

دور الصحافة الإلكترونية المصرية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدي الشباب الجامعي المصري "دراسة ميدانية"

د. عبدالعظيم إبراهيم خضر¹

مقدمة:

تعد قضية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام إحدى أهم القضايا الجديرة بالبحث والاهتمام حيث تعد وظيفة أساسية من وظائف وسائل الاتصال في العصر الحديث ، فقد ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية نتيجة لتزايد الاحتكارات في ملكية وسائل الإعلام ، وما نتج عن ذلك من تنافس بين الوسائل الإعلامية لجذب الجماهير وزيادة مساحة الإعلانات ، والتركيز على المواد التافهة المتمثلة في الفضائح والجنس واللهو والإثارة ، الأمر الذي دفع بعلماء الاجتماع والاتصال إلى البحث عن نظام إعلامي جديد يراعي الدور الرئيس لوسائل الإعلام في تنمية المجتمع ، والالتزام بمجموعة المعايير المهنية ، وإدراك أن ملكية وسائل الإعلام يجب أن ينظر إليها على أنها نوع من الوكالة العامة ، ويلخص "ماكويل" المبادئ الأساسية لهذه النظرية ، والمتمثلة في أن وسائل الإعلام يجب أن تقبل وتنفذ التزامات معينة للمجتمع (1) ، وهذه الالتزامات يمكن تنفيذها من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات والموضوعية والصدق والتوازن ، كما يجب على هذه الوسائل تجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفضوح الاجتماعية ، وتجنب الطائفية والعنصرية ، كما يجب عليها أن تعكس تنوع الآراء ، وأن يكون هدفها الصالح العام من خلال تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الأفراد والجماعات ، كما أنه يجب على وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمطبوعة ، وكذلك وسائل الإعلام الجديد ، العمل على تنمية المسؤولية الاجتماعية لكون ذلك ضرورة اجتماعية ؛ لأن المجتمع بجميع طوائفه وفئاته في حاجة إلى الفرد المسؤول اجتماعياً في وقت نعاني فيه من بعض ظواهر اللامبالاة ، وافتقاد الهوية ، وعدم تحمل المسؤولية ، والكثير من المظاهر السلبية التي تعوق عملية التنمية (2) ، ويعد تحمل المسؤولية من أهم الصفات الاجتماعية التي لا يمكن تسميتها إلا عن طريق الممارسة، لذا يتطلب الأمر من وسائل الإعلام تنبيه أفراد المجتمع وتبصرتهم بما عليهم من واجبات، وأن يكون العمل مبنياً على أساس الأخذ والعطاء بين من يعيشون في المجتمع، وأن تركز على توعيتهم بمسؤولياتهم الاجتماعية نحو أنفسهم ونحو المجتمع والوطن. (3)

ومن خلال الملاحظة العلمية والمعايشة الدائمة والمستمرة مع الشباب الجامعي لاحظ الباحث انعدام الشعور بالمسؤولية لدى كثير من أبناء المجتمع المصري خاصة فئة الشباب ، وتمثل ذلك في عدة مؤشرات منها : الافتقار إلى الالتزام وتحمل المسؤولية، والمحافظة على الملكية العامة، وعدم وجود روح الولاء والانتماء للجماعة أو الوطن ، وتفكك العلاقات الاجتماعية، وضعف المشاركة الاجتماعية بينهم، والأمثلة على ذلك كثيرة، فعلى سبيل المثال لا على سبيل الحصر :الاستخدام السيئ من جانب الطلاب لمعامل التدريب ، ولأماكن التعليم وأدواته ، وللمرافق العامة مما يؤدي إلى إهدار المال العام ، وأيضاً عدم المحافظة على الشكل العام للكلية والجامعة ، وتمثل ذلك من خلال قيامهم بلصق ملصقات أو رسم أشكال أو كتابة الأسماء و العبارات المسيئة على الحوائط والمنضدات ، مما يشوه الشكل العام سواء داخل قاعة المحاضرات أو الشكل العام للكلية، وأيضاً قيام أحد الطلاب بحرق قاعة المحاضرة مما تسبب في خسائر كبيرة ، كما أشارت الكثير من الكتابات والدراسات إلى افتقاد أفراد المجتمع _ وخاصة الشباب _ إلى المسؤولية الاجتماعية سواء تجاه الأسرة أو المجتمع أو الوطن ، والبعد عن روح الحوار الهادف ، وعدم احترام الرأي الآخر والتعددية الثقافية ، وسيطرت قيم التواكل والسلبية واللامبالاة والانطواء ، ويعزى ذلك لعدة عوامل لعل من أهمها : انعدام الدور الحقيقي والوظيفي لوسائل الإعلام ، وغلبة

¹الأزهر جامعة الإعلام بكلية والنشر الصحافة بقسم المدرس

المضمون الترفيهي والدعائي والترويجي على المضامين الجادة الهادفة ، وغياب دور الأسرة والمؤسسات التربوية

كما لاحظ الباحث تعدد الشكوى من عدم التزام الكثير من وسائل الإعلام الجديد _ وفي طليعتها الصحف والمواقع الإلكترونية _ بالمعايير الأخلاقية والمهنية عند معالجتها لكثير من قضايا المجتمع، الأمر الذي أضر بالبنية الأساسية للمجتمع المصري ، وبالسلم الاجتماعي من خلال اللجوء للعنف وعدم الاكتراث للدماء ، من أجل هذا كله وغيره كان توجيه عناية هذه الدراسة نحو دور الصحافة الإلكترونية في تنمية المسؤولية الاجتماعية.

أولا : الإطار المنهجي للدراسة:

مشكلة الدراسة:

انطلاقا مما سبق يمكن صياغة مشكلة الدراسة في : (ما دور الصحافة الإلكترونية المصرية _ الحكومية والحزبية والمستقلة _ في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى أفراد المجتمع المصري) من خلال عينة الدراسة (؟) وما حدود المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية لهذه الصحافة وتأثيرها على المستخدم في مجال إقناعه بأهمية المسؤولية الاجتماعية بطرق مباشرة أو غير مباشرة من خلال ما تقدمه من معالجات صحفية متنوعة ؟

أهداف الدراسة:

- 1- تسعى هذه الدراسة إلى قياس أثر الصحافة الإلكترونية المصرية على أفراد المجتمع المصري من حيث قيامهم بمسؤولياتهم الدينية والاجتماعية والوطنية ، والتزاماتهم الأخلاقية والقيمية تجاه أسرهم وأقاربهم وجيرانهم وأصدقائهم والناس عامة ؛ وذلك لتحقيق السعادة في الدنيا والفوز برضوان الله عز وجل في الآخرة.
- 2- التعرف على دور الصحافة الإلكترونية المصرية في ترسيخ مبادئ المواطنة الصالحة والفاعلة المتمثلة في المشاركة الإيجابية عبر تنمية روح المسؤولية الاجتماعية بما يعود بالخير والنماء على الوطن والمواطن.
- 3- مدى التزام الصحافة الإلكترونية المصرية بالرؤية الإسلامية التي تركز على أهمية المسؤولية المتبادلة بين أفراد المجتمع باعتبارها مبدأ راسخا ، وقاعدة صلبة من قواعد الإسلام تقوي دعائم المجتمع ، وتؤدي إلى تماسكه وتحميه من الانهيار أو التفرق، فمسؤولية الفرد تجاه الأسرة أو المجتمع أو الوطن يمكن النظر إليها على أنها واجب والتزام تجاههما.
- 4- التعرف على مدى قيام الصحافة الإلكترونية المصرية بدورها في مجال التنمية الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية ، وتعزيز القيم والمبادئ حتى يمكن بناء المجتمع المستقر ، والوطن المتماسك.
- 5- التعرف على تصور الشباب الجامعي - عينة الدراسة - للدور الذي يجب أن تقوم به العربية الصحافة الإلكترونية المصرية في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية عند أفراد المجتمع.
- 6- ترصد هذه الدراسة حدود المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية والمهنية للصحافة الإلكترونية المصرية ، وتأثيرها على المتلقي في مجال إقناعه بأهمية المسؤولية الاجتماعية بطرق مباشرة أو غير مباشرة من خلال ما تقدمه من معالجات صحفية متنوعة.
- 7- الكشف عن الآثار السلبية لضعف المهنة في الصحافة الإلكترونية المصرية وتأثيراتها على تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الجمهور.
- 8- معرفة الاتجاهات والأفكار السائدة لدى القائمين بالاتصال في هذه الصحف عن المعايير المهنية والأخلاقية طبقا لنظرية المسؤولية الاجتماعية ووظائفها.
- 9- التعرف على مدى إدراك القائمين بالاتصال والجمهور (عينة الدراسة) لدور الصحافة الإلكترونية المصرية في تعزيز المشاركة الاجتماعية وتدعيمها لدى أفراد المجتمع.
- 10- تسهم هذه الدراسة في تطوير أداء الصحافة الإلكترونية المصرية بحيث تحقق التوازن بين مصالحها الخاصة والمصالح العامة للمجتمع.

الدراسات السابقة:

-يمكن القول بأن الدراسات العلمية المتصلة بموضوع البحث بصورة مباشرة لا تزال محدودة ، ولكن الباحث استطاع الوصول لبعض الدراسات التي تتصل بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالموضوع ومنها :

1- دراسة أمال الغزاوي (2010) حول المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي "وقد استهدفت الدراسة التعرف على نوعية الموضوعات والقضايا التي تتناولها البرامج الحوارية اليومية على القنوات الفضائية الحكومية والخاصة فيما يتعلق بالأداء الحكومي، بالتطبيق على ثلاثة برامج حوارية ، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها : اختلاف الاتجاهات بين البرامج الحوارية وفقاً لنوع الملكية للقنوات التي تبث هذه البرامج ، فبينما جاء الاتجاه إيجابياً في برنامج " البيت بيتك " بنسبة 2% جاء سلبياً في برنامج (القاهرة اليوم والعاشرة مساء)، بنسبتي 29.1 ، 28.9 على التوالي .أظهرت النتائج أن 68.3 من فقرات البرامج الحوارية _ عينة الدراسة _ بها انتقادات للأداء الحكومي ، مقابل 31.7 من الفقرات ليس بها انتقادات. (4)

2- دراسة عادل عبد الغفار (2003) حول أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية ، دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم ، حيث أجريت الدراسة على تسعة برامج من برامج الرأي التي أذيعت لمدة شهر على قناة " دريم " 2بواقع 62 حلقة ، وأظهرت النتائج أنه رغم تعدد عينة الدراسة الخاصة بأبعاد المسؤولية الأخلاقية لبرامج الرأي عينة الدراسة ، إلا أن هذا التعدد لا يفي وجود خلل واضح من حيث درجة الاهتمام لكل بعد من هذه الأبعاد فرغم وجود اهتمام مكثف بالمسؤولية الأخلاقية نحو المجتمع ، هناك ضعف في الاهتمام بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الأفراد والدولة حيث لم تتطرق 72.6 من حلقات البرنامج إلى الموضوعات التي تتصل بالمسؤولية الأخلاقية نحو الأفراد. (5)

3- دراسة أميرة سمير (2007) حول التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية ، حيث أجريت الدراسة على 401 مفردة من الجمهور المصري ، وأظهرت النتائج وجود تأثيرات سياسية إيجابية لهذه القنوات من حيث إنها تراعى حدود مسؤوليتها الاجتماعية أحياناً ، وتحاول توسيع قاعدتها الجماهيرية على حساب مبادئ المسؤولية الاجتماعية. (6)

4- دراسة نزمين زكريا (2008) حول اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية ، واستهدفت الدراسة التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في الصحافة المصرية نحو مفهومي حرية الصحافة ومسؤوليتها الاجتماعية ، وذلك من خلال قياس مدركات القائم بالاتصال لمفهومي الحرية والمسؤولية الاجتماعية للصحافة ، وتقييمهم لحالة الحريات الصحفية في مصر ، والتعرف على أهم عوائق حرية العمل الصحفي بصحف الدراسة باختلاف نمط ملكيتها (قومية - حزبية - خاصة) ، وتوجهات سياساتها التحريرية وأيديولوجيتها الفكرية الخاصة بها ، فضلاً عن الكشف عن طبيعة الضغوط المهنية والقانونية التي يتعرض لها القائم بالاتصال في ممارسته الصحفية وانعكاسها على طبيعة أدائه المهني ، وعكست نتائج الدراسة أن اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مفهوم حرية الصحافة غلب عليها الحيادية ، وتمثل مفهوم حرية الصحافة من وجهة نظر القائمين بالاتصال بصحف الدراسة في: حرية الحصول على المعلومات ونشرها ، وحرية نقد الحاكم والنظاء، وكشف الفساد من جهة والحقيقة من جهة أخرى ، كما أنها تعنى الديمقراطية وحرية التعبير عن الرأي. (7)

5- دراسة محمد حسام الدين (1996) حول المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، وتمثلت مشكلة الدراسة في الإجابة عن تساؤل رئيس مفاده: إلى أي مدى التزمت الصحف القومية والحزبية بالموضوعية الصحفية خلال فترة الدراسة التحليلية التي امتدت من 1991 وحتى عام 1994 م ، وما العوامل التي تؤثر على درجة التزامها بهذه القيمة المهنية؟ وللإجابة عن هذه التساؤلات استخدم الباحث عدة أدوات منهجية في جمع وتحليل البيانات شملت : التحليل الدلالي ، وتحليل المضمون الكيفي ، والمقابلات المتعمقة ، وأثبتت نتائج الدراسة عدم وجود موضوعية مطلقة لأي من المعالجات للصحف القومية والحزبية في عينة الدراسة بالتطبيق على قضايا العنف السياسي ، كما خلصت إلى عدم وجود توازن كامل في عرض الأحداث الخاصة بالعنف السياسي في الصحف القومية والحزبية على السواء ، إضافة إلى وجود تحيز ملحوظ في المعالجة الإخبارية المقدمة عن العنف السياسي في الصحف القومية والحزبية وفق منظور وسياسة كل صحيفة ، وأكدت الدراسة أن البيئة الصحفية والتوجه السياسي لكل جريدة تعد من العوامل الأساسية التي تفسر تحيز الصحف القومية والحزبية في مصر. (8)

6- دراسة عثمان العربي و عبد اللطيف العوفى (9)(2003) حول القائم بالاتصال في الصحافة السعودية ، وقد استهدفت الدراسة التعرف على واقع القائم بالاتصال في الصحافة السعودية اليومية، مقارنة بما عليه الحال في الدول العربية والغربية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها : أن أدوار القائم بالاتصال الصحفية الرئيسية تكمن في تفسير وتحليل القضايا المعقدة للجماهير مع شرح سياسات الحكومة وتوجهاتها، كما تبين من الدراسة أنه بالرغم من حب القائم بالاتصال السعودي لعمله ، إلا أن رضاه الوظيفي لا يزال متدنياً حيث إنه لا تتاح له فرص تدريبية ، ولا ينعم بتقدير كاف من رؤسائه في العمل ، ولا يعتقد كثيراً بقوة تأثيره في الرأي العام. (9)

7- دراسة عزة عبدالعزيز (1992) المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية بالتطبيق على صحيفتي الأهالي والأهرام باستخدام تحليل المضمون ، وخلصت الباحثة إلى تفوق جريدة " الأهالي " على جريدة " الأهرام " فيما يتصل بمسئوليتها الاجتماعية نحو القيام بالوظائف السياسية والاقتصادية، في حين تفوقت جريدة " الأهرام " على مستوى الوظائف الثقافية والاجتماعية، كما أبرزت الدراسة التصاق أجندة القضايا لدى جريدة " الأهالي " باهتمامات الرأي العام في مصر ، في حين كانت جريدة " الأهرام " أكثر التصاقاً بأجندة الحكومة. (10)

8- وتناولت دراسة (1997) Kristie Buton المسؤولية الاجتماعية في تغطية القضايا المحلية المثيرة للجدل بالتطبيق على جريدتين محليتين ، لمعرفة حدود الاختلاف بينهما في معالجة القضايا المحلية خلال فترة استغرقت أربعة أيام ، وأوضحت نتائج هذه الدراسة حاجة الصحف المحلية إلى الالتزام الأخلاقي. (11)

9- مجدي الداغر (2013) ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة الدينية في مواجهة ظاهرة العنف المجتمعي في مصر بعد ثورة يناير 2011 م ، دراسة على القائم بالاتصال بالصحف الإسلامية المطبوعة والإلكترونية ، وتأتي دراسة القائم بالاتصال بالصحف الدينية إزاء معالجة ظاهرة العنف المجتمعي، والتي تُعد من الدراسات المعقدة التي ترتبط بمتغيرات متعددة في طبيعة وسلوكيات القائم بالاتصال إزاء الأحداث المختلفة خاصة وأنها ترتبط بقيم واتجاهات تتعرض في كثير من الأحيان لمؤثرات تتحكم في أدائه ، وبما أن القائم بالاتصال يعمل في بيئة إعلامية دينية تتحكم فيها الكثير من المؤثرات سواء كانت داخل المؤسسة الإعلامية أو خارجها، لذا كان عليه أن يجد سيقاً أو يتكيف مع سياق جديد لفهم واقع الأحداث التي ترتبط خلفياتها بالعنف المجتمعي في مصر بعد ثورة يناير 2011 م ، وقد توصل الباحث لعدة نتائج منها : تصدر معايير خدمة المجتمع قائمة موضوعات العنف المجتمعي بنسبة (23.76) ، ثم اهتمامات الناس بنسبة (19.74) ، والإثارة الصحفية بنسبة (18.84) ، ثم أخلاقيات المهنة بنسبة (12.10) ، فالموضوعية بنسبة (10.32) ، والدقة بنسبة (8.07) ، ثم سياسة الصحيفة بنسبة (7.17) ، وهو ما يؤكد أن معيار خدمة المجتمع من عادات وتقاليد وقيم الدين ، ومعيار اهتمامات الناس ، ومعيار الإثارة الصحفية ، ومعيار أخلاقيات العمل الإعلامي تأتي في مقدمة المعايير التي يحرص عليها القائمون بالاتصال بالصحف الإسلامية فيما يقدمونه من مواد وموضوعات ترتبط بالعنف المجتمعي بعد ثورة يناير 2011 م. (12)

10- دراسة أحمد جمال حسن ، (2015) ، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية ، نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ، ، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج تتصل بالموضوع ، أبرزها : غياب المسؤولية الاجتماعية لدى كثير من الشباب المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي. (13)

11- دراسة عبد الكريم على الدبيسي ، (2011) ، المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية ، دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية ، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج نذكر منها : ضعف اعتماد المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية ، وعدم التزامها بالدقة والموضوعية. (14)

12- دراسة محمد حسام الدين ، (1996) ، حول : المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية :دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية ، وقد استهدفت الدراسة التعرف على مدى التزام الصحف القومية بالتطبيق على صحيفتي " : الأهرام " و " الأخبار " ، و الصحف الحزبية بالتطبيق على صحف : "الوفد " و "الأهالي " و "الشعب " بقيمة الموضوعية الصحفية في الفترة من أول يناير 1991 إلي نهاية ديسمبر 1994 م، وتوصلت إلى عدد من النتائج أهمها : أن صحف الدراسة جميعها لم تصل إلي الموضوعية المطلقة ، وتشابهت في مستويات تحيزها ودرجته في الصحف القومية والحزبية واحدة، كما تشابهت موضوعية الصحيفتين القوميتين "الأهرام " و "الأخبار " ، فلا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بينهما تتعلق بموضوعية الإسناد. (15)

١٣- دراسة أميرة العباسي (10)(2003) حول رؤية القائم بالاتصال في الصحف الخاصة لأخلاقيات ممارسة المهنة " وذلك بالتطبيق على صحف": صوت الأمة، الأسبوع، الميدان، وطني "، وقد أكد المبحوثون أن دور الصحف الخاصة من وجهة نظرهم هو: إبراز قضايا أهميتها الصحف الأخرى، والكشف عن مظاهر الفساد والأخطاء في المجتمع، ومن ثم حمايته من الانحرافات، والتركيز على القضايا التي تشغل الرأي العام مما يعكس وعياً إيجابياً للأداء الصحفي من منظور أخلاقي وهو دعم حق الفارئ في معرفة ما يحدث في مجتمعه، إلا أنه على الجانب الآخر أكد هؤلاء الصحفيون أن الواقع العملي حول صحفهم إلى ميدان لصراع المصالح بين رجال الأعمال ورجال السياسة، وأن صحفهم تهادن النظام حرصاً على الاستمرارية، وأن هدفها الأساسي هو تحقيق الربح وجذب المعلنين وإرضائهم. (16)

١٤- محمود عبد العاطي: التحديات الأخلاقية والمهنية للعمل الإعلامي والثورات العربية، وتمثلت مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما الأخلاقيات المهنية لممارسي العمل الإعلامي عقب ثورات الربيع العربي، ومدى انعكاساتها على المجتمع والمؤسسة الإعلامية؟، وتهدف هذه الدراسة إلى تقديم رؤية علمية قائمة على تحليل بعض الدراسات التي تناولت موضوع الأخلاقيات المهنية للقائمين بالعمل الإعلامي، والتي لها صلة بموضوع هذه الدراسة، ومن ثم توضيح بعض القضايا الخاصة بأخلاقيات الإعلام وحدود الحرية والنقد، وتوصلت لعدد من النتائج منها: هناك ضوابط لحرية الرأي وحق التعبير حتى تتحقق الحرية المسؤولة للإعلام، يمكن إيجازها في العبارة الآتية: لا تقدم ولا تنمية بدون حرية، ولا حرية بدون مسؤولية، ولا خطر على الحرية أشد من سوء استخدامها، ولا ضمانات لاستمرارها أفضل من ضوابطها، إن هناك الكثير من القنوات الفضائية والمواقع الإخبارية افتقدت أبسط قواعد المهنية في تعاملها مع بعض القضايا والموضوعات في الدول العربية، وقد اعتمدت بعض القنوات في معالجتها للأخبار والقضايا على أسلوب الكذب والإثارة والمبالغة والتحويل والخداع، أكثر ممن اعتمادها على الموضوعية والصدق ونقل الحقائق وتغليب حق الجمهور في المعرفة على التوجه السياسي للمذيع أو الصحفي، كما أن هناك العديد من الإعلاميين يفقدون الحيادية والمهنية في العمل الإعلامي، وظهر هذا جلياً من خلال إبرازهم لتوجهاتهم السياسية أكثر من الحيادية، وإن القوانين تضع ضوابط للنقد المباح في وسائل الإعلام، والنقد بقصد التشهير تحت مسمى حرية الإعلام. (17)

ويخلص الباحث من عرض الدراسات والبحوث السابقة التي تناولت نظرية المسؤولية الاجتماعية وتطبيقاتها البحثية إلى الملاحظات الآتية:

١- ركزت الدراسات السابقة بشكل أساسي على القنوات الفضائية و الصحف المطبوعة بصفة خاصة _ باستثناء دراسة مجدي الداغر التي وجهت عنايتها للصحافة الدينية المطبوعة والإلكترونية _ ومن ثم افتقدنا لدراسات تعنى بتطبيقات نظرية المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الإلكترونية على وجه الخصوص، وهو ما يشير صراحة إلى أهمية إجراء المزيد من البحوث والدراسات التي تتناول تطبيقات نظرية المسؤولية الاجتماعية في هذا النوع من الصحافة.

٢- ركزت الدراسات السابقة على تطبيقات نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الأخبار، في حين تجاهلت المضامين الإعلامية الأخرى، رغم أن وظائف وسائل الإعلام لا تقدم فقط من خلال المضامين الإخبارية، ولكن تقدم من خلال مختلف المضامين الإعلامية، وهذا ما يؤكد أهمية إجراء الأبحاث والدراسات المرتبطة بتطبيق هذه النظرية على المضامين الإعلامية الأخرى غير الأخبار.

٣- يدور كم كبير من الدراسات السابقة حول المفهوم النظري لأبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية، وينبغي تخطي هذه المرحلة إلى إجراء العديد من الدراسات الإمبريقية التي تتناول تطبيقات هذه النظرية من خلال دراسات تجرى على عينات كبيرة من الإعلاميين في وسائل الإعلام المختلفة.

- ٤- يلاحظ تركيز الدراسات الخاصة بنظرية المسؤولية الاجتماعية _ على المستوى الأجنبي بشكل واضح _ في الدراسات الأمريكية , وهو ما يؤكد ريادتها في مجال بحوث الإعلام المرتبطة بهذا الحقل من الدراسات , كما يلاحظ تركيز الدراسات السابقة العربية بشكل واضح في الدراسات الإعلامية المصرية , وهو ما يؤكد ريادتها في مجال بحوث الإعلام المرتبطة بهذا الحقل من الدراسات .
- ٥- استخدمت معظم الدراسات الإمبريقية التي تناولت نظرية المسؤولية الاجتماعية منهج المسح بأدواته المنهجية المختلفة كإطار منهجي لتحقيق أهداف هذه الدراسات .
- ٦- يعد مجال الصحافة الإلكترونية ودورها في تنمية المسؤولية الاجتماعية _ من خلال دراسة القائمين بالاتصال فيها أو الجمهور أو المضمون _ مجالاً بكرًا يحتاج إلى المزيد من التطبيقات البحثية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام , ويبرر ذلك أهمية إجراء هذا البحث .

تساؤلات الدراسة:

من أجل تحقيق هدف الدراسة الرئيس المتمثل في التعرف على دور الصحافة الإلكترونية المصرية _ الحكومية والحزبية والمستقلة _ في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الجمهور من خلال المعايير المهنية والأخلاقية لنظرية المسؤولية الاجتماعية ووظائفها ، انطلقا من هذا الهدف تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ١- ما مدى التزام الصحافة الإلكترونية المصرية _ الحكومية والحزبية والمستقلة _ بالمعايير المهنية والأخلاقية ، و تأثير المعالجات الصحفية المقدمة من خلالها على درجة العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع ؟
- 2- ما تأثير المعالجات الصحفية المقدمة من الصحافة الإلكترونية المصرية على درجة المشاركة الاجتماعية بين أفراد المجتمع؟
- 3- ما دور المعالجات الصحفية المقدمة من الصحافة الإلكترونية المصرية على تدعيم الانتماء والولاء عند أفراد المجتمع؟
- 4- ما دور المعالجات الصحفية المقدمة من الصحف الإلكترونية المصرية على درجة المحافظة على الممتلكات العامة لدى أفراد المجتمع؟
- 5- ما تصور الشباب الجامعي _ عينة الدراسة _ للدور الذي يجب أن تضطلع به الصحافة الإلكترونية المصرية في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية عند أفراد المجتمع؟
- 6- ما مدى الحاجة لترسيخ قواعد مهنية وأخلاقية جديدة للعمل في الصحافة الإلكترونية المصرية ؟

منهج الدراسة :

استخدم الباحث - في هذه الدراسة - المنهج الوصفي التحليلي عن طريق المسح لعينة من أفراد مجتمع الدراسة الذي يشمل القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية _ الحكومية والحزبية والمستقلة _ وكذلك عينة من الجمهور المتخصص في الإعلام (طلاب الفرقة الرابعة بكلية الإعلام جامعة الأزهر) ، للتعرف على آرائهم حول دور الصحافة الإلكترونية المصرية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى أفراد المجتمع المصري ، وكذلك الوقوف على واقع تطبيق المعايير المهنية والأخلاقية التي تعد جوهر نظرية المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الإلكترونية المصرية ، ومن خلال المسح على عينة الدراسة تمكن الباحث من جمع الحقائق والمعلومات عن موضوع الدراسة ، ومن ثم تحليلها وتفسيرها والوصول إلى تعميمات يمكن قبولها ، ولم تقتصر الدراسة في استخدامها للمنهج الوصفي التحليلي على وصف الظاهرة ، بل سعت إلى تصنيف ما توصلت إليه من معلومات تعبر في مجملها عن دور الصحافة الإلكترونية المصرية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى أفراد المجتمع المصري ، وواقع تطبيق المعايير المهنية في هذه الصحف ، وتطلعات القائمين بالاتصال فيها نحو إرساء قواعد جديدة للعمل المهني والأخلاقي ؛ مما ينعكس إيجاباً على مستقبلها ، وتنظيم معلومات عينة مجتمع الدراسة وتحليلها حيث يكفل التحليل الكيفي إعطاء صورة واقعية عن الظاهرة محل الدراسة ، كما استخدمت الدراسة التحليل الكمي (بشكل مدروس بما يخدم أهداف الدراسة اعتماداً على أن استخدام أكثر من أسلوب في تحليل البيانات يكفل الدعم المتبادل للطريقة الكيفية مع الطريقة الكمية ، ويعطي النتائج مستوى معقولاً من الدقة .

أداة الدراسة:

من أجل الحصول على المعلومات والآراء من عينة مجتمع الدراسة تم تصميم عدد (2) استبانة : الأولى : تتعلق بقياس آراء القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية حول دورها في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية ، وواقع الممارسة المهنية والأخلاقية السائدة فيها ، وقد اشتملت الاستبانة على مجموعة من الأسئلة التي تم تصميمها لتناسب مع أهداف الدراسة ، أما الاستبانة الثانية فكانت لقياس أثر الصحافة الإلكترونية المصرية على إمداد الشباب الجامعي – عينة الدراسة - بالمعلومات والمعارف والقيم والسلوكيات التي تنمي لديهم المسؤولية الاجتماعية سواء الذاتية أو الدينية والأخلاقية أو الوطنية ، وقد تم تحكيم استبانة الدراسة من قبل ثلاثة أساتذة متخصصين في الإعلام للتأكد من الصدق الظاهري من حيث التأكد من أن بنود الاستبانة تقيس ما أعدت من أجله وتتسم بالوضوح ودقة اللفظ والمدلول ، وكذلك تم التأكد من صدق المحتوى من حيث شمولية أداة الدراسة لكافة أبعاد موضوع الدراسة وتم تعديل بعض الأسئلة والعبارات التي اتفق عليها المحكمون بما يحقق هدف الدراسة.

مجتمع الدراسة :

(1) **عينة القائمين بالاتصال :** أجرى الباحث دراسته على القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية الحكومية والحزبية والمستقلة من خلال اختيار عينة عمدية من بينهم . والجدول الآتي رقم (1) يوضح عينة القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية:

م	القناة	العدد	م	القناة	العدد
1	الأهرام	5	9	الشروق	5
2	الأخبار	5	10	اليوم السابع	5
3	الجمهورية	5	11	المصري اليوم	5
4	الوفد	5	12	البوابة نيوز	5
5	الأهالي	5	13	الأسبوع	5
6	الفجر	5	14	مصر العربية	5
7	الوطن	5	15	مبتداً	5
8	الدستور	5	16	المصريون	5
		85	المجموع		

جدول رقم (1) يوضح عينة القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية (2) **عينة الجمهور :** تم اختيار عينة عشوائية من طلاب الفرقة الرابعة بكلية الإعلام جامعة الأزهر للعام الجامعي 2016 / 2015م ، وقد راعى الباحث أن تكون العينة ممثلة لجميع الأقسام ، وأن يكون لديهم القدرة على فهم موضوع الدراسة ، كما أن خلفياتهم العلمية تمكنهم من الإجابة على الأسئلة المطروحة ، وقد جاءت العينة على النحو الآتي من خلال الجدول رقم (2) :

م	الفرقة	العدد
١	الرابعة تخصص الصحافة والنشر	50
٢	الرابعة تخصص الإذاعة والتلفزيون	50
٣	الرابعة تخصص العلاقات العامة والإعلان	50
المجموع		150

إجراءات الصدق والثبات:

أولاً : الصدق: إن صدق أداة البحث يعني قدرتها على قياس المتغيرات التي يفترض أن تقوم الدراسة بقياسها ، وتتأثر بمدى صحة أداة البحث في اختيار التصميم المناسب للاستبانة والتوصل إلى النتائج المطلوبة لتحقيق أهداف الدراسة ، وبالاختيار العلمي الصحيح للعينة التي تجرى عليها الدراسة يوجد العديد من الأساليب للتأكد من ذلك من أهمها (18) :

اصدق المحكمين : وذلك بعرض أداة القياس على الخبراء والمتخصصين والباحثين ممن لهم المعرفة والخبرة في هذه المجال ، لمعرفة رأيهم فيها ، ومدى تحقيقها للقياس والغرض الذي أعدت من أجله ، حيث قام المحكمون بوضع ملاحظاتهم على أداة القياس ، والتي تم الأخذ بها من قبل الباحث عند إخراجها بصورتها النهائية(19).

2-الصدق التجريبي : حيث تم عرض الاستمارة على ما نسبته (10%) من مفردات عينة الدراسة (القائمين بالاتصال والجمهور) لمعرفة مدى فهمهم لأسئلة الأداة و وضوحها لديهم ، وقد أخذ الباحث بجميع الملاحظات التي أبداها المبحوثون على أداة القياس ، و بالتالي تم تعديلها .

ثانياً : ثبات الاستبانة: يقصد بالثبات الحصول على النتائج نفسها عند تكرار استخدام أداة القياس، وهذا يدل على ثبات المقياس بالرغم من تكرار عدد مرات الاستخدام.

المعالجة الإحصائية:

استخدم الباحث الأساليب الإحصائية الآتية : البرنامج الإحصائي spss لتفريغ البيانات وتحليلها كمياً ، ومعامل ارتباط بيرسون Persons ، والنسب المئوية والتكرارات والجداول البسيطة والمتقاطعة(20).

ثانياً : الإطار النظري للدراسة

تنطلق هذه الدراسة في إطارها النظري من نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ، حيث تقدم إطاراً اجتماعياً وأخلاقياً ينبغي أن تعمل في ظلّه وسائل الإعلام ، كما تفيد الأطر المختلفة التي تقدمها هذه النظرية في توجيه وسائل الإعلام ، وتطوير أدائها على المستوى الوظيفي والأخلاقي ، ومن هذا المنطلق يسعى الباحث إلى توضيح هذه النظرية لخدمة أهداف البحث ، وطرق توظيف وتطوير القياسات المنهجية التي تلائم توظيف النظرية للإجابة على تساؤلات الدراسة وفروضها .

المجتمع المصري والتغيرات الاجتماعية:

يقول د أحمد فاروق حسن في بحثه القيم بعنوان) : تحليل سوسيولوجي لأزمة القيم الأخلاقية بين الشباب المصري – دراسة ميدانية : (لقد شهد المجتمع المصري في النصف الثاني من القرن العشرين مجموعة من التغيرات السياسية والتكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها من حيث عمقها واتجاهاتها ونتائجها ، والتي أثرت بشكل مباشر على النسق القيمي لدى أفراد المجتمع بصفة عامة ، وعلى الشباب بصفة خاصة ، حيث تتمثل هذه التغيرات في جملة التصورات التي حدثت للواقع المصري خلال تلك الفترة بانتهاء سياسة الانفتاح الاقتصادي ، والتي أفرزت قيماً جديدة مستحدثة لم تكن موجودة من قبل ، والقيم الاجتماعية هي منظومة الحياة تؤثر في حياة البشر وفي سلوكياتهم ، وتحدد شكل العلاقات الإنسانية وأنماط التفاعل ، وهي صمام الأمان داخل التجمعات البشرية، وتمثل القيم أدوات الضبط الاجتماعي ومحركات السلوك ، وتفرز آليات الاستقرار والتوازن في المجتمعات البشرية .وإذا تعرضت منظومة القيم الاجتماعية إلى هزات أو تحولات غير مرغوب فيها ، أو انتابها نوع من الخلل نتيجة عوامل وظروف محددة تدهورت أحوال البشر ، وعم الفساد في الأرض ، وشعر الناس - كما يشير ابن خلدون -بفقدان التوازن وعدم الثقة وضياع الرؤى ، وانتابت البشر حالة من الإحباط والعجز وعدم الرضى ، وفقد النظام الاجتماعي قدرته على البقاء والالتزام ، وضعف لديهم الشعور بالانتماء للوطن .. كل ذلك يعني الإحساس بوجود أزمة أو حالة يطلق عليها علماء الاجتماع "أنومي" أو اللامعيارية الأخلاقية ، وقد أثرت هذه التغيرات بشكل مباشر على القيم الأخلاقية لدى أفراد المجتمع بصفة عامة ، وعلى الشباب بصفة خاصة ، وأدت إلى ما يسمى بأزمة القيم الأخلاقية.

وترجع الأزمة الأخلاقية والسلوكية إلى عوامل داخلية، وعوامل خارجية : فالعوامل الداخلية مرتبطة بالبنية الداخلية للمجتمع المصري ، وهي نتاج لعوامل مادية حيث المشكلات الاقتصادية التي تواجه الناس خلال مسيرة حياتهم المعيشية ، وتقف حائلاً أمام احتياجاتهم الأساسية ؛ فالفقر والبطالة وارتفاع الأسعار وانخفاض الدخل وقلة الخدمات وزيادة مستوى المعيشة والقهر المادي والاستغلال الاجتماعي وعجز الأفراد عن تدبير أمور حياتهم المعيشية .. كل ذلك يؤدي إلى تشكيل أنماط سلوكية لا معيارية ، ويخلق نوعاً من الخلل الذي يتفاقم عبر الزمن ، بل قد يصل إلى خلق أشكال من الانحراف حيث يحاول كل فرد البحث عن وسائل غير مشروعة للتغلب على تلك المشكلات المادية والضغوط الناتجة عنها.

وبالإضافة إلى العوامل المادية، هناك عوامل غير مادية تؤدي دوراً مهماً في تكوين الظواهر الاجتماعية المرضية من أهمها : الفساد والتسيب واللامبالاة وعدم الانضباط والفوضى الأخلاقية وزيادة العنف والتطرف بأشكاله المختلفة، وظهور أنواع من الجرائم المنظورة وغير المنظورة كالرشوة والبلطجة وغيرها من الأفعال التي تدل على تدهور القيم الاجتماعية ، وتحولها من قيم إيجابية بناءة إلى قيم سلبية تضعف من قدرات البشر وتهدم كيانات المجتمعات البشرية.

أما العوامل الخارجية فتتمثل في الثورة العلمية والتكنولوجية حيث جعلت العالم أكثر اندماجاً ، وسهلت حركة الأفراد ورأس المال والسلع والخدمات وانتقال المفاهيم والأذواق والمفردات فيما بين الثقافات والحضارات ؛ فهي الطاقة المولدة المحركة للقرن الحادي والعشرين في كل سياقاته الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتربوية . فهذه الثورة أحدثت تغييرات أساسية في الطريقة التي ينظر الناس بها إلى أدوارهم وأبرز جوانب الثورة العلمية في الحاسوب والإنترنت، وقد أثرت الثورة العلمية والتكنولوجية على الشباب فأصيب بعدم القدرة على الاستقرار في القيم الموروثة، والمكتسبة ، وضعف القدرة على الاختيار بين القيم المتضاربة، عجز عن تطبيق ما يؤمنون به من قيم ؛ مما سبب له أزمة قيمية دفعت بالشباب إلى الثورة على قيم المجتمع ، واغترابهم عن القيم التي جاءت بها الثورة العلمية والتكنولوجية ، كما أثرت الثورة العلمية والتكنولوجية على قيم الشباب فانتشرت سلوكيات مشتركة منها : الثقافة الاستهلاكية، أغنيات شبابية، ملابس عالمية، أفلام عنف، تنميط الأذواق، تقوّل السلوك، ثقافة المخدرات، وقد أفرزت عدة مشكلات منها انتشار الجرائم، البلطجة، وتدهور مستوى المعيشة، تقليص الخدمات الاجتماعية التي تقدمها الدولة، اتساع الفجوة بين الفقراء والأغنياء ، وكذلك أثر الإعلام بما يملكه من قوة تأثير كبيرة _ وخاصة بعد ظهور الفضائيات وما يسمى بالسموات المفتوحة _ على قيم الشباب، وقد أسهم الإعلام في نشر أنماط وقيم أخذ بعضها طابعاً عالمياً ، وجاوز حدود حضارته التي أفرزته من خلال انتشار ثقافة الصورة، وقد أثر الإعلام على تشكيل وعي الشباب بتأكيد القيم النفعية والفردية، وانتشار ثقافة الاستهلاك نتيجة الانفتاح، والهجرة للخليج بالإضافة إلى انتشار المخدرات، وتمجيد كل ما هو أجنبي ، وتحول الشباب إلى تبني أنماط عالمية متحررة . يتضح مما سبق أن العوامل الداخلية المرتبطة بالبنية الداخلية _ والعوامل الخارجية _ المتمثلة في الثورة العلمية والتكنولوجية وآلياتها المختلفة _ قد أثرت على قيم الشباب بصفة عامة ، وساعدت على حدوث الأزمة الأخلاقية بين الشباب بصفة خاصة داخل المجتمع المصري.(21)

الظروف التاريخية لنشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية

لقد ولدت نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة نتيجة للمعاناة التي سببتها النظريات السابقة ، وقد يكون أيضاً بسبب تأثير نتائج الحرب العالمية الثانية من خلال تقرير نشر عام 1947 م بواسطة لجنة "هوتشينز" ، وقد استهدفت النظرية وضع ضوابط أخلاقية للصحافة ، والتوفيق بين حرية الصحافة والمسؤولية الاجتماعية في المجتمعات الليبرالية ، ووجد المفكرون في المبادئ والوظائف والصيغ الجديدة انعكاساً للنظرية الليبرالية ، واعتبر القرن العشرين الميدان التطبيقي لأفكار هذه النظرية ، وكانت الولايات المتحدة الأمريكية في مقدمة دول العالم تطبيقاً لها، ومن ثم أخذت في الانتشار ببقية أنحاء العالم . وتكتسب النظرية أهميتها في الوقت الراهن من عدة اعتبارات على النحو الآتي:

-أنها تعتنى بالبيئة الاجتماعية المحيطة وتأخذها بعين الاعتبار أثناء ممارسة العمل الإعلامي.

-أنها تنادي بالألا يقتصر عمل الإعلام أو العلاقات العامة ، بل وحتى الشركات الخاصة ، على هدف تحقيق الربح للمالكين والمساهمين ، بل تشدد على الجوانب الأخلاقية في ممارسة العمل.

-أنها تعني بعملية تنمية المجتمع ككل من خلال الإقرار بأن استمرار عمل المؤسسة_ بغض النظر عن تخصصها _يشترط عملها على تنمية المجتمعات المحيطة بها.

-أنها تشدد على التزام القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة بقيم عديدة أهمها :الدقة ,الموضوعية ,العدل ,الحفاظ على ثقافة المجتمع.

-تدعو النظرية إلى المحافظة على استقلال وسائل الإعلام شريطة أن تكون ملتزمة أمام المجتمع الذي منحها هذا الاستقلال , ووضع ضوابط أخلاقية لوسائل الإعلام , والتوفيق بين حريتها والتزامها بمعايير المسؤولية الاجتماعية .

-تفيد الأبعاد المختلفة للنظرية في توجيه وسائل الإعلام ، وتطوير أدائها على المستوى الوظيفي والأخلاقي , مما يجعلها قادرة على التوافق بين الحرية الفردية والحرية الممنوحة لوسائل الإعلام المقننة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية.

-تفيد النظرية في مراعاة التوافق بين مصالح الفرد وصالح المجتمع ، وعدم تركيز وسائل الإعلام على الأهداف الربحية فقط. (22)

المبادئ التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية

تركز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاثة أبعاد رئيسية :

• البعد الأول : ويتصل بالوظائف التي ينبغي أن تؤديها وسائل الإعلام في المجتمع.

ويمكن استعراض الوظائف العامة لنظرية المسؤولية الاجتماعية على النحو الآتي : الوظيفة السياسية : من خلال إعلام المواطنين بما تفعله الحكومة وتقوم به ، وحماية حقوق الأفراد في المجتمع ، وحقوق الدولة لخدمة المجتمع ، واحترام النظام العام، واحترام حق الاتصال ؛ وخدمة النظام من خلال إبراز الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية ، وتقديم البرامج المتوازنة الخاصة بالترفيه والتسلية والترفيه للفرد من خلال ذلك القسط من الحرية الممنوحة من الدولة بما يحقق راحة الجميع ، والتركيز على مبدأ تحقيق الاكتفاء الذاتي . أما الوظيفة الثانية من وظائف نظرية المسؤولية الاجتماعية فهي : التعليمية : وتتم من خلال إتاحة الفرصة لوسائل الإعلام المختلفة ، وفي مقدمتها القنوات الفضائية ، لتمارس دورها في رفع المستوى التعليمي لكافة أفراد المجتمع ، وهناك الوظيفة الثقافية :التي تتم من خلال عرض المعلومات والأفكار التي تتسق مع قيم ومبادئ المجتمع ، وتسهم في رفع المستوى الثقافي لأفراده ، والوظيفة الاقتصادية ، والوظيفة الدينية من خلال عرض المعتقدات الدينية الصحيحة المستمدة من مصادرها الأصلية ، وعدم نشر كل ما من شأنه النيل من المعتقدات الدينية أو ازدياء النصوص الدينية ، ومن هذا المنطلق تقتضي المسؤولية الاجتماعية أن تراعى وسائل الإعلام عادات المجتمع وتقاليد وأعرافه، بالإضافة إلى الحفاظ على سلامة المجتمع وصيانة مقدراته، ويتصل بالضوابط الأخلاقية والقانونية ضرورة احترام وسائل الإعلام لخصوصية الأفراد ، وحماية الآداب العامة ، ويقتضى الضمير الإعلامي في حدود المسؤولية الاجتماعية ، والإحساس بالقيم المهنية ، ومراعاة احترام حق الأفراد في الخصوصية باعتبارها أحد الحقوق المدنية التي ينبغي أن تحافظ عليها وسائل الإعلام .(23)

المسؤولية الاجتماعية للصحافة الإلكترونية المصرية وحماية القيم الخلقية للمجتمع:

إن أخلاقيات العمل الإعلامي عبارة عن " : منظومة من المبادئ والقيم والمعايير الأخلاقية التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال قيامهم بأعمالهم ، واتخاذ قراراتهم بما يتناسب مع وظيفة الوسائل والمؤسسات الإعلامية وبما يتسق مع أخلاقيات وقيم المجتمع والجمهور. "

يجب على وسائل الإعلام الالتزام بعدة مبادئ أخلاقية عند تعاملها مع المواقف المختلفة والأحداث المتنوعة وهي : الوسطية ، والفائدة ، والمساواة ، والصحة العامة ، وتعد المدونات الأخلاقية من الوسائل الأساسية التي

تعتمد عليها المنظمات _ وبخاصة المهنية منها _ في توجيه سلوك الأفراد العاملين فيها ، وقد أثبتت الدراسات أن امتلاك المنظمات لمدونات خلقية يؤدي إلى تقليل الممارسات اللا أخلاقية فيها.

وتسعى مواثيق الأخلاقيات المهنية في العمل الإعلامي إلى تحقيق عدة أهداف من أهمها:

- حماية الجمهور من الاستخدام غير المسؤول لوسائل الإعلام.
- حماية الإعلاميين من الضغوط السياسية التي قد تمارس ضدهم عند ممارسة المهنة.
- المحافظة على أن يكون الاتصال في اتجاهين.
- الممارسة المهنية السليمة للعمل الإعلامي تتطلب أن يكون هناك فصل واضح بالنسبة للقارئ بين ما تقدمه الصحيفة لتقارير إخبارية ، وبين الرأي.

• يجب على الصحفيين والإعلاميين احترام حق الجمهور في المعرفة ، وأن يراعوا المعايير المشتركة للأمانة والشرف، وأن يكونوا مسؤولين أمام الجمهور عن عدالة تقاريرهم الإخبارية ودقتها ، كما أن الأشخاص الذين يتم اتهامهم علناً يجب إعطاؤهم حق الرد في أقرب فرصة.

• تأكيد القيم الدينية والأخلاقية الثابتة والمثل العليا المتراكمة في التراث البشري ، وأن ينشد الإعلام بوسائله المختلفة الحقيقة المجردة في خدمة الحق والخير ، ويسعى الي تدعيم الأواصر ، وتعميق التفاهم والتفاعل ، والتبادل مادياً ومعنوياً ، وهو مكسب حضاري.(24)

إن المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية تحتم على الصحافة الإلكترونية المصرية أن تقوم بواجبها تجاه المجتمع كما تنعم بحقها في الحرية ، والحرية تنطوي على قدر كبير من المسؤولية الاجتماعية ، ولهذا فالحرية ليست حقاً طبيعياً يعطى دون مقابل ، بل حق مشروط بمسؤوليات يمارسها الإنسان تجاه نفسه وتجاه المجتمع ، كما لا يحق لأحد الاعتداء على حريات الآخرين، أي أن الحكومة والشعب يعطيان وسائل الاتصال والإعلام حقهما في حرية التعبير، ولكن في الوقت نفسه يمكن أن تفقد هذا الحق فيما لو أسيء استعماله ، كما لا يمكن عزل المجتمع ووسائل الإعلام والدولة عن بعضهم البعض ؛ حيث إن التمتع بالحقيقة وحرية الرأي أمران ضروريان للأطراف الثلاثة : الدولة؛ المجتمع ؛ ووسائل الإعلام ، يعزز ذلك كله ما شهدته الصحافة الإلكترونية المصرية _ الحكومية والحزبية والمستقلة - في الفترة الأخيرة من انحدار في أخلاقيات وسلوكيات صاحبت تطورها ، وأصبحنا إزاء العديد من الممارسات الصحفية الإلكترونية غير المسؤولة ، وبدلاً من أن تكون رسالتها تتجه نحو البناء والاستقرار أصبحت أداة للإثارة ونشر الفضائح ، واتجهت ممارسات أخرى نحو تشويه القيم والثوابت الدينية والاجتماعية في المجتمع المصري ، وجعلت الشباب يشعرون بالغرابة الاجتماعية ؛ مما ترتب عليه التأثير على قيم الانتماء الوطني ، وفقدان الهوية الإسلامية العربية ، وهو ما يتنافى مع الأسس والمبادئ التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية والتي تدعو الصحافة الإلكترونية للعمل في حرية دون قيود ، وفي ضوء مسؤولياتها والتزاماتها تجاه المجتمع (25) . ويقول كلور جون بيرتران أستاذ القواعد الأخلاقية في معهد الصحافة الفرنسي في جامعة باريس : إن القواعد الأخلاقية تشتمل على ثلاثة عناصر أساسية:

- **القيم الأساسية:** احترام الحياة والتضامن الإنساني.
- **محظورات أساسية:** أن لا تكذب أو تسبب أذى أو تنتحل لنفسك أعمال شخص آخر.
- **مبادئ إعلامية :** الدقة والنزاهة والاستقلالية.

لقد أصبحت المسؤولية الاجتماعية الأخلاقية التي تقع على عاتق الصحفيين في أي مجتمع حر هي نقل المعلومات بدقة ونزاهة وإنصاف ، ويرى وليام ب. ف. وو _ أستاذ الصحافة المحترفة في جامعة " ستانفورد " في الولايات المتحدة الأمريكية _ أن السعي الدؤوب للحصول على الأخبار وتقديمها بصورة مستقلة هو الطريقة التي تخدم بها وسائل الإعلام الصالح العام ، وينبغي أن تكون معاهد وكليات تعليم الإعلام المواقع التي تترعرع فيها هذه المفاهيم ، وتتم حمايتها والدفاع عنها ككل ، ويشير " وليام " إلى أن هناك 450 مؤسسة ومعهدا وكلية لتعليم الصحافة ووسائل الاتصال يتخرج فيها سنوياً نحو 40 ألف طالب يحصلون على شهادة البكالوريوس والماجستير . (٢٦) .

المسؤولية الاجتماعية والقيم المهنية في الصحافة الإلكترونية المصرية :

لقد فرضت نظرية المسؤولية الاجتماعية " Social Responsibility " واقعاً مهنيًا معاصرًا لمفهوم حرية الإعلام الذي يتسم بالمرونة , وذلك بعد أن أثبتت الممارسات أن الحرية غير المقترنة بالمسؤولية تؤدي إلى الفوضى في المجتمعات ؛ فلا ينبغي لحرية وسائل الإعلام أن تطغى على حريات الآخرين وقيم المجتمع , وترتبط مصداقية الصحافة الإلكترونية بالتزامها بالحقيقة ، وبالتزامها السعي لتحقيق الدقة والنزاهة والموضوعية ، والتميز الواضح بين الإخبار والدعاية ، ولا يجوز فرض تحقيق هذه الأهداف ، واحترام القيم الأخلاقية والمهنية .. فهذه المسؤولية ملقاة حصراً على عاتق الصحفيين ووسائل الإعلام ، والرأي العام هو الذي يكافئ أو يعاقب في المجتمعات الديمقراطية . (27) إن المسؤولية الأساسية التي تقع على عاتق الإعلاميين في أي مجتمع ديمقراطي هي نقل المعلومات بدقة ونزاهة وإنصاف ، لذلك فإن تمسك الصحافة الإلكترونية المصرية بالمبادئ الأخلاقية والمهنية عنصر أساسي لنجاحها على المدى المنظور . وتنقسم القيم المهنية إلى : قيم خاصة بجمع وتحليل المادة الخبرية , وقيم مهنية تتصل بالمعالجة الإعلامية؛ فعلى مستوى الأخبار , ينبغي أن يحرص الإعلاميون على مراعاة الحفاظ على احترام حق الأفراد في الخصوصية باعتبارها أحد الحقوق المدنية التي ينبغي أن تحافظ عليها وسائل الإعلام , ليس معنى ذلك أن تتستر وسائل الإعلام على الممارسات غير الشرعية للأفراد أو المسؤولين , ولكن يقصد بذلك أن يحافظ الإعلاميون على تفاصيل الحياة الخاصة للأفراد داخل منازلهم وعدم الخروج بها إلى العلن (28)، ويتصل أيضاً بالقيم المهنية الخاصة بجمع وتحليل المادة الخبرية ضرورة حفاظ الإعلاميين على المعلومات السرية التي يمكن أن يؤدي نشرها إلى الضرر بالأمن القومي للبلاد , ولا ينبغي أيضاً على الإعلاميين اللجوء إلى وسائل غير أخلاقية أو غير مشروعة لدفع مصادر المعلومات للحديث أو الإدلاء بمعلومات , حيث لا يتفق ذلك مع القيم الأخلاقية للمهنة (29) ، وعلى مستوى القيم المهنية التي تحكم المعالجة الإعلامية للموضوعات والقضايا والأحداث , فإنها وفقاً لمعطيات نظرية المسؤولية الاجتماعية تشمل : الصدق الذاتي , صدق القول , صدق الفعل (, والدقة , والشمول) خلفية الحدث , الأشخاص الفاعلون , طبيعة الظروف المكانية والزمانية , الأبعاد السياسية , والاقتصادية المحيطة بالحدث/القضية , (والموضوعية بأبعادها المختلفة) الإسناد , التوازن , فصل الخبر عن الرأي , اللغة المستخدمة (30) , ويعد مفهوم الموضوعية أكثر المفاهيم الجدلية التي تثيرها نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام , حيث يرى البعض أن الموضوعية الكاملة مفهوم غير موجود في الواقع ؛ لأنه يستحيل تقديم معالجة إعلامية للأحداث بدون تفسير , ولكن الواقع يفرض الحديث عما يمكن تسميته بالموضوعية النسبية , والتي يمكن تحقيقها بوسائل مختلفة , ويتكون مفهوم الموضوعية من ستة عناصر أساسية وفق رأي أحد الباحثين تشمل : تقديم الحقائق , وتوضيح مصادر المعلومات , والفصل بين الخبر والرأي , والحياد , وعدم التحيز , والتوازن في عرض وجهات النظر.

أما الموضوعية كمفهوم فقد ظهر في الإعلام الغربي كرد فعل على التحيز وتشويه الحقائق بالحذف أو الإضافة التي هي من السمات التي تخالف الموضوعية , وقد حدد الباحث " سيجال ليون " بعض النقاط التي يرى أن الالتزام

بها يحقق معنى الموضوعية وهي:

- . عرض الأخبار في حيادية تامة
- . التأكد من مصداقية الأخبار.
- . فصل الأخبار عن الآراء.
- . ذكر مصادر الأنباء بوضوح.

عرض وجهات النظر المختلفة في حال وجود آراء متباينة حول موضوع الخبر , مع أهمية ذكر مصادرها (31) ، ويعتمد تحديد المقومات الأساسية لعناصر الموضوعية على الخصائص الاجتماعية والسياسية لكل مجتمع ؛ لارتباط تلك المقومات بالصدق في القول والأمانة في نقل المعلومات التي هي جزء من القيم العليا لمعظم المجتمعات , حيث إن وسائل الإعلام التقليدية وضعت لها أساليب لتحقيق مصداقية المعلومات ، في حين لم تترسخ بعد أساليب التحقق من المصداقية لى الصحافة الإلكترونية.

وقد وضع الباحث السويدي "ستاهايل Stahl J.Vester" في مقال حول الموضوعية مخططاً أوضح فيه المكونات الرئيسية للموضوعية ؛ على النحو الآتي:

حسب هذا المخطط فقد قسم "ستاهايل" الموضوعية إلى مكونين رئيسيين هما : التجرد " Impartiality " ، الواقعية " Factualness " ويحتوي التجرد على مكونين أيضاً هما : الحياد " Neutrality " ، والتوازن " Balance " ويعرف "ستاهايل" الحياد بأنه " : البعد عن استعمال لغة عاطفية أو أي شكل من أشكال استمالة الجمهور ، نحو موقف معين تجاه الموضوع الوارد في الخبر ، " في حين يعرف التوازن بأنه " إعطاء الفرصة لكافة وجهات النظر في صياغة الخبر ووضع تلك الآراء بمستوى متوازن من حيث المساحة أو الزمن أو التركيز. "

أما الواقعية في مخطط "ستاهايل" فإن المكونين الأساسيين لها هما : الأول : الصدق الذي يرى أنه ليس بحاجة إلى تعريف ، والثاني ارتباط الخبر وصلته الوثيقة بالجمهور المتلقي ، فيرى "ستاهايل" أن هذا المكون ذو صلة بعملية اختيار الخبر ، أكثر من اتصاله بشكل الخبر وأسلوب صياغته ، إذ أن المطلوب هو اختيار الخبر الذي يتصل بهموم المتلقي ويشبع رغبات المعرفة عنده ، حتى يستكمل الخبر أسس الموضوعية ، " كما تقتضي قواعد السلوك المهني احترام خصوصية الأفراد ، وأن يتركوا أحراراً من المراقبة أو التدخل في شؤونهم الخاصة (32) ، وبالرغم من كل ذلك فإن مفهوم المعايير المهنية لا يزال مثار جدل ، حيث يرى الكثير من الباحثين والصحفيين في العالم الغربي أنه وسيلة لفرض قيود جديدة على حرية الإعلام ، ويفرض تطور الأوضاع الإعلامية في العالم العربي والإسلامي البحث عن وسيلة لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الإعلاميين ، والتزامهم بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية ومعايير الأداء المهني ، ولقد كان وضع دليل يتضمن هذه المعايير والأخلاقيات أو ميثاق شرف ، ضرورة يفرضها تطور وسائل الإعلام ، واختلال تدفق الأنباء في العالم المعاصر ، وزيادة الاحتكار والتركيز ، وغيرها من القضايا ، كما يمكن تحديد أهداف ميثاق الشرف الإعلامي للصحافة الإلكترونية بحماية الجمهور من الاستخدام غير المسئول من قبل هذه الصحافة ؛ وذلك باستخدامها لأغراض الدعاية أو التضليل الإعلامي ، وحماية الإعلاميين أنفسهم من إجبارهم على العمل بأساليب غير مسئولة ، أو بطريقة تتناقض مع ما تمليه عليهم ضمائرهم ، وحماية حق الصحافة الإلكترونية في الحصول على كل أنواع المعلومات من مصادره ، فيما عدا تلك المعلومات التي تتعلق بشكل مباشر بشئون الدفاع أو الأمن القومي ، وحماية حقها أيضاً في نشر هذه المعلومات ؛ وهو ما يمكن الجماهير من معرفة كيف يدار المجتمع ، كما يمكن الجماهير من استخدام هذه الصحف لعرض آرائهم المختلفة ، وهناك عدة دول في العالم لديها ميثاق شرف ، وقد تم إصدار هذه الميثاق إما بطريقة اختيارية حيث قامت منظمات مهنية بإصدارها ، أو قامت بإصدارها مجالس إدارات هذه الصحف. (33)

ويحدد سيد عثمان عناصر ثلاثة للمسؤولية الاجتماعية ينمي كل منها الآخر ، وهي كالآتي:

-الاهتمام : يقصد به الارتباط العاطفي بالجماعة (المؤسسة الإعلامية) التي ينتمي إليها الفرد ارتباطاً يخالطه الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها وبلوغ أهدافها.

-الفهم : يتضمن شقين : الشق الأول هو الصحفي للجماعة (المؤسسة الإعلامية) في حالتها الراهنة وفهم قيمها ونظامها وعاداتها والعوامل المحيطة بها ، وكذلك فهم تاريخها بما يمكن من فهم حاضرها واستقراء مستقبلها ، والشق الثاني ؛ فهم المغزى من الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الأفراد (الصحفيون) ، وفهم نتائجها وعواقبها.

-المشاركة : تعني تقبل الفرد (الصحفي) للأدوار الاجتماعية التي يقوم بها في إطار مجتمعاتهم (المؤسسة الإعلامية) بعيداً عن الصراعات. (34)

أنواع المسؤولية الاجتماعية للصحافة الإلكترونية:

قسم (Louis, 1986, 13-24) المسؤولية الاجتماعية الإعلامية إلى ثلاثة أنواع على النحو الآتي:

١- **المسؤولية الوجودية : " Assigned "** وهي التعليمات والواجبات التي تضعها الحكومة على عاتق وسائل الإعلام ، وهذه المسؤولية تختلف من دولة لأخرى حسب نظامها السياسي وحدود الحرية والديمقراطية التي تسمح بها.

2-المسئولية التعاقدية: " Contracted " المتمثلة في موثيق الشرف الإعلامية التي يجب أن تلتزم بها وسائل الإعلام لمراعاة المسئولية الاجتماعية تجاه المجتمع.

3- المسئولية الذاتية: " Self-imposed " المتمثلة في المبادئ والأخلاقيات التي يجب أن يلتزم بها الصحفي من تلقاء نفسه , حتى يصبح عمله موجهًا لتحقيق رسالة نبيلة.

وينظر إلى المسئولية الإعلامية من خلال ثلاثة مستويات قام بتحديدوها) حسن عماد (على النحو الآتي: (35)

مسئولية القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية تجاه المجتمع العام: ويتحقق ذلك من خلال إتاحة المعلومات , وعدم إلحاق الضرر بالآخرين , وكلاهما يتصارع أحياناً مع الآخر؛ فأحياناً يُحقق تقديم المعلومات ضرراً لبعض الأفراد , ولكن مفهوم المنفعة يقتضي أحياناً التضحية بمصالح الفرد في سبيل صالح المجتمع.

مسئولية الإعلامي تجاه المجتمع المحلي: وهي امتداد للأولى , وتعتمد على ما يلي:

- نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع , وما يتوقعه المجتمع من الأفراد.
- أداء الرسالة السابقة مع تجنب أي ضرر بقدر الإمكان.
- إبلاغ الناس بما يحقق صالحهم في الحاضر وفي المستقبل.
- أداء الرسالة بطريقة لا تُقلل من ثقة الناس في مهنة الصحافة.

مسئولية الإعلامي تجاه ذاته: وذلك من خلال أداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية لما يعتقد أنه صالح للمجتمع.

ووفقاً لنظرية المسئولية الاجتماعية فإن هناك مجموعة من الرقباء الإعلاميين , لمراقبة أداؤها , وما تقدمه , وتتمثل مجموعة الرقباء كما حددها حسن عماد فيما يلي:

دور النقاد في مراقبة وسائل الإعلام؛ خاصة نقاد الأدب ونقاد وسائل الإعلام , حيث يقوم النقاد بتشكيل أذواق الجماهير , وتحفيز المبدعين لتقديم مضامين إعلامية مبتكرة , ومهاجمة المضامين المبتذلة والهابطة وغير المسئولة اجتماعياً وأخلاقياً ومهنيًا.

دور جماعات الضغط في مراقبة وسائل الإعلام : يظهر جلياً هذا في المجتمعات الغربية خاصة المجتمع الأمريكي , حيث هناك العديد من جماعات الضغط " Lobbies " التي تسعى إلى ممارسة تأثيرها على وسائل الإعلام الأمريكية ؛ ذلك لتحقيق الصالح العام , وبالفعل نجحت هذه الجماعات من خلال الحملات التي تقوم بها في إلزام وسائل الإعلام وصانعي السياسات الإعلامية بمبادئ المسئولية الاجتماعية فيما يقدمونه من مضامين للجمهور , كما أن جماعات الضغط على وسائل الإعلام لها دور مهم جداً في مناصرة جهود التربية الإعلامية ودعمها في أي مجتمع , من خلال ما تقوم به من توعية الجمهور بترشيد استهلاكه وإيجابية تفاعله مع الوسيلة الإعلامية.

دور الجمهور نفسه في مراقبة وسائل الإعلام؛ فالجمهور هو مستهلك الرسالة الإعلامية , وبالتالي هو المتحكم الرئيس في انتقاء المضامين التي يرغب في التعرض لها , وبالتالي عليه أن يمارس دوراً إيجابياً في التعامل مع المضامين الإعلامية , والتحكم فيما يقرؤه أو يستمع إليه أو يشاهده. (36)

ثالثاً : الدراسة الميدانية (عرض وتحليل)

أولاً :نتائج الدراسة الميدانية عن اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية (الحكومية والحزبية والمستقلة) نحو دورها في تنمية المسئولية الاجتماعية في المجتمع المصري :

• رؤية القائمين بالاتصال عن دور الصحف الإلكترونية المصرية (الحكومية والحزبية والمستقلة) في تنمية الشعور بالمسئولية الاجتماعية لدى المجتمع المصري خاصة الشباب:

الاتجاه	ك	%
تنمي دائما الشعور بالمسئولية الاجتماعية	35	41.18
تنمي أحيانا الشعور بالمسئولية الاجتماعية	30	35.29

لا تنمي الشعور بالمسؤولية الاجتماعية	20	23.53
المجموع	85	100

جدول رقم (3)

من الجدول رقم (3) السابق يتضح لنا أن نسبة % 41.18 من القائمين بالاتصال في الصحف الإلكترونية المصرية يرون أنها تنمي دائما الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى الشباب المصري ، بينما ترى نسبة % 35.29 أنها تنمي أحيانا ، ويرى % 23.53 بأنها لا تنمي . وهكذا يتضح لنا أن الصحافة الإلكترونية لها دور في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى أفراد المجتمع المصري خاصة الشباب.

اتجاه القائمين بالاتصال عن أسباب عدم قيام الصحافة الإلكترونية المصرية بتنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى المجتمع المصري خاصة الشباب:

السبب	ك	%
لعدم إدراك المسؤولين لدورها في مجال المسؤولية الاجتماعية	67	27
لأن هذه الصحف هدفها تحقيق الانتشار دون اعتبار لوظيفتها الاجتماعية في المجتمع.	52	20.96
لعدم دراية القائمين بالاتصال بالقواعد المهنية والأخلاقية في مجال العمل الإعلامي	45	18.14
لغلبة الاتجاه الترفيهي في الصحافة الإلكترونية.	44	17.74
لعدم توافر منظومة سلوكية و قواعد ملزمة للعاملين بالصحافة الإلكترونية المصرية	40	16.12
المجموع	248	100

جدول رقم (4)

من الجدول السابق رقم (4) يتضح أن أهم أسباب عدم قيام الصحافة الإلكترونية المصرية بدورها في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية في المجتمع المصري تمثل في : عدم إدراك المسؤولين في هذه الصحف لدورها في مجال المسؤولية الاجتماعية (وذلك بنسبة % 27 ثم جاء سبب) لأن هدفها تحقيق الانتشار دون اعتبار لوظيفتها الاجتماعية (بنسبة % 20.96 ، ثم) لعدم دراية القائمين بالاتصال بالقواعد المهنية والأخلاقية في مجال العمل الإعلامي (بنسبة % 18.14 ، ثم) لغلبة الاتجاه الترفيهي في هذه القنوات الفضائية (، وأخيرا) لعدم وجود منظومة سلوكية وقواعد ملزمة للعاملين في الصحافة الإلكترونية المصرية .. (وهكذا يتضح لنا أن غياب المعايير المهنية التي تحكم الأداء الإعلامي في هذه الصحف أثر بشكل مباشر على مضمون ونوعية ما يقدم من معالجات لا تتلاءم واتجاهات المجتمع المصري ؛ مما أدى إلى تغليب السعي لتحقيق الانتشار على حساب الصالح العام للمجتمع ، وتعاملها مع المنتج الإعلامي لهذه الصحف باعتباره سلعة دون اعتبار للدور الوظيفي لها اتجاه القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية عن مدى نوعية النظريات الإعلامية المطبقة فيها:

السبب	ك	%
النظرية الليبرالية	55	21.56
نظرية المسؤولية الاجتماعية	20	7.84
نظرية السلطة	14	5.49
خليط من كل النظريات	23	9.1
لا يوجد ما يسمى بالنظريات الإعلامية في هذه الصحف	78	30.58
لأول مرة أسمع عن وجود صحيفة إلكترونية مصرية تنمي النظريات أكاديمية في مجال العمل الإعلامي	65	25.49
المجموع	255	100

جدول رقم (5)

يتضح من الجدول رقم (5) ما يأتي:

- أنه لا توجد لدى الصحافة الإلكترونية المصرية ما يسمى بالنظريات الإعلامية ، وذلك بنسبة 30.58% من مجموع آراء القائمين بالاتصال ، ثم " تعجب القائمين بالاتصال من عرضي لهذا التساؤل "بالقول : إنهم لأول مرة يسمعون عن وجود صحيفة إلكترونية مصرية تطبق نظريات أكاديمية في مجال العمل الإعلامي وذلك في المرتبة الثانية بنسبة % 25.49 ، كذلك أجابت نسبة 21.56 من عينة الدراسة بأنهم يطبقون النظرية الليبرالية أو نظرية الحرية ، ثم خليط من كل الاتجاهات والنظريات بنسبة % 9.1 ، ثم نظرية المسؤولية الاجتماعية بنسبة % 7.84 من عينة الدراسة ، ثم نظرية السلطة بنسبة 5.49 والواقع أنه لا توجد نظريات مطبقة في الواقع العملي بالصحافة الإلكترونية المصرية ، ولكن قد يسير العمل فيها وفق توجهات سياسية أو اقتصادية أو أيديولوجية ، لكن الإطار العلمي المنهجي المنبثق من الرؤية والرسالة يكاد يكون منعدما في كثير من الصحافة الإلكترونية المصرية.

• اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية نحو مدى وجود برامج لتنمية المسؤولية الاجتماعية بأقسامها الأربعة الآتية :

السبب	توجد		توجد أحيانا		لا توجد		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
تنمية المسؤولية الذاتية والشخصية	19	22.35	10	11.76	56	65.88	85	100
تنمية المسؤولية الدينية والأخلاقية	22	25.88	15	17.64	48	56.47	85	100
تنمية المسؤولية الجماعية	24	28.23	27	31.76	34	40	85	100
تنمية المسؤولية الوطنية	45	52.94	15	17.64	25	29.41	85	100

جدول رقم (6)

من الجدول السابق يتضح الآتي:

- ترى نسبة 65.88% من مجموع عينة الدراسة من القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية أن هذه الصحف " لا تقدم معالجات تهدف لتنمية المسؤولية الذاتية والشخصية لأفراد المجتمع المصري "، وأن نسبة % 22.35 من عينة الدراسة قالوا بأنه " توجد معالجات لدى الصحف الإلكترونية المصرية تنمي المسؤولية الذاتية والشخصية لأفراد المجتمع المصري "، بينما نسبة % 11.76 أجابوا : أحيانا.
- أما عن مدى وجود معالجات لدى الصحافة الإلكترونية المصرية تنمي المسؤولية الدينية والأخلاقية أوضحت نسبة % 56.47 من الباحثين ، بأنه " لا توجد برامج لتنمية المسؤولية الدينية والأخلاقية "، ونسبة % 25.88 من الباحثين قالوا بأنه " توجد برامج لهذا النوع من المسؤولية "، بينما 17.64 أجابوا بأحيانا.
- أما عن دور الصحافة الإلكترونية المصرية في تنمية المسؤولية الجماعية من خلال ما تقدمه من معالجات ؛ فأجاب % 40 بأنه " لا توجد معالجات "، ونسبة % 31.76 بأنه " توجد معالجات أحياناً "، ونسبة % 28.23 بأنه " توجد معالجات ".
- وعن مدى وجود برامج تنمي المسؤولية الوطنية أوضحت نسبة % 52.94 بأنه " توجد معالجات "، بينما نسبة 29.41 قالت بأنه " لا توجد معالجات "، ونسبة 17.64 أجابت بأحيانا.
- أنه طبقاً لما سبق فإن الأمر يتطلب من الصحافة الإلكترونية المصرية إعادة النظر في معالجاتها الصحفية لكي تؤدي دورها المنشود في خدمة المجتمع المصري ؛ حيث لوحظ ارتفاع نسبة انعدام المعالجات التي تنمي المسؤولية الاجتماعية بمختلف أشكالها.

- اتجاهات القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية عن مدى مراعاتها للعادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع المصري:

العبارة	تراعي	تراعي أحيانا	لا تراعي	المجموع
مدى مراعاة الصحافة الإلكترونية المصرية للعادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع المصري	22	18	45	85
	25.88%	21.17	52.94	100 %

جدول رقم (7)

يلاحظ من الجدول رقم (7) أن نسبة % 52.94 من المبحوثين أجابوا بأن "ما تنشره الصحافة الإلكترونية المصرية من معالجات صحفية لا يراعي العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع المصري"، بينما نسبة % 25.88 منهم أوضحوا بأنها "تراعي العادات والتقاليد المصرية"، ونسبة % 21.17 قالت بأنها "تراعي أحيانا". وهكذا يتضح لنا أن هناك نسبة كبيرة من المعالجات الصحفية التي تقدمها الصحافة الإلكترونية المصرية تتناقض مع قيم المجتمع المصري و عاداته و تقاليده ؛ الأمر الذي يؤثر بشكل مباشر على المنظومة القيمية لدى الشباب المصري ، ويقال من مدى إدراكهم للمسؤوليات الاجتماعية.

اتجاه القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية عن مدى مراعاتها لمبادئ وقيم وشعائر الدين الإسلامي :

العبارة	تقدم معالجات	معالجات مباحات تتفق	معالجات تخال	المجموع
مدى مراعاة الفضائيات الملتزمة بالقيم الإسلامية	21	15	49	85
للشعائر الإسلامية في المجتمع المصري	24.70	17.64	57.64%	100

جدول رقم (8)

يلاحظ من الجدول رقم (8) أن نسبة % 57.64 من المبحوثين أجابوا بأن "ما تقدمه الصحافة الإلكترونية المصرية من معالجات صحفية لا يتفق مع مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي الحنيف في المجتمع المصري ، بينما رأت نسبة % 24.70 بأن ما تقدمه الصحافة الإلكترونية المصرية من معالجات صحفية يتفق دائما مع مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي الحنيف ، ونسبة % 17.64 قالت بأنها تقدم معالجات صحفية تتفق أحيانا مع مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي الحنيف ، وهكذا يتضح لنا أن نسبة كبيرة من المعالجات الصحفية التي تقدمها الصحافة الإلكترونية المصرية تخالف مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي ، ويؤكد هذا ما دأبت عليه بعض هذه الصحف من طرح معالجات تتنافى مع قيم الدين الإسلامي والسنة النبوية الشريفة ، ويشكك في بعض ثوابت الدين الإسلامي الصحيح ، ولا تتيح مساحة للرد على هؤلاء العلمانيين الذين يسيئون للعقيدة الإسلامية والشرع الإسلامي الحنيف.

اتجاه القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية عن مدى مراعاتها لمواثيق الشرف الإعلامي انطلاقا من المسؤولية الإعلامية المهنية والأخلاقية:

العبارة	تطبق دائما	تطبق أحيانا	لا تطبق	المجموع
مدى مراعاة الفضائيات المصرية لمواثيق الشرف الإعلامي	19	10	56	85
	22.35	11.76	65.88	100

جدول رقم (9)

من خلال تحليلنا للجدول رقم (9) يتضح : أن نسبة 65.88% من عينة الدراسة أجابوا بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية لا تطبق ولا تراعي مبادئ الشرف الإعلامي "، و " أنها تقدم في كثير من معاجلتها ما يتناقض مع أبسط قواعد ومبادئ الشرف المهني الإعلامي "، بينما نسبة 22.35 % منهم أوضحوا بأن " ما تقدمه الصحافة الإلكترونية المصرية يراعي دائما مبادئ الشرف الإعلامي "، ونسبة 11.76% قالت بأنها "تراعي أحيانا وتطبق مبادئ الشرف الإعلامي "، الأمر الذي يدعونا للمناداة بوجود جهات محايدة تراقب وتتابع مدى التزام الصحافة الإلكترونية المصرية بتطبيق مبادئ الشرف الإعلامي انطلاقا من مسؤولياتها الإعلامية تجاه أفراد المجتمع المصري .

اتجاه القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية عن مدى الحرية والمسؤولية لديها فيما تقدمه من معلومات وآراء :

حرية مطلقة		حرية محدودة لا تتمتع باله المجموع	
15	33	37	85
17.64	38.82	43.52	100

جدول رقم(10)

من خلال تحليلنا للجدول رقم (10) يتضح : أن نسبة 43.52% من عينة الدراسة أجابوا بأن الكثير من الصحف الإلكترونية المصرية " لا تتمتع بالحرية ولا المسؤولية فيما تقدمه من معلومات وآراء "، وأنها " في كثير من المعالجات الصحفية تأخذ توجيهات لقضايا معينة من جهات سيادية "، بل إن هناك بعض التوجيهات اليومية للتركيز على موضوعات ومعلومات معينة وإغفال لبعض القضايا والمعلومات ، كما أن هناك معلومات تحجب بشكل عمدي عن الإعلاميين في بعض هذه الصحف ، وأوضحوا بأن هذا كله يراعي مصالح المجتمع من وجهة نظر المسؤولين ، بينما نسبة 38.82 % منهم أوضحوا بأن " مساحة الحرية محدودة نسبيا لدى الصحافة الإلكترونية المصرية "، ونسبة 17.64% قالت : " إن الفضائيات المصرية تتمتع بحرية مطلقة ولها الحق في نشر ما تشاء من آراء سياسية أو اجتماعية .. " وهذا لا يتسق مع الواقع الملموس الذي نعيشه من محدودية هامش الحرية المتاح لكثير من الصحف الإلكترونية المصرية.

اتجاه القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية عن مدى التزامها بالمعايير المهنية :

العبارات		تطبق دائما		تطبق أحيانا لا تطبق		المجموع	
57	7	21	85	67.05	8.23	24.70	100
مدى التزام الصحافة الإلكترونية المصرية بالمع		المهنية (الموضوعية ، الدقة ، المصادقية)					

جدول رقم(11)

من خلال الجدول رقم (11) يتضح : أن نسبة 67.05% من عينة الدراسة أجابوا بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية تطبق دائما المعايير المهنية من موضوعية ودقة ومصادقية فيما تقدمه من معالجات صحفية مختلفة "، بينما نسبة 24.70 % منهم أوضحوا بأن "المعايير المهنية غير مطبقة لدى الصحافة الإلكترونية المصرية "، ونسبة 8.23 % قالت بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية تطبق أحيانا المعايير المهنية .. " والواقع أن المعايير المهنية غائبة عن كثير من المعالجات الصحفية التي تقدمها هذه الصحف ؛ مما يجعل المستخدم المصري يفقد الثقة والمصادقية فيما تقدمه من معلومات ، وينصرف لمتابعة مواقع صحفية أخرى ، أو الدخول لمواقع الشبكات الاجتماعية .

اتجاه القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية عن مدى التزامها المصرية بعدم نشر ما يشكل انتهاكا لحرية الفرد الشخصية أو القذف والتشهير انطلاقا من المسؤولية الإعلامية

العبرة	تنشر دائما	تنشر أحيانا	لا تنشر	المجموع
مدى التزام الصحافة الإلكترونية المصرية بعدم نشر ما يشكل انتهاكا لحرية الفرد الشخصية أو القذف والتشهير	10	46	29	85
	11.76	54.12	34.11	100

جدول رقم (12)

من خلال الجدول رقم (12) يتضح : أن نسبة % 54.12 من عينة الدراسة أجابوا بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية تنشر بعض الموضوعات التي تمثل انتهاكا لحرية الفرد الشخصية وقذفا وتشهيراً به وتلويثاً لسمعته " ، بينما نسبة % 34.11 منهم أوضحوا بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية لا تنشر ما يسئ لسمعة المواطن ويمثل تشهيراً وقذفاً له " ، ونسبة % 11.76 قالت بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية تنشر دائما ما يسئ لسمعة الفرد المجتمع وما يمكن أن يدخل في إطار القذف والتشهير والإدانة المسبقة للفرد ومحاكمته والحكم عليه دون اكتراث بأحكام القضاء " ، وقد أوضح المبحوثون أمثلة عديدة وصارخة في هذا المجال.

اتجاه القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية عن مدى التزامها بتصحيح الأخطاء التي قد تقع فيها والاعتذار لجمهورها انطلاقا من المسؤولية الإعلامية:

العبرة	تصحح وتعذر	تصحح ولا تعذر	لا تصحح ولا تعذر	المجموع
مدى التزام الصحافة الإلكترونية المصرية بتصحيح الأخطاء التي قد تقع فيها والاعتذار لجمهورها انطلاقا من المسؤولية الإعلامية	12	10	63	85
	14.11	11.76	74.11	100

جدول رقم (13)

من خلال الجدول رقم (13) يتضح : أن نسبة % 74.11 من عينة الدراسة أجابوا بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية لا تعتمد لتصحيح بعض الأخطاء في المعالجات الإعلامية للقضايا والموضوعات التي تطرحها ولا تعذر لجمهورها " ، بينما نسبة % 14.11 منهم أوضحوا بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية تصحح وتعذر عما بدر أو وقع منها من أخطاء تتعلق بالأفراد أو المجتمع أو مؤسسات الدولة " ، ونسبة % 11.76 قالت بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية تصحح ولا تعذر .. " والواقع أن هذه النتائج تكشف لنا عن خلل في التصورات الذهنية لدى المسؤولين عن هذه الصحافة ؛ فبعضهم ينظر لمبدأ التصحيح والاعتذار على أنه يمثل عنصر إهانة للصحيفة ، أو يوقعها في إطار المساءلة القانونية ، وبالتالي تتغاضى عن التصحيح والرد مع أن هذا حق أصيل من حقوق الجمهور.

اتجاه القائمين بالاتصال نحو العوامل المؤثرة على تطبيق المعايير المهنية والأخلاقية في الصحافة الإلكترونية المصرية انطلاقا من المسؤولية الإعلامية:

العبرة	موافق	محايد	غير موافق	المجموع
عدم تطبيق المعايير المهنية السليمة في الصحافة الإلكترونية المصرية يؤثر على مصداقيتها لدى الجمهور	60	15	10	85
تقوم الصحافة الإلكترونية المصرية بتنفيذ أجندة تخدم التوج الحكومية دون اعتبار لمصلحة المجتمع	47%	35.3	17.6	100
	40	30	15	85
	70.5	17.6	11.7	100

85	27	25	33	تقوم الصحافة الإلكترونية المصرية بتنفيذ أجندة تخدم توج
100	31.7	29.4	38.8	رجال الأعمال وملاكها دون اعتبار لمصلحة المجتمع
85	26	7	52	هيمنة التوجهات السياسية الحكومية على السياسات المطبق
100	29.4	8%	61.1	الصحافة الإلكترونية المصرية
85	16	20	49	هيمنة اتجاهات فكرية غير رشيدة على السياسات الإعلا
100	18.8	23.5	57.6	المطبقة في هذه القنوات مما أثر على المصادقية لهذه القنوات
85	15	23	47	تسعى للإثارة وتهيج الرأي العام المصري
100	17.6	27%	55.3	
85	57	13	15	تعتمد على استخدام أساليب إعلامية رشيدة
100	67%	15.3	17.6	
85	19	10	56	تعتمد على استخدام أساليب إعلامية غير رشيدة
100	22.3	11.7	65.8	
85	47	7	31	التنافس مع وسائل الاعلام الأخرى للحصول على الإعلا
100	55.3	8%	36.4	يضعف المهنية فيها
85	62	3	20	تعتمد فيما تبثه من أخبار ومعلومات على أسلوب البحث والتف
100	73%	3.5	23.5	للتحقق من مصداقيتها قبل نشرها علي الجمهور
85	46	5	34	تهدف من خلال ما تقدمه من برامج متنوعة للتوعية المجت
100	54%	5.8	40%	لدى الشباب
85	55	7	23	تهدف من خلال ما تقدمه من معالجات متنوعة إلى دعم الات
100	64.7	8.2	27%	الوطني لدى الشباب ودفعه للمشاركة المجتمعية
85	40	8	37	أن ما تقدمه من معالجات متنوعة تهدف من خلاله إلى تو
100	47%	9.4	43.5	الشباب المصري ضد الأفكار المتطرفة أو الهدامة التي تنال
				سلامة المجتمع.

جدول رقم(14)

- من خلال الجدول السابق رقم (14) يتضح أن أهم العوامل المؤثرة على عدم تطبيق المعايير المهنية والأخلاقية _ طبقاً لرؤية القائمين بالاتصال _ يكمن في الآتي:
- نسبة % 70.5 من المبحوثين يوافقون على) أن ضعف تطبيق المعايير المهنية السليمة في الصحافة الإلكترونية المصرية أثر على مصداقيتها لدى الجمهور (، في مقابل % 11.7 لم يوافقوا ، ونسبة % 17.6 محايد.
 - وافقت نسبة % 47 من المبحوثين على أن) الصحافة الإلكترونية المصرية تقوم بتنفيذ أجندة تخدم التوجهات الحكومية دون اعتبار لمصلحة المجتمع (، في مقابل % 35.3 محايدة ، ونسبة % 17.6 غير موافقة.
 - ترى نسبة % 38.8 من المبحوثين على) أن الصحافة الإلكترونية المصرية تقوم بتنفيذ أجندة تخدم توجهات رجال الأعمال وملاكها دون اعتبار لمصلحة المجتمع (، في مقابل % 31.7 غير موافقة ، ونسبة % 29.4 محايدة
 - أن نسبة % 61.1 من المبحوثين توافق على) أن هناك نوعاً من هيمنة التوجهات السياسية الحكومية على السياسات المطبقة في الصحافة الإلكترونية المصرية (، في مقابل % 29.4 غير موافقة ، ونسبة % 8 محايدة.
 - رأت نسبة % 57.6 من المبحوثين على) أن هناك هيمنة لاتجاهات فكرية غير رشيدة على السياسات الإعلامية المطبقة في هذه الصحف مما أثر على المصادقية لهذه القنوات (، في مقابل % 18.8 غير موافقة ، ونسبة % 23.5 محايدة.

- اتضح من خلال التحليل أن نسبة 55.3% توافق على (أن الصحافة الإلكترونية تسعى للإثارة وتهيج الرأي العام المصري) ، في مقابل 17.6% لا توافق ، ونسبة 27% محايدة
- ترى نسبة 67% من المبحوثين غير موافقة على (أن الصحافة الإلكترونية المصرية تعتمد على استخدام أساليب إعلامية رشيدة في المعالجات الصحفية لقضايا المجتمع المصري) ، في مقابل 17.6% موافقة ، و 15.3% محايدة.
- يتضح أن نسبة 65.8% من عينة الدراسة توافق على (أن الصحافة الإلكترونية المصرية تعتمد على استخدام أساليب إعلامية غير رشيدة) ، في مقابل 22.3% لا توافق ، ونسبة 11.7% محايدة.
- أن نسبة 55.3% من عينة الدراسة غير موافقة على (أن التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى للحصول على الإعلانات يضعف المهنية فيها) ، في مقابل 36.4% موافقة على هذا الرأي ، ونسبة 8% محايدة ولا رأي لها
- أن نسبة 73% من عينة الدراسة غير موافقة على (أن الصحافة الإلكترونية المصرية تعتمد فيما تنشره من أخبار ومعلومات على أسلوب البحث والتقصي للتحقق من مصداقيتها قبل نشرها للجمهور) ، في مقابل 23.5% موافقة على هذا الاتجاه ، ونسبة 3.5% محايدة.
- رأيت نسبة 54% من عينة الدراسة أنها غير موافقة على (أن الصحافة الإلكترونية المصرية تهدف من خلال ما تقدمه من معالجات متنوعة إلى دعم الانتماء الوطني لدى الشباب ودفعه للمشاركة المجتمعية) ، بينما نسبة 40% توافق على هذا الرأي ، ونسبة 5.9% محايدة ولا رأي لها.
- أوضحت نسبة 47% بأنها غير موافقة على (أن ما تقدمه الصحافة الإلكترونية المصرية من معالجات متنوعة تهدف من خلاله إلى توعية الشباب المصري ضد الأفكار المتطرفة أو الهدامة) ، في مقابل 43% موافقة ، ونسبة 9.4% محايدة.

اتجاهات القانمين بالاتصال نحو التأثيرات السلبية الناتجة عن عدم وجود معايير مهنية مطبقة في الصحافة الإلكترونية المصرية انطلاقاً من المسؤولية الإعلامية:

التأثيرات السلبية	ك	%
تأثيرات تؤثر على مصداقيتها لدى جمهورها	45	32.60
تأثيرات اجتماعية سلبية	56	40.57
تأثيرات على الأمن والاستقرار الوطني والاجتماعي	37	26.83
المجموع	138	100

جدول رقم (15) (اختيار أكثر من بديل)

من خلال الجدول رقم (15) يتضح : أن نسبة 40.57% من عينة الدراسة أجابوا بأن " هناك نوع من التأثيرات الاجتماعية السلبية الناتجة عن عدم تطبيق المعايير المهنية بالصحافة الإلكترونية المصرية " ، بينما نسبة 32.60% منهم أوضحوا بأن " لها تأثيرات سلبية تؤثر على درجة مصداقيتها لدى الجمهور " ، ونسبة 26.83% قالت بأن " لها تأثيرات سلبية على الأمن والاستقرار الوطني والاجتماعي . "

اتجاهات القانمين بالاتصال نحو مدى حاجة الصحافة الإلكترونية المصرية إلى تطبيق معايير مهنية وأخلاقية انطلاقاً من المسؤولية الإعلامية:

العبرة	بحاجة ما، بحاجة لكن ليست ما لا تحتاج	بحاجة عاجلة	بحاجة عاجلة	المجموع
مدى حاجة الصحافة الإلكترونية المصرية	58	19	8	85
تطبيق معايير مهنية وأخلاقية انطلاقاً	68.23	22.35	9.41	100
المسؤولية الإعلامية				

جدول رقم (16)

من خلال الجدول رقم (16) يتضح : أن نسبة 68.23% من عينة الدراسة أجابوا بأن " هناك حاجة ماسة وعاجلة لتطبيق المعايير المهنية والأخلاقية بالصحافة الإلكترونية المصرية " ، بينما نسبة 22.35% ترى " أننا

بحاجة لوجود وتطبيق المعايير المهنية والأخلاقية ولكن ليست ماسة وعاجلة"، ونسبة % 9.41 قالت بأننا "لسنا بحاجة لوجود أو تطبيق معايير مهنية وأخلاقية.. " وهكذا يتضح لنا أن هناك حاجة ماسة وعاجلة لوجود معايير مهنية وأخلاقية مطبقة بالصحافة الإلكترونية المصرية .

ثانيا : نتائج الدراسة الميدانية عن اتجاهات الجمهور (الشباب الجامعي) نحو دور الصحافة الإلكترونية المصرية (الحكومية والحزبية والمستقلة) في تنمية المسؤولية الاجتماعية في المجتمع المصري:
اتجاهات الشباب الجامعي نحو دور الصحافة الإلكترونية المصرية في تنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية :

الاتجاه	ك	%
تنمي لدي دائما الشعور بالمسؤولية الاجتماعية	22	14.66
تنمي لدي أحيانا الشعور بالمسؤولية الاجتماعية	40	26.66
لا تنمي لدي الشعور بالمسؤولية الاجتماعية	88	58.66
المجموع	150	100

جدول رقم (17)

من الجدول رقم (17) السابق يتضح لنا أن نسبة % 58.66 من الشباب الجامعي (عينة الدراسة) يرون بأن "الصحافة الإلكترونية المصرية لا تنمي لديهم الشعور بالمسؤولية الاجتماعية"، بينما ترى نسبة % 26.66 "أنها تنمي أحيانا لديهم الشعور بالمسؤولية الاجتماعية"، وأوضحت نسبة % 14.66 بأنها "لا تنمي لديهم شعور بالمسؤولية الاجتماعية.. " وهكذا يتضح لنا أن الصحافة الإلكترونية المصرية ليس دور في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى أفراد المجتمع المصري خاصة الشباب ، مع كونها من أهم وسائل الإعلام المرشحة لترسيخ الشعور بالمسؤولية الاجتماعية في المجتمع.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو أسباب عدم قيام الصحافة الإلكترونية المصرية بتنمية الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لديهم:

السبب	ك	%
عدم إدراك المسؤولين بالصحافة الإلكترونية لدورها في مجال المسؤولية الاجتماعية	136	25.2
لأن هذه الصحف هدفها الانتشار دون اعتبار لوظيفتها الاجتماعية في المجتمع	114	21.1
لعدم دراية القائمين بالاتصال بالقواعد المهنية والأخلاقية في مجال العمل الإعلامي	103	19.2
لغلبة الاتجاه نحو الموضوعات غير الجادة.	98	18.2
لعدم توافر منظومة سلوكية وقواعد ملزمة للعاملين بها .	88	16.3
المجموع	539	100

جدول رقم (18)

من الجدول السابق رقم (18) يتضح أن أهم أسباب عدم قيام الصحافة الإلكترونية المصرية بدورها في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية في المجتمع المصري يتمثل في (: عدم إدراك المسؤولين بها لدورها في مجال المسؤولية الاجتماعية) وذلك بنسبة % 25.2 ، ثم جاء سبب (لأن هذه الصحف هدفها الانتشار دون اعتبار لوظيفتها الاجتماعية في المجتمع) بنسبة % 21.1 ، ثم (لعدم دراية القائمين بالاتصال بالقواعد المهنية والأخلاقية في مجال العمل الإعلامي) بنسبة % 19.2 ، ثم (لغلبة الاتجاه نحو الموضوعات غير الجادة في هذه الصحف) بنسبة ، وأخيرا (عدم وجود منظومة سلوكية وقواعد ملزمة للعاملين بها ..) وهكذا يتضح لنا أن غياب المعايير المهنية التي تحكم الأداء الإعلامي في الصحافة الإلكترونية المصرية أثر بشكل مباشر على مضمون ونوعية ما

يقدم من معالجات صحفية لا تتلاءم واتجاهات المجتمع المصري ؛ مما أدى إلى تغليب الاعتبارات الخاصة على الصالح العام للمجتمع ، وتعاملها مع المنتج الإعلامي باعتباره سلعة دون اعتبار للدور الوظيفي لهذه الصحف اتجاه الشباب الجامعي (عينة الدراسة) في الصحافة الإلكترونية المصرية عن مدى مراعاة الصحافة الإلكترونية المصرية للعادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع المصري :

العبارة	تراعي	تراعي أحيانا	لا تراعي	المجموع
مدى مراعاة الصحافة الإلكترونية المصرية للعادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع المصري	56	23	71	150
	37.33	15.33	47.34	100 %

جدول رقم (19)

يلاحظ من الجدول رقم (19) أن نسبة 47.34% من المبحوثين أجابوا بأن " ما تطرحه الصحافة الإلكترونية المصرية من معالجات صحفية لا يراعي العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع المصري "، بينما نسبة 37.33% منهم أوضحوا بأنها "تراعي العادات والتقاليد المصرية"، ونسبة 15.33% قالت بأنها "تراعي أحيانا" .. وهكذا يتضح لنا أن هناك نسبة كبيرة من المعالجات الصحفية التي تطرحها الصحافة الإلكترونية المصرية تتناقض مع قيم المجتمع المصري وعاداته وتقاليد ؛ الأمر الذي يؤثر بشكل مباشر على المنظومة القيمية لدى الشباب المصري ، ويقلل من مدى إدراكهم للمسؤوليات الاجتماعية.

اتجاهات الشباب الجامعي (عينة الدراسة) نحو مدى مراعاة الصحافة الإلكترونية المصرية لمبادئ وقيم وشعائر الدين الإسلامي:

العبارة	تقدم برامج مبادئ تقدم برامج تتفق	أد تقدم برامج تخالف	المجموع
	الديني الإسلامي	الديني الإسلامي	
مدى مراعاة الفضائيات المصرية للعقيدة والشعائر الإسلامية في المجزأ المصري	35	18	150
	23.33	12	100

جدول رقم (20)

يلاحظ من الجدول رقم (20) أن نسبة 64.66% من المبحوثين أجابوا بأن ما تطرحه الصحافة الإلكترونية المصرية من معالجات صحفية لا يتفق مع مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي الحنيف في المجتمع المصري ، بينما نسبة 23.33% منهم أوضحوا بأن ما تقدمه الصحافة الإلكترونية المصرية من معالجات يتفق مع مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي الحنيف دائما ، ونسبة 12% قالت بأنها تقدم معالجات تتفق أحيانا مع مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي الحنيف ، وهكذا يتضح لنا أن نسبة كبيرة من مضامين البرامج التي تقدمها الصحافة الإلكترونية المصرية تخالف مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي ، وتتفق هذه النتائج مع نتائج القائمين بالاتصال . اتجاه الشباب الجامعي (عينة الدراسة) عن مدى شعورهم بوجود نوع من الحرية والمسؤولية لدى الصحافة الإلكترونية المصرية فيما تقدمه من معلومات وآراء من خلال المعالجات المختلفة:

العبارة	حرية مطلقة	حرية محدودة لا تتمتع بالحرية	المجموع
مدى شعور الشباب الجامعي بو قدر من الحرية والمسؤولية في	5	67	150
	3.33	44.66	100

				تقدمه الصحافة الإلكترونية المص من معلومات وآراء من خلال البر المختلفة
--	--	--	--	---

جدول رقم(21)

من خلال تحليلنا للجدول رقم (21) يتضح : أن نسبة % 52 من عينة الدراسة أجابوا بأن " الكثير من المعالجات الصحفية للصحافة الإلكترونية المصرية لا تتمتع بالحرية ولا المسؤولية فيما تقدمه من معلومات وآراء ، بينما ترى نسبة % 44.66 منهم أوضحوا بأن مساحة الحرية محدودة نسبيا لدى الصحافة الإلكترونية المصرية ، ونسبة % 3.33 قالت بأن الصحافة الإلكترونية المصرية تتمتع بحرية مطلقة.
اتجاه الشباب الجامعي في الصحافة الإلكترونية المصرية عن مدى التزامها بالمعايير المهنية (الموضوعية ، الدقة ، المصادقية) :

العبارة	تطبق دائما	تطبق أحيانا	لا تطبق	المجموع
مدى التزام الصحافة الإلكترونية المصرية بالمع المهنية (الموضوعية ، الدقة ، المصادقية)	35	26	89	150
	23.33	17.33	59.33	100

جدول رقم(22)

من خلال الجدول رقم (22) يتضح : أن نسبة % 59.33 من عينة الدراسة أجابوا بأن " القنوات الفضائية المصرية لا تطبق المعايير المهنية من موضوعية ودقة ومصادقية فيما تقدمه من برامج مختلفة " ، بينما نسبة % 23.33 منهم أوضحوا بأن " المعايير المهنية مطبقة لدى الصحافة الإلكترونية المصرية " ، ونسبة % 17.33 قالت بأن " الفضائيات المصرية تطبق أحيانا المعايير المهنية . "
اتجاه الشباب الجامعي عن مدى التزام الصحافة الإلكترونية بعدم نشر ما يشكل انتهاكا لحرية الفرد الشخصية أو القذف والتشهير انطلاقا من المسؤولية الإعلامية :

العبارة	تنشر دائما	تنشر أحيانا	لا تنشر	المجموع
مدى التزام الصحافة الإلكترونية المصرية بعدم بث أو نشر ما يشكل انتهاكا لحرية الفرد الشخصية أو القذف والتشهير	105	7	38	150
	70	4.66	25.33	100

جدول رقم(23)

من خلال الجدول رقم (23) يتضح : أن نسبة % 70 من عينة الدراسة أجابوا بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية تنشر دائما بعض الموضوعات التي تمثل انتهاكا لحرية الفرد الشخصية وقذفا وتشهيرا به وتلويثا لسمعته " ، بينما نسبة % 25.33 منهم أوضحوا بأن " الصحافة الإلكترونية المصرية لا تنشر ما يسيء لسمعة المواطن ويمثل تشهيرا وقذفا له " ، ونسبة % 4.66 قالت بأن " الصحافة الإلكترونية تنشر أحيانا ما يسيء لسمعة الفرد المجتمع وما يمكن أن يدخل في إطار القذف والتشهير والإدانة المسبقة للفرد ومحاكمته والحكم عليه دون اكتراث بأحكام القضاء .. "وقد أوضح المبحوثون أمثلة عديدة وصارخة في هذا المجال .

اتجاهات الشباب الجامعي نحو مدى إسهام المعالجات الصحفية التي تطرحها الصحافة الإلكترونية المصرية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب :

العبارة	تساهم بدرجة كيب	تساهم إلى حد ما	لا تساهم	المجموع
مدى إسهام المعالجات التي تقدمها الصحافة الإلكترونية المصرية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب	30	7	113	150
	20	4.66	75.33	100

جدول رقم(24)

من الجدول رقم (24) يتضح : أن نسبة % 75.33 من عينة الدراسة أجابوا بأن " المعالجات التي تطرحها الصحافة الإلكترونية المصرية لا تسهم في تنمية المسؤولية الاجتماعية لديهم "، بينما نسبة %20 منهم أوضحوا بأن " المعالجات التي تطرحها الصحافة الإلكترونية المصرية تسهم بدرجة كبيرة في تنمية المسؤولية الاجتماعية لديهم "، ونسبة % 4.66 قالت بأنها " تسهم إلى حد ما . "

اتجاهات الشباب الجامعي نحو مدى نوعية الموضوعات والقضايا التي تطرحها الصحافة الإلكترونية وتدفعهم للعمل ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية:

نوعية المعالجات	تسهم بدرجة كبيرة	تسهم إلى حد ما	لا تسهم	المجموع
الدينية	127	7	16	150
	84.66	4.66	10.66	100
السياسية	78	35	37	150
	52	23.33	24.66	100
الاجتماعية	98	44	8	150
	65.33	29.33	5.33	100
الرياضية	90	29	31	150
	60	19.33	20.66	100
الاقتصادية	67	36	47	150
	44.66	24	31.33	100
الثقافية	87	54	9	150
	58	36	6	100
الترويحية	10	25	115	150
	6.66	16.66	76.66	100

جدول رقم (25)

من الجدول رقم (25) يتضح :

* جاءت الموضوعات والقضايا الدينية في مقدمة الموضوعات والقضايا التي يرى الشباب الجامعي أنها تنمي لديهم المسؤولية الاجتماعية ؛ حيث أوضحت نسبة % 84.66 من الشباب الجامعي بأن " الموضوعات والقضايا الدينية تأتي في مقدمة الموضوعات والقضايا التي تسهم بدرجة كبيرة في تنمية المسؤولية الاجتماعية لديهم "، بينما رأت نسبة % 10.66 من الشباب الجامعي " أنها لا تسهم في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية لديهم "، وأوضحت نسبة % 4.66 بأنها " تسهم إلى حد ما . "

• جاءت الموضوعات والقضايا الاجتماعية في المرتبة الثانية من حيث أهميتها في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب ؛ حيث أوضحت نسبة %65.33 من عينة الدراسة بأنها " تسهم بدرجة كبيرة "، بينما رأت نسبة %29.33 بأنها " تسهم إلى حد ما "، وأوضحت نسبة % 5.33 بأنها " لا تسهم في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية . "

• جاءت الموضوعات والقضايا الرياضية في المرتبة الثالثة من حيث أهميتها في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب ؛ حيث رأت نسبة %60 من عينة الدراسة بأنها " تسهم بدرجة كبيرة في مجال المسؤولية الاجتماعية "، بينما رأت نسبة % 20.66 بأنها " لا تسهم في هذا المجال "، وأوضحت نسبة % 19.33 بأنها " تسهم إلى حد ما في مجال المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب "

- احتلت الموضوعات والقضايا الثقافية المرتبة الرابعة بنسبة 58% من حيث إنها "تسهم بدرجة كبيرة في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية"، ثم السياسية في المرتبة الخامسة بنسبة 52% ، وفي المرتبة السادسة الاقتصادية بنسبة 44.66% ، وفي المرتبة الأخيرة الترويحية بنسبة 6.66% من عينة الدراسة .

اتجاهات الشباب الجامعي نحو أهم الدوافع التي تدفعهم للعمل ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية:

الدوافع	ك	%
لأنها جزء من الاهتمامات الشخصية	118	10.12
لأنها جزء من عقيدتي الدينية	125	10.72
لأنني تربيت في الأسرة على المسؤولية	106	9.09
لأنني تعودت على خدمة الآخرين	101	8.66
لتعودي على المحافظة على المال العام	98	8.40
لكي تتقدم بلدي	88	7.54
لأنها شعور إنساني نبيل	114	9.77
إحساس بالذات	107	9.17
تعليمي في المرحلة الأساسية غرس في هذا النوع من المسؤوليات	92	7.89
واجب أخلاقي	82	7.03
واجب ديني	122	10.46
واجب وطني	105	9.0
أخرى	-	-
المجموع	1166	100

جدول رقم (26) (تم اختيار أكثر من بديل)

من خلال الجدول السابق رقم (26) يتضح الآتي:

- أن أهم الدوافع التي يرى الشباب _ عينة الدراسة _ أنها تدفعهم للعمل ضمن إطار المسؤولية الاجتماعية هو " أنها جزء من عقيدتي الدينية " حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة % 10.72 ، يليه في المرتبة الثانية دافع " واجب ديني " بنسبة 10,46 ، ثم " لأنها جزء من اهتماماتي الشخصية " في المرتبة الثالثة بنسبة 10,12 ، ثم " لأنها شعور إنساني نبيل " في المرتبة الرابعة بنسبة 9,77 ، ثم " إحساس بالذات " في المرتبة الخامسة بنسبة 9,17 ، ثم في المراتب من السادسة حتى الثانية عشرة دوافع " : لأنني تربيت في الأسرة على تحمل المسؤولية " ، و " واجب وطني " و " لأنني تعودت على خدمة الآخرين " ، و " لتعودي المحافظة على المال العام " و " تعليمي في المرحلة الأساسية غرس في هذا النوع من المسؤوليات " ، و " لكي تتقدم بلادي " ، و " واجب أخلاقي . "
- تشير هذه النتائج إلى أن الدوافع الدينية تأتي على رأس الدوافع المحركة لنداء المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب ، يليها الدوافع الشخصية المتعلقة بذات الفرد ، والدوافع الإنسانية .. في حين يلاحظ تراجع الدوافع الوطنية المتعلقة بخدمة الوطن وتقدمه ، على الرغم من أن ذلك يتسق مع نداء الدين وتوجهه .. إلا إن النص صراحة على الدين هو ما يفسر تصدر الدوافع الدينية ؛ وهو ما يعكس مدى سيطرة الدين وتمكنه في نفوس الشباب.

اتجاهات الشباب الجامعي نحو أهم أسباب غياب دور المسؤولية الاجتماعية عن المجتمع:

السبب	ك	%
-------	---	---

20.59	145	لعدم اهتمام وسائل الإعلام بها
17.4	120	لغياب دور الأسرة
14.91	105	لغياب دور المسجد
14.34	101	لغياب دور المدرسة
12.64	89	لغياب دور الأصدقاء الذين يشجعونني على هذا النوع من المسؤولية
11.07	78	لغياب دور المؤسسات التربوية
9.37	66	لانعدام الوازع الديني
-	-	أخرى
100	704	المجموع

جدول رقم (27) (تم اختيار أكثر من بديل)

من خلال الجدول السابق رقم (27) يتضح الآتي:

. أن أهم أسباب غياب المسؤولية الاجتماعية عن المجتمع يرجعها الشباب (عينة الدراسة) لعدة عوامل تتمثل في الآتي : لعدم اهتمام وسائل الإعلام بها ، ثم لغياب دور الأسرة ، ثم لغياب دور المسجد ، ثم لغياب دور المدرسة ، ثم لغياب دور الأصدقاء الذين يشجعونني على هذا النوع من المسؤولية ، ثم لغياب دور المؤسسات التربوية ، ثم لانعدام الوازع الديني .. وهكذا يتضح لنا بجلاء أهم الوسائل التي تؤثر بفاعلية في مجال المسؤولية الاجتماعية ، وهذا ما أكده علماء علم النفس والاجتماع _ ومن بينهم د.سيد عثمان _ في بحثه عن المسؤولية الاجتماعية.

وإن جاء تصدر " لعدم اهتمام وسائل الإعلام بها " تأكيدا على أهمية الدور الذي ينبغي أن تضطلع به هذه الوسائل في ترسيخ الشعور بالمسؤولية الاجتماعية طبقا لرؤية الشباب.

آراء الشباب الجامعي نحو المسؤولية الاجتماعية للصحافة الإلكترونية المصرية

م	العبارة	أوافق بدرجة كبيرة	محايد	لا أوافق	المجموع
١	المسؤولية الاجتماعية توجب عدم نشر مايمس الدين الإسلامي الحنيف	١٢٨	20	2	150
		85.3	13.3	1.4	100%
٢	التزام ذاتي من القائمين بالاتصال بمواثيق الشرف المهنية والأخلاقية	125	10	١٥	150
		83.3	6.6	١٠.٠	100%
٣	علي الصحف الإلكترونية واجب اجتماعي يتمثل في تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها بموضوعية وفي إطار له معني	119	21	10	150
		79.4	14.0	6.6	100%
٤	تقوم فكرة المسؤولية الإعلامية علي التوازن بين الحرية والمسؤولية الاجتماعية	117	20	13	150
		78.0	13.3	8.7	100%
٥	البعد عن الكذب والخداع وتضليل الجماهير	١١٥	20	15	150
		76.7	13.3	10.0	100%

150	7	30	113	المسؤولية الاجتماعية توجب على الصحف الإلكترونية حماية الآداب العامة في المجتمع	٦
100%	4.6	20.0	75.4		
150	7	30	113	المسؤولية الاجتماعية توجب على الصحف الإلكترونية البعد عن التشهير والقذف	٧
100%	4.6	20.0	75.4		
150	10	28	112	المسؤولية الاجتماعية توجب الابتعاد عن نشر العنف وما إليه	٨
100%	6.6	18.7	74.7		
150	12	30	108	المسؤولية الاجتماعية توجب احترام خصوصية الأفراد وحياتهم الشخصية	٩
100%	8.0	20.0	72.0		
150	20	23	107	المسؤولية الاجتماعية توجب نشر ثقافة التسامح	١٠
100%	13.3	15.3	71.4		
150	19	30	101	الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام تكمن في إعلام الجمهور بما تفعله الحكومة والقوي السياسية الفاعلة بكل شفافية وموضوعية	١١
100%	12.6	20.0	67.4		
150	20	32	98	يتعين على الصحف الإلكترونية مراعاة التوازن بين وظائفها المتمثلة في الإعلام والتوجيه والترويج والترويج	١٢
100%	13.3	21.3	65.4		
150	21	40	89	المسؤولية الاجتماعية توجب عدم نشر المضامين الجنسية	١٣
100%	14.0	26.6	59.4		
150	22	40	88	تشكل معايير الأداء الإعلامي في مجملها الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي في إطار من المسؤولية الاجتماعية	١٤
100%	14.6	26.6	58.8		

جدول رقم (28)

من خلال الجدول السابق رقم (28) يتضح الآتي:

• أن " المسؤولية الاجتماعية توجب عدم نشر ما يمس الدين الإسلامي الحنيف " قد جاء في المرتبة الأولى من الاعتبارات التي يرى الشباب الجامعي أن تراعيها الصحافة الإلكترونية في إطار مسؤوليتها الاجتماعية ، وذلك بنسبة ٨٥.٣% ، يليها في المرتبة الثانية " التزام ذاتي من القائمين بالاتصال بمواثيق الشرف المهنية والأخلاقية " بنسبة ٨٣.٤% وفي المرتبة الثالثة " علي الصحف الإلكترونية واجب اجتماعي يتمثل في تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها بموضوعية وفي إطار له معني " بنسبة ٧٩.٤% ، ثم " تقوم فكرة المسؤولية الإعلامية علي التوازن بين الحرية والمسؤولية الاجتماعية " في المرتبة الرابعة بنسبة ٧٨% ، ثم " البعد عن الكذب والخداع وتضليل الجماهير " في المرتبة الخامسة بنسبة ٧٦.٧% ، ثم كلا من : " المسؤولية الاجتماعية توجب علي الصحافة الإلكترونية حماية الآداب العامة في المجتمع " ، و " المسؤولية الاجتماعية توجب علي الصحافة الإلكترونية البعد عن التشهير والقذف " في المرتبتين : السادسة ، والسادسة (مكرر) بنسبة ٧٥.٤% لكل منهما ، ثم " المسؤولية الاجتماعية

توجب الابتعاد عن نشر العنف وما يدعو إليه " في المرتبة الثامنة بنسبة ٧٤.٧% ، ثم " المسؤولية الاجتماعية توجب احترام خصوصية الأفراد وحياتهم الشخصية " في المرتبة التاسعة بنسبة ٧٢% ، ثم " المسؤولية الاجتماعية توجب نشر ثقافة التسامح " في المرتبة العاشرة بنسبة ٧١.٤% ، ثم اعتبارات أخرى بنسب متقاربة إلى حد ما في المراتب من الحادية عشرة حتى الرابعة عشرة .

وتشير هذه النتائج الرقمية إلى الآتي :-

(١) اختيار الشباب لكل الاعتبارات المطروحة – باعتبارها اعتبارات ضرورية يتعين على الصحافة الإلكترونية مراعاتها في إطار مسؤوليتها الاجتماعية – وإن كان ذلك بنسب متفاوتة ؛ وهو ما يؤكد وعي الشباب بأهمية كل هذه الاعتبارات لتحقيق مفهوم المسؤولية الاجتماعية .

(٢) يأتي تصدّر اعتبار " المسؤولية الاجتماعية توجب عدم نشر ما يمس الدين الإسلامي الحنيف " في المرتبة الأولى – متفوقاً على كل الاعتبارات – تأكيداً على أهمية هذا الاعتبار ، ومؤشراً على خطورة المساس بثوابت الدين الإسلامي " وإهانة رموزه أو الاستخفاف بهم .

(٣) يأتي اعتبار " التزام ذاتي من القائمين بالاتصال بمواثيق الشرف المهنية والأخلاقية " في المرتبة الثانية بفارق ضئيل عن الاعتبار الأول ؛ تأكيداً من الشباب على أهمية الالتزام بمواثيق الشرف المهنية والأخلاقية فيما تقدمه الصحافة الإلكترونية من معالجات ، واعتبار ذلك مؤشراً في غاية الأهمية لتأكيد التزامها بمسؤوليتها الاجتماعية .

(٤) ضرورة الاحترام والتقدير لكل المعايير والاعتبارات التي يراها الشباب ضرورية لتحقيق التزام الصحافة الإلكترونية بالمسؤولية الاجتماعية .

رابعاً : النتائج العامة للدراسة:

استهدفت الدراسة الوقوف على دور الصحافة الإلكترونية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب الجامعي ، وذلك من خلال إجراء دراستين ميدانيتين ، الأولى على القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المصرية :الحكومية والحزبية والمستقلة ، والثانية على الجمهور من خلال عينة من الشباب الجامعي وهم طلاب الفرقة الرابعة بكلية الإعلام جامعة الأزهر ، واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نظرية المسؤولية الإعلامية ، باعتبارها إطاراً يتلاءم وأهداف البحث ، كما سعت الدراسة للإجابة على تساؤلات البحث من خلال استمارتي الاستبيان اللتين تم إعدادهما، واختبارهما للتحقق من عملي الثبات والصدق ، وقد اعتمد الباحث في دراسته على منهج المسح الإعلامي باعتباره من المناهج التي تتناسب وطبيعة مشكلة الدراسة ، وتم تطبيق بعض المعاملات الإحصائية التي تتطلبها الدراسة الميدانية ، **وخلصت الدراسة لمجموعة من النتائج لعل من أهمها الآتي :**

- كشفت نتائج الدراسة الميدانية على القائمين بالاتصال أن نسبة 41.18% من القائمين بالاتصال ترى أن الصحافة الإلكترونية المصرية تنمي دائما الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى الشباب المصري، بينما ترى نسبة 35.29% أنها تنمي أحيانا ، وترى نسبة 23.53% بأنها لا تنمي ، كما أوضح القائمون بالاتصال أن أهم أسباب عدم قيام الصحافة الإلكترونية المصرية بدورها في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية في المجتمع المصري تمثل في : عدم إدراك المسؤولين في هذه الصحف لدورها في مجال المسؤولية الاجتماعية وذلك بنسبة 27% ، ثم السعي وراء الربح المادي دون اعتبار لوظيفتها الاجتماعية بنسبة 20.96% ، ثم لعدم دراية القائمين بالاتصال بالقواعد المهنية والأخلاقية في مجال العمل الإعلامي بنسبة 18.14% ، ثم لغلبة الاتجاه الترفيهي في هذه القنوات الفضائية ، وأخيرا عدم وجود منظومة سلوكية وقواعد ملزمة للعاملين في الصحافة الإلكترونية المصرية.
- أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة 30.58% من القائمين بالاتصال أكدوا على أنه لا توجد لدى الصحافة الإلكترونية المصرية ما يسمى بالنظريات الإعلامية ، ثم بأنهم لأول مرة يسمعون عن وجود صحيفة إلكترونية

مصرية تطبق نظريات أكاديمية في مجال العمل الإعلامي بنسبة % 25.49 ، بينما ترى نسبة % 21.56 بأن الصحافة الإلكترونية المصرية تطبق النظرية الليبرالية أو نظرية الحرية ، ثم خليط من كل الاتجاهات والنظريات بنسبة % 9.1 ، ثم نظرية المسؤولية الاجتماعية بنسبة % 7.84 ، ثم نظرية السلطة بنسبة % 5.49 ، كما أوضحت النتائج على أن نسبة % 65.88 من القائمين بالاتصال يرون أن هذه الصحف لا تقدم معالجات تهدف لتنمية المسؤولية الذاتية والشخصية لأفراد المجتمع المصري، وبأنه لا توجد معالجات لتنمية المسؤولية الدينية والأخلاقية بنسبة % 56.47 ، كذلك لا توجد معالجات لتنمية المسؤولية الجماعية بنسبة % 40 ، بينما رأت نسبة % 52.94 بأنه توجد معالجات تنمي المسؤولية الوطنية لدى الجمهور المصري.

أوضحت نتائج الدراسة الميدانية أن نسبة % 52.94 من المبحوثين أوضحوا بأن ما تقدمه القنوات الفضائية المصرية من معالجات لا يراعي العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع المصري ، كما أكدت نتائج الدراسة أن نسبة % 57.64 من المبحوثين أجمعوا على أن ما تقدمه الصحافة الإلكترونية المصرية من معالجات لا يتفق مع مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي الحنيف في المجتمع المصري ، بينما رأت نسبة % 24.70 منهم أوضحوا بأن ما تقدمه الصحافة الإلكترونية المصرية من معالجات يتفق مع مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي الحنيف دائما ، ونسبة % 17.64 قالت بأنها تقدم معالجات تتفق أحيانا مع مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي الحنيف.

كشفت نتائج الدراسة أن نسبة % 65.88 من القائمين بالاتصال أكدوا على أن الصحافة الإلكترونية المصرية لا تطبق ولا تراعي مبادئ الشرف الإعلامي ، وأنها تقدم في كثير من معالجاتها ما يتناقض مع أبسط قواعد ومبادئ الشرف المهني الإعلامي ، وأكدت نتائج الدراسة _ أيضا _ على أن نسبة % 43.52 من عينة الدراسة ، أوضحوا بأن الصحافة الإلكترونية المصرية لا تتمتع بالحرية ولا المسؤولية فيما تقدمه من معلومات وآراء ، وأكدت نسبة % 67.05 بأن الصحافة الإلكترونية المصرية تطبق دائما المعايير المهنية من موضوعية ودقة ومصداقية فيما تقدمه من معالجات مختلفة ، بينما نسبة % 24.70 رأت بأن المعايير المهنية غير مطبقة لدى الصحافة الإلكترونية المصرية.

أوضحت نتائج الدراسة أن نسبة % 54.12 من عينة الدراسة أجابوا بأن الصحافة الإلكترونية المصرية تنشر بعض الموضوعات التي تمثل انتهاكا لحرية الفرد الشخصية وقذفا وتشهيراً به وتلويثاً لسمعته ، بينما رأت نسبة % 34.11 منهم أن الصحافة الإلكترونية المصرية لا تنشر ما يسيء لسمعة المواطن ويمثل تشهيراً وقذفاً له ، كما أوضحت النتائج على أن نسبة % 70.5 من المبحوثين يوافقون على أن عدم تطبيق المعايير المهنية السليمة في الصحافة الإلكترونية المصرية يؤثر على مصداقيتها لدى الجمهور المصري ، وأن هناك نوعاً من الهيمنة لاتجاهات فكرية غير رشيدة على السياسات الإعلامية المطبقة في هذه الصحف مما أثر على مصداقيتها ، كما أنها تسعى للإثارة وتهيج الرأي العام المصري.

أكدت نتائج الدراسة على أن نسبة % 68.23 من عينة الدراسة أجابوا بأن هناك حاجة ماسة وعاجلة لتطبيق المعايير المهنية والأخلاقية بالصحافة الإلكترونية المصرية ، وأن عدم أو التأخر في تطبيق المعايير المهنية والأخلاقية بها يؤدي لتأثيرات ضارة بالأمن الاجتماعي الوطني.

كشفت نتائج الدراسة الميدانية على الشباب الجامعي على أن نسبة % 58.66 يرون بأن الصحافة الإلكترونية المصرية لا تنمي لديهم الشعور بالمسؤولية الاجتماعية ، وأن أهم أسباب عدم قيامها بدورها في مجال تنمية المسؤولية الاجتماعية في المجتمع المصري تمثل في : عدم إدراك المسؤولين بها لدورها في مجال المسؤولية الاجتماعية ، ثم لأن هدفها الربح المادي دون اعتبار لوظيفتها الاجتماعية في المجتمع ، ثم لعدم دراية القائمين بالاتصال بالقواعد المهنية والأخلاقية في مجال العمل الإعلامي ، ثم لغلبة الاتجاه الترويجي فيها، وأخيراً عدم وجود منظومة سلوكية وقواعد ملزمة للعاملين فيها.

• أوضحت نتائج دراسة الجمهور أن نسبة 47.34% اوضحوا بأن ما تقدم الصحافة الإلكترونية المصرية من معالجات لا يراعي العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع المصري ، ولا يتفق مع مبادئ وشعائر وقيم الدين الإسلامي الحنيف في المجتمع المصري ، كما أكدت النتائج _ أيضا _ على أن نسبة 52 % من عينة الدراسة ترى بأن الكثير من الصحافة الإلكترونية لا تتمتع بالحرية ولا المسؤولية فيما تقدمه من معلومات وآراء ، بينما ترى نسبة 44.66 % أن مساحة الحرية محدودة نسبيًا لدى الصحف ، كما أجمعت نسبة 59.33% من عينة الدراسة على أن الصحافة الإلكترونية المصرية لا تطبق المعايير المهنية من موضوعية ودقة ومصداقية فيما تقدمه من معالجات مختلفة.

- أشارت نتائج الدراسة الميدانية على الشباب الجامعي أن نسبة 70 % من عينة الدراسة ترى أن الصحافة الإلكترونية المصرية تنشر وتبث دائما بعض الموضوعات التي تمثل انتهاكا لحرية الفرد الشخصية وقذفًا وتشهيرًا به وتلويثًا لسمعته ، وأن نسبة 75.33 % من عينة الدراسة اوضحوا بأن المعالجات التي تقدمها لا تسهم في تنمية المسؤولية الاجتماعية لديهم ، كما كشفت النتائج على أن نسبة 84.66 % من الشباب الجامعي أكدوا على أن القضايا والموضوعات الدينية تأتي في مقدمة القضايا والموضوعات التي تنمي لديهم الشعور بالمسؤولية الاجتماعية ، ثم الاجتماعية ، ثم الرياضية ، ثم الثقافية ، ثم السياسية ، ثم الاقتصادية ، وأخيرًا الترفيهية .
- أوضحت نتائج الدراسة الميدانية على الشباب الجامعي على أن أهم الدوافع الخاصة بالشباب الجامعي في مجال المسؤولية الاجتماعية تمثل في : أنها جزء من عقيدتي الدينية ، يليه دافع واجب ديني ، ثم لأنه جزء من اهتماماتي الشخصية ، ثم لأنه شعور إنساني نبيل ، كما أوضحت النتائج على أن أهم أسباب غياب المسؤولية الاجتماعية عن المجتمع يرجعها الشباب (عينة الدراسة) لعدة عوامل تتمثل في الآتي : لعدم اهتمام وسائل الإعلام بها ، ثم لغياب دور الأسرة ، لغياب دور المسجد ، لغياب دور المدرسة ، ثم لغياب دور الأصدقاء الذين يشجعونني على هذا النوع من المسؤولية ، ثم لغياب دور المؤسسات التربوية ، ثم لانعدام الوازع الديني.
- كشفت نتائج الدراسة فيما يتعلق برؤية الشباب الجامعي عن أهم الاعتبارات التي يجب أن توليها الصحافة الإلكترونية جل اهتمامها انطلاقًا من مسؤوليتها الاجتماعية يتمثل في : عدم نشر ما يمس الدين الإسلامي الحنيف بنسبة 85.3 % ، ثم إن المسؤولية الإعلامية هي التزام ذاتي من جانب الإعلاميين بمواثيق الشرف المهنية والأخلاقية بنسبة 83.3% ، ثم تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها بموضوعية وفي إطار له معنى بنسبة 79.3 % ، كما أن المسؤولية الاجتماعية للصحافة الإلكترونية توجب عليها التوازن بين الحرية والمسؤولية الاجتماعية للمجتمع بنسبة 78.0% ، ثم أن المسؤولية الاجتماعية توجب عليها البعد عن الكذب أو الخداع وتضليل الجماهير بنسبة 76.6% ، كما توجب عليها البعد عن التشهير والقذف ، وحماية الآداب العامة ، والابتعاد عن بث العنف بكافة أشكاله ومظاهره ومن يدعو إليه ، واحترام خصوصية الأفراد وحياتهم الشخصية ، واحترام الآخرين ونشر ثقافة التسامح ، ثم إعلام الجمهور بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الفاعلة في المجتمع بكل شفافية وموضوعية ، وضرورة إيجاد قدر من التوازن بين وظائفها المتمثلة في التعليم والإعلام والترفيه ، ثم عدم بث أو نشر المضامين الجنسية (بنسبة 59.3 % من عينة الدراسة).

مراجع الدراسة ومصادرها :

- 1- حسن عماد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 1998 ، ص.70
- 2- عبد الكريم علي الدبيسي، زايد بن عجير الحارثي ، المسؤولية الشخصية الاجتماعية لدى عينة من الشباب السعودي بالمنطقة الغربية وعلاقتها ببعض المتغيرات ، مجلة مركز البحوث التربوية بجامعة قطر ، السنة الرابعة ، العدد السابع ، يناير 1995 ، ص 92 ، (متاح على شبكة الانترنت) .

- ٣- يمكن الرجوع للعديد من الدراسات العلمية الواردة ضمن الدراسات السابقة بالبحث.
- ٤- أمال الغزالي ، (2010) ،المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي (المجلة العلمية ، كلية الآداب ، جامعة الزقازيق) ص ص 123:220
- ٥- عادل عبد الغفار، (2003) أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة) المؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام ،جامعة القاهرة" أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق"، الجزء الثالث، مايو 2003 ، ص 750
- ٦- أميرة سمير ، (2003) التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية (المؤتمر العلمي السنوي التاسع، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الثالث ، مايو. 2003
- ٧- نرمين زكريا، (2008) ، اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية مؤتمر الأسرة والإعلام وتحديات العصر ، الجزء الثاني ، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة. 2009
- ٨- محمد حسام الدين، (1996) المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية ، ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .
- ٩- عثمان العربي، وعبد اللطيف العوفى، (2003) القائم بالاتصال في الصحافة السعودية) المجلة العلمية لكلية الآداب والعلوم الاجتماعية ، جامعة الملك سعود ،الرياض ، عدد. (1424
- ١٠- عزة عبد العزيز، (1992) ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية ، دراسة تحليلية لوظائف الصحافة بالتطبيق على صحيفتي الأهرام والأهالي خلال الفترة من 1987- 1978 ، ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب ، جامعة أسيوط.
- ١١- Kristie Bunton, Social responsibility in covering community Division: A narrative case analysis. Http :Jmme.byv.edu /abstract2.Html.
- ١٢- مجدي الداغر ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة الدينية في مواجهة ظاهرة العنف المجتمعي في مصر بعد ثورة يناير 2011 م ، دراسة على القائم بالاتصال بالصحف الإسلامية المطبوعة والإلكترونية ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول لكلية الإعلام جامعة الأزهر المهنية الإعلامية والتحول الديمقراطي في الفترة من 14 : إلي 17 أبريل 2013 .
- ١٣- أحمد جمال حسن محمد ، (2015) ، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية ، نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة ، ماجستير غير منشورة ، كلية التربية النوعية ، جامعة المنيا.
- ١٤- دراسة عبد الكريم على الديبسي ، (2011) ، المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية ، دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية ، المجلة العراقية للمعلومات ، المجلد الثاني عشر. 1-2
- ١٥- محمد حسام الدين ، (1996) ، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية ، دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من 1994- 1991 ، ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ،جامعة القاهرة.
- ١٦- أميرة العباسي،(2003) ، رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات ممارسة المهنة ، المؤتمر العلمي السنوي التاسع ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، مايو. 2003
- ١٧- محمود عبد العاطي (2013) ، التحديات الأخلاقية والمهنية للعمل الإعلامي والثورات العربية ، حولية كلية اللغة العربية بالقاهرة ، جامعة الأزهر ، العدد (31) ، المجلد الثاني..
- ١٨- محمد عبد الحميد ، (2015) البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، القاهرة ، عالم الكتب ، ط 5 ، ص. 567
- ١٩- المرجع السابق نفسه ، ص. 569
- ٢٠- مصطفى زايد ، (1988) ، الإحصاء وتوصيف البيانات ، المملكة العربية السعودية ، جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية ، ط 2 ، ص. 29

- ٢٠- أحمد فاروق أحمد حسن ، تحليل سوسيولوجي لأزمة القيم الأخلاقية ، بين الشباب المصري دراسة ميدانية متاح على الشبكة . ود حسن عماد مكاوي ، أخلاقيات العمل الإعلامي ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 1994 ، ص.67
- ٢١- فتحي حسين عامر ، المسؤولية الأخلاقية والقانونية للصحفي ، القاهرة ، العربي للنشر والتوزيع ، ص / 2014 ، ص.89
- ٢٢- عادل عبد الغفار ، مرجع سابق ، ص.755
- ٢٣- محمود عبد العاطي ، مرجع سابق ، ص.2478
- ٢٤- ديورا بوتتر (مترجم) ، دليل الصحافة المستقلة ، وزارة الخارجية المريكية ، 2006 ، ص.85
- ٢٥- المصدر السابق نفسه ، ص.59
- ٢٦- المرجع السابق نفسه ، ص.58
- 28- Erik P.Bucy : Living in the Information Age: A new media reader) Wasworth : Australia , United Kingdom , United states 2002) pp.289-290.
- ٢٩- محمد حسام الدين ، مرجع سابق ، ص.126
- ٣٠- عادل عبد الغفار ، مرجع سابق ، ص.758
- ٣١- سليمان صالح ، (2001) إشكالية الموضوعية في وسائل الإعلام (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث يوليو-سبتمبر 2001 ص ص.80: 69
- 32- Vester J.Stahl , Objective News Reporting . Communication Research . 1983.p24-42.
- 33- طارق الخوري ، أخلاقيات الصحافة النظرية والواقع ، ، دن ، عمان ، 2004، ص. 57
- 34- سيد أحمد عثمان ، المسؤولية الاجتماعية والشخصية المسلمة ، دراسة نفسية تربوية ، القاهرة ، الانجلو المصرية ، 1986 ، ص 43 ، . 44
- ٣٥- حسن عماد ، مرجع سابق ، ص.78
- 36- المرجع السابق ، ص.157

