

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

د/ أحمد منصور هيبية

مدرس بقسم الصحافة والنشر كلية الاعلام جامعة الأزهر

أستاذ مساعد بقسم الإعلام - جامعة أم القرى

مقدمة :

يلعب الإعلام في المجتمع دورا هاما في كل الدول والمجتمعات العالمية، من حيث تعبئة الرأي العام العالمي بالأخبار والمعلومات التي من خلالها يتم تزويد المجتمعات بالمعلومات والأفكار والتي يتبعها اتخاذ القرار، ومن ثم التنفيذ.

وتشكل الشائعات ظاهرة اجتماعية ينبغي الالتفات إليها ودراستها لما لها من تأثير على المجتمعات سواء كان إيجابياً أو سلبياً واستخدام أطراف خارجية لهذه الظاهرة في بث العديد من الشائعات التي تؤدي إلى تهديد استقرار الدول، وقد تزايدت أهمية دراسة الشائعات، ووضع برامج وسياسات لمواجهةها في القرن الحادي والعشرين مع انتشار وسائل الاتصال الحديثة، وعصر المعلومات حيث توجد العديد من مصادر المعلومات الصحيحة والمغلوبة، وذلك لوضع سياسات لمواجهةها بالسبل التي تحقق الاستقرار.

وللشائعات أسباب كثيرة، ووسائل متعددة، وكلما التصقت بوسائل الإعلام كانت آثارها السلبية أكبر، وقد يعزو البعض ذلك لضعف التشريعات أو عدم الجدية في تنفيذها، وكذلك إلى التقصير في التوعية بخطورة الشائعات وطرق تلافئها، وسبل التحقق من الأخبار، ناهيك عن عدم قيام بعض الجهات الرسمية باستخدام ذات الوسائل في نفي الشائعات أو نشر المعلومات الصحيحة والتواصل مع الجمهور.

وتتميز الصحافة، على بقية وسائل الإعلام، أنها تحد من مشكلة التفسيرات الناقصة لأن القارئ يتمن في الخبر ويقرأه أكثر من مرة، دون ان يربكه دفق المعلومات والصور كما في التلفاز أو مواقع التواصل الاجتماعي مثلا.

الإطار المنهجي والنظري للدراسة

أولاً - أهمية الدراسة:

1. أهمية القائم بالاتصال باعتباره حجر الزاوية في الصحافة والذي يقوم بتحرير الاخبار وصياغتها ودوره في حراسة البوابة الاعلامية.
2. أهمية المسؤولية الاجتماعية التي تقع على عاتق القائم بالاتصال باعتباره مصدراً مباشراً للمعلومات التي يقدمها للقارئ، مما يحمله أعباء التصدي للظواهر والشائعات التي لاقت رواجاً كبيراً في وقتنا الحالي .
3. أهمية الموضوع الذي يتناوله البحث والخاص بالشائعات وكيفية مواجهتها والتصدي لها خاصة بعد زيادة انتشارها ودورها في اندلاع ثورات الربيع العربي في بعض الدول العربية.
4. ندرة الدراسات والبحوث التي تربط بين الشائعات ودور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في مواجهة الشائعات وكيفية التصدي لها.

ثانياً: مشكلة الدراسة :

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

تحدد مشكلة الدراسة في دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية في مواجهة الشائعات في ظل الضغوط التي تؤثر في أدائه الإعلامي سواء كانت ضغوطاً سياسية واقتصادية أو اجتماعية أو مهنية ، وأصبحت تحول بينه وبين قيامه بمهام مسؤوليته الاجتماعية لدى القارئ .

ومن هنا ظهرت للباحث مشكلة الدراسة التي صاغها من خلال التساؤل الرئيسي التالي:
ما هو دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات؟
ثالثاً: أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التالية:

1. التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو العمل الصحفي من خلال نظرية المسؤولية الاجتماعية.
2. التعرف على سياسة المؤسسات الصحفية المختلفة في تناول الأخبار غير الصحيحة.
3. التعرف على مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الشائعات في الصحافة.
4. التعرف على دور نقابة الصحفيين تجاه المخالفين والناشرين للشائعات.
5. التعرف على التزام القائمين بالاتصال بالصدق والحيادية في نقل الأخبار.
6. التعرف على مدى ادراك القائمين بالاتصال لمفهوم الشائعات.
7. التعرف على مدى ادراك القائمين بالاتصال لمفهوم المسؤولية الاجتماعية.
8. التعرف على أسباب اعتماد القائم بالاتصال في الصحف المصرية على الشائعات في نقل الأخبار.
9. التعرف على موقف القائم بالاتصال في الصحف المصرية مع الشائعات في نشر الأخبار وكيفية التعامل معها.
10. اكتشاف دور القائم بالاتصال في الصحف المصرية في الحد من ترويح الشائعات.

رابعاً: تساؤلات وفروض الدراسة :

أ- التساؤلات:

يمارس القائم بالاتصال في الصحف المصرية تأثيراً معيناً على صياغة وتحرير المادة الصحفية، من هذه المقولة نحاول أن نعرف دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات.

وللتحقق من هذه المقولة توجد مجموعة من التساؤلات الفرعية أهمها:

1. ما هي اتجاهات القائمين بالاتصال نحو العمل الصحفي؟
2. ما هي سياسة المؤسسة الصحفية التابع لها في تناول الأخبار غير الصحيحة؟
3. ما مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الشائعات في الصحافة؟
4. ما مدى تحقق القائمين بالاتصال من صحة المعلومات قبل النشر؟
5. هل اطلع القائمون بالاتصال في الصحف المصرية على موثيق الشرف الإعلامي؟
6. هل تتدخل نقابة الصحفيين وتعاقب الصحفيين المخالفين والناشرين للشائعات؟
7. هل يلتزم القائمون بالاتصال بالصدق والحيادية في نقل الأخبار؟
8. ما مدى ادراك القائمين بالاتصال لمفهوم الشائعات؟
9. ما أسباب اعتماد القائم بالاتصال في الصحف المصرية على الشائعات في نقل الأخبار؟
10. ما مدى تعامل القائم بالاتصال في الصحف المصرية مع الشائعات في نشر الأخبار؟
11. ما دور القائم بالاتصال في الصحف المصرية في الحد من ترويح الشائعات؟

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

ب- الفروض:

- ١- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين ومدى تناولهم للشائعات.
- ٢- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للصحفيين المصريين في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للنوع.
- ٣- الفرض الثالث : توجد فروق ذات دلالة إحصائية للصحفيين المصريين في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للمرحلة العمرية.
- ٤- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للصحفيين المصريين في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للمؤهل العلمي(متخصص ، وغير متخصص).
- ٥- الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للصحفيين المصريين في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً لسنوات الخبرة.

خامساً: الدراسات السابقة:

١- دراسة أماني نجيب محمد أبو النجا ٢٠١٨^(١). بعنوان : " العوامل المؤثرة على عمل مراسلي الصحف العالمية والعربية والعاملين في مصر، دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال". هدفت الدراسة إلى رصد أهم العوامل والضغوط الخارجية والداخلية التي تؤثر على عمل المراسلين العاملين في مصر وتحديد نوعها، كما تستهدف أيضاً استكشاف كيف تؤثر تلك العوامل على أدائهم لمهامهم الصحفية في مصر، وكيف يتغلبون على العقبات والقيود التي يواجهونها أثناء العمل، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كانت أبرزها ما يلي: من خلال رصد عدة ضغوط خارجية مؤثرة على تغطية المراسلين للأخبار في مواجهة عوامل داخلية مثل اهتمامات الوسيلة الإعلامية وسياستها التحريرية، أظهرت النتائج، تفوق العامل الداخلي الخاص بتأثير السياسة التحريرية للمؤسسة الصحفية التي يعمل بها المراسل ليحتل المرتبة الأولى من وجهة نظر المراسلين المبحوثين بوزن مرجح بلغ (٢٠.٥%). وكان العامل الأكثر تأثيراً على اختيار وتغطية المراسلين للأخبار في أوقات الأزمات والأحداث الكبرى هو (المعلومات المتاحة حول الحدث)، بنسبة (٤٨.٦%) من عينة الدراسة. وكشفت النتائج أيضاً أن القيود الخاصة بـ"إحجام المسؤولين عن إعطاء معلومات وتصريحات للمراسلين" جاءت في المرتبة الأولى فيما يتعلق بالعوامل الخارجية التي تعيق عمل مراسلي الصحف ووكالات الأنباء العربية والعالمية في مصر بوزن مرجح بلغ (١٧.٢%).

٢-دراسة هاجر اسماعيل ابوالسعود ٢٠١٨^(٢). بعنوان : " تأثير أجندة الصحف المحلية ومواقعها الإلكترونية على اتجاهات الجمهور في صعيد مصر " ، دراسة تحليلية مقارنة للصحف والقائم بالاتصال والجمهور في الفترة من ٢٠١٣ إلى ٢٠١٤. وقد خضعت للدراسة عينة من الصحف تمثلت في أخبار أسيوط -السوهاجية - قنا البلد ومواقعهم الإلكترونية. كما تم تطبيق ٤٠٠ استمارة استبيان على عينة من الجمهور بواقع ١٠٠ استمارة في كل محافظة. وتم عمل دراسة القائم بالاتصال من خلال المقابلات المقننة باستخدام استمارة الاستبيان على عينة من الصحفيين في تلك الصحف ثم مجموعات النقاش المركزة كمرحلة ثانية للخروج بأدق النتائج وبذلك قامت الباحثة بدراسة عناصر العملية الاتصالية كاملة (الصحف والقائم بالاتصال والجمهور) في إطار السياق المجتمعي في صعيد مصر. كان الهدف الرئيسي

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

للمسألة هو رصد وتوصيف وتفسير أجندة اهتمامات الصحف المحلية ومواقعها الإلكترونية وأجندة اهتمامات الجمهور في صعيد مصر ومعرفة مدى التشابه أو الاختلاف بين الاجندتين تجاه قضايا التنمية الاجتماعية بالإضافة إلى رصد الاطر الخبرية المستخدمة مع كل قضية، وقد استخدمت الدراسة مدخل وضع الاجندة ومدخل المسؤولية الاجتماعية. وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التحليلية والتفسيرية المقارنة. واعتمدت على منهج المسح وأسلوب المقارنة المنهجية. أما اساليب التحليل في الدراسة فهي أسلوب التحليل الكيفي المقارن .

٣- دراسة رضا عبد الواحد أمين (٢٠١٦) ^(٣) بعنوان: " مواقع التواصل الاجتماعي والشائعات (النار والهشيم المعالجات والحلول) . استهدفت الدراسة التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات، وأسباب انتشارها بشكل غير مسبق عبر صفحات وحسابات شبكات التواصل الاجتماعي والتعرف على آليات محاصرتها، وسبل الحد من انتشار آثارها السلبية، وقد أجريت الدراسة على عينة من النخبة الإعلامية بمملكة البحرين في الفترة الزمنية من يونيو إلى يوليو ٢٠١٤، وتوصلت إلى عدة نتائج من أهمها: أن النخبة الإعلامية ترى أن أكثر وسائل الإعلام نقلاً للشائعات وخلقاً لها وترديداً لمحتواها كانت مواقع التواصل الاجتماعي تلتها المنتديات ومواقع الإنترنت الأخرى، وأن مصادر انتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي تمثلت في الحسابات الوهمية أو المستعارة التي تخصص في الهجوم على شخصية أو كيان ما. كما توصلت الدراسة إلى أن عدم ترديد الأخبار مجهولة المصدر إلا بعد التثبت منها يعد من أهم آليات محاصرة الشائعات غير مواقع التواصل الاجتماعي.

٤- دراسة (Li, 2016) بعنوان: تحميل نشر شائعات شبكة الانترنت وآليات المراقبة عمى وسائل التواصل ، الاجتماعي الصينية موقع (سيناويبو SinaWeibo) نموذجاً ^(٤): هدفت الدراسة إلى التحري عن موضوع نشر الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة العلاقة بين نشر الشائعات ونظام دحض الشائعات المستخدم في الصيني ، (سيناويبو SinaWeibo) ومعرفة سياسة الرقابة التي تتبعها الحكومة الصينية في السيطرة على نشر الشائعات. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت إلى نتائج منها انه يمكن الكشف عن ظهور (حساب Post -) مشتبه به وتحليل حساب احتمالية كونه شائعة ثم تضاف النتيجة وتعرض مع بقية المنشورات المشتبه بها على نظام رسمي لدحض الشائعات ليقرر فيما إذا كان ذلك المنشور يشكل شائعة أم لا، وبذلك يمكن للخوارزميات (الحمول الحاسوبية) الموضوعية للكشف عن الشائعات أن تكون أكثر دقة، ويصبح موضوع الكشف عن الشائعات ودحضها أقل اعتماداً على التدخل البشري وزيادة الاعتماد على النظام نفسه وفي الوقت ذاته وتقليل الفترة الزمنية التي تنتشر فيها الشائعة وبالتالي التقليل من آثارها.

٥- دراسة راند الكرناف (٢٠١٤) ^(٥) بعنوان : " تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية" هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الشائعات الإلكترونية وكيفية مكافحتها، ومعرفة الآثار الاجتماعية والاقتصادية والنفسية لها، ووضع تصور استراتيجي لمكافحتها على مواقع التواصل الاجتماعي ، وتوصلت الدراسة إلى أن الشائعة تساعد على نشر الخصومة، والبغضاء بين أفراد المجتمع وأنها تصل بالمجتمع إلى ذروة الاهتزاز، كما أكدت الدراسة أن المجتمع الذي يستمتع بالشفافية والصراحة يستطيع مواجهة الشائعة دون عناء لأن الحقيقة تقتل الشائعة في مهدها، وقدمت الدراسة عدداً من المقترحات التي تحد من الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لحماية المجتمع من أخطارها.

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

٦- سامي أحمد عابدين (٢٠١٤) ^(١) بعنوان : " الشائعات بين التحليل والمواجهة " هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم عام للشائعات، وأعراضها وأركانها وأنواعها وكيفية تحليلها ومواجهتها، وتوصلت الدراسة إلى أن الشائعات تسعى إلى تحقيق أغراض عديدة منها بلبلة الرأي العام، وتدمير الروح المعنوية، وإثارة الفرقة والعداء وتكدير الرأي العام، كذلك أوضحت الدراسة أن للشائعات أركاناً أساسية هي مروج الشائعة ومتلقى الشائعة ومضمون الشائعة.

٧- دراسة حمدان خضر سالم، رواء هادي صالح. (٢٠١٣) ^(٧): ويهدف هذا البحث تناول الجانب المتمثل بمسؤولية الصحافة الاجتماعية لاسيما ما يتعلق بالوظائف التي تؤديها في المجتمع. وانطلاقاً من هذه المسؤولية والدور الذي تلعبه، تم تحديد اثنين من أبرز الصحف العراقية اليومية والتي تجد لها حضوراً واضحاً لدى القراء. فكانت موضعاً للدراسة من خلال متابعة ما ينشر من مواد مختلفة عبر فترة زمنية مثلت المجال الزمني للبحث، ولقد حاول البحث الوقوف على الوظائف التي اسهمت هاتين الجريدتين في توفيرهما للقراء، كجزء من مسؤوليتها الاجتماعية. ومن خلال الجداول المرفقة مع البحث يمكن التعرف على ما قدمته صحف الدراسة وفق التسلسل الرتبي للنتائج والتي توضحت مع عرضها وتفسيرها.

كما وقفت الدراسة على التباين والتفاوت في كل من هذه الوظائف حيث اشترت عملية التحليل تفاوتاً واضحاً وصل في بعضها إلى حد اهمال بعض الوظائف. وهو ما مثل اختلالاً في التوازن الوظيفي. سيما وان اولى واجبات الصحافة هو تقديم المعلومات المتنوعة وتلبية رغبات القراء واشباع حاجاتهم المختلفة. لقد مثل البحث على الرغم من محدوديته محاولة للوقوف على أبرز الوظائف التي اسهمت في توفيرها صحافتنا وعدت ذلك بمثابة مقياس او مؤشر لمدى التزام الصحافة بمسؤوليتها الاجتماعية ازاء القراء ومدى قدرتها على خلق نوع من التوازن والتنوع الوظيفي بالشكل الي لا يظهر تفاوتاً بين الوظائف او تفضيلاً لوظيفة دون اخرى.

٨-دراسة بنجامين دور ومحمود فوز وتوبياس فريديريك (٢٠١٢) ^(٨) : بعنوان " تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار الشائعات مثل تويتر وفيس بوك". هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على اندلاع الثورات في بعض الدول العربية وأعمال الشغب في لندن، وتوصلت الدراسة إلى أن هذه الشبكات العنكبوتية تنقل المعلومات بطريقة سريعة جداً، وبين مجموعات قد تكون في ظاهرها غير متجانسة ولكن تجمع بينهم قواسم مشتركة من الاهتمامات، وأكدت الدراسة إلى أن هناك مواقع تسري منها الشائعات بشكل سريع أكثر من غيرها من المواقع الأخرى.

٩-يسرى زريقة، نورا علي البائع. ^(٩): يتناول البحث الحالي الشائعات وتأثيرها في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية السورية من وجهة نظر الصحفيين السوريين، وتكمن أهمية البحث في محاولة معرفة مدى إدراك الصحفيين لمفهوم الشائعات وأهدافها وأخطارها في المواقع الإخبارية السورية والتي أضحت اليوم حافلة بالكثير من الشائعات. واعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقيق أهداف البحث تم تصميم استبانة وتطبيقها على عينة من الصحفيين في المنطقة الساحلية 100 مفردة، وأظهرت النتائج : وجود علاقة ذات دلالة إحصائية للشائعات في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية السورية من وجهة نظر الصحفيين السوريين في المنطقة الساحلية، من خلال درجة اعتمادهم على الشائعات، ودرجة تعاملهم وادراكهم لمفهوم الشائعات وأهدافها وأهميتها وأخطارها على المجتمع.

١٠- دراسة أمير نامق عبدالله (٢٠١٢) ^(١٠) بعنوان : "الضغوطات المهنية على القائم بالاتصال وأثرها على السلوك المهني" ، دراسة ميدانية للعاملين في قناتي كوردسات وزاكروس الفضائيتين. سعت

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

الدراسة الى تحديد عوامل الضغط على القائم بالاتصال في القنوات الفضائية الكوردية بشكل عام وفي قناتي كوردسات و زاكروس بشكل خاص وكذلك معرفة الأثر الناجح عن ذلك والمتجسد في سلوكيات القائم بالاتصال في هاتين القناتين الى جانب معرفة إجراءات القائم بالاتصال للتخلص من هذه الضغوطات، فضلاً عن عوامل البيئة الصحفية ومساهمتها في هذه الضغوطات سلبياً أو ايجابياً.

ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة ما يلي:

١. هناك ضغوطات متنوعة وكثيرة تمارس على القائم بالاتصال في قناتي كوردسات و زاكروس الفضائيتين، في احيان كثيرة ولكنهم لا يستطيعون مواجهتها في الأوقات كلها.
٢. تتجسد هذه الضغوطات بأشكال مختلفة يمكن تحديد أبرزها بضغوطات سياسية وضغوطات إدارية وقانونية وضغوطات مهنية وضغوطات أخلاقية وضغوطات اقتصادية وأن حجم هذه الضغوطات متباين في مقداره ونتائجه على العاملين في قناتي كوردسات و زاكروس الفضائيتين.

١١- دراسة نسرين رياض عبدالله (٢٠١٢) ^(١١) بعنوان: "تأثير سمات بيئة العمل الصحفي على القائمين بالاتصال في الصحف المصرية والأردنية" دراسة تحليلية مقارنة في الفترة من ٢٠١٠ إلى ٢٠١١. سعت دراسة الى تحديد أهم سمات بيئة العمل الصحفي في مصر والأردن والتعرف على السمات المؤثرة على القائمين بالاتصال في الصحف المصرية والأردنية وطبيعة تأثيرها خلال الفترة الممتدة من ٢٠١٠-٢٠١١، ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة أن القائم بالاتصال يحتاج الى أكبر هامش ممكن من الحرية لمتابعة الأحداث اليومية والمستجدات المستمرة بما يتطلبه ذلك من المرونة والإبداع في ممارسة المهنة، إذ كلما زادت فرص الإبداع فإن الأمر يتطلب كفاية اليد الأمنية للسلطات الحكومية عن التدخل في أولويات العمل الصحفي.

١٢- دراسة وسام كمال محمود الحنبلي (٢٠١١) ^(١٢) بعنوان: "العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية". هدفت الدراسة الى التعرف على تأثير خصائص الانترنت والجمهور المصري على العمل المهني للقائم بالاتصال في المواقع المصرية الالكترونية والتعرف على سمات القائمين بالاتصال والخبرات المهنية للقائمين بالاتصال، وايضا سمات بيئة العمل داخل المواقع الالكترونية، وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها:

١. تفوق عدد الذكور عن عدد الاناث في العدد الكلي للمبحوثين عينة الدراسة التي بلغت (٧٢) فرداً بلغت نسبة الذكور (٧١%) ونسبة الاناث (٢٩%).
٢. ملاحظة ان هناك تنوعاً في الخبرات السابقة التي كونها المحررون في المواقع عينة الدراسة من خبراتهم في الصحف المطبوعة.
٣. ان من اكثر الشروط المؤهلة للتعيين في المواقع عينة الدراسة توفر الحس الصحفي اكثر من اشتراط اجازة المهارات التكنولوجية و انتاج الوسائط المتعددة.
٤. قلة النظر لمصداقية الاعلام الالكتروني مقارنة بمصداقية الصحف المطبوعة.

١٣- دراسة محمد عبود مهدي. ٢٠١١ ^(١٣): يهدف البحث الى معرفة المسؤوليات الاجتماعية التي مارسها الصحفيون العراقيون خلال مدة البحث ودرجة تفاعلها مع الجمهور المطالب بالإصلاحات والتغيير، وشمل البحث الصحفيين العراقيين الذين يعملون في جريدتي الزمان والصبح ومن الذين يمارسون عملاً تحريرياً ومضى على عملهم الصحفي اكثر من سنتين، واستخدم الباحث أدوات منها الملاحظة البسيطة والاستبانة أدوات رئيسة لجمع البيانات تبين ان اكثر

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات(دراسة ميدانية)

الصحف استجابة هي جريدتا الزمان والصبح، وقد تبين للباحث ان مقدار التطور الذي حصل في مجال المسؤوليات الصحفية بعد ثمان سنوات من التغيير كان محدوداً ولم يرق بعد الى مستوى الطموح ولأسباب عدة اهمها غياب العوامل المنظمة للعمل الصحفي وان المواد الدستورية التي تكفل حرية الراي والتعبير وحرية الصحافة لم تفعل بدرجة كبيرة.

١٤-دراسة نرمين زكريا خضر (٢٠٠٨)^(١٤) بعنوان: " اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية في الألفية الثالثة". سعت هذه الدراسة إلي الكشف عن رؤية ومدركات القائمين بالاتصال في الصحف المصرية لمفهوم الحرية والمسؤولية، من خلال التطبيق علي عينه من الصحفيين قوامها (١٠٠) مفردة من الأهرام، والوفد، والمصري اليوم، وأكدت النتائج علي أن اعتماد القائم بالاتصال علي مصادر المعلومات ذات المصدقية، وتوازن المصادر يعتبر مرادفاً لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وأشارت الدراسة إلي الضغوط التي تفرضها المصادر الإخبارية الرسمية تجاه بعض القضايا والموضوعات الهامة فضلا عن غياب الشفافية والمصدقية من جانبها.

١٥- دراسة ماجدة مراد (٢٠٠٧)^(١٥) بعنوان " العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الاخبار في الأذاعة المصرية"، والعوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي والامكانيات المتاحة للقائم بالاتصال، وقد اظهرت الدراسة وجود علاقة دالة احصائيا بين اختيارات القائم بالاتصال للقيم الخيرية وحدود الحرية المتاحة له حيث يرتبط الخبر بخطة المؤسسة ايجابيا وبالرقابة الذاتية سلبيا، وثبت وجود علاقة ارتباطية بين مستوى مكانة الاخبار الاذاعية ودرجة رضا القائم بالاتصال عن ظروف اداء العمل، اما مركز التأثير الاول في عملية صناعة الاخبار هو: رئيس الجمهورية يليه مجلس الوزراء. اما وسائل الاعلام فتأتى في المرتبة الثالثة يليها السلطة التشريعية ممثلة في مجلس الشعب والشورى، كما جاء اهتمام الجمهور المصري على قمة معايير الاهتمام الخبري لدى القائم بالاتصال. كما ان راتب القائم الذي لا يتناسب مع جهده المبذول هو من اكثر عوامل عدم رضا القائم بالاتصال اضافة الى محدودية فرص الترقى، وتمثلت محددات الحرية التي يعمل القائم خلالها في ما تراه سياسة الدولة مناسبا.

١٦- دراسة (Randal Beam) (٢٠٠٦)^(١٦): بعنوان: " العلاقة بين أولويات الأهداف التنظيمية ودرجة الرضا الوظيفي لدى المحررين بالصحف الأمريكية". حيث أكدت الدراسة مدى إدراك المحررين والعاملين في الصحف الصادرة في الولايات المتحدة بأن الإدارة تعلي من شأن الأهداف والقيم الاقتصادية على حساب الجوانب المهنية" و"الإنسانية" وأن ذلك يعد من أهم عوامل تراجع معدلات الرضا الوظيفي لدى العاملين في هذه الصحف. ويؤكد الباحث من خلال دراسته على حقيقة في غاية الأهمية مؤداها أن تحقيق درجة من التوازن بين "الأهداف الاقتصادية" للإدارة، " والأهداف المهنية والإنسانية" كفيل بنجاح هذه الإدارة في تحقيق أهدافها.

١٧-دراسة الباحثان (Al Tompkins , Jane Singer 2004)^(١٧) بعنوان: " إعادة التنشئة الاجتماعية للصحفيين في الصحف المطبوعة". حيث أكدت الدراسة أن زيادة توجه إدارة المؤسسات الصحفية في الغرب الأمريكي نحو الأخذ بالنماذج الاقتصادية كان من شأنه تراجع معدلات الرضا الوظيفي لدى العاملين بهذه الصحف، الأمر الذي يتطلب من وجهة نظرهما ضرورة التفكير جدياً في إعادة التنشئة الاجتماعية للصحفيين، لضمان توافقهم مع النماذج الجديدة، حتى لا تنهار أو ضاع هذه المؤسسات، وقد طالب الباحثان بضرورة تحقيق نوع من التوازن بين

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات(دراسة ميدانية)

المتطلبات الاقتصادية وبين القيم والاعتبارات المهنية، لضمان تهيئة مناخ وبيئة عمل مواتية تساعد في تحقيق أهداف المؤسسة.

١٨- دراسة Raluca Cozma (٢٠٠٣) ^(١٨) والتي استهدفت التعرف علي تأثير المصدر على تقييم المتلقين لمصادقية وأهمية الرسالة التي تتضمن أخباراً حول موضوعات مهمة وذلك من خلال استخدام المنهج التجريبي علي عينه قوامها "٩٨" مبحوثاً من طلاب كلية الاتصال الجماهيري بولاية لوزيانا الأمريكية وخلصت الدراسة إلي وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في تقييم المبحوثين لمصادقية وأهمية الأخبار تبعاً لاختلاف المصدر، حيث قيم المبحوثون القصص الإخبارية المستقاة من مصادر متعددة (حكومية، رجال أعمال، خبراء) بأنها أكثر مصادقية وأهمية من تلك القصص الإخبارية المستقاة من مصادر حكومية فقط.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

١. تطوير مدارك الباحث بشأن متغيرات الدراسة، وتعميق الرؤية المنهجية لديه، وذلك فيها يتعلق ببلورة المشكلة البحثية، ووضع التساؤلات والفروض والمناهج ولأدوات المناسبة، وإفادة في تحديد النظرية الملائمة لموضوع الدراسة وكيفية تطبيقها.
٢. ساعدت الباحث في معرفة أهم المراجع العربية التي يمكن الاستعانة بها في البحث.
٣. تحديد موقع البحث من البحوث السابقة، وكيف سيضيف البحث الحالي للمعرفة القائمة.
٤. تحديد الجوانب التي أغفلتها الدراسات السابقة من أجل البحث فيها حتى يمكن لهذه الدراسة أن تضيف شيئاً.
٥. ساعدت الدراسات السابقة الباحث في وضع المقاييس الخاصة بمتغيرات الدراسة بما يتلاءم مع طبيعة البحث الحالي.
٦. مقارنة النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة بنتائج الدراسة الحالية، ومعرفة مدى الاتفاق أو الاختلاف بينها.

سادساً: مصطلحات الدراسة:

١. القائم بالاتصال:

هو شخص ضمن فريق عمل ينتمي الى احدى المؤسسات الصحفية ويضطلع بمسؤوليات في صنع وانتاج الرسالة الاتصالية، ويكون دوره في هذا العمل دوراً مباشراً من خلال الحلقات المختلفة، لعمليات صنع الرسالة الاتصالية، بدءاً من وضع الفكرة او السياسة العامة ومراحل الصياغة المختلفة لها، واخراجها وتقديمها للجمهور المتلقي بهدف التأثير عليه. ^(١٩)

٢. المسؤولية الاجتماعية:

وهي التزام الصحافة بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته، إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع.

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

٣. الشائعات :

هي نشر لخبر مختلق لا أساس له في الواقع ، أو يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة .

سابعاً: مجتمع الدراسة

ان تحديد الباحث لمجتمع دراسته يعد خطوة أخرى مكملة للمضي في عملية البحث على وفق خطوات منسقة ومتكاملة، وتشمل حدود البحث ثلاث مجالات اساسية هي:

- ١- المجتمع البشري: القائمين بالاتصال في الصحف المصرية.
- ٢- المجتمع المكاني: تعد مصر المجال المكاني للبحث، القائمين بالاتصال في بعض الصحف القومية والخاصة وبعض المواقع الالكترونية.
- ٣- المجتمع الزمني: استغرق العمل الميداني الذي قام به الباحث في توزيع الاستمارة على القائمين بالاتصال في الصحف المصرية، وإجراء المقابلات مع القائمين بالاتصال في خلال شهر، وهي المدة الواقعة بين ٢٠١٨/١/١ الى ٢٠١٨/١/٣١.

ثامناً: منهج الدراسة :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي لا تعني مجرد تقديم المعلومات عن الجوانب الخاضعة للدراسة فحسب بل تتعدى ذلك إلى استخلاص الدلالات منها تبعاً لهدف البحث. وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey Method داخل إطار هذا المنهج واعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة، وذلك لصعوبة إجراء المسح الشامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة . ويتيح استخدام منهج المسح مسحة الظاهرة الإعلامية إذ تتجسد في هذه الدراسة بالقائمين بالاتصال في الصحف المصرية ، وما يتصل بذلك من موضوعات وطريقة العرض. وقد اعتمد الباحث أداة استمارة الاستبيان التي تعد احدي أفضل الأساليب المتبعة في الدراسات الإعلامية ضمن المنهج الوصفي، والاستبيان هو من أدوات جمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة، وتحتوى عادة على عدد من الاسئلة والتي يتم ترتيبها بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على اشخاص معينين لتعبئتها. (٢٠) واستخدم الباحث اسلوب الاستبيان المباشر على القائمين بالاتصال في الصحف المصرية.

عاشراً: عينة الدراسة

توصيف عينة الدراسة:

جدول (١)

يوضح توزيع الصحفيين عينة الدراسة الميدانية طبقاً للنوع

الاستجابات		النوع
%	ك	
٥٣%	٤٥	ذكر
٤٧%	٤٠	أنثى
١٠٠%	٨٥	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق أن:

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

جاءت عينة الدراسة متمثلة في عدد ٤٥ ذكور بنسبة ٥٣% من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاء الإناث ٤٠ انثى بنسبة ٤٧% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (٢)

يوضح توزيع الصحفيين عينة الدراسة الميدانية طبقا المرحلة العمرية

الاستجابات		المرحلة العمرية
%	ك	
٣٤.١%	٢٩	من ٢٠ : ٣٠
٣٦.٥%	٣١	من ٣١ : ٤٠
٢٠%	١٧	من ٤١ : ٥٠
٩.٤%	٨	من ٥٠ : فأكثر
١٠٠%	٨٥	الإجمالي

جاءت عينة الدراسة متمثلة في المرحلة العمرية من ٢٠ : ٣٠ عدد ٢٩ بنسبة ٣٤.١% من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت في المرحلة العمرية من ٣١ : ٤٠ عدد ٣١ بنسبة ٣٦.٥% من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت في المرحلة العمرية من ٤١ : ٥٠ عدد ١٧ بنسبة ٢٠% من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت في المرحلة العمرية من ٥٠ : فأكثر عدد ٨ بنسبة ٩.٤% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (٣)

يوضح توزيع الصحفيين عينة الدراسة الميدانية طبقا لعضو يتهم بنقابة الصحفيين

الاستجابات		عضو نقابة الصحفيين
%	ك	
٥٤.١%	٤٦	نعم
٤٥.٩%	٣٩	لا
١٠٠%	٨٥	الإجمالي

جاءت عينة الدراسة متمثلة في الحاصلين على عضوية نقابة الصحفيين عدد ٤٦ بنسبة ٥٤.١% من إجمالي عينة الدراسة، بينما غير المشتركين يمثلون نسبة ليست بالقليلة عدد ٣٩ بنسبة ٤٥% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (٤)

يوضح توزيع الصحفيين عينة الدراسة الميدانية طبقا للمؤهل العلمي

الاستجابات		المؤهل العلمي
%	ك	
٥٧.٦%	٤٩	صحافة وإعلام
٤٢.٤%	٣٦	غير ذلك
١٠٠%	٨٥	الإجمالي

جاءت عينة الدراسة متمثلة في الحاصلين على المؤهل العلمي "صحافة وإعلام" عدد ٤٩ بنسبة ٥٧.٦% من إجمالي عينة الدراسة، بينما غير الحاصلين يمثلون نسبة أيضاً ليست بالقليلة عدد ٣٦ بنسبة ٤٢.٤% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (٥)

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

يوضح توزيع الصحفيين عينة الدراسة الميدانية طبقاً للمسمى الوظيفي

الاستجابات		المسمى الوظيفي
%	ك	
٤.٧%	٤	رئيس تحرير
١٠.٦%	٩	سكرتير تحرير
١٧.٦%	١٥	رئيس قسم
٤٧.١%	٤٠	صحفي
٢٠%	١٧	مراسل
١٠٠%	٨٥	الإجمالي

جاءت عينة الدراسة متمثلة في المسمى الوظيفي الذين يعملون بمنصب رئيس تحرير عدد ٤ بنسبة ٤.٧% من إجمالي عينة الدراسة، بينما الذين يعملون بمنصب سكرتير تحرير جاء عددهم ٩ بنسبة ١٠.٦% من إجمالي عينة الدراسة، وجاء الذين يعملون بمنصب رئيس قسم عددهم ١٥ بنسبة ١٧.٦% من إجمالي عينة الدراسة، بينما الذين يعملون بمنصب صحفي جاء عددهم ٤٠ بنسبة ٤٧.١% من إجمالي عينة الدراسة، والذين يعملون بمنصب مراسل جاء عددهم ١٧ بنسبة ٢٠% من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (٦)

يوضح توزيع الصحفيين عينة الدراسة الميدانية طبقاً لسنوات الخبرة الصحفية

الاستجابات		سنوات الخبرة الصحفية
%	ك	
٢٧.١%	٢٣	من ٢ : ٥
٢٤.٧%	٢١	من ٦ : ١٠
١٨.٨%	١٦	من ١١ : ٢٠
٢١.٢%	١٨	من ٢١ : ٣٠
٨.٢%	٧	من ٣١ : فأكثر
١٠٠%	٨٥	الإجمالي

جاءت سنوات الخبرة الصحفية لعينة الدراسة من ٢ : ٥ سنوات عدد ٢٣ بنسبة ٢٧.١% من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت سنوات الخبرة الصحفية من ٦ : ١٠ سنوات عدد ٢١ بنسبة ٢٤.٧% من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت من ٢١ : ٣٠ سنة عدد ١٨ بنسبة ٢١.٢% من إجمالي عينة الدراسة، وجاءت من ٣١ سنة: فأكثر عدد ٧ بنسبة ٨.٢% من إجمالي عينة الدراسة.

الحادي عشر : إجراءات الصدق والثبات لاستمارة الاستبيان:

ولكي يطمئن الباحث إلي عدم تسرب الخطأ في أي مرحلة من مراحل الدراسة، أخذ في الاعتبار مدي توافر الصدق والثبات في جميع مراحل الدراسة، وفيما يلي توضيح ذلك:
(أ) اختبار الصدق:

هناك وسائل عدة لقياس صدق الاستبيان، وقد استخدم الباحث الصدق الظاهري الذي يقوم على أساس الفحص المبدئي لفقرات الاستبيان ومدى الاتساق الداخلي لها، وهذا ما تم عمله من خلال عرض

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات(دراسة ميدانية)

الاستمارة المقترحة على عدد من الأساتذة في مجالات الإعلام والاتصال، اعتمدت نسبة اتفاق (٨٠%) فما فوق لتقدير مدى صلاحية الفقرة أو رفضها. وبعد مراجعة الخبراء لصحيفة الاستبيان أدخلت بعض التعديلات عليها على وفق ملاحظات الخبراء والمحكمين، حيث عدلت بعض الأسئلة غير الواضحة، وتم تكميم بعض الأسئلة المفتوحة وحذف عدد من الفقرات وإضافة أخرى. وفي ضوء هذه الملاحظات خرج الباحث بالاستمارة النهائية، وأصبحت جاهزة لتطبيق الإجراءات الميدانية.

(ب) اختبار الثبات:

اعتمد الباحث في إيجاد الثبات لأداة بحثه على طريقة إعادة الاختبار (TEST-RETEST)، وقد تم ذلك من خلال اختيار عينة عشوائية بلغ تعدادها (٨) مبحوثا بنسبة ١٠% من حجم العينة (٨٥)، اختيروا بطريقة عشوائية من مجتمع البحث، وكانت المدة بين الاختبار الأول والثاني أسبوعين، وقد أظهرت النتائج أن درجة الاتفاق بالنسبة لجميع الأسئلة التي قيس ثباتها تتراوح بين درجة ٠.٨٥ كحد أدنى ودرجة ٠.٩٣ كحد أعلى، وهي درجة ثبات مرتفعة جدًا.

الثاني عشر: الأساليب الإحصائية المستخدمة في البحث:

بعد الانتهاء من جمع بيانات البحث الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical " SPSS Package for the Social Science، وتم اللجوء إلي المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات البحث:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
٣. اختبار (T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
٤. تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف - اختصارًا - باسم (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
٥. الاختبارات البعدية (PostHoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف - اختصارًا - باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائية بينها.

الثالث عشر: الاطار المعرفي للدراسة:

نظرية المسؤولية الاجتماعية Social Responsibility :

اعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية والتي تعنى بمجموعة المهام التي يجب أن تلتزم بتأديتها الصحافة أمام المجتمع في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية شريطة أن يتوفر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والرأي العام والمصلحة العامة^(٢١).

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

وعلى الرغم من تلك النظرية تقوم على مفهوم الحرية إلا أنها تحدد ما ينبغي على وسائل الإعلام فعله، والشخص الذي يعتقد في نظرية المسؤولية الاجتماعية ويؤمن بها يضع في اعتقاده التام أن الصحفيين لن يقوموا بعملهم بشكل جيد إلا إذا ذُكروا دائماً بواجباتهم الملقة عليهم^(٢٢).

مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية:

- تتلخص المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في جملة المبادئ التالية^(٢٣)
- ينبغي على الصحافة والإعلام بوسائلها المختلفة أن تسهم في التزامات معينة تجاه المجتمع.
- يمكن لوسائل الإعلام أن تعمل وفق المنطق المجتمعي وأن تقوم بالالتزامات الملقة على عاتقها عبر احترام المعايير المهنية لنقل المعلومات كالدقة والاتزان والموضوعية وغيرها على اعتبار أنها أداة بناء لا هدم.
- على وسائل الإعلام أن تبادر وتعمل على تنظيم نفسها.
- يتوجب على وسائل الإعلام أن تتجنب نشر ما يشجع على الجريمة والعنف والفضى الاجتماعية.
- على الصحافة أن تحترم التعددية وأن تعكس حرية تنوع الآراء وان تحترم حق الرد.
- من حق المجتمع على الصحافة أن تلتزم بأداء الوظائف المنوطة بها وأن تحافظ على المعايير المهنية خلال أدائها لوظائفها.
- ومن المبادئ أيضاً^(٢٤)
- ممارسة النقد البناء.
- نشر أهداف المجتمع وقيمه وثقافته.
- العمل على نشر أهداف المجتمع وخططه التربوية والتعليمية والاقتصادية.
- العمل على ضمان احترام حقوق الفرد الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية.
- وضع المعلومات أمام المواطنين وعدم إخفائها إلا لأغراض أمن المجتمع والدولة.
- إعطاء الفرد حقه في الحصول على المعلومات وعدم التستر عليها وعد تزويده بمعلومات كاذبة او منقوصة.

وتستخدم هذه النظرية مدخلا في الدراسة للبحث عن دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات وذلك بالبحث في أخلاقيات المهنة وقواعد السلوك. ويمكن تقسيم المسؤولية الاجتماعية للإعلاميين كالتالي:

١. مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع العام
- تتحقق عبر إتاحة المعلومات والعمل على عدم إلحاق الضرر بالآخرين.
٢. مسؤولية الإعلامي تجاه مجتمعه المحلي
- تتحقق عبر نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد من مثل وقيم وأداء الرسالة الصحفية بطريقة لا تقلل من ثقة الجمهور بالصحافة.
٣. مسؤولية الإعلامي تجاه نفسه
- تتحقق عبر أداء الرسالة بأقصى قدر من الأمانة والصدق والمسؤولية وبما يتواءم ومصصلحة المجتمع.

يتم تطبيق مدخل المسؤولية الاجتماعية في هذه الدراسة من خلال:

دراسة المسؤولية الاجتماعية للقائم بالاتصال في الصحف المصرية، من خلال الممارسات المهنية للصحفيين في تغطيتهم للأحداث، وكذلك مسؤولية الصحفي نفسه تجاه المصادقية من خلال أداء

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

الرسالة الصحفية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والموضوعية لما يعتقد انه في صالح المجتمع ومعرفة انواع السلوك التي يجب مراعاتها من جانب الصحفيين للالتزام بميثاق الشرف الإعلامي أو بمعنى آخر منظومة القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الصحفيين في اداء وظائفهم. وتم تطبيق مدخل المسؤولية الاجتماعية على الصحفيين اثناء عقد جلسات النقاش لرصد رؤيتهم لوظائف الصحف في المجتمع ورؤيتهم لدورهم تجاه الحد من الشائعات.

استفاد الباحث من مدخل المسؤولية الاجتماعية في المسؤولية الاجتماعية للقائمين بالاتصال في الصحف المصرية تجاه الشائعات والذي يعد القائم بالاتصال المسئول الرئيسي عنها وذلك من خلال رصد أوضاع القائمين بالاتصال عينة الدراسة في الصحف وسياسة الصحيفة التي يتبعون لها وتأثير أوضاعهم ومشكلاتهم وعلاقتهم برؤسائهم ومدى ادراكهم لمفهوم الشائعات.

الشائعات:

التعريف اللغوي للشائعات:

الشائعة هي الشاعة أي الأخبار المنتشرة ، وهي جمع شائع، مادة "شيع" جاء في لسان العرب لابن منظور: شاع الشيب: انتشر، وشاع الخبر: ذاع، والشاعة الأخبار المنتشرة، ورجل شياح: أي مشياح لا يكتم سرًا^(٢٥)، وعرفها الأصفهاني في المفردات في غريب القرآن تحت مادة شيع، الشياح: الانتشار والتقوية ، يقال شاع الخبر أي كثر وقوى، وشاع القوم: انتشروا وكثروا^(٢٦)، أما المعجم الوسيط فقد أورد كلمة الشائعة والإشاعة وعرف الإشاعة : بأنها الخبر ينتشر غير مثبت منه، أما الشائعة فهي الخبر ينتشر ولا تثبت فيه^(٢٧)، وعرفها البورت، وبوستمان: الشائعة كل قضية أو عبارة نوعية قابلة للتصديق وتتناقل من شخص إلى آخر بالكلمة المنطوقة وذلك دون أن تكون هناك معايير للصدق^(٢٨).

ثانياً: وظائف الشائعات

١- الوظيفة الأساسية للشائعة هي إذكاء روح ومشاعر القلق أو الخوف أو الرعب أو الشك أو التوترات العاطفية أو الشك لدى الجمهور المستهدف في وقت محدد وفي حالة وجود موقف غامض خاصة في أوقات الأزمات والكوارث الطبيعية والحروب، والرضاء والكساد الاقتصادي، وهي الظروف التي تسهم في إنتاج وترويج الشائعات.

٢- التنفيس: يمكن للشائعة أن تساعد على التنفيس عن مشاعر القلق أو الخوف أو الرعب أو الشك أو التوترات العاطفية من خلال وظائفها الفرعية الأخرى: الشرح، التبرير، التفسير، التخفيف، الإسقاط، بما يساعد على مواجهة المواقف الطارئة والأزمات وبصورة تؤدي من خلال توفير فرص الحل لتماسك المجتمع ورفع الروح المعنوية، فالشائعات كما يقول الدكتور لويس كامل مليكة في كتابه سيكولوجية الجماعات والقيادة^(٢٩) تساعد على التنفيس عن التوترات الانفعالية التي يعاني منها الأفراد، فالفرد قد يصدق الإشاعات التي تدور حول خسائر الحرب، كي تشرح له أسباب توتره وقلقه.

٣- الرغبة في الظهور: وهناك وظيفة أخرى للشائعة وهي الرغبة النفسية للأفراد من خلال جذب الانتباه عن طريق الظهور بمظهر العالم ببواطن الأمور، ومنا ما يتمثل في مجرد الرغبة في نقل ما يحب الآخرين سماعه من أمور أو فضائح أو جرائم، ومنها مجرد الرغبة في وصل الحديث عن طريق تكرار ما سبق سماعه من مصادر أخرى ومنها أيضاً الرغبة في الظهور بمظهر معين أمام الآخرين^(٣٠).

٤- المساعدة على فهم الواقع الغامض: فالإنسان منذ اقدم العصور يتساءل ما الحقيقة وما الواقع، والطفل في سن مبكرة يحاول أن يحصل على إجابات متعددة عن اسئلته التي تبدأ بلماذا؟ ويتعلم عن طريق ما يروى أمامه من والديه أو من المصادر الأخرى بأنماط مختلفة عن: يقولون، سمعت اليوم، أظن، تقول الإذاعة كذا، يقول التلفزيون كذا، سمعت من جارنا أن. وبهذا تكون الشائعة لون من ألوان خلق الرموز، كما أنها نوع من أنواع الحياة الخيالية، يقول

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

روبرت ناب "تقول الشائعة عن الرغبة في تفسير العالم تفسيراً ذا معنى، وكذا من الرغبة في نفس الوقت في إرضاء النزعات الإنسانية إذ التغيير عنها". فوظيفة الشائعة هي التعبير العاطفي، والتفسير الإدراكي، وهي تعيش على الغموض وعلى النزعات الحادة".^(٣١).

وسائل خلق الشائعات:

١. ممارسات إعلامية خاطئة سواء بقصد أو دون قصد، وتساهم في تكوين الشائعة مثل: - الاعتماد على مصادر مجهولة وغير معلنة.
٢. الاعتماد على مصادر ثانوية في المعلومات، وتكوين الخبر..
٣. عدم التوازن في المادة الإعلامية كقيام القائم بالاتصال بعرض وجهة نظر طرف دون الطرف الآخر.
٤. استخدام أسلوب الإيحاء والتلميح، والذي يؤدي إلى قيام المتلقي بالتخمين والتوقع مما يؤدي إلى اختلاق الشائعات.
٥. الإثارة في العناوين، والتي قد تختلف مع مضمون الخبر.
٦. الترويج لخبر مختلق، يتم تعليقه بطريقة قابلة للاستهلاك من طرف الرأي العام، من خلال قالب المبالغة والتهويل في التشويه والتلاعب بالحقيقة بهدف التأثير، تحقيقاً لأغراض سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو حربية على النطاق المحلي، الإقليمي أو العالمي برمته، لإدخال الجماهير على نحو غير محسوس في الوعي الجماعي
٧. الإضرار، أو الابتزاز:
٨. قيام بعد الشركات المتنافسة بنشر شائعات مجهولة المصدر بهدف الإضرار بالآخر.
٩. قيام بعض الأشخاص بنشر معلومات أو وثائق بهدف الانتقام الشخصي من أفراد أو شركات ومؤسسات سبق لهم العمل فيها.
١٠. انتحال الشخصيات: فيقوم الكثير من الأشخاص بفتح حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي بأسماء مشاهير واستغلالها في الإساءة لهم ونشر تصريحات أو تغريدات محل انتقاد بهدف تشويه السمعة أو التشفي، ويظهر هذا الأثر السلبي جلياً مع ازدياد الاعتماد على وسائل الإعلام المقرؤوة والمرئية والمسموعة على حسابات المشاهير عبر وسائل التواصل الشخصي كمصدر للأخبار والتصريحات، ففي أحيان كثيرة لا يكون رواج نفي الشائعة أو تكذيبها بقدر رواجها، وقد يمتد هذا الأثر لمدة طويلة.
١١. عدم تحري الدقة والأمانة: نتيجة عدة عوامل مثل: البحث عن الإثارة، والتغليب العاطفة، وعدم الوعي الكافي بالعواقب الوخيمة التي قد تترتب على الشائعات والأكاذيب.

ثانياً : نتائج الدراسة الميدانية

جدول (٧)

يوضح أسباب الالتحاق بالعمل الصحفي

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		أسباب الالتحاق
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	.932	2.01	43.5	37	14.1	12	42.4	36	لأنه يوفر مكانة اجتماعية مرموقة لمن يعمل به
٢	.880	1.85	31.8	27	21.2	18	47.1	40	لأنه يوفر مستوى معيشة مناسباً
٣	.731	1.56	14.1	12	28.2	24	57.6	49	يتناسب مع مؤهلي الدراسي

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		أسباب الالتحاق
			%	ك	%	ك	%	ك	
٤	.547	1.47	2.4	2	42.4	36	55.3	47	لأنه العمل الوحيد الذي أتيج لي
٥	.695	1.41	11.8	10	17.6	15	70.6	60	للدور المهم الذي تلعبه الصحافة في المجتمع
٦	.515	1.26	3.5	3	18.8	16	77.6	66	لأنه يتفق مع قدراتي ومهاراتي

جاءت أهم أسباب الالتحاق بالعمل الصحفي في المرتبة الأولى لأنه يوفر مكانة اجتماعية مرموقة لمن يعمل به بمتوسط قدره 2.01 و انحراف معياري 0.932 ، في المرتبة الثانية (لأنه يوفر مستوى معيشة مناسباً) بمتوسط قدره 1.85 و انحراف معياري 0.880 ، في المرتبة الثالثة (يتناسب مع مؤهلي الدراسي) بمتوسط قدره 1.56 و انحراف معياري 0.731 ، في المرتبة الرابعة (لأنه العمل الوحيد الذي أتيج لي) بمتوسط قدره 1.47 و انحراف معياري 0.547 ، في المرتبة الخامسة (للدور المهم الذي تلعبه الصحافة في المجتمع) بمتوسط قدره 1.41 و انحراف معياري 0.695 ، وأخيراً جاء في المرتبة السادسة (لأنه يتفق مع قدراتي ومهاراتي) بمتوسط قدره 1.26 و انحراف معياري 0.515 .

جدول (٨)

يوضح اتجاهات القائمين بالاتصال نحو العمل الصحفي

ت	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	.781	2.48	65.9	56	16.5	14	17.6	15	عند إتمامي لمهام عملي أشعر بتحقيق ذاتي
٢	.878	2.33	60.0	51	12.9	11	27.1	23	أقابل بعدم التشجيع أو التقدير في موقعي الصحفي من جانب بعض الزملاء
٣	.857	2.29	55.3	47	18.8	16	25.9	22	موقعي الصحفي يتيح لي تحقيق آمالي
٤	.893	2.19	50.6	43	17.6	15	31.8	27	أشعر أنني لا أقدم شيئاً هاماً للمجتمع من خلال ما أقوم به في الصحيفة
٥	.831	2.11	40.0	34	30.6	26	29.4	25	أشعر أن ما أقوم به غير مهم في تحقيق أهداف الصحيفة التي أعمل بها
٦	.880	1.85	31.8	27	21.2	18	47.1	40	لا يقدر رئيسي قيمة الجهد الذي أبذله
٧	.708	1.69	14.1	12	41.2	35	44.7	38	رئيسي يقدر أهميتي في العمل

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	ت
	ك	%	ك	%	ك	%			
أشعر بقيمتي حين أنجز مهامي الصحفية	54	63.5	24	28.2	7	8.2	1.45	.646	٨

جاءت اتجاهات القائمين بالاتصال نحو العمل الصحفي في المرتبة الأولى عند إتمامي لمهام عملي أشعر بتحقيق ذاتي بمتوسط قدره 2.48 وانحراف معياري 0.781 ، في المرتبة الثانية أقابل بعدم التشجيع أو التقدير في موقعي الصحفي من جانب بعض الزملاء بمتوسط قدره 2.33 وانحراف معياري 0.878 ، في المرتبة الثالثة موقعي الصحفي يتيح لي تحقيق آمالي بمتوسط قدره 2.29 و انحراف معياري 0.857 ، في المرتبة الرابعة أشعر أنني لا أقدم شيئاً هاماً للمجتمع من خلال ما أقوم به في الصحيفة بمتوسط قدره 2.19 وانحراف معياري 0.893 ، في المرتبة الخامسة أشعر أن ما أقوم به غير مهم في تحقيق أهداف الصحيفة التي أعمل بها بمتوسط قدره 2.11 وانحراف معياري 0.831 ، في المرتبة السادسة لا يقدر رئيسي قيمة الجهد الذي أبذله بمتوسط قدره 1.85 وانحراف معياري 0.880 ، في المرتبة السابعة رئيسي يقدر أهميتي في العمل بمتوسط قدره 1.69 وانحراف معياري 0.708 ، في المرتبة الثامنة أشعر بقيمتي حين أنجز مهامي الصحفية بمتوسط قدره 1.45 و انحراف معياري 0.646 .

جدول (٩)

يوضح سياسة المؤسسة الصحفية التابع لها عينة الدراسة في تناول الأخبار غير الصحيحة

الترتيب	الاستجابات		النوع
	ك	%	
١	٤١	٤٨.٢	توافق أحياناً
٢	٣٢	٣٧.٦	لا توافق
٣	١٢	١٤.٢	توافق
	٨٥	١٠٠%	الإجمالي

جاءت سياسة المؤسسة الصحفية التابع لها عينة الدراسة في تناول الأخبار غير الصحيحة في المرتبة الأولى توافق أحياناً بنسبة ٤٨.٢ % ، في المرتبة الثانية لا توافق بنسبة ٣٧.٦ % ، في المرتبة الثالثة توافق بنسبة ١٤.٢ % .

جدول (١٠)

يوضح مدى اعتماد القائمين بالاتصال على الشائعات في المجال الصحفي

الترتيب	الاستجابات		النوع
	ك	%	
١	32	37.6	لا اعتمد اطلاقاً
٢	28	32.9	أحياناً

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

دائماً	25	29.4	٣
الإجمالي	٨٥	١٠٠%	

جاء اعتماد القائمين بالاتصال عينة الدراسة على الشائعات في المجال الصحفي في المرتبة الأولى لا أعتمد اطلاقاً بنسبة 37.6% ، في المرتبة الثانية أحياناً بنسبة 32.9% ، في المرتبة الثالثة دائماً بنسبة 29.4% .

جدول (١١)

يوضح مدى تحقق القائمين بالاتصال عينة الدراسة من صحة المعلومات قبل النشر

الترتيب	الاستجابات		النوع
	%	ك	
١	43.5	37	أحياناً
٢	31.8	27	دائماً
٣	24.7	21	لا أتتحقق
الإجمالي	١٠٠%	٨٥	

جاء تحقق القائمين بالاتصال عينة الدراسة من صحة المعلومات قبل النشر على الشائعات في المجال الصحفي في المرتبة الأولى أحياناً بنسبة 43.5% ، في المرتبة الثانية دائماً بنسبة 31.8% ، في المرتبة الثالثة لا أتتحقق بنسبة 24.7% .

جدول (١٢)

يوضح اطلاع القائمين بالاتصال عينة الدراسة على موثيق الشرف الإعلامي

الترتيب	الاستجابات		العبارات
	%	ك	
١	58.8	50	لا
٢	41.2	35	نعم
الإجمالي	١٠٠%	٨٥	

جاء عدم اطلاع القائمين بالاتصال عينة الدراسة على موثيق الشرف الإعلامي في المرتبة الأولى بنسبة 58.8% ، بينما جاءت نسبة من اطلعوا على موثيق الشرف الإعلامي في المرتبة الثانية بنسبة 41.2% .

جدول (١٣)

يوضح مدى تدخل نقابة الصحفيين وتعاقب الصحفيين المخالفين والناشرين للشائعات

الترتيب	الاستجابات		العبارات
	%	ك	
١	47.1	40	لا
٢	37.6	32	أحياناً
٣	15.3	13	نعم

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

الإجمالي	٨٥	١٠٠%
----------	----	------

بسؤال القائمين بالاتصال عينة الدراسة عن مدى تدخل نقابة الصحفيين وتعاقب الصحفيين المخالفين والناشرين للشائعات جاء من أجابوا بـ (لا) في المرتبة الأولى بنسبة 47.1% ، وفي المرتبة الثانية أحياناً بنسبة 37.6% ، في المرتبة الثالثة (نعم) أتتحقق بنسبة 15.3% .

جدول (١٤)

يوضح مدى التزام القائمين بالاتصال عينة الدراسة بالصدق والحيادية في نقل الأخبار

الترتيب	الاستجابات		العبارات
	%	ك	
١	54.1	46	بدرجة كبيرة
٢	23.5	20	بدرجة قليلة
٣	22.4	19	بدرجة متوسطة
	١٠٠%	٨٥	الإجمالي

بسؤال القائمين بالاتصال عينة الدراسة عن مدى الالتزام بالصدق والحيادية في نقل الأخبار فجاءت اجاباتهم في المرتبة الأولى بدرجة كبيرة بنسبة 54.1% ، وفي المرتبة الثانية بدرجة قليلة بنسبة 23.5% ، بينما جاء في المرتبة الثالثة بدرجة متوسطة بنسبة 22.4% .

جدول (15)

يوضح مدى ادراك الصحفيين لمفهوم الشائعات

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	.787	2.31	50.6	43	29.4	25	20.0	17	الشائعات تجعل الفرد في حيرة بين التصديق والتكذيب مما يؤثر على مصداقية الموقع
٢	.738	2.25	42.4	36	40.0	34	17.6	15	الحقد على الخصوم من دوافع الشائعات
٣	.742	2.21	40.0	34	41.2	35	18.8	16	الشائعات تعمل على زعزعة الأمن القومي
	.757	2.21	41.2	35	38.8	33	20.0	17	الشائعات تتسم بالأهمية

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٤	.763	2.04	30.6	26	42.4	36	27.1	23	مهارات التفكير لدى تمكنني من تمييز الشائعة والتعرف عليها
٥	.785	1.75	21.2	18	32.9	28	45.9	39	الشائعات تستخدم أسلوب التشكيك والتهويل
٦	.861	1.74	27.1	23	20.0	17	52.9	45	الشائعات تستخدم أسلوب التضخيم
٧	.751	1.65	16.5	14	31.8	27	51.8	44	الشائعات تؤدي دوراً خطيراً في التأثير على تكوين الرأي العام وتغييره
٨	.617	1.62	7.1	6	48.2	41	44.7	38	أدرك مفهوم الشائعات
	.636	1.62	8.2	7	45.9	39	45.9	39	الشائعات لها أنواع مختلفة
٩	.788	1.61	18.8	16	23.5	20	57.6	49	الشائعات تتسم بالغموض
١٠	.676	1.32	11.8	10	8.2	7	80.0	68	الشائعات تهدف الى اثاره الفتن والخصومات بين أفراد المجتمع
١١	.472	1.22	2.4	2	17.6	15	80.0	68	الشائعات خطيرة في الأزمات الداخلية والحروب

من خلال بيانات الجدول جاء ادراك الصحفيين لمفهوم الشائعات في المرتبة الأولى الشائعات تجعل الفرد في حيرة بين التصديق والتكذيب مما يؤثر على مصداقية الموقع بمتوسط قدره 2.31 ، وفي المرتبة الثانية الحقد على الخصوم من دوافع الشائعات بمتوسط قدره 2.25 ، وفي المرتبة الثالثة الشائعات تعمل على زعزعة الأمن القومي والشائعات تتسم بالأهمية بمتوسط قدره 2.21 ، وفي المرتبة الرابعة مهارات التفكير لدى تمكنني من تمييز الشائعة بمتوسط قدره 2.04 ، وفي المرتبة الخامسة الشائعات تستخدم أسلوب التشكيك والتهويل بمتوسط قدره 1.75 ، وفي المرتبة السادسة الشائعات تستخدم أسلوب التضخيم بمتوسط قدره 1.74 ، في حين جاء في المرتبة السابعة الشائعات تؤدي دوراً خطيراً في التأثير على تكوين الرأي العام وتغييره بمتوسط قدره 1.65 ، وجاء في المرتبة الثامنة أدرك مفهوم الشائعات و الشائعات لها أنواع مختلفة بمتوسط قدره 1.62 ، وفي المرتبة التاسعة الشائعات تتسم بالغموض بمتوسط قدره 1.61 ، بينما جاء في المرتبة العاشرة الشائعات تهدف الى اثاره الفتن والخصومات بين أفراد المجتمع بمتوسط قدره 1.32 ، وجاء في المرتبة الحادية عشرة والأخيرة الشائعات خطيرة في الأزمات الداخلية والحروب بمتوسط قدره 1.22.

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

جدول (١٦)

يوضح أسباب اعتماد القائم بالاتصال في الصحف المصرية على الشائعات في نقل الأخبار

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أتعلم		أتعلم بشكل معتدل		أتعلم بشكل كبير		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	.756	2.11	34.1	29	42.4	36	23.5	20	إثارة الفضول والتسمية
٢	.816	2.02	16.5	14	35.3	30	48.2	41	إسقاط شخصيات مهمة في المجتمع والتشهير بها
٣	.816	1.98							الحصول على السبق الصحفي
	.799	1.93	28.2	24	36.5	31	35.3	30	فترة تشكيل الحكومات
٤	.787	1.89	25.9	22	37.6	32	36.5	31	الحصول على أكبر عدد ممكن من القراءات والتي تؤثر في ترتيبه بالنسبة للمواقع الإخبارية الأخرى.
٥	.693	1.86	17.6	15	50.6	43	31.8	27	إشباع فضول الجماهير حول قضايا تهمهم
٦	.687	1.80	15.3	13	49.4	42	35.3	30	قياس الرأي العام حول قضية مهمة في المجتمع
	.687	1.80	15.3	13	49.4	42	35.3	30	تأليب المشاعر ضد فئة معينة من المجتمع
٧	.653	1.75	11.8	10	51.8	44	36.5	31	التنفيس عن قضايا مكبوتة لدى الجماهير
٨	.746	1.73	17.6	15	37.6	32	44.7	38	أوقات الكوارث والشعور بالخطر
٩	.766	1.72	18.8	16	34.1	29	47.1	40	التحذير من انتشار الأمراض في المجتمع
١٠	.743	1.68	31.8	27	34.1	29	34.1	29	إبتزاز شخصيات مهمة في المجتمع للبحث عن الربح السريع
١١	.740	1.62	15.3	13	31.8	27	52.9	45	فترة الانتخابات البرلمانية والترويج للمرشحين

من خلال بيانات الجدول جاء اعتماد القائم بالاتصال في الصحف المصرية على الشائعات في نقل الأخبار لتحقيق أهداف معينة حيث جاء في المرتبة الأولى إثارة الفضول والتسمية بمتوسط قدره 2.11 ، وفي المرتبة الثانية

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

إسقاط شخصيات مهمة في المجتمع والتشهير بها بمتوسط قدره 2.02 ، وفي المرتبة الثالثة الحصول على سبق الصحفي و فترة تشكيل الحكومات بمتوسط قدره 1.98 ، وفي المرتبة الرابعة الحصول على أكبر عدد ممكن من القراءات والتي تؤثر في ترتيبه بالنسبة للمواقع الإخبارية الأخرى بمتوسط قدره 1.89، وجاء في المرتبة الخامسة الشائعات إشباع فضول الجماهير حول قضايا تهمهم بمتوسط قدره 1.86 ، بينما جاء في المرتبة السادسة قياس الرأي العام حول قضية مهمة في المجتمع و تأليب المشاعر ضد فئة معينة من المجتمع بمتوسط قدره 1.80 ، وجاء في المرتبة السابعة التنفيس عن قضايا مكبوتة لدى الجماهير بمتوسط قدره 1.75 ، وفي المرتبة الثامنة أوقات الكوارث والشعور بالخطر بمتوسط قدره 1.73، في حين جاء في المرتبة التاسعة التحذير من انتشار الأمراض في المجتمع بمتوسط قدره 1.72 ، وفي المرتبة العاشرة ابتزاز شخصيات مهمة في المجتمع للبحث عن الربح السريع بمتوسط قدره 1.68، وجاء في المرتبة الحادية عشر فترة الانتخابات البرلمانية والترويج للمرشحين بمتوسط قدره 1.62.

جدول (١٧)

يوضح مدى تعامل القائم بالاتصال في الصحف المصرية مع الشائعات في نشر الأخبار

ت	الانحراف المعياري	المتوسط	لا		الى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
١	.687	1.80	15.3	13	49.4	42	35.3	30	الرجوع إلى أهل الخبرة عند مناقشة شائعة ما لمحاولة نفيها
	.687	1.80	15.3	13	49.4	42	35.3	30	إجراء التحقيقات الإعلامية
٢	.800	1.75	22.4	19	30.6	26	47.1	40	عدم نشر الشائعات حتى لا تؤثر على مصداقية الموقع على المدى البعيد.
	.653	1.75	11.8	10	51.8	44	36.5	31	عدم نشر الموضوعات التي تغذي الشائعات
	.800	1.75	22.4	19	30.6	26	47.1	40	إرفاق الشائعات ببراهين ووثائق تدعم مصداقيتها
٣	.746	1.73	17.6	15	37.6	32	44.7	38	التحرك الميداني لمواقع الأحداث مثار الشائعة
٤	.734	1.72	16.5	14	38.8	33	44.7	38	عدم نشر الشائعات التي تؤدي إلى العنف
	.766	1.72	18.8	16	34.1	29	47.1	40	نشر الشائعات التي ترتبط برغبات واهتمامات الجماهير
	.734	1.72	16.5	14	38.8	33	44.7	38	إعادة صياغة الشائعات بأسلوب فني وقالب جذاب
٥	.625	1.67	8.2	7	50.6	43	41.2	35	التثبت من صحة الأخبار قبل بثها، واعتماد مصدر رسمي للأخبار
	.625	1.67	8.2	7	50.6	43	41.2	35	نشر الشائعات عند وجود تضارب في الأنباء في المواقع الإخبارية
٦	.646	1.66	9.4	8	47.1	40	43.5	37	الإبانة والإفصاح عن حقيقة المواقف في أوقات الحروب والأزمات
	.646	1.66	9.4	8	47.1	40	43.5	37	نشر الشائعات بناءً على رغبة رؤسائي

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

ت	الانحراف المعياري	المتوسط	لا		الى حد ما		نعم		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
									في العمل

من خلال بيانات الجدول جاء مدى تعامل القائم بالاتصال في الصحف المصرية مع الشائعات في نشر الأخبار في المرتبة الأولى الرجوع إلى أهل الخبرة عند مناقشة شائعة ما لمحاولة نفيها وإجراء التحقيقات الإعلامية بمتوسط قدره 1.80 ، وفي المرتبة الثانية عدم نشر الشائعات حتى لا تؤثر على مصداقية الموقع على المدى البعيد و عدم نشر الموضوعات التي تغذي الشائعات و إرفاق الشائعات ببراهين ووثائق تدعم مصداقيتها بمتوسط قدره 1.75 ، وجاء في المرتبة الثالثة التحرك الميداني لمواقع الأحداث مثار الشائعة بمتوسط قدره 1.73 ، بينما جاء في المرتبة الرابعة عدم نشر الشائعات التي تؤدي إلى العنف ونشر الشائعات التي ترتبط برغبات واهتمامات الجماهير و إعادة صياغة الشائعات بأسلوب فني وقالب جذاب بمتوسط قدره 1.72 ، وجاء في المرتبة الخامسة التثبيت من صحة الأخبار قبل بثها، واعتماد مصدر رسمي للأخبار و نشر الشائعات عند وجود تضارب في الأنباء في المواقع الإخبارية بمتوسط قدره 1.67 ، في حين جاء في المرتبة السادسة والأخيرة الإبانة والإفصاح عن حقيقة المواقف في أوقات الحروب و نشر الشائعات بناءً على رغبة رؤسائي في العمل بمتوسط قدره 1.66 .

جدول (١٨)

يوضح دور القائم بالاتصال في الصحف المصرية في الحد من ترويج الشائعات

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط	موافق		العبارات
			%	ك	
١	.477	.66	65.9	56	نشر الحقائق والتحقق من صدق الخبر وصحته وعدم نشر معلومات زائفة.
٢	.499	.56	56.5	48	مراعاة الصدق والموضوعية
٣	.503	.51	50.6	43	جميع ما سبق
٤	.495	.41	41.2	35	مراعاة الاخلاق المهنية في العمل الصحفي
٥	.493	.40	40.0	34	احترام أسرار المهنة والالتزام بعدم نشر أي معلومات زائفة

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

٦	.441	.26	25.9	22	عدم نشر ما يثير الرأي العام ويؤدي إلى الفتنة
٧	.402	.20	20.0	17	نقل الأنباء بدقة وبدون أي تحريف أو تشويه.
٨	.383	.18	17.6	15	الحفاظ على تماسك المجتمع
٩	.186	.04	3.5	3	الالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي

من خلال بيانات الجدول السابق الذي يوضح دور القائم بالاتصال في الصحف المصرية في الحد من ترويج الشائعات جاء في المرتبة الأولى نشر الحقائق والتحقق من صدق الخبر وصحته وعدم نشر معلومات زائفة بمتوسط قدره 66. ، وفي المرتبة الثانية مراعاة الصدق والموضوعية بمتوسط قدره 56. ، في المرتبة الثالثة جميع ما سبق بمتوسط قدره 51. ، وبينما جاء في المرتبة الرابعة مراعاة الاخلاق المهنية في العمل الصحفي بمتوسط قدره 41. ، وجاء في المرتبة الخامسة احترام أسرار المهنة والالتزام بعدم نشر أي معلومات زائفة بمتوسط قدره 40. ، في حين جاء في المرتبة السادسة عدم نشر ما يثير الرأي العام ويؤدي إلى الفتنة بمتوسط قدره 26. ، وجاء في المرتبة السابعة نقل الأنباء بدقة وبدون أي تحريف أو تشويه بمتوسط قدره 20. ، وفي المرتبة الثامنة الحفاظ على تماسك المجتمع بمتوسط قدره 18. ، في المرتبة التاسعة والأخيرة الالتزام بمواثيق الشرف الإعلامي بمتوسط قدره 04..
اختبار الفروض :

١- الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين ومدى تناولهم للشائعات.

جدول رقم (١٩)

يوضح معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين ومدى تناولهم للشائعات.

مدى تناولهم للشائعات			حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين
P	R	العدد	
مستوى المعنوية	معامل الارتباط بيرسون		
٠.٠٠١	٠.٨٩	٨٥	

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

وجود علاقة ارتباطية عكسية قوية ذات دلالة إحصائية بين حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين ومدى تناولهم للشائعات. حيث كانت قيمة معامل الارتباط بيرسون ٠.٨٩ عند مستوى المعنوية ٠.٠٠١، أي أنه كلما زاد حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين كلما قل تناولهم للشائعات.

ومن هنا يثبت صحة الفرض الأول الذي ينص على: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين ومدى تناولهم للشائعات.

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

٢- الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للصحفيين المصريين في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للنوع.

جدول (٢٠) اختبار (T.Test)

يوضح الاختلاف بين الصحفيين (الذكور والاناث) في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار

مستوى المعنوية	قيمة ت	درجات الحرية	الاناث			الذكور			درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	
.026	.715	83	.802	2.15	40	.839	2.02	45	

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الصحفيين المبحوثين (ذكور واناث) في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار حيث كانت قيمة (ت) = 0.715، وهي غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية = 0.026. كما يتضح ذلك من التقارب في المتوسط الحسابي للذكور = 2.02 والاناث = 2.15.

ومن هنا يثبت عدم صحة الفرض الثاني الذي ينص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين بين نوع الصحفيين المبحوثين (ذكور واناث) في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار.

٣- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للصحفيين المصريين في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للمرحلة العمرية.

جدول (٢١)

اختبار (ANOVA) يوضح التباين بين الصحفيين المصريين في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للمرحلة العمرية

مستوى المعنوية	ف	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المرحلة العمرية
		داخل المجموعات	بين المجموعات				
.008	4.210	81	3	.845	2.00	29	من ٢٠ : ٣٠
				.772	1.94	31	من ٣١ : ٤٠
				.827	2.06	17	من ٤١ : ٥٠
				.000	3.00	8	من ٥٠ : فأكثر
				.820	2.08	85	الاجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

بعد استخدام اختبار (ANOVA) نجد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين المصريين في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للمرحلة العمرية حيث كانت (ف) = 4.210 عند درجة حرية = 3 بين المجموعات و 81 داخل المجموعات ومستوى المعنوية = 0.008.

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

ولمعرفة مصدر التباين بين المجموعات في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للمرحلة العمرية يتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (٢١)

اختبار (LCD) يبين مصدر التباين بين الصحفيين المصريين في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للمرحلة العمرية

مستوى المعنوية	الفروق بين المتوسطات	المرحلة العمرية	المرحلة العمرية	درجة الاعتماد على الشائعات
.749	.065	من ٣١ : ٤٠	من ٢٠ : ٣٠	
.805	-.059-	من ٤١ : ٥٠		
.002	-1.000*	من ٥٠ : فأكثر		
.749	-.065-	من ٢٠ : ٣٠	من ٣١ : ٤٠	
.600	-.123-	من ٤١ : ٥٠		
.001	-1.065*	من ٥٠ : فأكثر		
.805	.059	من ٢٠ : ٣٠	من ٤١ : ٥٠	
.600	.123	من ٣١ : ٤٠		
.006	-.941*	من ٥٠ : فأكثر		
.002	1.000*	من ٢٠ : ٣٠	من ٥٠ : فأكثر	
.001	1.065*	من ٣١ : ٤٠		
.006	.941*	من ٤١ : ٥٠		

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

أن مصدر التباين بين المجموعات للصحفيين المصريين في الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار يرجع إلى:

وجود فروق بين المرحلة العمرية من ٢٠ : ٣٠ و المرحلة العمرية من ٣١ : ٤٠ في الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار لأن قيمة الفروق بين المتوسطات = -.059- عند مستوى المعنوية = .749. وجود فروق بين المرحلة العمرية من ٢٠ : ٣٠ و المرحلة العمرية من ٤١ : ٥٠ في الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار لأن قيمة الفروق بين المتوسطات = 1.000 عند مستوى المعنوية = .002. ومن هنا يثبت صحة الفرض الثالث الذي ينص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين المصريين في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للمرحلة العمرية. ٤- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للصحفيين المصريين في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً للمؤهل العلمي (متخصص ، وغير متخصص).

جدول (٢٢) اختبار (T.Test)

يوضح الاختلاف بين مؤهل الصحفيين (صحافة واعلام (متخصصين) و مؤهل آخر (غير متخصصين) في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار

مستوى المعنوية	قيمة ت	درجات الحرية	مؤهل آخر (غير متخصص)			صحافة واعلام (متخصص)			درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار
			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	
.001	.716	83	.798	2.17	36	.841	2.01	49	

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مؤهل الصحفيين المبحوثين (صحافة واعلام (متخصصين) و مؤهل آخر (غير متخصصين) في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار حيث كانت قيمة (ت) = 716. وهي دالة إحصائية عند مستوى معنوية = 0.001. كما يتضح ذلك من التباعد الشديد في المتوسط الحسابي صحافة واعلام (متخصصين) = 2.01 و مؤهل آخر (غير متخصصين) = 2.17، وذلك لصالح المؤهل الآخر (غير متخصصين) حيث أنهم غير مؤهلين وليست لديهم المهارة في طريقة الكتابة الصحفية ودخلوها من الأبواب الخلفية فيلجأون الى استخدام الشائعات حتى ينتبه الجمهور الى كتاباتهم.

ومن هنا يثبت صحة الفرض الرابع الذي ينص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مؤهل الصحفيين المبحوثين (صحافة واعلام (متخصصين) و مؤهل آخر (غير متخصصين) في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار.

٥- الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية للصحفيين المصريين في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً لسنوات الخبرة

جدول (٢٣)

اختبار (ANOVA) يوضح التباين بين الصحفيين المصريين في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً لسنوات الخبرة

مستوى المعنوية	ف	درجات الحرية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	سنوات الخبرة
		داخل المجموعات	بين المجموعات				
.000	9.265	80	4	.703	1.70	23	من ٢ : ٥
				.784	1.71	21	من ٦ : ١٠
				.854	2.06	16	من ١١ : ٢٠
				.461	2.72	18	من ٢١ : ٣٠
				.378	2.86	7	من ٣١ : فأكثر
				.820	2.08	85	الاجمالي

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

بعد استخدام اختبار (ANOVA) نجد وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين المصريين في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً لسنوات الخبرة حيث كانت (ف) = 9.265 عند درجة حرية = 4 بين المجموعات و 80 داخل المجموعات ومستوى المعنوية = 0.000. ولمعرفة مصدر التباين بين المجموعات في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً لسنوات الخبرة يتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول (٢٤)

اختبار (LCD) يبين مصدر التباين بين الصحفيين المصريين في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً لسنوات الخبرة

درجة الاعتماد	سنوات الخبرة	سنوات الخبرة	الفروق بين	مستوى المعنوية
---------------	--------------	--------------	------------	----------------

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

على الشائعات			المتوسطات
من ٢ : ٥	من ٦ : ١٠	-0.019	.210
	من ١١ : ٢٠	-0.367	.226
	من ٢١ : ٣٠	-1.027*	.218
	من ٣١ فأكثر	-1.161*	.300
من ٦ : ١٠	من ٢ : ٥	.019	.210
	من ١١ : ٢٠	-0.348	.230
	من ٢١ : ٣٠	-1.008*	.223
	من ٣١ فأكثر	-1.143*	.303
من ١١ : ٢٠	من ٢ : ٥	.367	.226
	من ٦ : ١٠	.348	.230
	من ٢١ : ٣٠	-0.660*	.239
	من ٣١ فأكثر	-0.795*	.315
من ٢١ : ٣٠	من ٢ : ٥	1.027*	.218
	من ٦ : ١٠	1.008*	.223
	من ١١ : ٢٠	.660*	.239
	من ٣١ فأكثر	-0.135	.309
من ٣١ فأكثر	من ٢ : ٥	1.161*	.300

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

أن مصدر التباين بين المجموعات للصحفيين المصريين في الاعتماد على الشائعات في نشر الإخبار طبقاً لسنوات الخبرة يرجع إلى:

وجود فروق بين سنوات الخبرة من ٢ : ٥ وسنوات الخبرة من ٦ : ١٠ في الاعتماد على الشائعات في نشر الإخبار لأن قيمة الفروق بين المتوسطات = -0.019 عند مستوى المعنوية = 0.210.

وجود فروق بين سنوات الخبرة من ٢ : ٥ وسنوات الخبرة من ١١ : ٢٠ في الاعتماد على الشائعات في نشر الإخبار لأن قيمة الفروق بين المتوسطات = -0.367 عند مستوى المعنوية = 0.226.

وجود فروق بين سنوات الخبرة من ٢ : ٥ وسنوات الخبرة من ٢١ : ٣٠ في الاعتماد على الشائعات في نشر الإخبار لأن قيمة الفروق بين المتوسطات = -1.027 عند مستوى المعنوية = 0.218.

وجود فروق بين سنوات الخبرة من ٢ : ٥ وسنوات الخبرة من ٣١ فأكثر في الاعتماد على الشائعات في نشر الإخبار لأن قيمة الفروق بين المتوسطات = -1.161 عند مستوى المعنوية = 0.300.

ومن هنا يثبت صحة الفرض الخامس الذي ينص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين المصريين في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الإخبار طبقاً لسنوات الخبرة لصالح الأقل خبرة.

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

الخاتمة :

- أثبتت الدراسة وجود علاقة ارتباطيه عكسية قوية ذات دلالة إحصائية بين حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين ومدى تناولهم للشائعات، أي أنه كلما زاد حجم المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين المصريين كلما قل تناولهم للشائعات.
- أكدت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين نوع الصحفيين المبحوثين (ذكور واناث) في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار.
- أوضحت الدراسة أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين المصريين في درجة الاعتماد على لشائعات في نشر الاخبار طبقاً للمرحلة العمرية.
- كشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مؤهل الصحفيين المبحوثين (صحافة واعلام متخصصين) ومؤهل آخر (غير متخصصين) في درجة اعتمادهم على الشائعات في نشر الاخبار.
- أثبتت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين المصريين في درجة الاعتماد على الشائعات في نشر الاخبار طبقاً سنوات الخبرة.
- أكدت الدراسة أن المؤسسات الصحفية التابع لها الصحفيون عينة الدراسة توافق أحياناً على تناولها للأخبار غير الصحيحة بنسبة ٤٨.٢%. في حين كانت نسبة غير الموافقين ٣٧.٦% .
- أوضحت الدراسة ارتفاع نسبة الصحفيين عينة الدراسة الذين يتحققون من صحة المعلومات قبل نشرها وبلغت ٤٣.٥%.
- كشفت الدراسة عن عدم إطلاع غالبية الصحفيين عينة الدراسة على موثيق الشرف الإعلامية حيث بلغت نسبتهم ٥٨.٨% بينما كانت نسبة من اطلعوا ٤١.٢%.
- أوضحت الدراسة عدم اهتمام نقابة الصحفيين بمعاقبة الصحفيين المخالفين والناشرين للشائعات حيث بلغت نسبة من أجابوا بعدم تدخل النقابة ٤٧.١%، ونسبة من أجابوا بتدخل النقابة ١٥.٣%.
- أكدت الدراسة التزام الصحفيين عينة الدراسة بالصدق والحيادية في نقل الأخبار بنسبة بلغت ٥٤.١% .
- كشفت الدراسة أن إثارة الفضول وإسقاط شخصيات مهمة في المجتمع والتشهير بها يأتي في مقدمة أسباب اعتماد القائم بالاتصال في الصحف المصرية على الشائعات في نقل الأخبار.
- أكدت الدراسة أن نشر الحقائق والتحقق من صدق الخبر وصحته وعدم نشر معلومات زائفة ومراعاة الصدق والموضوعية يأتي في مقدمة دور القائم بالاتصال في الصحف المصرية في الحد من ترويج الشائعات.

مقترحات وتوصيات :

١. إيجاد مظلة لدعم الصفحات والحسابات والمواقع التي تهدف إلى كشف الشائعات.
٢. إنشاء مركز إعلامي وبحثي مستقل للسيطرة على الشائعات ويعمل على تتبع مصادرها وتحليلها ونفيها على أسس علمية، ونشر ثقافة التعامل معها.

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

٣. ضبط تعريف الشائعة ووضع عقوبات واضحة لكافة أشكال التعاطي الإلكتروني معها.
٤. دعوة جميع المؤسسات الصحفية المختلفة إلى تأهيل كوادرها وتدريبهم على سبل التحقق من الأخبار والمصادر والقدرة على التثبت من الحقيقة بكافة أشكالها.
٥. تصميم حملات توعوية لمواجهة الشائعات تراعي الخصائص الديموغرافية.

المراجع

- ١- أماني نجيب محمد أبو النجا. العوامل المؤثرة على عمل مراسلي الصحف العالمية والعربية العاملين في مصر "دراسة تطبيقية على القائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠١٨.
- ٢- هاجر اسماعيل ابو السعود. تأثير أجندة الصحف المحلية ومواقعها الإلكترونية على اتجاهات الجمهور في صعيد مصر: دراسة تحليلية مقارنة للصحف والقائم بالاتصال والجمهور في الفترة من ٢٠١٣ إلى ٢٠١٤، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام جامعة القاهرة، ٢٠١٨.
- ٣- رضا عبد الواحد أمين: مواقع التواصل الاجتماعي والشائعات (النار والهشيم) المعالجات والحلول، دراسة مقدمة إلى مؤتمر ضوابط استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الإسلام. ٢٠١٦، ص ص ٤٢٧ - ٤٥١.
- 4- LI, M. *Analysis of Network Rumor Dissemination and Control Mechanism on Chinese Social Network-Sina Weibo*. (Unpublished master's Thesis), University of Jyväskylä , Jyvaskyla, Finland. 2016
- ٥- راند بن حزام الكرتاف، تصور استراتيجي لمكافحة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي بالمملكة العربية السعودية، تويتر أنموذجاً ، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية العلوم الاستراتيجية ، قسم الدراسات الاستراتيجية، ٢٠١٤.
- ٦- سامي أحمد عابدين، الشائعات بين التحليل والمواجهة، مجلة الفكر الشرطي، الإمارات، مركز بحوث الشرطة، القيادة العامة لشرطة الشارقة، ٢٠١٤.
- ٧- حمدان خضر سالم، رواء هادي صالح. المسؤولية الاجتماعية للصحافة العراقية دراسة في التوازن الوظيفي لجريدتي الزمان، المدى، بحث منشور، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ١٩، ٢٠١٣.
- 8- Benjamin, Mohmoudfous, Tobias Fredric, *Experimnetal Analysis of Rumor Spreading in Social Networks, Design and Analysis of Algorithmds*, 2012, pp159-173.
- ٩- يسرى زريقة، نورا علي البائع. بحث منشور، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية المجلد (٤٠) ، العدد (٥) .
- ١٠- أمير نامق عبدالله، الضغوطات المهنية على القائم بالاتصال وأثرها على سلوك المهني دراسة ميدانية للعاملين في قناتي كوردسات وراكروس الفضائيتين، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، كلية العلوم الإنسانية، جامعة السليمانية، ٢٠١٢.
- ١١- نسرين رياض عبدالله. تأثير سمات بيئة العمل الصحفي على القائمين بالاتصال في الصحف المصرية والأردنية دراسة تحليلية مقارنة في الفترة ٢٠١٠-٢٠١١، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٢.
- ١٢- وسام كمال محمود الحنبلي : "العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في المواقع المصرية" ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، قسم الصحافة، ٢٠١١.

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات(دراسة ميدانية)

- ١٣- محمد عبود مهدى. المسؤوليات الاجتماعية للصحفيين العراقيين من نيسان ٢٠١٠ الى نيسان ٢٠١١، بحث منشور، مجلة كلية الآداب ، العدد ١٠١
- ١٤- نرمين زكريا الخضر، اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية في الالفية الثالثة، في أعمال المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر، الإعلام بين الحرية والمسئولية ج ١ (جامعة القاهرة - كلية الإعلام) يوليو ٢٠٠٨، ص ص ٣٢٧، ٤١٥.
- ١٥- ماجدة مراد، العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الاخبار في الاذاعة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الاعلامية، دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الاعلام- جامعة القاهرة- العدد الثامن والعشرون- اكتوبر- ديسمبر- ٢٠٠٧، ص ٢٠١-٢٦٣
- 16- Randal Beam, organizational Goals and priorities and job satisfaction of U.S. Journalists, Journalism and Mass communication Quarterly, spring 2006. pp. 169-182.
- 17- Jane Singer: the resocialization of print journalists in converged newsroom, journalism and mass comm.. quarterly Vol. 81, No 4, 2004, P. 838.
- 17- Al Tompkins: convergence need a leg to stand at www.poynter.org/april 2004
- 18- Raluca cozma B.S 'Risk re reporting and source credibility : Trying to make the readers interested 'A master thesis, University Of Bucharest, 2003. Available at: <http://etd.isu.edu/docs,available/etd-unrestricted/cozma-thesis.pdf>
- ١٩- نجوى الفوال. قراءة في دراسات القائم بالاتصال، القاهرة: المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثاني والثلاثون، العدد الثالث، سبتمبر ١٩٩٥م، ص ٥.
- ٢٠- ربحى مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٠م، الطبعة الأولى، ص ٥٦
- ٢١- محمد حسام الدين أبو العلا، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية ١٩٩١-١٩٩٤، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ١٩٩٦، ص ٣.
- ٢٢- المرجع السابق، ص ١٥.
- ٢٣- توماس ماكفيل، الإعلام الدولي: النظريات، الاتجاهات، والملكية، ترجمة: حسني محمد نصر وعبدالله الكندي، العين: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٥، ص ١١٧.
- ٢٤- حسن عماد مكايوي. أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣، ص ١٤٣
- ٢٥- حسن عماد مكايوي. المرجع السابق. ص ١٦٨.
- ٢٦- جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور. لسان العرب، ج ١٠، القاهرة، الدار المصرية للتأليف والترجمة، بدون تاريخ، ص ٥٦.
- ٢٧- معتز سيف عبدالله. الحرب النفسية، والشائعات، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٧٧م، ص ١٦٤.

دور المسؤولية الاجتماعية لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية لمواجهة الشائعات (دراسة ميدانية)

- ٢٨- مجمع اللغة العربية. المجمع الوسيط، ج ١، مصر، المكتبة العلمية، بدون سنة نشر.
- 29- Allport, G & Postman, Ananalysis of vumor, New York, publicopinion Quarterly. 1947 a. 10, 501-517.
- ٣٠- لويس كامل مليكة. سيكولوجية الجماعات والقيادة، ص ١٠٢، ١٠٣.
- ٣١- محمود أبو الليل. علم النفس والشائعات، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ١٩٨٦م، ص ١٢.