

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

نائب رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتارية التحرير: د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ رامى جمال مهدي - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق لغوي: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الخامس والخمسون - الجزء الثاني - صفر ١٤٤٢هـ - أكتوبر ٢٠٢٠م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث -الرئيسي والفرعي- عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د/ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق بجامعة القاهرة.
٢. أ.د/ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د/ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د/ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د/ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د/ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.
١٠. أ.د/ محمد فياض (العراق)  
أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.
١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

## محتويات العدد

- ٦٤٩ ■ تأثير المتغيرات التنظيمية على تحديد الاستراتيجيات الاتصالية لإدارة علاقات المنظمة بجماعات المصالح  
أ.م.د. ريم أحمد عادل طه محمد
- ٧٥٥ ■ اعتماد الفتاة السعودية على شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية معارفها نحو زيادة الأعمال - في ضوء رؤية (٢٠٣٠) وتمكين المرأة السعودية  
أ.م.د. نوره حمدي
- ٨٠٥ ■ صورة الأنا والآخر في مضامين مواقع التواصل الاجتماعي الإسرائيلية المقدمة باللغة العربية «الفييس بوك» نموذجاً.. دراسة تحليلية  
د. مصطفى شكري محمد علوان
- ٩١٣ ■ التقديم الذاتي المُشَبَّه المحتوى «اليوتيوبرز» على موقع يوتيوب وكيفية تحقيقهم للثقافة التشاركية - دراسة حالة على يوتيوبرز «الدحيح وإي جيولوجي»  
د. ياسمين محمد إبراهيم السيد
- ٩٧٣ ■ علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بعمالة المرأة المصرية-دراسة ميدانية  
د. داليا مصطفى السواح
- ١٠٣٧ ■ اتجاهات الشباب الجامعي نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسئولية المهنية  
د. آية صلاح عبد الفتاح العدوي
- ١٠٨١ ■ معالجة الصحافة المصرية لقضية العنف السياسي عقب ثورة ٣٠ يونيه واتجاهات الشباب الجامعي نحوها  
د. إيناس منصور كامل شرف

- سمات الصورة الإعلامية للدولة المصرية كما تعكسها الشائعات  
بالتقنيات المعادية لمصر (دراسة تحليلية)  
١١٤٣ د. منال عبده محمد منصور
- 
- معالجة الكاريكاتير لقضية سد النهضة في الصحف المصرية  
(دراسة تحليلية)  
١١٨١ د. محمد عثمان حسن  
د. أحمد محمد رفاعي
- 
- أطر تغطية الصحف الإلكترونية العربية والأجنبية لأحداث الإرهاب  
في مصر خلال الفترة بين ٢٠١٦-٢٠١٨ (دراسة تحليلية)  
١٢١٧ خلود محمد صبري السواح

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682- 292X	1110- 9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314- 873X	2314- 8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536- 9393		5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366- 9891		4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536- 9237		3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367- 0407		6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366- 9131		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366- 914X		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366- 9168		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110- 6836		6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110- 6844		6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يونيو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التي سنكشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي سنكشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يونيو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات



## اتجاهات الشباب الجامعي نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية

- **Attitudes of university youth towards the  
commitment of electronic press Websites  
to Professional responsibility**

آية صلاح عبد الفتاح العدوي

مدرس الصحافة بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنصورة

[mahmedkenan946@gmail.com](mailto:mahmedkenan946@gmail.com)

## ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية، من خلال التعرف على المعايير التي تجعل المواقع الصحفية الإلكترونية تلتزم بالمسؤولية المهنية من جهة نظر المبحوثين. واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي على عينة من الشباب الجامعي. وتوصلت الدراسة إلى أن المعايير التي تجعل المواقع الإلكترونية تلتزم بالمسؤولية المهنية من وجهة نظر العينة، فقد جاء معيار الموضوعية في الترتيب الأول بنسبة 25,4%، يليها في الترتيب الثاني معيار المسؤولية الاجتماعية بنسبة 25,1%، يليها في الترتيب الثالث معيار الشفافية بنسبة 24,9%، ثم جاء معيار الدقة في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 24,6%.

الكلمات الافتتاحية: المواقع الصحفية الإلكترونية، المسؤولية المهنية.

## Abstract

-The study aimed to identify Attitudes of University Youth Towards the commitment of electronic press Websites to Professional responsibility through Identify the Standards that make online press website adhere to professional responsibility from respondents. The study relied on the method of media survey on a sample of university youth .The study concluded that the Standards that make websites adhere to professional responsibility came to the criterion of objectivity in the first order 25,4%, then the criterion of social responsibility in the second order 25,1%, then the criterion of transparency in the third order 24,9%, then the criterion of accuracy in the fourth order 24,6%.

**Key Words:** Professional responsibility, electronic press Websites

تزايدت قوة الإعلام في التأثير وصناعة الرأي العام والقدرة على توجيهه وهذا يعود للدور الذي يؤديه الإعلام في المجتمع، بحيث أصبح حاجه إنسانية وضرورة اجتماعية لا يمكن الاستغناء عنها، كما يعد انعكاسًا للبيئة السياحية والاقتصادية والاجتماعية السائدة في أي بلد، فالتعرف على واقع أي بلد يكون من خلال مصداقية إعلامه. وقد واجهت الصحافة الإلكترونية مجموعة من التحديات والعقبات في ضوء التطورات المتلاحقة منها ما هي تطورات سياسية وأخرى اجتماعية وتكنولوجية واقتصادية.

ومن التحديات التي تواجه الصحافة الإلكترونية المسؤولية المهنية، ومنها الموضوعية والمصداقية والدقة والتوازن والالتزام بالقواعد الأخلاقية وبالمسؤولية الاجتماعية تجاه المجتمع وتجاه الدولة.

وفي السنوات الأخيرة زاد الاهتمام بموضوع أخلاقيات الإعلام، وأصبح محل نقاش وجدل أكاديمي وأثار الجدل بين الإعلاميين والقانونيين والأكاديميين حول حدود الأخلاقيات الإعلامية وضوابطها وأسسها، آخذًا بذلك أبعادًا جديدة بفعل تنوع وكثرة الوسائل الإعلامية وتنوع مضامينها واتجاهاتها الفكرية والسياسية، زيادة على طغيان المصلحة التجارية والحزبية والمالية وسيطرتها على الأداء الإعلامي.

ويمارس الإعلام الجديد دورًا مهمًا ومؤثرًا في توجهات الرأي العام واتجاهاته وصياغة مواقفه وسلوكياته من خلال الأخبار والمعلومات التي يزود بها الجمهور العام، إذا لا يستطيع الشخص غالبًا، تكوين موقف معين أو تبني فكرة معينة إلا من خلال المعلومات والبيانات التي يقدمها له الإعلام.

الدراسات السابقة:

بمراجعة الباحثة للتراث العلمي في موضوع الدراسة قامت بتقسيم الدراسات السابقة إلى محورين:

- 1- دراسات تناولت اتجاهات الشباب نحو الإعلام الإلكتروني.
- 2- دراسات تناولت الضوابط الأخلاقية الإعلامية.

## المحور الأول: دراسات تناولت اتجاهات الشباب نحو الإعلام الإلكتروني:

### 1- دراسة آية نبيل حمزة عبد الفتاح حمادة (2019)<sup>(1)</sup>:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على معالجة صحافة المواطن للقضايا المجتمعية والوقوف على اتجاهات الجمهور نحو "صحافة المواطن"، واستخدمت الباحثة في هذه الدراسة منهج المسح بالعينة، وأداة تحليل المضمون لجمع بيانات الدراسة التحليلية وأداة الاستبيان لجمع بيانات الدراسة الميدانية. وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج أهمها: ارتفاع معدل تصفح صحافة المواطن من قبل الجمهور المصري، صحافة المواطن مازال ينقص مواطنيها الخبرة الإعلامية الكاملة، أيضًا وأنها تحتاج إلى مزيد من الضوابط القانونية والأخلاقية من أجل الرقابة عليها خاصة صحافة المواطن التي ينتجها مواطنون عاديون.

### 2- دراسة نسمة سليمان وهبه (2019)<sup>(2)</sup>:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تؤديه المواقع الإلكترونية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المحلية من خلال تحديد نوعية الموضوعات التي تتصدر قائمة اهتمامات هذه المواقع وكيفية تناولها ومعالجتها للقضايا المحلية، ورصد أهم الخدمات التفاعلية التي تتيحها هذه المواقع الإلكترونية لجمهوره.

واعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال مسح مضمون المواقع الإلكترونية الممثلة في "موقع اليوم السابع، موقع البوابة نيوز، موقع فيتو". وتوصلت الدراسة إلى عدم استغلال مواقع الدراسة ما تتيحه البيئة الإلكترونية من إمكانات في جانب الوسائط المتعددة لإبراز القضايا المحلية، كشفت الدراسة عن تعدد وتنوع الأطر التي وظفتها المواقع الإلكترونية في معالجتها للقضايا المحلية.

### 3- ياسر محمد أحمد عبد الرازق غنيم (2018)<sup>(3)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع الإلكترونية محل الدراسة في معالجتها لأحداث كأس العالم 2018، والتعرف على آليات واستراتيجيات الأطر التي وظفتها مواقع الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى أن مضمون المادة المتعلقة بكأس العالم 2018 بالمواقع الإلكترونية محل الدراسة أولى اهتمامها كليًا بكأس العالم 2018 للموضوعات المتعلقة بكأس العالم، وأوضحت نتائج الدراسة فيما يتعلق باستراتيجيات الأطر التي استخدمتها مواقع الدراسة أثناء معالجتها للموضوعات المتعلقة بأحداث كأس العالم 2018، أن هناك اتفاقًا عامًا بين موقعي الدراسة في

التركيز على إطار إسناد المسؤولية في المرتبة الأولى، وجاء إطار الإيجابيات في المرتبة الثانية، واحتل إطار الصراع المرتبة الثالثة، أما الترتيب الرابع على مستوى الإجمالي العام لمواقع الدراسة جاء إطار الاهتمام الإنساني.

4- محمد علي أحمد عبيد (2017)<sup>(4)</sup>؛

هدفت الدراسة إلي التعرف على دور الصحف الإلكترونية في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الليبي نحو قضايا الإرهاب، اعتمدت الدراسة على منهج المسح، وطبقت الدراسة التحليلية من خلال استخدام أداة تحليل مضمون بالتطبيق على ثلاث صحف إلكترونية ليبية وهي "الرصفة الليبية"، بوابة الوسط، بوابة أفريقيا الإخبارية" وتم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عمدية مكونة من 400 مفردة من الشباب الليبي المتابع للصحف الإلكترونية.

وتوصلت الدراسة إلي أن القيم الإخبارية الأكثر استخدامًا في المعالجة الصحفية لقضايا الإرهاب في الصحف محل الدراسة كانت الصراع، تليها قمة الاهتمام الإنسانية، وأن 62.3% من المبحوثين يثقون إلي حد كبير في عرض الصحف الإلكترونية لقضايا الإرهابية بينما 28.8% منهم يثقون إلي حد كبير، في حين أن 9% من المبحوثين لا يثقون في عرض الصحف الإلكترونية لقضايا الإرهابية.

5- مريم محمد أحمد الشهاوي (2017)<sup>(5)</sup>؛

هدفت الباحثة إلى التعرف على الأبعاد المعرفية والسلوكية والوجدانية لاتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو موضوعات علاقات مصر والولايات المتحدة بعد ثورة 30 يونيو، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي على عينة من الشباب الجامعي، وتوصلت الدراسة إلي وجود فروق دالة إحصائيًا بين الانتماء الحزبي للمبحوثين ودرجة التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية المترتبة على اعتماد المبحوثين على الصحف الإلكترونية المصرية، وأن المتغيرات الديموجرافية لها تأثير في اتجاهات المبحوثين نحو الولايات المتحدة الأمريكية وسياساتها تجاه مصر من حيث النوع والتخصص الدراسي.

6- سلمى السيد أحمد المرسي الشعراوي (2015)<sup>(6)</sup>؛

هدفت الدراسة إلي التعرف على الدور الذي تمارسه الصحافة الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي المصري نحو قضية الوحدة الوطنية والمواطنة، ومدى اهتمام الشباب الجامعي بالقضيتين، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلي أن الصحافة الإلكترونية قد أصبحت مصدرًا أساسيًا يعتمد عليه الشباب

في الحصول على المعلومات، وأنها من خلال ما تقدمه تشكل أفكارًا وآراء واتجاهات مستخدميها.

#### 7- دراسة محمد حامد موسى ليد (2014)<sup>(7)</sup>؛

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم في التأثير على الشباب الجامعي من خلال ما تقدمه العينة العشوائية الطبقية التي تمثل كل فئة من فئات العينة والمتمثلة بطلبة الجامعات الإسلامية، الأزهر، الأقصى، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة 68% من عينة الدراسة يعتقدون أن ما تقدمه المواقع الإلكترونية يسهم في ترتيب أولويات الشباب الجامعي نحو القضايا المحلية، وأن مضمون المواقع الإلكترونية يلبي حاجات وإمكانيات الشباب الجامعي بنسبة 65.60%.

#### 8- دراسة محمد ليد (2014)<sup>(8)</sup>؛

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الحقيقي للمواقع الإلكترونية في تشكيل أولويات الشباب الجامعي من خلال ما تقدمه من أخبار وتقارير وقصص صحفية وتحقيقات تسهم في دفع الشباب لاختيار القضايا المحلية التي تعنيهم. وتوصلت الدراسة إلى أن مضمون المواقع الإلكترونية تلي حاجات الشباب الجامعي بنسبة 56.6%، وقد بلغت نسبة من يتابعون المواقع الإلكترونية الفلسطينية في عينة الدراسة 95.6%.

#### 9- حماد غريب المصري (2011)<sup>(9)</sup>؛

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب الكويتي نحو الصحافة الورقية والإلكترونية، واعتمدت على منهج المسح المقارن، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجالات ودوافع أسباب قراءة الصحف الإلكترونية والورقية بالنسبة لمتغير الجنس لصالح الذكور، وقد يعزى ذلك إلى أن الصحافة الإلكترونية والورقية تركز بشكل أكبر على الأحداث السياسية التي تستهدف الذكور أكثر من الإناث.

#### 10- دراسة ساندرز وموريسون "Sanders&Morrison, 2001"<sup>(10)</sup>؛

هدفت الدراسة للتعرف على اتجاهات وسلوك الطلبة نحو تعلم مادة الصحافة من خلال الإنترنت، وذلك على عينة مكونة من 200 طالب بجامعة ساوتزن، وتوصلت الدراسة إلى أن شعور معظم الطلبة بالارتياح مع استخدام الموقع الإلكتروني، والذي مكنهم من التفاعل والتعاون مع زملائهم، وأظهرت الفتيات اتجاهات أكثر تفضيلاً نحو التعليم باستخدام الإنترنت.

#### 11- دراسة شيرمان وزملائه "Sherman, others, 2000"<sup>(11)</sup>؛

وقد هدفت الدراسة إلى التعرف على الفروق بين الشباب الجامعي في قراءتهم للصحف الإلكترونية، وتوصلت الدراسة أنه لا يوجد فروق كبيرة بين الإناث والذكور في السنوات الأخيرة، ولكن توجد بينهم فروق في الاستخدام، كما أكدت الدراسة أن منذ الستينات والذكور أكثر إمامًا بالصحف وإقبالاً عليها من الإناث.

### المحور الثاني: دراسات تناولت الضوابط الأخلاقية المهنية:

1- دراسة سامي علي مهني (2019)<sup>(12)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تغييرات الممارسة الإعلانية في ظل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي ارتبطت بشبكة الإنترنت حيث إن استخدام شبكة الإنترنت فتح المجال للفوضى وخلق نوع من الفراغ القانوني.

وتوصلت الدراسة إلى أن تنظيم البيئة الإعلامية الجديدة بات ضرورة عاجلة؛ وذلك لأن هذا النوع في الإعلام الإلكتروني يصعب ممارسة الرقابة عليه، وأن أخلاقيات الإعلام في الأصل مسألة ضمير، خاصة في ظل تأخر التشريعات التي تضبط البيئة الإعلامية الرقمية.

2- دراسة مجدي الداغر عبد الجواد (2017)<sup>(13)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بالضوابط المهنية والأخلاقية عند تغطية الأحداث الأمنية في مصر، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي بالتطبيق على 125 مفردة من النخبة المصرية. وتوصلت الدراسة إلى أن اتجاهات النخبة المصرية حول المعايير الأخلاقية والمهنية عند تغطية الأزمات الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت سلبية في مجملها من خلال عبارات أنها "تقدم تغطية شاملة للأحداث، وتخضع في تغطيتها لمالك الموقع، واستغلال صفحاتها للسب والقذف".

3- دراسة حسنية بوشايخ (2014)<sup>(14)</sup>:

هدفت الدراسة إلى معرفة التأثير الذي تحدثه بيئة العمل الصحفي في ممارسة أخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة لدى صحف القطاع الخاص في الجزائر، وذلك من خلال معرفة صعوبات العمل الصحفي وخصوصياته، وكيفية تعامل الصحفيين مع الضغوط والأوضاع المهنية الطارئة والعادية في عملهم اليومي، ولاسيما فيما يتعلق بالجانب الأخلاقي الذي يعتبرون كأنه مهمة في عمل الصحافة وأداة من أدوات نجاحها، وتوصلت الدراسة إلى وجود تجاوزات مهنية وأخلاقية مثل التهاون في التحقق من صحة

الخبر، وعدم الاهتمام بالسبق الصحفي على حساب الدقة، وعدم التأكد من مصداقية المصادر.

#### 4- دراسة رحيم فريد (2014)<sup>(15)</sup>:

وقد هدفت الدراسة التعرف على أخلاقيات الإعلام الجديد في المواقع الإلكترونية، بالتطبيق على عينة من العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح على عينة عشوائية من محررين ومشرفين يعملون في مواقع إلكترونية. وتوصلت الدراسة إلى أن غالبية محرري المواقع الإلكترونية يرون ضرورة الالتزام بدليل إرشادي أخلاقي لمنتجي الإعلام الجديد.

#### 5- دراسة شريف درويش (2014)<sup>(16)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الضوابط المهنية الحاكمة لآليات الممارسة للإعلام الجديد، سواء فيما تتعلق بمعايير التقنية أو المعايير الأخلاقية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتوصلت الدراسة إلى أن مجمل الحقوق التي يتمتع بها أو يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية تنطبق على الإعلاميين العاملين في البيئة الإلكترونية الجديدة، إضافة إلى ما تضيفه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية مثل حرية التعبير، وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات.

#### 6- دراسة عبد الكريم الدبيس (2013)<sup>(17)</sup>:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن واقع الممارسة المهنية للصحافة الإلكترونية الأردنية ومدى تطبيق الصحافة الإلكترونية الأردنية للمعايير المهنية الصحفية الممثلة في الموضوعية والدقة والمصداقية والحياد في النشر، وقد وتوصلت الدراسة إلى رغم سعي الصحافة الإلكترونية الأردنية لاعتماد أساليب ووسائل لتحقيق المعايير المهنية إلا أن هناك ما أخذ عديدة على تلك الأساليب والوسائل مثل: الانتقالية وعدم الالتزام بقواعد التحرير الصحفي مما يشكل انتهاكاً للحريات الشخصية.

#### 7- قيس سعود البدر (2012)<sup>(18)</sup>:

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة المعايير المهنية بين الصحافة التقليدية والصحافة الإلكترونية، اعتمدت الدراسة على منهج المسح على عينة طبقية عشوائية قوامها 375 مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى أفضلية واضحة للصحافة المطبوعة على صحافة الإنترنت من وجهة نظر أفراد العينة في أربعة محاور وهي: مصداقية المصادر الإخبارية، محور موضوعات التغطية، محور توازن التغطية، محور النزاهة في التغطية الإخبارية.

## 8- دراسة "Werkers, 2008"<sup>(19)</sup>؛

هدفت الدراسة إلي التعرف على أخلاقيات الصحفيين على الإنترنت وفي الصحافة الإلكترونية؛ نظرًا لأهمية العمل الصحفي الذي يحتاج إلي تركيز وحرية أكبر مع ظهور الصحافة الإلكترونية. وتوصلت الدراسة إلي ضرورة أن نضع في اعتبارنا أن الشرعية الأخلاقية لأي مدونة لابد أن تعتمد على مدى معرفة الممارسين بالرموز الأخلاقية، حيث يعد من السلوك الأخلاقي خيار شخص، غير المسؤولية الاجتماعية.

## 9- دراسة "Peachs, 2006"<sup>(20)</sup>؛

حول ضرورة وجود نموذج معيارًا للأخلاقيات المطبقة في الممارسة الإعلامية، وكيف يمكن أن يتغير نمط الممارسة في حالة تغير هدف الوسيلة الإعلامية من مجرد الفهم المعرفي التقليدي إلي التوجه الأخلاقي الوجودي؟. وتوصلت الدراسة إلي أن فكرة الحياد قد فقدت الكثير من مصداقيتها خلال الأعوام السابقة، وبات ينظر إلي فكرة الحياد على أنها تعبير عن مفهوم غير واقعي حيث إنه لا توجد رؤية للتنفيذ.

## 10- دراسة "Ward, 2005"<sup>(21)</sup>؛

وقد هدفت الدراسة إلي إعادة النظر في المعايير التي تحكم أخلاقيات الصحافة. وتوصلت الدراسة إلي أن هناك ثلاثة مبادئ تشكل أساسًا لفهم أخلاقيات الخطاب الإعلامي في ظل توظيف الإنترنت كبديل إعلامي لوسائل الإعلام التقليدية وهي: مبدأ المصداقية، مبدأ التسلسل أو التتابع، مبدأ الإنسانية.

## 11- دراسة "Osborn, 2001"<sup>(22)</sup>؛

هدفت الدراسة إلي التعرف على الأخلاقيات والمصداقية في الصحافة الإلكترونية، وما أوجده الإنترنت من سرعة في النشر وتفاعلية من مشاكل تتعلق بأخلاقيات المهنة تجسده في انتهاك الخصوصية وعدم الدقة. وتوصلت الدراسة إلي أن الصحافة الإلكترونية تواجه مشاكل اجتماعية وقانونية كبيرة، وسعت الدراسة إلي العمل على اتباع نهج عالمي من خلال الاتفاق على مجموعة من القيم المشتركة لعمل الصحافة الإلكترونية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- بعد استعراض الدراسات التي ارتبطت بموضوع الدراسة الحالية يمكن رصد الملاحظات التالية:

أن المتغيرات الديموجرافية لها تأثير على اتجاهات الباحثين كما في دراسة (مريم الشهاوي 2017).

\_ توصلت بعد الدراسات إلى أن أخلاقيات الإعلام في الأصل مسألة ضمير، خاصة في ظل تأخر التشريعات التي تضبط البيئة الإعلامية الرقمية (سامي مهني 2019).  
 - إلي وجود تجاوزات مهنية وأخلاقية مثل التهاون في التحقق من صحة الخبر، وعدم الاهتمام بالسبق الصحفي على حساب الدقة، وعدم التأكد من مصداقية المصادر (حسنية بو شينخ. 2014)

\_ وإلي أن غالبية محرري المواقع الإلكترونية يرون ضرورة الالتزام بدليل إرشادي أخلاقي لمنتجي الإعلام الجديد. (رحيم فريد 2014)  
 -أكدت بعض الدراسات أن الالتزام الأخلاقي بالتشريعات الإعلامية هو خيار شخصي (werkers, 2008)

-أكدت دراسة (osbory, 2001) أنه لا بد من وضع نهج عالمي من خلال الاتفاق علي مجموعة من القيم المشتركة لعمل الصحافة الإلكترونية.

\_ تنوعت الدراسات ما بين دراسات وصفية ودراسات مقارنة.  
 \_ تنوعت الدراسات التي استخدمت نظرية الاعتماد ونظرية المسؤولية الاجتماعية ونظرية الأطر الإعلامية.

\_ تنوعت الدراسات في مناهج البحث ما بين منهج المسح ومنهج العلاقات المتبادلة.  
 \_ من حيث الأدوات المستخدمة تنوعت أدوات الدراسة ما بين استمارة تحليل المضمون واستمارة الاستبيان.

-من حيث المجتمع وعينة الدراسة تنوعت الدراسات ما بين الجمهور العام والنخبة.  
 الاستفادة من الدراسات السابقة:

- على المستوى المعرفي، ساعدت الدراسات السابقة الباحثة على الإلمام بشكل أكبر بموضوع أخلاقيات المهنة.
- أسهمت الدراسات السابقة في تكوين قاعدة بيانات ومعلومات أفادت الباحثة في تحديد الجانبين النظري والعملي.
- أفادت الباحثة في صياغة تساؤلات الدراسة وأهدافها وفرضيات الدراسة.
- أطلعت الدراسات السابقة الباحثة على مناهج بحثية عدة أفادتها في تحديد أنواع الدراسة التي تحتاجها ومنهجها وأدواتها.

مشكلة الدراسة:

لاحظت الباحثة تعرض وسائل الإعلام الإلكترونية والصحافة الإلكترونية للنقد سواء من جانب الجمهور أو من جانب المتخصصين مما قد ينعكس في قلة المتابعة لها، وتراجع

مصدقية تغطيتها الإخبارية في أعين الجمهور، فاتهم البعض وسائل الإعلام الحديثة عدم الدقة وعدم المصدقية وعدم الشمولية في عرض كافة جوانب الأحداث، بالإضافة إلى اعتمادها على مصادر غير موثوقة وعدم عرض كفتي وجهتي النظر، والسرعة في نقل الأخبار دون التحقق منها وغير ذلك من الأسباب.

وبناءً على ذلك حددت الباحثة مشكلة البحث في التساؤل الآتي: ما اتجاهات الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية؟  
أهمية الدراسة:

1- أهمية وجود المزيد من الدراسات الإعلامية التي تتناول المسؤولية المهنية والانتهاكات التي تتعرض لها على مستوى مصر.

2- يمكن لهذه الدراسة أن تفيد القائم بالاتصال في التعرف على معايير المسؤولية المهنية والأخلاقية.

3- تبصير الشباب بالأخلاقيات الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية للإعلام.

4- حيوية قضية التغطية المهنية ومساسها بفئات متنوعة من أفراد المجتمع وعلاقتها المباشرة بالأنظمة السياسية، لكونها تعد مؤشراً على تقدم الدولة ونموها.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية، وذلك من خلال الأهداف التالية:

1- التعرف على أهم مواقع الصحف الإلكترونية التي يتابعها الشباب الجامعي.

2- الوقوف على مدى التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية من وجهة نظر الشباب الجامعي.

3- التعرف على المعايير التي تجعل المواقع الصحفية الإلكترونية تلتزم بالمسؤولية المهنية من جهة نظر المسؤولين.

4- معرفة مدى التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بمسؤوليتها الاجتماعية.

5- الكشف عن أسباب التجاوزات التي تقع بها المواقع الصحفية الإلكترونية.

6- الخروج بتوصيات تساهم في تعزيز أخلاقيات المهنة.

الإطار النظري: نظرية المسؤولية الاجتماعية:

تعرف نظرية المسؤولية الاجتماعية بأنها "مجموعة من الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية

والثقافية، بحيث يتوفر في معالجتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول<sup>(23)</sup>.

عرضت "ليلى عبد المجيد" المسئولية الاجتماعية للصحافة على أنها ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من المواثيق الأخلاقية، التي تستهدف إقامة توازن بين حرية الفرد من ناحية ومصالح المجتمع من ناحية أخرى، على أن تقوم على مبدأ الحرية والمسئولية<sup>(24)</sup>.

مبادئ نظرية المسئولية الاجتماعية:

- التزام وسائل الإعلام أمام المجتمع لتحصل على ثقة الجمهور.
- مراعاة الحقيقة والدقة والمصداقية والتوازن في النشر.
- التزام وسائل الإعلام بمجموعة من القوانين ومواثيق الشرف الصحفي.
- عرض كافٍ لوجهتي النظر والالتزام بحق الرد<sup>(25)</sup>.
- وفماً لنظرية المسئولية الاجتماعية فإنه على المواقع الإلكترونية تجنب التضليل الإعلامي في تغطيتها للأزمات، لتجنب الجمهور المصري ومؤسسات الدولة الآثار السلبية الناتجة عن التغطية الإعلامية غير الأخلاقية وغير المهنية، حتى تأخذ في الاعتبار حق الجمهور في معرفة الحقيقة دون تزييف أو تشهير ببعض المؤسسات، فلا بد أن تلتزم بالدقة والموضوعية والحيادية والمصداقية والتوازن ومراعاة أمن واستقلال الوطن<sup>(26)</sup>.

وقد أشار ميرل إلي ثلاثة مستويات للمسئولية الاجتماعية:

المستوى المهني: ويتم تطبيقه من قبل مؤسسات الصحافة، والذي تحدده من خلال مسؤوليتها تجاه المجتمع. المستوى القانوني: والذي تحدده الدولة "اللوائح والتشريعات القانونية". والمستوى الأخلاقي والضمير: ويحدد هذا المستوى الصحفيون أنفسهم<sup>(27)</sup>.

ويمكن تقسيم المسئولية الاجتماعية للإعلاميين كالتالي:

- 1- مسئولية الإعلامي تجاه المجتمع:  
تتحقق عبر إتاحة المعلومات والعمل على عدم إلحاق الضرر بالآخرين.
- 2- مسئولية الإعلامي تجاه مجتمعه المحلي:  
تتحقق عبر نشر ما يتوقعه الأفراد في المجتمع وما يتوقعه المجتمع من الأفراد من مثل وحجم وأداء الرسالة الصحفية بطريقة لا تقلل من ثقة الجمهور بالصحافة.
- 3- مسئولية الإعلامي تجاه نفسه:

تتحقق عبر أداء الرسالة بأقصى قدر من الأمانة والصدق والمسؤولية ربما ليتواءم من مصلحة المجتمع<sup>(28)</sup>.

الاستفادة من نظرية المسؤولية الاجتماعية في الدراسة:

ترتكز نظرية المسؤولية الاجتماعية على إحساس الصحفي، بضرورة مراعاة الواجبات المهنية تجاه مجتمعه، بحيث تصبح الرسالة الإعلامية أكثر مثالية، ومن هنا وجدت الباحثة ضرورة فهم مدى التزام مواقع الصحف الإلكترونية بالمسؤولية المهنية عملاً بمسؤوليتها الاجتماعية من وجهة نظر الشباب الجامعي.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما معدل متابعة العينة للمواقع الإلكترونية؟
- 2- ما أهم وسائل الإعلام التي تتابعها العينة؟
- 3- ما مدى تصفح العينة اليومي للمواقع الإلكترونية للحصول على معلومات؟
- 4- ما ترتيب المواقع الصحفية الإلكترونية حسب أولوية متابعة العينة لها؟
- 5- ما دوافع تعرض العينة لمواقع الصحف الإلكترونية؟
- 6- ما المعايير التي تجعل المواقع الإلكترونية تلتزم بالمسؤولية المهنية من وجهة عينة الدراسة؟
- 7- ما مدى الاعتماد على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات؟
- 8- إلى أي مدى تلتزم المواقع الإلكترونية بالمسؤوليات الاجتماعية في ممارسة عملها؟
- 9- ما أسباب تجاوز بعض المواقع الصحفية أخلاقيات المهنة؟
- 10- ما الإجراءات التي يمكن أن تساعد المواقع الصحفية بأن تكون أكثر التزاماً بأخلاقيات المهنة؟

فروض الدراسة:

**الفرض الأول:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه الباحثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية، وفقاً للمتغيرات الديموجرافية للعينة (النوع، العمر، نوع التعليم، مستوى الدخل، محل الإقامة).

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين دوافع تعرض الباحثين للمواقع الصحفية الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية.

**الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين رؤية الباحثين لمدى التزام المواقع الصحفية بالقيم الاجتماعية واتجاهاتهم نحوها.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًا بين درجة اعتماد الشباب على مواقع الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية.

مجتمع الدراسة وعينتها:

وتبلغ 400 مفردة من الشباب المصري من 18-22 سنة من الإناث والذكور، مقسم إلى شباب الجامعات الحكومية وهي جامعة المنصورة، وشباب الجامعات الخاصة بجامعة الدلتا، وتم سحب العينة بأسلوب العينة المتاحة في الفترة الزمنية من 2018/11/5 إلى 2019/4/5.

#### خصائص عينة الدراسة (ن=400)

المتغيرات الديموجرافية	ك	%	
النوع	ذكور	171	42.8
	إناث	229	57.3
	الإجمالي	400	100.0
الإقامة	ريف	138	34.5
	حضر	262	65.5
	الإجمالي	400	100.0
السن	من 18-20	174	43.5
	من 20-22	224	56.0
	الإجمالي	400	100.0
الدخل	أقل من 1000	108	27.0
	من 1500-2000	133	33.3
	أكثر من 2000	159	39.8
الإجمالي	400	100.0	
التخصص	عملي	188	47.0
	نظري	212	53.0
	الإجمالي	400	100.0
الجامعة	حكومية	243	60.8
	خاصة	157	39.3
	الإجمالي	400	100.0

أجريت هذه الدراسة على عينة تشتمل على 400 مبحوث من الشباب المصري، بمن تتراوح أعمارهم بين الثامنة عشر والثانية والعشرين بمحافظة الدقهلية، وفيما يخص خصائصهم الديموجرافية فقد توزعت العينة على النحو التالي:

- من حيث النوع: بلغت نسبة المبحوثين من الذكور 42.8٪، بينما بلغت نسبة المبحوثين من الإناث 57.3٪.
- من حيث محل الإقامة: بلغت نسبة المبحوثين من الريف 34.5٪، بينما بلغت نسبة المبحوثين من الحضر 65.5٪.
- من حيث الدخل: بلغت نسبة المبحوثين الذين أقل من 1000 نسبة 27٪، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين من 1500-2000 نسبة 33.3٪، بينما بلغت نسبة المبحوثين الذين أكثر من 2000 نسبة 39.8٪.
- من حيث التخصص: بلغت نسبة التخصص العلمي في المبحوثين 47٪، ونسبة التخصص النظري 53٪.
- من حيث الجامعة: بلغت نسبة المبحوثين من الجامعات الحكومية 60.8٪، ومن الجامعات الخاصة 39.2٪.

نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية.  
منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي، حيث تستهدف الدراسة معرفة اتجاهات الشباب الجامعي نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية. أدوات جمع البيانات:

استمارة استبيان على عينة من الشباب المصري.

اختبار الصدق والثبات:

- اختبار الصدق: هو اختبار للصدق الظاهري لصحيفة الاستبيان؛ للتأكد من أنها تجيب على تساؤلات الدراسة وفروضها وتحقق أهدافها، وذلك يعرض على مجموعة من المحكمين(\*) من أساتذة الإعلام، وبعد إجراء بعض التعديلات عليها، تم تطبيقها فعليًا على عينة الدراسة.
- اختبار الثبات: من خلال إعادة الباحث تطبيق الاستمارة على (10٪) من المبحوثين بعد مرور 10 أيام في المرة الأولى، كانت قيمة معامل الثبات 92٪ وهذا يدل على ثبات صحيفة الاستبيان.

## المسئولية المهنية:

رغم صعوبة وضع تعريف جامع لمفهوم أخلاقيات العمل الإعلامي، ربما لارتباطه بطبيعة كل مجتمع وظروف العمل الصحفي فيه، إلا أنه بالإمكان رصد مجموعة من التعريفات وإيجاد مؤشرات مشتركة بينهما .

عرف جورج صدق الأخلاق الإعلامية هي مجموعة قيم ومبادئ خلقية وسلوكية يلتزم بها الصحفي أثناء ممارسة عمله، وكذلك تلتزم بها المؤسسة الإعلامية، تتمثل هذه الأخلاق في قيم عامة، وتقاليد وتصرفات بعضها عام ومشترك كقيم الصدق والنزاهة، والتوازن وقد باتت هذه المبادئ متجسدة في تشريعات إعلامية أو موثائق شرف مكتوبة أقرتها اتحادات الصحفيين أو مؤسسات إعلامية أو هيئات نقابية<sup>(29)</sup>.

وأضاف سليمان صالح تعريفاً بأنها "منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال قيامهم بتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة<sup>(30)</sup> .

لا يزال مفهوم أخلاقيات الصحافة مشوشاً رغم صعوبة الفصل بين المسؤوليات الأخلاقية والمسؤوليات القانونية وسيظل هذا التشويش حتى يتفق الصحفيون والعلماء على تحديد المبادئ الأخلاقية المقبولة التي يمكن أن تؤدي عليها القيم المهنية، وهو ما يتطلب بدوره جهوداً جديدة لتأسيس أطر نظرية أكثر ملاءمة لمعالجة المآزق الأخلاقية التي يواجهها الصحفيون<sup>(31)</sup>.

فهناك العديد من موثائق الشرف الأخلاقية حددت القيم الأساسية التي طرحت في كثير من الأحيان من خلال نظرية المسؤولية الاجتماعية التي اعتبرت هذه الموثائق أحد الأساليب التي يلتزم من خلالها الصحفيون بتنفيذ ما جاء فيها، وخاصة فيما يتعلق بتحقيق مصالح المجتمع والتزامهم بالأخلاقيات المهنية التي تتجسد في بعض القيم، مثل العدالة والأمانة والفصل بين الخبر والرأي والدقة والموضوعية والحياد وتصحيح الخطأ<sup>(32)</sup>.

ومهما اختلفت فلسفات المؤسسات الصحفية إلا أنها تجمع على مبادئ إتباع الحقيقة والدقة والموضوعية والحياد والتسامح والمسؤولية أمام القراء، ويبدأ اتباع تلك الأخلاقيات في الحصول على المعلومات ومراعاة أهميتها، ثم توصيلها إلي الجمهور وكما هو الحال بالنسبة لأنظمة احترام الأخلاقيات، تلتزم الصحافة هي الأخرى بمبدأ إلحاق أقل ضرر<sup>(33)</sup>.

المعايير الأخلاقية للعمل الصحفي:

الحقيقة إن الصحف كثيرًا ما تقع في بعض الأخطاء المهنية نتيجة الرغبة العارمة في اجتذاب الجمهور أو نتيجة الرغبة في لفت الانتباه إلى بعض القضايا، ويشير الباز إلى أن الصحف تسعى إلى أن تكون جاذبة وقادرة على لفت الانتباه فتميل إلى إضفاء روح الإثارة على الأحداث العادية، فتجعل منها أحداث جديرة بالمتابعة والقراءة، وحتى يتحقق ذلك فإنها تقع في أخطاء مهنية فادحة.

- الدقة: فالدقة تعني أن تقود الرسالة لأكثر من مصدر للتأكيد من حقيقة المعلومات التي تحتويها<sup>(34)</sup>.
- المصدقية: وتعني الثقة في الوسيلة وإمكانية الاعتماد عليها، ويرى آخرون أنها تعني "احترام الوسيلة الإعلامية وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل"<sup>(35)</sup>.
- الموضوعية: نقل الرسالة الإعلامية الحقائق المجردة إلى الجمهور دون تحيز أو ذاتية وقد أثار مفهوم الموضوعية الكثير من الجدل وحتى الآن (2020)، لم يتم الاتفاق على مفهوم علمي دقيق للموضوعية، حيث يراها البعض أنها فصل الحقائق عن الآراء. ويراه آخرون أنها "إتاحة الفرصة لجميع الحقائق والمعلومات والآراء المختلفة للظهور بشكل متوازن في الخبر"<sup>(36)</sup>.
- الحياد: تلتزم الصحيفة بالحياد التام في عرض الأخبار، فتضع الأنباء في مواضعها، وتعطي كل خبر قيمته ومقامه، فتشرها بصدق وأمانة، وهي صفات تقدرها الصحف التي تحرص على ثقة قرائها<sup>(37)</sup>.
- الشمولية: أحد عناصر المهنية تتمثل في قدرة وسائل الإعلام على تقديم تغطية شاملة وإحاطة جارية لكل ما يحدث في البيئة الداخلية والخارجية للمجتمع في سياق يعطيها معنى.
- ويشير مفهوم الشمولية في التغطيات الإعلامية إلى شمول واتساع التغطيات بحيث تتضمن أو تشمل القضايا أو الأحداث الأكثر أهمية من وجهة نظر الجمهور والمحللين السياسيين<sup>(38)</sup>.
- التوازن: يشير مفهوم التوازن إلى إفصاح المجال لأصحاب الآراء، وجهات النظر المختلفة ليكونوا في دائرة الضوء والتوازن بين صياغة الرأي العام والتعبير عنه.
- المسؤولية الاجتماعية: مسؤولية الإعلامي تجاه المجتمع الذي يعمل فيه، وتشير الكثير من المواثيق إلى ضرورة واحترام الإعلاميين لمعتقدات وقيم وتقاليد

- المجتمعات التي يعملون بها، وعلى الإعلامي أن يتحمل صحة الأخبار التي ينشرها أو يبثها<sup>(39)</sup>.
- **المسؤولية المهنية:** التزام الصحفيين بالقيم والمواثيق المرتبطة بمهنة الإعلام في أثناء عملية انتقاء الأنباء ونشرها ضمن مجموعة القواعد الأخلاقية التي تراعي المبادئ الإنسانية والمهنية لمصلحة المجتمع.
- فعلى المواقع الإلكترونية الالتزام بهذه المعايير في تقديم المعلومات إلى الجمهور.
- الاتجاهات:**
- تعد الاتجاهات من أهم موضوعات علم النفس الاجتماعي؛ لأن جميع الظواهر النفسية والاجتماعية للفرد تخضع لمحددات سلوكه الذي يقوم بالسيطرة عليه من خلال اتجاهاته، وأن كل القيم والاهتمامات تؤثر على الفرد بشكل واضح في سلوكه.
- أنواع الاتجاهات<sup>(40)</sup>:
- **الاتجاهات الجماعية:** هي الاتجاهات التي يشترك فيها عدد كبير من أفراد المجتمع مثل تأييده لقائده.
  - **الاتجاهات الفردية:** هي الاتجاهات التي تميز شخصية عن شخصية مثل إعجاب الفرد بشيء معين.
  - **الاتجاهات اللاشعورية:** وهو الذي يخفيه الفرد ولا يفصح عنه، وغالبًا لا يتفق هذا الاتجاه مع معايير الجماعة وقيمتها.
  - **الاتجاهات الشعورية:** هو الذي يظهره الفرد دون حرج أو تحفظ، وغالبًا ما يكون متفق مع معايير الجماعة.
  - **اتجاهات عامة:** وهي التي لها صفة العمومية وتنتشر بين أفراد المجتمع، مثل الاتجاه نحو الديمقراطية.
  - **اتجاهات خاصة:** وهي التي تصب على النواحي الذاتية الفردية، مثل الاتجاه نحو الزواج.
  - **الاتجاهات الموجبة:** هي التي تقوم على تأييد الفرد.
  - **الاتجاهات السالبة:** هي التي تقوم على معارضة الفرد.
  - **الاتجاهات القوية:** هي التي تبقى على مر الزمن نتيجة لتمسك الفرد بها.
  - **الاتجاهات الضعيفة:** هي التي من السهل التخلي عنها وقبولها للغير تحت ضغط الظروف والشدائد<sup>(41)</sup>.

## مراحل تكوين الاتجاهات:

- **المرحلة الإدراكية المعرفية:** تعرف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية والاجتماعية التي تكون من طبيعة المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه، وهكذا يتبلور الاتجاه في نشأته نحو الأشياء المادية كالبيت الهادئ والمقعد المريح، وحول نوع محدد من الجماعات كالأسرة والأصدقاء وحول بعض القيم الاجتماعية كالنخوة والشرف.
- **المرحلة التقديرية:** وتتميز هذه المرحلة بميل الفرد نحو شيء معين، فمثلاً أن أي طعام قد يرضي الجائع، ولكن الفرد يميل إلي بعض أصناف خاصة في الطعام، وبمعنى أدق أن هذه المرحلة تستند إلي خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر والإحساسات الذاتية.
- **مرحلة الثبوت والاستقرار:** أن الثبوت والميل على اختلاف أنواعه ودرجاته يستقر ويثبت على شيء ما عندما يتطور في اتجاه نفسي، فالثبوت في هذه المرحلة في تكوين الاتجاهات<sup>(42)</sup>.

## وظائف الاتجاهات:

- 1- **الوظيفة المنفعية أو التكيفية:** للبيئة دور في تكوين الاتجاهات لدى الأفراد، فالاتجاهات تمكنه من التكيف مع بيئته ومجتمعه كما تحقق العديد من أهدافه.
- 2- **الوظيفة التنظيمية:** تؤدي الاتجاهات إلي ثبات السلوك فالاتجاه الفكري للفرد يؤدي إلي تنظيم حياته وتعامله مع الآخرين.
- 3- **وظيفة التعبير عن القيم:** يسعى الفرد في التعبير عن القيم الاجتماعية للاتجاهات المختلفة التي يحملها، ويكون الفرد صريحاً في هذه الحالة في التعبير عن التزامه وتأكيد له للصفات الإيجابية التي تخصه.
- 4- **وظيفة التعبير عن الأنا:** تعد عملية الإنكار عملية لا شعورية يلجأ إليها الفرد بغرض التهرب من المواقف التي تكون مؤذيه له<sup>(43)</sup>.

## الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

بعد جمع البيانات الميدانية الخاصة بالدراسة قامت الباحثة باستخدام برنامج SPSS الإحصائي وهو برنامج يستخدم في تحليل بحوث العلوم الاجتماعية والإعلام، بما يتناسب مع طبيعة المتغيرات التي تسعى الدراسات الإعلامية لمعرفة العلاقات بينها، ومن خلال البرنامج استخدمت الباحثة بعض المعالجات الإحصائية التي تتلاءم وطبيعة البيانات المطلوبة مثل:

- 1- استخراج الجداول التكرارية (التكرارات والنسب المئوية) للدراسة.
- 2- استخراج الانحراف المعياري والمتوسط الحسابي.
- 3- الوزن المرجح لمقياس ليكرت الذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين، بناءً على عدد المراتب في السؤال، ثم تجمع نتائج الضرب لكل بند للحصول على مجموع الأوزان المرجحة وحساب النسبة المئوية لبند السؤال وقد تم استخدام مقياس ليكرت الثلاثي.
- 4- تحليل التباين ذا البعد الواحد (One Way Analysis Variance (Anova) للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين المتوسطات الحسابية للمجموعات من حيث متغيرات الدراسة.
- 5- اختبار "ت" T.Test للكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين متوسطات المتغيرات.
- 6- معامل ارتباط بيرسون لمعرفة دلالة العلاقات الارتباطية بين المتغيرات
- 7- اختبار LSD لمعرفة مصدر الفروق بين الباحثين وهو من الاختبارات البعدية Post Hoc مفاهيم الدراسة:

المواقع الصحفية الإلكترونية: هي مواقع الصحف الورقية على الإنترنت.  
 المسؤولية المهنية: قيم وسلوكيات على القائم بالاتصال في مواقع الصحف الإلكترونية الالتزام بها، مثل الموضوعية، الشفافية، الدقة، المسؤولية الاجتماعية،  
 فينبغي عليه مراعاة القيم المجتمعية وعادات وتقاليد المجتمع.  
 الدراسة الميدانية:  
 مناقشة نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة الميدانية توصلت الدراسة إلى:

- 1- معدل متابعة العينة للمواقع الإلكترونية:  
 جدول رقم (2) معدل متابعة العينة للمواقع الإلكترونية

الإجمالي			العينة الاستجابة
ت	%	ك	
2	17.0	68	دائمًا
1	75.8	303	أحيانًا
3	7.3	29	نادرًا
-	100.0	400	ن

يتضح من الجدول السابق مدى متابعة العينة للمواقع الإلكترونية، وقد جاء في الترتيب الأول مَنْ يتابعونها أحياناً بنسبة 75.8٪، يليها في الترتيب الثاني مَنْ يتابعونها دائماً بنسبة 17.0٪، بينما جاء في الترتيب الثالث والأخير مَنْ يتابعونها نادراً بنسبة 7.3٪. وهذا يدل على ارتفاع نسبة متابعين الصحف الإلكترونية من الشباب لسهولة التعرض إليها. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة سلمى الشعراوي حيث أصبحت الصحف الإلكترونية لها شعبية كبيرة من الجمهور<sup>(44)</sup>.

2- أهم وسائل الإعلام التي تتابعها العينة:

جدول رقم (3)

أهم وسائل الإعلام التي تتابعها العينة

ت	%	ك	اسم الصحيفة
2	12.5	50	القنوات التلفزيونية
5	8.3	33	المواقع الإلكترونية الإخبارية
4	9.5	38	التطبيقات الإخبارية على الهاتف المحمول
1	51.0	204	مواقع التواصل الاجتماعي
6	5.5	22	القنوات الفضائية
3	10.5	42	الصحف الإلكترونية
7	1.5	6	الصحف المطبوعة
8	1.3	5	الإذاعات
-	100.0	400	ن

يتضح من الجدول السابق أن أهم وسائل الإعلام التي تتابعها العينة وقد جاء في الترتيب الأول مواقع التواصل الاجتماعي بما يفوق نصف الاستجابات بنسبة 51.0٪، يليها في الترتيب الثاني القنوات التلفزيونية بنسبة 12.5٪، بينما جاء في الترتيب الثالث الصحف الإلكترونية بنسبة 10.5٪، ثم التطبيقات الإخبارية على الهاتف المحمول بنسبة 9.5٪، وفي الترتيب الخامس جاءت المواقع الإلكترونية الإخبارية بنسبة 8.3٪، يليها في السادس القنوات الفضائية بنسبة 5.5٪، ثم يليها في الترتيب السابع المواقع المطبوعة بنسبة 1.8٪، وفي الترتيب الثامن والأخير جاءت الإذاعات بنسبة 1.3٪، من إجمالي استجابات العينة. ويرجع ذلك أن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت تمتلك كل الإمكانيات الإخبارية لوسائل الإعلام الأخرى وما تتيحه في صفحات يمكن لفرد الرجوع إليها.

3- مدى تصفح العينة اليومي للمواقع الإلكترونية للحصول على معلومات:  
جدول رقم (4) مدى تصفح العينة اليومي للمواقع الإلكترونية للحصول على المعلومات

الإجمالي			العينة الاستجابة
ت	%	ك	
3	15.0	60	أكثر من ساعة يوميًا
2	22.3	89	ساعة يوميًا
4	0.0	0	أقل من ساعة يوميًا
1	62.8	251	حسب الظروف
-	100.0	400	ن

يتضح من الجدول السابق نسبة التصفح اليومي لعينة الدراسة للمواقع الإلكترونية قد جاءت نسبة مَنْ يتابعونها حسب الظروف بنسبة 63.8% في الترتيب الأول، وجاءت نسبة مَنْ يتابعونها ساعة يوميًا في الترتيب الثاني بنسبة 22.3%، وتليها في الترتيب الثالث نسبة 15% مَنْ يتابعونها أكثر من ساعة يوميًا جاء في المرتبة الرابعة والأخيرة أقل من ساعة يوميًا حيث لم تحصل على أي نسبة مئوية صفر%.

تشير النتائج إلى أنه رغم ارتفاع نسبة المتابعة للمواقع الإلكترونية إلا أن النسبة العالية لم ترتبط بعدد الساعات.

4- ترتيب المواقع الصحفية الإلكترونية حسب أولوية متابعة العينة لها:  
جدول رقم (5) ترتيب المواقع الصحفية الإلكترونية حسب أولوية متابعة العينة لها

الإجمالي			العينة الاستجابة
ت	%	ك	
3	11.8	47	الموقع الإلكتروني للأهرام
1	55.8	223	الموقع الإلكتروني لليوم السابع
2	16.3	65	الموقع الإلكتروني للمصري اليوم
4	9.0	36	الموقع الإلكتروني للأخبار
5	5.8	23	الموقع الإلكتروني للجمهورية
6	1.5	6	الموقع الإلكتروني للوفد

-	100.0	400	ن
---	-------	-----	---

يوضح الجدول السابق المواقع التي يفضل المبحوثون متابعتها، وكان في مقدمتها في الترتيب الأول الموقع الإلكتروني لليوم السابع بنسبة 55.8٪، ويليهما في الترتيب الثاني الموقع الإلكتروني للمصري اليوم 16.3٪، بينما جاء في الترتيب الثالث الموقع الإلكتروني للأهرام بنسبة 11.8٪، ويليهما في الترتيب الرابع الموقع الإلكتروني للأخبار بنسبة 9٪، ويليهما في الترتيب الخامس الموقع الإلكتروني للجمهورية بنسبة 5.8٪، وجاء في الترتيب السادس والأخير الموقع الإلكتروني للوفد بنسبة 1.5٪. وقد يرجع ذلك لاهتمام اليوم السابع بالأخبار الخفيفة التي تجذب أنباه الشباب.

#### 5- دوافع تعرض العينة لمواقع الصحف الإلكترونية:

جدول رقم (6) دوافع تعرض العينة لمواقع الصحف الإلكترونية

الإجمالي			العينة
ت	%	ك	
3	13.5	54	للتسلية وقضاء وقت الفراغ
1	47.5	190	الوصول إلى الأخبار بشكل أسرع
2	19.5	78	تقدم معلومات مدعمة بمواد مصورة حديثة ومهمة
4	10.0	40	تقدم تحليل وتفسير للأحداث
5	5.5	22	تحديث البيانات بشكل مستمر
6	4.0	16	إعطاء حرية التعليق على الخبر
-	100.0	400	ن

يتضح من الجدول السابق دوافع تعرض العينة لمواقع الصحف الإلكترونية، وقد جاء في الترتيب الأول الوصول إلى الأخبار بشكل أسرع بنسبة 47.5٪، ويليهما في الترتيب الثاني تقدم معلومات مدعمة بمواد مصورة حديثة ومهمة بنسبة 19.5٪، ويليهما في الترتيب الثالث للتسلية وقضاء وقت الفراغ بنسبة 13.5٪، ويليهما في الترتيب الرابع لأنها تقدم تحليل وتفسير للأحداث بنسبة 10٪، ويليهما في الترتيب الخامس لأنها تحدث البيانات بشكل مستمر بنسبة 5.5٪، ثم جاء في الترتيب السادس والأخير لأنها تعطيني حرية التعليق على الخبر بنسبة 4٪.

وتشير هذه النتيجة إلى غلبة الدوافع المعرفية على دوافع تعرض الشباب، فقد كانت غالبية الشباب يستخدمون هذه المواقع للوصول إلى الأخبار بشكلٍ أسرع، وكذلك لتقديم معلومات المواقع مدعمة بمواد مصورة حديثة ومهمة لما تمتاز به المواقع الإلكترونية من السرعة وسهولة الاستخدام.

6- الموضوعات التي تفضل العينة متابعتها في المواقع الإلكترونية:

جدول (7)

الموضوعات التي تفضل العينة متابعتها في المواقع الإلكترونية

ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي		بدرجه ضعيفة		بدرجه متوسطة		بدرجه كبيرة		الموضوعات	
			%	الوزن	%	ك	%	ك	%	ك		
5	.777	1.95	11.2	820	32.8	131	39.5	158	27.8	111	-اجتماعية	
9	.636	2.15	8.7	642	14.0	56	57.5	230	28.5	114	-دينية	
2	.751	1.73	12.3	908	45.3	181	36.5	146	18.3	73	-سياسية	
6	.656	1.98	10.9	810	22.8	91	57.0	228	20.3	81	-علمية	
1	.713	1.72	12.4	912	43.3	173	41.5	166	15.3	61	-اقتصادية	
8	.725	2.09	10.3	765	22.3	89	46.8	187	31.0	124	-صحية	
4	.793	1.90	11.3	839	36.8	147	36.3	145	27.0	108	-أمنية	
7	.766	2.02	10.8	794	28.5	114	41.5	166	30.0	120	-جرائم وحوادث	
3	.781	1.78	12.1	889	44.0	176	34.3	137	21.8	87	-رياضية	
-	-	-	100	7379	الوزن النسبي							

يتضح من الجدول السابق الموضوعات التي يفضل العينة متابعتها في المواقع الإلكترونية فقد جاءت الموضوعات الاقتصادية في الترتيب الأول حيث أكد 15.2% من العينة أنهم يفضلون متابعتها بدرجة كبيرة، وأكد 41.5% من أفراد العينة أنهم يتابعونها بدرجة متوسطة، بينما أشار 43.3% لأنهم يفضلون متابعة الموضوعات الاقتصادية بدرجة ضعيفة، ثم جاءت المواد السياسية في الترتيب الثاني فقد أكد 18.2% من العينة أنهم يتابعونها بدرجة ضعيفة، وأكد 36.5% من المبحوثون أنهم يفضلون متابعة المواد السياسية بدرجة متوسطة، بينما أشار 45.3% من أفراد العينة أنهم يتابعونها بدرجة ضعيفة، يليها في الترتيب الثالث الموضوعات الرياضية، فقد أكد 21.8% من أفراد العينة أنهم يفضلون الموضوعات الرياضية بدرجة كبيرة، و34.3% من أفراد العينة أنهم يتابعونها بدرجة متوسطة، بينما أشار 44% أنهم يفضلون متابعة الموضوعات الرياضية بدرجة ضعيفة، يليها في الترتيب الرابع الموضوعات الأمنية فقد أكد 27% من أفراد العينة أنهم يفضلون الموضوعات الأمنية بدرجة كبيرة، وأكد 36.3% من أفراد العينة أنهم يفضلون متابعتها بدرجة متوسطة، وأكد نسبة 36.8% من أفراد العينة أنهم يفضلون متابعتها بدرجة ضعيفة مما يعني تباين اهتمامات الشباب عينة الدراسة في القراءة، فقد جاء اهتمام المبحوثين الاقتصادية في المرتبة الأولى نظرًا لحال العالم من انتشار الوباء وزيادة الغلاء.

7- المعايير التي تجعل المواقع الإلكترونية تلتزم بالمسؤولية المهنية من وجهة نظر العينة:

### جدول رقم (8)

المعايير التي تجعل المواقع الإلكترونية تلتزم بالمسؤولية المهنية من وجهة نظر العينة

ت	الوزن النسبي		المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق تمامًا		الرأي	
	%	الوزن		%	ك	%	ك	%	ك		
الترتيب الأول			.626	2.44	7.3	29	41.8	167	51.0	204	تعرض الأخبار دون تحيز
	8.67	1002	.575	2.51	4.0	16	41.5	166	54.5	218	تبحث عن الحقيقة في تقديم الأخبار
	8.22	950	.697	2.38	12.5	50	37.5	150	50.0	200	تقدم الخبر كما هو دون

ت	الوزن النسبي		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق تمامًا		الرأي	
	%	الوزن			%	ك	%	ك	%	ك	المعايير	
												حذف أو إضافة
	25.4	2927										
الترتيب الثالث	8.32	962	.626	2.41	7.5	30	44.5	178	48.0	192		تفصل بين الحقائق والآراء
	8.39	971	.633	2.43	7.8	31	41.8	167	50.5	202		الشفافية في طرح القضايا
	8.27	957	.663	2.39	10.0	40	40.8	163	49.3	197		ذكر الحقيقة كاملة في الخبر
	24.9	2890										
الترتيب الثاني	8.46	979	.627	2.45	7.3	29	40.8	163	52.0	208		تحتزم خصوصية الأفراد والمسؤولية الاجتماعية ومراعاة المصالح الشخصية للجمهور
	8.35	966	.615	2.42	6.8	27	45.0	180	48.3	193		-عدم إعطاء الخبر معنى مخالف للحقيقة
	8.29	960	.625	2.40	7.5	30	45.0	180	47.5	190		عدم الخلط بين المشاعر والقناعات السياسية وبين الخبر بحد ذاته
	25.1	2905										
الترتيب الرابع	8.09	937	.672	2.34	11.3	45	43.3	173	45.5	182		-عدم التعجيل بشهر الخبر دون تحري الدقة

ت	الوزن النسبي		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق تمامًا		الرأي	
	%	الوزن			%	ك	%	ك	%	ك	المعايير	
	8.16	944	.630	2.36	8.3	33	47.5	190	44.3	177	عدم الترويج لأجندات أيديولوجية أو سياسية بعينها	
	8.35	966	.674	2.42	10.5	42	37.5	150	52.0	208	عدم نشر صور أو فيديوهات تشويه الحقيقة	
	24.6	2847										
	100	11569									الوزن النسبي	

تكشف بيانات الجدول السابق عن المعايير التي تجعل المواقع الإلكترونية تلتزم بالمسؤولية المهنية من وجهة نظر العينة حيث جاء معيار الموضوعية في الترتيب الأول بنسبة 25.4٪، يليها في الترتيب الثاني معيار المسؤولية الاجتماعية بنسبة 25.1٪، يليها في الترتيب الثالث معيار الشفافية بنسبة 24.9٪، ثم جاء معيار الدقة في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 24.6٪، فالصحفي المحترف هو الذي يحصل على المعلومة الصحيحة والدقيقة ويتعد عن التهويل والتحريف والمبالغة ويكون لديه قدرته على صياغة الخبر والتعبير عنه.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Word, 2005) (45).

## 8- معيار التزام المواقع الإلكترونية بالمسؤولية المهنية تجاه المجتمع وفقاً لوجهة نظر العينة:

جدول رقم (9)

معيار التزام المواقع الإلكترونية بالمسؤولية المهنية تجاه المجتمع وفقاً لوجهة نظر العينة

ت	الوزن النسبي		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدرجه ضعيفة		بدرجه متوسطة		بدرجه كبيرة		الدرجة	
	%	الوزن			%	ك	%	ك	%	ك	نص العبارة	
الترتيب الثالث	11.35	929	.612	2.32	7.8	31	52.3	209	40.0	160	تعمل المواقع الصحفية الإلكترونية	

ت	الوزن النسبي		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدرجه ضعيفة		بدرجه متوسطة		بدرجه كبيرة		الدرجة نص العبارة
	%	الوزن			%	ك	%	ك	%	ك	
											على زرع عادات وتقاليد دخيلة
	9.72	796	0.725	1.99	26.8	107	47.5	190	25.8	103	تعمل المواقع الصحفية على إثارة الغرائز والمواضيع غير أخلاقية
	11.03	903	.661	2.26	12.3	49	49.8	199	38.0	152	تساعد المواقع الصحفية على تغيير قيم المجتمع
	32.11	2628									
الترتيب الأول											تساهم المواقع الصحفية في تعميق حريه
	11.63	952	.645	2.38	9.0	36	44.0	176	47.0	188	تنمي المواقع الصحفية روح الولاء والانتماء
	11.53	944	.664	2.36	10.5	42	43.0	172	46.5	186	ترفع المواقع الصحفية الإلكترونية مستوى الذوق العام
	34.51	2824									
الترتيب الثاني											ترفع المواقع الصحفية الإلكترونية مستوى الطموح
	11.46	938	.646	2.35	9.5	38	46.5	186	44.0	176	تساعد المواقع الصحفية

ت	الوزن النسبي		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	بدرجه ضعيفة		بدرجه متوسطة		بدرجه كبيرة		الدرجة نص العبارة
	%	الوزن			%	ك	%	ك	%	ك	
											الإلكترونية على تفكيك الروابط الأسرية العزلة الاجتماعية
	11.37	931	.661	2.33	10.8	43	45.8	183	43.5	174	تساعد المواقع الصحفية على احترام الرأي والرأي الأخر
	33.37	2731									
-	100	8183									إجمالي الوزن النسبي

يوضح الجدول مدى التزام مواقع الإلكترونيّة بالمسؤولية المهنية تجاه المجتمع وفقاً لوجهة نظر العينة فقد جاء معيار الولاء للوطن في الترتيب الأول بنسبة 34.51٪، يليها في الترتيب الثاني معيار القيم المجتمعية بنسبة 33.37٪، يليها في الترتيب الثالث عادات وتقاليد بنسبة 32.11٪،

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Peachs, 2006) حيث نادى بوضع نموذج معياري للقيم التي لا بد أن تتجهها الصحف الإلكترونيّة<sup>(46)</sup>.

9- مدى اعتماد العينة على مواقع الصحف الإلكترونيّة كمصدر للمعلومات:

جدول رقم (10)

مدى اعتماد العينة على مواقع الصحف الإلكترونيّة كمصدر للمعلومات

الإجمالي			العينة	الاستجابة
ت	%	ك		
2	19.8	79		أعتمد عليها بدرجة كبيرة
1	66.0	264		أعتمد عليها بدرجة متوسطة
3	14.3	57		نادراً
-	100.0	400		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق مدى اعتماد العينة على مواقع الصحف الإلكترونية كمصدر للمعلومات، فقد جاء في الترتيب الأول اعتمدها بدرجة متوسطة بنسبة 66%، ويليهما في الترتيب الثاني اعتمدها بدرجة كبيرة بنسبة 19.8%، ويليهما في الترتيب الأخير اعتمدها نادراً بنسبة 41.3%، وهذا يدل على انتشار الإعلام الرقمي.

#### 10- مدى التزام المواقع الإلكترونية بالقيم المجتمعية:

##### جدول رقم (11)

مدى التزام المواقع الإلكترونية بالقيم المجتمعية التالية من وجهة نظر العينة

ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي		بدرجه ضعيفة		بدرجه متوسطة		بدرجه مرتفعة		العوامل
			%	الوزن	%	ك	%	ك	%	ك	
1	.649	2.38	17.16	952	9.3	37	43.5	174	47.3	189	-راعت في تغطيتها الحفاظ على سرية المعلومات التي يؤدي كشفها إلى الضرر بأمن المجتمع
5	.624	2.20	15.86	879	11.5	46	57.3	229	31.3	125	-غلب على التغطية المصلحة العامة للمصريين وليس المصلحة الشخصية للموقع
2	.668	2.38	17.15	951	10.5	42	41.3	165	48.3	193	-عكست الكثير من القيم وأساليب الحياة التي يعيشها المواطن المصري بصورة واقعية
1	.618	2.38	17.16	952	7.3	29	47.5	190	45.3	181	-تراعى تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع
4	.735	2.22	15.98	886	18.5	74	41.5	166	40.0	160	-احترام الخصوصية
3	.653	2.31	16.69	925	10.5	42	47.8	191	41.8	167	-احترام حق الفرد في الرد
			100	5545							الإجمالي

يتضح من الجدول السابق مدى التزام المواقع الإلكترونية في التغطية بالمسئولية المهنية فقد جاء عامل راعت في تغطيتها الحفاظ على سرية المعلومات التي يؤدي كشفها إلى الضرر بأمن المجتمع في الترتيب الأول، يليها في الترتيب الثاني عكست الكثير من القيم وأساليب الحياة التي يعيشها المواطن المصري بصورة واقعية، يليها في الترتيب الثالث احترام حق الفرد في الرد، يليها في الترتيب الرابع احترام الخصوصية، وجاء في الترتيب

الخامس غلب على التغطية المصلحة العامة للمصريين وليس المصلحة الشخصية للموقع، فالصحيفة الجيدة لا بد أن تكون مسؤولة، والحقيقة هي المبدأ الذي يجب أن تسترشد به وتتجنب الممارسات التي قد تتعارض مع مصلحة وأمن المجتمع فالسلوك الأخلاقي خيار شخصي في الصحف الإلكترونية بدلاً من مسؤولية اجتماعية<sup>(47)</sup>.

11- مدى التزام المواقع الإلكترونية بالمسؤوليات الاجتماعية في ممارسة عملها:

### جدول رقم (12)

مدى التزام المواقع الإلكترونية بالمسؤوليات الاجتماعية في ممارسة عملها

الإجمالي			الاستجابة
ت	%	ك	
2	20.5	82	تلتزم بدرجة كبيرة
1	69.8	279	بدرجه متوسطة
3	9.8	39	تلتزم بدرجة ضعيفة
-	100.0	400	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق معدل التزام المواقع الإلكترونية بالمسؤوليات الاجتماعية، فقد أكد 69.8% من المبحوثين التزام المواقع الإلكترونية بدرجة متوسطة، يليها 20.50% من المبحوثين أكدوا التزامها بدرجة كبيرة بالمسؤوليات الاجتماعية.

وقد أكد 9.8% من المبحوثين التزامها بدرجة ضعيفة. فالصحافة الإلكترونية لا بد أن تلتزم بدرجة كبيرة بالمسؤوليات الاجتماعية، وهذا يتفق مع دراسة Osbory Bradley<sup>(48)</sup> على أن الصحافة الإلكترونية تواجه مشاكل اجتماعية ولا بد من الاتفاق على مجموعة من القيم لعمل الصحافة الإلكترونية.

12- أسباب تجاوز بعض المواقع الصحفية لأخلاقيات المهنة:

### جدول رقم (13)

أسباب تجاوز بعض المواقع الصحفية لأخلاقيات المهنة

الإجمالي			الاستجابة
ت	%	ك	
3	16.3	65	التزامها بسياسة تحريرية موائبة للنظام
2	32.5	130	افتقار الصحفي للمهنية
1	38.0	152	المنافسة حول السبق الصحفي

4	13.3	53	صعوبة الحصول على معلومات وعدم وجود قانون يضمن حق الوصول إليها
-	100.0	400	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أسباب يتجاوز بعض المواقع الصحفية أخلاقيات المهنة، فقد جاء في الترتيب الأول المنافسة حولسبق الصحفي بنسبة 38٪، يليها في الترتيب الثاني افتقار الصحفي للمهنية بنسبة 32.5٪، يليها في الترتيب الثالث التزامها بسياسة تحريرية مواءمة للنظام، يليها في الترتيب الرابع والأخير بنسبة 13.3٪ صعوبة الحصول على معلومات وعدم وجود قانون يضمن حق الوصول إليها، فيتسارع الصحفي على وصول المعلومة للقارئ دون التحري من دقتها.

### 13- النتائج المترتبة على عدم التزام المواقع الصحفية بالمسؤولية المهنية:

جدول رقم (14)

النتائج المترتبة على عدم التزام المواقع الصحفية بالمسؤولية المهنية من وجهة نظر العينة

الإجمالي			العينة	الاستجابة
ت	%	ك		
1	24.0	96		عدم ثقة الجمهور
5	11.0	44		زيادة العزلة الاجتماعية
2	23.3	93		غياب الحقيقة
3	17.0	68		غياب النزاهة الإعلامية
6	6.8	27		انحراف المواقع الصحفية عن مسؤوليتها الاجتماعية
7	5.0	20		قابلية المجتمع للاختراق إعلامياً من خلال جهات معادية
4	13.0	52		غياب دور الإعلام في المجتمع
-	100.0	400		الإجمالي

يوضح الجدول التالي نتائج عدم التزام المواقع الصحفية بالمسؤولية المهنية من وجهة نظر الجمهور فقد جاء في الترتيب الأول عدم ثقة الجمهور بها بنسبة 24٪، يليها في الترتيب الثاني غياب الحقيقة بنسبة 23.3٪، يليها في الترتيب الثالث غياب النزاهة الإعلامية بنسبة 17٪، يليها في الترتيب الرابع غياب دور الإعلام في المجتمع بنسبة

13%، يليها في الترتيب الخامس غياب الحقيقة بنسبة 11%، يليها في الترتيب السادس انحراف المواقع الصحفية عن مسؤولياتها الاجتماعية بنسبة 6.8%، يليها في الترتيب السابع قابلية المجتمع للاختراق إعلاميًا من خلال جهات معادية بنسبة 5% فعدم الثقة يؤدي إلى هروب الجمهور إلى وسيلة أخرى.

#### 14- الإجراءات التي يمكنها مساعدة المواقع الصحفية من وجهة نظر العينة:

جدول رقم (15)

الإجراءات التي يمكنها مساعدة المواقع الصحفية من وجهه نظر العينة لتكون أكثر التزامًا بأخلاقيات المهنة.

ت	الإجمالي		الإجراءات
	ك	%	
4	120	21.4	الالتزام الذاتي من جانب الصحفيين تجاه المجتمع بالتغطية الأخلاقية
1	161	28.5	تضمين المزيد من المقررات الدراسية الخاصة بأخلاقيات المهنة لطلبة الإعلام
3	127	22.6	وضع كل مؤسسة لميثاق شرف داخلي يضبط السياسة التحريرية
2	155	27.5	وجود قانون يضمن حق الوصول للمعلومات
-	563	100	إجمالي الاستجابات

يوضح من الجدول السابق الإجراءات التي يمكنها مساعدة المواقع الصحفية من وجهه نظر العينة لتكون أكثر التزامًا بأخلاقيات المهنة.

وقد جاء في الترتيب الأول تضمين المزيد من المقررات الدراسية الخاصة بأخلاقيات المهنة لطلبة الإعلام بنسبة 28.5%، بينما جاء في الترتيب الثاني وجود قانون يضمن حق الوصول للمعلومات بنسبة 27.5%، يليها في الترتيب الثالث وضع كل مؤسسة لميثاق شرف داخلي يضبط السياسة التحريرية بنسبة 22.6%، جاء في الترتيب الرابع والأخير الالتزام الذاتي من جانب الصحفيين تجاه المجتمع بالتغطية الأخلاقية بنسبة 21.4%.

#### ثانياً:- نتائج اختبار الفروض:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية للعينة (النوع، العمر، نوع التعليم، مستوى الدخل، محل الإقامة).

## -جدول رقم (16)

- قيمة (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات اتجاه المبحوثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية وفقاً لمتغير النوع، نوع التعليم، محل الإقامة

المتغيرات الديموجرافية	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
النوع	ذكور	2.50	.567	3.120	398	.002
	إناث	2.33	.548			
نوع التعليم	حكومي	2.27	.536	6.252	398	.000
	خاص	2.61	.539			
محل الإقامة	حضر	2.45	.568	1.208	398	.228
	ريف	2.38	.559			

يتضح من الجدول السابق وباستخدام اختبار T-Test :-

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية ومتغير النوع حيث جاءت قيمة ت 3.120 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من .005 ، وبذلك يكون قد ثبت صحة الفرض لدى متغير النوع.
- كما يتضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية ومتغير نوع التعليم حيث جاءت قيمة ت 6.252 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من .005 ، وبذلك يكون قد ثبت صحة الفرض لدى متغير نوع التعليم
- بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية ومتغير محل الإقامة حيث

جاءت قيمة ت غير دالة لدى أي من مستويات الدلالة وبذلك يتم رفض الفرض لدى متغير محل الإقامة.

### جدول رقم (17)

- = قيمة (ف) لدلالة الفروق بين متوسطات اتجاه المبحوثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية وفقاً لمتغير العمر ومستوى الدخل

مستوى الدلالة	قيمة ف	درجات الحرية	المتوسط الحسابي	العدد	المتغيرات الديموجرافية	
.001	6.824	2	2.097	174	من 18 إلى 20	
		397	.307	224	أكثر من 22 حتى 25	
				2	أكثر من 22 حتى 25	
.642	.444	2	.141	108	أقل من 1000	
		397	.317	133	من 1500 - 2000	
				159	أكثر من 2000	

يتضح من الجدول السابق وباستخدام تحليل أحادي التباين one way anova :- وجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير العمر بين اتجاه المبحوثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية حيث جاءت قيمة ف 6.824 وهي قيمة دالة لدي مستوى دلالة أقل من 0.05، مما يثبت صحة الفرض لدى متغير العمر.

بينما لا توجد فروق بين اتجاه المبحوثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية ومتغير مستوى الدخل حيث جاءت قيمة ف غير دالة لدى أي من مستويات الدلالة ، مما يثبت عدم صحة الفرض لدى متغير مستوى الدخل. ونظراً لوجود فروق ذات دلالة إحصائية لدى متغير العمر فقد قامت الباحثة بإجراء اختبار بعدي Post Hoc بطريقة LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المبحوثين

- جدول رقم (18) اختبار LSD لمصدر الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية وفقاً للمتغير العمر.

مستوى المعنوية	الخطأ المعياري	الفرق بين المتوسطين	المجموعات المقارنة	المجموعة	
.004	.056	.162*	أكثر من 20 حتى 22	من 18 إلى 20	<b>العمر</b>
.039	.394	.816*	أكثر من 22 حتى 25		
.013	.394	.978*	أكثر من 22 حتى 25		

يتضح من بيانات الجدول السابق مصادر الفروق بين المبحوثين في اتجاهاتهم نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية وفقاً للمتغير العمر:- وختلف المجموعة التي تقع أعمارهم بين 18 حتى 20، والمجموعتين أكثر من 20 حتى 22، وأكثر من 22 حتى 25 بدلالة إحصائية لصالح المجموعة الأصغر سناً. كما اتضح وجود فروق بين المجموعتين أكثر من 20 حتى 22، وأكثر من 22 حتى 25 لصالح المجموعة الأصغر سناً أيضاً، أي أنه كلما انخفض عمر المبحوث كلما زاد الاتجاه الإيجابي نحو المواقع الصحفية وكلما ارتفع العمر كلما انخفض الاتجاه الإيجابي.

- ومن العرض السابق يكون قد ثبت صحة الفرض الخاص بوجود فروق دالة إحصائية بين اتجاه المبحوثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية وفقاً للمتغيرات الديموجرافية للعينة (النوع، العمر، نوع التعليم) ورفضه لدى متغيرات (مستوى الدخل، محل الإقامة).

الفرض الثاني :- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع تعرض المبحوثين للمواقع الصحفية الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية.

- جدول رقم (19) معامل ارتباط بيرسون بين دوافع تعرض المبحوثين للمواقع الصحفية الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية. ن = 400

دوافع تعرض المبحوثين للمواقع الصحفية الإلكترونية		متغير مستقل	متغير تابع
مستوى الدلالة	معامل بيرسون		
.021	0.676	اتجاهات المبحوثين نحو التزام المبحوثين بالمسؤولية المهنية	

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين دوافع تعرض المبحوثين للمواقع الصحفية الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية بلغت 0.676 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من 0.05 ، مما يعني وجود علاقة طردية متوسطة الشدة بين المتغيرين محل الدراسة أي انه كلما تعددت دوافع تعرض المبحوثين للمواقع الصحفية الإلكترونية ، زاد اتجاههم الإيجابي نحوها والعكس مما يؤكد على صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع تعرض المبحوثين للمواقع الصحفية الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية.

الفرض الثالث : توجد علاقة ارتباطية بين رؤية المبحوثين مدى التزام المواقع الصحفية بالقيم الاجتماعية واتجاهاتهم نحوها .

#### - جدول رقم (20)

معامل ارتباط بيرسون بين رؤية المبحوثين مدى التزام المواقع الصحفية بالقيم الاجتماعية واتجاهاتهم نحوها . ن = 400

رؤية المبحوثين مدى التزام المواقع الصحفية بالقيم الاجتماعية		متغير مستقل متغير تابع
مستوى الدلالة	معامل بيرسون	
0.014	0.781	اتجاهات المبحوثين نحو التزام المبحوثين بالمسؤولية المهنية

يتضح من بيانات الجدول السابق :

أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين رؤية المبحوثين مدى التزام المواقع الصحفية بالقيم الاجتماعية واتجاهاتهم نحوها قد بلغت 0.781 وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.01 مما يؤكد وجود علاقة طردية قوية بين رؤية المبحوثين مدى التزام المواقع الصحفية بالقيم الاجتماعية واتجاهاتهم نحوها ، فكلما ارتفع تقييم المبحوثين لمستوى الالتزام الخاص بالمواقع الصحفية زاد اتجاهه الإيجابي نحوها وكلما انخفض مستوى الالتزام من وجهة نظر المبحوث أصبح اتجاهه نحو المواقع الصحفية أكثر سلبية .

مما يعني صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباطية بين رؤية المبحوثين مدى التزام المواقع الصحفية بالقيم الاجتماعية واتجاهاتهم نحوها .

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على مواقع الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية.

- جدول رقم (21)

- معامل ارتباط بيرسون بين درجة اعتماد الشباب على مواقع الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية.  
ن = 400

اعتماد الشباب على مواقع الصحف الإلكترونية		متغير تابع
مستوى الدلالة	معامل بيرسون	متغير مستقل
0.001	0.982	اتجاهات المبحوثين نحو التزام المبحوثين بالمسؤولية المهنية

يتضح من الجدول السابق:-

أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين درجة اعتماد الشباب على مواقع الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية بلغت 0.982 وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة أقل من 0.01 مما يؤكد وجود علاقة طردية قوية بين اعتماد المبحوثين على مواقع الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم الإيجابية نحوها ، أي انه كلما زاد اعتماد المبحوث على مواقع الصحف الإلكترونية زادت اتجاهاته الإيجابية نحوها وكلما انخفضت درجة الاعتماد كلما انخفضت الاتجاهات الإيجابية نحو تلك المواقع. مما يؤكد صحة الفرض الخاص بوجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على مواقع الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية.

الخاتمة:

- قامت الباحثة بإجراء دراسة مسحية لمعرفة اتجاهات الشباب الجامعي نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية.
- استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي لعينة من الجمهور قوامها 400 مفردة، وتنتمي الدراسة لحقل الدراسات الوصفية. وقد اعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية. وبالاعتماد على منهج المسح الإعلامي للجمهور، ومن خلال الإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فروضها تؤكد نتائج الدراسة الحالية عدة مؤشرات:

- أن معيار تبحر المواقع الإلكترونية عن الحقيقة في تقديم الأخبار جاء في مقدمة المعايير من وجهة نظر العينة، يليها تحترم خصوصية الأفراد والمسؤولية الاجتماعية ومراعاة المصالح الشخصية للجمهور، يليها تعرض الأخبار دون تحيز.
- أما عن التزام المواقع الإلكترونية بالمسؤولية تجاه المجتمع فقد حاز معيار تسهم مواجهة الصحفية في تعميق حرية الاختيار، وتنمى المواقع الصحفية روح الولاء والانتماء كأهم المعايير التي يفضلها المبحوثون.
- أما من حيث اعتماد العينة على مواقع الصحف الإلكترونية تبين اعتماد نسبة كبيرة من المبحوثين عليها بدرجة متوسطة.
- أما عن التزام المواقع الإلكترونية بالقيم المجتمعية، فقد جاء معيار راعت في تغطيتها الحفاظ على سرية المعلومات التي يؤدي كشفها إلى الضرر بأمن المجتمع، تراعي تحقيق المسؤولية الاجتماعية نحو المجتمع في الترتيب الأول يليها عكست الكثير والقيم وأساليب الحياة التي يعيشها المواطن المصري بصورة واقعية.
- أما عن التزام المواقع الإلكترونية بالمسؤوليات الاجتماعية في ممارسة عملها، فقد أكد غالبية المبحوثين على التزامها بدرجة متوسطة بالمسؤولية الاجتماعية في ممارسة عملها.
- أما عن أسباب تجاوز بعض المواقع الصحفية أخلاقيات المهنة فقد أكد غالبية على المنافسة حول السبق الصحفي كأهم عامل، ثم اختصار الصحفي للمهمة، عدم التزامها بسياسة تحريرية مواتية للنظام، صعوبة الحصول على معلومات وعدم وجود قانون يضمن حق الوصول إليها.
- أما عن النتائج المترتبة على عدم التزام المواقع الصحفية بالمسؤولية المهنية من وجهة نظر العينة، فقد جاء عدم ثقة الجمهور بها في الترتيب الأول ثم غياب الحقيقة، غياب النزاهة الإعلامية، غياب دور الإعلام في المجتمع، زيادة العزلة الاجتماعية.
- أما عن الإجراءات التي يمكنها مساعدة المواقع الصحفية من وجهة نظر العينة فقد جاء تضمين المزيد من المقررات الدراسية الخاصة بأخلاقيات المهنة لطلبة الإعلام، وجود قانون يضمن حق الوصول للمعلومات، وضع كل مؤسسة بميثاق شرف داخلي يضبط السياسة التحريرية.

- ثبت صحة الفرض الأول الخاص بوجود فروق داله إحصائيًا بين اتجاه المبحوثين من الشباب نحو التزام المواقع الصحفية الإلكترونية بالمسؤولية المهنية وفقًا للمتغيرات الديموجرافية للعينه (النوع، العمر، نوع التعليم) ورفضه لدى متغيرات (مستوى الدخل، محل الإقامة).
- ثبتت صحة الفرض الثاني الخاص بوجود علاقة ارتباطية داله إحصائيًا بين دوافع تعرض المبحوثين للمواقع الصحفية الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية.
- ثبتت صحة الفرض الثالث الخاص بوجود علاقة ارتباطية بين رؤية المبحوثين لدى التزام المواقع الصحفية بالقيم الاجتماعية واتجاهاتهم نحوها.
- ثبتت صحة الفرض الرابع الخاص بوجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الشباب على مواقع الصحف الإلكترونية واتجاهاتهم نحو التزامها بالمسؤولية المهنية.

#### توصيات الدراسة:

- على القائم بالاتصال في الصحف الإلكترونية مراعاة الصدق والدقة والموضوعية والالتزام بالمسؤولية المهنية عند النشر.
- أهمية أن تتضافر الجهود الأكاديميين والصحفيين والنخبة من أجل الحفاظ على أخلاقيات المهنة.
- إجراء المزيد من البحوث حول المسؤولية المهنية في صحافة المواطن.

- (1) آية نبيل حمزة عبد الفتاح حمادة: معالجة صحافة المواطن للقضايا الصحفية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2019.
- (2) نسمة سليمان وهبة: دور المواقع الإلكترونية في ترتيب أولويات الجمهور المصري نحو القضايا المحلية، دراسة تطبيقية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2019.
- (3) ياسر محمد أحمد عبد الرازق غنيم: أطر معالجة المواقع الإلكترونية لأحداث كأس العالم 2018 "دراسة تحليلية مقارنة لعينة من المواقع العربية والأجنبية"، رسالة ماجستير غير منشورة، 2018.
- (4) محمد علي أحمد عبيد: دور الصحافة الإلكترونية الليبية في تشكيل معارف واتجاهات الشباب الليبي نحو قضايا الإرهاب، دراسة تحليلية وميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017م.
- (5) مريم محمد أحمد الشهاوي إبراهيم: دور الصحافة الإلكترونية المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو العلاقات المصرية الأمريكية بعد ثورة 30 يونيو، دراسة ميدانية، ماجستير غير منشور، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017م.
- (6) سلمى السيد أحمد المرسي الشعراوي: دور الصحافة الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضيتي الوحدة الوطنية وثقافة المواطنة، دراسة ميدانية، ماجستير غير منشور، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2015.
- (7) محمد حامد موسى لبد: اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا المحلية، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، 2014م.
- (8) محمد لبد: اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم نحو القضايا المحلية رسالة ماجستير غير منشورة، غزة، الجامعة الإسلامية، كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2014م.
- (9) حمادة غريب المصري: اتجاهات الشباب الجامعي الكويتي نحو الصحافة الإلكترونية "رسالة ماجستير غير منشور، كلية إعلام جامعة الشرق الأوسط 2011م.
- (10) Sanders, D. & Merrison – Shetlar, A., **Student Attitudes to Ward Web, Enhanced Instruction in an course**, Journal of Research on Computing in Education, 33 (3), 2001, p. 251-263.
- (11) Sherman, Ro End, C; Kraan, E; Cole, A; Campbell, J; Birchneier Z. & Klaunsner, J., **The Gender Gap Among College Students: Forgotten But Nor Gone**, Cyber Psychology & Behavior, 3 (5), 2000, p. 885-894.
- (12) سامي علي مهنى: البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي، المفاهيم والصواب، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد8، العدد الأول، 2019.

- (13) مجدي الداغر عبد الجواد: اتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية في مصر بعد 30 يونيو 2013م، **حواليات الآداب والعلوم الاجتماعية**، جامعة الكويت، الحولية 38، الرسالة 479، 2017م.
- (14) دراسة حسنية بوشايخ: بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة، **مجلة رؤى استراتيجية**، مركز الإمارات للدراسات السياسية والاستراتيجية، عدد إبريل، 2014، ص 23.
- (15) رحيم فريد: أخلاقيات الإعلام الجديد، دراسة تحليلية على عينة من العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية، **مجلة آداب الفراهيدي**، العدد الثاني، كانون، 2014، ص 61.
- (16) شريف درويش: **الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد** 2014، رؤى استراتيجية، العدد 7، يوليو 2014.
- (17) عبد الكريم الديبس: **المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية**، دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية وجلة دراسات الاتصال والتنمية، بيروت، العدد 5، 2012م.
- (18) قيس سعود البدر: مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الشرق الأوسط، 2012م.
- (19) Werkers, E., Valcke, P., Paulussen, S., Geansd and Vandenbrande, K., **Ethics and Right for Online Journalists: Inseparable and Obligatory?**, CUK, Luton: **International Journalism Conference**, Centre for International Media Analysis, 2008.
- (20) Peach, Garry: Writing In Solidarity, Steps to Ward an Ethic of Care for Journalism, **Journal of Mass Media Ethics**, Vol. 12, No. 2 & 3, 2006, p. 144-155.
- (21) Ward, Stephen, J. A., **Philosophical Foundations for Global Journalism Ethics**, **Journal of Mass Media Ethics**, Vol. 20, No. 1, 2005, p. 3-29.
- (22) Osborn Bradle, **Ethics and Credibility in Online Journalism**, United States: Tennessee, The University Memphis, 2001.
- (23) حسام الدين محمد: **المسئولية الاجتماعية للصحافة**، ط، القاهرة، الدار المصرية للطباعة، 2003، ص 217.
- (24) ليلي عبد المجيد: **تشريعات الصحافة في الوطن العربي، الواقع وآفاق المستقبل**، ط1، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، 2001م، ص 14.
- (25) Dennis Magueil, **Mass Communication Theory, An Introduction**, 3<sup>rd</sup> ed, London, Sage pn & lication, 2000, 12-126.
- (26) حسني محمد نصر: **مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل والوسائل**، ط3، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2009م، ص 269.
- (27) Johnic, C., Merrill, **Three Theories of Press Responsibility and The Advantages of Plurolistic Individualism**, Tn, Deni Elliott (ed), **Responsible Journalism**, Beverly Hills: Sage Publication, 1986, p. 47-59.
- (28) حسن عماد مكايي: **أخلاقيات العمل الإعلامي**، دراسة مقارنة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص 168.
- (\*) أسماء السادة المحكمين:

- 1- أ.د/ سامي السعيد النجار: أستاذ الصحافة جامعة المنصورة.
- 2- أ.د/ شريف درويش اللبان: أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 3- أ.د/ محمد معوض: أستاذ الإعلام معهد الدراسات العليا للطفولة.
- 4- أ.د/ رضا عبد الواحد أمين: أستاذ الصحافة كلية الإعلام جامعة الأزهر.
- 5- أ.م.د/ محمد عتران: أستاذ العلاقات العامة المساعد كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- 6- أ.م.د/ مني طه محمد: أستاذ الصحافة المساعد كلية الآداب قسم الإعلام جامعة المنصورة.
- (29) جورج صدقة: الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، ط، بيروت، برنامج دعم الأبحاث العلمية في الجامعة اللبنانية، 2008، ص14.
- (30) سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، ط2، القاهرة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2005م، ص79.
- (31) محمد سعيد إبراهيم: أخلاقيات الإعلام والإنترنت، ط1، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، 2007م، ص27.
- (32) Keeble Richard , **Ethics for Journalist**, London, Roatedge , 2001, p. 14.
- (33) Straubnar Joseph & Lafose Robert, **Media New: Communications Media in The Information Ag. Be**, Mond Wads Worth Thomson Learning, 2002, p. 510.
- (34) فتحي عامر: علم النفس الإعلامي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2012م، ص121.
- (35) عباس محمود الحسن: الصحافة الاستقصائية مهنية البحث عن المتاعب والأخطاء، عمان، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، 2012م، ص59.
- (36) فتحي عامر: علم النفس الإعلامي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص120.
- (37) نعمات عثمان: الخبر ومصادره في العصر الحديث، بدون مدينة، دار المعرفة الجامعية، ط1، 2008، ص120.
- (38) جون هاتلينج: أخلاقيات الصحافة، ترجمة كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص82.
- (39) أحمد موسى قريعي: ضمير الصحافة، القاهرة، 2008، ص67.
- (40) ربيع ياسين التكريتي: علم النفس الاجتماعي، دار الوفاء، الإسكندرية، ط1، 2011، ص133-134.
- (41) وديع ياسين التكريتي: علم النفس الاجتماعي، دار الوفاء، الإسكندرية، ط1، 2011م، ص133-134.
- (42) سامي محسن الخاتنه، فاطمة عبد الرحيم النوايسة: علم النفس الاجتماعي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011م، ص15.
- (43) كامل علوان الزبيدي: علم النفس الاجتماعي، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص118.
- (44) سلمى السيد أحمد المرسي الشعراوي: دور الصحافة الإلكترونية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضية الوحدة الوطنية وثقافة المواطنة، دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2015.
- (45) Word, Stephen, J. A., **Philosophical Foundations for Global Journalism Ethics, Journal of Mass Media Ethics**, Vol. 20, No. 1, 2005, p. 3-25

- (46) Peach, Garry, Writing In Solidarity, Steps to Warden Ethic of Care for Journalism, **Journal of Mass Media Ethics**, Vol. 12, No. 283, 2006, p. 144-155.
- (47) Wekers, Evalicks, P. Panlussen, S., **Geansd and Right for Online Journalist**: in Separate and Obligatory. .
- (48) Osbory Bradley, **Ethics and Credibility in Online Journalism United State**: Tennessee, The University, Memphis, 2001..