

المسئولية الاجتماعية للاعلام المصري

فيما بعد ثورة يناير ٢٠١١

د/رانيا الكيلاني

مدرس بقسم الاجتماع

كلية الاداب

جامعة طنطا

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة المسؤولية الاجتماعية للإعلام. ويعود السبب الرئيس لإجراء هذه الدراسة هو الحاجة إلى التعرف على واقع الاعلام المصري ودوره في تحمل مسؤوليته الاجتماعية تجاه المجتمع والوطن، وقد تناولت الباحثة هذا الموضوع من خلال مناقشة مفهوم المسؤولية الاجتماعية : حيث تناول الباحث المسؤولية بصفة عامة ومفهوم المسؤولية

الاجتماعية ثم انتقل الباحث إلى المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام من خلال التعرف على المسؤولية المجتمعية ودورها في تنمية المجتمع. وأهمية وسائل الاعلام في المجتمع. من خلال مناقشة واقع وسائل الاعلام الحالي . ودور وسائل الاعلام في تغيير مسار الرأي العام. ثم حاولت الباحثة معرفة مدى تطبيق وسائل الاعلام لمسئوليتها الاجتماعية ومدى تفعيلها. وكذلك التعرف علي أكثر معوقات تبني وسائل الاعلام لمسئوليتها الاجتماعية .

وذلك عن طريق استخدام المنهج الوصفي التحليلي لوصف الدور الذي يقوم به الاعلام الآن ومدى تطبيقه لمسئوليته الاجتماعية، وذلك باستخدام استمارة استبيان تم تطبيقها علي ١٠٠ مفردة من سكان محافظة الغربية في الفترة من أول أكتوبر ٢٠١٢ وحتى نهاية ديسمبر ٢٠١٢ .

وكانت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

- (١) توجد علاقة ذات دلالة أحصائية بين الأشخاص الذين يرغبون في أن تظل وسائل الإعلام مملوكة من الدولة والأشخاص الذين يرغبون في أن تظل وسائل الإعلام خاصة الرقابة.
- (٢) أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يرون أن وسائل الاعلام لا تعبر عن هموم المواطن المصري.
- (٣) أظهرت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام أصبحت أكثر حرية بعد سقوط النظام السابق.
- (٤) أظهرت نتائج الدراسة أن وسائل الاعلام تقوم بمراقبة أغلب مؤسسات الدولة إلا انها ليست فاعلة في تقديم النصائح والحلول من أجل النهوض بتلك المؤسسات، بل تسعى لمراقبة تلك المؤسسات فقط كنوع من اثبات فشل الحكومات والوقوف لها بالمرصاد حتى بدأ الناس يشعرون أن هناك بعض وسائل الاعلام التي لا تريد الاستقرار لهذا البلد.

مقدمة :

يلعب الإعلام دوراً كبيراً في حياتنا سواء على مستوى الأفراد أو الجماعات، بل حتى أنه أصبح يلعب دوراً كبيراً في سياسات الدول والحكومات، والإعلام أصبح صناعة من الصناعات الضخمة، وإذا تأثير واسع النطاق والمسئولية الاجتماعية تعني أن الجميع مسئول عن المجتمع الذي نعيش فيه، بكافة أفراد ومقوماته إلا أن مجتمعا من المجتمعات لا يخلو من المشكلات التي قد تكبر أو تصغر بحسب طبيعتها قد يظن البعض أنه بمنأى عن المشكلات المجتمعية طالما كان هو بأمان، ولكن المشكلات المجتمعية تتشابك وتتسلسل ولا بد أن تصل إلى كل فرد في صورة من الصور إن لم تعالج هذه المشكلات منذ لحظة نشأتها دون إهمال أو تقصير.

وإذا نظرنا إلى الإعلام نجد أن دوره رئيسي في تسليط الضوء على أي مشكلة وإبرازها ولكن الوعي الإعلامي حين يتناول قضية من القضايا، يجب أن تصدق النوايا دون تضخيم أو تهويل أو محاولة للإثارة في غير محلها فصاحب المشكلة في حد ذاتها لا يسعى إلى الإثارة ولكن يسعى إلى حل مشكلته وإذا كان دور الإعلام الأساسي في البداية هو إبراز المشكلات التي تواجه المجتمع، ومحاولة العثور على حلول لها بطرح الأفكار والرؤى المبتكرة التي تتضمن حلولاً جوهرية^(١).

إن المسئولية الاجتماعية الأساسية للإعلام هي الحفاظ على الأمن والسلم الاجتماعي للمجتمع وأفراده، وأن ينأى عن كافة المسائل الشائكة والأمور غير المؤكدة التي يمكن أن تثير البلبلة في الشارع وبين أفراد المجتمع وإذا كان هناك من يتبنى حرية الإعلام وحقه في أن يتناول ما يراه وقتما يشاء، دون أي عائق، فنقول إن الحرية ليست مطلقة وأن لها قيوداً اجتماعية يجب مراعاتها، وإلا أصبحت مدخلاً إلى فوضى إعلامية وليست وسائل إعلامية كما أن الممارسات الإعلامية المتحررة في العالم الغربي هي التي حثمت الوصول إلى مسؤولية اجتماعية لتصحيح كافة أشكال الشطط، فالحرية غير المسئولة أجبرت المجتمعات التي نادى بها على إيجاد قواعد وضوابط تتبعها وسائل الإعلام كي تلعب دوراً اجتماعياً سليماً وأن ترعى حق المجتمع ويجب على وسائل الإعلام أن تساعد في تنمية الابتكار لدى الأجيال الشابة دون التركيز على برامج المسابقات وخلافه وأن تعلي من قيمة العلم لدى الإنسان وأهمية المقدار الذي يحمله من العلم لا المال، وأن العلم هو السبيل الوحيد لبناء الوطن، وأن القيمة الحقيقية للفرد تأتي من خلال ما يقدمه

(١) حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٤، ص ١٦٧.

لوطنه وفي الحفاظ على أمنه واستقراره وأن يبذل في سبيل الحفاظ على مكتسباته كل غالٍ ونفيس، لكل ذلك فإن المسؤولية الاجتماعية فريضة إعلامية^(١).

مشكلة الدراسة :

إن الدور المنوط بالإعلاميين لا يقف عند حدود تقديم المعلومة والخبر، بل يتعدى ذلك ليصل إلى حدود المسؤولية الاجتماعية والوطنية، وما يتوجب على وسائل الاعلام تقديمه تجاه المجتمع وقضاياها وتمنح المواطن درعا يدافع به عن موروثة الثقافي والحضاري^(٢)، تتجسد المسؤولية في سلسلة من المبادئ التي ينبغي مراعاتها كالصدق في نقل الحقيقة، والموضوعية والحياد والنزاهة والعدالة فضلا عن احترام الكرامة الإنسانية ومراعاة المصالح العليا للوطن، ومنذ انطلقت وسائل الاعلام لم يكن واردا الحديث عن ضرورة المزاوجة بين الحرية والمسؤولية وذلك لسبب بسيط هو أن الحرية لم تكن موجودة من الأساس، وحتى عندما بدأت وسائل الاعلام في الانطلاق كان هامش الحرية ضيق ويتسع تبعا لعلاقة وسائل الاعلام وأصحابها بالسلطة وأجنحتها^(٣)، وجاءت ثورة الخامس والعشرين من يناير التي أطاحت بالنظام السابق، لتفتح الباب واسعا أمام نسائم الحرية للمصريين في مختلف المجالات وكان الإعلام في المقدمة فنال نصيبا وافرا من الحرية تجسد كما في عشرات وسائل الاعلام وكيفا في طرق تناول وأساليب المعالجة ولقد كان طبيعيا أن تبدو قطاعات كبيرة من الإعلام المصري عنصرا معرقلا سواء بإثارة الخلافات والنزاعات أو التركيز على السلبيات فضلا عن إحباط المصريين وبدا الاعلام المصري ساحة للحرب بين أنصار الثورة وأعدائها ولكن أصول المهنة قد انتهكت في أغلب الأحيان ومن جميع الأطراف سواء كان ذلك لسوء النية أو قلة الخبرة أو كلاهما معا، كما أن الاستقطاب السياسي الذي شهدته مصر في العامين الماضيين وجد طريقه إلى الاعلام بل وربما كان الاعلام هو من ساعد في تعميق الانقسام وزيادة حدته بدلا من أن يساعد في قيادة البلاد إلى عبور واحدة من أخطر المراحل في تاريخها الطويل ، من هنا نبعت مشكلة دراستنا الحالية والتي تبلورت في ما اذا كان الاعلام المصري في هذه الفترة الحرجة التي تمر بها البلاد يراعي مسؤوليته الاجتماعية تجاه المجتمع والوطن .

(١) كريمان محمد فريد صادق، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في الوحدات الاقتصادية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٩، ص ٢٢.

(٢) مرعي مذكور، الصحافة الإخبارية والمسؤولية الإسلامية للمندوب الصحفي، دار الصحوة للنشر، القاهرة، ١٩٨٨، ص ١٨٨.

(٣) ليلي حسين السيد، دور وسائل الاعلام في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، المؤتمر الرابع لكلية الاعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٩٨، ص ١٨١.

تساؤلات الدراسة :

السؤال الرئيسي :

هل يراعي الاعلام المصري في هذه الفترة الحرجة التي تمر بها البلاد مسنوليته تجاه المجتمع والوطن أم لا ؟

تفرع من التساؤل الرئيسي للدراسة مجموعة من التساؤلات الفرعية كما يلي :

(١) ما المسؤولية الاجتماعية؟

(٢) ما المسؤولية الاجتماعية للاعلام؟

(٣) ما المسؤولية الاجتماعية للاعلام المصري ؟

(٤) ما الدور الذي يقوم به الاعلام المصري تجاه المجتمع والوطن بأكمله؟

(٥) هل يقوم الاعلام المصري الحالي بمسئوليته تجاه المجتمع؟

(٦) هل يغلب الاعلاميين في الاعلام المصري المصالح الخاصة على مصالح وطنهم

ومجتمعهم؟

أهمية الدراسة :

إن المسؤولية الملقاة على عاتق الاعلام المصري اليوم هي مسؤولية كبيرة وخطيرة، فقد أصبح الاعلام هو الرافد المسيطر على المعرفة والمعلومة وهو الوسيلة الأكثر انتشارا والأسرع تأثيرا ، لهذا لا بد أن يحرص الإعلاميون على أن تكون رسالتهم الإعلامية خالية من أي ضرر قد يلحق بالأوطان والشعوب، وأن تكون الرسالة الإعلامية ايجابية تقرب ولا تبعد تبني ولا تهدم تفيد ولا تضر^(١)، وتكمن أهمية دراستنا الحالية من أهمية الاعلام كعنصر فاعل في تغيير مسار الرأي العام وتشكيل الوعي المجتمعي .

وفي ظل الانتشار السريع لوسائل الاعلام والتطور التكنولوجي نجد ظهورا كبيرا وواضحا للاعلام الخاص الذي فرض نفسه على الساحة الاعلامية مما خلق رأيا عاما خاضعا لأهواء أصحاب هذه الوسائل سواء كانت صحف أو قنوات فضائية وتستخدم في بث رؤاهم وأفكارهم وتحقيق مصالحهم الشخصية، وكذلك إثارة الرأي العام لتحقيق توزيع وانتشار أكبر دون الالتفات لمصالح المجتمع واستقرار الوطن مما دعانا للوقوف على تلك الدراسة لتقييم دور الاعلام الحالي

(١) جون هوتلنج، اخلاقيات الصحافة ، ترجمة/ كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٣، ص ١٠٠.

ومسئوليته الاجتماعية ، وهل يقوم هذا الاعلام بهذه المسؤولية ويتولى تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية أم لا ؟ وتنقسم أهمية الدراسة الحالية إلى :

أهمية تطبيقية :

- (١) من الممكن أن تفيد توصيات الدراسة في مراجعة وسائل الاعلام المصرية لنفسها ومحاولة الرجوع لتولي مسئوليتها الاجتماعية الحقيقية وتجنب الاهواء الشخصية وتحقيق المكاسب الخاصة.
- (٢) من الممكن أن تفيد توصيات الدراسة ايضاً في تعرف وسائل الاعلام على المبادئ الحقيقية للمسئولية الاجتماعية لها وتنميتها وتطويرها.
- (٣) تفيد في تعرف وسائل الاعلام على دورها في تنمية المجتمع والوطن بأكمله.

أهمية نظرية :

- (١) يضيف هذا البحث للمكتبة الاجتماعية والاعلامية دراسة تطبيقية توضح واقع الاعلام المصري في هذه الفترة الحرجة من تاريخه.
- (٢) من الممكن ان يفيد الدارسين والباحثين في التعرف على حجم تحمل وسائل الاعلام المصرية لمسئوليتها الاجتماعية.
- (٣) يفتح الباب لاعداد دراسات لاحقة في الموضوع .

أهداف الدراسة :

الهدف الرئيسي للدراسة هو التعرف على واقع الاعلام المصري ودوره في تحمل مسئوليته الاجتماعية تجاه المجتمع والوطن، وينبع من هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية كما يلي :

- (١) التعرف على المسؤولية المجتمعية ودورها في تنمية المجتمع.
- (٢) التعرف على أهمية وسائل الاعلام في المجتمع المصري .
- (٣) التعرف على واقع وسائل الاعلام الحالي في المجتمع المصري .
- (٤) التعرف على دور وسائل الاعلام المصري في تغيير مسار الرأي العام.
- (٥) معرفة مدى تطبيق وسائل الاعلام لمسئوليتها الاجتماعية ومدى تفعيلها.
- (٦) التعرف على معوقات تبني وسائل الاعلام لمسئوليتها الاجتماعية .

مفاهيم الدراسة (المسئولية المجتمعية والاعلام)

من الصعب تحديد تعريف جامع شامل في أحيان كثيرة لمفهوم معين أو ظاهرة ما، وبخاصة فيما يتعلق بالعلوم السلوكية والمجتمع، مثل المسؤولية المجتمعية، حيث عرفها العديد من العلماء وفقاً لمجال عمله.

حيث تعتبر الدلالة اللغوية للمسئولية المجتمعية لغوياً وفقاً لمختار الصحاح، المسئول هو: "المنوط به عمل تقع تبعته عليه، والبنية المعرفية لكلمة (مسئول) على وزن مفعول مثل مجعول، وهي من الفعل المبني للمجهول فاعن المسئول فرد جعل مسئولاً دون بيان من جعله مسئولاً" (١).

وفي بيستر: فإن المسئولية تعني "إما واجبا معينا على الفرد أداءه، أو شخصا يجب أن يكون أحدهم مسئولا عنه" (٢).

والدلالة الاصطلاحية للمسئولية كما قسمها جميل صليبا في (المعجم الفلسفي) إلى: مسئولية مدنية، وهي توجب على فاعل الضرر للغير أن يعرضهم عن الضرر، ومن قد يكونون تحت إشرافه، ومسئولية جنائية، وهي تقع على من ارتكب مخالفة أو جناحا أو جريمة، وهي مرتبطة بالمسئولية الاخلاقية لأن الفعل تم عن ادراك وإرادة تامتين من قبل الفرد، ومسئولية أخلاقية: وهي ناشئة عن إلزامية القانون الأخلاقي، والفاعل ذا إرادة حرة (٣).

أما من الناحية القانونية فيمكن تقسيم المسئولية إلى قسمين: مسئولية أدبية وهي لا يترتب عليها جزاء قانوني، ومسئولية قانونية وهي تستمد من الدساتير والقوانين، ويترتب عليها جزاء مادي ملموس، والقانون والأخلاق دائرتان غير متطابقتين، ولكنهما متقاطعتين في مساحة مشتركة (٤).

(١) محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، تحقيق: محمود خاطر، مكتبة لبنان للنشر والتوزيع، بيروت، ١٩٩٥، نسخة إلكترونية pdf.

(٢) Webster dictionary, available at: <http://www.merriam-webster.com>

(٣) جمال صليبا، المعجم الفلسفي، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، ١٩٨٢.

(٤) محمد حسام الدين، المسئولية الاجتماعية للصحافة، جامعة الدراسات العليا، ط ١، كلية العلوم الإنسانية، قسم الإعلام، منشورات الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٣، ص ٧.

بينما من الناحية الاجتماعية يمكن تعريف المسؤولية الاجتماعية علي أنها: "مسألة محتكمة لمعيار وهي مسألة عن مهام أو سلوك أو تصرف وتحديد مدى موافقته لمتطلبات بعينها^(١)."

وأشار يوسف ذياب إلي أن محتوى المسؤولية المجتمعية تتجسد في جوهرها بأربعة جوانب هي: الاقتصادي، والقانوني، والأخلاقي، والخير^(٢).

المسؤولية الاجتماعية ترتكز على اعتبارات أخلاقية حيث تركز على النهايات من الأهداف بشكل التزامات بعيدة المدى . أما الاستجابة الاجتماعية فيه عبارة عن الرد العلمي بوسائل مختلفة على ما يجري من تغيرات وأحداث اجتماعية على المدى المتوسط وال المدى^(٣).

المسؤولية الاجتماعية هي (التزام متخذ القرار في انتهاج أسلوب للعمل يؤمن من خلاله حماية المجتمع وإساعده ككل فضلا عن تحقيق منفعة الخاصة .ويضم هذا التعريف معنيان الاول يمثل بتحديد هدف منظمة الأعمال ونحو تحقيق القيم الاجتماعية من خلال القرارات التي تتخذها ، والثاني يتمثل في العمل على مواجهة التحديات الجديدة التي تواجهها وإدارة المنظمة والتي يكون لها تأثير على قوتها في المجتمع ومقدار مساهمتها في تلبية حاجاته من خلال الوظائف التي تؤديها^(٤) .

وتتمثل أبرز تصورات مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام في الحفاظ على التعددية والتنوع داخل المجتمع ، وعكس كل الثقافات الموجودة به دون تحيز أو تروير.

وتتمثل أهم معالم مسؤولية الإعلام إزاء المجتمع في: الدفاع عن الحريات العامة، والدفاع عن القيم الاجتماعية، وتأكيد حق المجتمع في المعرفة، والدفاع عن مصالح المجتمع بشكل عام ومحاربة الفساد والانحراف^(٥).

بينما تعرف الباحثة المسؤولية الاجتماعية الإعلامية إجرائياً: علي أنها "هي مسؤولية وسائل الإعلام عن تقديم مضمون يحث الفرد علي أن يكون مسؤول عن نفسه وعن أسرته وأصدقائه كذلك تجاه دينه ووطنه من خلال فهمه لدوره في تحقيق أهدافه واهتمامه بالآخرين من

(١) سيد أحمد عثمان، المسؤولية الاجتماعية، دراسة نفسية - اجتماعية، مقياس المسؤولية الاجتماعية واستعمالاته، ط ٣، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٣.

(٢) يوسف ذياب، دليل المسؤولية المجتمعية، منشورات جامعة القدس المفتوحة، ٢٠١٠، ص ٢١.

(٣) محمد الصيرفي، المسؤولية الاجتماعية للإدارة، ط ١، دار الزفراء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر، ٢٠٠٧، ص ١٥-١٦.

(٤) نفس المرجع السابق، ص ١٧.

(٥) حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص ١٦٩.

خلال علاقاته الإيجابية، ومشاركته في حل مشكلات المجتمع، وتحقيق الأهداف العامة باستخدام كل السبل المتاحة بما فيها وسائل الإعلام المختلفة".

منهجية الدراسة

منهج الدراسة:

تتبع الدراسة الحالية المنهج الوصفي التحليلي حيث تسعى لوصف الدور الذي يقوم به الاعلام الآن ومدى تطبيقه لمسئولياته الاجتماعية، كما تسعى لتحليل النتائج التي توصلت إليها والتعرف من خلالها على حجم المسؤولية الاجتماعية في وسائل الاعلام المصرية في الفترة الحالية..

أداة الدراسة :

وللتعرف على أهداف الدراسة تم استخدام أداة الاستبيان التي تضمنت مجموعة من التساؤلات التي تسعى لتحقيق أهداف الدراسة، والتي انقسمت إلى ثلاث أقسام كما يلي :

- أ. البيانات الأولية للدراسة .
- ب. الواقع الحالي لوسائل الاعلام.
- ت. الواقع الحالي للإعلاميين في جمهورية مصر العربية.

حدود الدراسة :

- (١) الحدود المكانية للدراسة : تم تطبيق الدراسة على عينة من سكان محافظة الغربية بجمهورية مصر العربية .
- (٢) الحدود الزمانية للدراسة : تم تطبيق الدراسة في الفترة من أول أكتوبر ٢٠١٢ وحتى نهاية ديسمبر ٢٠١٢ .
- (٣) الحدود البشرية للدراسة (عينة الدراسة) : تم التطبيق على عينة عشوائية من سكان محافظة الغربية قوامها ١٠٠ مفردة (السن فوق ٢٠ سنة) .
- (٤) الحدود الموضوعية للدراسة : تطبق الدراسة على موضوع المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام المصرية .

الدراسات السابقة :

الدراسات العربية :

(١)دراسة (عبد الله محمود المجالي، ٢٠١٢)^(١).

اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو قضايا الفساد الإداري.

هدفت هذه الدراسة إلى قياس اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو اسباب الفساد الإداري وأشكاله ومظاهره والدور الرسمي والنيابي والمجتمعي في مكافحة الفساد من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين والضغوطات التي تؤثر على دورهم ولتحقيق هذا الهدف تم استخدام المنهج الوصفي الذي يعد من أقرب المناهج إلى الدراسات والبحوث الإعلامية، وتألف مجتمع الدراسة من الصحفيين الأردنيين العاملين في مجال الصحافة سواء في الصحف(الرأي والدستور والغد والعرب اليوم والديار والسبيل وال Jordan Times، وكالة الأنباء الأردنية (بترا) إذ تم توزيع استبانة علمية معدة لهذا الغرض على عينة مكونة من (٢١٨) صحفي .

ومن بين اهم ما توصلت اليه الدراسة من نتائج ما يلي :

- أ. وجود درجة مرتفعة من اتفاق العينة المبحوثة حول أسباب الفساد الإداري.
- ب. وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو أشكال الفساد من وجهة نظر المبحوثين.
- ت. وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو مظاهر الفساد.
- ث. وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو أسباب قصور الصحافة في مكافحة الفساد.
- ج. وجود درجة مرتفعة من الموافقة نحو الدور الرسمي والنيابي والمجتمعي في مكافحة الفساد.

(٢)دراسة (ممدوح سليمان العامري، ٢٠٠٨)^(١).

(١) عبد الله محمود المجالين اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو قضايا الفساد الإداري، رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، ٢٠١٢.

العلاقة بين الصحافة الأردنية والأمن الوطني

هدفت الدراسة إلى قياس مدى حرية الصحافة في الأردن تبعا لآراء الصحفيين (رئيس التحرير، ومدير التحرير، سكرتير التحرير) والتعرف على العلاقة بين حرية الصحافة ومتغيرات الجنس والسن والمستوى العلمي خلال فترة البحث وطبيعة العلاقة بين الصحافة الأردنية والأمن الوطني، والحالات التي تستطيع فيها الصحافة ان تطالب الأمن الوطني الأردني أن تعمل في إطار الشفافية والوضوح، إذ استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من بين أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج ما يلي:

أ. الوسط الحسابي لنسبة حرية الصحافة في الأردن بلغ ٤٨,٣٣% أي أنها تقع ضمن فئة الحرية النسبية.

ب. يوجد مناخ جيد من الحرية الصحفية في مجال مزاوله المهنة في الأردن.

ت. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير الصحيفة يومية أو أسبوعية.

ث. العلاقة بين الصحافة الأردنية والأمن الوطني إيجابية وتعاونية و عمل الصحافة في جو من الحرية والمسئولية يؤدي إلى تعزيز الأمن الوطني.

(٣) دراسة (نسمة أحمد البطريق، ٢٠٠٧) (٢)

المسئولية الاجتماعية للاعلام تجاه قضايا العائد على التعليم

هدفت الدراسة للتعرف على دور الاعلام ومدى تحمله لمسئوليته تجاه قضايا التعليم في جمهورية مصر العربية ومن أجل تحقيق هذا الهدف تم تطبيق الدراسة التحليلية من خلال منهج تحليل المضمون كأسلوب للبحث يهدف لوصف موضوعي منظم كمي للمحتوى الظاهر لوسائل الاعلام كأداة من أدوات البحث العلمي ولقد حددت الدراسة تحليل مضمون مسلسل (حضرة المتهم أبي) لما يعكسه من مشكلة العائد على التعليم واهم قضاياها. لت اليه الدراسة من نتائج ما يلي :

أ. أن الدراما هي أكثر الأشكال تمثيلا للواقع، وأكثرها اقترابا منه في رسم شخصية المتعلم الذي يعاني من ظروف وضغوط الحياة الاقتصادية ومتطلباتها خاصة الوفاء بالتزاماته تجاه الجيل الجديد من الشباب الطامح في رؤية مثل أعلى يحظى بمكانة اجتماعية واقتصادية معقولة، ولكن الواقع الأليم واقع تضخم أسعار الخدمات والمواد الكمالية،

(١) ممدوح سليمان العامري، العلاقة بين الصحافة الأردنية والأمن الوطني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم الاعلام، ٢٠٠٨.

(٢) نسمة أحمد البطريق، المسئولية الاجتماعية للاعلام تجاه قضايا العائد من التعليم، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧.

واقع اللاتوازن الاجتماعي بين الفئات، بين الغنى الفاحش والفقير الأليم.. واقع المظهرية وسلطة المال وإغرائه، وتدهور ظروف الطبقة الوسطى... وكلها ظواهر قد تدفع إلى الانحراف والفساد أحيانا وكلها ظواهر اجتماعية لن نجد لها دواء إلا من خلال تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للقوة البشرية المتعلمة.

ب. لا. تبشير جريدة الأهرام للقضايا الرئيسية إلا فيما ندر، ولا تفسح لها مكان للمناقشة والتحليل الموضوعي، وتتخذ تلك الموضوعات الشكل الخبري أو التحقيق الصحفي.

ت. القارئ المصري والعربي الذي يبحث عن الحقيقة بتفاصيلها في الصحف ووسائل الإعلام القومية المختلفة لن يجدها، بل يضطر إلى اللجوء إلى الصحف الخاصة وصحف الرأي.. إلى جانب البرامج التليفزيونية الغربية، فليس هناك برنامج واحد يناقش قضايا التعليم وانعكاساته الاجتماعية والاقتصادية بالموضوعية والجدية المطلوبة.

(٤) دراسة (محمود عبد الرؤوف كامل، ٢٠٠٧) (١)

دور الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتوصيف وتوثيق دور وسائل الاعلام في بناء الشخصية المصرية اجتماعيا وثقافيا وتأثير هذه الوسائل في تكوين صفات الشخصية المصرية الإيجابية منها والسلبي ومدى إبراز كل منها وعلاقة ذلك بالتنمية، و تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية المقارنة، التي تهتم برصد وتوصيف الظاهرة محل الدراسة، وهي دور وسائل الاعلام في تكوين الشخصية المصرية اجتماعيا وثقافيا وتقوم الدراسة بتحليل البيانات التي تم جمعها من المبحوثين واستخلاص النتائج منها، وأجريت الدراسة على عينة عشوائية مقصودة قوامها (٣٤٩) مفردة من رواد معرض الكتاب

ومن بين أهم ما توصلت اليه الدراسة من نتائج ما يلي:

- أ. يعتقد غالبية المبحوثين أن لوسائل الاعلام دورا في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين وفي تعليمهم صفات إيجابية وسلبية.
- ب. يعتقدون أن الصفات الايجابية للشخصية المصرية تساعد على التنمية بعكس صفاتها السلبية.
- ت. العولمة تكسب المصريين صفات جيدة وصفات سلبية.

(١) محمود عبد الرؤوف كامل، دور الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين- دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام في بناء الشخصية المصرية على عينة من رواد معرض الكتاب، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث عشر، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧.

ث. توجد صفات للشخصية المصرية تميزها عن صفات غيرها من شخصيات الدول الأخرى.

(٥) دراسة (هبة أمين شاهين، ٢٠٠٦) (١)

اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الالكترونية للحصول على المعلومات السياسية.

هدفت الدراسة للتعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعي على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الالكترونية العربية والأجنبية للحصول على المعلومات السياسية وأسباب ذلك وأهم المواقع التي يفضلها ودرجة ثقتهم في تلك المواقع بالإضافة إلى التعرف على كثافة الاعتماد وأبعاده ومدى تحقق تأثيرات الاعتماد المعرفية والوجدانية والسلوكية، وكانت عينة الدراسة من نوع العينة المتاحة من طلاب الجامعات حكومية وخاصة في القاهرة قوامها (٣٦٠) مفردة وتم جمع البيانات منهم بواسطة الاستبيان ، صحيفة الاستقصاء بالمقابلة خلال الفترة من فبراير حتى مارس ٢٠٠٦ وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسطات درجات كل من كثافة الاعتماد على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الالكترونية وأبعاد اعتماد الفهم الاجتماعي وتوجيه التفاعل وتأثيرات الاعتماد المعرفية والسلوكية لدى الشباب الجامعي المستخدمين لهذه المواقع.

الدراسات الأجنبية :

(١) دراسة (Soumya Duta، ٢٠١١) (٢)

SOCIAL RESPONSIBILITY OF MEDIA AND INDIAN DEMOCRACY

(١) هبة أمين شاهين، اعتماد الشباب على المواقع الإذاعية والتلفزيونية الالكترونية للحصول على المعلومات السياسية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، المجلد السابع، العدد يناير- يونيو ٢٠٠٦.

(٢) Soumya Dutta, SOCIAL RESPONSIBILITY OF MEDIA AND INDIAN DEMOCRACY, Global Media Journal – Indian Edition/ Summer Issue / June 2011.

المسئولية الاجتماعية للإعلام وأثرها على الديمقراطية في الهند

نبعت مشكلة الدراسة الحالية من أن الهند التي لديها أكبر ديمقراطية في العالم ووسائل إعلامها لها وجود قوي في البلاد، تعرضت وسائلها الاعلامية في الآونة الأخيرة لكثير من الانتقاد نظرا لاتهامها بعدم الالتزام بالمسئولية الاجتماعية حيث أثرت الممارسات التجارية الخطيرة في مجال الاعلام في النسيج الديمقراطي للهند، وهدفت الدراسة للتعرف على الوضع الحالي للمسئولية الاجتماعية للإعلام وأثر ذلك على الديمقراطية في الهند، ولذلك الهدف تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال أداة تحليل المضمون للمادة الاعلامية الاخبارية في بعض القنوات الحكومية والخاصة، في الفترة من شهر يناير ٢٠١١ إلى نهاية مارس ٢٠١١ في دورة إذاعية، ومن بين أهم ما توصلت اليه الدراسة ما يلي :

- أ. أصبح مالكي الإعلام من أصحاب التكتلات الصناعية الكبيرة وقد هدد ذلك بظهور وجهات نظر متعددة ، كما انتشرت المؤسسات الاعلامية العابرة للحدود الوطنية في السوق الهندية والتي كان يعتقد أيضا أنها ستكون بشيرا في التعبير الاجتماعي من خلال البرامج التنموية تستهدف الفئات المهمشة في المجتمع.
- ب. في وسائل الاعلام الهندية الديمقراطية تتحمل المسئولية وترتبط لعمق مع الظروف الاجتماعية والاقتصادية.
- ت. الوضع الحالي غير مشجع ويحتاج لمعالجات كثيرة.
- ث. المؤسسات الاعلامية سواء المطبوعة أو السمعية مرئية أو الاذاعة أو الالكترونية يجب أن تكون أكثر تعرضا للجمهور العام.
- ج. آلية التنظيم الذاتي عبر المؤسسات الاعلامية تحتاج إلى أن تكون قوية بما فيه الكفاية .
- ح. التكتلات الاعلامية الكبرى تشكل تهديدا خطيرا.

SOCIAL RESPONSIBILITY: THE OBLIGATION OF MASS MEDIA

تهدف هذه الدراسة للتعرف على وظائف وسائل الاعلام وكيفية عملها في ظل المسؤولية الاجتماعية وبينها لتلبية الالتزامات الاجتماعية ومدى مطابقتها لمبادئ التوجيهية الأخلاقية للاعلام وركزت الدراسة على وظيفة المسؤولية الاجتماعية في وسائل الاعلام ومنها الراديو والتلفزيون من حيث التوجه ونوعية البرامج التي تبثها هذه الرسائل كما تسعى الدراسة لمحاولة التعرف على ما إذا كانت وسائل الاعلام تؤدي دورها في المسؤولية الاجتماعية أم لا؟

تم استخدام منهج تحليل المضمون باستخدام أداة التحليل لمجموعة من القنوات التلفزيونية ومنها 24 Ghant و كوكتات T.V. للتعرف على دورها في إثارة الاضطرابات السياسية ومن بين أهم ما توصلت اليه الدراسة ما يلي :

- أ. تتحرف القنوات التلفزيونية عن مسؤوليتها إلى حد كبير.
- ب. تبث برامج مبتذلة وبذيئة وتدمر القيم التربوية للطبقة الوسطى في المجتمع.
- ت. يعتبر التلفزيون مسئول عن إثارة العنف وإفساد الشباب والأخلاق العامة.
- ث. على الرغم من ذلك أثبت الراديو قدرته على إعلام وتثقيف والترفيه عن الجماهير.

ملاحظات عامة على الدراسات السابقة:

١. اتفقت الدراسات السابقة على الدور المتزايد لوسائل الإعلام السمعية والبصرية في المجتمع العربي، في ظل التطورات الإتصالية المتسارعة وتكنولوجيا البث الرقمي.
٢. أكدت معظم الدراسات على أن وسائل الإعلام تستطيع تقديم الحياة الاجتماعية وتساعد المشاهدين على حل المشكلات إذا تم استغلالها الاستغلال الأمثل فمن الممكن أن تساعد في حل مشكلات المجتمع. وتنمي مسؤولية الفرد تجاه أسرته التي هي مجتمعه الصغير ووطنه الذي هو مجتمعه الكبير.
٣. من خلال النظر في الدراسات السابقة نجد أن معظم الدراسات ركزت علي قضية واحدة من قضايا المجتمع ودور وسائل الإعلام في حلها، بينما ركز البحث الحالي علي تناول دور

الإعلام في تنمية المسؤولية الاجتماعية من خلال مناقشة العديد من القضايا المتعلقة بالوطن والمواطن المصري.

٤. كما أثبت البحث أن الدراسات السابقة لم يسبق لها أن ناقشت موضوع يمثل هذه الأهمية خاصة في الآونة الأخيرة حيث أصبحت ظاهرة المسؤولية الاجتماعية قضية هامة خاصة في ظل تردي الأوضاع السياسية والاقتصادية في المجتمع المصري ولجوء بعض الأفراد إلى العنف بغرض فرض آرائهم السياسية.

٥. كما ساعدت هذه الدراسات الباحثة على:

- تحديد المشكلة البحثية.
- وضع فروض الدراسة وتساؤلاتها.
- تحديد الأطر النظرية الملزمة.
- تحديد المناهج وأدوات الدراسة.

الاطار النظري للدراسة :

تمهيد :

إن التطورات الاقتصادية وظهور قوى الاحتكار واندفاع المشاريع نحو تحقيق المزيد من المصالح الخاصة على حساب المصالح العامة للجمهور، كل ذلك أدى لظهور مفهوم المسؤولية الاجتماعية، ويكشف التحليل الدلالي وتحليل المضمون لوسائل الاعلام عن شيوع الكذب وبتر الحقائق وقلبها وتلوين الأحداث لأسباب أيديولوجية وشخصية في المادة التي تقدمها هذه الوسائل مكتوبة و مسموعة ومرئية، الأمر الذي يقرب وسائل الإعلام شيئاً فشيئاً من تبني أخلاقيات والدعاية و يزداد وضوح استخدام وسائل الاعلام في الدعاية في حالة السيطرة الحكومية على وسائل الاعلام بشكل شمولي وفي حالة زيادة تركيز وسائل الاعلام في يد قلة من الملاك الرأسماليين ،ففي كلتا الحالتين يسهل التحكم في الرسائل الاعلامية المقدمة للجمهور دون ان يكون لديه حتى الفرصة لكي يقارن بين ما يقدم له وما تعرضه وسائل الاعلام الأخرى ،ولكن مع زيادة وسائل الاعلام وعدم تركيز ملكيتها والسيطرة عليها في يد الحكومات أو الرأسماليين تقل فرصة استخدام الوسائل الدعائية المتحيزة في إخفاء وقلب الحقائق والتتميط والتعريض والغمز بحق قوى اجتماعية لا تمتلك منافذ إعلامية للتعبير عن أفكارها وآرائها ومصالحها^(١).

(١) هيرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة/ عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٩٨٦، ص ١٦-١٧.

مفهوم المسؤولية الاجتماعية في الاعلام :

لا يمكن تعريف أدوار الاعلام بوسائله المختلفة في العصر الحديث دون تحديد لمسئوليته الاجتماعية والثقافية تجاه الفرد والمجتمع خاصة في مجتمعات الدول النامية والعربية، فالاعلام والاتصال الجماهيري وفقا لمدار الفكر الاجتماعي الحديث هو أحد دعائم الديمقراطية بجميع أنواعها ووسيلة من وسائلها وشرطا أساسيا من شروطها ومظهرها من مظاهرها، فالاعلام وبالاتصال الجماهيري يؤدي وظائفه بطريقة فعالة عن طريق المشاركة والتفاعل حول القضايا المحورية المختلفة في المجتمع والتأثير الاجتماعي وتأكيد القيم والمفاهيم المختلفة وترسيخها وتثبيت عناصر الهوية القومية، فهناك اتفاق ضمنى بين القائم بالاتصال والرأي العام بجميع طبقاته تؤهل للطرف الأول ضرورة طرح وتبني وتفسير القضايا الحقيقية وشرحها للرأي العام لإشراكه في وضع أنسب الحلول لمواجهتها فإذا لم تتحقق تلك الوظائف أصبح الإعلام عديم النفع وتنافت أهم مسؤولياته الاجتماعية وانعدمت أهم عناصر الديمقراطية الاعلامية والثقافية في المجتمع وأصبحت تلك المفاهيم مجرد شعارات زائفة وأصبح الفرد في المجتمع منعزلا عن قضايا عصره وفريسة لمعلومات الدعاية المغلوطة التي قد تروجها بعض القوى المعادية للديمقراطية والحرية داخل الحدود القطرية والإقليمية ، وذلك بالتسلل إلى عقول الجماهير عن طريق وسائل الاعلام والثقافة والمعرفة المتعددة القطرية منها والدولية خاصة في عصر العولمة والتطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات^(١).

و المسؤولية الاجتماعية للاعلام تشمل أداء مجموعة من الوظائف بشرط مراعاة الالتزام بقيم مهنية معينة، ومفهوم المسؤولية الاجتماعية أحد أبرز تصوراته هو الحفاظ على التعددية والتنوع داخل المجتمع وضرورة عكس كل الثقافات الموجودة في المجتمع للحفاظ على وحدته وثرائه فالمسؤولية الاجتماعية متبادلة بين الأفراد والجماعات والمجتمعات المحلية والمجتمع العام وكذلك هي إلزام داخلي خاص بأفعال ذات طبيعة اجتماعية او يغلب عليها التأثير الاجتماعي كما في الاتصال بين الأفراد والجماعات فمن غير المتصور وجود جبر أو إلزام للأفراد إلا ذواتهم لتحقيق مسؤوليتهم ولا يمكن إنجاز الحق في الاتصال الذي يستلزم مشاركة كاملة من جانب السواد الأعظم من الناس للإسهام في صنع القرار الإعلامي والاتصالي على كافة المستويات إلا بتوافر مجموعة من القيم المهنية لدى القائم بالاتصال كالدقة والموضوعية والصدق، فالموضوعية مثلا قيمة سابقة على الحق في الاتصال ولازمة له والتي توفر للمجتمع عرض

(١) ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة/ كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٢، ص ٣٦١.

طيف الآراء والأفكار على الساحة الإعلامية وقيام نقاش متوازن ونزيه حول هذه الأفكار والآراء كما يستدعي توازن بين المرسل والمستقبل بجعل الاتصال في اتجاهين وكذلك بين الجماعات الفرعية للمستقبلين باختلاف مستوياتهم الاقتصادية والاجتماعية والثقافية^(١)

ينظر ديني إليوت Elliot للمسئولية الاعلامية من خلال ثلاث فئات هي:

أولاً: مسؤولية الاعلامي تجاه المجتمع العام، ويتحقق ذلك من خلال إتاحة المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين.

ثانياً : مسؤولية الإعلامى تجاه المجتمع المحلي وهي امتداد للمسئولية الأولى وتعتمد على نشر ما يتوقعه الأفراد من المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد وإخبار الناس بما يحقق صالحهم الآن والمستقبلي وأداء الرسالة السابقة بطريقة لا تقلل من ثقة الناس في مهنة الاعلام.

ثالثاً : مسؤولية الإعلامى تجاه نفسه من خلال أداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية لما يعتقد أنه صالح للمجتمع^(٢).

والمسئوليات الاعلامية يتم إدراكها من خلال ثلاثة مستويات وهي:

(١) القيام بالوظائف الممكنة أو الأدوار الاجتماعية الملائمة للاعلام وتشمل الوظائف السياسية والتعليمية ووظائف الخدمات والوظيفة الثقافية.

(٢) معرفة المبادئ التي ترشد وسائل الاعلام، إلى تحقيق الوظائف السابقة بطريقة إيجابية أو مسؤولة.

(٣) معرفة أنواع السلوك التي يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق هذه المبادئ الارشادية^(٣).

نشأة مفهوم المسؤولية الاجتماعية في وسائل الاعلام :

إن مفهوم المسؤولية مفهوم غربي انتقل إلى الاعلام من مجالي الاقتصاد والعلاقات العامة، فقد ساد بين أوساط المشتغلين بالمجالين الأخيرين في الربع الأخير من القرن التاسع

(١) Dennis Mcquail, Mass Communication Theory, /An Introduction 2nded., Sage Publication, London, 1988, p.189.

(٢) عواطف عبد الرحمن، دراسات في الصحافة المصرية المعاصرة، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٥، ص ٨٣.

(٣) محمد سيد محمد، كيف نقيس المصداقية في الإعلام العربي، الدراسات الإعلامية، عدد (٤٩) ، أكتوبر - نوفمبر، ١٩٨٧، ص ٣٥.

عشر، حينما دعت التطورات الاقتصادية التي حدثت في الولايات المتحدة الأمريكية إلى إظهار الحاجة إلى التزام المنشآت بمسئولياتها الاجتماعية، حيث قوى تيار الاحتكارات الاقتصادية واندفعت المشروعات نحو تحقيق أكبر قدر ممكن من المصالح الخاصة للمشروع على حساب المصلحة العامة للجماهير وقد أدى ذلك إلى خلق المناخ المناسب لظهور المفهوم، و تاريخيا يعود مفهوم المسؤولية الاجتماعية إلى تقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية الصادر عام ١٩٤٧ والذي أشار إلى ان التجاوزات التي تحدث في الصحافة ووسائل الاتصال الجماهيري لها أكبر الضرر على المجتمع وكان من الرواد في التنظير لهذا الطرح كل من إدوارد جيرالد وتيودور بترسون وويليام ريفرز وجون ميلر وغيرهم ومن المحدثين بها الآن ديني إليوت وكليفورد كريستيانز^(١).

دور وسائل الاعلام في المجتمع :

لقد شهد الاعلام تطورا ملحوظا بقوة فقد برزت العديد من الفضائيات ومؤسسات الاعلام الجماهيري المستقلة من اذاعة وتلفزيون وصحف الى جانب انتشار الاعلام الالكتروني والمدونات بالإضافة الى الثورة الكبيرة في نظام الاتصالات. ولكل وسيلة من وسائل الإعلام ما تتميز به من خصائص تختلف عن الأخرى مما يجعل لها أهميتها ويمكنها من مخاطبة شريحة ما من شرائح المجتمع بشكل أفضل من غيرها ، من هنا فان الدور الذي تلعبه وسائل الاعلام المختلفة المرئية والمسموعة والمقروءة جنب الى جنب مع الاعلام المجتمعي دور اساسي ورئيسي ومؤثر لدرجة كبيرة في تكوين وتشكيل قيمنا الاجتماعية وأراننا التي نسقطها على المواضيع والقضايا المختلفة ومنها القضايا الخاصة بحقوق الانسان بشكل عام^(٢).

محددات المسؤولية الاجتماعية للاعلام :

من حيث وظائف الاعلام في المجتمع المعاصر،

- أ. إعطاء التقرير الصادق والشامل والذكي عن الأحداث اليومية في سياق يعطي لها معنى.
- ب. أن تعمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد.
- ت. ان تقدم وسائل الاعلام صورة ممثلة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.
- ث. أن تقدم وسائل الاعلام أهداف المجتمع وقيمه وتوضحها.

(١) محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٣، ص ١١٧.

(٢) كريمة كمال، إفساد الصحافة وخداع القارئ، مجلة صباح الخير، ٢٨ يوليو ١٩٩٤، ص ١٤-١٧.

ج. أن توفر وسائل الاعلام معلومات كاملة عما يجري يوميا^(١)

مبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام :

لخص محمد عبد الحميد ومحمد حسام الدين المبادئ الأساسية للمسؤولية الاجتماعية حسب ما يراه دنيس ماكويل كما يلي :

- إن هناك التزامات معينة للمجتمع يجب أن تقبلها وسائل الإعلام.
- إن تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
- قبول هذه الالتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين والمؤسسات القائمة.
- يجب أن تتجنب وسائل الإعلام بأي حال ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى أو يثير الأقليات في المجتمع.
- تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع وحق الأفراد في الرد والتعليق في مختلف وجهات النظر.
- إن الالتزام بالمعايير السابقة يجعل الجمهور والمجتمع يتوقع غنجا راقيا، وبالتالي فإن تدخله في هذه الحالة يستهدف تحقيق النفع العام.
- يجب ألا تقل مسؤولية الإعلامي أمام المجتمع عن مسؤوليتهم أمام الملاك وأسواق وسائل الإعلام في التوزيع أو الإعلان.

من جهة أخرى يرى كل من حسن عماد وفاروق ابو زيد، أن هناك من يرى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تقوم على حرية وسائل الإعلام، لكنها تنكر وجود حرية مطلقة وتضيف إلى ما سبق مبدئين آخرين هما :

- ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب وسائل الإعلام بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين الحرية ومصالح المجتمع.
- أن لوسائل الإعلام وظيفة اجتماعية هي تقديم البيانات عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن نوعية التأثير الذي قد تحدثه هذه البيانات على القراء^(١).

(١) محمد صبري فؤاد النمر، صراع القيم الفردية والاجتماعية وأثرها على المشاركة الاجتماعية، رسالة ماجستير، غير منشورة، معهد الدراسات الاجتماعية، جامعة الاسكندرية، ١٩٨٨، ص ٣٨.

كما يمكن تحديد المبادئ الرئيسية للمسئولية الاجتماعية للاعلام فيما يلي :

- (١) إن وسائل الاعلام يجب أن تقبل وأن تنفذ التزامات معينة للمجتمع.
- (٢) إن هذه الالتزامات يمكن تنفيذها فقط بوضع معايير مهنية لنقل المعلومات مثل : الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
- (٣) لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم وسائل الاعلام نفسها بشكل ذاتي.
- (٤) إن وسائل الاعلام يجب أن تتجنب ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى الاجتماعية أو توجيه أي إهانات إلى الأقليات.
- (٥) إن وسائل الاعلام يجب أن تكون متعددة وتعكس التنوع في الآراء وتلتزم بحق الرد.
- (٦) إن المجتمع والجمهور من حقه ان يتوقع من وسائل الاعلام معايير رفيعة لأداء هذه الوظائف في إطار المصلحة العامة^(١).

نظرية المسؤولية الاجتماعية :

النشأة والمنطلق : ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال نشر تقرير لجنة هوثشينز عام ١٩٤٨، ولقد تطورت هذه النظرية في ظل جملة من الظروف الاجتماعية المتشابكة من بينها ارتفاع نسبة التعليم وزيادة اهتمامات الناس بالقضايا العامة وزيادة انتقاداتهم لممارسات وسائل الإعلام، إضافة إلى ذلك طرح النظام الاقتصادي جملة من المشاكل حيث أثرت مشكلات التوازن والموضوعية نتيجة ميل ملاك وسائل الإعلام إلى التعبير عن آرائهم السياسية والاقتصادية على حساب الآراء المعارضة إضافة إلى تزايد الاتجاه إلى الاحتكار والتركيز في ملكية وسائل الإعلام، مما أدى إلى فرض المفاهيم الاقتصادية على الممارسة الإعلامية والحد من التنوع في الفكر والمحتوى.

إن اصطدام مفهوم الحرية بهذه المشاكل أدى إلى بروز أصوات تنادي بالتمرد على الحرية المطلقة لوسائل الإعلام، نابعة من الأفكار الداعية إلى دعم الإحساس بالمسئولية الاجتماعية للإعلام والتي تجسدت في حملة من المبادئ شكلت إطاراً نظرياً لحرية وسائل الإعلام سمي المسؤولية الاجتماعية، وتمتد جذور هذا المفهوم إلى النظرية الليبرالية ويتعداها إلى حيث يضع ضوابط أخلاقية على وسائل الإعلام، وقد استهدفت هذه النظرية التوفيق بين حرية

(١) حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٤، ص ٣٤.

(٢) عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء الأخبار، العريب للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٨٩، ص ٤٥.

وسائل الإعلام والمسئولية الاجتماعية في المجتمعات الليبرالية، حيث ترى هذه النظرية أن كل حرية يقابلها مسؤولية معنى هذا أنه بينما ركزت نظرية الحرية ركزت النظرية الجديدة أساسا على المسؤولية، بذلك يكون التوجه الأساسي لهذه الفلسفة في الإعلام هي المراقبة الذاتية والالتزام الأخلاقي والاجتماعي بالرسالة السامية التي تؤديها الصحافة دون التضحية بقيم الحرية والاستقلال والمبادرة.

كما يجب على وسائل الإعلام في هذه النظرية أن تخدم النظام السياسي القائم عن طريق الإعلام، وعن طريق المناقشة الحرة المفتوحة في كافة المسائل التي تهم المجتمع كما تقع عليها مسؤولية تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام حتى تستطيع هذه الأخيرة إصدار أحكام متزنة وصحيحة على الأحداث العامة، كذلك على وسائل الإعلام أن تراقب أعمال الحكومة والشركات والهيئات العامة صيانة لمصالح الأفراد والجماعات.

مما سبق نرى أن الأساس الذي بنيت عليه نظرية المسؤولية الاجتماعية هو أن الحرية حق وواجب ومسئولية في وقت واحد، حيث تركز هذه النظرية على ضرورة تحرير وسائل الإعلام من القيود التي تضعها الحكومة وضرورة التزام هذه الوسائل بخدمة الصالح العام، بمعنى ضرورة تقيد الحرية المطلقة بحيث لا تصطدم مع حاجات ومتطلبات المجتمع أي إدخال المشروع الفردي تحت مظلة المشروع المجتمعي دون أن تتعارض أو تتصارع مصالح الفرد مع المجتمع أو العكس^(١).

الاعلام وتشكيل الرأي العام :

يعد الاعلام أداة رئيسية في تشكيل الرأي العام الذي يمكن تعريفه على أنه الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة زمنية بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مسا مباشرا، فإذا كان ما ينتقل إلى أغلبية الشعب زائفا ومضللا ومتحيزا فإن ذلك سينعكس على الرأي الذي سيسود وسط هذه الأغلبية بما يعني ان تتأثر مصالحها وقيمها بالسلب تأثيرا مباشرا إذ يصعب على الناس أن تصدر حكما صحيحا على قضية تنتقل إليها بصورة مشوهة أو مبتورة، وإذا كان كلوريدج كنج يعرف الرأي العام على أنه الحكم الذي تصل إليه الجماعة في مسألة ذات اعتبار عام بعد هذه المناقشات نتيجة حذف اجزاء مهمة

(١) عزة عبد العزيز عبد اللاه، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية - دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتي الأهرام والأهالي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، جامعة أسيوط، ١٩٩٢، ص ٢٣٠.

من المسألة التي تهم الناس باعتبارها العام يجعل الحكم الذي تصل إليه الجماعة حكما غير صحيح ومضلل.

فإذا كشف للرأي العام أن الصحافة تخدعه ولا تنقل إليه الحقيقة بشكل كامل يضمن له الحكم الصحيح على قضايا الأساسية التي تمس مصالحه نتيجة الخبرات السلبية التي يجنيها الرأي العام من جراء هذا التشويه والتضليل فإن الرأي العام يفقد ثقته في الإعلام ومن ثم يفترق اهتمامه بالشئون العامة، وبالتالي يصاب الرأي العام باللامبالاة، كذلك رأي عبد القادر حاتم أن الرأي العام يضعف أخلاقيا إذا لم تحافظ الجماعات ومن بينها الجماعات الصحفية على الأخلاق.

وعلى هذا فإذا أدرك الرأي العام أن الجماعة المهنية الاعلامية تهدر الأخلاقيات المرعية فإنه لن يكون أقل منها في إهداره للأخلاقيات وتبنيه للمرونة الأخلاقية التي تصل لحد التحلل القيمي، كما أن افتقار القدوة التي توضح للشباب قيم مجتمعهم الأساسية ومن بينها قدوة وسائل الاعلام يؤسس قواعد اخلاقية فردية (ضد المجتمعية) فوتومولوجية Photomologist حكمة (أي مجموعة القواعد السلوكية المتداولة مجموعة القواعد السلوكية المتداولة في المجتمع والذي يستطيع الإنسان بواسطتها أن يعيش ويتكيف ويسوس أمور حياته، دون أن يسبب اصطدامه بهذا النسق القيمي السائد آثارا سلبية على حياته ومعيشته^(١)).

ويرتبط خداع الرأي العام بدرجة وعيه ومستوى تعليمه وثقافته ولما كان الرأي العام ينقسم تقسيمات فرعية تبعا لدرجة تأثيره وتأثره إلى رأي عام نابه او قائد ورأي عام مثقف ورأي عام منقاد او منساق، فإن تجيز وسائل الاعلام لا يتأثر به الرأي العام القائد ولا الرأي العام المثقف ولكن يتأثر به السواد الأعظم من الذين نالوا حظا قليلا من التعليم والثقافة فيقبلون ما يذاع دون التفكير في مضمونه كثيرا، كما يقبلون الشائعات ويكونون عرضة لحملات الدعاية وإن كان الرأي العام المثقف يتأثر أيضا بوسائل الإعلام بنسب متفاوت حسب مستوى الوعي والثقافة التي يتمتع بها، ويرى المؤلف أن طرق التعليم التلقينية السائدة تساهم بشكل كبير في ضعف ملكة النقد والتفكير وفرز الحقائق من الأكاذيب لدى كثيرين ممن تلقوا تعليما عاليا في مصر^(٢).

(١) حمادة إبراهيم حامد، الصحافة والسلطة السياسية في العالم العربي، دراسة حالة لمشكلة العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية وتأثيراتها على السياسة التحريرية في الصحافة المصرية من ١٩٦٠-١٩٨١، رسالة دكتوراة، غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٤، ص ١٩٠.

(٢) سليمان صالح سليمان، مفهوم حرية الصحافة دراسة مقارنة بين جمهورية مصر العربية والمملكة المتحدة من ١٩٤٥-١٩٨٥ ان رسالة دكتوراة، غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٢، ص ٢٩٠.

مصادقية وسائل الاعلام و المسؤولية الاجتماعية :

إن المسؤولية الاجتماعية ترتبط بمصادقية الاعلام التي تشكل الرأي العام فكلما كانت موضوعية الوسيلة أعلى علت أيضا مصادقيتها إذ أن النزاهة والحيدة والدقة والتوازن الاكتمال والموضوعية أصبحت جزء لا يتجزأ من بنا مصادقية الإعلام والتي تسبب نجاحه فهناك إجماع بين ممارسي الاعلام ومتخذي القرار الاتصالي السياسي على أن مصادقية الاتصال بعامة والجمهوري بخاصة هي مكون أساسي لنجاح عملية الاتصال وانها أحد المعايير المهمة المميزة بين وسيلة اتصالية وأخرى والتعرف عليها (المصادقية) وبيان أبعادها ومكوناتها وأساليب قياسها لازم لكل أطراف عملية الاتصال، فقد شهدت فترة الستينيات زيادة في الاهتمام بقضية المصادقية وأصبحت موضع تساؤل في الدوائر الأكاديمية والمهنية نتيجة ظاهرة هبوط الثقة في وسائل الاعلام والتي أشار إليها المتخصصون بعبارة أزمة المصادقية وكرد فعل لأزمة المصادقية شهد عقد الستينيات والسبعينات ما سمي بالاتصالات البديلة والاعلام المضاد وهما مصطلحان يشيران إلى مجموعة متنوعة جدا من الأوضاع مظهرها المشترك معارضة وسائل الاعلام الرسمية والمؤسسية تندرج تحتها مجموعات محلية تعمم كسر احتكار نظم الاتصالات المركزية والرأسية بالاضافة إلى بروز أحزاب سياسية تهتم بأشكال متنوعة من أنشطة الاتصالات المعارضة، ولكن تنوع الأصوات الإعلامية لم يحل أزمة المصادقية بل زادها تعقيدا إذ تم تقديم الواقع من وجهات نظر متحيزة متعددة ومتباينة في وسائل الاعلام، وأضحت الرسائل الاعلامية رؤى متحيزة متجاوزة وإذا نظرنا للاعلام المصري فسنجد أنه أصبح ميدانا للتشاحن والتطاحن ولتوجيه الاتهامات وتصفية الحسابات الشخصية على حساب المناقشة الموضوعية والجادة للقضايا والمشكلات المطروحة، وأصبحنا إزاء مسلكين إعلاميين متعارضين تمام التعارض : اعلام رسمي مملوك للدولة بمعنى اعلام قومي ، يحكمه توجه عام يسعى إلى التأييد والمساندة وتضخيم ومباركة إجراءات الحكومة بلا مبرر أحيانا وبطريقة مفتعلة أحيانا أخرى واعلام حزبي بمعنى اعلام معارضة يحكمه توجه عام يسعى إلى النقد والتشكيك في سلامة ما يتخذ من إجراءات وقرارات في المناحي المختلفة بشكل متطرف وفي كلا التوجهين تنفي الموضوعية وتغيب الحقيقة ويسود الغموض في معالجة الاعلام للقضايا والمشاكل القومية المهمة التي يعاني منها المجتمع، إن وسائل الاعلام قد تساهم في تعميق خبرة الاغتراب لدى قطاعات عريضة من المجتمع لا سيما المثقفين نتيجة تدهور مصادقيتها التي تنكشف نتيجة مساهمتها في زيف وانحسار المشاركة الفعلية

في اتخاذ القرار تراكم خبرة الفقر وعدم العدالة، تبعية الفكر التنموي وانفصاله عن المجتمع وكذا فشل القوى السياسية والاقتصادية الحاكمة في الوفاء بالوعود المقطوعة أمام الشعب^(١).

وبناء على ما سبق من عرض للمسئولية الاجتماعية للاعلام ودوره في تنمية وتطوير الرأي العام في المجتمع تسعى دراستنا الان للتعرف على ما يقوم به الاعلام المصري في هذه الفترة الحرجة التي تمر بها البلاد ومسؤوليته تجاه المجتمع والوطن ام لا؟..

الدراسة الميدانية :

تمهيد :

فيما يلي نتناول نتائج الدراسة التحليلية المتعلقة بالمسئولية المجتمعية للإعلام بعد ثورة ٢٠١١ وذلك عن طريق إلقاء الضوء على هذه الظاهرة، والتعرف على واقع الاعلام المصري ودوره في تحمل مسؤوليته الاجتماعية تجاه المجتمع والوطن، وتوضيح أسباب غياب المسئولية المجتمعية للإعلام، والآثار السلبية المترتبة علي الممارسة والاستغلال السيء لوسائل الإعلام الذي يجعل أداؤها يتنافي مع الأهداف المنوط بها تحقيقها، وقد تم توزيع الاستبانة علي عينة مكونة من ١٠٠ مفردة، باستخدام اسلوب العينة العشوائية، بحيث تتضمن العينة مجموعة متنوعة من الأفراد تختلف فيما بينها في: (المؤهل الدراسي والحالة الاجتماعية والحالة الوظيفية).

وبعد تطبيق استمارة الاستبيان على عينة الدراسة قمنا باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS) لتحليل النتائج المستخرجة من الاستمارات.

ومن خلال المعالجات الإحصائية للبيانات تم الحصول على نتائج الدراسة الميدانية والتي ستفيدنا في الحصول على النتائج النهائية للدراسة والإجابة على تساؤلات الدراسة حتى نستطيع الوصول لتوصيات ومقترحات تفيد المكتبة العربية؛ وهي كما يلي:

كانت البيانات الأولية لعينة الدراسة كما يلي:

١ - بيانات العمر: تم تبويب البيانات بالجدول التالي:

(١) حسين حسن طاحون، تنمية المسئولية الاجتماعية دراسة تجريبية، رسالة دكتوراة غير منشورة كلية التربية جامعة عين شمس، ١٩٩٠، ص ٣٤.

جدول رقم (١) بيانات العمر

العمر	من ٢٠-٣٠	من ٣٠-٤٠	من ٤٠-٥٠	٥٠ فما فوق	المجموع
ك	١٠	٥٣	٢٦	١١	١٠٠
النسبة المئوية	%١٠	%٥٣	%٢٦	%١١	%١٠٠

وفيما يلي بعض الإحصائيات الخاصة ببيانات العمر:

جدول (٢) : بعض الإحصائيات الخاصة ببيانات العمر

متوسط سنين	انحراف	فترة ثقة المتوسط	أقل	أكبر	معامل
معياري	أحد سفلي	حد علوي	سن	سن	الالتواء

٣٨,٨	٦٥,٥٦	٨,٠٩٧	٣٦,٧١١	٤٠,٨٨٩	٢١	٥٩	٣٨	-
٠,٢٨٩								

• متوسط العمر ينحصر بين ٣٦,٧ و ٤٠,٩ سنة بدرجة ثقة ٩٩%.

• بينما تنحصر الأعمار بين ٢١ و ٥٩ سنة.

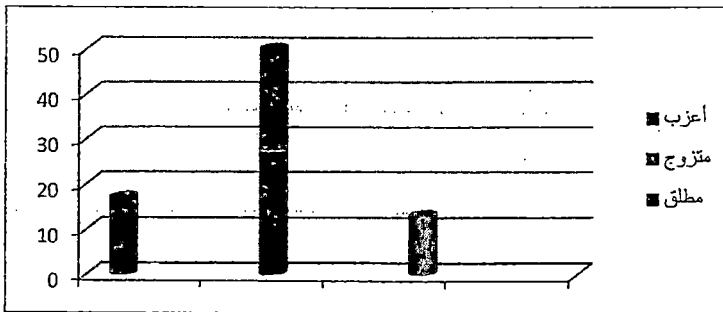
• ومعامل الالتواء السالب يعني أن البيانات تنحاز لل فئة السنية الأقل.

٢- بيانات الحالة الاجتماعية: تم تبويب البيانات بالجدول التالي :

جدول (٣) : بيانات الحالة الاجتماعية

الإحالة	أعزب	متزوج	مطلق	مجموع
ك	١٧	٥٠	١٣	١٠٠
%	%١٧	%٥٠	%١٣	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كالآتي:



شكل رقم (١) بيانات الحالة الاجتماعية

وتدل بيانات الدراسة على مايلي:

- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة المتزوجين هي الأعلى حيث بلغت ٥٠% من إجمالي حجم الدراسة وربما يتناسب هذا مع طبيعة مجتمع الدراسة, حيث أن محافظة الغربية محافظة ريفية إلى حد كبير يغلب عليها الطابع الأسري الذي يقُدس العلاقة الزوجية ويحافظ عليها.

- تلتها في المرتبة الثانية الأشخاص العذاب بنسبة ١٧%.

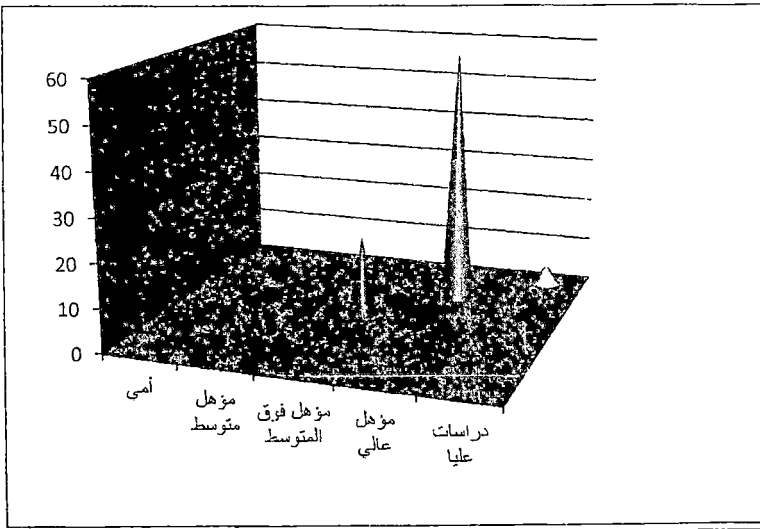
- واخيراً المطلقين بنسبة ١٣%.

٣- بيانات الحالة التعليمية: تم تبويب البيانات بالجدول التالي:

جدول (٤) بيانات المؤهل الدراسي

الحالة التعليمية	أمي	مؤهل متوسط	مؤهل فوق المتوسط	مؤهل عالي	دراسات عليا	مجموع
ك	٢	١٥	١٨	٦٠	٥	١٠٠
%	٢%	١٥%	١٨%	٦٠%	٥%	١٠٠%

وتم تمثيل البيانات السابقة بيانياً في الشكل التالي:



شكل رقم (٢) بيانات الحالة التعليمية

ويلاحظ ما يلي :

١. التعليم الجامعي كان ذو النسبة الغالبة ٦٠%.
 ٢. تلتها المؤهل فوق المتوسط بنسبة ١٨%، ثم المؤهل المتوسط بنسبة ١٨%، ثم طلبة الدراسات العليا بنسبة ٥%.
 ٣. بينما بلغ عدد الأمن ٢% فقط من إجمالي حجم العينة، وهي نسبة جيدة توضح انخفاض نسبة الأمية في المجتمع المصري، خاصة في محافظة الغربية.
- ثانياً: البيانات الخاصة بتساؤلات الدراسة:

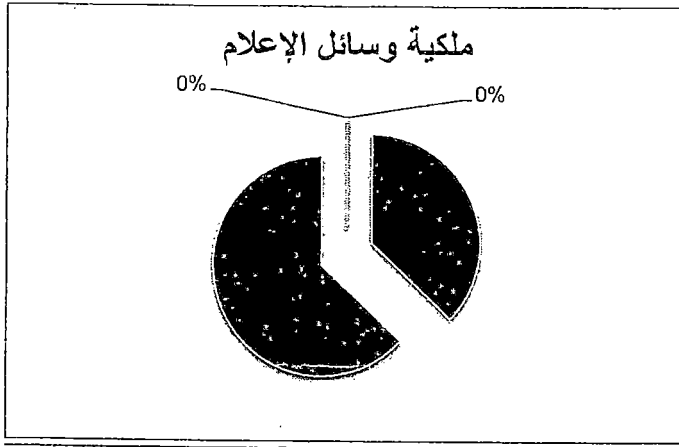
المجموعة الأولى: واقع وسائل الاعلام الحالي:

السؤال الأول: هل يجب أن تكون وسائل الاعلام تحت تصرف الدولة؟

جدول رقم (٥)

هل يجب أن تكون وسائل الاعلام تحت تصرف الدولة؟	نعم	لا	المجموع
ك	٣٧	٦٣	١٠٠
النسبة المئوية	%٣٧	%٦٣	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٣)

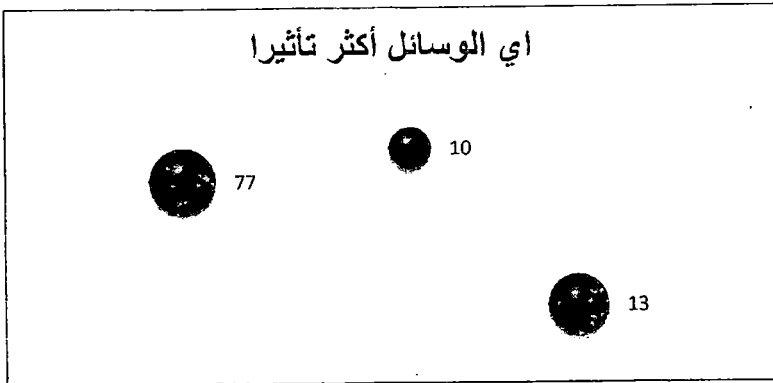
- تشير نتائج الدراسة أن الأشخاص يتجهون أكثر إلى تحرير ملكية وسائل الإعلام من تحت سلطة الدولة حيث أجاب ٣٧% بنعم.
- بينما بلغ نسبة الرافضين لخضوع وسائل الإعلام إلى سلطة الدولة ٦٣%، وربما يرتبط هذا بفكرة أنه عندما تخضع وسائل الإعلام لسلطة جهة معينة فإنها تراعي مصالح تلك الجهة واتجاهاتها في المقام الأول، بينما هذا يتنافي مع وضع وسائل الإعلام والهدف الأساسي من وجودها، حيث تمثل وسائل الإعلام السلطة الرابعة وعين الشعب لمراقبة الأداء الحكومي.

السؤال الثاني: في رأيك أي وسائل الاعلام أكثر تأثيرا علي الرأي العام؟

جدول رقم (٦)

أي وسائل الإعلام أكثر تأثيرا	الصحف	الإذاعة	التلفزيون	المصنوع
ك	١٠	١٣	٧٧	١٠٠
النسبة المئوية	١٠%	١٣%	٧٧%	١٠٠%

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٤)

السؤال الثالث: هل يجب أن تترك وسائل الاعلام حرية بدون رقابة ؟

جدول رقم (٧)

هل يجب أن تترك وسائل الإعلام حرة بدون رقابة؟	نعم	لا	التجميع
ك	٦٣	٣٧	١٠٠
النسبة المئوية	%٦٤	%٣٦	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٥)

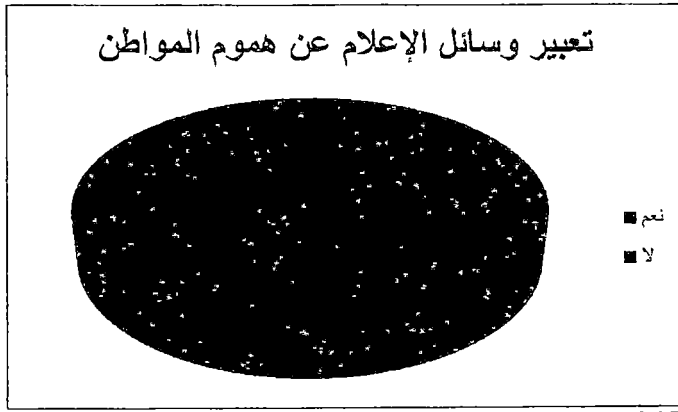
- أجاب ٦٣% من عينة الدراسة بأنهم يودون أن تتحرر وسائل الإعلام من الرقابة.
- بينما أجاب ٣٧% من أجمالي عدد العينة بأنهم يرغبون في أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للرقابة.
- تؤكد نتائج هذا السؤال السؤال المتعلق بملكية وسائل الإعلام، حيث أنه بتطبيق كاي سكوير علي العلاقة بين السؤالين، نجد أن قيمة اختبار مربع كاي = ١٣,٥٢٠ ومستوى الدلالة = ٠,٠٠٠ و هي أقل من ٠,٠٥ لذلك نقبل الفرضية البديلة، أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأشخاص الذين يرغبون في أن تظل وسائل الإعلام مملوكة من الدولة والأشخاص الذين يرغبون في أن تظل وسائل الإعلام خاصة للرقابة.

السؤال الرابع: هل أصبحت وسائل الإعلام في مصر تعبر عن هموم المواطن بحق؟

جدول رقم (٨)

هل أصبحت وسائل الإعلام في مصر تعبر عن هموم المواطن بحق؟	نعم	لا	المجموع
ك	٥٥	٤٥	١٠٠
النسبة المئوية	%٦٠	%٤٠	%١٠٠

وتتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٦)

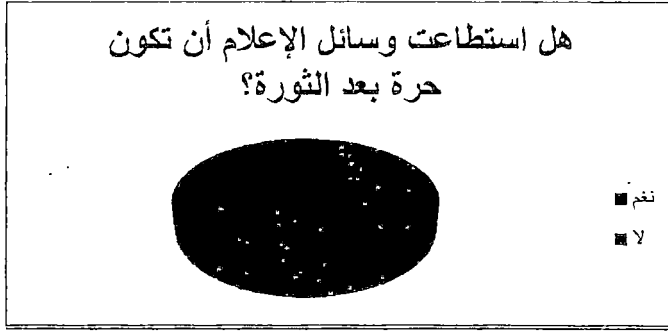
- تدل نتائج الدراسة أن ٥٥% من إجمالي عينة الدراسة تري أن وسائل الإعلام في مصر تعبر عن هموم المواطن، إلا أن ٤٥% من إجمالي حجم العينة يرون أن وسائل الإعلام لا تعبر عن هموم المواطن المصري.
- إلا أن هذه النسبة تعتبر ضعيفة ولا تعكس الدور الحقيقي الذي ينبغي أن تقوم به وسائل الإعلام الواعية التي ترغب في إعلاء شأن المجتمع التي تبث برامجها من أجله.

السؤال الخامس: هل استطاعت وسائل الاعلام المصرية بعد سقوط النظام أن تكون حرة؟

جدول رقم (٩)

هل استطاعت وسائل الاعلام المصرية بعد سقوط النظام أن تكون حرة؟	نعم	لا	المجموع
ك	٧٤	٢٦	١٠٠
النسبة المئوية	%٧٤	%٢٦	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٧)

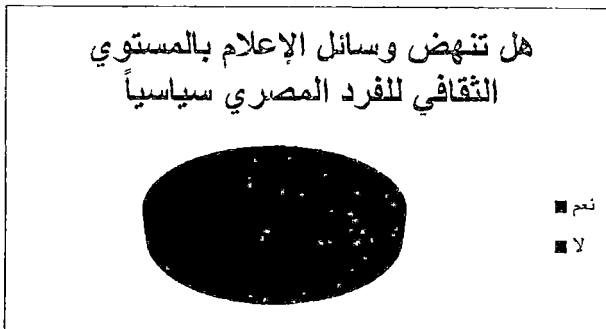
- أفاد ٧٤% من إجمالي حجم العينة أن وسائل الإعلام أصبحت أكثر حرية بعد سقوط النظام السابق.
- بينما ذكر ٢٦% من إجمالي حجم العينة أن وسائل الإعلام لاتزال تخضع للضغوط التي تحد من حريتها بشكل أو بآخر.

السؤال السادس: هل استطاعت وسائل الاعلام ان تنهض بالمستوى الثقافي للفرد المصري سياسياً؟

جدول رقم (١٠)

هل استطاعت وسائل الاعلام ان تنهض بالمستوى الثقافي للفرد المصري سياسياً؟	نعم	لا	المجموع
ك	٦٢	٣٨	١٠٠
النسبة المئوية	%٦٢	%٣٨	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٨)

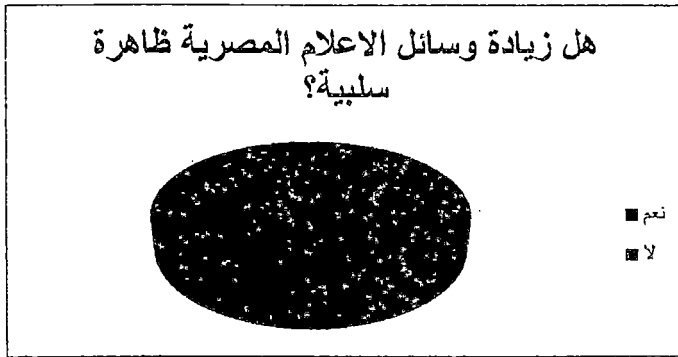
- أشار ٦٢% من إجمالي حجم العينة أن وسائل الإعلام قد استطاعت أن تخلق حالة من الوعي السياسي لدى المواطن المصري، خاصة من خلال البرامج الحوارية وبرامج التوك شو والتحقيقات الإذاعية والصحافية.
- بينما ذكر ٣٨% من إجمالي حجم العينة بأن وسائل الإعلام لم تقم بأي دور يهدف إلى توعية المواطن سياسياً بل خلقت نوع من البلبلة الفكرية لدى المواطن خاصة مع تعدد وكثرة الآراء.

السؤال السابع: هل ظاهرة زيادة وسائل الاعلام المصرية ظاهرة سلبية؟

جدول رقم (١١)

هل ظاهرة زيادة وسائل الاعلام المصرية ظاهرة سلبية؟	نعم	لا	المجموع
ك	٨٨	١٢	١٠٠
النسبة المئوية	%٨٨	%١٢	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٩)

- أشار عدد كبير من إجمالي حجم العينة بلغ ٨٨% أنهم ينظرون إلي العدد الهائل الموجود حالياً من الوسائل الإعلامية علي أنه ظاهرة سلبية تدعو إلي التثقت وصراف الإنتباه، خاصة مع زيادة أسعار الصحف، والتشويش الإذاعي الحادث، وكذلك كثرة الفضائيات ما بين مؤيد ومعارض.

- بينما أشار ١٢% من إجمالي حجم العينة إلي أنهم ينظرون إلي هذا التعدد علي أنه شيء إيجابي ونوع من الحرية.

السؤال الثامن: هل استطاعت وسائل الاعلام المصرية أن تعبر عن واقع وطموح الشعب المصري؟

جدول رقم (١٢)

هل استطاعت وسائل الاعلام المصرية أن تعبر عن واقع وطموح الشعب المصري؟	نعم	لا	المجموع
ك	٣٥	٦٥	١٠٠
النسبة المئوية	%٣٥	%٦٥	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (١٠)

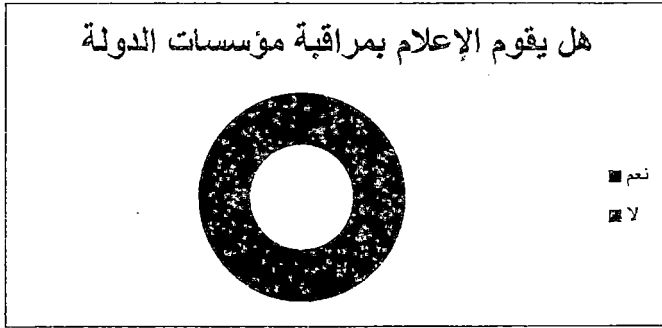
- ذكر ٦٥% من إجمالي حجم العينة أن وسائل الإعلام لا تعبر عن واقع وطموح الشعب المصري فهي تكتفي بعرض الأزمة والآراء المختلفة حولها إلا أنها لا تقدم حلول عملية تفيد في التخلص من الأزمات والظروف الصعبة التي يعيشها الشعب المصري.
- بينما ذكر ٣٥% أن وسائل الإعلام تعبر عن طموح وواقع الشعب المصري.
- بينما تري الباحثة أن وسائل الإعلام فعلاً لا تعبر عن واقع وطموح الشعب المصري كما أتفق مع الإجابة الأولى التي تري أن وسائل الإعلام حتى وإن قامت بعرض القضية فهي لا تسعى إلي إيجاد حلول لها والأمثلة كثيرة علي ذلك من أزمة الغاز وحتى أزمة الكهرباء, وسد النهضة الذي يؤثر علي الأمن القومي المصري.

السؤال التاسع: هل يقوم الإعلام بمراقبة مؤسسات الدولة وهيئاتها المختلفة؟

جدول رقم (١٣)

هل يقوم الإعلام بمراقبة مؤسسات الدولة وهيئاتها المختلفة؟	نعم	لا	المجموع
ك	٧٦	٢٤	١٠٠
النسبة المئوية	%٧٦	%٢٤	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (١١)

- أشار ٧٦% من إجمالي حجم العينة أن وسائل الإعلام تقوم بالفعل بمراقبة أغلب مؤسسات الدولة، إلا أنها ليست فاعلة في تقديم النصائح والحلول من أجل النهوض بتلك المؤسسات.

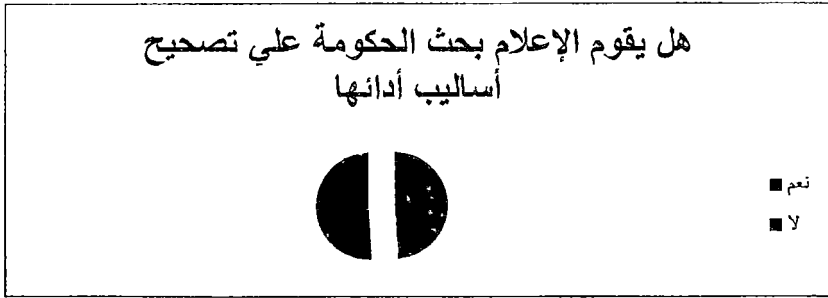
- بينما ذكر ٢٤% من إجمالي حجم العينة أن وسائل الإعلام لا تقوم بمراقبة مؤسسات الدولة إلا بقدر ضئيل جداً.

السؤال العاشر: هل يقوم الإعلام بدور في حث الحكومة والمنظمات المدنية على تصحيح أساليب أدائها؟

جدول رقم (١٤)

هل يقوم الإعلام بدور في حث الحكومة والمنظمات المدنية على تصحيح أساليب أدائها؟	نعم	لا	المجموع
ك	٤٩	٥١	١٠٠
النسبة المئوية	%٤٩	%٥١	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (١٢)

- أشار ٥١ % من إجمالي حجم العينة أن وسائل الإعلام لا تسعى إلي حث الحكومة علي تطوير أدائها أو تصحيح أساليبها بل تكتفي بعرض المشكلة.
- بينما ذكر ٤٩ % أن الإعلام يحث والحومة ومؤسسات المجتمع المدني من أجل تصحيح أدائها إلا أنها لا تقدم حلول عملية أو تتابع ما بعد الأزمة.
- ووفق إجابة هذا السؤال مع نتائج السؤال السابق إلا أن بعض الأفراد قد تعاطفوا قليلاً مع وسائل الإعلام فيما يتعلق بالحث النظري فقط، وليس العمل والمتابعة لذلك مما قد يشكل ضغط في بعض الأحيان علي المسؤولين من أجل إيجاد حلول.

السؤال الحادي عشر: هل يعمل الاعلام في إطار من الحرية والالتزام المجتمعي؟

جدول رقم (١٥)

هل يعمل الاعلام في إطار من الحرية والالتزام المجتمعي؟	نعم	لا	المجموع
ك	٥٩	٤١	١٠٠
النسبة المئوية	%٥٩	%٤١	%١٠٠

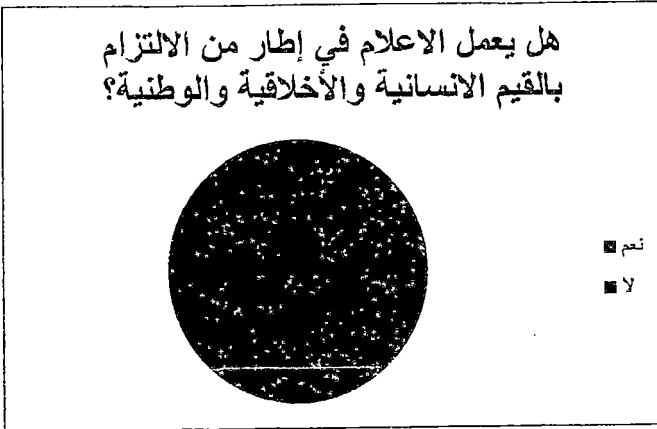
وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:

السؤال الثاني عشر: هل يعمل الاعلام في إطار من الالتزام بالقيم الانسانية والأخلاقية والوطنية؟

جدول رقم (١٦)

هل يعمل الاعلام في إطار من الالتزام بالقيم الانسانية والأخلاقية والوطنية؟	نعم	لا	المجموع
ك	٥١	٤٩	١٠٠
النسبة المئوية	%٥١	%٤٩	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (١٣)

- ذكر ٥١% من إجمالي حجم العينة أن وسائل الإعلام تعمل في إطار من الإلتزام بالقيم الانسانية والأخلاقية بينما أشار ٤٩% أن هذا غير صحيح.

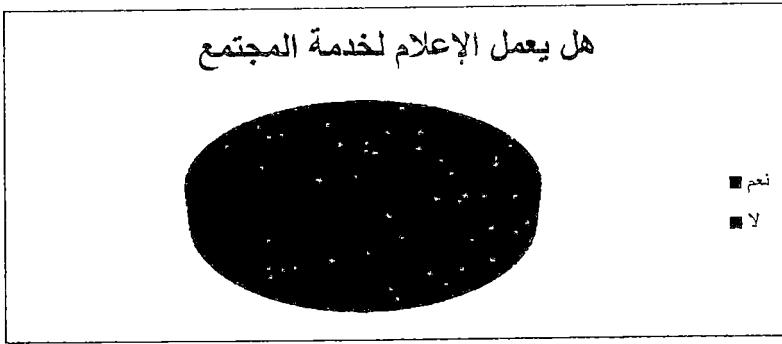
- توضح النتائج السابقة مدى تقارب الإجابتين مما يدل علي ضعف الأداء الإعلامي الأمر الذي جعل الناس يشككون في مدي وطنيته ونزاهته.

السؤال الثالث عشر: هل يعمل الاعلام لخدمة المجتمع ومصالحة العامة؟

جدول رقم (١٧)

هل يعمل الاعلام لخدمة المجتمع ومصالحة العامة؟	نعم	لا	المجموع
ك	٥٣	٤٧	١٠٠
النسبة المئوية	%٥٣	%٤٧	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (١٤)

- أشار ٥٣% من إجمالي حجم العينة أن الإعلام المصري يعمل علي خدمة المجتمع إلا أنهم كانوا متحفظين تجاه هذه الإجابة حيث يري البعض أن دوره غير كافي إلا انه يسعى إلي تحقيق ذلك.

- بينما أشار ٤٧% من العينة أن الإعلام لا يسعى إلي خدمة المجتمع بل أنه في بعض الأحيان يكون ضرورة وأثره سيء علي المجتمع لكي يخدم أهداف سياسية معينة لصالح أشخاص معينين.

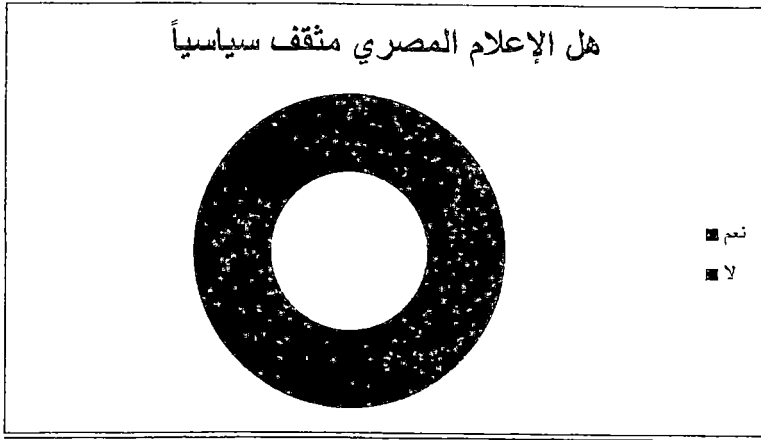
المجموعة الثانية: واقع الاعلاميين المصريين :

السؤال الرابع عشر: هل ترى أن الاعلامي المصري مثقف سياسياً؟

جدول رقم (١٨)

هل ترى أن الإعلامي المصري مثقف سياسياً؟	نعم	لا	المجموع
ك	٥٤	٤٦	١٠٠
النسبة المئوية	٥٤%	٤٦%	١٠٠%

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (١٥)

- ذكر ٥٤% من إجمالي حجم العينة أن الإعلام المصري مثقف سياسياً نتيجة لتقديم وسائل الإعلام المصرية التي اكتسبت قدر كبير من الثقافة خلال رحلتها الطويلة.
- بينما ذكر ٤٦% أن الإعلام المصري غير مثقف حيث لا يلتزم بالحياد والموضوعية الثقافية بل إن الأمر في بعض الأحيان يتحول إلى صراع (خناق) علي حد قول البعض لكسب مصلحة شخصية أو شهرة وليس لنقل الثقافة الواعية.

السؤال الخامس عشر: هل ترى أن الاعلاميين المصريين يعبرون عن نبض الشارع المصري؟

جدول رقم (١٩)

هل ترى أن الإعلاميين المصريين يعبرون عن نبض الشارع المصري؟	نعم	لا	المجموع
ك	٤٤	٥٦	١٠٠
النسبة المئوية	%٤٤	%٥٦	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (١٦)

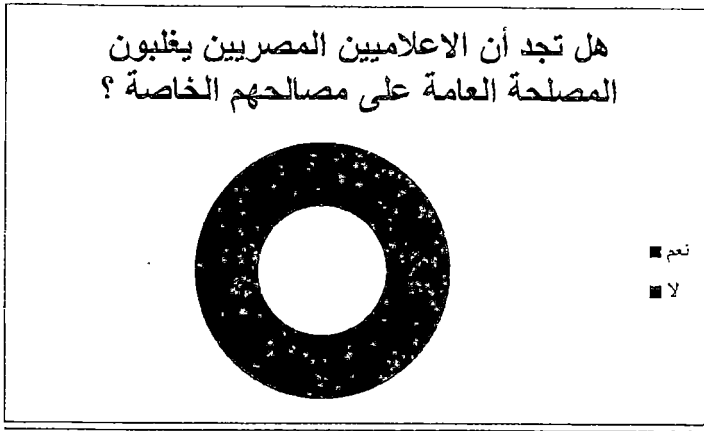
- أشار ٥٦% من إجمالي حجم العينة أن الإعلاميين المصريين لا يعبرون عن نبض الشارع المصري بل كلاً يعبر ان اتجاهاته وثقافته الشخصية وتوجهات الوسيلة التي يعمل بها.
- بينما ذكر ٤٠% من إجمالي حجم العينة أن الإعلاميين المصريين فيهم العديد من الكوادر التي تنطق بما يجول في خاطرهم ويعبرون عن همومهم إلا أن هذه النسبة من الإعلاميين ضئيلة جداً.

السؤال السادس عشر: هل تجد أن الاعلاميين المصريين يغلبون المصلحة العامة على مصالحهم الخاصة ؟

جدول رقم (٢٠)

هل تجد أن الإعلاميين المصريين يغلبون المصلحة العامة على مصالحهم الخاصة ؟	نعم	لا	المجموع
ك	٤٨	٥٢	١٠٠
النسبة المئوية	%٤٨	%٥٢	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (١٧)

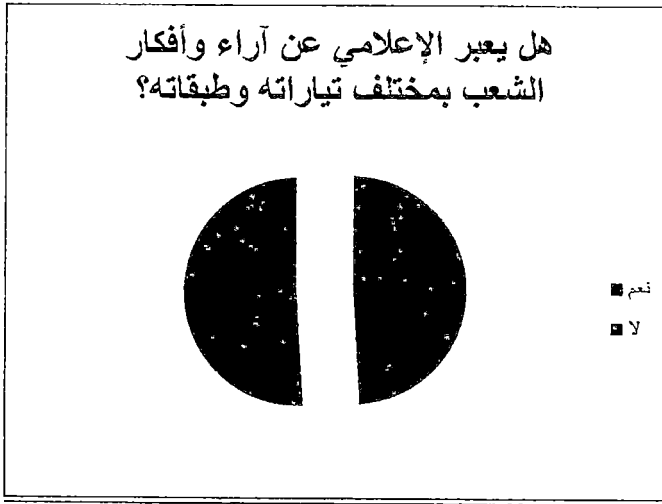
- أشار ٥٢% من إجمالي حجم العينة أن الإعلاميين المصريين لا يغلبون المصلحة العامة على مصالحهم الشخصية، حيث أن هناك نسبة كبيرة من الإعلاميين تسعى وراء الربح المادي والشهرة أكثر من أي شيء آخر.
- بينما أشار ٤٨% من إجمالي حجم العينة أن هناك مجموعة من الإعلاميين الشرفاء الذين يسعون إلى كشف الحقائق من أجل نهضة الوطن بالرغم من تعرضهم للتهديد والترويع من قبل الجماعات المعارضة لهم بل وأن بعض الإعلاميين يتعرضون للحبس ويدفعون الغرامات ولا يبالون بذلك.

السؤال السابع عشر: هل يعبر الإعلامي عن آراء وأفكار الشعب بمختلف تياراته وطبقاته؟

جدول رقم (٢١)

هل يعبر الإعلامي عن آراء وأفكار الشعب بمختلف تياراته وطبقاته؟	نعم	لا	المجموع
ك	٤٩	٥١	١٠٠
النسبة المئوية	%٤٩	%٥١	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (١٨)

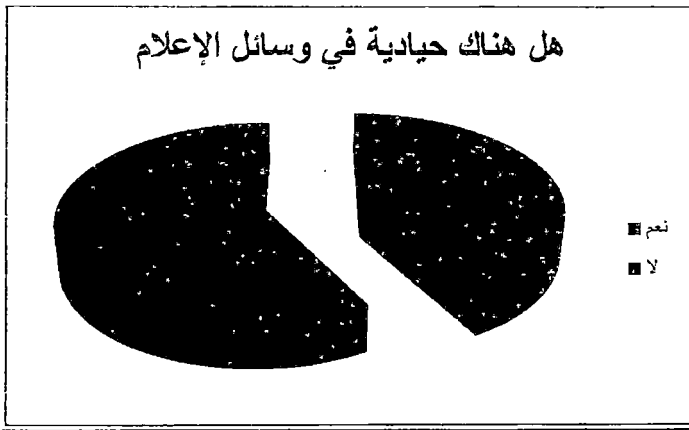
- أشار ٥١% من إجمالي حجم العينة أن الإعلاميين لا يعبرون عن آراء وأفكار الشعب بمختلف تياراته حيث يسعى كل فريق إلى نصره أعوانه والتيار المنتمي إليه.
- بينما أشار ٤٩% من إجمالي حجم العينة أن الإعلام يعبر عن آراء وأفكار الشعب بمختلف تياراته.
- بينما ترى الباحثة أن الإعلام في الفترة السابقة أهمل قضايا بعض الأفراد في سبيل متابعة الأحداث المتتالية بحيث يغطي آراء النخبة معظم الأوقات ويهمل الفقراء والمهمشين الذين زادت الثورة فقراً وجوعاً.

السؤال الثامن عشر: هل هناك حيادية أم أن كل إعلامي ينحاز لفصيل سياسي معين حسب أهوانه الشخصية؟

جدول رقم (٢٢)

هل هناك حيادية أم أن كل إعلامي ينحاز لفصيل سياسي معين حسب أهوائه الشخصية؟	نعم	لا	المجموع
ك	٤٢	٥٨	١٠٠
النسبة المئوية	%٤٢	%٥٨	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (١٩)

- أشار ٥٨% من إجمالي حجم العينة أن الإعلام لم يعد يتسم بالحيادية في الفترة الأخيرة حيث نرى طرفي النقيض فهناك إعلام مؤيد فقط وإعلام مهاجم فقط خاصة في ظل الظروف الراهنة وسيطرة التيار الإسلامي علي الحكم وعدم قيامه بتحقيق أي إنجازات حتى الآن فنجد أن الإعلام التابع للتيار الإسلامي يؤيد كافة القرارات الصادرة عن الرئاسة بدون أي تفكير ويجدون لها الأعزاز والمبررات، بينما باقي وسائل الإعلام تهدف إلي كشف مساوئ التيار الإسلامي خاصة في ظل الحرب الأخيرة علي الإعلاميين والمتقنين.
- بينما يري ٤٢% من إجمالي حجم العينة أن وسائل الإعلام لا تزال تحتفظ بجزء من الحيادية خاصة الإعلام الحكومي.

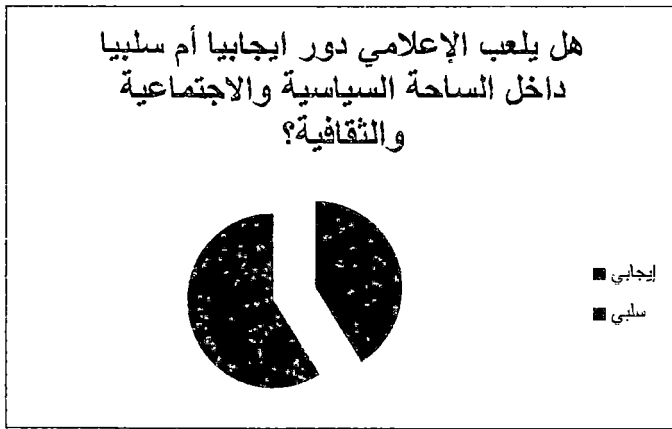
- بينما تري لباحثة أن المشهد الإعلامي في الفترة القليلة الماضية تقسم إلي تيارات سياسية قسم منه يهدف إلي نصره التيار الذي ينتمي إليه بغض النظر عن مدى جدارة الفريق الذي ينتمي إليه وصدق قضيته فنجد بينما هناك القسم المعارض والذي يحاول أن يبرز عيوب الفريق الأول والشعب حائر ما بين الإثنين أيهما يصدق، هل هناك أزمة أم لا هل هناك صراع أم لا إلا أن واقع الحال والحياة التي يعيشها البسطاء والمهمشين ليست محتاجة إلي من يشرح أو يؤكد لهم واقع الأمر فهم يعيشونه ويواجهونه كل يوم.

السؤال التاسع عشر: هل يلعب الإعلامي دور ايجابيا أم سلبيا داخل الساحة السياسية والاجتماعية والثقافية؟

جدول رقم (٢٣)

هل يلعب الإعلامي دور ايجابيا أم سلبيا داخل الساحة السياسية والاجتماعية والثقافية؟	ايجابي	سلبى	المجموع
ك	٤١	٥٩	١٠٠
النسبة المئوية	%٤١	%٥٩	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٢٠)

- أشار ٥٩% من إجمالي حجم العينة أن الإعلام أصبح يلعب دوراً سلبياً داخل الساحة السياسية والاجتماعية والسلبية حيث لم يعد يلتزم بشرف المهنة الإعلامي.

- بينما أشار ٤١% أن الإعلام ما زال يلعب دور إيجابي بالرغم من بعض التحفظات علي أدائه الحالي.

السؤال العشرون: هل يعمل الاعلامين باسم شرف المهنة وباسم الانسانية أم لا؟
جدول رقم (٢٤)

هل يعمل الاعلامين باسم شرف المهنة وباسم الانسانية أم لا؟	نعم	لا	المجموع
ك	٤١	٥٩	١٠٠
النسبة المئوية	٤١%	٥٩%	١٠٠%

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٢١)

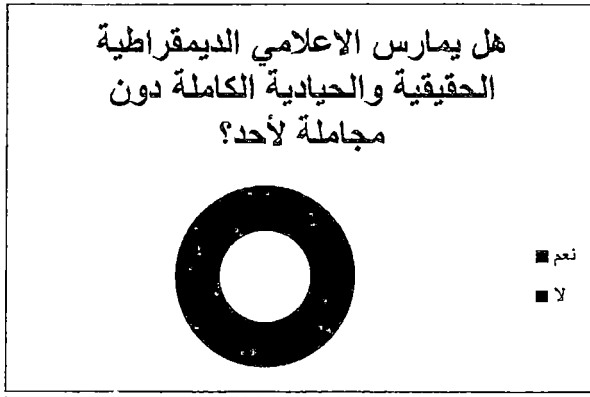
- أشار ٥٩% من إجمالي حجم العينة أن الإعلاميين لا يلتزمون بشرف المهنة خاصة في الوقت الراهن حيث ظهر تغليب المصلحة الشخصية , وتغليب الإنتماء السياسي والاتجاه لفصيل معين عن الشرف المهني و الشرف الإعلامي المنوط بهم الحفاظ عليه وتطبيقه.
- بينما ذكر ٤١% من إجمالي حجم العينة أن الإعلاميين لا يزالون يحتفظون بشرفهم المهني بالرغم من كل شيء.

السؤال الحادي والعشرون: هل يمارس الاعلامي الديمقراطية الحقيقية والحيادية الكاملة دون مجاملة لأحد؟

جدول رقم (٢٥)

هل يمارس الاعلامي الديمقراطية الحقيقية والحيادية الكاملة دون مجاملة لأحد؟	نعم	لا	المجموع
ك	٣٦	٦٤	١٠٠
النسبة المئوية	%٣٦	%٦٤	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٢٢)

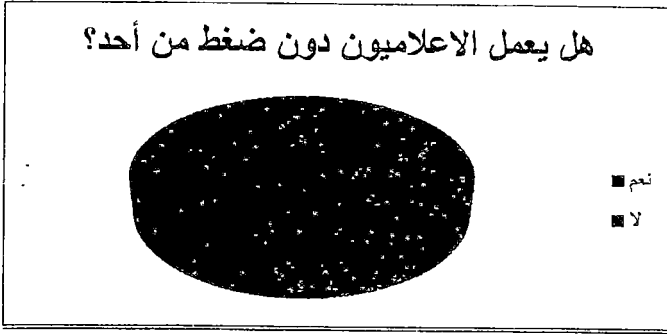
- أشار ٦٤% من إجمالي حجم العينة أن الاعلامي لا يمارس الديمقراطية والحيادية الكاملة دون مجاملة لأحد، حيث ان هناك العديد من الضوابط التي تحكم الإعلامي من ضمنها، أهداف القناة وانشغالاته السياسية والفصيل السياسي الذي ينتمي إليه، وخوفه من التعرض للأذى في بعض الأحيان.
- بينما أشار ٣٦% من إجمالي حجم العينة أن هناك عدد لا بأس به من الإعلاميين لا يزالون يحتفظون بالحيادية والموضوعية.

السؤال الثاني والعشرون: هل يعمل الاعلاميون دون ضغط من أحد ؟

جدول رقم (٢٦)

هل يعمل الاعلاميون دون ضغط من أحد؟	نعم	لا	المجموع
ك	٨	٩٢	١٠٠
النسبة المئوية	%٨	%٩٢	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٢٣)

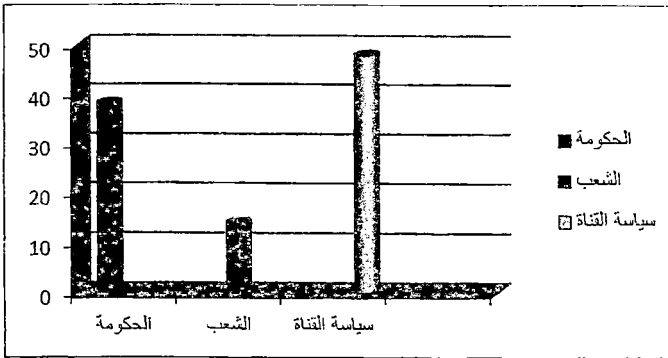
- أشار ٩٢% من إجمالي حجم العينة أن الإعلاميين يتعرضون لضغط من جهات مختلفة.
- بينما أشار ٨% فقط أن الإعلاميين لا يتعرضون لضغط من أحد.

السؤال الثالث والعشرون: في رأيك من هو الذي يستطيع الضغط على الاعلاميين ؟

جدول رقم (٢٧)

المجموع	سياسة القناة	الشعب	الحكومة	في رأيك من هو الذي يستطيع الضغط على الاعلاميين ؟
١٠٠	٤٨	١٤	٣٨	ك
%١٠٠	%٤٨	%١٤	%٣٨	النسبة المئوية

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٢٤)

- أشار ٤٨% من إجمالي حجم العينة أن الإعلاميين يتعرضون لضغوط من قبل سياسة القناة التابعين لها.
- بينما أشار ٣٨% أن الإعلاميين يتعرضون لضغط من الحكومة.
- وأخيراً ذكر ١٤% أن الإعلاميين يتعرضون لضغط من الشعب.
- بينما تري الباحثة أن هذه النتيجة جاءت لتعبر عن مدى إحساس الشعب المصري بالإعلاميين والمسؤولية الملقاة علي عاتقهم ويقدررون ما يفعلونه بالرغم من التشتت الذي يحدثه الإعلام في كثير من الأحيان، وبالفعل يتعرض الإعلامي لضغوط وممارسات سيادية في الكثير من الأحيان سواء من القناة التي يعمل بها أو من المعارضين له أو من الجمهور الذي يطالبه بالمزيد من كشف الحقيقه وغيرها من الضغوط والتي تجعله عرضة لفقد وظيفته بل وفقد حياته في بعض الأحيان.

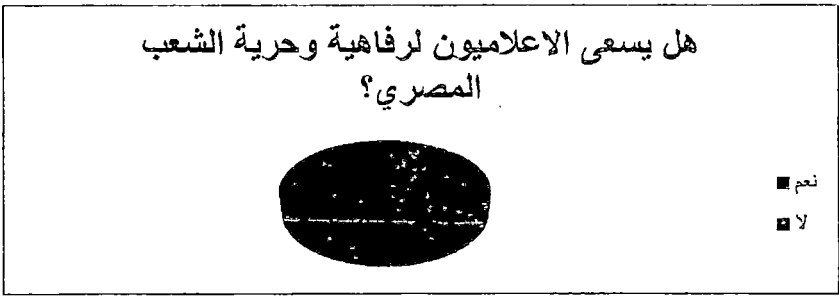
المجموعة الثالثة: سياسة القناة الخاصة التي ينتمون لها.

السؤال الرابع والعشرون: هل يسعى الاعلاميون لرفاهية وحرية الشعب المصري؟

جدول رقم (٢٨)

هل يسعى الاعلاميون لرفاهية وحرية الشعب المصري؟	نعم	لا	المجموع
ك	٤١	٥٩	١٠٠
النسبة المئوية	٤١%	٥٩%	١٠٠%

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٢٥)

- أشار ٥٩% من إجمالي حجم العينة أن الإعلاميين لا يسعون إلى تحقيق رفاهية وحرية الشعب المصري بل يتجسد الأمر في نقل الواقع وتصويره كما هو.
- بينما أشار ٤١% أن الإعلاميين يسعون إلى تحقيق رفاهية وحرية الشعب عن طريق تقديم المشكلات ومحاولة استضافة المسؤولين من أجل إيجاد حلول لبعض المشكلات التي قامت من أجلها الثورة.

السؤال الخامس والعشرون: هل يقوم الاعلاميين بالتحليل والنقد والتجريد بشكل منطقي؟
جدول رقم (٢٩)

هل يقوم الاعلاميين بالتحليل والنقد والتجريد بشكل منطقي؟	نعم	لا	المجموع
ك	٣٩	٦١	١٠٠
النسبة المئوية	٣٩%	٦١%	١٠٠%

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٢٦)

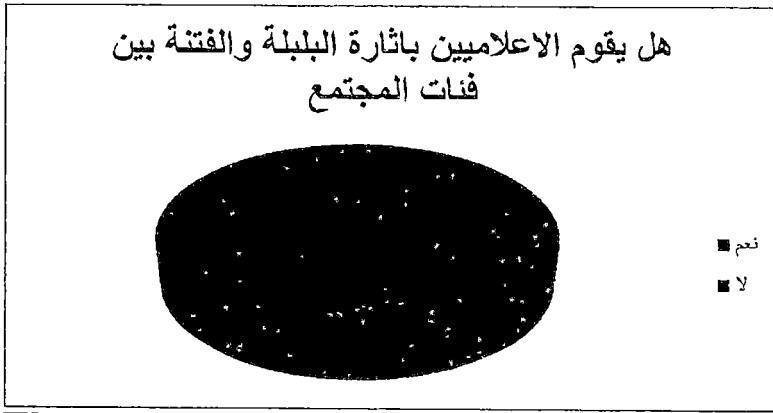
- أشار ٦١% من إجمالي حجم العينة إلى أن الاعلاميين لا يقومون بالتحليل والنقد والتجريد بشكل منطقي، بل وفقاً لأهوائهم الشخصية والسياسية والحزبية في كثير من الأحيان.
- بينما أشار ٣٩% من العينة أن الإعلاميين يلتزمون بالموضوعية عند القيام بالتحليل والنقد.

- بينما تري الباحثة أنه ومنذ ثورة ٢٥ يناير الأمر منوط بالشخص القائم بالتحليل وانتماءاته وثقافته واتجاهاته وخبراته بحيث تجتمع تلك العناصر كافة إلي جانب سياسات القناة ليشكل الاتجاه الأساسي والخط الذي يسير لا عليه الإعلامي.

السؤال السادس والعشرون: هل يقوم الاعلاميين باثارة البلبلة والفتنة بين فئات المجتمع؟
جدول رقم (٣٠)

هل يقوم الاعلاميين باثارة البلبلة والفتنة بين فئات المجتمع	نعم	لا	المجموع
ك	٥٧	٤٣	١٠٠
النسبة المئوية	%٥٧	%٤٣	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٢٧)

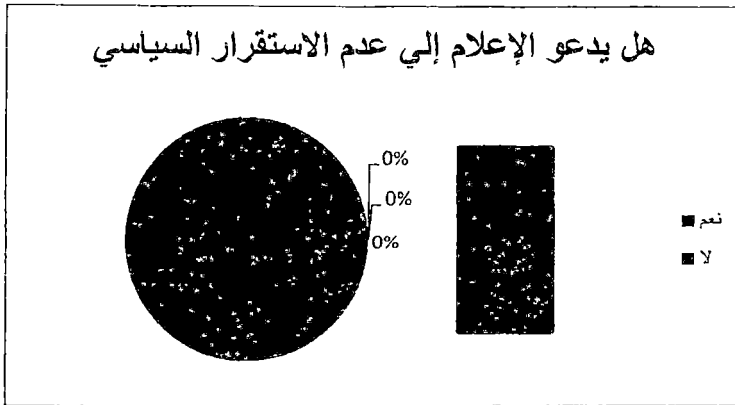
- أشار ٥٧% من إجمالي حجم العينة أن الاعلاميين يقومون باثارة البلبلة والفتنة بين فئات المجتمع خاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وتولي التيار الإسلامي السلطة، وما تبعه من ظروف سياسية.
- بينما أشار ٤٣% من إجمالي حجم العينة أن الإعلاميين ليس لهم دخل بإثارة الفتنة في المجتمع.

- بينما ترى الباحثة أن مقتضيات العمل الإعلامي هي التي تضطر الإعلاميين إلى نقل الحقيقة كما هي دون تحريف أو تزيف إلا أن الظروف الحالية مليئة بالأحداث المأسوية مما انعكس على طبيعة عملهم مؤخراً.

السؤال السابع والعشرون: وهل يدعو لعدم الاستقرار السياسي بدعوى الحرية الاعلامية؟
جدول رقم (٣١)

هل يدعو لعدم الاستقرار السياسي بدعوى الحرية الاعلامية؟	نعم	لا	المجموع
ك	٣٥	٦٥	١٠٠
النسبة المئوية	%٣٥	%٦٥	%١٠٠

وتم تمثيل تلك البيانات بيانياً كما يلي:



شكل رقم (٢٨)

- أشار ٦٥% من إجمالي حجم العينة أن الإعلام يدعو إلى عدم الاستقرار السياسي بينما أشار ٣٥% من إجمالي العينة أن الإعلام ليس له شأن بالاستقرار السياسي بل السياسيين أنفسهم والظروف السياسية.
- وتري الباحثة أن الظروف الراهنة، والقيادة السياسية ومدى استجابتها لمطالب الشعب هي وحدها العنصر الفعال في تحقيق الاستقرار السياسي وأن وسائل الإعلام ما هي إلا مرآة لواقع المجتمع وإنعكاس لنبض الشارع المصري.

نتائج الدراسة :

(١) تشير نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة تميل إلى تحرير ملكية وسائل الإعلام من قبضة الدولة.

(٢) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأشخاص الذين يرغبون في أن تظل وسائل الإعلام مملوكة من الدولة والأشخاص الذين يرغبون في أن تظل وسائل الإعلام خاصة الرقابة.

(٣) أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يرون أن وسائل الاعلام لا تعتبر عن هموم المواطن المصري.

(٤) أظهرت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام أصبحت أكثر حرية بعد سقوط النظام السابق.

(٥) أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يرون أن وسائل الاعلام قد استطاعت أن تخلق حالة من الوعي السياسي لدى المواطن.

(٦) أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يرون أن وسائل الاعلام لا تعبر عن واقع وطموح الشعب المصري فهي تكتفي بعرض الأزمة والآراء المختلفة حولها إلا انها لا تقدم حلول عملية تفيد في التخلص من الأزمات والظروف الصعبة التي يعيشها الشعب المصري.

(٧) أظهرت نتائج الدراسة أن وسائل الاعلام تقوم بمراقبة أغلب مؤسسات الدولة إلا انها ليست فاعلة في تقديم النصائح والحلول من أجل النهوض بتلك المؤسسات، بل تسعى لمراقبة تلك المؤسسات فقط كنوع من اثبات فشل الحكومات والوقوف لها بالمرصاد حتى بدأ الناس يشعرون أن هناك بعض وسائل الاعلام التي لا تريد الاستقرار لهذا البلد.

(٨) كما أظهرت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام لاتسعى على حث الحكومة على تطوير أدائها أو تصحيح أساليبها بل تكتفي بعرض المشكلة.

(٩) أظهرت نتائج الدراسة أن الإعلاميين المصريين لا يعبرون عن نبض الشارع المصري بل كلا يعبر عن اتجاهاته وثقافته وقناعاته الشخصية وتوجهات الوسيلة التي يعمل بها .

(١٠) أظهرت نتائج الدراسة أن الإعلاميين لايعبرون عن آراء وافكار الشعب بمختلف تياراته حيث يسعى كل فريق إلى نصره أعوانه والتيار المنتمي إليه.

(١١) أظهرت نتائج الدراسة أن الإعلام لم يعد يتسم بالحيادية في الفترة الأخيرة حيث نري طرفي النقيض فهناك إعلام مؤيد فقط وإعلام مهاجم فقط خاصة في ظل الظروف الراهنة وسيطرة التيار الإسلامي علي الحكم وعدم قيامه بتحقيق أي إنجازات حتى الآن

- ف نجد أن الإعلام التابع للتيار الإسلامي يؤيد كافة القرارات الصادرة عن الرئاسة بدون أي تفكير ويجدون لها الأعزاز والمبررات, بينما باقي وسائل الإعلام تهدف إلي كشف مساوء التيار الإسلامي خاصة في ظل الحرب الأخيرة علي الإعلاميين والمثقفين.
- (١٢) أظهرت نتائج الدراسة أن الإعلام أصبح يلعب دوراً سلبياً داخل الساحة السياسية والاجتماعية والسلبية حيث لم يعد يلتزم بشرف المهنة الإعلامي.
- (١٣) الإعلاميين لا يلتزمون بشرف المهنة خاصة في الوقت الراهن حيث ظهر تغليب المصلحة الشخصية , وتغليب الانتماء السياسي والاتجاه لفصيل معين عن الشرف المهني و الشرف الإعلامي المنوط بهم الحفاظ عليه وتطبيقه.
- (١٤) هناك العديد من الضوابط التي تحكم الإعلامي من ضمنها, أهداف القناة وانتماياته السياسية والفصيل السياسي الذي ينتمي إليه, وخوفه من التعرض للأذى في بعض الأحيان.
- (١٥) الإعلاميين يتعرضون لضغط من جهات مختلفة.
- (١٦) الاعلاميين لا يقومون بالتحليل والنقد والتجريد بشكل منطقي, بل وفقاً لأهوائهم الشخصية والسياسية والحزبية في كثير من الأحيان.
- (١٧) الاعلاميين يقومون بآثارة البلبلة والفتنة بين فئات المجتمع خاصة بعد ثورة ٢٥ يناير وتولي التيار الإسلامي السلطة, وما تبعه من ظروف سياسية.

توصيات الدراسة :

(١) يجب أن تقترب وسائل الاعلام من المواطن المصري العادي ومشكلاته وأن تصب كل اهتمامها على مشكلات المواطن العادي وتبتعد عن الصراع السياسي المحتدم على الساحة السياسية .

(٢) يجب أن توجه وسائل الاعلام الجادة جل اهتمامها لعملية التنمية ودعمها لتحقيق الرفاهة للمواطن المصري في تلك الفترة الحرجة من تاريخ البلاد.

(٣) يجب أن تكون وسائل الاعلام أكثر موضوعية وحيادية وبدلاً من أن تحمل سياسة صاحب الوسيلة الاعلامية يجب أن تحمل هموم المواطن العادي وتتكلم بلسانه وتعبر عن مشكلاته.

(٤) تدعو الباحثة المسؤولين عن الاعلام في مصر بأن لا يكتب قلم في الصحافة أو يسمع صوت في الإذاعة أو تظهر صورة شخص إلا إذا كان دارساً للإعلام ملماً بمبادئه الأساسية وعالماً بجوانبه وأبعاده بدلاً من أن يعتلى المنبر الاعلامي في مصر مجموعة من المرتزقة قذفتهم أهواء شخصية أو واسطة لامتهان مهنة يرتزقون منها إن الاعلام ليس مهنة بقدر ما هو رسالة يجب أن تترك لأصحابها ويجب أن تكون شرطاً لاعتلاء هذا المكان لأن الاعلامي لا يقل بأي حال من الأحوال عن الطبيب الذي يعالج البشر أو المعلم فالإعلامي هو الطبيب الذي يعالج عقول البشر ويعمل على تكوين رأي عام وتنمية عقول من يستمعون له، وكذلك فهو معلم لأنه ليس ناقلاً للخبر فقط ولكن محللاً وشارحاً لكل ما حوله.

مراجع :

- (١) جون هوتلنج، أخلاقيات الصحافة ، ترجمة/ كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٣.
- (٢) حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، ١٩٩٤.
- (٣) حسين حسن طاحون، تنمية المسؤولية الاجتماعية دراسة تجريبية، رسالة دكتوراة غير منشورة كلية التربية جامعة عين شمس، ١٩٩٠.
- (٤) حمادة إبراهيم حامد، الصحافة والسلطة السياسية في العالم العربي، دراسة حالة لمشكلة العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية وتأثيراتها على السياسة التحريرية في الصحافة المصرية من ١٩٦٠-١٩٨١، رسالة دكتوراة ، غير منشورة ، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٤.
- (٥) سليمان صالح سليمان، مفهوم حرية الصحافة دراسة مقارنة بين جمهورية مصر العربية والمملكة المتحدة من ١٩٤٥-١٩٨٥، رسالة دكتوراة، غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٩٢.
- (٦) عبد الفتاح عبد النبي، سوسيولوجيا الخبر الصحفي، دراسة في انتقاء الأخبار، العريب للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٨٩.
- (٧) عبد الله محمود المجالين اتجاهات الصحفيين الأردنيين نحو قضايا الفساد الإداري، رسالة ماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، ٢٠١٢.
- (٨) عزة عبد العزيز عبد اللاه، المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية - دراسة تحليلية لوظائف الصحافة مع التطبيق على صحيفتي الأهرام والأهالي ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب ، جامعة أسيوط، ١٩٩٢.
- (٩) عواطف عبد الرحمن، دراسات في الصحافة المصرية المعاصرة، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٥.
- (١٠) كريمان محمد فريد صادق، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في الوحدات الاقتصادية، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ١٩٨٩.
- (١١) كريمة كمال، إفساد الصحافة وخداع القارئ، مجلة صباح الخير، ٢٨ يوليو ١٩٩٤.

- (١٢) ليلي حسين السيد، دور وسائل الاعلام في إمداد طلاب الجامعات المصرية بالمعلومات عن الأحداث الجارية في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام، المؤتمر الرابع لكلية الاعلام ، جامعة القاهرة، ١٩٩٨.
- (١٣) محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار اللبنانية ، القاهرة، ٢٠٠٣.
- (١٤) محمد سيد محمد، كيف نقيس المصداقية في الإعلام العربي، الدراسات الإعلامية، عدد(٤٩)، أكتوبر - نوفمبر، ١٩٨٧.
- (١٥) محمد صبري فؤاد النمر، صراع القيم الفردية والاجتماعية وأثرها على المشاركة الاجتماعية، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، معهد الدراسات الاجتماعية، جامعة الاسكندرية، ١٩٨٨.
- (١٦) محمود عبد الرؤوف كامل، دور الإعلام في البناء الثقافي والاجتماعي للمصريين- دراسة ميدانية لدور وسائل الإعلام في بناء الشخصية المصرية على عينة من رواد معرض الكتاب، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الثالث عشر، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧.
- (١٧) مرعي مذكور، الصحافة الإخبارية والمسئولية الإسلامية للمندوب الصحفي، دار الصحوة للنشر، القاهرة، ١٩٨٨.
- (١٨) ممدوح سليمان العامري، العلاقة بين الصحافة الأردنية والأمن الوطني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية العلوم الإنسانية، قسم الاعلام، ٢٠٠٨.
- (١٩) نسمة أحمد البطريق، المسؤولية الاجتماعية للاعلام تجاه قضايا العائد من التعليم، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة، ٢٠٠٧.
- (٢٠) هبه أمين شاهين، اعتماد الشباب على المواقع الاذاعية والتلفزيونية الالكترونية للحصول على المعلومات السياسية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، المجلد السابع، العدد يناير- يونيو ٢٠٠٦.

المراجع الأجنبية

- (٢١) هريبرت شيللر، المتلاعبون بالعقول، ترجمة/ عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ١٩٨٦.
- (٢٢) ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة/ كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٢.
- (23) Dennis Mcquail, Mass Communication Theory, An Introduction 2nded., Sage Puplication, London, 1988
- (24) Shabarni Basu, SOCIAL RESPONSIBILITY: THE OBLIGATION OF MASS MEDIA, Global Media Journal – Indian Edition/ Summer Issue / June 2011.
- (25) Soumya Dutta, SOCIAL RESPONSIBILITY OF MEDIA AND INDIAN DEMOCRACY, Global Media Journal – Indian Edition/ Summer Issue / June 2011.

استمارة استبيان

المسئولية الاجتماعية للاعلام

أولا البيانات الأولية :

(١) الاسم

.....

.....

(٢) السن

.....

.....

(٣) الحالة الاجتماعية

.....

.....

(٤) الحالة التعليمية

- أمي () .
- مؤهل متوسط () .
- مؤهل فوق المتوسط () .
- مؤهل عالي () .
- دراسات عليا () .

ثانيا واقع وسائل الاعلام الحالي :

(٥) هل يجب أن تكون وسائل الاعلام تحت تصرف الدولة؟

- نعم () .
- لا () .

(٦) هل يجب أن تترك وسائل الاعلام حرة بدون رقابة ؟

- نعم () .
- لا () .

(٧) هل أصبحت وسائل الإعلام في مصر تعبر عن هموم المواطن بحق؟

- نعم () .

- لا () .

(٨) هل استطاعت وسائل الاعلام المصرية بعد سقوط النظام أن تكون حرة؟

- نعم () .

- لا () .

(٩) هل استطاعت وسائل الاعلام ان تنهض بالمستوى الثقافي للفرد المصري سياسيا؟

- نعم () .

- لا () .

(١٠) هل ظاهرة زيادة وسائل الاعلام المصرية ظاهرة سلبية؟

- نعم () .

- لا () .

(١١) هل استطاعت وسائل الاعلام المصرية أن تعبر عن واقع وطموح الشعب

المصري؟

- نعم () .

- لا () .

(١٢) هل يقوم الإعلام بمراقبة مؤسسات الدولة وهيئاتها المختلفة؟

- نعم () .

- لا () .

(١٣) هل يقوم الإعلام بدور في حث الحكومة والمنظمات المدنية على تصحيح

أساليب أدائها؟

- نعم () .

- لا () .

(١٤) هل يعمل الاعلام في إطار من الحرية والالتزام المجتمعي؟

- نعم () .

- لا () .

(١٥) هل يعمل الاعلام في إطار من الالتزام بالقيم الانسانية والأخلاقية والوطنية؟

- نعم () .

- لا () .

(١٦) هل يعمل الاعلام لخدمة المجتمع ومصالحه العامة؟

- نعم () .

- لا () .

ثالثًا واقع الاعلاميين المصريين :

(١٧) هل ترى أن الاعلامي المصري مثقف سياسيا؟

- نعم () .

- لا () .

(١٨) هل ترى أن الاعلاميين المصريين يعبرون عن نبض الشارع المصري؟

- نعم () .

- لا () .

(١٩) هل تجد أن الاعلاميين المصريين يغلبون المصلحة العامة على مصالحهم

الخاصة؟

- نعم () .

- لا () .

(٢٠) هل يعبر الإعلامي عن آراء وأفكار الشعب بمختلف تياراته وطبقاته؟

- نعم () .

- لا () .

(٢١) هل هناك حيادية أم أن كل إعلامي ينحاز لفصيل سياسي معين حسب أهوائه

الشخصية؟

- نعم () .

- لا () .

(٢٢) هل يلعب الإعلامي دور إيجابيا أم سلبيًا داخل الساحة السياسية والاجتماعية

والثقافية؟

- دورا إيجابيا () .

- دورا سلبيًا () .

(٢٣) هل يعمل الاعلامين باسم شرف المهنة وباسم الانسانية أم لا؟

- نعم () .

- لا () .

(٢٤) هل يمارس الاعلامي الديمقراطية الحقيقية والحيادية الكاملة دون مجاملة لأحد؟

- نعم () .

- لا () .
- (٢٥) هل يعمل الاعلاميون دون ضغط من أحد ؟
- نعم () .
- لا () .
- (٢٦) في رأيك من هو الذي يستطيع الضغط على الاعلاميين ؟
- الحكومة .
- الشعب .
- سياسة القناة الخاصة التي ينتمون لها .
- (٢٧) هل يسعى الاعلاميون لرفاهية وحرية الشعب المصري ؟
- نعم () .
- لا () .
- (٢٨) هل يقوم الاعلاميين بالتحليل والنقد والتجريد بشكل منطقي ؟
- نعم () .
- لا () .
- (٢٩) هل يعمل الاعلاميين في الساحة الاعلامية حاليا على إثارة الرأي العام بشكل إيجابي أم سلبي ؟
- ايجابي () .
- سلبي () .
- (٣٠) هل يقوم الاعلاميين بإثارة الבלبله والفتنة بين فئات المجتمع ؟
- نعم () .
- لا () .
- (٣١) وهل يدعو لعد الاستقرار السياسي بدعوى الحرية الاعلامية ؟
- نعم () .
- لا () .

Abstract

This study aims at identifying the effectiveness of media social responsibility . The main reason for carrying out this study is the need to recognize the reality of the Egyptian media and its role in shoulder social responsibility towards the society and the nation, The researcher addressed this topic by discussing the concept of social responsibility: Where the researcher dealt with overall responsibility and the concept of social responsibility, then we discussed the social responsibility of the media through the identification of social responsibility and its role in community development.

This is in addition to discuss the importance of the media in society, by discussing the role of the media in changing the path of public opinion, and then we tried to find out the extent of media responsibility application. As well as identifying the most obstacles of media social responsibility adoption.

And this was through the use of descriptive analytical method, to describe the current role of the media and how to apply its social responsibility role, by using the questionnaire that was applied on a random sample of 100 people who lives in Al-Gharbia. In the period from the beginning of October 2012 until the end of December 2012.

The main results of the study were as follows:

- 1- There statistical differences between the average marks among people who wish the media to remain owned by the State and the people who want a private media.
- 2- The results of the study showed that a large proportion of respondents believe that the media does not reflect the concerns of the Egyptian citizen.
- 3- The results also showed that the media is becoming more freedom after the fall of the former regime.
- 4- The results of the study showed that the media keep an eye on most state institutions. However, it is not effective in providing advice and solutions for the advancement of those institutions, but seek to watch those institutions in order to reflect the government's failure, that matter led people to feel that there are some media that do not want stability for the country.