



جامعة المنصورة
كلية الآداب

تقييم النخبة الإعلامية لدور صحافة الموبايل وتأثيراتها على النسق القيمي للجمهور المصري ”

إعداد

رانيا زكريا أزميل
مدرس بقسم الإعلام
كلية الآداب-جامعة دمياط

آية نبيل حمزة
مدرس بقسم الإعلام
كلية الآداب- جامعة دمياط

نسمة سليمان دبور
مدرس بقسم الإعلام
كلية الآداب- جامعة دمياط

مجلة كلية الآداب – جامعة المنصورة
العدد الحادي والسبعون – أغسطس ٢٠٢٢

تقييم النخبة الإعلامية لدور صحافة الموبايل وتأثيراتها

على النسق القيمي للجمهور المصري

رانيا زكريا أزميل	آية نبيل حمزة	نسمة سليمان دبور
مدرس بقسم الإعلام	مدرس بقسم الإعلام	مدرس بقسم الإعلام
كلية الآداب-جامعة دمياط	كلية الآداب- جامعة دمياط	كلية الآداب- جامعة دمياط

ملخص البحث

يتمثل موضوع هذه الدراسة في التعرف على تقييم النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل وتأثيراتها على النسق القيمي للجمهور المصري، بالتطبيق على النخبة الإعلامية من الأكاديميين والخبراء في المجال.

طبقت الدراسة نظرية المسؤولية الاجتماعية كإطار نظري للدراسة من خلال معرفة دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع، ومدى اهتمام والتزام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتحديد المسؤولية التي تقع على عاتق صحافة الموبايل في ترسيخ القيم في المجتمع، ووظفت منهج المسح، كما استخدمت الاستبيان كأداة للدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن (وسائل التواصل الاجتماعي) جاءت في مقدمة وسائل وأنواع صحافة الموبايل التي يفضل المبحوثون متابعتها، وأشارت الدراسة إلى أن (التعاون) جاء في مقدمة القيم الإيجابية التي تعرضها صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين، وبينت الدراسة أن (الاهتمام بالدقة والموضوعية في نشر الأخبار) جاء في مقدمة مقترحات المبحوثون لتطوير صحافة الموبايل، وأوضحت الدراسة أن (تزود الفرد بالمعلومات والمعارف الثقافية التي يحتاجها لمتابعة الأوضاع في المجتمع) و(تتمي رغبة الفرد في المشاركة الثقافية في المجتمع) جاءت في المرتبة الأولى ضمن استجابات المبحوثين حول دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع.

الكلمات المفتاحية: النخبة الإعلامية- صحافة الموبايل - القيم - النسق القيمي.

Abstract:

The topic of this study is to identify the media elite's assessment of mobile journalism and its effects on the value system of the Egyptian public, by applying it to the media elite, including academics and experts in the field.

The study applied the theory of social responsibility as a theoretical framework for the study by knowing the role of mobile journalism in developing values in society, and the extent of mobile journalism's interest and commitment to the concept of social responsibility, and determining the responsibility that falls on mobile journalism in consolidating values in society. The study used the survey method, and the questionnaire as a tool for the study.

The study concluded that (social media) came at the forefront of the means and types of mobile journalism that respondents prefer to follow, The study indicated that (cooperation) came at the top of the positive values presented by the mobile journalism from the respondents' point of view, The study showed that "attention to accuracy and objectivity in publishing news" came at the forefront of the respondents' suggestions for developing mobile journalism, The study explained that (providing the individual with the information and cultural knowledge that he needs to follow the situations in society) and (developing the individual's desire for cultural participation in society) came first among the respondents' responses about the role of mobile journalism in developing values in society.

Keywords: media elite - mobile journalism - values - value system.

في الشبكات اللاسلكية وتقنيات الهاتف المحمول

إلي جعله وسيلة مناسبة للحصول علي المعلومات والأخبار، وأداة مساعدة في العمل الصحفي، وفي جمع المعلومات، وتغطية الأحداث، كما تستخدمه بعض الصحف للتفاعل مع جمهورها عن طريق إرسال الرسائل النصية القصيرة، وكتابة آراءهم، ووجهات نظرهم في الأحداث الجارية⁽¹⁾.

مقدمة:

تطور الهاتف المحمول في السنوات الأخيرة من مجرد كونه وسيلة للاتصال الشخصي إلي جهاز متعدد الوسائط متصل بالإنترنت، وتحول من مجرد رمز أو دليل علي المكانة الاجتماعية للأفراد إلي ضرورة ثم إلي نمط حياة بعدما جعل الحياة أكثر سهولة.

وبالإضافة لذلك فقد تحول الهاتف المحمول لوسيلة إعلامية جديدة، حيث أدي التطور السريع

تقدمها وسائل الإعلام، يشكل الفرد من الجمهور موقفه.

ومن هنا جاءت أهمية التعرف على دور صحافة الموبايل في تغيير النسق القيمي في المجتمع من منظور مسئوليتها الاجتماعية تجاه المجتمع، والتعرف على تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لهذا الدور الإعلامي.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: دراسات تتعلق بصحافة الموبايل

حاولت دراسة Luis Pedro (2021)

التعرف على مدى استخدام صحافة الموبايل كأسلوب جديد للصحافة الرقمية، طبقت الدراسة منهج المسح الإعلامي، واستخدمت أداة الاستبيان والمقابلة، حيث أجرت (٤) مقابلات مع خبراء لفهم تصوراتهم عن هذا الأسلوب الجديد للصحافة، وأكدت نتائج الدراسة على استخدام صحافة الموبايل باعتباره أسلوباً صحفياً يناسب متطلبات صناعة الإعلام في القرن الحادي والعشرين^(٤).

كشفت دراسة طارق الصعيدي (٢٠٢٠)

عن مدى اعتماد الشباب المصري على صحافة الموبايل، وتأثيراته على التوعية الصحية بجائحة كورونا ٢٠٢٠، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وطبقت على عينة قوامها (٥٠٠) مفردة من الشباب المصري تم اختيارها بطريقة عشوائية متعددة المراحل، وأشارت إلى ارتفاع اعتماد

ومع هذا التطور في استخدام الهواتف الذكية في العمل الإعلامي، بدأت تظهر مصطلحات جديدة من أبرزها صحافة الموبايل التي تعتبر شكلاً ناشئاً من الإعلام الجديد، فهي صحافة الوسائط المتعددة التي تتواجد على مختلف التطبيقات الإلكترونية، وتستخدم فيها الأجهزة المحمولة مع شبكة اتصالات لتحرير الأخبار وجمعها وتوزيعها^(٢).

وتعد القيم واحدة من القضايا التي دار حولها جدل كبير نتيجة التغيرات والمستجدات في العصر الحديث، ولاسيما مع تنامي موجات العولمة، وما رافقها من تطورات هائلة في مجال المعلوماتية، وما أحدثه ذلك من تأثير في النسج الاجتماعي والثقافي للمجتمع بشكل عام، والنسق القيمي بشكل خاص^(٣).

وتعد مكوناً من مكونات الشخصية، ومعياراً يعمل على توجيه السلوك الصادر عن الأفراد إلى جهة معينة ضمن الإطار الاجتماعي، وتلعب دوراً هاماً في تشكيل الشخصية الفردية، وتحديد أهدافها في إطار معياري صحيح، وتعمل أيضاً على وحدة المجتمع وتماسكه من خلال تحديد أهداف حياته ومثله العليا ومبادئه الثابتة التي تحفظ هذا التماسك لممارسة حياة اجتماعية سليمة.

ويبقى الإعلام عاملاً مؤثراً في عملية تغيير الموقف والاتجاه سواء على مستوى الأشخاص والقضايا أو على مستوى القيم والسلوك، فمن خلال الرسائل الإعلامية (المعلومات) الصحيحة، أو المشبوهة، أو حتى المكذوبة، التي

الشباب على صحافة الموبايل كمصدر ثري للمعلومات والاتصالات خاصة أثناء جائحة كورونا، وارتفاع الاعتماد على شبكة الإنترنت ومتصفحات الموبايل ومواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفيس بوك وتويتر وواتس آب^(٥).

بحث دراسة خمائل خلف (٢٠٢٠) عن دوافع الشباب الجامعي لاستخدام تطبيقات الهاتف المحمول والإشباع المتحققة لهم، وقد اتبعت هذه الدراسة منهج المسح، وطبقت علي عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) طالبًا جامعيًا من الجامعات العراقية، وتمثلت أهم النتائج في أن أهم أسباب استخدام الشباب لصحافة الهاتف المحمول هو البحث عن المعلومات، وتبادل ومشاركة الأفكار مع الآخرين في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الثالثة تبادل الصور ومقاطع الفيديو^(٦).

فحصت دراسة López-García,

Xosé & others (2019) ما تناوله الباحثون عن صحافة الموبايل في الأدبيات العلمية التي رصدت النمو المتزايد للاستخدام من خلال الأجهزة الذكية، وتم تحليل مضمون (١٩٩) مقالة بحثية نشرت من يناير ٢٠٠٨ حتى مايو ٢٠١٨ في قواعد البيانات، وتبين وجود دراسات حول تأثير الأجهزة المحمولة في عمليات

الاتصال، وفي الإنتاج الصحفي عمومًا، فضلًا عن الجمهور، لكونها مصدرًا غنيًا بالمعلومات، وبالتالي وجدت دراسات حول تأثير الابتكار على الإنتاج الصحفي في صحافة الموبايل^(٧).

كشفت دراسة Vryzas, Nikolaos &

Others (2019) عن مدى فاعلية المساعدة

الآلية في إعداد التقارير الصحفية في عصر صحافة الموبايل، وقد شملت الدراسة رصد ومتابعة آلية سير العمل الصحفي باستخدام الأجهزة الذكية المحمولة ومن خلال تطبيقات وبرامج مخصصة، وتوصلت الدراسة إلى فعالية تصميم منصة لصحافة الموبايل تتضمن أدوات ويمكنه للذكاء الاصطناعي لدعم الصحفيين والجمهور المشترك في الوسائل المرئية والمقروءة، والتعامل مع الكاميرا والميكروفون والتطبيقات الذكية في التصميم والنشر^(٨).

استهدفت دراسة سعد إبراهيم (٢٠١٩)

التعرف علي أهمية صحافة الموبايل في تحويل نمط استهلاك الجمهور للأخبار، وكيفية الوصول إليها عبر منصات جديدة تجاوزت الأنماط التقليدية، وقد اتبعت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي، وطبقت على عينة قوامها (١٠٠) من الأكاديميين المتخصصون في مجال الإعلام، وتوصلت الدراسة إلي مجموعة من النتائج أهمها احتل الفيس بوك

الأخبار من مصادر متعددة في صدارة دوافع متابعة الشباب للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف المحمولة^(١١).

كشفت دراسة Elsir Ali Mohamed

(2017) عن مدى استخدام تطبيقات الهاتف المحمول في التغطية الصحفية للأزمات، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وطبقت على عينة قوامها (٧٥) مبحوث من الصحفيين، وأشارت إلى أن استخدام الهاتف الذكي قد ساهم بشكل كبير في تحسين الأداء التحريري بدءًا من مرحلة التجميع والتجهيز، ووصولًا لمرحلة النشر والبت، وأكدت أن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات ساعدت في تقليل خطوات جمع المواد الصحفية^(١٢).

تناولت دراسة Rahul Kushwaha

(2017) استخدام طلبة الجامعات للهاتف المحمول، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وطبقت على عينة قوامها (٣٣) مفردة من طالبات جامعة أميتي بالهند، وأشارت إلى أن أهم التداعيات السلبية لاستخدام الهواتف المحمولة كانت ضعف الاتصال بشبكة الإنترنت، وإدمان استخدامها، وضيق الوقت، والمصادر المجهولة لبعض الأخبار، وتمثلت دوافع استخدامهم للهواتف المحمولة في إجراء المكالمات أو الدردشة أو الرسائل النصية على

المرتبة الأولى في منصات الإعلام الاجتماعي كأفضل منصة اجتماعية في استهلاك الأخبار المتنقلة، يليها تويتر، ثم اليوتيوب، ثم الواتس آب^(٩).

تعرفت دراسة طلعت عيسى (٢٠١٩) على

مدى استخدام الشباب الفلسطيني لصحافة الهاتف المحمول، واتبعت المنهج المسحي، واستخدمت صحيفة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٣٨٣) مفردة من الشباب، وتمثلت أهم نتائجها في أن شبكات التواصل الاجتماعي، وأهمها الفيس بوك جاءت في المرتبة الأولى ضمن أنواع صحافة الهاتف المحمول التي اعتمد عليها الشباب عينة الدراسة، يليها متصفحات المحمول، والتطبيقات الإخبارية والتطبيقات الصوتية والمرئية وأهمها اليوتيوب^(١٠).

ألقت دراسة محمد الحفناوي (٢٠١٨)

الضوء على مدى تبني الشباب للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وطبقت على عينة قوامها (٤٠٠) من الشباب المصري بمحافظة القاهرة والجيزة من مستخدمي الهواتف الذكية، وأشارت إلى ارتفاع معدلات استخدام الشباب للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف المحمولة، وكان الحصول على

الإنترنت، وتلقي مكالمات الفيديو، والبحث عن المعلومات، وتحرير الصور^(١٣).

بحثت دراسة هشام زقوت (٢٠١٦) عن دور الهواتف الذكية في الحصول علي المعلومات وتأثيرها علي معرفة الصحفيين وعملهم، واستخدمت أداة الاستبيان بالإضافة إلى المقابلة، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٤٠٠) مفردة من الصحفيين، وأشارت إلى أن سهولة الاستخدام جاءت بالمرتبة الأولى ضمن أسباب استخدام تطبيقات الهاتف الذكي، تليها سهولة تبادل ونقل المعلومات، ثم قليلة التكلفة، وأخيرًا إتاحتها لحرية الرأي، وكانت أبرز إيجابيات استخدام تطبيقات الهواتف الذكية سرعة تلقي الأخبار، ثم سهولة الحصول علي المعلومات^(١٤).

تناولت دراسة Ziani, A., elareshi (2015) استخدام الهواتف المحمولة في الحصول علي الأخبار المحلية، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وطبقت علي عينة قوامها (١٢٢١) مفردة من طلبة الجامعات في مجلس التعاون الخليجي، وتوصلت إلى أن ٩٨% من الطلاب نشروا أخبار محلية علي تويتر، و ٩٠% نشروا عبر البريد الإلكتروني، و ٦٣% نشروا عبر الفيسبوك، ومعظم المبحوثين

أكدوا أنهم يتلقون الأخبار من مصادر مختلفة علي شبكة الإنترنت عبر هواتفهم المحمولة^(١٥).

بحثت دراسة Debora, W.& Others (2014) عن أهمية صحافة الموبايل في التوظيف لدى كبرى المؤسسات الصحفية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتمثل مجتمع الدراسة في المتقدمين للعمل في أكبر ١٠ شركات إنتاج إعلامي في الولايات المتحدة، وبلغت عينة الدراسة (٧٠٠) مفردة، وتوصلت الدراسة إلى توظيف عدد كبير من المتقدمين للوظائف الهواتف الذكية في التصوير والتحرير، وفي العمل الميداني^(١٦).

كشفت دراسة Paul mihailidis (2014) عن دور الهاتف المحمول في الحياة اليومية للشباب، واستخدمت منهج المسح الإعلامي، وطبقت علي عينة عمدية قوامها (٧٩٣) مفردة من طلبة الجامعات، وأشارت أنه ٣٧% من الطلبة يستخدم التطبيقات الاجتماعية بشكل يومي، و ٣٣% يستخدم الرسائل النصية، و ٢١% يستخدم التطبيقات البريدية، و ٢٠% يستخدم تطبيقات التصفح، كما بينت أن ٥٨% يتفاعل من محتوى الهواتف المحمولة بمشاركة المحتوى، و ٢٠% بالنشر، و ١٩% بالتعليقات^(١٧).

الأمانة- الرحمة- العطاء- الصدق- احترام الكبير)، وأكد ذلك أن استخدام البرنامج القصصي كان له أثر إيجابي في تحسين النسق القيمي لأطفال المجموعة (١٩).

سعت دراسة أيمن عبد المغني (٢٠١٩)

إلى رصد وتحليل تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي للشباب المصري، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وطبقت على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من طلاب الجامعات المصرية قوامها (٦٠٠) مفردة، وتمثلت أهم النتائج في أن استخدام مواقع التواصل أحدث فجوة بين الشباب وأسره، وأضعف العلاقات الأسرية، ومن ثم فإن له تأثيراً سلبياً على أهم ما يميز العلاقات الأسرية؛ وهو الترابط الأسري، كما أدى استخدامها إلى الإهمال في تأدية الشعائر الدينية (٢٠).

استهدفت دراسة زينب بن بريكة (٢٠١٩)

دراسة تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى عينة من تلاميذ المرحلة الثانوية، وتمثلت أداة البحث في مقياس تأثير شبكات التواصل الاجتماعي، وطبق هذا المقياس على عينة عشوائية قوامها (١٢٠) مبحوث من مرحلة التعليم الثانوي، وتوصلت إلى وجود تأثير إيجابي مترتب على استخدام تلاميذ

سعت دراسة Wolf C., Schauher, A

(2014) إلى التعرف على دور أجهزة الهاتف المحمول في تكوين حصيلة المعلومات لدى المستخدمين، ومقارنة هذا الدور بدور الصحافة التقليدية، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة قوامها (٤٩٨) مفردة، يعتمد المبحوثون بشكل كبير على الهاتف المحمول في القراءة، يليها الكمبيوتر، ومن ثم التلفزيون، وتلتها الصحف المطبوعة، وأشارت إلى أن الصحافة التقليدية تعد مصدر المعلومات لجميع الأخبار المنقولة عبر الهواتف المحمولة، وبذلك تكون الصحافة الجديدة مكملة للصحافة التقليدية (١٨).

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت النسق القيمي

اهتمت دراسة نرمين مصطفى (٢٠٢٠)

بالتعرف على فاعلية برنامج لتطبيقات قصص الأطفال في إثراء النسق القيمي لدى طفل الروضة، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وطبقت على عينة عمدية قوامها (٢٨) مفردة من أطفال المرحلة الثانية من رياض الأطفال، وأثبتت النتائج وجود فروق دالة إحصائية بين أطفال المجموعة التجريبية في التطبيقين القبلي والبعدي لمقياس القيم المصور، لصالح التطبيق البعدي؛ حيث أن قيمة مستوى الدلالة في كل بعد من أبعاد مقياس القيم المصور (التعاون-

المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي، وأظهرت عدم وجود تأثير لاستخدام تلاميذ المرحلة الثانوية لشبكات التواصل الاجتماعي في تغيير القيم لديهم^(٢١).

حاولت دراسة Mary Ann A.Balanza

(2019) تحديد مدى تأثير وسائل الإعلام المختلفة على القيم الأساسية للطلاب، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وطبقت على عينة عمدية قوامها (٣٨٠) طالبًا و(٥٠) مدرسًا في مؤسسة تعليمية، وكشفت أن تعرض الطلاب لوسائل الإعلام قد أثر بشكل كبير على قيمهم الأساسية؛ والتي تتمثل في الحياة الإنسانية، والتميز الأكاديمي، والمسئولية المهنية، والمشاركة الاجتماعية والوعي، وتوصلت النتائج إلى أن المستوى التعليمي يؤثر بشكل كبير على التعرض لوسائل الإعلام ومظاهر القيم الأساسية للطلاب^(٢٢).

هدفت دراسة نواصيرية حميدة (٢٠١٩)

معرفة القيم التي تحملها تكنولوجيا الإعلام الجديدة للشباب، والتوصل إلى أهم الآثار المنعكسة على الشباب في ظل هذا التحول التكنولوجي داخل النسق الاجتماعي الذي ينتمي إليه، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وطبقت على عينة عمدية قوامها (٢٠٠) مبحوث من الشباب الجزائري، وبينت أن أعلى نسبة في

القيم المتعلقة بالبعد الجمالي كانت قيمة (الفن)، وسجلت قيمة (حب الانتماء) أعلى قيمة بالنسبة للبعد الوطني، وأظهرت أن متوسط بعد القيم الأخلاقية كان في المرتبة الأولى، أما في المرتبة الأخيرة فكان البعد المعرفي^(٢٣).

اهتمت دراسة Ahmet Kara &

Hatice Tekin (2017) بمعرفة العلاقة بين استخدام طلاب المدارس الثانوية لوسائل التواصل الاجتماعي، والقيم الإنسانية المتكونة لديهم، واستخدمت منهج المسح، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (١٩٥٢) طالبًا، ٤٨٪ منهم إناث، و٥٢٪ ذكور، وأثبتت الدراسة وجود فروق في دوافع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والقيم المدركة لطلاب التعليم الثانوي من حيث الجنس، وبينت أن الطالبات اعتبرت قيم (الصدقة والاحترام والصدق والمحافظة على العلاقة) أبعادًا فرعية أكثر من الطلاب الذكور، وأن الطالبات لديهن مستوى أعلى من المسئولية مقارنة بالطلاب الذكور^(٢٤).

ركزت دراسة أحمد البهلول (٢٠١٧) على

معرفة أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بتشكيل النسق القيمي للشباب الجامعي، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من الشباب الجامعي المصري، وأوضحت النتائج أن القيم التي تحرص عينة

وطبقت على عينة عمدية قوامها (٤٩١) من الشباب الريفي، وأظهرت أن القيم الاقتصادية تصدرت النسق القيمي للشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، في حين تصدرت القيم الدينية نسق الشباب الريفي غير المستخدم، وتوصلت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطى درجات التغيير القيمي للشباب الريفي المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي (ذكور، وإناث) (٢٧).

هدفت دراسة بطرس الحلاق (٢٠١٦)

التعرف على أثر مواقع التواصل الاجتماعي على القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) مفردة من طلاب الجامعة، وتوصلت الدراسة إلى أن أغلبية المبحوثين (ذكورًا وإناثًا) يوافقون على أن موقع فيسبوك يساعدهم على الارتباط بالقيم، وكانت الإناث أكثر اعتقادًا في قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على جعلهن يرتبطن أكثر بقيم الطموح، وتقدير العام، واحترام الذات والمسئولية، وبينت الدراسة أن موقع فيسبوك لا يستطيع مساعدة الشباب على تجاوز بعض السلوكيات السلبية (٢٨).

اهتمت دراسة حمزة بركات (٢٠١٦)

بالتعرف على أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي

الدراسة بمتابعتها على مواقع التواصل الاجتماعي تنوعت ما بين العلم والحرية والعمل والشورى والعدل والإيثار، وثبتت صحة الفرض بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي على مقياس رؤيتهم لمساهمتها في تدعيم النسق القيمي (٢٥).

كشفت دراسة أحمد الزبون وآخرون

(٢٠١٧) عن درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (١٧٥) مبحوث من طلبة كلية عجلون الجامعية، وأشارت إلى أن درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على المنظومة القيمية لعينة الدراسة كانت متوسطة، وأظهرت أن القيم الجمالية جاءت في المرتبة الأولى، بينما جاءت القيم الأخلاقية في المرتبة الأخيرة، وبينت وجود فروق في منظومة القيم تبعًا لمتغير التخصص لصالح تخصص الخدمة الاجتماعية، ولمتغير المستوى الدراسي لصالح طلبة السنة الثانية، ولمتغير مدة التواصل اليومية لصالح المدة الزمنية (٦) ساعات فأكثر (٢٦).

ناقشت دراسة مصطفى حمدي (٢٠١٧)

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغيير القيمي لدى الشباب الريفي بمحافظة سوهاج،

للطالب الجامعي، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (١١٠) مبحوث، وأشارت إلى أن التمكن من إجراء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر، والإهمال في الشعائر الدينية كانت من أهم الآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، وكشفت أن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل الاجتماعي ظهر في: تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة^(٢٩).

قامت دراسة نزيهة عثمانة (٢٠١٦)

بالتعرف على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز القيم الاجتماعية، وطبقت على عينة عشوائية قوامها (١٢١) مفردة من طلاب الجامعات، وأشارت إلى أن القيم الاجتماعية الإيجابية التي اكتسبها أفراد العينة تمثلت في: التفتح الاجتماعي، والتبادل الثقافي والفكري، والتعارف والصدقة، ومعرفة آراء الآخرين، وأن القيم السلبية تمثلت في: تضييع وهدر الوقت، وعدم الاهتمام بالدراسة، والعزلة الاجتماعية، وعدم الاتقان في العمل، وعدم الإحساس بالإنتماء^(٣٠).

بحثت دراسة Irina Mikhaylovna

(2015) في دور وسائل الإعلام في التنمية الأخلاقية والروحية للمجتمع المعاصر، واستخدمت منهج المسح الإعلامي لعينة قوامها

(٢٦٤) مبحوث من سكان المناطق الحضرية في الفئة العمرية أقل من ٣٥ سنة، وتوصلت إلى أن القيم المتمثلة في (الأسرة والإيمان والعمل والاحترام المتبادل) تصدرت استجابات المبحوثين ضمن القيم التقليدية، وأشارت إلى أن من بين التوجهات القيمة للمبحوثين يتم إعطاء الأولوية للرفاهية ومشتقاتها التعليم والصحة، وأظهرت أن قيم التسامح والمسئولية والزواج ينظر إليها المبحوثين سلبيًا^(٣١).

رصدت دراسة رباب الجمال (٢٠١٤) تأثير

وسائل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي) على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية متعددة المراحل ممثلة من الشباب السعودي قوامها (٦٠٠) مفردة من مدينة جدة، وتوصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي استطاعت أن تخلق مجالاً عامًا أحدث تأثيرًا على النسق القيمي الأخلاقي، وأظهرت الدراسة أن مقياس النسق القيمي للشباب يتسم بالثبات إلى حد ما^(٣٢).

ناقشت دراسة فهد الطيار (٢٠١٤) أثر

شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى طلاب الجامعة من خلال التعرف على الآثار الإيجابية والسلبية المترتبة على استخدام شبكات

الذين يستخدمون مواقع (الفايس بوك واليوتيوب)، ويقضون على شبكة الانترنت وقتًا أطول من الوقت الذي يقضونه مع أصدقائهم، وتسببت شبكات التواصل الاجتماعي في تغيير أنماط حياتهم^(٣٥).

بحثت دراسة Shannon Vallor

(2010) عن مدى التأثير الأخلاقي لتكنولوجيا المعلومات وتقنيات الشبكات الاجتماعية على الشباب، واستخدمت الدراسة منهج المسح من خلال أداة الاستبيان، وطبقت الدراسة على عينة من الشباب، وأشارت الدراسة إلى أن تأثير الشبكات الاجتماعية امتد إلى البعد الأخلاقي، وكانت القيم الأكثر تأثرًا في الممارسات: الصدق، والتعاطف، والأخلاق^(٣٦).

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت المسؤولية

الاجتماعية للإعلام

ناقشت دراسة فاطمة الزهراء صالح (٢٠٢١) كيفية توظيف الفايس بوك في دعم قيم المسؤولية الاجتماعية لدى الجمهور، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت على القائم بالاتصال في المؤسسات الاجتماعية ذات الطابع الخيري، وأشارت إلى اهتمام الصفحات بالوظيفة الخيرية، ورسم صورة ذهنية طيبة عن المؤسسات، وتدعيم الثقة مع الجمهور من خلال

التواصل الاجتماعي، وبيان أثرها في تغيير القيم الاجتماعية لديهم، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٢٢٧٤) طالبًا من جامعة الملك سعود بالرياض، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم مظاهر تغيير القيم نتيجة شبكات التواصل ظهر في تعزيز استخدام الطالب لشبكات التواصل الاجتماعي، القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة^(٣٣).

حاولت دراسة Keith N. Hampton

(2011) معرفة التأثير الاجتماعي لاستخدام مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، وكيف ارتبط استخدامها بمفهوم الثقة، والتسامح، والدعم الاجتماعي، وتمثلت أهم النتائج في أن الفايس بوك هو الشبكة الاجتماعية الأوسع استخدامًا، وأن ٥٢% من مستخدميها يلجأون إليه بصورة يومية، وأن العلاقات الاجتماعية في أمريكا أصبحت أكثر حميمية مما كانت عليه، حيث ساعد استخدام الفايس بوك بشكل كبير في إيجاد علاقات وثيقة بين الأفراد^(٣٤).

كشفت دراسة Mecheel (2010) أثر

استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٨٣١١) شاب من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي في بريطانيا، أظهرت النتائج أن أكثر من نصف الأشخاص البالغين

النشر المستمر لأنشطة المؤسسة، وأهدافها، وعرض نماذج حية للمستفيدين^(٣٧).

بحثت دراسة Elham Mohammad

(2020) دور وسائل الإعلام المرئية في تطوير المسؤولية الاجتماعية لدى بلدية المنطقة ١٤ في طهران، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (٣٨٤) مبحوثاً من المواطنين المقيمين في بلدية المنطقة ١٤ في طهران، وتمثلت أهم النتائج في أن وسائل الإعلام المرئية لها تأثير فعال في تطوير المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة^(٣٨).

اهتمت دراسة منال عبده منصور

(٢٠٢٠) بالتعرف على مستوى إدراك الفتاة الجامعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية المقدم عبر برامج المرأة بالقنوات الفضائية، وتم التطبيق على عينة متعددة المراحل قوامها (٥٠٠) مفردة من الفتيات بجامعة بورسعيد، وتمثلت أهم النتائج في أن بُعد المسؤولية المجتمعية يأتي في مقدمة أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي تهتم بها برامج المرأة، يليه بعد المسؤولية الوطنية، ولم تحظ المسؤولية الدينية الأخلاقية، والمسؤولية نحو الأسرة، والمسؤولية الذاتية بمستوى اهتمام عال ببرامج المرأة وفقاً لرأي (عينة الدراسة)^(٣٩).

كشفت دراسة رباب صلاح السيد (٢٠٢٠)

عن تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا، وطبقت على عينة عمدية قوامها (١٠٠) مفردة من النخبة الأكاديمية الإعلامية بالجامعات المصرية، وأشارت إلى وجود علاقة دالة إحصائياً بين تقييم النخبة لمدى التزام وسائل الإعلام بمسئوليتها الاجتماعية في تغطية أزمة كورونا، وكذلك مستويات تقييم النخبة الأكاديمية لمدى مهنية وأخلاقية تغطية وسائل الإعلام لأحداث أزمة فيروس كورونا، وبين مستويات التعرض المختلفة لوسائل الإعلام لمتابعة هذه الأزمة^(٤٠).

اهتمت دراسة نرمين نبيل الأزرق

(٢٠٢٠) برصد واقع تغطية الموضوعات الصحية وتوصيفه وتحليله في ضوء توضيح مدى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، بالاعتماد على المقابلات المتعمقة مع الصحفيين مسئولين الملف الصحي بعدد من الصحف المصرية المختلفة، وتمثلت أهم النتائج في أن الواجب الأخلاقي يحتم على الصحفي توضيح كل ما يفيد المواطن من الإنجازات والإجراءات والتطورات التي تعلن عنها الحكومة ووزارة الصحة، وعدم نشر أي معلومة قد تؤدي إلى

الاجتماعية والوعي السياسي لدى الشباب الأردني^(٤٣).

سعت دراسة خالد جيجان عزيز (٢٠١٨)
إلى التعرف على أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمواقع الإلكترونية في معالجة الأزمات السياسية العراقية، وذلك في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي، وتمثلت أهم النتائج في تصدر الأوضاع الأمنية قائمة الأزمات السياسية بنسبة ٧١.٨%، وحرص المواقع الإلكترونية الإخبارية على الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية في معالجتها للأزمات السياسية العراقية من خلال حرصها على مراعاة الصالح العليا للمجتمع والدفاع عن الفئات المتضررة بنسبة ٧٥.٤%^(٤٤).

رصدت دراسة هبة محمد شفيق (٢٠١٨)
اتجاهات الجمهور نحو الدور الرقابي والمسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، وتقييم الأداء المهني لصحفي التحقيقات، وتحديد اتجاهاتهم نحو المسؤولية الاجتماعية للصحافة، واستخدمت أداة تحليل السرد والاستبيان، وطبقت على عينة قوامها (٤٠٠) مبحوث، وأشارت إلى أن المسؤولية الاجتماعية كانت المرجعية الرقابية الأساسية لصحفي التحقيقات، وأن رؤية صحفيي التحقيقات لواقع الممارسة المهنية

لبلة سياسية غير مرغوب فيها، وهذا جزء مهم من مسؤولية الصحفي الاجتماعية^(٤١).

هدفت دراسة دعاء محمد عبد المعبود (٢٠١٩) التعرف على المسؤولية الاجتماعية لصحافة المواطن في معالجة بعض قضايا الأسرة المصرية ومصادقتها مع شباب الجامعة، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي من خلال أداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة من عينة عشوائية قوامها (٤٠٠) طالب جامعي في جامعتي القاهرة وبنها، وتمثلت أهم النتائج في عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين المسؤولية الاجتماعية لصحافة المواطن في معالجة بعض قضايا الأسرة المصرية ودرجة مصداقية أقسام صحافة المواطن في الصحافة الإلكترونية بين المبحوثين^(٤٢).

كشفت دراسة Amany G. Jarrar (2018) عن دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية والوعي السياسي لدى الشباب الأردني، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (٢٠٠) طالب وطالبة من جامعة فيلادلفيا من مختلف المستويات التعليمية للعام الدراسي (٢٠١٦-٢٠١٧)، وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية المسؤولية

لصحافة فتعكس افتقاد العوامل التي تساعد في تحقيق المسؤولية الاجتماعية وممارسة الدور الرقابي كما يجب أن يكون^(٤٥).

هدفت دراسة Shabarni Basu

(2011) التعرف على وظائف وسائل الإعلام، وكيفية عملها في ظل المسؤولية الاجتماعية، ومدى مطابقتها لمبادئ التوجيهية الأخلاقية للإعلام، واستخدمت أداة تحليل المضمون لمجموعة من القنوات التلفزيونية، وبينت أن القنوات التلفزيونية تتحرف عن مسؤوليتها إلى حد كبير، وأن التلفزيون مسئول عن إثارة العنف، وإفساد الشباب، والأخلاق العامة، على العكس أثبت الراديو قدرته على تثقيف الجماهير والترفيه عنهم^(٤٦).

التعليق على الدراسات السابقة:

استخدمت بعض الدراسات استمارة الاستبيان مثل دراسة Elham Mohammad & others (٢٠٢٠)، ومنها ما استخدم المقابلات المتعمقة مثل دراسة نرمين الأزرق (٢٠٢٠)، ومنها ما استخدم استمارة الاستبيان والمقابلة معًا مثل دراسة سائد سعيد، وهشام سمير (٢٠١٦)، ومنها ما استخدم استمارة تحليل المضمون مثل دراسة López-García, Xosé & others (٢٠١٩)، ومنها ما استخدم أداة الاستبيان وأداة تحليل السرد معًا مثل دراسة هبة شفيق (٢٠١٨)، وفي البحث الحالي

سيتم استخدام استمارة الاستبيان لمناسبتها لموضوع البحث.

استخدمت معظم الدراسات السابقة على منهج المسح الإعلامي مثل دراسة دعاء عبد المعبود (٢٠١٩)، ومنها ما اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي مثل دراسة فاطمة الزهراء صالح (٢٠٢١)، وسوف يعتمد البحث الحالي على منهج المسح الإعلامي؛ لمناسبته لموضوع البحث.

تعدد أنواع العينات المستخدمة في الدراسات السابقة طبقًا لطبيعة كل دراسة على حدة، والمنهج المستخدم في هذه الدراسات، فمنها ما اعتمد على العينة العمدية مثل دراسة Mary Ann A. Balanza (٢٠١٩)، ومنها ما اعتمد على العينة العشوائية البسيطة مثل دراسة طلعت عيسى (٢٠١٩)، ومنها ما اعتمد على العينة العشوائية متعددة المراحل مثل دراسة طارق الصعيدي (٢٠٢٠)، وسوف يعتمد البحث الحالي على عينة عمدية من النخبة الإعلامية.

من الدراسات ما طبق العينة على النخبة الأكاديمية الإعلامية مثل دراسة رباب صلاح (٢٠٢٠)، ومنها ما طبقها على القائم بالاتصال مثل دراسة فاطمة الزهراء صالح (٢٠٢١)، ومنها ما طبقها على فتيات الجامعة مثل دراسة منال عبده (٢٠٢٠)، ومنها ما طبقها على الشباب الجامعي مثل دراسة أحمد الدهلول (٢٠١٧)، ومنها ما طبقها على الشباب الريفي مثل دراسة مصطفى حمدي (٢٠١٧)، بينما تطبق الدراسة الحالية على النخبة الإعلامية.

القيم العربية والإسلامية فتعمل على تفتيتها وتمزيقها من الداخل، وإحلال القيم الأمريكية ذات الطابع الاستهلاكي محلها.

وفي ظل التحديات التي يواجهها المجتمع في هذا العصر تتأثر هذه القيم إيجاباً أو سلباً نتيجة للتفاعل مع المؤثرات البيئية والاجتماعية المختلفة والمتعددة، فهناك الكثير من القيم والاتجاهات السلبية التي انتشرت في المجتمع، مما أدى إلى التخلي عن العديد من القيم الإيجابية وتبني بعض المعتقدات وبعض أساليب التفكير السلبية.

وباعتبار النخبة هي القطاع الأبرز والأقدر بين الجماهير على تقييم ما تقدمه وسائل الإعلام بشكل عام، وخاصة القيم التي يكتسبها الجمهور المصري من المجتمع.

ومن هنا ... تتبلور المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي: ما تقييم النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل وتأثيراتها على النسق القيمي للجمهور المصري؟

أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها مما يلي:

↳ أهمية عينة الدراسة، وهي النخبة الإعلامية، والكشف عن تقييماتها لأداء صحافة الموبايل في توسيع المنظومة القيمية في المجتمع المصري، مما يساعد على تحديد نقاط القوة والضعف في معالجتها وإدارتها؛ بما يسهم في تحسين الأداء وتطويره، وزيادة مستوى الثقة في هذه الوسيلة.

↳ تنوعت المداخل النظرية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، فاعتمدت بعض الدراسات على نظرية المسؤولية الاجتماعية مثل دراسة منال عبده منصور (٢٠٢٠)، والبعض اعتمد على نظرية الاستخدامات والاشباع مثل دراسة أيمن عبد المغني (٢٠١٩)، والبعض اعتمد على نظرية المسؤولية الاجتماعية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والنموذج السردي مثل دراسة هبة محمد (٢٠١٨)، وقد شكلت هذه الدراسات إطاراً نظرياً انطلقت منه الدراسة بالاعتماد على نظرية المسؤولية الاجتماعية كمدخل نظري لهذا البحث.

أوجه الإفادة من الدراسات السابقة:

- ١- بلورة المشكلة البحثية.
- ٢- تحديد عينة البحث، وهي النخبة الإعلامية.
- ٣- اختيار النظرية الملائمة للبحث، والذي اعتمد الإطار النظري للبحث عليها، وهي نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- ٤- تحديد فروض الدراسة وتساؤلاتها.
- ٥- اختيار أداة جمع البيانات التي ستستخدم في البحث.

مشكلة الدراسة:

رغم حرص المجتمعات على توارث القيم، ونقلها من جيل إلى جيل باعتبارها أهم المعالم التي تميز شخصيتها، إلا أن الاختراق الثقافي كآلية متطورة تسعى إلى تكريس منظومة قيمية معينة من القيم الوافدة تتفاعل داخل المجتمعات العربية وتسرى ببطء، ولكن بثبات داخل منظومة

٢- تقييم النخبة الإعلامية للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل.

٣- الكشف عن رؤية النخبة الإعلامية حول دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع.

٤- تقييم النخبة الإعلامية للمسئولية الاجتماعية التي تقع على صحافة الموبايل في ترسيخ القيم في المجتمع.

تساؤلات الدراسة:

يتفرع من التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية، منها:

١- إلى أي مدى يحرص النخبة الإعلامية على متابعة صحافة الموبايل؟

٢- ما أهم وسائل وأنواع صحافة الموبايل التي يفضل النخبة الإعلامية استخدامها؟

٣- ما الأشكال الصحفية التي يفضل النخبة الإعلامية متابعتها بتطبيقات صحافة الموبايل؟

٤- ما مدى التزام صحافة الموبايل بمسئوليتها الاجتماعية نحو تدعيم القيم في المجتمع؟

٥- ما أبعاد المسئولية الاجتماعية التي تحرص صحافة الموبايل على إبرازها؟

٦- ما مدى فعالية صحافة الموبايل في توسيع المنظومة القيمية في المجتمع؟

٧- ما أهم القيم الإيجابية والسلبية التي تعرضها صحافة الموبايل؟

← أهمية القيم بالنسبة للفرد، فهي تؤدي دورًا هامًا في توجيه سلوكه، وتقوده إلى إصدار الأحكام على الممارسات العملية التي يقوم بها، فالقيم لها أهمية كبيرة في تكوين شخصية الفرد ونسقه المعرفي وسلوكه، وهي مؤشر لنوعية الحياة في أي مجتمع؛ لأنها انعكاس للأسلوب الذي يفكر به الفرد في ظل التحولات التي طرأت على المجتمع، وهي تمثل معيارًا مرجعيًا يحكم تصرفات الإنسان في حياته العامة والخاصة، وتقوم بتوجيه ميوله واهتماماته نحو أيديولوجية معينة سياسية، ودينية، واجتماعية، واقتصادية.

← دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام بشكل عام، وصحافة الموبايل بشكل خاص، وما يحمله من أبعاد سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية، وقدرة هذه التكنولوجيا على نشر الأفكار والقيم والأنماط الثقافية الجديدة، والتي تشجع على سلوكيات معينة من شأنها أن تحدث آثار متعددة.

أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الرئيسي للدراسة في الكشف عن تقييم النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل وتأثيراتها على النسق القيمي للجمهور المصري، ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل في:

١- تحديد المعوقات التي تحد من الاستفادة من تطبيقات صحافة الموبايل من وجهة نظر النخبة الإعلامية.

٨- ما مخاطر صحافة الموبايل على منظومة القيم في المجتمع؟

فروض الدراسة

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أسباب متابعة النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل ومدى مصداقية صحافة الموبايل.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى التزام صحافة الموبايل بمسئوليتها الاجتماعية في ترسيخ القيم، وبين مدى متابعة النخبة الإعلامية لها.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم النخبة الإعلامية للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل، وبين درجة تفاعلهم مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم النخبة الإعلامية لدور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع، وبين مدى مصداقية صحافة الموبايل.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وبين القيم الإيجابية التي تعرضها.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين علي مقياس مصداقية صحافة الموبايل، وفقاً لمستوى الخبرة.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين علي مقياس دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع ، وفقاً لمستوى الخبرة.

متغيرات الدراسة:

- **المتغير المستقل:** تقييم النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل.

- **المتغيرات الوسيطة:** المتغيرات الديموجرافية (النوع- السن- محل الإقامة- الخبرة).

- **المتغير التابع:** تأثير صحافة الموبايل على النسق القيمي في المجتمع.

الإطار النظري للدراسة:

استندت الدراسة الحالية إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كإطار نظري، وتعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية في مجال الإعلام بأنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجاتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن يتوافر للإعلام حرية حقيقية تجعلها مسئولة أمام القانون والمجتمع".

وتؤكد نظرية المسؤولية الاجتماعية مراعاة وسائل الإعلام لعادات وتقاليد المجتمع وأعرافه، بما يضمن الحفاظ على سلامته وصيانه مقدراته، وتمثل الضابط الأخلاقي والقانوني في ضرورة قيام الوسائل بتقديمها لتغطية ومعالجة

متوازنة للموضوعات والأنشطة المختلفة في إطار من عدم التحيز، وعرض المعلومات والحقائق، وتمييزها عن الآراء، بما يرسى دعائم الديمقراطية، ويضمن مشاركة الرأي العام في الأحداث الجارية من خلال إفراح المساحة للجميع للتعبير عن اهتماماتهم واحتياجاتهم المختلفة، إلى جانب ذلك تدعم نظرية المسؤولية احترام الخصوصية، وحماية الآداب العامة في ظل يقظة الضمير الإعلامي، الذي يستلزم وجود التزام ذاتي من جانب الإعلاميين بمجموعة الموثيق الأخلاقية التي تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومصصلحة المجتمع.

وتقوم الفكرة المحورية لنظرية المسؤولية الاجتماعية على التنظيم الذاتي الاختياري لمهنة الصحافة، حيث وافق الإعلاميون في الولايات المتحدة الأمريكية على أن الحرية السلبية في النظرية الليبرالية غير مرغوبة في المجتمع الحديث، وأن الحرية ليست مطلقة، وإنما ترتبط بالمسؤولية، وكان من أهم الاقتراحات أن من يتمتع بالحرية؛ عليه أن يتحمل في مقابلها التزامات معينة تجاه المجتمع مثل التزام الوسائل الإعلامية بالمسؤولية تجاه النهوض بالتنوير الثقافي والاجتماعي وتعليم المجتمع^(٤٧).

حيث يشير الفرض الرئيس لنظرية المسؤولية الاجتماعية إلى أن الحرية تحمل في معناها التزامات تقترن بها، وأنه ينبغي لإدراك المسؤولية الاجتماعية ثلاثة عناصر هي: الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام، والمعايير الأخلاقية، وأنواع السلوك التي يجب أن يلتزم بها

الإعلاميون في إطار الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية^(٤٨).

ويمكن حصر جملة العوامل التي هيأت الظروف لنشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية في العوامل التالية:

أولاً: عوامل فكرية:

بدا للباحثين الغربيين فشل الليبرالية في تحقيق ما كانت تسعى لتحقيقه، وأسهمت التطورات العلمية في زعزعة المبادئ الفكرية التي سادت قبل ذلك مثل نظرية النسبية لأينشتاين التي قلبت مسلمات الفيزياء كالحتمية.

ثانياً: عوامل اقتصادية:

بدأت الشركات والتجمعات الاقتصادية الكبرى تظهر وتستحوذ على الكثير من أدوات القوة بما فيها أدوات وسائل الإعلام، فبدأ الخل في النظم الإعلامية لصالح تلك الشركات.

ثالثاً: عوامل تنظيمية:

تمثلت هذه العوامل في ظهور الاتحادات المهنية التي بدأت العمل على تنظيم مهنة الإعلام، وقامت بإصدار مبادئ الصحافة عام ١٩٢٣م، ثم ميثاق صحافة السينما عام ١٩٣٠م، تلاه ميثاق الإذاعيين عام ١٩٣٧م.

رابعاً: عوامل أخلاقية:

راجت في القرن التاسع عشر الصحافة الصفراء، وتراجعت الصحافة الرصينة والثقافية، وهو ما دفع لبروز اتجاه أخلاقي في الصحافة يدعو لالتزام الصحف ووسائل الإعلام بالقيم والمبادئ.

أبعاد المسؤولية الاجتماعية

هناك مجموعة من الأبعاد التي يمكن من خلالها قياس مدى إدراك الأفراد للمسؤولية الاجتماعية، هي^(٤٩):

(أ) **بعد المسؤولية المجتمعية**: ويعني المساهمة في حل المشكلات التي يعاني منها المجتمع، إما من خلال المشاركة في الجمعيات التطوعية، أو بشكل فردي، والحرص على مساعدة الآخرين، والحفاظ على العلاقات الاجتماعية.

(ب) **بعد المسؤولية الأخلاقية والدينية**: ويشمل الأخلاق والآداب التي تتبع من داخل النفس، التي يحث عليها الدين، وتحقق الرضا النفسي للفرد في حالة القيام بها.

(ج) **بعد المسؤولية الوطنية**: التزام الفرد بحقوقه وواجباته نحو وطنه؛ بما يسهم في دعم واستقرار الوطن، والحفاظ عليه ضد التحديات الخارجية.

(د) **بعد المسؤولية نحو الأسرة**: حفاظ أفراد الأسرة على تقاليدها، وتوعية أفرادها بأي مخاطر يمكن مواجهتها، والتعاون بين أفرادها.

(هـ) **بعد المسؤولية الذاتية**: يعني اهتمام الفرد بذاته، والحفاظ عليها من المخاطر التي تواجهها في المجتمع، والحرص على تنمية الذات وصحتها النفسية، وتشكل المسؤولية الذاتية للبيئة الأولى لالتزام الفرد نحو المجتمع.

عناصر المسؤولية الاجتماعية:

للمسؤولية الاجتماعية ثلاثة عناصر رئيسية، هي:

• **الاهتمام**: ويقصد به الارتباط العاطفي بالجماعة التي ينتمي إليها الفرد أو الصحفي ارتباطاً يخالطه الحرص على استمرار تقدمها وتماسكها وبلوغها أهدافها.

• **الفهم**: ويتضمن شقين: الأول، فهم الجماعة في حالتها الراهنة، وفهم قيمها، ونظمها، وعاداتها، وفهم العوامل المحيطة بها، وكذلك فهم تاريخها بما يمكن من فهم حاضرها، واستقراء مستقبلها، والشق الثاني، فهم المغزى من الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الفرد، وفهم نتائجها وعواقبها.

• **المشاركة**: وتعني تقبل الأفراد للأدوار الاجتماعية التي يقومون بها في إطار مجتمعاتهم بعيداً عن الصراعات.

محددات المسؤولية الاجتماعية للإعلام:

تتمثل محددات المسؤولية الاجتماعية للإعلام فيما يلي^(٥٠):

(أ) إعطاء التقرير الصادق والشامل عن الأحداث اليومية في سياق يعطي لها معنى.

(ب) أن تعمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد.

(ج) أن تقدم وسائل الإعلام صورة ممثلة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.

(د) أن تقدم وسائل الإعلام أهداف المجتمع وقيمه وتوضحها.

(هـ) أن توفر وسائل الإعلام معلومات كاملة عما يجري يومياً.

المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية**في الإعلام:**

يمكن تلخيص المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الجوانب التالية:

١- الوسيلة الإعلامية عليها الالتزام نحو المجتمع.

٢- الوسيلة الإخبارية يجب أن تكون صادقة، ودقيقة، وعادلة، وموضوعية، ويجب أن تخدم كمنتهى للأخبار.

٣- يجب أن تتجنب وسائل الإعلام نشر وإذاعة ما يؤدي إلى الجريمة، والعنف، والفوضى.

٤- تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع، وحق الأفراد في الرد، والتعليق في مختلف وجهات النظر.

٥- يجب ألا تقل مسؤولية المهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع، وأمام مسئوليتهم، وأمام الملاك، وأسواق الصحف في التوزيع والاعلان.

ونجد أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تصف الطريقة التي يجب أن تكون عليها الأشياء، إذا ما تم اتباع بعض القيم والمبادئ المثالية، ولا تصف ما هو موجود بالفعل، إذ أن التطبيق الجزئي لبعض الحلول لا يمكن أن يشكل نظاماً متكاملًا، ولا يمكن أن يطور أخلاقيات الإعلام بشكل كافٍ.

توظيف النظرية في الدراسة

وبناء على ما سبق من عرض للمسئولية الاجتماعية للإعلام، يتم توظيف هذه النظرية

في الدراسة للتعرف على تقييم النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل، وذلك من خلال معرفة دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع، ومدى اهتمام والتزام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وتحديد المسؤولية التي تقع على عاتق صحافة الموبايل في ترسيخ القيم في المجتمع، وأيضًا تقييم النخبة الإعلامية للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل.

الإطار المعرفي للدراسة:**أولاً: صحافة الموبايل:**

يمكن تعريف صحافة الموبايل بأنها "عملية جمع الأخبار ونشرها باستخدام هاتف ذكي أو لوجي"، وهي اتجاه جديد في تغطية الأخبار وبثها، ويتوقع أن تصبح نمطًا سائدًا، وتشهد الساحة الإعلامية عملاً استثنائيًا يقوم به أشخاص يختبرون باستمرار كيفية إنتاج مواد صحفية بواسطة هواتفهم المحمولة، فصحافة الموبايل تقوم بشكل كلي على بناء المهارات، وامتلاك الرغبة في استكشاف وسائط بديلة عن تلك المستخدمة في الصحافة التقليدية، ولا بد أن يتقن المحرون الامكانيات التي تتيحها صحافة الموبايل، ويستغلونها ليتمكنوا من دعم فريقهم في اتباع أساليب مبتكرة، وهناك مستويات مختلفة من الممارسة في صحافة الموبايل^(٥١).

وقد فتحت صحافة الموبايل أفقًا جديدة، وأحدثت تغيرات في جميع نواحي الحياة الانسانية والاجتماعية، ومن أهم هذه التغيرات نقل وإرسال

تتعلق بحاجات الفرد البيولوجية، ونسق قيم ثانوية تشمل القيم الاجتماعية والأخلاقية.

ويعرف النسق القيمي بأنه مجموعة القيم المتساندة بيانياً، والمتباينة وظيفياً في داخل إطار ينظمها ويشملها، ويرسم لها تدرجاً خاصاً^(٥٣)، ويعرفه البعض بأنه "نموذج منظم للقيم في مجتمع أو جماعة ما، وتتميز القيم الفردية فيه بالارتباط المتبادل الذي يجعلها تدعم بعضها بعضاً، وتكون كلاً متكاملًا".

وعليه، فإن منظومة القيم هي مجموع قيم مجتمع معين، والتي تمثل المرجع الذي يحتكم إليه المجتمع في الحكم على الأشياء، والإطار العام الذي يوجه سلوك المجتمع نحو السلوك الصحيح.

ويعد مفهوم القيم من المفاهيم الشائعة في مختلف العلوم الإنسانية والاجتماعية، إلا أنه لا يوجد اتفاق حول تعريف موحد لهذا المفهوم، حيث تعددت وجهات النظر بهذا الشأن، وقد يرجع ذلك إلى تعدد مجالات القيم من ناحية، واختلاف الاعتبارات الأيديولوجية والمدارس لدى المفكرين والعلماء من ناحية أخرى، ويمكن تعريف القيم بأنها "المعايير التي تحكم بها على كون الشيء مرغوباً فيه، أو غير مرغوب فيه"، وهي مجموعة من المعايير والأحكام التي يستند إليها أفراد المجتمع في تنظيم حياتهم، وتؤهلهم للحكم على الأقوال والأفعال والمواقف الاجتماعية للأفراد والجماعات المحيطة بهم.

واستقبال مختلف الأخبار والمعلومات، وكذا تسهيل الاتصال والتواصل بين الأفراد، بحيث يستطيع الفرد من خلال هذا النوع الجديد من الصحافة الاطلاع على أخبار العالم، وقضايا الرأي العام الساسية والاقتصادية.

ويرجع ظهور أول اتجاه لصحافة الموبايل في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٩٠م، حيث ظهرت أول محطة لصحافة الموبايل في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي يطلق عليها (The Cable Network New York) ، وهي أول محطة لتوظيف صحفى الهواتف الذكية، وقد زادت شعبية صحافة الموبايل ابتداءً من عام ٢٠٠١م، حيث استخدمت هيئة الإذاعة البريطانية BBC فى محطات إقليمية إخبارية، وينسب هذا النوع من الصحافة إلى مايكل روزينيام^(٥٢).

ولقد ساعدت الخصائص التي تمتعت بها صحافة الموبايل من سهولة الحركة، وقلة التكلفة، والتصوير بتقنية الدقة الفائقة، وخدمة البث المباشر والتفاعلية فى جعله وسيلة إعلامية متكاملة تجذب العديد من مستخدميها.

ثانياً: النسق القيمي:

انبثقت فكرة نسق القيم من تصور مؤاده أنه لا يمكن دراسة قيمة معينة أو فهمها بمعزل عن القيم الأخرى، بمعنى أن كل القيم مرتبطة ومنظمة ومرتبة لتشكل في مجملها نسقاً قيمياً أو كما تسمى مصفوفة القيم أو منظومة القيم لدى الفرد أو المجتمع، وهناك نسق قيم أولية

خصائص القيم

تتسم القيم بمجموعة من الصفات والخصائص التي تجعلها تكسب أهمية خاصة في حياة الأفراد والمجتمعات مثل: اصطباغها بالصبغة الاجتماعية؛ فهي تنطلق من إطار اجتماعي محدد، وعلى أساسها يتم الحكم على سلوك الأفراد لأنها تتال قبولاً من المجتمع، وتتصف بالذاتية؛ إذ يشعر كل شخص بالقيم على نحو خاص به، كما أن القيم نسبية (من حيث الزمان والمكان)، فما هو مقبول في عصر من العصور قد لا يعود مقبولاً في عصرٍ آخر، وما يعتبر مناسباً في مكان ما، قد لا يكون كذلك في مكان آخر، وتتسم بالهرمية، إذ إنها ترتب عند كل شخص ترتيباً متدرجاً في الأهمية، وهي قابلة للتغير؛ فعلى الرغم من أن القيم تتصف بالثبات النسبي، إلا أنها قابلة للتغير بتغير الظروف الاجتماعية، وهي عامة تشكل طابعاً قومياً عاماً ومشاركاً بين جميع الطبقات الاجتماعية، وتضمن نوعاً من الرأي أو الحكم على شخص أو شيء أو معنى معين^(٥٤).

وتتغير القيم نتيجة التفاعل المستمر بين الفرد والبيئة التي يعيش فيها، وهي مرتبطة بحاجات الفرد الأساسية، وتختلف طريقة التعبير عن هذه الحاجات باختلاف ظروف البيئة، فإذا اختلفت البيئة أو تطورت؛ تصبح القيمة بذلك تؤدي وظيفة اجتماعية، وبالتالي تؤدي إلى ظهور قيم جديدة في المجتمع، ويحدث تغير

القيم نتيجة تغير الظروف التي يعيش فيها الإنسان، وتنتقل به من حال الى حال.

وظائف القيم

للقيم وظائف عديدة في حياة الفرد والمجتمع، يمكن إيجازها كما يلي^(٥٥):

أولاً: بالنسبة للفرد:

تهيئ القيم للفرد خيارات معينة، فتكون لديه إمكانية الاختيار والاستجابة لموقف معين، فتلعب دوراً هاماً في بناء شخصيته، كما تعطي القيم الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه، لذلك فهي تجعله أقدر وأصبر على التكيف، كذلك فهي تحقق للفرد الإحساس بالأمان لأنها تقويه على مواجهة ضعف النفس، وتدفع الفرد لتحسين أفكاره ومعتقداته، وتساعده على فهم الآخرين، وتوسع إظاره المرجعي في فهم علاقاته مع الآخرين، كما أنها تعمل على إصلاح الفرد اجتماعياً وأخلاقياً ونفسياً وفكرياً وثقافياً.

ثانياً: بالنسبة للمجتمع:

تحافظ القيم على تماسك المجتمع، وتساعده على مواجهة التغيرات التي تحدث، كما أنها تربط بين أجزاء الثقافة في المجتمع لأنها هي التي تعطي النظم الاجتماعية أساساً عقلياً، والقيم تحمي المجتمع من الأنانية والدونية الطائشة، وتزود المجتمع بالصيغة التي يتعامل بها مع المجتمعات الأخرى من حوله.

مفاهيم الدراسة:

القيم: هي الصفات التي يفضلها أو يرغب فيها الناس، وتتخذ صفة العمومية، وتعد من محددات

الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة:**نوع الدراسة:**

طبقاً لطبيعة المشكلة البحثية تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأوضاع والأحداث، حيث تسعى الدراسة الحالية إلى تقييم النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل وتأثيراتها على النسق القيمي للجمهور المصري.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على منهج المسح الإعلامي لعينة من النخبة الإعلامية؛ ويعتبر منهج المسح الإعلامي من أهم المناهج المستخدمة في بحوث الإعلام وأكثرها انتشاراً، ويهدف إلى تنظيم عملية جمع وتحليل البيانات إما بشكل يدوي أو آلي.

أداة جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة الحالية على أداة الاستبيان بالتطبيق على النخبة الإعلامية، حيث يعد الاستبيان من أكثر وسائل أو أدوات جمع البيانات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.

المدى الزمني للدراسة:

تحدد المجال الزمني للدراسة في شهر مايو

٢٠٢١.

السلوك، كما تعرف بأنها معيار للحكم يستخدمه الفرد أو الجماعة من بين عدة بدائل في مواقف تتطلب قراراً سلوكياً معيناً^(٥٦).

وتعرف القيم إجرائياً بأنها محصلة تفاعل الإنسان مع متغيرات اجتماعية وثقافية معينة (صحافة الموبايل) في فترة زمنية معينة، حيث توجه سلوك الأفراد وأحكامهم، وهو ما يعطي لصحافة الموبايل تأثيراً إيجابياً وسلبياً على القيم في المجتمع المصري.

النسق القيمي: ويقصد به مجموعة القيم والمبادئ والمعتقدات لدى الفرد، والتي تعمل على توجيه سلوكه وتصرفه، وتنظم علاقاته في المجتمع.

النخبة: مجموعة من الأفراد الذين لديهم القدرة على القيادة والتوجيه واتخاذ القرار، وعليه فإنهم يضطعون بدور تجاه مجتمعاتهم في تكوين الآراء والاتجاهات والمواقف.

النخبة الإعلامية: يقصد بها هنا أعضاء هيئة التدريس في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات المصرية، والذين تجمعهم خصائص محددة ومشاركة في الدراسات والبحوث الأكاديمية الإعلامية.

صحافة الموبايل: تشمل وسائل التواصل الاجتماعي، وتطبيقات الهواتف المحمولة، والتطبيقات الإخبارية، ومواقع الصحف الإلكترونية والقنوات الفضائية، وتطبيقات النشر الإلكتروني، وتحرير المحتوى .. إلخ.

مجتمع الدراسة:

جدول رقم (١)

النسبة المئوية	التكرارات	المتغيرات	
٧.٠	١٤	من ٢٥ عام إلى أقل من ٣٥ عامًا	السن
٣١.٠	٦٢	من ٣٥ عام إلى أقل من ٤٥ عامًا	
٥١.٠	١٠٢	من ٤٥ عام إلى أقل من ٥٥ عامًا	
١١.٠	٢٢	من ٥٥ عامًا فأكثر	
٤٧.٥	٩٥	ذكر	النوع
٥٢.٥	١٠٥	أنثى	
٥٠.٠	١٠٠	أقل من ١٠ سنوات	سنوات
٥٠.٠	١٠٠	أكثر من ١٠ سنوات	الخبرة
١٨.٥	٣٧	ريف	محل
٨١.٥	١٦٣	حضر	الإقامة

يقتصر مجتمع الدراسة على النخبة الإعلامية من الأكاديميين والخبراء في المجال، ويرجع الاقتصار على النخبة؛ حيث طبيعة الدراسة تتطلب وجود فكر عميق ورؤية نقدية، ربما لا تتاح للفئات العامة من الجمهور، حيث تتمتع هذه النخبة بدرجة أعلى من المعرفة والعلم والخبرة الإعلامية التي تؤهلها لتقييم أداء وسائل الإعلام بشكل أكثر عمقًا، وربما أكثر موضوعية وخاصة فيما يتعلق بتأثيرات صحافة الموبايل على النسق القيمي في المجتمع المصري.

حجم وعينة الدراسة:

تحددت عينة النخبة في عينة من أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية، باختلاف مستوياتهم واتجاهاتهم الفكرية المختلفة، وتم استخدام العينة العمدية لاختيار مفردات البحث، باعتبارها العينة التي شاع استخدامها في دراسات النخبة مثل دراسة رباب صلاح (٢٠٢٠)، وتم تجميع بيانات الدراسة من خلال الاستبيان لعينة من أساتذة الجامعات المصرية من خلال التطبيق الإلكتروني، وبلغ عددهم (٢٠٠) مفردة، بعد استبعاد الإستمارات غير الصحيحة أثناء التطبيق، وجاءت خصائص العينة كما يلي:

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم *SPSS Statistical Package for the Social Sciences*، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

١- التكرارات البسيطة والنسب المئوية

٢- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

٣- اختبار كاي^٢ لجدول الاقتران

(*Contingency-Tables Chi Square*)

(*Test*) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة

بين متغيرين من المستوى الاسمي

(*Nominal*).

٤- معامل ارتباط بيرسون (*Pearson*)

لدراسة (*Correlation Coefficient*)

شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين

من مستوى المسافة أو النسبة (*Interval*)

(*Or Ratio*)، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة

إذا كانت قيمة المعامل أقل من ٠.٣٠،

ومتوسطة ما بين ٠.٣٠-٠.٧٠، وقوية

إذا زادت عن ٠.٧٠.

٥- اختبار *Z* (*Z-Test*) لدراسة معنوية الفرق

بين نسبتين مؤبوتين، وقد اعتبرت قيمة *Z*

غير دالة إذا لم تصل إلى ١.٩٦،

واعتبرت دالة عند مستوى ثقة ٩٥% فأكثر

إذا بلغت ١.٩٦ وأقل من ٢.٥٨،

واعتبرت دالة عند مستوى ثقة ٩٩% فأكثر

إذا بلغت ٢.٥٨ فأكثر.

٦- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة

(*Independent-Samples T-Test*)

لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين

متوسطين حسابيين لمجموعتين من

المبحوثين في أحد المتغيرات من نوع

المسافة أو النسبة (*Interval Or*)

(*Ratio*).

خطوات تقنين أداة الدراسة:

أولاً: صدق الاستبيان

تم عرض الاستبيان على مجموعة من

المحكمين(*) المتخصصين في مجال الإعلام

(*) تم عرض الاستبيان على كل من:

أ.د/ عبد الجواد سعيد: أستاذ وعميد كلية الإعلام جامعة المنوفية

أ.د/ عبد العظيم خضر: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة الأزهر

أ.د/ عبد الهادي النجار: أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة المنصورة

أ.د/ غادة اليماني: أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب جامعة طنطا

أ.د/ محرز غالي: أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ وائل عبد الباري: أستاذ ورئيس قسم الإعلام بكلية البنات جامعة عين شمس

أ.م.د/ منى طه: أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب جامعة المنصورة

جدول رقم (٢)

مدي حرص المبحوثين على متابعة صحافة
الموبايل وفقاً لسنوات الخبرة

الإجمالي	أكثر من ١٠ سنوات		أقل من ١٠ سنوات		سنوات الخبرة المدى
	ك	%	ك	%	
٤٥.٥	٩١	٤٠.٠	٤٠	٥١.٠	أتابعها بدرجة متوسطة
٤١.٥	٨٣	٥١.٠	٥١	٣٢.٠	أتابعها بدرجة مرتفعة
١٣.٠	٢٦	٩.٠	٩	١٧.٠	أتابعها بدرجة منخفضة
١٠٠٠	٢٠٠	١٠٠.٠	١٠٠	١٠٠.٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ٨.١٤١ درجة الحرية = ٢ مستوى
المعنوية = ٠.٠١٧ الدلالة = ٠.٠٥ معامل
التوافق = ٠.١٩٨

يتضح من الجدول السابق أن متابعة صحافة الموبايل (بدرجة متوسطة) جاءت في مقدمة مدي حرص المبحوثين على متابعة صحافة الموبايل بنسبة بلغت ٤٥.٥%، ثم (أتابعها بدرجة مرتفعة) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤١.٥%، وأخيراً (أتابعها بدرجة منخفضة) بنسبة بلغت ١٣%.

ويشير ذلك إلى مدى حرص المبحوثين على متابعة صحافة الموبايل، أي أنها أصبحت مصدرًا هامًا من مصادر حصوله على الأخبار والمعلومات.

وبحساب قيمة كا^٢ بلغت (٨.١٤١) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة دالة إحصائياً، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين

بالجامعات المصرية، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبيان بشكل عام، بعد إجراء بعض التعديلات التي تم اقتراحها.

ثانياً: ثبات الاستبيان

ولحساب ثبات المقاييس تم استخدام معاملات إحصائية للتأكد من صلاحية المقياس، من حيث الاتساق الداخلي والثبات، ولذلك تم حساب معامل Cronbach' Alpha ألفا كرونباخ الذي يستخدم لتحليل ثبات المقاييس Reliability Analysis بتقدير الاتساق الداخلي بين العبارات المكونة للمقياس عن طريق حساب متوسط الارتباطات بين عبارات المقياس، وقد بلغت قيمة معامل Cronbach' Alpha (*) الخاص بمقاييس الدراسة (٠.٨٨٠) وهي قيمة مرتفعة لثبات المقياس وقبوله واستخدامه في هذه الدراسة.

نتائج الدراسة:

١. مدي حرص المبحوثين على متابعة صحافة الموبايل:

د/ محمد سامي: مدرس الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة دمياط
(*) تتراوح قيمة معامل Cronbach'Alpha ما بين صفر وواحد، وإذا كانت القيمة ٠.٦ فأقل فإن ذلك يعبر عن انخفاض مستوى ثبات المقياس

مع ما توصل إليها الباحثين في اعتماد المبحوثين علي صحافة الموبايل في الحصول علي الأخبار والمعلومات، وربما يرجع ذلك لكونها تمثل الإعلام الجديد الذي أصبح أكثر انتشارًا بين الجمهور المصري.

٢. وسائل وأنواع صحافة الموبايل التي يفضل المبحوثون متابعتها:

سنوات خبرة المبحوثين (أقل من ١٠ سنوات، أكثر من ١٠ سنوات)، ومدى حرص المبحوثين على متابعة صحافة الموبايل عند مستوى ثقة ٩٥%.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة طلعت عيسى^(٥٧)، والتي أشارت إلى أن ٦٠% من المبحوثين يعتمدون على الهاتف المحمول بدرجة عالية جدًا وعالية، في حين يستخدمه ٢٥% منهم بدرجة متوسطة.

وعلي الرغم من اختلاف الفترة الزمنية ومتغيرات هذه الدراسة مع الدراسات الأخرى، إلا أن نتائجها جاءت مؤكدة وجود اتفاق نسبي

جدول رقم (٣)

وسائل وأنواع صحافة الموبايل التي يفضل المبحوثون متابعتها وفقاً لسنوات الخبرة

المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		أكثر من ١٠ سنوات		أقل من ١٠ سنوات		سنوات الخبرة الوسائل
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٠٤٦	١.٩٩٨-	٨١.	١٦	٧٦.٠	٧٦	٨٧.٠	٨٧	وسائل التواصل
٠.١٥٦	١.٤١٨-	٥٥.	١١	٦٠.٠	٦٠	٥٠.٠	٥٠	مواقع صحف
٠.٥٧٠	٠.٥٦٨-	٤٤.	٨٨	٤٦.٠	٤٦	٤٢.٠	٤٢	تطبيقات ومواقع
٠.٨٧١	٠.١٦٢-	٢٥.	٥١	٢٥.٠	٢٥	٢٦.٠	٢٦	تطبيقات الهواتف
٠.٣٩١	٠.٨٥٨-	٢١.	٤٣	٢٤.٠	٢٤	١٩.٠	١٩	خدمة الرسائل
٠.٤٧٢	٠.٧١٩-	١٩.	٣٨	١٧.٠	١٧	٢١.٠	٢١	مواقع قنوات فضائية
٠.٦٣٨	٠.٤٧٠-	١٠.	٢٠	٩.٠	٩	١١.٠	١١	تطبيقات النشر
٠.٢٣٥	١.١٨٨-	٦.٠	١٢	٨.٠	٨	٤.٠	٤	التطبيقات الصوتية
٠.٥١٧	٠.٦٤٧-	٥.٠	١٠	٤.٠	٤	٦.٠	٦	التطبيقات البريدية
٠.١٥٦	١.٤١٨-	١.٠	٢	٢.٠	٢	٠.٠	٠	تطبيقات تحرير
		٢٠٠		١٠٠		١٠٠		جملة من سئلوا

القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة Paul mihailidis^(٥٨)، والتي بينت أن ٣٧% من الطلبة يستخدمون (التطبيقات الاجتماعية) بشكل يومي، و ٣٣% يستخدم (الرسائل النصية)، و ٢١% يستخدم (التطبيقات البريدية)، و ٢٠% يستخدم (تطبيقات التصفح) ، ودراسة إبراهيم التوام^(٥٩)، والتي أشارت إلى أن (التطبيقات الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي) جاءت في المرتبة الأولى من بين تطبيقات الهاتف الذكي التي يفضل الصحفيين استخدامها، وذلك بنسبة بلغت ٣٣.١%، ودراسة طلعت عيسى^(٦٠)، والتي أشارت إلى أن (تطبيقات التواصل الاجتماعي) احتلت النسبة الأولى بوزن نسبي ٨٨.٢% في درجة الاعتماد على أنواع صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة محمد الحفناوي^(٦١)، والتي أشارت إلى ارتفاع معدلات استخدام الشباب للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف المحمولة.

ويشير ذلك إلى ارتفاع اعتماد النخبة علي متصفحات الموبايل ووسائل التواصل الاجتماعي للحصول علي الأخبار والمعلومات، **وقد يرجع ذلك إلى انخفاض تكلفته المادية، وسهولة** التواصل مع الآخرين، ومشاركة الأخبار

يتضح من الجدول السابق أن (وسائل التواصل الاجتماعي) جاءت في مقدمة وسائل وأنواع صحافة الموبايل التي يفضل المبحوثون متابعتها بنسبة بلغت ٨١.٥%، حيث شملت مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك واليوتيوب وماي اسبيس)، حيث تصدرت هذه المواقع تفضيلات المجتمع المصري في متابعتها، واعتبارها مصدرًا أساسيًا في حصوله على الأخبار واستيفاء معلوماتها منها، وذلك بسبب انشغال الجمهور، وتعجله في الحصول على الأخبار بسهولة، ثم (مواقع صحف إلكترونية) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥٥%، ثم (تطبيقات ومواقع إخبارية) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٤٤%، ثم (تطبيقات الهواتف المحمولة) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٢٥.٥%، ثم (خدمة الرسائل القصيرة والمصورة) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٢١.٥%، وأخيرًا (تطبيقات تحرير المحتوى) بنسبة ١%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لإستجابات المبحوثين حول وسائل وأنواع صحافة الموبايل التي يفضل المبحوثون متابعتها:

■ ترتفع نسبة (وسائل التواصل الاجتماعي) عند المبحوثين الأقل من ١٠ سنوات خبرة عن الأكثر من ١٠ سنوات خبرة، حيث جاءت النسب (٧٨%، ٧٦%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ١.٩٩٨ وهي أعلى من

والمعلومات حول القضايا والموضوعات المختلفة. الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون متابعتها في صحافة الموبايل: ٣. الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون متابعتها في صحافة الموبايل وفقاً لسنوات الخبرة المختلفة.

جدول رقم (٤)

الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون متابعتها في صحافة الموبايل وفقاً لسنوات الخبرة

المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		أكثر من ١٠ سنوات		أقل من ١٠ سنوات		سنوات الخبرة الأشكال
		%	ك	%	ك	%	ك	
١.٠٠٠	٠.٠٠٠	٨٢.	١٦٤	٨٢.٠	٨٢	٨٢.٠	٨٢	الأخبار القصيرة
٠.١٥٨	١.٤١١-	٥٠.	١٠٠	٤٥.٠	٤٥	٥٥.٠	٥٥	الانفوجرافيك
٠.٢٠٤	١.٢٧٠-	٤٨.	٩٧	٤٤.٠	٤٤	٥٣.٠	٥٣	الفيديو
٠.٠٠٤	٢.٨٦٠-	٢٧.	٥٤	٣٦.٠	٣٦	١٨.٠	١٨	المقالات الصحفية
٠.٠٣١	٢.١٦٣-	٢٣.٥	٤٧	١٧.٠	١٧	٣٠.٠	٣٠	الرسوم المتنوعة (التوضيحية - التعبيرية)
٠.٠٠٠	٤.٢٢٣-	٢٢.	٤٥	٣٥.٠	٣٥	١٠.٠	١٠	التحليلات والتعليقات
٠.٠٠٣	٢.٩٧٠-	٢٠.	٤١	١٢.٠	١٢	٢٩.٠	٢٩	المواد المسلية
٠.٠١٢	٢.٥١٧-	١٩.	٣٨	٢٦.٠	٢٦	١٢.٠	١٢	التقارير الصحفية
٠.٢٧١	١.١٠٢-	١٨.	٣٦	١٥.٠	١٥	٢١.٠	٢١	الكاريكاتور
٠.٢٣٦	١.١٨٥-	١٥.	٣٠	١٨.٠	١٨	١٢.٠	١٢	الحوارات الصحفية
٠.٠٧٧	١.٧٧٠-	٨.٥	١٧	٥.٠	٥	١٢.٠	١٢	الإعلانات
٠.٠٣٨	٢.٠٨٠-	٨.٠	١٦	١٢.٠	١٢	٤.٠	٤	التحقيقات الصحفية
		٢٠٠		١٠٠		١٠٠		جملة من سئلا

ونقلها للجمهور، لذا احتلت المرتبة الأولى في الفنون الصحفية التي يفضلها المبحوثون، ثم (الانفوجرافيك) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٥٠%، وقد يرجع ذلك إلى قدرته في تبسيط المعلومات وتقديمها للجمهور بأسلوب سهل وبسيط لاعتمادها على الصور والرسوم، ثم

يتضح من الجدول السابق أن (الأخبار القصيرة) جاءت في مقدمة الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون متابعتها في صحافة الموبايل بنسبة بلغت ٨٢%، وقد يرجع ذلك إلى كثرة الأخبار حول الموضوعات والقضايا المختلفة ودورها في نشر الأحداث السريعة

الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

- ترتفع نسبة (التحليلات والتعليقات) عند المبحوثين أكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات خبرة حيث جاءت النسب (٣٥%، ١٠%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٤.٢٢٣، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩.٩%.

- ترتفع نسبة (المواد المسلية) عند المبحوثين الأقل من ١٠ سنوات خبرة عن الأكثر من ١٠ سنوات خبرة حيث جاءت النسب (٢٩%، ١٢%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٧٩٠، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

- ترتفع نسبة (التقارير الصحفية) عند المبحوثين الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات خبرة حيث جاءت النسب (٢٦%، ١٢%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٥١٧، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

- ترتفع نسبة (التحقيقات الصحفية) عند المبحوثين الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات خبرة حيث جاءت النسب (١٢%، ٤%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٠٨٠، وهي أعلى من

(الفيديو) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٤٨.٥%، وتعكس هذه النتيجة أهمية الفيديو وتفضيل المبحوثون له، وذلك لتدعيمه القضايا والأحداث بالصوت والصورة، ثم (المقالات الصحفية) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٢٧%، وقد يرجع ذلك إلى أهمية المقالات الصحفية التي تقوم علي التحليل العميق للأحداث المعقدة التي تشغل الرأي العام، فتتناول الأحداث المختلفة، وتستنتج منه الآراء والاتجاهات، ثم (الرسوم المتنوعة) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٢٣.٥%، وأخيراً (التحقيقات الصحفية) بنسبة بلغت ٨%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لإستجابات المبحوثين حول الأشكال الصحفية التي يفضل المبحوثون متابعتها في صحافة الموبايل:

- ترتفع نسبة (المقالات الصحفية) عند المبحوثين الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات خبرة حيث جاءت النسب (٣٦%، ١٨%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٨٦٠، وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

- ترتفع نسبة (الرسوم المتنوعة) عند المبحوثين الأقل من ١٠ سنوات خبرة عن الأكثر من ١٠ سنوات خبرة حيث جاءت النسب (٣٠%، ١٧%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.١٦٣، وهي أعلى من القيمة

القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة طلعت عيسى^(١٢)، والتي أشارت إلى أن أكثر الأشكال الصحفية التي فضل المبحوثون متابعتها عبر صحافة الهاتف المحمول هي الأخبار السريعة، وقد احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٨٧.٤%.

وقد ترجع هذه النتيجة إلى كثرة وتعدد الأخبار، وتحديثها باستمرار، وبالتالي يتسخدم المبحوثون هذا الشكل لتصفح أكبر قدر ممكن من الأخبار بما يتماشى مع وقت فراغهم.

٤. أسباب متابعة المبحوثين لصحافة الموبايل:

جدول رقم (٥)

أسباب متابعة المبحوثين لصحافة الموبايل وفقاً لسنوات الخبرة

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الاستجابة الأسباب
			%	ك	%	ك	%	ك	
٩٥.٣٣	٠.٣٧٦	٢.٨٦	٨٧.٠	١٧٤	١٢.٠	٢٤	١.٠	٢	السرعة والفورية في نقل الأخبار
٩٤.٦٧	٠.٣٨٥	٢.٨٤	٨٤.٠	١٦٨	١٥.٥	٣١	٠.٥	١	التعرف على مستجدات الأخبار والأحداث المحلية والعالمية
٩٢.٦٧	٠.٤٥٣	٢.٧٨	٧٩.٠	١٥٨	١٩.٥	٣٩	١.٥	٣	تتيح خدمات الوسائط المتعددة (نصوص - صور - رسوم - فيديو)
٩٢.٣٣	٠.٤٦٧	٢.٧٧	٧٩.٠	١٥٨	١٩.٠	٣٨	٢.٠	٤	سهولة استخدام تطبيق صحافة الموبايل والتعامل معه
٨٨.٠٠	٠.٦١١	٢.٦٤	٧٠.٥	١٤١	٢٢.٥	٤٥	٧.٠	١٤	إمكانية تصفح أكثر من موقع في وقت واحد
٨٧.٣٣	٠.٥٨١	٢.٦٢	٦٧.٠	١٣٤	٢٨.٠	٥٦	٥.٠	١٠	حرية التصفح والنشر وتبادل المعلومات
٨٧.٠٠	٠.٥٩٢	٢.٦١	٦٦.٠	١٣٢	٢٨.٥	٥٧	٥.٥	١١	قلة التكاليف عبر المنصات والتطبيقات الإلكترونية
٨٧.٠٠	٠.٥٩١	٢.٦١	٦٦.٥	١٣٣	٢٨.٠	٥٦	٥.٥	١١	تتيح تنوعاً وتعدداً لخيارات جذابة لمصادر المعلومات
٨٦.٦٧	٠.٦١١	٢.٦٠	٦٦.٠	١٣٢	٢٧.٥	٥٥	٦.٥	١٣	تتيح إمكانية المشاركة والتفاعل مع مصادر المعلومات
٨٦.٦٧	٠.٥٦٧	٢.٦٠	٦٤.٠	١٢٨	٣٢.٠	٦٤	٤.٠	٨	عند استخدام رابط من التطبيق الأصلي إلى موقع خارجي يستطيع القارئ الرجوع إلى التطبيق الأصلي
٨٤.٠٠	٠.٦٢٦	٢.٥٢	٥٩.٠	١١٨	٣٤.٠	٦٨	٧.٠	١٤	توجد أدوات اتصال وتغذية راجعة بين القراء وتطبيق صحافة الموبايل
٨٢.٣٣	٠.٦١٧	٢.٤٧	٥٣.٠	١٠٦	٤٠.٥	٨١	٦.٥	١٣	دعم حرية الاختيار والتعرض بما يتفق مع اهتمام المستخدم وتفضيله
٨٠.٣٣	٠.٦٥٠	٢.٤١	٤٩.٥	٩٩	٤١.٥	٨٣	٩.٠	١٨	يحتوي تطبيق صحافة الموبايل على خريطة (تبويب) يساعد القارئ على الانتقال من جميع صفحات التطبيق إلى الصفحة الرئيسية
٧٢.٦٧	٠.٧٢٦	٢.١٨	٣٦.٥	٧٣	٤٤.٥	٨٩	١٩.٠	٣٨	الاهتمام بقضايا الشباب القيمية والأخلاقية
٢٠٠									الإجمالي

وأفكاره ومعتقداته لأنها تقدم للشباب موضوعات تتحدث عنهم وتلمس مشاكلهم وقضاياهم.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة طلعت عيسى^(٦٣)، والتي أشارت إلى أن ٦٧.٧% من المبحوثين يفضلون صحافة الهاتف المحمول بسبب (سرعتها في نقل الأخبار)، وهي أكثر ما يميز صحافة الهاتف المحمول، ودراسة إبراهيم التوام^(٦٤)، والتي أشارت إلى أن (سرعة متابعة الأحداث) جاءت في مقدمة الأسباب التي دفعت الصحفيين لاستخدام تطبيقات الهاتف المحمول بنسبة بلغت ٧٧.٥%.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة هشام زقوت^(٦٥)، والتي أشارت إلى أن (سهولة الاستخدام) جاءت بالمرتبة الأولى ضمن أسباب استخدام المبحوثين لتطبيقات الهاتف الذكي.

٥. درجة تفاعل المبحوثين مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل:

جدول رقم (٦)

درجة تفاعل المبحوثين مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل وفقاً لسنوات الخبرة

الإجمالي	أكثر من ١٠ سنوات		أقل من ١٠ سنوات		سنوات الخبرة الدرجة
	ك	%	ك	%	
٥٤.٥	١٠٩	٥٩.٠	٥٩	٥٠.٠	متوسطة
٢٤.٥	٤٩	٢٩.٠	٢٩	٢٠.٠	مرتفعة
٢١.٠	٤٢	١٢.٠	١٢	٣.٠٠	منخفضة
١٠٠.٠	٢٠٠	١٠٠.٠	١٠٠	١٠٠.٠	الإجمالي

قيمة كا^٢ = ١٠.١١٠ = درجة الحرية = ٢ مستوى

المعنوية = ٠.٠٠٦ الدلالة = ٠.٠٠١ معامل التوافق = ٠.٢١٩

يتضح من الجدول السابق: استجابات المبحوثين حول أسباب متابعة المبحوثين لصحافة الموبايل، وقد جاء (السرعة والفورية في نقل الأخبار) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٩٥.٣٣، فالمجتمع بأكمله لديه دائماً شغف في معرفة كل جديد وقت حدوثه، وهذا ما وجده المبحوثين في صحافة الموبايل، وهو أهم ما يميزها قدرتها علي نقل الأحداث وقت حدوثها من خلال التطبيقات المختلفة لها، وجاءت (التعرف على مستجدات الأخبار والأحداث المحلية والعالمية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٩٤.٦٧، وجاءت (تتيج خدمات الوسائط المتعددة (نصوص - صور - رسوم - فيديو) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٩٢.٦٧، وهذا من بين أساليب وأدوات الجذب الذي يحققها صحافة الموبايل لقرائها، فمتابعة الخبر مدعم بالصور والفيديوهات يزيد من إقناع القارئ، فيثق في كل ما تقدمه من مواد وأخبار وموضوعات تؤثر فيها على معتقداته، وجاءت (سهولة استخدام تطبيق صحافة الموبايل والتعامل معه) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٩٢.٣٣، وذلك لسهولة استخدام الموبايل؛ فهو لا يحتاج إلي تدريب أو تعليم، ولا يتطلب بذل مجهود جسدي وعقلي لفهمه واستخدامه، وجاءت (إمكانية تصفح أكثر من موقع في وقت واحد) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٨٨، وأخيراً جاءت (الاهتمام بقضايا الشباب القيمية والأخلاقية) بوزن نسبي ٧٢.٦٧، مما يحقق أكبر الأثر في التأثير على قيمه

٦. أكثر أساليب التفاعل والمشاركة التي يفضلها المبحوثين في الموضوعات التي يتابعونها بصحافة الموبايل:

جدول رقم (٧)

أكثر أساليب التفاعل والمشاركة التي يفضلها المبحوثين في الموضوعات التي يتابعونها بصحافة الموبايل وفقاً لسنوات الخبرة

الإجمالي	أقل من ١٠ سنوات		أكثر من ١٠ سنوات		سنوات الخبرة الأساليب
	ك	%	ك	%	
٤٧.٠	٩٤	٤٢.٠	٤٢	٥٢.٠	إعجاب
٢٥.٥	٥١	٢٥.٠	٢٥	٢٦.٠	مشاركة الموضوعات على مواقع التواصل الاجتماعي
٢٠.٥	٤١	٢٤.٠	٢٤	١٧.٠	كتابة تعليق
٤.٠	٨	٥.٠	٥	٣.٠	إنتاج المعلومات ونشرها
٣.٠	٦	٤.٠	٤	٢.٠	مشاركة باستطلاعات وبحوث
١٠٠.٠	٢٠٠	١٠٠.٠	١٠٠	١٠٠.٠	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 3.445$ درجة الحرية = ٤ مستوى المعنوية = ٠.٤٨٦ الدلالة = غير دالة معامل التوافق = ٠.١٣٠

يتضح من الجدول السابق أن (الإعجاب) جاء في مقدمة أكثر أساليب التفاعل والمشاركة التي يفضلها المبحوثين في الموضوعات التي يتابعونها بصحافة الموبايل بنسبة بلغت ٤٧%، ثم (مشاركة الموضوعات على مواقع التواصل الاجتماعي) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٢٥.٥%، ثم (كتابة تعليق) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٢٠.٥%، ثم (إنتاج المعلومات ونشرها) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٤%، وأخيراً (مشاركة باستطلاعات وبحوث) بنسبة ٣%.

يتضح من الجدول السابق أن ٥٤.٥% من المبحوثين يتفاعلون مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل بدرجة (متوسطة)، وفي المقابل نجد أن ٢٤.٥% من المبحوثين يتفاعلون مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل بدرجة (مرتفعة)، بينما يتفاعل ٢١% منهم بدرجة (منخفضة)، ويشير ذلك إلى مدى تجاوب وتفاعل المبحوثين مع صحافة الموبايل، فتفاعله معها دليل على أنها تقدم موضوعات تلمس حياته وقضاياها ومشاكله، وتؤثر فيه ويتأثر بها، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة النخبة باعتبارها متخصصة في مجال الإعلام، وحرصها على متابعة الأخبار باستمرار والتفاعل معها.

وبحساب قيمة χ^2 بلغت (١٠.١١٠) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة دالة إحصائياً، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين سنوات خبرة المبحوثين (أقل من ١٠ سنوات، أكثر من ١٠ سنوات) ودرجة تفاعل المبحوثين مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل عند مستوى ثقة ٩٩%.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة طلعت سليم^(٦٦)، والتي أشارت إلى أن الوزن النسبي لدرجة تفاعل المبحوثين مع الأخبار التي تلقوها عبر صحافة الهاتف المحمول قد بلغ ٦٥.٢%، وهي درجة متوسطة.

وتشير هذه النتيجة إلى تفاعل المبحوثين بشكل كبير مع الأخبار والموضوعات التي يتابعونها بصحافة الموبايل من خلال إعجابهم بتلك الأخبار، ومشاركتها علي صفحاتهم علي شبكات التواصل الاجتماعي، وإثارة المناقشات مع أصدقائهم، ومعرفة آرائهم حول تلك الموضوعات، والتي تعد من أهم مميزات صحافة الموبايل.

وبحساب قيمة كا ٢ بلغت (٣.٤٤٥) عند درجة حرية = (٤)، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين سنوات خبرة المبحوثين (أقل من

١٠ سنوات، أكثر من ١٠ سنوات) وأكثر أساليب التفاعل والمشاركة التي يفضلها المبحوثين في الموضوعات التي يتابعونها بصحافة الموبايل.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة طلعت سليم^(٦٧)، والتي أشارت إلى أن آلية المشاركة والتفاعل كانت من خلال (الإعجاب والتفضيل) بنسبة بلغت ٧٤.٣%.

٧. مصداقية صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم (٨)

مصداقية صحافة الموبايل

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الاستجابة	العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك		
٨٨.٠٠	٠.٥٤٢	٢.٦٤	٦٦.٥	١٣٣	٣٠.٥	٦١	٣.٠	٦	تخدم مواقع صحافة الموبايل أشكالًا متعددة لعرض الخبر (نص - صورة - فيديو)	
٨٤.٣٣	٠.٥٣٩	٢.٥٣	٥٤.٥	١٠٩	٤٣.٥	٨٧	٢.٠	٤	تتسم الأخبار المنشورة على مواقع صحافة الموبايل بالوضوح والبساطة	
٨٣.٣٣	٠.٦١٨	٢.٥٠	٥٦.٠	١١٢	٣٧.٥	٧٥	٦.٥	١٣	التحديث المستمر والسريع للأخبار على مواقع صحافة الموبايل يجعلها عرضة للوقوع في عدم التأكد من مصداقية بعض ما تنشر	
٧٩.٠٠	٠.٦٩٦	٢.٣٧	٤٩.٠	٩٨	٣٨.٥	٧٧	١٢.٥	٢٥	الهروب من ضغوط الحياة اليومية	
٧٨.٣٣	٠.٦٩٩	٢.٣٥	٤٧.٥	٩٥	٣٩.٥	٧٩	١٣.٠	٢٦	تساعد صحافة الموبايل في معرفة عادات وتقاليد المجتمعات الأخرى	
٧٣.٣٣	٠.٧٠٠	٢.٢٠	٣٦.٠	٧٢	٤٧.٥	٩٥	١٦.٥	٣٣	ما يقلل من مصداقية مواقع صحافة الموبايل عدم وجود المصادر والأسماء والتواريخ والأرقام	
٧١.٦٧	٠.٧٦٠	٢.١٥	٣٧.٠	٧٤	٤٠.٥	٨١	٢٢.٥	٤٥	ألاحظ أن مواقع صحافة الموبايل تركز على قضايا معينة بسيطة، وتتعد عن القضايا والمشكلات الجوهرية التي تهم قطاعًا كبيرًا من الجمهور	

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الاستجابة	العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك		
٦٩.٦٧	٠.٧٢١	٢.٠٩	٣٠.٥	٦١	٤٧.٥	٩٥	٢٢.٠	٤٤	تسهم مواقع صحافة الموبايل فى انتهاك خصوصية الأفراد	
٦٨.٣٣	٠.٦٧٥	٢.٠٥	٢٥.٠	٥٠	٥٤.٥	١٠٩	٢٠.٥	٤١	تتسم الأخبار المنشورة على مواقع صحافة الموبايل بالتحيز لطرف على حساب طرف	
٦٣.٣٣	٠.٦٤٥	١.٩٠	١٦.٠	٣٢	٥٧.٥	١١٥	٢٦.٥	٥٣	الأخبار المنشورة على مواقع صحافة الموبايل تتسم بالتهويل والتضليل والمبالغة فى تناول الأحداث	
٦١.٦٧	٠.٦٤٨	١.٨٥	١٤.٥	٢٩	٥٦.٠	١١٢	٢٩.٥	٥٩	الأخبار المنشورة على مواقع صحافة الموبايل تهدف إلى نشر الشائعات	
٦٠.٦٧	٠.٦٦٣	١.٨٢	١٤.٥	٢٩	٥٣.٠	١٠٦	٣٢.٥	٦٥	لا أثق فيما تنشره مواقع صحافة الموبايل من أخبار ومعلومات لأنها تعتمد غالبًا على صور وفيديوهات مفبركة	
٢٠٠									الإجمالي	

حتى قبل التأكد من مصداقية تلك الأخبار، وتعد ذلك من أهم سلبيات الإعلام الجديد وصحافة الموبايل خاصة، وتؤثر علي درجة مصداقيتها لدي المبحوثين، وجاءت (الهروب من ضغوط الحياة اليومية) فى المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٧٩، وجاءت (تساعد صحافة الموبايل فى معرفة عادات وتقاليد المجتمعات الأخرى) فى المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٧٨.٣٣، وجاء (ما يقلل من مصداقية مواقع صحافة الموبايل عدم وجود المصادر والأسماء والتواريخ والأرقام) فى المرتبة السادسة بوزن نسبي ٧٣.٣٣، يليه (ألاحظ أن مواقع صحافة الموبايل تركز على قضايا معينة بسيطة، وتبتعد عن القضايا والمشكلات الجوهرية التى تهم قطاعًا كبيرًا من الجمهور) بوزن نسبي ٧١.٦٧، وجاءت (تسهم مواقع صحافة الموبايل فى انتهاك خصوصية الأفراد)

يتضح من الجدول السابق: استجابات المبحوثين حول مصداقية صحافة الموبايل وقد جاء (تخدم مواقع صحافة الموبايل أشكالًا متعددة لعرض الخبر) فى المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٨، وقد يرجع ذلك إلى تدعيم صحافة الموبايل الأخبار بالصوت والصورة الذي يزيد من مصداقيتها لدي المبحوثين، وجاءت (تتسم الأخبار المنشورة على مواقع صحافة الموبايل بالوضوح والبساطة) فى المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٤.٣٣، وجاءت (التحديث المستمر والسريع للأخبار على مواقع صحافة الموبايل يجعلها عرضة للوقوع فى عدم التأكد من مصداقية بعض ما تنشر) فى المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٨٣.٣٣، وقد يرجع ذلك إلى رغبة بعض المواقع فى سرعة نشر الخبر، وجذب أكبر عدد من الجمهور، وتحقيق سبق الصحفي

ومعلومات لأنها تعتمد غالبًا على صور وفيديوهات مفبركة) بوزن نسبي ٦٠.٦٧، ويرجع ذلك إلى السرعة في نشر الأخبار من أجل تحقيق سبق دون التأكد من صحتها.

٨. المعوقات التي تحد من الاستفادة من تطبيقات صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين:

في الترتيب الثامن بوزن نسبي ٦٩.٦٧، ومن أهم العيوب التي توجه إلى صحافة الموبايل، هو انتهاكه لخصوصية الأفراد عن طريق اختراقه للحسابات الشخصية للأفراد، يليه (تتسم الأخبار المنشورة على مواقع صحافة الموبايل بالتحيز لطرف على حساب طرف) في المرتبة التاسعة بوزن نسبي ٦٨.٣٣، وأخيرًا جاءت (لا أثق فيما تنشره مواقع صحافة الموبايل من أخبار

جدول رقم (٩)

المعوقات التي تحد من الاستفادة من تطبيقات صحافة الموبايل

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الاستجابة المعوقات
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٢.٦٧	٠.٦٤٩	٢.٤٨	٥٦.٠	١١٢	٣٥.٥	٧١	٨.٥	١٧	ضعف الشبكة وبطء التحميل
٨٠.٣٣	٠.٦٥٨	٢.٤١	٥٠.٠	١٠٠	٤٠.٥	٨١	٩.٥	١٩	تلقي رسائل كثيرة للغاية تشتت الانتباه
٧٨.٠٠	٠.٦٩٨	٢.٣٤	٤٧.٠	٩٤	٤٠.٠	٨٠	١٣.٠	٢٦	كثرة الشائعات والأخبار الزائفة والمجهولة
٧٦.٣٣	٠.٧١٢	٢.٢٩	٤٣.٥	٨٧	٤١.٥	٨٣	١٥.٠	٣٠	كثافة نشر معلومات من أشخاص غير مؤهلين
٧٦.٠٠	٠.٦٧٤	٢.٢٨	٤٠.٥	٨١	٤٧.٠	٩٤	١٢.٥	٢٥	عدم الموضوعية في معالجة القضايا
٧٥.٠٠	٠.٦٦١	٢.٢٥	٣٧.٠	٧٤	٥٠.٥	١٠١	١٢.٥	٢٥	ضعف ثقة الجمهور بالأخبار المنشورة عبر صحافة الهاتف المحمول
٧٤.٠٠	٠.٦٨٦	٢.٢٢	٣٦.٥	٧٣	٤٨.٥	٩٧	١٥.٠	٣٠	ضياع كثير من الوقت في ملاحقة الأخبار
٥٩.٣٣	٠.٧٨٦	١.٧٨	٢٢.٠	٤٤	٣٣.٥	٦٧	٤٤.٥	٨٩	نقص الخبرة في تصفح المواقع والتطبيقات
٢٠٠									الإجمالي

الموضوعات بالرأى الشخصي دون التزامهم بالموضوعية في معالجتهم وعرضهم للقضايا والموضوعات المختلفة، وأخيراً جاءت (نقص الخبرة في تصفح المواقع والتطبيقات) بوزن نسبي ٥٩.٣٣.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة إبراهيم التوام^(٦٨)، والتي أشارت إلى أن أكثر المعوقات التي تحد من الاستفادة القصوى من تطبيقات الهاتف المحمول كانت في مقدمتها (ضعف البنية الأساسية لخدمات الإنترنت في موقع الحدث) بنسبة بلغت ٦٤.٧%.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة طلعت سليم^(٦٩)، والتي أشارت إلى أن (كثرة الأخبار مجهولة المصدر) كانت أهم المشاكل التي تعاني منها صحافة الهاتف المحمول بنسبة بلغت ٧٢.٣%.

٩. دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع من وجهة نظر المبحوثين:

يتضح من الجدول السابق: استجابات المبحوثين حول المعوقات التي تحد من الاستفادة من تطبيقات صحافة الموبايل وقد جاء (ضعف الشبكة وبطء التحميل) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٢.٦٧، ويعد ذلك من أهم سلبيات الإنترنت؛ والذي انعكس علي صحافة الموبايل في صعوبة تحميل الأخبار، وجاءت (تلقي رسائل كثيرة للغاية تشتت الانتباه) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨٠.٣٣، وجاءت (كثرة الشائعات والأخبار الزائفة والمجهولة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٨، وجاءت (كثافة نشر معلومات من أشخاص غير مؤهلين) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٧٦.٣٣، **وقد يرجع ذلك إلى قيام بعض الأشخاص غير المتخصصين في مجال الإعلام بإنشاء صفحات إخبارية، ونشر الأخبار والمعلومات التي لا تتسم بإخبارية، ولا تلتزم بمعايير العمل الصحفي، وجاءت (عدم الموضوعية في معالجة القضايا) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٧٦، وقد يشير ذلك إلى تدخل كتاب هذه**

جدول رقم (١٠)

دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الاستجابة الدور
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٨.٣٣	٠.٦٤٠	٢.٣٥	٤٤.٠	٨٨	٤٧.٠	٩٤	٩.٠	١٨	تزود الفرد بالمعلومات والمعارف الثقافية التي يحتاجها لمتابعة الأوضاع في المجتمع.
٧٨.٣٣	٠.٦١٥	٢.٣٥	٤٢.٠	٨٤	٥٠.٥	١٠١	٧.٥	١٥	تنمي رغبة الفرد في المشاركة الثقافية في المجتمع.
٧٧.٦٧	٠.٦٠٩	٢.٣٣	٤٠.٠	٨٠	٥٢.٥	١٠٥	٧.٥	١٥	توفر للفرد فرصة الحوار والمناقشة مع الآخرين من أجل حل المشكلات في المجتمع.
٧٦.٣٣	٠.٦٦٨	٢.٢٩	٤٠.٥	٨١	٤٧.٥	٩٥	١٢.٠	٢٤	تساعد في تكوين الآراء والأفكار حول القضايا والمشكلات الثقافية التي تهتم المجتمع.
٧٤.٣٣	٠.٧٠٧	٢.٢٣	٣٩.٠	٧٨	٤٥.٠	٩٠	١٦.٠	٣٢	تساهم في نشر ندوات ومواقف اجتماعية إيجابية، تلامس الواقع في مختلف المجالات، وتعزز القيم.
٧٣.٦٧	٠.٦٦٧	٢.٢١	٣٤.٥	٦٩	٥١.٥	١٠٣	١٤.٠	٢٨	تساعد علي توجيه وسائل الإعلام المختلفة نحو تنمية الوعي لدى أفراد المجتمع بالقيم بصورة تكفل استمرار الدعم القيمي بشكل أفضل.
٧١.٦٧	٠.٧٢٨	٢.١٥	٣٥.٠	٧٠	٤٥.٠	٩٠	٢٠.٠	٤٠	تساعد علي رفع مقاطع توعوية تقدم النصح والتوجيه بأهمية القيم، وأهمية العمل بها، ليتم نشرها ومشاركتها
٧١.٦٧	٠.٦٨٣	٢.١٥	٣١.٥	٦٣	٥١.٥	١٠٣	١٧.٠	٣٤	أدت إلي التوعية المكثفة للاستخدام الآمن للإنترنت (السلبيات والإيجابيات).

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الاستجابة الدور
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧١.٣٣	٠.٧٣٤	٢.١٤	٣٤.٥	٦٩	٤٤.٥	٨٩	٢١.٠	٤٢	أدت إلي طرح إعلانات ممولة من الجهات المعنية تعمل على تعزيز القيم في المجتمع، حتى تصل إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.
٧٠.٠٠	٠.٧٠٩	٢.١٠	٣٠.٥	٦١	٤٩.٠	٩٨	٢٠.٥	٤١	ساعدت علي التعاون بين مؤسسات المجتمع المختلفة (المدنية والأمنية) لدراسة الواقع القيمي، ورسم خارطة القيم المطلوب تعزيزها في المجتمع.
٦٨.٦٧	٠.٧١٣	٢.٠٦	٢٨.٥	٥٧	٤٩.٠	٩٨	٢٢.٥	٤٥	تساعد علي تعزيز دور الأهل في التوجيه والمتابعة وبدون رقابة صارمة، لتعويد الأبناء في سن مبكرة على كيفية التعامل الإيجابي مع تلك المواقع.
٦٨.٣٣	٠.٦٥٢	٢.٠٥	٢٣.٥	٤٧	٥٧.٥	١١٥	١٩.٠	٣٨	تسهم في تعديل قناعات الفرد الثقافية والدينية بصورة إيجابية.
٦٧.٦٧	٠.٧٠٥	٢.٠٣	٢٦.٠	٥٢	٥٠.٥	١٠١	٢٣.٥	٤٧	تساعد علي انتقاء ونشر المصادر الموثوق فيها، والتي تنصح المؤسسات التربوية والإسلامية والثقافية بمتابعتها.
٦٧.٠٠	٠.٦١٠	٢.٠١	١٩.٠	٣٨	٦٣.٠	١٢٦	١٨.٠	٣٦	أدت إلي غرس قيم الانتماء والمواطنة الصالحة في نفوس الجمهور من خلال المبادرات الفردية والجماعية.
٦٣.٦٧	٠.٦٧٤	١.٩١	١٨.٥	٣٧	٥٤.٠	١٠٨	٢٧.٥	٥٥	أسهمت في وضع ميثاق أخلاقي وقواعد للمشاركة والإضافات، بما يحدد المرغوب والمرفوض، وبما يتناسب مع قيم المجتمع
٢٠٠									الإجمالي

بالمعلومات والمعارف الثقافية التي يحتاجها لمتابعة الأوضاع في المجتمع) و(تنمي رغبة الفرد في المشاركة الثقافية في المجتمع) في

يتضح من الجدول السابق: استجابات الباحثين حول دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع، وقد جاء (تزود الفرد

١٠. مدي فعالية صحافة الموبايل في توسيع

المنظومة القيمية في المجتمع:

جدول رقم (١١)

مدي فعالية صحافة الموبايل في توسيع المنظومة

القيمية في المجتمع وفقاً لسنوات الخبرة

الإجمالي	أكثر من ١٠ سنوات		أقل من ١٠ سنوات		سنوات الخبرة	الفعالية
	ك	%	ك	%		
٦٢.٠	١٢٤	٥٧.٠	٥٧	٦٧.٠	٦٧	فعالة إلي حد ما
٢٠.٥	٤١	٢٣.٠	٢٣	١٨.٠	١٨	فعالة
١٧.٥	٣٥	٢٠.٠	٢٠	١٥.٠	١٥	غير فعالة
١٠٠.٠	٢٠٠	١٠٠.٠	١٠٠	١٠٠.٠	١٠٠	الإجمالي

قيمة ك=٢.١٣٠ درجة الحرية =٢ مستوى
 المعنوية=٠.٣٤٥ الدلالة =غير دالة معامل
 التوافق=٠.١٠٣

يتضح من الجدول السابق: أن ٦٢% من
 المبحوثين يعتقدون بفاعلية صحافة الموبايل في
 توسيع المنظومة القيمية في المجتمع (إلي حد
 ما)، ثم يعتقد ٢٠.٥% منهم بأنها (فعالة)،
 وأخيراً يعتقد ١٧.٥% منهم بأنها (غير فعالة).

وتعكس هذه النتيجة فعالية صحافة

الموبايل في توسيع المنظومة القيمية في
 المجتمع؛ إذ جاءت (فعالة إلي حد ما-فعالة) في
 المراتب الأولى، وقد يرجع ذلك إلى انتشار
 الموبايل في السنوات الأخيرة في المجتمع، فلم
 يعد دليل علي المكانة الاجتماعية المرتفعة
 للأفراد بل أسلوب حياة، وفي متناول كل فئات

المرتبة الأولى بوزن نسبي ٧٨.٣٣، وذلك من
 خلال تعدد المواقع وتطبيقات صحافة الموبايل
 التي تتيح للمبحوثين التعرف علي آخر الأخبار
 في الموضوعات المختلفة، وكذلك الاطلاع علي
 الأخبار السابقة حول تلك الموضوعات من
 خلال الأرشيف الذي يساعده علي الإلمام بكل
 جوانب الموضوع، وما يستجد من أحداث،
 وجاءت (توفر للفرد فرصة الحوار والمناقشة مع
 الآخرين من أجل حل المشكلات في المجتمع)
 في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٧.٦٧، وذلك
 من خلال التفاعل مع الأخبار التي يتابعونها
 بصحافة الموبايل، ومشاركته علي صفحاتهم،
 وإثارة المناقشات مع أصدقائهم، والتعرف علي
 آرائهم ووجهات نظرهم في الأحداث والقضايا
 المختلفة، والعمل علي حلها، وجاءت (تساعد في
 تكوين الآراء والأفكار حول القضايا والمشكلات
 الثقافية التي تهم المجتمع) في المرتبة الثالثة
 بوزن نسبي ٧٦.٣٣، وجاءت (تسهم في نشر
 ندوات ومواقف اجتماعية إيجابية، تلامس الواقع
 في مختلف المجالات، وتعزز القيم) في المرتبة
 الرابعة بوزن نسبي ٧٤.٣٣، وأخيراً جاءت
 (تساعد علي توجيه وسائل الإعلام المختلفة نحو
 تنمية الوعي لدى أفراد المجتمع بالقيم بصورة
 تكفل استمرار الدعم القيمي بشكل أفضل) بوزن
 نسبي ٧٣.٦٧، وذلك من خلال اهتمامها بنشر
 ومعالجة موضوعات تتعلق بالقيم والأخلاق،
 ونبذ العادات والقيم التي تسيء للمجتمع من عنف
 وتطرف وتتمر ضد الأفراد، وإعلاءها من شأن
 القيم الحميدة التي ترفع من شأن المجتمع.

١٠ سنوات، أكثر من ١٠ سنوات) ومدى فعالية صحافة الموبايل في توسيع المنظومة القيمية في المجتمع.

١١. القيم الإيجابية التي تعرضها صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين:

المجتمع من الأطفال حتي كبار السن، والذي انعكس بالتأكيد علي النسق القيمي في المجتمع. وبحساب قيمة كا بلغت (٢.١٣٠) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين سنوات خبرة المبحوثين (أقل من

جدول رقم (١٢)

القيم الإيجابية التي تعرضها صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين وفقاً لسنوات الخبرة

المعنوية	قيمة Z	الإجمالي		أكثر من ١٠ سنوات		أقل من ١٠ سنوات		سنوات الخبرة القيم
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٣٩٧	٠.٨٤٧-	٥١.٠	١٠٢	٥٤.٠	٥٤	٤٨.٠	٤٨	التعاون
٠.١٢٠	١.٥٥٦-	٤٦.٥	٩٣	٥٢.٠	٥٢	٤١.٠	٤١	نبذ العنف والتطرف
٠.٠٠٠	٣.٩٨٩-	٤٣.٠	٨٦	٥٧.٠	٥٧	٢٩.٠	٢٩	العمل الجماعي
٠.١٨٥	١.٣٢٧-	٣٥.٥	٧١	٤٠.٠	٤٠	٣١.٠	٣١	الطموح
٠.٧٦٦	٠.٢٩٨-	٣٤.٠	٦٨	٣٣.٠	٣٣	٣٥.٠	٣٥	العلم
٠.١٦٨	١.٣٧٩-	٣٠.٥	٦١	٣٥.٠	٣٥	٢٦.٠	٢٦	مراعاة شعور الآخرين
٠.٢٩٩	١.٠٣٩-	٢١.٠	٤٢	١٨.٠	١٨	٢٤.٠	٢٤	الشجاعة
٠.٤٥٣	٠.٧٥١-	١٧.٠	٣٤	١٩.٠	١٩	١٥.٠	١٥	صلة الرحم
٠.٣٣٠	٠.٩٧٤-	١٥.٥	٣١	١٨.٠	١٨	١٣.٠	١٣	بر الوالدين
١.٠٠٠	٠.٠٠٠	١٤.٠	٢٨	١٤.٠	١٤	١٤.٠	١٤	العدل
٠.٠٢٣	٢.٢٧٠-	١٣.٥	٢٧	١٩.٠	١٩	٨.٠	٨	السعادة
٠.٢٨٦	١.٠٦٦-	١٢.٥	٢٥	١٠.٠	١٠	١٥.٠	١٥	التضحية
٠.٣٦٧	٠.٩٠٢-	١١.٠	٢٢	١٣.٠	١٣	٩.٠	٩	الأمان
١.٠٠٠	٠.٠٠٠	٤.٠	٨	٤.٠	٤	٤.٠	٤	التواضع
		٢٠٠		١٠٠		١٠٠		جملة من سئولا

الموبايل من وجهة نظر المبحوثين بنسبة بلغت ٥١%، ثم (نبذ العنف والتطرف) في المرتبة

يتضح من الجدول السابق: جاء (التعاون) في مقدمة القيم الإيجابية التي تعرضها صحافة

الثانية بنسبة بلغت ٤٦.٥%، ثم (العمل الجماعي) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٤٣%، ثم (الطموح) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٣٥.٥%، ثم (العلم) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٣٤%، وأخيراً (التواضع) بنسبة ٤% .

وقد يرجع اهتمام صحافة الموبايل بهذه القيم إلى أن ترسيخ هذه القيم من (تعاون ونبذ العنف والتطرف ومراعاة شعور الآخرين وبر الوالدين وصلة الرحم وغيرها في المجتمع) من شأنها تعمل على الارتقاء به وتقديمه.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لإستجابات المبحوثين حول القيم الإيجابية التي تعرضها صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين:

■ ترتفع نسبة (العمل الجماعي) عند المبحوثين الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات خبرة حيث جاءت النسب (٥٧%، ٢٩%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٩٨٩ وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩.٩%.

■ ترتفع نسبة (السعادة) عند المبحوثين الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات خبرة حيث جاءت النسب (١٩%، ٨%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٢٧٠ وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة نواصرية حميدة^(٧٠)، والتي أشارت إلى أن قيمة (الثقة بالنفس) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٢.٥٥، كما اختلفت مع دراسة بطرس الحلاق^(٧١)، والتي بينت أن قيمة (الطموح) جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٤.٢، واختلفت أيضاً مع دراسة نزيهة عثمانة^(٧٢)، والتي أوضحت أن قيمة (التفتح الاجتماعي) جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ١٣%.

١٢. القيم السلبية التي تعرضها صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين:

جدول رقم (١٣)

القيم السلبية التي تعرضها صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين وفقاً لسنوات الخبرة

المعنوية	قيمة z	الإجمالي		أكثر من ١٠ سنوات		أقل من ١٠ سنوات		سنوات الخبرة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٣٩٧	٠.٨٤٦-	٥٠.	١٠٠	٥٣.٠	٥٣	٤٧.٠	٤٧	العنف الأسري
٠.٤٨٠	٠.٧٠٧-	٤٦.	٩٣	٤٤.٠	٤٤	٤٩.٠	٤٩	الإحباط
٠.٣٩٦	٠.٨٤٩-	٤٦.	٩٢	٤٣.٠	٤٣	٤٩.٠	٤٩	الكذب
٠.٣٩٥	٠.٨٥١-	٤٥.	٩٠	٤٨.٠	٤٨	٤٢.٠	٤٢	الطبقية
١.٠٠٠	٠.٠٠٠	٤٠.	٨٠	٤٠.٠	٤٠	٤٠.٠	٤٠	الفساد المالي
٠.٣٧٨	٠.٨٨٢-	٣٦.	٧٢	٣٣.٠	٣٣	٣٩.٠	٣٩	اليأس
٠.٢٣٧	١.١٨٣-	٣٥.	٧٠	٣٩.٠	٣٩	٣١.٠	٣١	الخيانة
٠.٣٣٥	٠.٩٦٥-	٢٦.	٥٢	٢٩.٠	٢٩	٢٣.٠	٢٣	الإدمان
٠.٠٢١	٢.٣١٢-	٢٤.	٤٨	٣١.٠	٣١	١٧.٠	١٧	الأناثية
٠.٠٦٧	١.٨٣٠-	٢٣.	٤٧	١٨.٠	١٨	٢٩.٠	٢٩	الظلم
٠.٠٧٢	١.٧٩٨-	١٩.	٣٨	٢٤.٠	٢٤	١٤.٠	١٤	حب التملك
٠.٥٧٨	٠.٥٥٧-	١٧.	٣٥	١٦.٠	١٦	١٩.٠	١٩	عقوق الوالدين
٠.٧٠٠	٠.٣٨٥-	١٦.	٣٢	١٧.٠	١٧	١٥.٠	١٥	عقوق الأبناء
		٢٠٠		١٠٠		١٠٠		جملة من سئلا

القيمة، ثم (الإحباط) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٤٦.٥%، ثم (الكذب) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٤٦%، ثم (الطبقية) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٤٥%، ثم (الفساد المالي) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٤٠%، وأخيراً (عقوق الأبناء) بنسبة ١٦%، ويرجع اهتمام صحافة الموبايل بنذ هذه القيمة الأخلاقية السيئة بسبب انتشارها في الفترة الأخيرة من عقوق

يتضح من الجدول السابق: جاء (العنف الأسري) في مقدمة القيم السلبية التي تعرضها صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين بنسبة بلغت ٥٠%، وقد يرجع ذلك إلى أن العنف الأسري من شأنه أن يؤثر على الفرد نفسياً واجتماعياً، ويؤثر على طريقة تعامل الفرد مع ذويه، فالعنف ينشئ فرد غير سوي، لذلك اهتمت صحافة الموبايل بالتأكيد على نبذ هذه

جدول رقم (١٤)

مدي تشكيل صحافة الموبايل خطرًا علي القيم
في المجتمع وفقاً لسنوات الخبرة

الإجمالي		أكثر من ١٠ سنوات		أقل من ١٠ سنوات		سنوات الخبرة المدي
		ك	%	ك	%	
٤٥.٠	٩٠	٤٥.٠	٤٥	٤٥.٠	٤٥	نعم
٥٥.٠	١١٠	٥٥.٠	٥٥	٥٥.٠	٥٥	لا
١٠٠٠	٢٠٠	١٠٠٠.٠	١٠٠	١٠٠٠.٠	١٠٠	الإجمالي

قيمة ك=٠.٠٠٠٠ درجة الحرية = ١ مستوى
المعنوية=١.٠٠٠٠ الدلالة=غير دالة معامل
فاي=٠.٠٠٠٠

يتضح من الجدول السابق: أن ٤٥% من
المبحوثين يؤكدون علي أن صحافة الموبايل
تشكيل خطرًا علي القيم في المجتمع بينما لا
يعتقد ٥٥% منهم بذلك.

وبحساب قيمة ك= ٢ بلغت (٠.٠٠٠٠) عند
درجة حرية = (١)، وهي قيمة غير دالة
إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة
إحصائياً بين سنوات خبرة المبحوثين (أقل من
١٠ سنوات، أكثر من ١٠ سنوات) ومدي تشكيل
صحافة الموبايل خطرًا علي القيم في المجتمع

١٤. مخاطر صحافة الموبايل على منظومة

القيم في المجتمع من وجهة نظر
المبحوثين:

الابناء لأبائهم، فاهتمت بمعالجتها من أجل
دحض هذه القيم السيئة في المجتمع والإعلاء
من شأن القيم الحميدة.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود
اختلاف في النسب المئوية لإستجابات
المبحوثين حول القيم السلبية التي تعرضها
صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين:

■ ترتفع نسبة قيم (الأنانية) عند المبحوثين
الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠
سنوات خبرة حيث جاءت النسب (٣١%،
١٧%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z
المحسوبة ٢.٣١٢ وهي أعلى من القيمة
الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين
بمستوى ثقة ٩٥%.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة بطرس
الحلاق^(٧٣)، والتي أشارت نتائجها إلى أن (عدم
الاهتمام بالدراسة) جاء في المرتبة الأولى ضمن
السلوكيات السلبية بوزن نسبي ٦٢%، في حين
جاء (التوتر الداخلي) في المرتبة الثانية بوزن
نسبي ٦١%، واختلفت أيضاً مع دراسة نزيهة
عثامنة^(٧٤)، والتي بينت أن قيمة (تضييع وهدر
الوقت) احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٢١%.

١٣. مدي تشكيل صحافة الموبايل خطرًا علي

القيم في المجتمع:

جدول رقم (١٥)

مخاطر صحافة الموبايل على منظومة القيم في المجتمع من وجهة نظر المبحوثين وفقاً لسنوات الخبرة

المخاطر	سنوات الخبرة		أقل من ١٠ سنوات		أكثر من ١٠ سنوات		قيمة z	المعنوية
	ك	%	ك	%	ك	%		
تعمل على تدعيم بعض الصفات السلبية والآثار المجتمعية غير	٣٣	٧٣.٣	٣٣	٧٣.٣	٦٦	٧٣.٣	٠.٠٠٠	١.٠٠٠
تزيد من تعرض الشباب للفتن والخلافات سواء كانت مجتمعية أو	٢٧	٦٠.٠	٣٩	٨٦.٧	٦٦	٧٣.٣	-٢.٨٤٤	٠.٠٠٠٤
تؤثر بشكل كبير على أخلاقيات الشباب ومستواهم الثقافي والتعليمي	٢٨	٦٢.٢	٣٧	٨٢.٢	٦٥	٧٢.٢	-٢.١٠٦	٠.٠٣٥
قرصنة الهاتف من خلال التطبيقات العشوائية الذين يقومون بالحصول	٣٠	٦٦.٧	٣٠	٦٦.٧	٦٠	٦٦.٧	٠.٠٠٠	١.٠٠٠
يورث الصفات السيئة في المجتمع كالكذب والترويج للشائعات	٢١	٤٦.٧	٣٢	٧١.١	٥٣	٥٨.٩	-٢.٣٤٣	٠.٠١٩
تعزز من انتشار السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة	٢٠	٤٤.٤	٣١	٦٨.٩	٥١	٥٦.٧	-٢.٣٢٧	٠.٠٢٠
يؤدي إلى الانحراف النفسي والاجتماعي	٢٥	٥٥.٦	١٧	٣٧.٨	٤٢	٤٦.٧	-١.٦٨١	٠.٠٩٣
تعزز مزيد من الصراعات في المجتمع	١٨	٤٠.٠	٢٣	٥١.١	٤١	٤٥.٦	-١.٠٥٢	٠.٢٩٣
تؤدي إلى ضياع هوية المجتمع	١٥	٣٣.٣	٢٠	٤٤.٤	٣٥	٣٨.٩	-١.٠٧٥	٠.٢٨٢
جملة من سئلوا	٤٥		٤٥		٩٠			

بالإنترنت، واعتبار مواقع التواصل الاجتماعي ودخلهم عليها بشكل يومي أمراً أساسياً في حياتهم، فيتأثرون بكل ما تعرضه هذه المواقع من موضوعات وقيم أخلاقية، ثم (قرصنة الهاتف من خلال التطبيقات العشوائية الذين يقومون بالحصول على بيانات شخصية) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٦٦.٧%، وهذا من شأنه يهدد خصوصية الفرد بل ويعرضه للانتزاع المادي والمعنوي، ثم (يورث الصفات السيئة في المجتمع كالكذب والترويج للشائعات) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٥٨.٩%، ثم (تعزز من

يتضح من الجدول السابق: جاء (تعمل على تدعيم بعض الصفات السلبية والآثار المجتمعية غير المرغوبة) و(تزيد من تعرض الشباب للفتن والخلافات سواء كانت مجتمعية أو عرقية أو دينية) في مقدمة مخاطر صحافة الموبايل على منظومة القيم في المجتمع من وجهة نظر المبحوثين بنسبة بلغت ٧٣.٣%، ثم (تؤثر بشكل كبير على أخلاقيات الشباب ومستواهم الثقافي والتعليمي) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٧٢.٢%، ويرجع ذلك إلى أن غالبية الشباب يمتلكون موبايل متصل

انتشار السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٥٦.٧%، وأخيراً (تؤدي إلى ضياع هوية المجتمع) بنسبة ٣٨.٩%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لإستجابات الباحثين حول مقدمة مخاطر صحافة الموبايل على منظومة القيم في المجتمع من وجهة نظر الباحثين:

■ ترتفع نسبة (تزيد من تعرض الشباب للفتن والخلافات سواء كانت مجتمعية أو عرقية أو دينية) عند الباحثين الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات جاءت النسب (٨٦.٧%، ٦٠%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٨٤٤ وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩%.

■ ترتفع نسبة (تؤثر بشكل كبير على أخلاقيات الشباب ومستواهم الثقافي والتعليمي) عند الباحثين الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات حيث جاءت النسب (٨٢.٢%، ٦٢.٢%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.١٠٦ وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

■ ترتفع نسبة (يورث الصفات السيئة في المجتمع كالكذب والترويج للشائعات) عند الباحثين الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات حيث جاءت النسب

(٧١.١%، ٤٦.٧%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٣٤٣ وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

■ ترتفع نسبة (تعزز من انتشار السلوكيات الاجتماعية والأخلاقية الفاسدة) عند الباحثين الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات حيث جاءت النسب (٦٨.٩%، ٤٤.٤%) والفارق دال إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٢.٣٢٧ وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٥%.

١٥. مدي اهتمام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية:

جدول رقم (١٦)

مدي اهتمام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية وفقاً لسنوات الخبرة

الإجمالي		أكثر من ١٠ سنوات		أقل من ١٠ سنوات		سنوات الخبرة المدي
		ك	%	ك	%	
٧٣.٠	١٤٦	٦٣.٠	٦٣	٨٣.٠	٨٣	إلى حد ما
١٥.٥	٣١	١٨.٠	١٨	١٣.٠	١٣	تهتم بدرجة كبيرة
١١.٥	٢٣	١٩.٠	١٩	٤.٠	٤	لا تهتم
١٠٠.٠	٢٠٠	١٠٠.٠	١٠٠	١٠٠.٠	١٠٠	الإجمالي

قيمة ك=١٣.٣٢٩ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠.٠٠١ الدلالة = ٠.٠١ معامل التوافق = ٠.٢٥٠

يتضح من الجدول السابق: أن ٧٣% من الباحثين يعتقدون بأن صحافة الموبايل تهتم

ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين سنوات خبرة المبحوثين (أقل من ١٠ سنوات، أكثر من ١٠ سنوات) ومدى اهتمام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية عند مستوى ثقة ٩٩%.

١٦. ترتيب المبحوثين لأبعاد المسؤولية التي

تحرص صحافة الموبايل علي إبرازها:

بمفهوم المسؤولية الاجتماعية (إلي حد ما)، بينما يعتقد ١٥.٥% منهم أنها (تهتم بدرجة كبيرة)، وفي المقابل لا يعتقد ١١.٥% منهم بذلك. ومن هذه النتيجة نتوصل الى اهتمام صحافة الموبايل بتوجيه الافراد ونشر الوعي القيمي بينهم والفين بدورها تجاه المسولية الاجتماعية نحو المجتمع وبحساب قيمة كا ٢١ بلغت (١٣.٣٢٩) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة دالة إحصائياً،

جدول (١٧)

ترتيب المبحوثين لأبعاد المسؤولية التي تحرص صحافة الموبايل علي إبرازها

الوزن المرجح		الترتيب					المسؤولية
مئوي	النقاط	الخامس	الرابع	الثالث	الثاني	الأول	
٢٤	٧٧٧	٩	٥٦	٩٠	١٧٢	٤٥٠	المسؤولية تجاه الوطن
٢٣	٧٣٠	١٣	٤٠	١٣٥	٢٧٢	٢٧٠	المسؤولية تجاه المجتمع
٢٠	٦٢٩	٢٢	٨٨	١٥٣	١٩٦	١٧٠	المسؤولية نحو الذات
١٧	٥٤٩	٣٧	١١٢	١٤١	١٦٤	٩٥	المسؤولية الدينية والأخلاقية
١٦	٥٢٩	٥٥	٧٠	١٥٩	١٦٠	٨٥	المسؤولية الأسرية
٣٢١٤							مجموع الأوزان المرجحة

الذات) بوزن مئوي ٢٠%، ثم جاء (المسؤولية الدينية والأخلاقية) بوزن مئوي ١٧%، وأخيرا جاء (المسؤولية الأسرية) بوزن مئوي ١٦%، بعرض موضوعات تتعلق بنبذ العنف الأسري، والحث على صلة الرحم وعدم عقوق الوالدين.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة منال عبده

(٧٥)، والتي أشارت إلى أن ٥٢% من الفتيات

يرون أن بعد (المسؤولية المجتمعية) يأتي في

يتضح من الجدول السابق: أن ترتيب المبحوثين لأبعاد المسؤولية التي تحرص صحافة الموبايل علي إبرازها تمثلت في أن (المسؤولية تجاه الوطن) قد جاء في المقدمة بوزن مئوي ٢٤%، وذلك عن طريق اهتمامها بتقديم وعرض موضوعات تتعلق بالتعاون المجتمعي، والتضحية من أجل الوطن، ونبذ العنف والتطرف؛ ثم جاء (المسؤولية تجاه المجتمع) بوزن مئوي ٢٣%، ثم جاء (المسؤولية نحو

مقدمة أبعاد المسؤولية الاجتماعية التي تهتم بها
برامج المرأة.
١٧. المسؤولية التي تقع على صحافة
الموبايل في ترسيخ القيم من وجهة نظر
المبحوثين:

جدول رقم (١٨)

المسؤولية التي تقع على صحافة الموبايل في ترسيخ القيم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الاستجابة المسؤولية
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٦.٦٧	٠.٥٤٠	٢.٦٠	٦٢.٥	١٢٥	٣٥.٠	٧٠	٢.٥	٥	ساعدتني في الإطلاع علي أخبار البلد الذي نعيش فيه.
٨١.٦٧	٠.٦٤٠	٢.٤٥	٥٢.٥	١٠٥	٣٩.٥	٧٩	٨.٠	١٦	أسهمت في زيادة وعيي الصحي.
٨١.٠٠	٠.٦٣٨	٢.٤٣	٥١.٠	١٠٢	٤١.٠	٨٢	٨.٠	١٦	أسهمت في البحث عن معلومة علمية.
٧٨.٠٠	٠.٦٩٧	٢.٣٤	٤٦.٥	٩٣	٤٠.٥	٨١	١٣.٠	٢٦	التقليد الأعمى للموضات الأجنبية
٧٧.٦٧	٠.٦٦٦	٢.٣٣	٤٤.٠	٨٨	٤٥.٠	٩٠	١١.٠	٢٢	تساعدني في صقل خبراتي واكتسابي المعرفة والمعلومات.
٧٦.٠٠	٠.٧٠٨	٢.٢٨	٤٢.٥	٨٥	٤٢.٥	٨٥	١٥.٠	٣٠	تسبب خدمات شبكات التواصل الاجتماعي للشباب بلبلة فكرية.
٧٥.٣٣	٠.٧٠٢	٢.٢٦	٤٠.٥	٨١	٤٤.٥	٨٩	١٥.٠	٣٠	أسهمت في انتشار الشائعات وترويجها
٧٣.٦٧	٠.٦٥٢	٢.٢١	٣٣.٥	٦٧	٥٣.٥	١٠٧	١٣.٠	٢٦	أسهمت في زيادة وعيي الوطني.
٧٣.٣٣	٠.٦٨٧	٢.٢٠	٣٥.٥	٧١	٤٩.٠	٩٨	١٥.٥	٣١	أدت إلي ضعف التمسك بالعادات والتقاليد
٧٣.٠٠	٠.٦٨٨	٢.١٩	٣٤.٥	٦٩	٤٩.٥	٩٩	١٦.٠	٣٢	تدني الثقة بالمنتج الوطني
٧٢.٦٧	٠.٧٥٥	٢.١٨	٣٩.٠	٧٨	٤٠.٠	٨٠	٢١.٠	٤٢	ساعدتني في خلق تواصل مع أقاربي.
٧٢.٦٧	٠.٧٨٨	٢.١٨	٤١.٥	٨٣	٣٥.٠	٧٠	٢٣.٥	٤٧	تتسبب في هدر الوقت
٧٠.٣٣	٠.٧٠٧	٢.١١	٣١.٠	٦٢	٤٩.٠	٩٨	٢٠.٠	٤٠	عدم موثوقية المعلومات الدينية التي يحصل عليها الجمهور
٦٩.٦٧	٠.٧١٤	٢.٠٩	٣٠.٠	٦٠	٤٨.٥	٩٧	٢١.٥	٤٣	ساعدت علي تدني الثقة بقيمة المساواة في المجتمع
٦٦.٠٠	٠.٦٩٠	١.٩٨	٢٢.٥	٤٥	٥٢.٥	١٠٥	٢٥.٠	٥٠	ساعدتني في ترسيخ القيم والمبادئ والأخلاق والقدوة الحسنة.
٦٦.٠٠	٠.٧١٩	١.٩٨	٢٤.٥	٤٩	٤٨.٥	٩٧	٢٧.٠	٥٤	أسهمت في زيادة وعيي الديني.
٦٥.٣٣	٠.٦٤١	١.٩٦	١٨.٥	٣٧	٥٩.٠	١١٨	٢٢.٥	٤٥	رسخت قيم المسؤولية الاجتماعية.
٦٥.٠٠	٠.٧٥٥	١.٩٥	٢٦.٠	٥٢	٤٣.٠	٨٦	٣١.٠	٦٢	أسهمت في تزييف وعي المواطنين بقيمة الانتماء للوطن.

الوزن النسبي	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الاستجابة المسئولية
			%	ك	%	ك	%	ك	
٦٤.٦٧	٠.٨١٢	١.٩٤	٣٠.٠	٦٠	٣٤.٠	٦٨	٣٦.٠	٧٢	أدت الي الإهمال في الشعائر الدينية مثل تأخير الصلاة
٦٤.٠٠	٠.٧٦٩	١.٩٢	٢٥.٥	٥١	٤٠.٥	٨١	٣٤.٠	٦٨	أضعفت القيم الاجتماعية والدينية.
٦٢.٦٧	٠.٧٨٧	١.٨٨	٢٥.٥	٥١	٣٧.٠	٧٤	٣٧.٥	٧٥	ساعدت علي التمكن من بناء علاقات غير شرعية مع الجنس الآخر
٦١.٦٧	٠.٧٧٧	١.٨٥	٢٣.٥	٤٧	٣٧.٥	٧٥	٣٩.٠	٧٨	أدت إلي ضعف الهوية الإسلامية والعربية لدى مستخدميها.
٥٨.٦٧	٠.٧٩١	١.٧٦	٢٢.٠	٤٤	٣٢.٠	٦٤	٤٦.٠	٩٢	أدت إلي عزلي وضعف تفاعلي مع المجتمع.
٥٥.٦٧	٠.٦٧٣	١.٦٧	١١.٥	٢٣	٤٤.٠	٨٨	٤٤.٥	٨٩	تضعف قدرتي علي التعبير.
٢٠٠									الإجمالي

القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة) جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٤.١٦، في حين جاءت (أدى استخدامها إلى تكوين قيم جديدة تناقض قيم الأسرة) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي ٤.١٢، واختلفت أيضاً مع دراسة أيمن عبد المغني^(٧٧)، والتي بينت أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة، واختلفت مع دراسة فهد الطيار^(٧٨)، والتي أوضحت أن (يعزز من القدرة على مخاطبة الجنس الآخر بجرأة) جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي ٤.١٦.

١٨. تقييم المبحوثين للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل:

يتضح من الجدول السابق: استجابات المبحوثين حول المسئولية التي تقع على صحافة الموبايل في ترسيخ القيم وقد جاء (ساعدتني في الإطلاع علي أخبار البلد الذي نعيش فيه) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٦.٦٧، وجاءت (أسهمت في زيادة وعيي الصحي) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٨١.٦٧، وجاءت (أسهمت في البحث عن معلومة علمية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٨١، وجاءت (التقليد الأعمى الموضات الأجنبية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٧٨، وجاءت (تساعدني في صقل خبراتي واكتسابي المعرفة والمعلومات) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٧٧.٦٧، وأخيراً جاءت (تضعف قدرتي علي التعبير) بوزن نسبي ٥٥.٦٧.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة بركات حمزة^(٧٦)، والتي أشارت إلى أن (يعزز من

جدول رقم (١٩)

تقييم المبحوثين للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		معارض		الاستجابة	التقييم
			%	ك	%	ك	%	ك		
٨٠.٦٧	٠.٦١٣	٢.٤٢	٤٨.٥	٩٧	٤٥.٠	٩٠	٦.٥	١٣	أدت إلي الاعتراف بتعدد الثقافات واختلافها.	
٧٩.٣٣	٠.٥٨٨	٢.٣٨	٤٣.٠	٨٦	٥١.٥	١٠٣	٥.٥	١١	الجرأة في طرح القضايا والأزمات المثارة.	
٧٨.٠٠	٠.٦٨٢	٢.٣٤	٤٥.٥	٩١	٤٢.٥	٨٥	١٢.٠	٢٤	تؤثر علي العادات الاجتماعية داخل الأسرة.	
٧٥.٦٧	٠.٧٥٣	٢.٢٧	٤٥.٠	٩٠	٣٦.٥	٧٣	١٨.٥	٣٧	أدى استخدامها إلي تكوين قيم جديدة تناقض قيم الأسرة.	
٧٢.٣٣	٠.٧٣٥	٢.١٧	٣٦.٥	٧٣	٤٣.٥	٨٧	٢٠.٠	٤٠	أسهمت في شيوع السلوك السلبي والعزلة الاجتماعية.	
٧٢.٣٣	٠.٧٦٢	٢.١٧	٣٨.٥	٧٧	٣٩.٥	٧٩	٢٢.٠	٤٤	أدت إلي انشغال الجمهور عن القضايا المصرية.	
٧١.٦٧	٠.٦٤٨	٢.١٥	٢٩.٥	٥٩	٥٦.٠	١١٢	١٤.٥	٢٩	أسهمت في بناء مفهوم المشاركة والتشاركية مع الآخرين.	
٦٩.٦٧	٠.٧٣٥	٢.٠٩	٣١.٥	٦٣	٤٥.٥	٩١	٢٣.٠	٤٦	أسهمت في سيادة سلوكيات هابطة.	
٦٨.٦٧	٠.٧١٣	٢.٠٦	٢٨.٥	٥٧	٤٩.٠	٩٨	٢٢.٥	٤٥	أدت إلي إعلاء القيم المادية واختفاء قيم التعاون والتسامح.	
٦٨.٣٣	٠.٦٩٧	٢.٠٥	٢٦.٥	٥٣	٥١.٥	١٠٣	٢٢.٠	٤٤	أدت إلي تبني السلوك السلبي.	
٦٨.٠٠	٠.٦٢٥	٢.٠٤	٢١.٥	٤٣	٦١.٠	١٢٢	١٧.٥	٣٥	أسهمت في تبني حق المساواة وعدم التحيز.	
٦٧.٣٣	٠.٧١٦	٢.٠٢	٢٦.٥	٥٣	٤٩.٠	٩٨	٢٤.٥	٤٩	ساعدت علي زيادة العنف والتطرف.	
٦٦.٦٧	٠.٦١٤	٢.٠٠	١٨.٥	٣٧	٦٢.٥	١٢٥	١٩.٠	٣٨	أدت إلي احترام حقوق الآخرين.	
٦٦.٣٣	٠.٦٦٩	١.٩٩	٢١.٥	٤٣	٥٥.٥	١١١	٢٣.٠	٤٦	الاعتماد على مصادر ذات مصداقية.	
٦٦.٣٣	٠.٦٣٠	١.٩٩	١٩.٠	٣٨	٦٠.٥	١٢١	٢٠.٥	٤١	مدى توافر كتاب متخصصين بالعمل الصحفي.	
٦٥.٣٣	٠.٧٤٥	١.٩٦	٢٥.٥	٥١	٤٤.٥	٨٩	٣٠.٠	٦٠	أدت إلي شيوع الفساد بأنواعه.	
٢٠٠									الإجمالي	

والأزمات المثارة) في المرتبة الثانية بوزن نسبي ٧٩.٣٣، وجاءت (تؤثر علي العادات الاجتماعية داخل الأسرة) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي ٧٨، وجاءت (أدى استخدامها إلي تكوين قيم جديدة تناقض قيم الأسرة) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي ٧٥.٦٧، وجاءت (أسهمت

يتضح من الجدول السابق: استجابات المبحوثين حول تقييم المبحوثين للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل وقد جاء (أدت إلي الاعتراف بتعدد الثقافات واختلافها) في المرتبة الأولى بوزن نسبي ٨٠.٦٧، وجاءت (الجرأة في طرح القضايا

٨٢.٥%، ثم (ستظل كما هي) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ١١%، وأخيراً (سيقل الاعتماد عليها) بنسبة ٦.٥%.

وهذه النتيجة من وجهة نظر النخبة الإعلامية في صالح صحافة الموبايل، وتؤكد على مدى انتشارها، وأنها ستصبح وسيلة من الوسائل العامة في استقاء أفراد المجتمع للمعلومات منها، وأنها سوف تقوم بدور فعال في التأثير على أفراد المجتمع بأكمله، والشباب على وجه الخصوص، وقيامها بمسئوليتها المجتمعية تجاههم.

وبحساب قيمة كا^٢ بلغت (٠.٠٨٣) عند درجة حرية = (٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين سنوات خبرة المبحوثين (أقل من ١٠ سنوات، أكثر من ١٠ سنوات) وتوقعات المبحوثون نحو صحافة الموبايل في المستقبل.

٢٠. مقترحات المبحوثون لتطوير صحافة الموبايل:

في شيوع السلوك السلبي والعزلة الاجتماعية) و(أدت إلي انشغال الجمهور عن القضايا المصرية) في المرتبة الخامسة بوزن نسبي ٧٢.٣٣، وأخيراً جاءت (أدت إلي شيوع الفساد بأنواعه) بوزن نسبي ٦٥.٣٣.

١٩. توقعات المبحوثون نحو صحافة الموبايل في المستقبل:

جدول رقم (٢٠)

توقعات المبحوثون نحو صحافة الموبايل في المستقبل وفقاً لسنوات الخبرة

التوقعات	سنوات الخبرة		أقل من ١٠ سنوات		أكثر من ١٠ سنوات		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
سيزداد الاعتماد عليها	٨٣	٨٣.٠	٨٢	٨٢.٠	١٦٥	٨٢.٥		
ستظل كما هي	١١	١١.٠	١١	١١.٠	٢٢	١١.٠		
سيقل الاعتماد عليها	٦	٦.٠	٧	٧.٠	١٣	٦.٥		
الإجمالي	١٠٠	١٠٠.٠	١٠٠	١٠٠.٠	٢٠٠	١٠٠.٠		

قيمة كا^٢ = ٠.٠٨٣ درجة الحرية = ٢ مستوى المعنوية = ٠.٩٥٩
الدالة = غير دالة معامل التوافق = ٠.٠٢٠

يتضح من الجدول السابق: جاء (سيزداد الاعتماد عليها) في مقدمة توقعات المبحوثون نحو صحافة الموبايل في المستقبل بنسبة بلغت

جدول رقم (٢١)

مقترحات المبحوثون لتطوير صحافة الموبايل وفقاً لسنوات الخبرة

المقترحات	سنوات الخبرة		أقل من ١٠ سنوات		أكثر من ١٠ سنوات		قيمة Z	المنعوية
	ك	%	ك	%	ك	%		
الاهتمام بالدقة والموضوعية في نشر الأخبار.	٩١	٩١.٠	٩٣	٩٣.٠	١٨٤	٩٢.٠	٠.٥٢٠-	٠.٦٠٣
عرض مختلف وجهات النظر من المحللين والخبراء المتخصصين في كافة الموضوعات التي تعرضها.	٦٥	٦٥.٠	٦٩	٦٩.٠	١٣٤	٦٧.٠	٠.٦٠٠-	٠.٥٤٨
الضبط القانوني للنشر الإلكتروني عبر تطبيقات الموبايل بما يحقق نزاهة المعلومات وحقوق الأفراد.	٦٥	٦٥.٠	٦٢	٦٢.٠	١٢٧	٦٣.٥	٠.٤٤٠-	٠.٦٦٠
رفع كفاءة الصحفيين خاصة ما يتعلق بالتقنيات الرقمية وتطبيقات الموبايل.	٦٠	٦٠.٠	٦٢	٦٢.٠	١٢٢	٦١.٠	٠.٢٨٩-	٠.٧٧٢
التوعية الأمنية نحو الاستخدام الآمن لها.	٥٢	٥٢.٠	٦٣	٦٣.٠	١١٥	٥٧.٥	١.٥٦٩-	٠.١١٧
التغطية الفورية والدقيقة للموضوعات.	٥٣	٥٣.٠	٥٧	٥٧.٠	١١٠	٥٥.٠	٠.٥٦٧-	٠.٥٧١
اهتمام وكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية بالتطبيقات الإخبارية الخاصة بها.	٥١	٥١.٠	٥٨	٥٨.٠	١٠٩	٥٤.٥	٠.٩٩١-	٠.٣٢١
تفنيد الشائعات والأخبار المغلوطة.	٤١	٤١.٠	٦٦	٦٦.٠	١٠٧	٥٣.٥	٣.٥٣٥-	٠.٠٠٠
تشجيع المشاركة والحوار بين الشباب حول الممارسات الاتصالية.	٣٧	٣٧.٠	٤٦	٤٦.٠	٨٣	٤١.٥	١.٢٨٨-	٠.١٩٨
التوسع في نشر المؤتمرات الصحفية للمسؤولين ومتمخذي القرار.	٤١	٤١.٠	٣٣	٣٣.٠	٧٤	٣٧.٠	١.١٦٩-	٠.٢٤٣
جملة من سئولا	١٠٠	١٠٠.٠	١٠٠	١٠٠.٠	٢٠٠	٢٠٠.٠		

الإنترنت، ثم (رفع كفاءة الصحفيين خاصة ما يتعلق بالتقنيات الرقمية وتطبيقات الموبايل) في المرتبة الرابعة بنسبة بلغت ٦١%، ثم (التوعية الأمنية نحو الاستخدام الآمن) في المرتبة الخامسة بنسبة بلغت ٥٧.٥%، وأخيراً (التوسع في نشر المؤتمرات الصحفية) بنسبة ٣٧%.

وقد أوضحت النتائج التفصيلية وجود اختلاف في النسب المئوية لإستجابات المبحوثين حول مقترحات المبحوثون لتطوير صحافة الموبايل:

■ ترتفع نسبة (تفنيد الشائعات والأخبار المغلوطة) عند المبحوثين الأكثر من ١٠ سنوات خبرة عن الأقل من ١٠ سنوات خبرة حيث جاءت النسب (٦٦%، ٤١%) والفارق دال

يتضح من الجدول السابق: جاء (الاهتمام بالدقة والموضوعية في نشر الأخبار) في مقدمة مقترحات المبحوثون لتطوير صحافة الموبايل بنسبة بلغت ٩٢%، ويشير ذلك إلى التأكيد على مصداقية الأخبار والمعلومات، وعدم التعجل والسرعة في نشرها قبل التأكد من مدى صحتها، ثم (عرض مختلف وجهات النظر من المحللين والخبراء المتخصصين في كافة الموضوعات التي تعرضها) في المرتبة الثانية بنسبة بلغت ٦٧%، ثم (الضبط القانوني للنشر الإلكتروني عبر تطبيقات الموبايل بما يحقق نزاهة المعلومات وحقوق الأفراد) في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت ٦٣.٥%، وذلك من أجل الحفاظ على خصوصية الأفراد، وحمايتهم من قرصنة

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى التزام صحافة الموبايل بمسئوليتها الاجتماعية في ترسيخ القيم، وبين مدى متابعة النخبة الإعلامية لها.

جدول (٢٣)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدى التزام صحافة الموبايل بمسئوليتها الاجتماعية في ترسيخ القيم، وبين مدى متابعة النخبة الإعلامية لها

مدى متابعة النخبة الإعلامية لها					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوي المعنوية	الدلالة	
٠.٠٠٠٠	-	-	١.٠٠٠٠	غير دالة	مدى التزام صحافة الموبايل بمسئوليتها الاجتماعية في ترسيخ القيم

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى التزام صحافة الموبايل بمسئوليتها الاجتماعية في ترسيخ القيم، وبين مدى متابعة النخبة الإعلامية لها حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٠٠٠٠) وهي قيمة غير دالة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم النخبة الإعلامية للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل، وبين درجة تفاعلهم مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل

إحصائياً حيث بلغت قيمة Z المحسوبة ٣.٥٣٥ وهي أعلى من القيمة الجدولية المنبئة بوجود علاقة فارقة بين النسبتين بمستوى ثقة ٩٩.٩%. **اتفقت هذه النتيجة مع دراسة طلعت سليم^(٧٩)**، والتي أشارت إلى أن (الاهتمام بالدقة والموضوعية في منشوراتها) كانت من أهم مقترحات المبحوثين لتطوير صحافة الهاتف المحمول بنسبة بلغت ٨٣.٥%.

نتائج اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل ومدى مصداقية صحافة الموبايل لديهم.

جدول (٢٢)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين دوافع متابعة النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل ومدى مصداقية صحافة الموبايل لديهم

مدى مصداقية صحافة الموبايل لديهم					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوي المعنوية	الدلالة	
*٠.١٥١	طردية	متوسطة	٠.٠٣٢	٠.٠٠٥	دوافع متابعة النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع متابعة النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل ومدى مصداقية صحافة الموبايل لديهم حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.١٥١) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٥%.

جدول (٢٤)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين تقييم النخبة الإعلامية للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل، وبين درجة تفاعلهم مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل

درجة تفاعلهم مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوي المعنوية	الدلالة	
**٠.٣١٥	طردية	متوسطة	٠.٠٠٠	٠.٠٠١	تقييم النخبة الإعلامية للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل

ارتباط بيرسون (**٠.٣١٥) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩.٩%.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم النخبة الإعلامية لدور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع، وبين مدى مصداقية صحافة الموبايل.

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تقييم النخبة الإعلامية للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل، وبين درجة تفاعلهم مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل حيث بلغ معامل

جدول (٢٥)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين تقييم النخبة الإعلامية لدور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع، وبين مدى مصداقية صحافة الموبايل

مدى مصداقية صحافة الموبايل					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوي المعنوية	الدلالة	
٠.١٠٩	-	-	٠.١٢٦	غير دالة	تقييم النخبة الإعلامية لدور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وبين القيم الإيجابية التي تعرضها.

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تقييم النخبة الإعلامية لدور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع، وبين مدى مصداقية صحافة الموبايل حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.١٠٩) وهي قيمة غير دالة.

جدول (٢٦)

معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين مدى اهتمام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وبين القيم الإيجابية التي تعرضها

القيم الإيجابية التي تعرضها					المتغيرات
معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى المعنوية	الدلالة	
٠.٣٤١**	طردية	متوسطة	٠.٠٠٠	٠.٠٠١	مدى اهتمام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة

إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس مصداقية صحافة الموبايل، وفقاً لمستوى الخبرة.

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس مصداقية صحافة الموبايل، وفقاً لمستوى الخبرة

يشير الجدول السابق إلى ما يلي: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى اهتمام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وبين القيم الإيجابية التي تعرضها حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٣٤١) وهي قيمة دالة عند مستوى ثقة ٩٩.٩%.

جدول (٢٧)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس مصداقية صحافة الموبايل، وفقاً لمستوى الخبرة

المتغير	سنوات الخبرة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
مقياس مصداقية صحافة الموبايل	أقل من ١٠ سنوات	١٠٠	٢٦.١٨	٣.٩١٢	٠.٨٠٢	٠.٤٢٤	غير دالة
	أكثر من ١٠ سنوات	١٠٠	٢٦.٦٢	٣.٨٥٠			

دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع ، وفقاً لمستوى الخبرة.

تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع ، وفقاً لمستوى الخبرة.

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس مصداقية صحافة الموبايل، وفقاً لمستوى الخبرة.

الفرض السابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس

جدول (٢٨)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع ، وفقاً لمستوى الخبرة

المتغير	سنوات الخبرة	العدد	م	ع	قيمة (ت)	مستوى المعنوية	الدلالة
مقياس دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع	أقل من ١٠ سنوات	١٠٠	٣٢.٨٤	٧.٣٥٩	٠.٩٧٧	٠.٣٣٠	غير دالة
	أكثر من ١٠ سنوات	١٠٠	٣١.٨٠	٧.٦٨٦			

وقضايا بشكل سريع دون الخوض في ما وراء الخبر، وقد يرجع ذلك لعدم امتلاكهم الوقت الكافي للاطلاع على كل الأخبار بشكل كامل.

_ احتلت (السرعة والفورية في نقل الأخبار) المرتبة الأولى ضمن أسباب متابعة المبحوثون لصحافة الموبايل، ويرجع ذلك إلى أن أهم ما يميز صحافة الموبايل هو قدرتها علي نقل الأحداث والموضوعات فور وقوعها بأسرع وقت من خلال التطبيقات المختلفة لها.

_ جاء (ضعف الشبكة وبطء التحميل) من أهم المعوقات التي تحد من الاستفادة من تطبيقات صحافة الموبايل، حيث قد يحول بطء الإنترنت وصعوبة التحميل دون نشر الأخبار العاجلة فور حدوثها، والذي قد يؤدي إلى تأخير بث أخبار هامة، مما يجعلها تفقد أهليتها للنشر.

_ جاء (تزود الفرد بالمعلومات والمعارف الثقافية التي يحتاجها لمتابعة الأوضاع في المجتمع) و(تنمي رغبة الفرد في المشاركة الثقافية في المجتمع) في مقدمة استجابات المبحوثين حول دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع، بما يشير إلى الدور الفعال الذي تقوم

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع ، وفقاً لمستوى الخبرة.

النتائج العامة للدراسة

- أشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة متابعة المبحوثين لصحافة الموبايل، مما يعكس مدى أهميتها، وانتشارها في السنوات الأخيرة، والاعتماد عليها بشكل كبير للحصول على الأخبار.

_ تصدرت (وسائل التواصل الاجتماعي) أنواع صحافة الموبايل التي يعتمد عليها النخبة؛ ويشير ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة النخبة الإعلامية، والذي يتم الاعتماد عليها بشكل أساسي لمعرفة كافة الأخبار في مختلف المجالات.

_ جاءت (الأخبار القصيرة) في مقدمة الأشكال الصحفية التي يفضلها المبحوثون في صحافة الموبايل، ويشير ذلك إلى رغبة المتلقين في معرفة كل ما يدور في المجتمع من أحداث

الموبايل الجمهور في معرفة مستجدات الأخبار والقضايا التي تحدث سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي أو العالمي.

_ تصدر (الاهتمام بالدقة والموضوعية في نشر الأخبار) مقترحات المبحوثين لتطوير صحافة الموبايل، حيث أن تحري الدقة والموضوعية والأمانة في نقل الخبر يعد من أهم المواصفات التي يجب توافرها في الأخبار؛ بما يزيد من مصداقية الخبر، وثقة الجمهور فيما يقدم من موضوعات وقضايا.

_ أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع متابعة النخبة الإعلامية لصحافة الموبايل ومدى مصداقية صحافة الموبايل لديهم، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.١٥١).

_ أظهرت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى التزام صحافة الموبايل بمسئوليتها الاجتماعية في ترسيخ القيم، وبين مدى متابعة النخبة الإعلامية لها، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٠٠٠) وهي قيمة غير دالة.

_ بينت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تقييم النخبة الإعلامية للوضع الراهن لأخلاقيات العمل المهني في صحافة الموبايل، وبين درجة تفاعلهم مع المعلومات والأخبار التي تتضمنها صحافة الموبايل، حيث

به صحافة الموبايل في تنمية معارف الجمهور وتوسيع مدارك تفكيره، ومشاركته الفعالة في المجتمع.

_ جاء (التعاون) في مقدمة القيم الإيجابية التي تعرضها صحافة الموبايل من وجهة نظر المبحوثين، في حين أن (العنف الأسري) جاء في مقدمة القيم السلبية التي تعرضها صحافة الموبايل.

_ بينت الدراسة أن أهم مخاطر صحافة الموبايل على منظومة القيم في المجتمع تمثلت في (تعمل على تدعيم بعض الصفات السلبية والآثار المجتمعية غير المرغوبة) و(تزيد من تعرض الشباب للفتن والخلافات سواء كانت مجتمعية أو عرقية أو دينية)، حيث قد تدعم صحافة الموبايل بعض الصفات السلبية التي تتنافى مع العرف والقيم والأخلاقيات في المجتمع.

_ أوضحت الدراسة عدم ثقة المبحوثين بالتزام صحافة الموبايل بالمسئولية الاجتماعية، إذا جاءت إلي حد ما بنسبة كبيرة في أكثر من ثلثي العينة، وقد يرجع ذلك إلى الآثار السلبية المترتبة عليها، ونشرها بعض القيم التي لا تتفق مع عاداتنا وتقاليدينا وثقافتنا وهويتنا.

_ جاء (ساعدتني في الإطلاع علي أخبار البلد الذي نعيش فيه) في صدارة استجابات المبحوثين حول المسئولية التي تقع على صحافة الموبايل في ترسيخ القيم، حيث تساعد صحافة

MOBILE JOURNALISM: the emergence of a new field of journalism, **Brazilian Journalism Research**, 17(2):1, August 2021.

٥. - طارق محمد الصعيدي، اعتماد الشباب علي صحافة الموبايل ودورها في التوعية الصحية بجائحة كورونا في مصر، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، ج ٤، ع ٥٤٤، ٢٠٢٠.

٦. - خمائل زيان خلف، دوافع الشباب الجامعي العراقي لتطبيقات الهاتف المحمول والاشباع المتحققة منه، مجلة بحوث الشرق الأوسط، ج ٢، ع ٥٥٤، ٢٠٢٠.

7. -López-García, Xosé,&others (2019), Mobile Journalism: Systematic Literature Review, **Comunicar: Media Education Research Journal**, v.27 n.59, p9-18 2019.

8. -Vryzas, Nikolaos; Sidiropoulos, Efstathios; Vrisis, Lazaros; Avraam, Evangelia;Dimoulas, Charalampos. Strategy & Development Review.Sep2019 Special issue, Vol. 9, p22-43.

٩. - سعد إبراهيم، حيدر أحمد حسين، دور صحافة الموبايل في التحول نحو استهلاك الأخبار المتنقلة، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، ع ٦٤، ٢٠١٩.

١٠. - طلعت عيسي، سائد رضوان، اعتماد الشباب الفلسطيني علي صحافة الهاتف المحمول مصدرًا لأخبار انتفاضة القدس، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، الجامعة الإسلامية بغزة، شئون

بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٣١٥**)، وهي قيمة دالة عند مستوي ثقة ٩٩.٩%.

_ أوضحت الدراسة وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين مدى اهتمام صحافة الموبايل بمفهوم المسؤولية الاجتماعية، وبين القيم الإيجابية التي تعرضها، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠.٣٤١)، وهي قيمة دالة عند مستوي ثقة ٩٩.٩%.

_ أشارت نتائج تطبيق اختبار "ت" إلي عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس مصداقية صحافة الموبايل وفقًا لمستوى الخبرة.

_ بينت نتائج تطبيق اختبار "ت" عدم وجود فروق بين متوسطات درجات المبحوثين علي مقياس دور صحافة الموبايل في تنمية القيم في المجتمع وفقًا لمستوى الخبرة.

المراجع

١. سماح عبد الرزاق الشهاوي، الصحافة الإلكترونية: الوضع الرهن وسيناريوهات المستقبل، ط ١ (القاهرة : دار العالم العربي، ٢٠١٧).
2. - Quinn, Stephen, **mojo mobile, journalism in the Asian region**, Singapore, knorad- adenauer- stiftung, 2009, p.18.
٣. - ماجد محمد الزيودي، الشباب والقيم في عالم متغير، ط ٢ (عمان: دار الشروق للنشر، ٢٠١١).
4.) Luis Pedro Ribeiro Rodrigues,Vania Baldi, Adelino de Castro Oliveira,

18. - Wolf, C., Schnauber, A. (2014, August) The Role of Mobile Devices and Traditional Journalism's Content Within the User's Information Repertoire, **Paper presented at News Consumption in the Mobile Era, digital journalism**, 14, 759-776.
١٩. نرمين مصطفى على، استخدام الأطفال لبرنامج قصصى لتطبيقات قصص الأطفال بالهواتف الذكية وعلاقته بالنسق القيمي لديهم، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام وثقافة الأطفال، ٢٠٢٠).
٢٠. أيمن عبد المغني محمد، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على النسق القيمي للشباب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عين شمس: معهد البيئة - العلوم الانسانية والبيئية، ٢٠١٩).
٢١. زينب بن بريكة، تأثير استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم، مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع - جامعة جيجل، المجلد (٢)، العدد (٢)، ٢٠١٩، ص ص ٨٦ - ١١١.
22. - Mary Ann A.Balanza, The Effects of Media Exposure to Students' Core Values, **International Journal of Humanities Social Sciences and Education (IJHSSE)**, Volume 6, Issue 2, February 2019, PP 1-10.
٢٣. نواصرية حميدة، أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب، مجلة آفاق للعلوم، المجلد
- البحث العلمي والدراسات العليا، مج ٢٧، ٤٤، ٢٠١٩، ص ص ٣٤٧-٣٧٥.
١١. - محمد إبراهيم الحفناوي، تبني الشباب المصري للتطبيقات الإخبارية للصحف الإلكترونية عبر الهواتف الذكية، **المجلة العلمية لبحوث الصحافة**، ج٢، ١٤٤، ٢٠١٨.
12. - Elsir Ali Saad Mohamed, The Use of Smartphone Applications with Press Coverage during Crisis, A Descriptive Study on a sample of Sudanese Journalists in the period from February to June 2016, **Studies in Media and Communication**, Vol. 5, No.1, 2017.
13. - Rahul Kushwaha, Usage of Mobile by Female Students in University India, **Journal of Mass Communication & Journalism**, Volume 7, Issue 1, March, 2017.
١٤. - هشام سمير زقوت، استخدام الفلسطينيين الصحفيين لتطبيقات التواصل الاجتماعي من خلال الهواتف الذكية، رسالة ماجستير منشورة، (الجامعة الاسلامية-غزة: كلية الآداب، قسم الصحافة، ٢٠١٦).
15. - Ziani, A., elareshi, Gunter, B.(2015), Theuse of mobile phone and the internet in obtaining local news in GCC regions: university students, perspectives, donnish. **Journal of media and communication studies**.
16. Debora, W. & Others. (2014), Mobile Journalism Skills Required by Top U.S. News Companies, **Electronic News**, 8(2), 138-149.
17. - Paul mihailidis paul. "exploring the role of mobile phones in the daily life of young people", **unpublished master's thesis**, (Boylston, emerson college, 2014).

(٣٨)، العدد (٣)، ٢٠١٦، ص ص
٢٣١-٢٥٣.

٢٩. حنان فنيش، وحمزة بركات، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطالب الجامعي، فعاليات الملتقى الوطني حول: تشخيص واقع الطالب الجامعي، مجلة الوقاية والأرغومييا، جامعة الجزائر ٢، العدد السادس، ٢٠١٦، ص ص ١٣٢-١٤٩.

٣٠. نزيهة عثمانة، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير منشورة، (جامعة محمد بوضياف بالمسيلة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١٦).

31. Irina Mikhaylovna and others, The Role of the Media in the Spiritual and Moral Evolution of Society, **Mediterranean Journal of Social Sciences**, Vol. 6, No. 5, September, 2015, p p 93-101.

٣٢. رباب رأفت الجمال، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، **المجلة العربية للإعلام والاتصال**، الرياض، السعودية، العدد ١١، ٢٠١٤.

٣٣. فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة (تويتر نموذجًا)، **المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب**، المجلد (٣١)،

(٤)، العدد (١٥)، ٢٠١٩، ص ص
٨٦-١٠٣.

24. () Ahmet Kara & Hatice Tekin, The Investigation of Human Values Perceived from the Use of Social Media of Secondary School Students, **Universal Journal of Educational Research**, 5(11): 1912-1925, 2017.

٢٥. أحمد إبراهيم البهلول، مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل النسق القيمي للشباب المصري الجامعي، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة المنصورة: كلية الآداب، قسم الإعلام، ٢٠١٧).

٢٦. أحمد محمد الزبون وآخرون، درجة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية على المنظومة القيمية لطلبة كلية عجلون الجامعية، **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية**، المجلد (١٠)، العدد (٣)، ٢٠١٧، ص ص ٣٣١-٣٥٧.

٢٧. مصطفى حمدي أحمد وآخرون، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على التغيير القيمي لدى الشباب الريفي بمحافظة سوهاج، معهد بحوث الارشاد الزراعي والتنمية الريفية - مركز البحوث الزراعية، المجلد (٤٨)، العدد (٣)، ٢٠١٧، ص ص ٢٨٨-٣١١.

٢٨. بطرس الحلاق، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة "موقع فيسبوك نموذجًا"، **مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية**، المجلد

٤٠. رباب صلاح السيد، تقييم النخبة الأكاديمية الإعلامية لأداء وسائل الإعلام في إدارة أزمة كورونا (كوفيد- ١٩) في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، المجلد (٤)، العدد (٥٥)، أكتوبر، ٢٠٢٠، ص ص ٢٠٦٩-٢١٣٢.
٤١. نرمين نبيل الأزرق، تغطية الموضوعات الصحية في الصحافة المصرية بين الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية وظروف الواقع الصحفي، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، المجلد (٣)، العدد (٥٥)، أكتوبر، ٢٠٢٠، ص ص ١٣٩٩-١٤٤٦.
٤٢. دعاء محمد عبد المعبود، المسؤولية الاجتماعية لصحافة المواطن في معالجتها لبعض قضايا الأسرة المصرية ومدى مصداقيتها لدى الشباب الجامعي، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة بنها: كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٩).
43. Amani G. Jarrar & Muwafaq Abu Hammud, The Role of Social Media in Developing Social Responsibility and Political Awareness of Jordanian Youth, *Asian Social Science*; Vol. 14, No. 3; 2018, p p 25-36.
٤٤. خالد جيجان عزيز، أبعاد المسؤولية الاجتماعية للمواقع الإلكترونية في معالجة الأزمات السياسية العراقية، رسالة دكتوراه العدد (٦١)، ٢٠١٤، ص ص ١٩٣-٢٢٤.
- 34.³³ Keith N. Hampton (2011), **Social networking sites and our lives**, Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- 35.³⁴ Mecheel (2010), **Face book and invasion of technological communities**, New York.
- 36.¹) Shannon Vallor: Social networking technology and the virtues, **Ethics and Information Technology**, June 2010, Volume 12, Issue 2, pp 157-170.
٣٧. فاطمة الزهراء صالح حجازي، التفاعلية عبر صفحات المؤسسات الخيرية على فيس بوك وتعزيز المسؤولية الاجتماعية لدى المستخدمين، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، المجلد (١)، العدد (٥٦)، يناير، ٢٠٢١، ص ص ١١٧-١٥٦.
38. Elham Mohammad & Mohsen Ameri Shahrabi, and Esmaeil Kavousy, The Role of Visual Media in Developing Social Responsibility in District 14 of Tehran Municipality, **Turismo: Estudos & Práticas (UERN)**, Mossoró/RN, Caderno Suplementar 01, 2020.
٣٩. منال عبده محمد منصور، إدراك الفتاة الجامعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية المقدم في برامج المرأة بالقنوات الفضائية وعلاقته بمشاركتها السياسية، مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، المجلد (٧)، العدد (٥٤)، يوليو، ٢٠٢٠، ص ص ٤٧٩١-٤٨٣٦.

منشورة، (جامعة الإسكندرية: معهد

الدراسات الاجتماعية، ١٩٨٨)، ص ٣٨.

٥١. إبراهيم حسن التوأم، استخدام الصحفيين

المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره

على أدائهم الصحفي، *المجلة العلمية*

لبحوث الصحافة، العدد الثالث عشر،

يناير - مارس، ٢٠١٨، ص ٥٧٩.

٥٢. عبد الهادي أحمد النجار، استخدام الشباب

الجامعي المصري للتطبيقات الإعلامية

لصحافة الهواتف الذكية والاشباعات

المتحققة منها، *المجلة العلمية لبحوث*

الصحافة، العدد الثالث عشر، يناير -

مارس، ٢٠١٨، ص ٨٢.

٥٣. عبد الباسط عبد المعطي، بعض مظاهر

صراع القيم في الأسرة المصرية، القاهرة:

المركز القومي للبحوث، *المجلة*

الاجتماعية، العدد (١)، يناير، ١٩٨١.

٥٤. صالح محمد أبو جادو، *سيكولوجية التنشئة*

الاجتماعية، ط ٣ (عمان: دار المسير،

٢٠٠٢)، ص ٢٠٨.

٥٥. أحمد حسن الشحات، *الصراع القيمي*

لدى الشباب، (القاهرة: دار الفكر العربي،

١٩٨٨)، ص ص ٤٩-٥٥.

٥٦. جابر نصر الدين، *مفاهيم أساسية في*

علم النفس الاجتماعي، ط ٢ (الجزائر:

ديوان المطبوعات الجامعية، ٢٠٠٦)،

ص ٢٦٢.

٥٧. طلعت عيسى، *اعتماد الشباب*

الفلسطيني على صحافة الهاتف المحمول

غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام،

قسم الصحافة، ٢٠١٨).

٤٥. هبة محمد شفيق عبد الرزاق، الدور

الرقابي للصحافة المصرية كما يعكسه فن

التحقيق الصحفي، رسالة دكتوراه غير

منشورة، (جامعة عين شمس: كلية الآداب،

قسم علوم الاتصال والإعلام، ٢٠١٨).

46. Shabarni Basu, SOCIAL RESPONSIBILITY: THE OBLIGATION OF MASS MEDIA, *Global Media Journal- Indian Edition/ Summer Issue/June 2011.*

٤٧. فتحى حسين، أحمد عامر، أخلاقيات نشر

الجريمة الخاصة: دراسة تحليلية مقارنة،

رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة

القاهرة: معهد البحوث والدراسات

الإعلامية، ٢٠٠٥)، ص ٦٩.

٤٨. أحمد محمد عثمان، حرية التعبير في برامج

المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية

الاجتماعية للإعلام الإذاعي، المؤتمر

العلمي الدولي الرابع عشر، الإعلام بين

الحرية والمسؤولية، جامعة القاهرة، كلية

الإعلام، الفترة من ١-٣ يوليو، ٢٠٠٨،

ص ٦٦١-٦٦٢.

49. Carmer.J.corporate.social responsibility and Globalization: An Action Plan for(Business, Sheffield,UK,Green leafPublishing,2006.

٥٠. محمد صبري فؤاد النمر، *صراع القيم الفردية*

والاجتماعية وأثرها على المشاركة

الاجتماعية، رسالة ماجستير غير

٧٢. نزيهة عثمانة، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير منشورة، (جامعة محمد بوضياف بالمسيلة: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، ٢٠١٦)، ص ٤٣.
٧٣. بطرس الحلاق، مرجع سابق، ص ٢٥١.
٧٤. نزيهة عثمانة، مرجع سابق، ص ٤٥.
٧٥. منال عبده محمد منصور، إدراك الفتاة الجامعية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية المقدم في برامج المرأة بالقنوات الفضائية وعلاقته بمشاركتها السياسية، مجلة البحوث الإعلامية، ج ٧، ع ٥٤، يوليو، ٢٠٢٠، ص ٤٨١١.
٧٦. فنيش حنان، وبركات حمزة، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للطالب الجامعي، فعاليات الملتقى الوطني حول: تشخيص واقع الطالب الجامعي، مجلة الوقاية والأرغوميا، جامعة الجزائر، العدد (٦)، ص ١٤٦.
٧٧. أيمن عبد المغني، مرجع سابق.
٧٨. فهد الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى "تويتر نموذجًا"، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد (٣١)، العدد (٦١)، ٢٠١٤، ص ٢١٧.
٧٩. طلعت عيسى، مرجع سابق، ص ٣٦٨ - ٣٦٩.
- مصدرًا لأخبار انتفاضة القدس، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، مج (٢٧)، ع (٤)، ٢٠١٩، ص ٣٥٧.
58. Paul mihailidis, op.cit.
٥٩. إبراهيم التوام، استخدام الصحفيين المصريين لتطبيقات الهاتف المحمول وأثره على أدائهم الصحفي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (١٣)، ٢٠١٨، ص ٥٩٠.
٦٠. طلعت عيسى، مرجع سابق، ص ٣٦٠.
٦١. محمد الحفناوي، مرجع سابق.
٦٢. طلعت عيسى، مرجع سابق، ص ٣٦١.
٦٣. طلعت عيسى، مرجع سابق، ص ٣٥٧.
٦٤. إبراهيم التوام، مرجع سابق، ص ٥٩٧.
٦٥. هشام زقوت، مرجع سابق.
٦٦. طلعت عيسى، مرجع سابق، ص ٣٦٣.
٦٧. طلعت عيسى، مرجع سابق، ص ٣٦٣.
٦٨. إبراهيم التوام، مرجع سابق، ص ٦٠٠.
٦٩. طلعت عيسى، مرجع سابق، ص ٣٦٨.
٧٠. نواصرية حميدة، أثر الإعلام الجديد على قيم الشباب، مجلة آفاق للعلوم، المجلد (٤)، العدد (١٥)، مارس، ٢٠١٩، ص ٩٦.
٧١. بطرس الحلاق، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تنمية القيم والسلوكيات لدى طلبة الجامعة "موقع فيسبوك" نموذجًا، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية، المجلد (٣٨)، العدد (٣)، ٢٠١٦، ص ٢٥٠.

