



منظمة العمل العربية

ورشة العمل القومية
"حول دور الإعلام فى الترويج لإعلان
المبادئ والحوار الإجتماعي"
شرم الشيخ – جمهورية مصر العربية

20-21 — نوفمبر / 2013

"دور الإعلام العربى فى تعزيز ثقافة الحوار
الإجتماعي"

إعداد

د. سامى شريف

عميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة لتكنولوجيات المعلومات

جمهورية مصر العربية

2013

شهد القرن الجديد تحولات سياسية واقتصادية واجتماعية حادة وغير مسبوقه إلا أن هذه التحولات لم تؤد إلى تغير ملموس فى حياه وواقع العديد من دول العالم وشعوبه ولاسيما فى مجال الإصلاح الاجتماعى على وجه الخصوص. والواقع أن عمليات التحول الاجتماعى والاقتصادى التى تشهدها معظم المجتمعات التى تتجه الى اقتصاد السوق، وما يترتب عليه من تداعيات اجتماعية لم تؤت ثمارها المتوقعه، بل إن ما يواكب تلك العمليات من إصلاح اجتماعى يتباطأ بشده عن الإصلاح السياسى ويعوق حركته.

ولقد علل كثير من الخبراء هذه الحالة بغياب "الحوار الاجتماعى" بين مختلف القوى الفاعلة فى المجتمع، فثمة أزمة "حوار" حقيقية تعانى منها معظم المجتمعات النامية مما ينعكس بالسلب على قدرة الأطراف والقوى المجتمعية على المشاركة فى عمليات التنمية لتحقيق الأهداف المشتركة.

ويرتبط هذا الوضع بغياب المناخ الديموقراطى بشكل عام إلى جانب غياب ثقافة الحوار والتواصل والتفاعل بين الأطراف الاجتماعيه المختلفه.

ولقد أحسنت منظمة العمل العربيه صنعاً بأن تضمن البند التاسع من جدول أعمال الدورة الثامنة والثلاثين والتي عقدت فى مارس 2011 بنداً فنياً بعنوان "الحوار الاجتماعى من أجل تنمية مستدامة" وذلك أيماناً منها بأن "الحوار الاجتماعى" بين أطراف الإنتاج الثلاثة (العمال – مؤسسات العمل – الحكومات) هو أساس النهوض بالتنمية المستدامة. كما أصدرت المنظمة إعلان مبادئ بشأن الحوار الاجتماعى فى البلدان العربيه فى إطار اعتماد "الحوار الاجتماعى" وسيلة فعالة لحل المشكلات وتعزيز التماسك الاجتماعى.

وفى ظل ما حققته ثورة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات من طفرة واسعة لوسائل الإعلام فقد أصبحت هذه الوسائل واحده من أهم وأوسع أدوات "الحوار الاجتماعى" وربما أكثرها تأثيراً.

ومن ثم فقد تزايد دور الإعلام فى تأصيل قيم الحوار والتواصل المجتمعى، وإحداث تغيير حقيقى فى مفاهيم المجتمع بقبول الآخر، وإحترام التعددية السياسية إلى جانب ما تقدمه تلك الوسائل من المعلومات التى هى بمثابة الوقود الضرورى لإنجاح أى حوار وتحقيق مقومات بناء المجتمع الديموقراطى والحوكمة الرشيدة.

ومن هنا تأتى هذه الورقة التى تناقش دور الإعلام وعلاقته بإثراء الحوار الاجتماعى فى إطار منظومة أوسع تشارك فيها هيئات ومؤسسات مجتمعية أخرى

والله من وراء القصد

مفهوم الحوار الاجتماعي وبداياته

يعد "الحوار" مفهوماً قديماً يرجعه البعض إلى ما قبل عصر فلاسفة اليونان، وعلى رأسهم سقراط وتلميذه أفلاطون ومن بعده أرسطو، فضلاً عن بعض الفلاسفة السوفسطائيين مثل بروتاجوراس وهيبيااس الذين قدموا أمثلة رائعة للحوار مع الآخر ومقاومته بالحجج والبراهين بغرض توليد المزيد من المعاني واطهار تناقض الآخر، وطرح مقدمات ومسلمات، واستخلاص نتائج تفند أرائه.

ولقد ارتبط "الحوار" بالفلسفة ارتباطاً وثيقاً منذ نشأة الفلسفة ويكتسب "الحوار" الفلسفي معناه من تطور الفلسفة ومعناها، والذي يدل على اشتقاق الكلمة، فكلمة الفلسفة في اليونانية "حب الحكمة"، كما استعملت الكلمة في التعبير عن البحث عن الحقائق أيًا كان نوعها.

ويمتاز الحوار الفلسفي بميزتين أساسيتين:-

*** الدقة في الحوار والبحث.**

فهو لا ينتقل من خطوة إلى أخرى إلا بعد التثبت من الخطوة الأولى والتأكد من صحتها. ومن أجل هذا وضع علم المنطق وقصد به ضبط الفكر وامتحان الأدلة والبراهين لتعرف صحيحها من فاسدها.

*** الشك قبل اليقين.**

فالأصل هو الانصدق شيئاً لأن الناس أو بعضهم صدق به، ولا ننكر شيئاً لأن الناس أو بعضهم صدق به، ولا ننكر شيئاً لأن الناس أو بعضهم أنكروه، وإنما يريد الحوار الفلسفي ألا نحكم حكماً إلا إذا أيدته الدليل وقام عليه البرهان. وقدمت الأديان السماوية نماذج متعددة للحوار، حيث جعل الله عز وجل "الحوار" مرتكزاً أساسياً في شرح وفهم كل معاملاتنا الحياتية، وكانت تلك رسالة موجهة للعقل البشري ليتجاوز غربة الزمان وغربة المكان "فالحوار" هو وسيلة الهداية والفهم وتكوين "القناعة"، لذلك دعانا الله عز وجل الى ضرورة التعامل بالحوار حتى مع من يخالفنا في العقيدة فضلاً عن الرأي.

يقول الحق تبارك وتعالى "وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِنَّا بِالَّذِي هِيَ أَحْسَنُ" سورة العنكبوت، آية 46.

ولقد فرق الإسلام بين "الحوار" أو الجدل المحمود، "والحوار" أو الجدل المذموم. فالجدل المحمود هو ما قصد إلى إظهار الحق واستخدام الصدق دليلاً عليه.

"ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ" سورة النحل، آية 125

أما الجدل المذموم فهو الحوار الذي يقصد به التعنت والمراء والدفاع عن الباطل وركوب الهوى.

يقول القران الكريم في إشارة واضحة إلى ذلك:

"هَا أَنْتُمْ هَؤُلَاءِ جَادِلْتُمْ عَنْهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فَمَنْ يُجَادِلُ اللَّهَ عَنْهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَمْ مَنْ يَكُونُ عَلَيْهِمْ وَكَيْلًا" سورة

النساء - آية 109

ويشير في موضع آخر إلى الجدل المذموم:

"وَالَّذِينَ يُحَاجُّونَ فِي اللَّهِ مِنْ بَعْدِ مَا اسْتُجِيبَ لَهُ حُجَّتُهُمْ دَاحِضَةٌ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَعَلَيْهِمْ غَضَبٌ وَلَهُمْ عَذَابٌ شَدِيدٌ" سورة

الشورى، آية 16

ولقد أسهم علماء المسلمين العظام بفنون الحوار، وأطلق البعض على فنون المشاركة فى الحوار والقدرة على الإقناع مصطلح "المحاجة" - Argumentation وعرفوها "قدرة الفرد على تنفيذ ودحض حجج الطرف الآخر بالأدلة والبراهين الاستدلالية والواقعية، وحثه على التخلّى عنها، والدفاع - فى الوقت نفسه - عن أرائه، وتقديم حجج لإقناع الطرف الآخر بها وذلك حين يحتاجون حول قضية خلافية.

وتعد "المحاجة" وسيلة للتعلم واكتساب المعارف: فالفرد - من خلال المحاجة - يتعلم من الطرف الآخر معلومات جديدة حول القضايا المطروحة، ويعرف المزيد من الاعتراضات على رأيه أو وجهة نظره، ويتعلم كيف يكون حججاً جديدة باستخدام المعلومات المتاحة التى تقدمها الأطراف الأخرى.

ومن هنا فإن "الحوار" ضرورة وغاية فى حد ذاته يسعى الجميع لتفعيله تحاشياً لصور مختلفة من العنف والصراع، لذلك يزدهر "الحوار" فى ظل الأنظمة الديمقراطية.

ولعل التعريف الذى قدمه الرئيس الأمريكى السابق ابراهام لنكولن للديموقراطية على أنها "حكم الشعب بواسطة الشعب ولأجل الشعب" يلخص المفهوم السياسى للديموقراطية.

وإذا كان للديموقراطية محتوى سياسى يهتم بالتركيز على الحقوق السياسية للمواطنين، وإرساء مفهوم التعددية السياسية، وتداول السلطة، وتحقيق العدالة القانونية والمساواة السياسية، فإن للديموقراطية محتوى اجتماعى لا تتحقق بدونه، ويهتم "المحتوى الاجتماعى" للديموقراطية بتحرير المواطن من الفقر والتهميش ومصادرة الرأى، والسعى لتحقيق مبادئ العدالة الاجتماعية، والتوزيع العادل لخيرات البلاد على كل المواطنين.

وتشير بعض الكتابات الى أن الديمقراطية الاجتماعية تقوم على مبادئ ثلاثة:-

- الحريات الفردية والجماعية.

- المساواة والعدالة الاجتماعية.

- التضامن الاجتماعى.

وفى ذلك يقول جون جاك روسو "العدالة الاجتماعية شرط الحرية، وشرط إنسجام الإرادة الخاصة مع الإرادة العامة". وإذا استعرضنا تجارب الدول الديمقراطية على مر العصور، نجد أن الكثير منها سعى إلى تفعيل الديمقراطية السياسية بسرعة أكبر بكثير من سعيها لتحقيق الديمقراطية الاجتماعية، بل إن بعض الدول الرأسمالية لا تنتظر بعين الرضا لمفهوم الديمقراطية الاجتماعية لأنها تقوم على استحقاقات اقتصادية واجتماعية يجب عليها أن توفرها للمواطنين وهو ما يتناقض - عادة - مع سياستها القائمة على الاحتكار والربح وتحقيق الامتيازات الطبقية على حساب أغلبية المواطنين.

والمتابع للثورات الشعبية التى شهدتها بعض الدول العربية فى السنوات الثلاث الأخيرة يجد أن الشعارات التى رفعها المتظاهرون المحتجون على أنظمة الحكم الديكتاتورية أعلنت من قيم المحتوى الاجتماعى للديموقراطية فكانت "عيش - حرية - عدالة اجتماعية".

ولقد شهد العالم - فى السنوات الأخيرة - تغيرات حاسمة بفعل ما قدمته العولمة من مفاهيم وقيم مكنتها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال من الانتشار الواسع والسريع، فسادت النظريات الليبرالية لإقتصاديات السوق، وظهرت بعض

الأدلة على إنتقال التركيز من المزيد من "النمو الإقتصادي" إلى المزيد من "التنمية الإقتصادية الاجتماعية" والذي يؤكد على أن الهدف الأسمى لكل عمليات التنمية بمفهومها الواسع هو تحقيق رفاة المجتمع بأكمله. والواقع أن عمليات التحول الاجتماعي والاقتصادي التي تشهدها معظم المجتمعات التي تتجه الى اقتصاد السوق، وما يترتب عليه من تداعيات اجتماعية لم تؤت ثمارها المتوقعه، بل إن ما يواكب تلك العمليات من إصلاح اجتماعي يتباطأ بشدة عن الاصلاح السياسي ويعوق حركته.

ولقد علل كثير من علماء الاجتماع هذه الحالة بغياب الحوار الاجتماعي بين مختلف القوى الفاعلة في المجتمع. وثمة العديد من المؤشرات التي تدل على وجود أزمة "حوار" بين الأطراف والقوى الاجتماعية المختلفة مما ينعكس سلبيًا على قدرة هذه الاطراف والقوى على المشاركة في عمليات التنمية لتحقيق أهداف مجتمعية مشتركة. وترتبط هذه القضية بغياب المناخ الديمقراطي بشكل عام، إلى جانب غياب ثقافة الحوار والتواصل والتفاعل بين الأطراف الاجتماعية المختلفة. ومن ثم أصبح "الحوار الاجتماعي" ضرورة حاسمة عند الحديث عن أى محاولات لتحقيق التنمية الشاملة.

الحوار .. والصراع على الفضاء الاجتماعي

يمكننا تعريف الفضاء الاجتماعي بأنه "الفضاء الذي تتشكل فيه العلاقات الاجتماعية التي تقرب بين أفراد المجتمع مهما اختلفت هوياتهم وتصنيفاتهم وخصائصهم الشخصية والمهنية، ومهما تفاوتت مستوياتهم الاجتماعية والاقتصادية.

فالناس يلتقون في الأسرة كوعاء اجتماعي تربطهم داخله روابط القرابة، وتتشعب علاقاتهم الأسرية الأخرى لتكون إطاراً عاماً أوسع لنظام قرابة. يطلق عليه العائلة أو القبيلة.

وترتبط الجماعات التي تعيش في مكان واحد بهوية أقليمية معينة تتأسس على علاقات تاريخية وسمات ثقافية تحدد مفاهيم "المواطنة" داخل المجتمع الواحد. وفي ظل "الإنتماء" لوطن واحد تذوب كل العلاقات الاجتماعية الأخرى إذ يخرط الناس جميعاً تحت لواء وطن واحد يحملون هويته، ويبذلون الغالي والرخيص دفاعاً عن ترابه وحدوده.

ولقد ظهرت في العصر الحديث العديد من الروابط والتجمعات الأخرى التي تجمع فئات معينة تحت رايتها كالثقافات، والأحزاب والمنظمات الأهلية وروابط العمل الاجتماعية والرياضية وغيرها من صور التجمعات الانسانية التي _ رغم قوة تأثيرها - ينبغي ألا تطغى على مفهوم الوطن الذي هو أسمى مظاهر الإنتماء والولاء.

ورغم أن هذه الروابط جميعاً تسعى الى لم الشمل وتوحيد الرؤى الا أنها يمكن أن تكون مصدرًا للصراع والاختلاف سواءً على المستوى الأفقى بين هذه الروابط بعضها وبعض، أو على المستوى الرأسي بين هذه الروابط ومؤسسة الدولة التي قد تضع - في بعض الأحيان - ضوابط وقوانين تعيق عمل تلك الروابط وتهدد استمرارها.

وفي إطار محاولات الجميع للسيطرة على الفضاء الاجتماعي وبسط نفوذه وتأكيد سطوته، يبرز الصراع بوصفه الخيار الأكثر استخداماً سواءً على مستوى الدولة الواحدة، أو على المستوى الأقليمي بين عدد من الدول، أو على المستوى الدولي الذي تتصارع فيه القوى العظمى.

ويأتى .. "الحوار" ليعطى للإختلاف - الذى هو سنة كونية وطبيعة بشرية - بعداً انسانياً يضعه فى شكله الطبيعى، ولا يسمح له بالتحول إلى طاقة تدميرية، بل إن "الحوار" يقلل من مستوى وحدة الاختلاف، وربما يرفع من مستوى ايجابياته وحسناته فيكون الإختلاف - هنا- رحمة وخيراً، ودافعاً للإصلاح والمراجعة المستمرة.

ومن هنا يؤكد المهتمون بأدبيات التربية بأن "الحوار" من أهم أدوات التواصل الفكرى والثقافى والاجتماعى والاقتصادى الذى تتطلبها الحياة المعاصرة، لما له من أثر فى تنمية قدرة الأفراد على التفكير المشترك والتحليل والاستدلال، كما أن "الحوار" من أهم الأنشطة التى تحرر الانسان من الإنعزالية والإنغلاق، وتفتح له قنوات التواصل التى يكتسب من خلالها المزيد من المعرفة. كما أنه طريقه "التفكير الجماعى" والنقد الفكرى الذى يؤدي الى تجدد الأفكار، والبعد عن الجمود.

ويظل "الحوار" وسيلة التآلف والتعاون والوفاق بدلاً من سوء الفهم والتفوق والتعسف.

الحوار الاجتماعى .. مطلب ديموقراطى

تعددت المفاهيم والتعريفات التى كتبت عن "الحوار الاجتماعى" فقد اعتبره البعض مدخلاً تنموياً يسهم فى تفهم الناس لمجتمعاتهم بأسلوب إجرائى يعتمد على التعلم الذاتى والتشاور من خلال دعوة أطراف متنوعة من المجتمع للحوار المباشر حول موضوعات ذات أولوية بالنسبة لهم.

كما يعرف الحوار الاجتماعى بأنه "جميع أشكال التفاوض والتشاور بين الأطراف المختلفة الذين تتوفر لديهم الإرادة السياسية الصريحة والالتزام الكامل بحسن النوايا".

ويعرف الحوار الاجتماعى بأنه "أية مفاوضة أو مشاورة أو أى نوع من التفاعل داخل المجتمع، تضطلع بها جميع الفئات أو بعض منها من أجل صياغة توصيات، أو اتخاذ قرارات تحقق مصلحة المجتمع المعنى".

وأيًا كان التعريف الذى نتفق عليه، فإن "الحوار الاجتماعى" يعنى بتشكيل آليات مستمرة للتواصل تضمن مشاركة فاعلة من مختلف الأطراف فى عملية صنع القرار بصورة دائمة.

ولا شك أن إرساء "الحوار الاجتماعى" يعتبر الوسيلة الأمثل من أجل تحسين المناخ الاجتماعى مما ينعكس بالإيجاب على تعزيز تنافسية المؤسسات ودعم الاقتصاد الوطنى.

ولما كانت "الحقيقة الثابتة" ليست ملكاً لأحد أيًا كانت مكانته أو قدراته، ولما كان ما يجمع الناس ويقربهم أكثر بكثير مما يفرقهم ويباعد بينهم، فإن "الحوار" هو السبيل الأهم وربما الوحيد لتحقيق "الإنسجام المجتمعى" الذى يؤدي الى استقرار المجتمعات البشرية واستمرار تقدمها.

كما أن "الحوار الاجتماعى" يعد أحد أهم مظاهر الحياة الديموقراطية التى تميز المجتمعات المتقدمة عن غيرها من المجتمعات النامية أو المتخلفة التى تلجأ القوى السياسية فيها الى حل خلافاتها بالصراع والعنف بدلاً عن الحوار والتوافق.

ويستهدف "الحوار الاجتماعى" تحقيق العديد من الغايات من أهمها:-

- إتاحة الفرص أمام القوى الاجتماعية والسياسية المختلفة للاشتراك فى حوار وتشاور حول القضايا المطروحة ذات الأولوية.

- تشجيع التطبيق العملى لممارسات الحكم الديموقراطى، ومهارات التفاوض الفعال، والتعاون البناء فى مجال تحديد احتياجات واهتمامات وأولويات المجتمع.
- توسيع نطاق الفرص المتساوية والمتاحة أمام القاعدة الشعبية للتعبير عن نفسها.
- إيجاد قنوات الاتصال والنفوذ الى قواعد عامة للتعامل بين أطراف المجتمع المختلفة، وتوجيه الاستثمارات وتوزيع الفرص لأجل مصلحة المجتمع.
- تفعيل أدوار القوى المختلفة فى المجتمع مما يؤدى الى التعرف على مافيه من نقاط القوة، ونقاط الضعف، وإيجاد الحلول المناسبة لمشكلات المجتمع.
- بلورة أمثلة حية للتعاون والتشاور البناء للمنظمات والمؤسسات الأهلية من خلال دعمها لجهود المسؤولين الرسميين لتحقيق عمليات التنمية والإصلاح.
- السعى لتوفير دعم ومساندة فاعلة من جانب وسائل الإعلام.

أسس الحوار الاجتماعى وشروطه:

من أجل تحقيق حوار اجتماعى فعال، يجب التعرف على الأسس والشروط الواجب توافرها وأهمها:-

1- وجود الأطراف الرئيسية فى الحوار.

فلا حوار دون أطراف لديها رؤى ووجهات نظر ومواقف محددة تجاه القضايا المطروحة للحوار.

2- استقلال الأطراف الرئيسية فى الحوار.

يتطلب نجاح الحوار أن يكون أطرافه مستقلين استقلالاً كاملاً، حتى يمكنهم إتخاذ القرارات دون الرجوع الى جهات أو قوى مرجعية ربما تعطل سير الحوار.

3- قوة الشركاء الاجتماعيين.

يجب أن تتمتع الأطراف الرئيسية فى الحوار بالقوة والثبات لتكون مؤهلة لإكمال حوار جاد وفاعل.

4- وجود مصالح مشتركة.

لا يمكن نجاح أى حوار اجتماعى ما لم يستشعر أطرافه بوجود مصلحة مشتركة مباشرة سوف يحققونها من هذا الحوار.

فوجود المصالح المشتركة يدفع جميع الأطراف لإنجاحة حفاظاً على تلك المصالح.

5- توفر المناخ الديموقراطى.

يتطلب الحوار الاجتماعي وجود مناخ ديموقراطي يكفل توفير حقوق متساوية، ويحترم الحريات العامة والخاصة.

6- وجود مظلة تشريعية واضحة.

حيث تعتبر التشريعات الضامنة لتنظيم الحوار الاجتماعي وتحديد ضوابطه، شرطاً أساسياً من شروط نجاحه، سواءً كانت هذه التشريعات متعلقة بعمل كل طرف اجتماعي على حدة، أو متعلقة بتنظيم عملية الحوار وتحديد أولوياته وآلياته وكيفية إدارته.

7- اقتناع الأطراف الرئيسية بأهمية الحوار.

يجب أن تتوفر "قناعة كاملة" من جانب مختلف أطراف الحوار بأهميته وقيمه، الى جانب استعدادهم لتحمل تبعاته وتنفيذ ما سوف يسفر عنه من استحقاقات.

8- توفير التدريب اللازم على مهارات الحوار

يتطلب إجراء الحوار مهارات خاصة بعضها شخصية تتعلق بشخصية المحاور وقدراته الذاتية، والبعض الآخر مهارات يمكن اكتسابها بالتعلم والتدريب المستمر.

9- حسن الظن بالآخر وقبوله.

يتوقف نجاح الحوار الاجتماعي على مدى حسن نوايا أطرافه، ومدى قبولهم للاختلاف مع الآخر، وعادة ما يسفر الحوار عن مكسب وخسارة، لدى كل طرف، وهو ما يجب أن تكون جميع الأطراف على استعداد لقبوله.

10- الاعتراف والاحترام المتبادلين بين أطراف الحوار.

يجب أن يشعر كل طرف في الحوار بالاحترام والتقدير للأطراف الأخرى حتى نضع أسس نجاح الحوار.

وإذا كان "الحوار الاجتماعي" ضرورة حتمية في المجتمعات المعاصرة يجب العمل على إنجاحه لتحقيق الأهداف التي يسعى المجتمع لها، فإنه يرتبط ارتباط وثيقاً بالأزمات الاجتماعية والاقتصادية التي تواجهها المجتمعات المعاصرة. ولإنجاح "الحوار الاجتماعي" في أي مجتمع يجب توفر الإرادة السياسية القوية والمستمرة، إلى جانب عدد من العوامل الأخرى في المجالين الاجتماعي والاقتصادي من أهمها :-

* توفر البيئة السياسية المناسبة

ومن أهمها:- التعددية – الحوار السياسي – القيم الديموقراطية.

* سياسة السوق التي تعطي كل المشاركين فرصاً متساوية لإتخاذ القرارات.

*توفر الإطار القانونى التى يمكن المشاركين من التفاوض حول شروط الحوار.

*الكفاءة الفنية والمهارية لكل المشاركين.

ويجب التأكيد على أن "الحوار الاجتماعى" ليس مقصوراً على مجرد "التعرف" على رؤية المجتمع بقواه المختلفة إزاء قضية بعينها، بل إن الهدف الأسمى للحوار الاجتماعى هو تحقيق "المشاركة" لكافة الأطراف المعنية بعملية صنع القرار المتعلق بالقضية محل النقاش.

ويتخذ "الحوار الاجتماعى" هنا سلسلة من الإجراءات والخطوات العملية المحددة تبدأ بطرح "تصور مبدئى" وصولاً الى "منتج" يتم الاتفاق عليه.

وقد يكون هذا المنتج صياغة مشروع أو قانون ما، أو بلورة سياسة عامة أو وضع برامج تنموية محددة أو غيرها من الأعمال التى تتطلب توافقاً مجتمعياً.

الحوار الاجتماعى .. فى مجال العمل والعمال

إذا كان "الحوار الاجتماعى" ضرورة حتمية لتحقيق التنمية المستدامة فى مختلف مؤسسات المجتمع، فإن المؤسسات العمالية هى الأكثر حاجة الى تفعيل هذا الحوار وترسيخ آليات عمله ليصبح سياسة دائمة ومبرمجة. وطبقاً لمصطلحات منظمة العمل الدولية تحمل عبارة "الحوار الاجتماعى" معنى أكثر تحديداً ودقة، وهو مرادف لعبارة "الثلاثية" التى تسعى الى تعزيز التفاعل والمشاركة بين (العمال - أصحاب العمل - الحكومات) باعتبارها أساساً للنهوض بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية.

ويسعى "الحوار الاجتماعى" - فى هذه الحالة - الى صياغة وتنفيذ السياسات ذات الطابع الاجتماعى والاقتصادى، وتحقيق أكبر درجة من الفهم المتبادل للمصالح المتعارضة لأطراف الحوار بغرض تحقيق المصلحة العامة. ولا شك أن التعاون الثلاثى بين الحكومة وأصحاب العمل والعمال يعد استراتيجية لتحقيق التقدم الاقتصادى والاجتماعى المتوازن.

وسوف يظل نجاح خطط التنمية المستدامة رهناً بتأسيس قنوات "الحوار الاجتماعى" لتحقيق أهداف أطراف الثلاثية، فى ظل الأهداف العامة للمجتمع ككل.

ويتطلب "الحوار الاجتماعى" بين الأطراف الثلاثة نوعاً من التوفيق بين المصالح، بحيث يجد كل طرف - رغم تعارض مصالحه مع مصالح الأطراف الأخرى - مجالات مشتركة للتوافق تحقق لهم منافع وعوائد قد لا تكون كاملة، الا أنها مرضية فى إطار المصلحة العامة للمجتمع.

ويتكون "الحوار الاجتماعى" من تبادل منتظم للمعلومات بين الأطراف المختلفة من أجل تأمين مستوى أكبر من الفهم المتبادل لكلٍ منهم حول الموضوعات المطروحة للنقاش. ويمكنه أن يتخذ شكل مشاورات ثابتة أو منتظمة بين الأطراف بهدف تبادل الأفكار والآراء حول بعض الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، ويمكنه أيضاً أن يأخذ شكل مفاوضات أكثر رسمية بين الأطراف على المستوى الثلاثى أو الثنائى، بهدف صياغة اتفاقات ملزمة أو أنواع أخرى من المواثيق أو المعاهدات لتطبيقها على المستوى المتفق عليه.

ويمكن "للحوار الاجتماعي" أن يتم على مستوى المؤسسة أو المصنع أو القطاع الصناعي بأكمله، ويمكن أن يتم على المستوى الوطني أو الاقليمي أو الدولي. وفي العادة يتحدد المستوى الأنسب للحوار طبقاً لطبيعة الموضوعات المطروحة للنقاش.

ولاشك أن مستقبل التعاون الثلاثي كوسيلة لتحقيق توازن عادل بين المقتضيات الاقتصادية والاجتماعية منوط بوجود إرادة سياسية لتحقيق هذا الهدف.

وقد ناقش مؤتمر العمل الدولي الذي عقد في كوبنهاجن عام 1996 موضوع التشاور الثلاثي على الصعيد الوطني بشأن السياسة الاقتصادية والاجتماعية، وقد أكد المؤتمر على أن التقدم الاجتماعي لن يتحقق عن طريق التفاعل الحر لآليات السوق فحسب، بل لابد من استكمال هذه الآليات بسياسات عامة وبتعاون بناء بين الدولة والشركاء الاجتماعيين الآخرين وخلص المؤتمر الى عدد من التوصيات من أهمها:-

- إنه لا يمكن أن ينشأ تعاون ثلاثي جاد وفعال دون اقتصاد السوق والديموقراطية.
- أن التعاون الثلاثي يمنح فرصة تطبيق التسويات بين المقتضيات الاقتصادية والاجتماعية بفعالية، وبالتالي يسمح بتعزيز السلم الاجتماعي والتجانس.
- أن التحدي الأساسي الذي يواجه التعاون الثلاثي في عدد من بلدان العالم يتمثل في تفاقم المشاكل الاقتصادية، وعولمة الاقتصاد.
- أن يسعى التعاون الثلاثي الى التوفيق بين مقتضيات العدالة الاجتماعية، ومقتضيات تنافسية المؤسسات والتنمية الاقتصادية.
- التأكيد على ضرورة ألا يتم اللجوء للتشاور الثلاثي في حالات تردى الوضع الاقتصادي فحسب، بل أيضا في فترات الإزدهار.

كما شدد المؤتمر على الحاجة الى احترام حق التنظيم النقابي، والحاجة الى منظمات حرة ومستقلة ومسئولة وقابلة للمساءلة، يكون لها صفة تمثيلية للعمال وأصحاب العمل.

وخلص المؤتمر الى أن منظمة العمل الدولية ينبغي أن تقوم بالخطوات اللازمة لتعزيز التشاور بين أطراف العمل الثلاثة على المستوى الوطني والأقليمي والدولي.

وبالفعل فقد نفذت منظمة العمل الدولية العديد من الأنشطة في مجالات محددة ثلاثة:-

1- تقديم المشورة لصياغة السياسات المتعلقة بالإطار التشريعي اللازم للحوار الاجتماعي.

2- تدعيم عمليات الحوار من خلال بناء المؤسسات.

3- تقديم المساعدة في تدفق المعلومات وتحديد مضمون الحوار.

وقدمت المنظمة مساعدات حقيقية لمختلف دول العالم لتحديد شكل الحوار الاجتماعي وآلياته. وتجسد ذلك من خلال اجتماعات متعددة وتقديم المشورة حول السياسات المتعلقة بواقع العولمة وتحرير التجارة، وسياسات الأمن الوظيفي، وطرق تحسين الإنتاجية، وأنظمة الأجور المرتبطة بالأداء، وبدائل تخفيضها أثناء الأزمات الاقتصادية، فضلاً عن تحديد الأجور والحد الأدنى لها.

وإذا كان "الحوار الاجتماعي" قد قطع شوطًا أكبر من التفعيل وحقق مزيدًا من النجاح في المجتمعات الغربية الديمقراطية، فإن الأمر يبدو مختلفًا في الدول الأقل تقدمًا وديموقراطية ومن بينها الدول العربية. وربما يرجع ذلك لإختلاف الواقع العربي عن ظروف الدول الغربية الديمقراطية.

الحوار الاجتماعي .. والرضا الوظيفي

لعل أهم مشكلة تواجه الإدارة في أي مؤسسة خدمية أو إنتاجية هي إثارة إهتمام منسوبيها وولائهم للمؤسسات التي يعملون فيها.

ويرتبط الإهتمام والولاء للمؤسسة، بمدى تحقق الرضا الوظيفي للعاملين.

ورغم كثرة التعريفات العربية والأجنبية لمفهوم الرضا الوظيفي، إلا أنه يمكن إعتباره "اتجاهات الأفراد نحو أعمالهم: وتعتمد هذه الاتجاهات على إدراكين أساسيين:-

الأول: يتعلق بإدراك العاملين بما يحققه لهم عملهم الحالي، أي إدراك ما هو كائن.

الثاني: يتعلق بما يتطلع العاملون الى ما ينبغي لوظائفهم أن تحققه لهم مستقبلاً، أي إدراك ما ينبغي ان يكون.

ويتحقق الرضا الوظيفي بمقدار ما بين هذين الإدراكين:

الشعور بما هو كائن

الرضا الوظيفي = _____

الشعور بما يجب أن يكون

ويرتبط الرضا الوظيفي بأكثر من شكل من أشكال الرضا مثل "الرضا عن الأجر - الرضا عن الإجراءات الخاصة بالعمل في المؤسسة - الرضا عن الأنشطة المختلفة المرتبطة بالوظيفة - الرضا عن الرؤساء في العمل - الرضا عن زملاء العمل".

وثمة العديد من العوامل المرتبطة بالرضا الوظيفي يتعلق بعضها بالفرد نفسه، والبعض الآخر بالوظيفة ذاتها. وتتمثل العوامل المرتبطة بالفرد بالخصائص الديموجرافية له كالنوع والسن ومدة الخدمة ومستوى التعليم والمستوى الوظيفي.

أما العوامل المتعلقة بالوظيفة فتتمثل بالأجور والحوافز المادية وفرص الترقية والشعور بالأمان الوظيفي وطبيعة العمل وخصائص القيادات والعلاقات بالآخرين.

ولا شك أن طبيعة العلاقات التي تربط العاملين داخل المؤسسة إذا كانت مبنية على أساس تحقيق المصالح المشتركة فإن ذلك يكون مصدرًا لإشباع حاجات ذاتية واجتماعية تساعد على رفع مستوى الرضا الوظيفي مما ينعكس على مستوى الأداء.

ومن هنا فإن بناء "العلاقات الاجتماعية" يعد حافزًا مشجعًا لاستقرار العمل وتقدمه، وكلما شرعت المؤسسة في توفير سبل التواصل والتفاعل بين العاملين بمختلف مستوياتهم الوظيفية يتحقق الرضا الوظيفي.

ونشير هنا الى الدور الذى يمكن أن يقوم به "الحوار الاجتماعى" من تعميق لولاء العاملين وتأكيد إنتمائهم للمؤسسة التى يعملون بها. لذا تسعى مختلف المؤسسات الى إذكاء روح الوفاق والتلاقى بين مختلف العاملين من خلال إشاعة ودعم العلاقات الإنسانية بين الرؤساء ومرؤسيهم فى العمل.

ولقد تعددت المداخل التنموية التى اهتمت بمفهوم النوع الاجتماعى أو المهنة أو المستوى الوظيفى والاجتماعى وعلاقته بتوفير فرص متكافئة لكل قطاعات المجتمع ومن بينهم (العمال) والاستفادة من عوائد التنمية. ومن أهم هذه المداخل :-

* مدخل الرفاهية الاجتماعية - Social Welfare Approach

ولقد انتشر هذا المدخل فى الخمسينيات والستينيات من القرن الماضى، وهو يعترف بالدور الاجتماعى لكل قطاعات المجتمع من شباب وعمال ومرأه، ويهدف الى إدماجهم فى التنمية وتوفير الظروف المواتية لكل فئات المجتمع كى تقوم بوظائفها التقليدية.

* مدخل مكافحة الفقر - Anti Poverty Approach

ويعد تطويراً لمدخل الرفاهية الاجتماعية، وهو يركز فى البحث عن أساليب انتاجية لتلبية الحاجات وزيادة الدخل

ويستلزم هذا المدخل صياغة استراتيجيات تهدف الى توفير الظروف المناسبة لإخراج الفئات الفقيرة والمهمشة من حالة الفقر بما فى ذلك الاهتمام بالمشروعات الصغيرة غير المكلفة والسريعة العائد.

* مدخل العدالة - Equity Approach

ويركز هذا المدخل على الثلاثية التى تضمنها عقد الأمم المتحدة للمرأة (1975- 1985) وهى: المساواة - التنمية - السلام. ويهدف إلى إشراك كل فئات المجتمع فى التنمية من خلال توفير نفس الفرص فى المشاركة.

* مدخل الكفاءة - Efficiency Approach

ويركز هذا المدخل على مدى كفاءة كل أطراف عملية الإنتاج فى أداء عملهم، ولقد تم تبني هذا المدخل بسبب الأزمة الاقتصادية التى شهدتها العالم فى التسعينيات من القرن الماضى، وتأثيرها على المستوى الاجتماعى.

* مدخل المشاركة - Participation Approach

ويهدف هذا المدخل الى دعم المشاركة من جانب كافة الفئات الاجتماعية فى صنع القرار بحيث تسهم فى تخطيط المشروعات وتنفيذها، وتكون شريكة فى عوائد الإنتاج.

وترتبط كل هذه المداخل التنموية - بصورة أو بأخرى - بفكرة دعم "الحوار الاجتماعى" بين جميع الشركاء، والإفادة من كل الجهود بعيداً عن سياسات العزل والإقصاء.

الاتصال الداخلى .. ودعم الحوار الاجتماعى

تهتم الهيئات والمؤسسات العامة والخاصة بدعم فكرة التواصل بين الإدارة والعاملين معها، لتحقيق قدر أكبر من التوافق والرضا.

ويمثل "الاتصال الإدارى" الداخلى أهمية كبيرة فى المجال التنظيمى. ويهدف هذا النوع من الاتصال إلى جعل الفكرة عامة ومتداولة بين مختلف أجزاء وأفراد التنظيم، والتى تتضمن إنسياب المعلومات فى مختلف الإتجاهات بما يحقق مزيداً من الفهم المتبادل.

ولقد أكدت العديد من الدراسات على أهمية الاتصال الإداري، وأشارت الى أن إحتكار المعلومات بواسطة بعض الموظفين أو المديرين دون زملائهم أو مرؤوسيهم يجعل منهم مراكز قوى تستمد نفوذها من ضعف توفر المعلومات لدى الآخرين مما يولد نوعاً من الصراع وبالتالي شعور البعض بعدم الرضا.

ويمثل الاتصال الإداري نقطة مركزية تتحدد على أساسها طبيعة الاتجاهات المتكونة لدى العاملين في المنظمة سواءً كانت اتجاهات ايجابية أو سلبية.

ويأتى اهتمام المؤسسات والمنظمات المختلفة بهذا النوع من الاتصال كوسيلة لتحقيق الحوار الاجتماعى داخلها. وتتبع أهمية الاتصال الإدارى الداخلى فى هذا الصدد مما يلى:-

- يعد الاتصال القاعدة الأساسية للعلاقات والصلات الإنسانية والإدارية.
 - يمثل الاتصال الركيزة الأساسية التى يعتمد عليها المديرين فى تحقيق أهدافهم.
 - يسهم الاتصال فى تحقيق التواصل بين المديرين والمرؤوسين وفيما بين المنظمة والبيئة الخارجية التى تتعامل معها.
 - دفع وتشجيع العاملين لتجويد أعمالهم، وتدريبهم وحفزهم للمزيد من المشاركة.
- وإذا تحققت هذه الشروط فى نوعية الاتصالات التى تؤسس لها المنظمات والمؤسسات فإن العاملين فيها يشعرون بدرجة أعلى من الإلتناء، والاحساس بأنهم شركاء فاعلين فى وضع الخطط وتنفيذها.
- ومن خلال هذا النوع من الاتصال الإدارى الداخلى تؤدى المنظمات والمؤسسات عددًا من الوظائف أهمها :-

- 1- تقديم المعلومات.
- 2- إصدار الأوامر والتعليمات.
- 3- التأثير والاقناع.
- 4- تحقيق التكامل والتنسيق.

ليس الغرض من الحوار الاجتماعى أن يكون تظاهرة أو مناسبة عارضه، بل إنه يجب أن يكون أسلوب حياة، ومنهج معاملة ولا يتوفر ذلك، إلا بإتاحة الأجواء المناسبة والمؤهله لذلك، فالحوار الاجتماعى أليه لا توجد من فراغ، بل إنه مرهون بتوفر عدد من العوامل الموضوعية والتي يأتى - فى مقدمتها - الإرادة السياسية القوية والمستمرة لكل أطراف الحوار، الى جوانب توفر البيئة الديموقراطية التى تقبل بالإختلاف فى الرؤى والمناهج، وتحترم التعددية وتعتبرها السبيل الوحيد والمقبول لعمليات الإصلاح والتطوير، كما يجب توفر بيئة قانونية وتشريعية توطر وتنظم آليات الحوار وتضبط ايقاعه.

وترتبط كل هذه العوامل على إختلافها بالبعد الإعلامى، فوسائل الإعلام - فى ظل ما يشهده العالم من تطورات تكنولوجية غير مسبوقه - أصبحت أحد أهم وسائل إمداد المواطنين بالمعلومات، كما أنها واحدة من أهم وسائل إحداث التغيير المجتمعى.

ولقد حققت ثورة الاتصال وتكنولوجيا المعلومات طفرة واسعة لوسائل الإعلام لتكون واحدة من أكبر وأرقى أدوات الحوار الاجتماعى، فقد امتلكت هذه الوسائل فى السنوات الأخيرة قدرات واسعة للوصول الى مختلف قطاعات المجتمع وفئاته، ووفرت سبلاً للتواصل الاجتماعى لم تكن مسبوقه، وليس أدل على ذلك من شبكة الانترنت التى وفرت مجالاً واسعاً للتواصل الاجتماعى اللامحدود، ويمكننا القول إن شبكة الانترنت هى عالم بلا حدود ولا قيود يتيح فرصاً لا مثيل لها للحوار الاجتماعى فى أفق غير محدود.

ولما كان نجاح "الحوار الاجتماعى" فى أى مجتمع مرهون بتهيئة المناخ المناسب للحوار، فإن متغيري التعليم والإعلام يعدان من المكونات الأساسية لتشكيل فكر وثقافة أفراد المجتمع.

ومع ما وصلت إليه أحوال التعليم فى المجتمعات النامية والعربية من تردى لأسباب عديدة، فقد أصبحت وسائل الإعلام تحتكر ساحة صناعة الفكر وتدشين ثقافة المواطنين.

ومن ثم يتزايد دور الإعلام فى تأصيل قيم الحوار والتواصل المجتمعى، وإحداث تغيير حقيقي فى مفاهيم المجتمع بقبول الآخر، وإحترام التعددية السياسية، إلى جانب ما تقدمه الوسائل من المعلومات التى تعد وقوداً ضرورياً لإنجاح أى حوار وتعد الإتاحة غير المقيدة للمعلومات العامة والرسمية أحد أهم مقومات بناء المجتمع الديموقراطى والحوكمة الرشيدة. وتحقق إتاحة المعلومات وتيسير سبل الوصول إليها العديد من الأهداف أهمها:-

- إتاحة المعلومات للمواطنين ومؤسسات المجتمع مما يزيد من شفافية الحوكمة ويوسع من نطاق الديموقراطية ومعايير العدالة والمساواة.
- نشر المعلومات بطريقة منفتحة وغير مقيدة يضمن مستوى أفضل لأداء المواطنين ومؤسسات المجتمع، ويتيح فرصاً أفضل لإتخاذ القرارات السليمة ويحقق استشرافاً أفضل للمستقبل.
- الوصول إلى المعلومات ييسر للمواطنين ومؤسسات المجتمع المشاركة والإسهام بفاعلية فى صنع السياسات، ومن ثم تقبل تداعياتها.

- تشكل إتاحة المعلومات عاملاً هاماً للتقليل من سلبيات الممارسات الخاطئة للمواطنين ومؤسسات المجتمع والشركات الخاصة.
- تحقق إتاحة المعلومات مستوى أعلى من الرضا العام لدى المواطنين ومؤسسات المجتمع وحفزهم على المشاركة الأوسع في عمليات التنمية والتطوير التي تحتاج إليها مجتمعاتهم.
- كما تعد وسائل الإعلام نماذج مثالية للحوار الاجتماعى من خلال ما تقدمه من برامج حوارية ومسجلات علمية يتم فيها عرض الآراء ووجهات النظر المختلفة والمتباينة بأسلوب راق يدفع قطاعات المجتمع المختلفة للإقتداء به وتبنيه.
- ولا شك أن وسائل الإعلام العربية مناط بها أن تؤدي دوراً فاعلاً في دفع عجلة الحوار الاجتماعى فى مجال العمل وتهيئة المناخ الملائم لإنجاحه.
- ويمكن لوسائل الإعلام العربية أن تؤدي هذا الدور من خلال عدة أساليب:
- الحرص على أن تكون برامجها وموادها أمثلة يحتذى بها فى إشاعة ثقافة الحوار وإحترام الرأى والرأى الآخر.
- فتح أبوابها أمام العمال وأرباب العمل للمشاركة فى برامج وصفحات مخصصة لهم، الى جانب فتح مجال مشاركتهم فى البرامج الحوارية الأخرى التي تقدمها.
- إعطاء فرص متساوية لأطراف الإنتاج المختلفة فى التعبير عن آرائها وطرح مقترحاتها بحرية ودون ضغوط.
- إتاحة فرص التعبير عن الرأى للمنظمات المشروعة التي يجيز القانون لها العمل والتحدث بإسم العمال.
- عدم فرض القيود والمصادره على آراء وأفكار أى من أطراف الإنتاج المشاركين فى الحوار.
- إلا تكون القدرة المالية أو النفاذ لصناع القرار فى وسائل الإعلام هو وسيلة للسيطرة على وسائل الإعلام بحيث يحرم من المشاركة الأطراف الأقل قدرة ونفاذاً.
- التشبيك وتبادل المعلومات حيث تؤدي وسائل الإعلام دوراً هاماً فى تحقيق هذا الهدف بين المنظمات الحكومية والنقابات العمالية بما يؤدي إلى زيادة التفاعل بين أطراف الإنتاج.
- إتاحة فرص أوسع للقاعدة الشعبية والمواطنين العاديين فى التعبير عن أنفسهم وطرح رؤاهم.
- تشجيع المنظمات الأهلية ومنظمات المجتمع المدني على المبادرات الفاعلة من خلال خلق حوار أوسع بين الأطراف المعنية بالقضايا التي تهم الرأى العام.
- بلورة رؤى المواطنين ومنظمات المجتمع المدني لمساعدة المسؤولين ومتخذى القرار على التعرف على ما يجب القيام به لتطوير عمليات الإصلاح والتنمية.

الإعلام العربي.. وإعلان المبادئ

يظل إعلان المبادئ الذي قدمته منظمة العمل العربي "خارطة طريق" لدعم فكرة الحوار الاجتماعي وتعزيز مكانته.

وفي إطار السعي لتحقيق أهداف هذا الإعلان، فإن علي جميع المؤسسات والهيئات الفاعلة في الدول العربية الأعضاء حشد كل المؤسسات المتاحة وطنياً وعربياً لتطبيق هذه المبادئ ووضعها موضع التنفيذ.

ولما كانت وسائل الإعلام هي أهم وأبرز الوسائل التي يمكن أن تسهم في إرساء مفاهيم الحوار الاجتماعي وجعله أسلوب حياة وطريقة معاملة. فإن منظمة العمل العربية عليها إقامة تواصل فاعل ومثمر مع كافة وسائل الإعلام العربية لإحاطتها بإعلان المبادئ، وتزويدها بنصوصه، وتحديد ما هو مطلوب فيها القيام به لتضمن تلك المبادئ في المواد والبرامج التي تقدمها تلك الوسائل.

وربما يكون من المناسب جداً عقد مؤتمرات صحفية علي المستوى الوطني لكل دولة، يشارك فيها المدير العام للمنظمة إلي جانب ممثلي المنظمة في كل دولة لعرض إعلان المبادئ وتقديم رؤي يمكن أن تفيد ممثلي وسائل الإعلام الوطنية في التعرف علي دورها في التعريف بتلك المبادئ، وإتخاذها سبيلاً لتفعيل الحوار الاجتماعي داخل المجتمع.

كما يمكن للمنظمة إستحداث جائزة سنوية لأفضل وسيلة إعلام أسهمت في تفعيل إعلان المبادئ والدعوة له من خلال ما قدمته من مواد وبرامج خلال فترة زمنية معينة.

مثال ذلك جائزة لأفضل تحقيق صحفي تناول إعلان المبادئ أو الدعوة للحوار الاجتماعي، أفضل برنامج إذاعي أو تليفزيوني تبني الأفكار التي دعا إليها إعلان المبادئ أو شجع علي دعم فكرة الحوار الاجتماعي.

كما يمكن لإدارة الإعلام بالمنظمة – وهي إدارة نشطة ولها إتصالات واسعة بالإعلاميين العرب- أن تدعو لعقد إجتماعات دورية مع الإعلاميين في كل دولة لمدارسة ما تم إنجازه من عمل إعلامي لدعم فكرة الحوار، وتحقيق أهداف إعلان المبادئ.

فبداية تحقيق "الحوار الاجتماعي" يجب أن ينبع من تفعيل حوار جاد ومنتظم بين المنظمة ووسائل الإعلام العربية.

البرامج الحوارية في الإذاعة والتلفزيون:

يعد "الحوار" من أقدم الأشكال والقوالب الإذاعية والتلفزيونية التي استخدمت لمناقشة القضايا والمشكلات ذات الأهتمام من جانب الرأي العام. وتحتل هذه النوعية من البرامج مساحات كبيرة علي خريطة البرامج في مختلف الإذاعات والقنوات التلفزيونية.

ويخطئ البعض في إعتبار "الحوار" شكلاً برامجياً واحداً، حيث أن هناك العديد من الأشكال التي يمكن إدراجها تحت هذا المسمى.

فالبرامج الحوارية هي تلك البرامج التي تعتمد علي "الحوار" بين شخصيين أو أكثر، والتي يقوم فيها مقدم البرنامج بمناقشة ضيف أو أكثر في قضية عامة مطروحة للنقاش، وهي بذلك تختلف تماماً عن شكل أو قالب "الحديث المباشر" الذي يتحدث فيه شخص ما بشكل مباشر مخاطباً الجمهور، سواءً كان هذا الشخص مديعاً أو ضيفاً.

وتتفاوت المدة الزمنية للبرامج الحوارية، حيث تصل -في بعض الأحيان- إلي خمس دقائق فقط، وقد تصل إلي ساعة أو أكثر ويأتي هذا الاختلاف في مدة البرامج من شخصية الإذاعة أو القناة ذاتها، إلي جانب طبيعة الموضوع الذي يتم طرحه.

ويمكننا أن نحدد القوالب والأشكال التي تندرج تحت توصيف "البرامج الحوارية" فيما يلي:

1- برامج المقابلات

وهي البرامج التي تعتمد علي إستضافة ضيف يقوم مقدم البرنامج بمناقشته وسؤاله حول موضوع الحلقة. ويشغل هذا القالب نسبة كبيرة من ساعات الإرسال في كل الإذاعات والقنوات التلفزيونية، فهو أكثرها شهرة وربما أقلها تكلفة.

وتنقسم برامج المقابلات إلي ثلاثة أنواع:-

أ- مقابلة المعلومة

ويركز البرنامج -هنا- علي تقديم المعلومات بصورة رئيسية وتعتمد هذه النوعية من البرامج علي إستضافة ضيوف ذوي صلة وثيقة بمجال محدد من الموضوعات المطلوب أن نقدم حولها معلومات للجمهور. ومع تزايد "ثورة المعلومات" والتي إكتسبت أهمية متزايدة مع تطور تكنولوجيا الإتصال، فقد تزايد الإهتمام بهذا القالب إذ ينظر الجمهور لوسائل الإعلام بوصفها واحدة من أهم مصادر الحصول علي المعلومات.

ب- مقابلة الشخصية

ويهتم البرنامج -هنا- بشخصية الضيف في محاولة لتسليط الأضواء عليه، وإبراز الجوانب المضيئة في حياة هذه الشخصية، وطرح الخصائص والسمات والأسرار التي لا يعرفها الجمهور عن هذه الشخصية. ومن هنا فإن أكثر ضيوف هذه النوعية من البرامج هم النجوم والمشاهير في مختلف المجالات السياسية والإقتصادية والفنية والرياضية. وأحياناً يكون ضيوف هذه البرامج شخصيات عادية أو مواطنين عاديين قاموا بعمل خارق أو غير متوقع جعلهم محل إهتمام ومتابعة الجمهور.

ج- مقابلة الرأي

يستهدف البرنامج -هنا- تقديم وعرض وجهة نظر أحد المتخصصين أو الخبراء في موضوع معين، فكثير من الموضوعات التي تعرضها وسائل الإعلام ويتعرف الجمهور علي معلومات كثيرة حولها، تكون بحاجة إلي إقناع الجمهور برأي أو موقف محدد حيالها.. ويتعرف الجمهور علي هذه الآراء والمواقف من خلال برامج مقابلة الرأي التي تعرض آراء ووجهات نظر المتخصصين في القضايا المطروحة.

2- برامج "المناظرة"

وهو شكل من البرامج يعتمد علي إستضافة ضيفين يحملان وجهات نظر مختلفة ومتباينة حول موضوع أو قضية تهم الرأي العام، ويكون دور مدير المناظرة أو مقدم البرنامج هو حفز ضيفي الحلقة علي عرض وجهة نظر كل منهما والدفاع عنها بكل السبل مما يضيف علي حلقات البرنامج المزيد من السخونة والإثارة.

3- برامج المائدة المستديرة (الندوات)

وهي برامج تعتمد علي إستضافة أكثر من ضيف يتناقشون ويتحاورون حول قضية أو موضوع محدد، يعرض كل منهم رأيه ووجهة نظره ويحاول الدفاع عنها، وتكون مهمة مقدم البرنامج إدارة المناقشة بشكل متوازن يعطي لكل ضيف حقه كاملاً دون الجور علي حق أي منهم.

4- برامج التوك شو

ولقد إزدادت شهرة هذا النوع من البرامج الحوارية في الأونة الأخيرة لاسيما مع تزايد أعداد القنوات الفضائية التي إنطلقت عبر الأقمار الصناعية، وأصبحت هذه البرامج وجبة أساسية ضمن الخريطة البرمجية لأي قناة. ويعد برنامج "القاهرة اليوم" الذي تقدمه قناة أوربيت المشفرة أول برامج التوك شو التي قدمتها القنوات الفضائية العربية والذي مازال مستمراً منذ بدء تقديمه وحتى اليوم.

ولقد قامت هذه البرامج بدور هام ومؤثر في التمهيد للثورات الشعبية التي شهدتها بعض البلدان العربية في السنوات الثلاث الأخيرة.

ويعتمد هذا الشكل علي إتاحة الفرصة للجمهور بالمشاركة فيها سواءً كضيف داخل الإستوديو، أو من خلال الاتصال الهاتفي أو عبر شبكة الإنترنت، أو من خلال تقارير إخبارية ينقلها مراسلو تلك البرامج من مواقع الأحداث، كما تعتمد برامج التوك شو التليفزيونية علي إستخدام المواد الأرشيفية لتغطية الموضوعات التي تناقشها. وعادة ما تقدم هذه البرامج علي الهواء مباشرة.

ولقد أدي نجاح هذه النوعية من البرامج إلي مزيد من الشهرة والإنتشار لمقدميها، الذين أصبحوا نجوماً ساطعة في سماء الإعلام المصري والعربي ينافسون نجوم السينما والرياضة في شهرتهم وأجورهم وشعبيتهم.

ومن هنا فإنه يجب التأكيد علي أن مفهوم "البرامج الحوارية" يتضمن كل هذه الأشكال معاً، ولا يقتصر علي "برامج المقابلة" كما تتحدث بعض المؤلفات الإعلامية.

وتعد "البرامج الحوارية" إحدى أهم الإبداعات الإعلامية في القرن العشرين حيث تهتم بمناقشة الأحداث الجارية، وتتناول الموضوعات التي تهم الرأي العام.

وقد ظهرت هذه البرامج وانتشرت في المجتمعات الديمقراطية التي تكفل وتشجع حرية الرأي والتعبير، وكانت شبكات التلفزيون الأمريكية، والقنوات التلفزيونية الأوروبية هي أول من قدم هذه النوعية من البرامج. ويتوقف نجاح "البرامج الحوارية" علي ثلاثية محددة أطرافها (المحاور- الموضوع- الضيوف).

أولاً: مقدم البرنامج "المحاور"

يعتبر البعض مقدم البرنامج أو "المحاور" العنصر الأساسي لنجاح البرنامج، حيث يتابع الجمهور البرامج الحوارية التي يقدمها نجوم تحظى بقبالية وشعبية واسعة، والمراقب لواقع "البرامج الحوارية" في القنوات الفضائية المصرية والعربية يمكنه حصر عدد محدود من مقدمي برامج التوك شو الذين يحظون بشعبية جماهيرية واسعة، وتتسابق القنوات علي تخطفهم وإغرائهم بالإنضمام لأشاشاتها.

ولا شك أن مقدمي البرامج الحوارية يجب أن تتوفر فيهم العديد من الخصائص الشخصية والمهنية حتي يتحقق لهم ولبرامجهم النجاح.

ومن أهم السمات الشخصية التي يجب توفرها:-

- القبول لدي جمهور المستمعين أو المشاهدين.
- الثقافة الواسعة، حيث ينتظر الجمهور أن يتعرف علي معلومات موثقة، وبيانات صحيحة إلي جانب ربط الواقع الذي يتحدث عنه البرنامج بما هو موجود في العالم، وهو أمر لا يتوفر إلا لمقدم برنامج ذي ثقافة واسعة.
- التواصل والقدرة علي التواصل.

ينظر المشاهدون لمقدمي البرامج الإذاعية والتلفزيونية كنجوم يمثلون القدوة والمثل، ومن ثم فإنهم عندما يشعرون بتعالي المذيع أو تكبره علي جمهوره فسرعان ما يتخلون عن محبته وينصرفون عن متابعته. كما أن قدرة المذيع علي التواصل مع الجمهور أو الضيوف يمثل عاملاً أساسياً في دعم شعبيته.

• السمعة الطيبة

يتابع الجمهور نجومهم المفضلين من مقدمي البرامج من خلال الحرص علي معرفة أخبارهم وأنشطتهم بوصفهم جزءاً من الأسرة، ويتحدثون عنهم بوصفهم أصدقاء منحهم الناس حبههم وثقتهم. فإذا إفتقد هؤلاء النجوم السمعة الطيبة فإن الجمهور ينصرف عنهم بسرعة، وربما لا يمنحهم الثقة مرة أخرى. فالحياة الشخصية لهؤلاء النجوم يعتبرها الناس ملكاً لهم، ولا يقبلوا أن يتهم نجومهم المفضلون بالكذب أو الرشوة أو التقاعس عن خدمة الفقراء أو التهرب من الضرائب مثلاً.

أما السمات والخصائص المهنية التي يجب أن تتوفر في مقدمي "البرامج الحوارية" فيمكن حصرها فيما يلي:-

- أن يكون علي إحتكاك مباشر بالقضايا والمشكلات الجماهيرية.
- أن يتمتع بالقدرة علي إدارة الحوار والحرص علي الحضور الدائم أثناء البرنامج.
- أن يتمتع بالقدرة علي إقناع الآخرين برويته أو طريقة إدارته للحوار.

- **الحيادية..** وربما تعد هذه نقطة خلافية لدي خبراء الإعلام، فالبعض يري أنه يجب أن يكون المذيع أو مقدم البرنامج محايداً تماماً ولا يتدخل علي الإطلاق بإبداء رأيه أو وجهة نظره في القضايا المطروحة بدعوي الا يتدخل بالتأثير علي ضيوفه أو دفع الجمهور لتبني نفس الآراء ووجهات النظر.
- والواقع أن هذا الأمر لا يبدو صحيحاً دون تحفظات، فلا يمكن تصور أن يكون **"مقدم البرنامج"** بلا شخصية أو بلا رأي فهو -في النهاية- مواطن يتأثر بكل القضايا المطروحة ولا سيما إذا كانت هذه القضايا حاسمة ومؤثرة في حياة المواطنين.
- فمقدم البرنامج - هنا - مطالب بأن يدلي برأيه أو يعرض وجهة نظره شريطة ألا يكون ذلك بشكل قهري بحيث يصادر آراء الضيوف ويوجههم لتبني آرائه ووجهات نظره فقط بوصفه صاحب الكلمة العليا في البرنامج.
- **أن يتمتع بمهارة الإنصات.**
- يتصور بعض مقدمي **"البرامج الحوارية"** بأن القناة التي يتحدث -من خلالها- ملك خاص به، ومن ثم يبالح في توجيه حديثه مباشرة للجمهور بما يخالف طبيعة وأسس إعداد وتقديم البرامج الحوارية والتي تتطلب أن يتمتع مقدم البرنامج بمهارة الإنصات. ذلك أن المهمة الرئيسية له هي إدارة الحوار مع ضيوفه والسماح لهم بالتعبير عن آرائهم بما يعود بالفائدة علي الجمهور. فإذا أنصت مقدم البرنامج بإهتمام لضيوفه فإنه سيستطيع إنقاط الأفكار وإعادة ترتيبها والإعداد لمناقشتها مما يثري موضوع الحوار، كما أن **"الإنصات"** يشعر الضيوف بإهتمام مقدم البرنامج بهم وتقديره لما يبذونه من آراء وما يقدمونه من معلومات.
- **أن يلتزم بأخلاقيات الحوار وأدابه**
- يعد إحترام ضيوف البرامج الحوارية عاملاً هاماً من عوامل نجاحها، ويقتضي ذلك إتباع أخلاقيات الحوار وأدابه معهم، فأياً كانت الآراء أو المعلومات التي يعرضها الضيف فلا ينبغي علي مقدم البرنامج أن يقلل من قيمتها، وأياً كانت طريقة حديث الضيف أو سماته الشخصية فلا ينبغي علي مقدم البرنامج أن يسخر منها أو يعلق عليها. وإذا أرتكب مقدم البرنامج مثل هذا الخطأ الفادح فسرعان ما يفقد إحترام الجمهور وتقديره.
- **القدرة علي العمل الجماعي.**
- **"مقدم البرنامج"** عنصر واحد من عناصر نجاح البرنامج، ومن ثم فإن مقدم البرنامج عليه أن يتمتع بالقدرة علي الإندماج في فريق العمل، والعمل بروح الفريق مع إعطاء كل عضو في الفريق الإحترام والتقدير والذي ينعكس بالتأكيد علي الصورة النهائية للبرنامج.
- **الذكاء وسرعة البديهة.**
- يتطلب العمل الإعلامي بصفة عامة توفر الذكاء وسرعة البديهة لدي كل الإعلاميين، ويتزايد الأمر حينما يتعلق بالبرامج الحوارية وخاصة تلك التي تقدم علي الهواء مباشرة، والتي ربما تتعرض للعديد من المفاجآت والأحداث غير المتوقعة والتي تتطلب مزيداً من اليقظة والذكاء وسرعة البديهة للتعامل معها.
- **إتاحة الفرصة لرصد ردود أفعال الجمهور علي البرنامج.**

تعتمد "البرامج الحوارية" على التفاعلية الشاملة بين مقدم البرنامج وضيوفه وجمهوره. وإذا كانت البرامج تحرص على إتاحة فرص لتواصل الجمهور معها سواء بالإتصال الهاتفي أو عبر الإنترنت أو من خلال الخطابات.

فإن علي مقدم البرنامج أن يتيح الفرصة لرصد أفعال الجمهور حول كل ما تمت مناقشته في الحلقة.

ثانياً: موضوع الحوار - Talk show

يمثل الموضوع أو القضية التي تتناولها البرامج الحوارية واحداً من أهم أسباب نجاحه، ذلك أن الجمهور يعتبر وسائل الإعلام أحد أهم مصادر حصوله على المعلومات، وبناء مواقف من القضايا المطروحة. ولما كانت "البرامج الحوارية" بمثابة صحيفة يومية تسجل واقع الحياة، فإنها تهتم بمناقشة القضايا والموضوعات التي تهم الرأي العام، وتثير اهتمامه.

والسؤال الذي يطرح نفسه ... هل تبنى وسائل الإعلام أجندة الجمهور بطرح قضايا محددة تجعل الجمهور يفكر فيها؟ أم أن الجمهور هو الذي يحدد أولويات أجندة وسائل الإعلام بإجبارها على طرح القضايا التي يهتم بها هذا الجمهور؟ الواقع أن الإجابة على هذا السؤال تعد غاية في الصعوبة لاسيما في ظل المنافسة المحتدمة بين وسائل الإعلام على جذب الجمهور وإثارة اهتمامه.

فإذا أغفلت وسائل الإعلام مناقشة القضايا التي تهم الناس فإنهم - حتماً - سوف ينصرفون عنها لوسائل أخرى تحقق لهم ما يريدون وما يحتاجون إليه، وإذا أعطت وسائل الإعلام كل إهتمامها لما يثيره الناس وما يتداولونه من موضوعات، فإنها قد تصبح ضحية للسطحية والخوض في موضوعات تافهة جرياً وراء مقوله "الجمهور عايز كدة".

أما المطلوب هو الاتغفل وسائل الإعلام اهتمامات الجمهور واحتياجاته فتعرض للقضايا والموضوعات التي تشغله وتدفعه للبحث عن معلومات جديدة حولها، كما أن عليها أن توجه جمهورها للإهتمام بقضايا وموضوعات جديدة وتثير أفكاره وتوجه اهتماماته للتواصل مع موضوعات وقضايا يفكر فيها العالم من حوله، ويكون لها تأثير كبير على واقعه المعاش. أليست هي وسائل الإعلام التي تقدم الثقافة والتنوير؟

ومن هنا فقد حدد خبراء الاتصال الموضوعات التي يجب أن تهتم وسائل الإعلام بمعالجتها في ثلاثة اتجاهات:-

- ما يريده الجمهور؟
 - ما يحتاجه الجمهور؟
 - ما تريد وسائل الإعلام أن تقوله للجمهور؟
- والمتابع لأداء برامج التوك شو في القنوات التلفزيونية العربية ربما يجد تطابقاً كاملاً في الموضوعات التي تعرضها يومياً، فالموضوع الواحد تعالجه عدة قنوات في نفس التوقيت ... وهو أمر قد يؤدي - بعد فترة - إلى حالة من التشبع لدى المشاهدين تتطور إلى حد الوصول إلى حالة "المقاطعة" لتلك القنوات..
- ومن هنا تسعى هذه القنوات للتنافس في اختيار "طرق معالجة مبتكرة" للقضايا المطروحة، واختيار قوالب جديدة، أو اختيار ضيوف متميزين يضيفون قيمة أعلى على الموضوعات التي تطرحها.

ثالثاً: ضيوف الحوار

يمثل ضيوف البرامج التلفزيونية أحد أهم العوامل الجاذبة لمتابعة الجمهور لها، وقد يكون "الضيف" هو أبرز عوامل نجاح البرنامج إذا ما كان يتمتع بالقبول والقيمة المتميزة في مجال تخصصه.

ومن هنا تتسابق البرامج الحوارية على استقطاب الضيوف المتميزين الذين يحظون بقبول شعبي أوسع .. وتمنحهم بعض القنوات مقابلًا ماديًا كبيرًا يختلف باختلاف مدى شهرتهم وقدرتهم على الحوار والدفاع عن وجهات نظرهم.

ويؤدي تشابه الموضوعات التي تطرحها البرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية - أحيانًا - إلى تكرار ظهور ضيوف بعينهم في تلك البرامج، بل إن البعض منهم يتخذ من الظهور في هذه البرامج كضيف وسيلة للشهرة والتقرب من صناع القرار، والحصول على مناصب تنفيذية إلى جانب ما يحصلون عليه من مقابل مادي لقاء ظهورهم في تلك البرامج.

ونستطيع القول بأن الظهور الدائم في القنوات التلفزيونية هو إحدى أهم طرق اختيار المسؤولين في مجتمعاتنا العربية. فالتلفزيون يضيف قيمة كبيرة على بعض الشخصيات التي يتكرر ظهورها على شاشاته سواءً لمناقشة موضوعات تقع في إطار تخصصهم أم لا !!

وإذا أحسن "البرنامج الحوارى" اختيار ضيوفه من حيث الشعبية والحضور، والارتباط بموضوع الحوار، والقدرة على الإقناع فإن هؤلاء الضيوف بما يقدمونه من معلومات وما يشيعونه من أجواء المنافسة والاحترام المتبادل والسعى لأقناع الآخرين بوجهات نظرهم يكونون عاملاً هاماً في إنجاح البرنامج.

ويجب أن تتوفر في ضيوف البرامج الحوارية، وآليات تحاورهم عددًا من العوامل التي تكفل نجاح الحوار :-

- السعى للفهم المتبادل للآخر، وإحترام مواقفه وآرائه وإن اختلفت أو تضاربت مع رأوه ومواقفنا.
- التحرر من الصور الذهنية والأحكام المسبقة وإتاحة فرص أكبر لفهم مواقف المحاورين الآخرين.
- الحفاظ على أداب الحوار ولياقته، فلا تستخدم العبارات اللاذعة ولا تنتهم الآخرين المختلفين معنا أو نقل من شأنهم كما يحدث في بعض البرامج الحوارية التي لا تعدو أن تكون أشبه بصراع الديكة.
- الإهتمام بالمنطوق وليس بالنوايا غير المعلنة .. أى أن أطراف الحوار عليها الأخذ بما يقال فعلاً دون النظر إلى خلفياته أو الأسباب الكامنة وراءه.
- مواجهة الحجة بالحجة والدليل بالدليل، ومقارنة الآخر بطرح رؤيتنا ومواقفنا بأدب، فالحوار فرصة للفهم بين أطرافه وليس فيه منتصر ومهزوم !!

مراجع الدراسة

أولاً: المراجع العربية

- 1- ابراهيم بن محمد الحمد المزيني: التعامل مع الآخر، شواهد تاريخية من الحضارة الإسلامية (الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني، 2006)
- 2- بركات عبد العزيز: اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية: أصول الاحتراف ومهارات التطبيق (القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2000)
- 3- حيدر رشيد: أسس وآليات الحوار الاجتماعي، محاضرة قدمت للاتحاد الدولي لنقابات العمال العرب، د.ت
- 4- زهير محمد جميل كتيبي: فن الحوار (مكة المكرمة: مطبعة بهادر، 1995)
- 5- سامى الشريف: التخطيط الإعلامي، الاسس والمفاهيم ط3 (القاهرة: دار النهضة العربية، 2013).
- 6- —: "الإعلام العربي .. وإتاحة المعلومات عن سوق العمل"، ورقة عمل مقدمة أمام ورشة العمل النقابية العمالية العربية حول "دور النقابات في دعم الشبكة العربية لمعلومات سوق العمل، القاهرة 25-26 فبراير 2013.
- 7- شيماء ذو الفقار: نظريات في تشكيل اتجاهات الرأي العام (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004).
- 8- طريف شوقي محمد: المحاجة طرق قياسها وأساليب تميمتها (القاهرة: جامعة القاهرة، 2005)
- 9- طه جابر العلوانى: أدب الاختلاف فى الإسلام (القاهرة: المعهد العالمى للفكر الإسلامى، 1993)
- 10- عادل عبد الغفار: الأسس العلمية فى إعداد وتقديم وإخراج البرامج الإذاعية والتلفزيونية (القاهرة: مؤسسة فريديش ناومان، 2006)
- 11- فيشر روجز، برون سكوت ترجمة محمد محمود رضوان: نحو التألف والاتفاق (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1991)
- 12- كرم شلبي: المذيع وفن تقديم البرامج فى الراديو والتلفزيون (جده: دار الشروق، 1986)
- 13- محمد عبد اللطيف العبد: التفكير المنطقى (القاهرة: دار النهضة العربية، 1978)
- 14- محمد فريد الصحين: العلاقات العامة، المبادئ والتطبيق. (الاسكندرية: الدار الجامعية، 2004).
- 15- محمد نصر مهنا: مدخل الى الإعلام وتكنولوجيا الاتصال فى عالم متغير (الاسكندرية: مركز الاسكندرية للكتاب، 2002).
- 16- محمود أبو بكر أبو نعام: العلاقات العامة والرضا الوظيفي (تونس: مطبعة القاهرة، 2013)
- 17- منظمة العمل العربية: وثائق مؤتمر العمل العربي، الدورة الثامنة والثلاثون "الحوار الاجتماعى من اجل تنمية مستدامة" القاهرة 15-22 مايو 2011
- 18- مى وجيه: مقدمة فى علم التفاوض الاجتماعى والسياسي (الكويت: سلسلة عالم المعرفة، 1994)
- 19- وليم سمبسون: الحوار الاجتماعى والثلاثية، الشروط الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية - ورقة عمل مقدمة للندوة الاقليمية التى عقدها المكتب الاقليمي التابع لمنظمة العمل الدولية - بيروت 24-26 أكتوبر 2000.

- 1- Dolf Zellmann Peter Vonderer: Media Entertainment, The Psychology of its Appeal (London: Lawrence, Erlbaum Associates, 2002)
- 2- Jane.M. Shattuc: The Talking Cure: TV Shows and Women (N.Y: Routeledge, 1997)
- 3- Koontz.D&Donnel,O: Principles of Management (London: Mccraw Hill Book, 1996)
- 4- Nico Copentier: Managing Audience Participation, The Construction of Participation in An Audience Discussion Program European, Journal of Communication, Vol(16) No(2),2001
- 5- Stinivas R.Melkoe: Communication for Development in the Third World, Theory&Practice (New Delhi, London: Saga Publications, 1991).