصاصة، إذا أطلقت فلا مجال للرجعة لتكون عواقبها وخيمة على الفرد والمجتمع.

8- خاتمة:

يعتبر موضوع الصراع القيمي في البرامج التلفزيونية من المواضيع ذات الأهمية البالغة، والتي استدعت منا القيام بدراسة تحليلية في هذا المجال، سعيا منا لمحاولة فهم حقيقة الصراع القيمي في البرامج التلفزيونية، من خلال عينة من البرامج الحوارية في القنوات الفضائية المغاربية حيث أردنا معرفة حجم هذا الصراع وحيثياته، من خلال عدة مؤشرات تم توظيفها على مستوى الدراسة سواء من ناحية الشكل أو المضمون، وقد قمنا بطرح تساؤل جوهري حول تجليات صراع القيم في هذا النوع من البرامج الحوارية المغاربية، حيث تمثل هذا الصراع في حقيقة ما يجب أن يكون عليه هذا النوع من البرامج من طرح للطبقات بشكل عقلاني وإعلامي محترف، وبين ما أحدثه بث هذا النوع من البرامج بتلك الموضوعات من قيم التشهير وفضح أسرار البيوت وعدم احترام المشاهدة العائلية والذوق العام، وعدم التزام القنوات المسؤولة عن هذه البرامج بالمسؤولية الأخلاقية للإعلام، وهذا ما أشار إليه الباحث "عبد الرحمن عززي" بقوله أن إنَّ كثرة استخدام هذه الوسائل يرتبط بالبحث عن الهوية، والتمرّد على المجتمع للفت الانتباه أو تأكيد الذات، كما أن سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى إهدار القيم أو تحييدها، وكذا الشأن في سوء استخدام وسائل الإعلام (المضمون) يؤدي إلى إضعاف الحساسية القيميّة، وازمحلالات الاستحياء تجاه الممنوعات الثقافية. وهذا ما يستدعي منا كباحثين في ختام هذا البحث وبموضوعية إلى الدعوة لضرورة التدخل العاجل لسلطات الضبط على مستوى كل بلد، سواء الجزائر أو تونس أو المغرب لإعادة تكييف مثل هذا النوع من البرامج، ليتماشى مع قيم البيئة المغاربية العربية المسلمة وضرورة التزام كل قناة بأخلاقيات المهنة الإعلامية وضوابطها.

- قائمة المراجع:

- 1- العيسوي، عبد الرحمن (2004). جنوح الشباب المعاصر ومشكلاته. بيروت لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية.
- 2- علي محمد، محمد (1985). الشباب العربي والتغير الاجتماعي. بيروت: دار النهضة العربية.
- 3- طيشوش، نسيم (2011). القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب. الجزائر: كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
- 4- مالك شبيب، هدى (2012). التسويق في البرامج التلفزيونية الحوارية. مجلة كلية الآداب، 2012 (102).
- 5- شفيق، محمد (2005). البحث العلمي مع تطبيقات في مجال الدراسات الاجتماعية. د بلد: المكتب الجامعي الحديث
- 6- عزت عطوي، جودت (2007). أساليب البحث العلمي: مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية. عمان الأردن: دار الثقافة للنشر و التوزيع.
- 7- لأحمد عبد الهادي، نبيل (2006). منهجية البحث في العلوم الإنسانية. لبنان: الأهلية للنشر و التوزيع.
- 8- عبد الحميد، محمد (2009). تحليل المحتوى في بحوث الإعلام. بيروت ، لبنان : دار ومكتبة الهلال للنشر والتوزيع.
- 9- مجاهدي، مصطفى (2011). برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور-شباب مدينة وهران نموذجاً. بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 10- طيشوش، نسيم (2007.2008). القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب (رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، جامعة باتنة..
- 11- بوجللال، عبد الله (وآخرون) (1999). القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري - دراسة نظرية وميدانية. عين مليلة: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع.
- 12- حسام الدين، محمد (2003). المسؤولية الاجتماعية للصحافة. القاهرة: الدار المصرية للطباعة.
- 13- حجاب، محمد منير (2004). المعجم الإعلامي. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 14- ماكفيل، توماس (2005): الإعلام الدولي النظريات، الاتجاهات، والملكية، ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي، العين الإمارات: دار الكتاب الجامعي.
- 15- مكاي، حسن عماد (2003). أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 16- الغالي، طاهر محسن، والعامري، صالح مهدي (2010): المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع. عمان: دار وائل للنشر والطباعة.
- 17- عبد الرحمن، عزي (2013). منهجية الحتمية القيمية في الإعلام. تونس: الدار المتوسطية للنشر.
- 18- عبد الرحمن، عزي (1995). الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية، بعض الأبعاد الحضارية. الجزائر: دار الأمة.