

الاعلام والمسؤولية الاجتماعية

مفهوم المسؤولية الاجتماعية محدودا ومقتصرا على اعمال التكافل والتعاقد بين افراد المجتمع الواحد، و برفع مستوى الافراد عبر اعمال الخير الفردية التي كانت من اهم جوانب المسؤولية الاجتماعية، حيث تنفذ عبر الجمعيات ومنظمات المجتمع المدني والمؤسسات الخيرية.

ثم توسع مفهوم المسؤولية الاجتماعية ليشمل في معناه الحقيقي الالتزام الأخلاقي والاجتماعي للأفراد والمنظمات تجاه المجتمع والبيئة. يبقى هذا الالتزام الكبير وثيقة شرف وعهد يجب من الجميع الايفاء به، وحث المجتمعات على الالتزام بأخلاقيات وقيم اجتماعية هامة في مجالات عديدة تشمل الحفاظ على البيئة وتقليل الأثر السلبي على الطبيعة، وتعزيز الاستدامة الاقتصادية والتنمية المستدامة مع ترسيخ قيم المساواة والعدالة الاجتماعية. عبر وسائل مجتمعية وانشطة حياتية قريبة من المجتمع والفرد.

إن تعزيز المسؤولية المجتمعية في المجتمع يتم من خلال التعليم والتوعية والمشاركة المجتمعية وتفعيل دور الشباب ومشاركتهم في الأنشطة المجتمعية.

لذلك يبقى دور الاعلام بأشكاله المختلفة والمتعددة المعوّل الأهم والأمثل لتعزيز المسؤولية المجتمعية ونشر مضامينها من خلال قوالب اعلامية تراعي اهمية دور الفرد من خلال نشر المعلومات حول المسؤولية الاجتماعية وأهميتها. وتوعية الجمهور حول القضايا الاجتماعية والبيئية معتمدا في ذلك على اخلاقيات المهنة والعمل يجد على تعزيز الشفافية.

ان تفعيل القوالب الاعلامية التي تعزز المسؤولية الاجتماعية لدى المسؤولين والشركات تساعد في تعزيز الثقافة المجتمعية الشعور بالهوية المجتمعية.

هذا الدور العظيم الذي يجب ان يلعبه الاعلام يستمد عظمته من ارتباطه بحياة الناس ويعد دوراً رئيساً في بناء الوعي وركنًا أساسياً للتواصل اليومي واستقبال المعلومات بالنسبة لكثير من الأشخاص في العالم. ولأن الاعلام المنوط به لعب دورا عظيما باستطاعته ان يكون اداة هدم مجتمعي كبيرة من خلال بث

الرسائل السلبية، فهو سلاح ذو حدين، إما أن يسهم في تعزيز وترسيخ القيم والعادات السليمة، وإما أن يكون معوّلاً هدم لها، فعليه يبقى من الضروري ان يتجاوز الاعلام التحديات التي تواجهه.

ومن منطلق تعزيز المسؤولية الاجتماعية ان يتغلب على تحديات الرقابة والتحيز، ويجب الاستفادة من التقدم التقني والتكنولوجيا والتي هي بدورها اصبحت منصة رئيسية في بناء الوعي، عبر البحث عن اساليب حديثة للتواصل والتفاعل مع الجمهور. تُعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الإعلام بأنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن يلتزم الاعلام بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجاتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول. هذا المفهوم يضع الاعلام امام تحدي كبير وحقيقي وحتمي لأداء رسالته كما ينبغي، من اجل مجتمع أكثر وعياً بأهمية القضايا الاجتماعية بكافة اشكالها. لذلك كله فإن موضوع الالتزام الإعلامي بالمسؤولية المجتمعية لتحقيق أهداف محددة ينبغي النظر إليها بمزيد من الاهتمام والحرص على لعب الدور كاملاً غير منقوص ولا مشروط، والتأكيد على أن هذه المسؤولية تنبع من ارتباطها بهموم وقضايا الشعوب ومن قدرتها الذاتية على محاسبة الخارجين على أصول المهنة وآدابها.

ولتحقيق هذه الرؤية وتنفيذ اهدافها هناك دور مهم للمجتمعات لا بد وأن تقوم به، حيث لا يمكن لوسائل الإعلام ان تكون في معزل عن المجتمع. فالرسالة الإعلامية تبدأ منه وتنتهي إليه.