مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخـــل العـــدد

- تـأثـيـر الإعـلان التليفـزيـونـي بالقنـوات الفضـائيـة العربيـة عـلى السلـوك الاستهـلاكـي للشبـاب الجـامـعـي . د . محمود عبد العاطي مسلم
- الـوسـائـل والأسـالـيـب الاتصـاليـة المستخـدمـة في حمـلات الانتخـابـات النيـابيـة البحـرينية عـام2010م . د. شعـيـب الغبـاشـي
- رؤية القائمين بالاتصال لتأثيرات التكنولوجيا الحديثة على العمل الإذاعي في المحطات الإذاعية المصرية العامة والمتخصصة . د. غادة حسام الدين محمـد
- استـخـدام الأطـفـال ذوي الاحتـيـاجـات الخـاصـة للإنـترنـت والاشبـاعـات المتـحققـة منهـا . د. ناصر محمود عبد الفتـاح
- صـورة المـرأه فـي وسـائـل الإعـلام العـربـيـة بعـد ثـورات الـربيـع الـعـربـي . د . هـالـة الطلحـاتـى
- اتـجـاهـات شبـاب الجـامعـة نحـو استخـدام مـواقـع التـواصـل الاجتمـاعـي ودورهـا في تـرويـج الشـائعـات . د. سكرة علي حسن البريدي
- دوافع استخدام الشباب السعودي للإنترنت والإشباعات التي تحققها دراسة ميدانية علي عينـة مـن طـلاب جامعة الحدود الشمالية . د. محمد عبد البديع السيد
- معـالجـة الصحـف العربيـة لقيـم التسـامـح ونـشـر ثقافة التواصل مع الآخر دراسة تحليلية فى الفترة من 2011 إلى 2012. د . مجـدى الـداغـر
- قضـايـا مشـاريـع التـخـرج لطـلبـة الإعـلام في جـامـعـة صنـعـاء دراسـة مسـحـيـة . د . عبد الباسط محمد الحطامي
- الخـطـاب الـديـنـي فـي الصـحـف الإسـلامـيـة فـي مصـر بعـد ثـورة 25 ينـايـر . د. عبد الحكـم أبو حطـب
- المسـئـوليـة الاجتمـاعيـة للـقـائـم بـالاتصـال تجـاه قضـايـا الـمـواطنـة . د.منال محمد أبو الحسن
- **Stereotyping Islam on You Tube:A User-Generated Perspective.** **DR.Marwa Basyouny**
- إشـكاليـة العـلاقـة بيـن الأدب والإصـلاح السياسي- الاجتمـاعي في مجلة (الأستاذ) لعبد الله النديم 1892- 1893م . د. رامـي عطـا صديق
- **Can Social Media Incite Political Mobilization?** **Dr. Eman Mosharaf**

العدد
الثامن
والثلاثون
يناير 2012

رقم الإيداع بدار الكتب
المصرية
6555

العدد الثامن والثلاثون
أكتوبر 2012 م

مجلة
البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة
أ.د . أسامة العبد
رئيس التحرير
أ.د . عبد الصبور فاضل
مديرا التحرير
أ.د . عرفه عامر
أ.د. محمود حماد

الإشراف الفني
أ.د . سامي الكومي

سكرتير التحرير
د. محمد أحمد هاشم

٢١ :٠

المراسلات: توجه المراسلات باسم الدكتور سكرتير التحرير على العنوان التالى : القاهرة ـ جامعة الأزهر ـ كلية الإعلام ت : 00225108256

السعر للنسخة الواحدة: داخل جمهورية مصر العربية 50 جنيها مصريا

هيئــة المحكميــن

أ.د : فـــــاروق أبـــو زيد
أ.د : علـــــى عجـــــوة
أ.د : انشـــراح الشـــــال
أ.د : مـــــــاجى الحلوانى
أ.د : منـــــــى الحديــدى
أ.د : عـــدلى رضـــــــا
أ.د : ســـــامى الشـــريف
أ.د : حســـن عمـــاد مكاوى
أ.د: أشـــــرف صـــــالح
أ.د : شريف درويش اللبان
أ.د : نجـــــــوى كـــامل
أ.د : شعبـــــــان شـــمس
أ.د : جمـــــــال النجـــار
أ.د : سليـــــمان صـــالح
أ.د : عبـــد الصبـور فاضـــل
أ.د : فـــــوزى عبـد الغنى
أ.د : محمـــــود إسمـاعيل

جميع الآراء الواردة فى المجلة تعبر عن رأى أصحابها ولا تعبر عن رأى المجلة

العـدد الثامن والثلاثون ـ أكتوبر 2012 م

المسئولية الاجتماعية

للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة

إعداد

د. منال محمد أبو الحسن

مشرف قسم الإذاعة

كلية الإعلام وفنون الاتصال بجامعة 6 أكتوبر

مقدمة :

تناولت العديد من الدراسات الإعلامية موضوع المسئولية الاجتماعية للإعلام وللقائمين بالاتصال؛ بهدف الوقوف على حدود الحرية المسئولة في الأداء الإعلامي والضوابط الأخلاقية للعمل المهني، والفرق بين حرية التعبير في إطار المواثيق الأخلاقية وحرية التعبير غير المسئولة، والأطراف المؤثرة على تحقيق المسئولية الاجتماعية، وتناول أيضا المتخصصون المسئولية الاجتماعية ووضعوا لها أطرًا تحفظ أمن المجتمع وسلامته من فوضى الحرية غير المنضبطة بالقيم المجتمعية الراقية التي تحفظ كيان ونسيج المجتمع الوطني، منها ما يتعلق بالإعلامي نفسه، ومنها ما يتصل بالسياسات، ومنها ما يتعلق بالمجتمع المدني، ومنها الرسمي وغير الرسمي ولكن جميعها في الأخير يهدف لدعم مشاركة الإعلام كقطاع جماهيري في تنمية المجتمع وتطوره وتحقيق أهدافه وسمو أخلاقه.

وفي ظل الوضع الإعلامي المصري من عدم وجود نقابة للإعلاميين تحفظ حقوقهم وتضع ميثاق شرف يعترف به الإعلاميون أنفسهم ويطبقونه بدافع ذاتي، وفي ظل التمهيد لوجود مؤسسات إعلامية قومية جديدة طبقا لدستور مصر الجديد، مثل المجلس الوطني للإعلام، والهيئة القومية للصحافة والإعلام، تقبل مصر على عصر إعلامي جديد شكلا ومضمونا يحتاج من الإعلاميين والأكاديميين العمل سويا لتحقيق أهداف الثورة المصرية، ما دفع الباحثة لدراسة المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة، سواء ما يتصل بالمرأة أو الطفل أو الأقباط أو العمال والفلاحين أو المواطنين بشكل عام، وذلك من خلال دراسة وصفية على عينة من القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة للوصول لنتائج توضح مجالات القضايا المتناولة، والأشكال الإعلامية التي تتناول جوانب المواطنة في وسائل الإعلام، والمعايير التي يتبعها القائم بالاتصال لتحقيق المسئولية الاجتماعية والمعوقات التي تقف أمام القائم بالاتصال لتحقيق المسئولية الاجتماعية.

الإطار الفكري للدراسة:

أ. المسؤولية الاجتماعية للقائم بالاتصال (المفهوم والمنطلقات):

1- **المفهوم**:

المسئولية الاجتماعية في المعجم الإعلامي لمحمد منير تعني: استعدادا يكتسبه الفرد يساعده على المشاركة مع الآخرين فيما يقومون به من عمل، والمساهمة في حل المشكلات التي يتعرضون لها، ويقبل الدور الذي أقرته الجماعة له، ويعمل على تنفيذه ومحاولة الانسجام مع الجماعة التي يعيش فيها، فهي شعور وإحساس الفرد تجاه الجماعة التي هو عضو فيها وأنها تعني عملا أو نشاطا هادفا في أي موقع أو بعد من أبعاد الحياة العامة.(26)

ويعرف أحمد المهدي المسئولية الاجتماعية بأنها تعني: مجموع استجابات الفرد الدالة على تعاطفه مع أفراد جماعته وعمله على فهم مشكلات الجماعة، وطرق حلها وإنجاز أهدافها وبذل قصارى الجهد في سبيل تحقيق أهداف المجتمع ورفع شأن الجماعة (11)

وفي المجال الإعلامي عرف عبد اللطيف حمزة المسئولية الاجتماعية للصحافة بأنها: المهام التي ينبغي أن تقوم بها الصحافة أمام المجتمع على أن يكون ذلك في إطار تمتع الصحافة بالحرية القائمة على المسئولية والمنهج الأخلاقي الذي حدده المجتمع والقانون (16).

وترى ليلى عبد المجيد أن المسئولية الاجتماعية للصحافة تعني ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من المواثيق التي تستهدف إقامة توازن بين حرية الفرد من ناحية ومصالح المجتمع من ناحية أخرى، أي تقوم على مبدأ الحرية المسئولة. (21).

2- المنطلقات النظرية والفكرية للمسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام:

يلخص ماكويل، 2005 *McQuail, Denis* (34) المباديء الأساسية لنظرية المسئولية الاجتماعية على النحو التالي:

- على وسائل الإعلام قبول الوفاء بالتزامات معينة تجاه المجتمع.
- تقوم وسائل الإعلام بالوفاء بالتزماتها تجاه المجتمع من خلال وضع معايير مهنية عالية تقوم على أساس الصدق والدقة والموضوعية والتوازن.

- يجب على وسائل الإعلام أن تقوم بعملية تنظيم ذاتي في إطار القانون والمؤسسات القائمة.

- تلتزم وسائل الإعلام بتجنب المضمون المحتوي على الجريمة والعنف والاضطرابات المدنية أو إلحاق الضرر بالأقليات.

- تعكس وسائل الإعلام بشكل عام التعددية وتنوع المجتمع مما يتيح عرض وجهات النظر المختلفة ويتيح حق الرد.

- للمجتمع والجمهور الحق في أن يتوقعوا الحصول على مستويات عالية من الأداء الإعلامي، ويمكن أن يكون التدخل مبررًا لتأمين الصالح العام.

- على الصحفيين والإعلاميين أن يكونوا مسئولين أمام المجتمع بالإضافة إلى أصحاب العمل، والسوق.

وتوجد ثلاثة أطر توضح الأبعاد الرئيسية للمسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تشتمل على البعد الاجتماعي والبعد المهني والبعد الأخلاقي. ويقصد بالبعد الاجتماعي ما يجب أن تقدمه وسائل الإعلام للمجتمع من منطلق وظائفها الأساسية في الجوانب السياسية والتعليمية والثقافية والاقتصادية وهي تتضمن العديد من العناصر، منها في الجانب السياسي: الالتزام بالمقومات الأساسية للمجتمع، والحفاظ على الحريات والحقوق والواجبات العامة، وفي الجانب التعليمي حق التعليم ومجانيته، وفي الجانب الثقافي حرية البحث العلمي والإبداع الأدبي والفني والثقافي، وفي الجانب الاقتصادي حق العمل ونصيب المواطن في الناتج القومي (13) في حين يتصل البعد الأخلاقي بمعايير الأداء المكتوبة وغير المكتوبة التي ينبغي أن توجه أسلوب العمل في وسائل الإعلام المعاصرة، وهي تشمل المعايير الأخلاقية للأفراد والمواثيق الأخلاقية ومجموعة التشريعات التي تحكم نظم وسائل الإعلام (15).

ويشتمل البعد الأخلاقي على عدد من البنود الأساسية التي تتعلق باحترام حق الخصوصية، والحفاظ على الطابع الأصيل للأسرة المصرية، وحماية الأمومة والطفولة، ورعاية النشء والشباب، وحماية الأخلاق العامة والقيم الدينية، واحترام الكرامة الإنسانية للفرد، واحترام حق الأفراد في الرد على ما ينشر عليهم يتصل البعد المهني بالقيم المهنية الواجب مراعاتها في العمل الإعلامي أي السلوكيات التي ينبغي أن يلتزم بها الإعلاميون لتحقيق مباديء المسئولية الاجتماعية والأخلاقية (12).

وعلى مستوى التخطيط الاستراتيجي تتناول المسئولية الاجتماعية بالخطة الإعلامية لاتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري(4) : (ديمقراطية الإعلام ونشر ثقافة الحوار واحترام الرأي والرأي الآخر وإبراز هوية مصر الثقافية بروافدها التاريخية ودورها الحضاري وتعاظم هذا الدور بعد ثورة 25 يناير وتوضيح الثقافة العربية للعالم للتعرف على تراثنا. ومن السياسات المحققة للأهداف الاستراتيجية تطبيق سياسة الإعلام الحر الديموقراطي.. ذي المسئولية المجتمعية. والمساهمة في محاربة الفساد بكل صوره وأشكاله في إطار ميثاق الشرف الإعلامي، ودعم منظومة القيم العربية والانفتاح على العالم المعاصر. والارتقاء بالرسالة الإعلامية بما يحقق التفاعل الحر والخلاق مع الجماهير المستهدفة ويلبي احتياجاتهم داخليا وخارجيًا. وتجويد الإنتاج الإعلامي المصري والحرص على تميزه شكلا ومضمونا. وإلقاء الضوء على المسئولية الاجتماعية ودور المنظمات الدولية للقضاء على الفقر، وإبراز دور الدولة الداعم لحقوق الإنسان في مصر والعالم وتأكيد الهوية المصرية والانفتاح على العالم الخارجي.

ب-المواطنة (المفاهيم والرؤى):

يتم تناول هذا الجزء من خلال التعرض للمفاهيم والرؤى التي تتميز بالوحدة والتنوع حيث تدور حول عناصر الحقوق والواجبات، الجماعة الوطنية، والجسد الاجتماعي والجسد المجتمعي، والدولة، والمنظومة الدستورية والدولية.

أصبح مفهوم المواطنة يواجه بالعديد من الإشكاليات والتحديات والرهانات السياسية، والتي يمتد تأثيرها على مدى التمتع الكامل بالحقوق والواجبات المرتبطة بهذه المكانة(8).

من التعريفات الكلاسيكية للمواطنة تعريف هوبز *Thomas Hobbes* بأنها الحماية التي تكفلها سلطة الدولة للفرد. ويعرف روسو *Rousseau* المواطن كعضو في مدينة تمثل الجسد الاجتماعي المشترك، تفقد خلاله الشخصية الفردية، لتتشكل كنتاج لهذه الكينونة السياسية المشتركة (*Turner,bruan,p19*) (35) ولم تستعمل كلمة الوطن في اللغة العربية بمعنى الدولة إلا في العصر الحديث. إن فكرة المواطنة برزت على صورة أكثر وضوحًا لدى سعد زغلول الذي أجمع المؤرخون على أنه قال لجورج بك خياط حين سأله عن مركز الأقباط إذا انضموا إلى الوفد قال سعد...اطمئن.. لهم ما لنا من الحقوق وعليهم ما علينا من الواجبات على قدم المساواة (29) يختلط مفهوم المواطنة بالوطنية والتي هي (ظاهرة نفسية اجتماعية مركبة) تدور حول الشعور الفردي والجماعي بالانتماء للجماعة الوطنية بينما المواطنة محورها الفرد من حيث هو عضو مشارك في الجماعة الوطنية وفي الدولة، وهو بهذه الصفة خاضع لنظام محدد من الحقوق والواجبات. كما تعد مفهوما متعدد الجوانب: القانونية والدستورية، والاجتماعية، والاقتصادية، والاتصالية السياسية، وكل ذلك يجعل منها مفهوما إطاريا (يمثل

وحدة التحليل الأساسية) في دراسات النظرية السياسية المعاصرة ويرى حامد عبد الماجد أن المواطنة ليست كما يذهب البعض هي (الولاء للدولة) بل العكس هي الاشتراك في ملكيتها، فالمواطن هو الشريك الثاني في الدولة (10).

ويعرفها آخرون بأنها تعني العضوية الكاملة والمتساوية في المجتمع، بما يترتب عليها من حقوق وواجبات، وهو ما يعني أن كافة أبناء الشعب الذين يعيشون فوق تراب الوطن سواسية بدون أدنى تمييز قائم على أي معايير تحكمية مثل الدين، أو الجنس، أو اللون، أوالمستوى الاقتصادي، أو الانتماء السياسي والموقف الفكري.(19) وهناك من يرى أنها أساس عملية الاندماج الوطني، وحجر الزاوية في بناء الدولة الوطنية الحديثة، التي تشكل الإطار السياسي والقانوني الذي تمارس فيه حقوق المواطنة وواجباتها (22) وفي النظرية السياسية تفترض وجود عدد من المؤسسات السياسية كالدولة المركزية، ونظام للمشاركة السياسية، ومؤسسات تعليمية، ومؤسسات مختلفة تتبع الدولة للمحافظة على حرية المواطن*Turner,bruan,S، p107 (35)* . وتعد المواطنة تعبيرا عن وضعية أو حالة حقوقية *As Legal Status*)) تفصح عنها الوثائق القانونية والدستورية متضمنة مجموعة من الحقوق والواجبات " *As Right and Obligation*" تمثل جسد المواطنة من الناحية المعرفية والنظرية، لذلك فإن المواطنة المصرية وضعية يحددها الدستور والقانون المصري الذي يحتوي على منظومة " حقوق المواطن المصري وواجباته"، وأنماط علاقته بالسلطة وتكويناتها المختلفة، ثم هناك منظومة المواثيق الدولية التي استقبلها التشريع المصري بعد الموافقة والتصديق عليها..، وتمثل هذه الوضعية جانبا أساسيا من مفهوم مناخ المواطنة المصرية، ولكن تشكيلها لهذا المناخ يتوقف على تحولها عبر الكثير من الوسائل إلى مجموعة من الإدراكات والصور العامة التي ينتشر الوعي بها بين المواطنين ويتفاعلون معها على هذا المستوى، كما يسهم في ذلك – بمنطق معاكس- قانون وحالة الطواريء المطبقة في البلاد، والقوانين الاستثنائية والمقيدة لحريات المواطنين وحقوقهم الإنسانية الأساسية (10) وقد وضعت أميمة عبود ثلاث محاور لمفهوم المواطنة لتربط بين القيم الثقافية والاجتماعية والسياسية مع محور احترام حقوق الإنسان ومحور الإصلاح الاقتصادي والعدالة الاجتماعية.

فالمحور الأول يمثل إصلاح القيم الثقافية والاجتماعية والسياسية: أي علاقة المواطن بالديموقراطية والمساواة في الحقوق المدنية والسياسية حيث تضع الديموقراطية الضمانات التي تسمح بالتغيير والتطوير المستمر نحو الوصول إلى أوضاع أفضل مع ضمان حد أدنى من حماية الحقوق الفردية دون تعريض لها، من أجل ضمان تحقيق الحرية والمساواة.

والمحور الثاني يتمثل في احترام حقوق الإنسان: ويطرح مفهوم المواطنة كنتيجة منطقية لاحترام حقوق الإنسان وما يلزم عنها. ويؤكد هذا المحور على وجوب المساواة بين المواطنين بصرف النظر عن دياناتهم أو جنسهم فلا فرق بين مسلم وغير مسلم، ولا بين رجل وامرأة فيما يتمتع به كل منهما من حقوق وواجبات في ظل الدولة الحديثة.(8) ومحورالإصلاح الاقتصادي والعدالة الاجتماعية: فالعدالة الاجتماعية تحتاج سياسة هادفة في إطار نظام السوق فنظام السوق يحتاج إلى سياسات تكميلية لتحقيق العدالة الاجتماعية (8) أما حامد عبد الماجد فيؤكد على الجانب السياسي حيث يرى أنها تعد تعبيرا عن علاقة سياسية بين المواطنين الذين يمثلون " الجسد المجتمعي " ومجموعة الهياكل والأبنية السياسية " للدولة " تجسدها سلطتها الحاكمة،

وتترجم هذه العلاقات التزامات محددة من قبل الطرف الأول تتمثل في صور من الأفعال والأنشطة والمشاركة السياسية المختلفة "*As political activities*" تقوم بها في إطار الطرف الثاني الأبنية والهياكل التي تستوعب ذلك قياما بوظائفها، وتحقيقا لغايتها، وبالتالي يمكن القول بأن المواطنة المصرية في هذا المستوى تتمثل في تلك الأفعال والأنشطة السياسية التي يقوم بها المواطن عبر مشاركته في المجال العام والسياسي، كما أن هذه تمثل جانبا أساسيًا من مناخ المواطنة المصرية، ولكن تأثيرها في تشكيل هذا المناخ يتمثل في مدى مقدرة المواطنين على تحويل العلاقة بما تتضمنه من التزامات سياسية محددة إلى أنشطة وأفعال ومشاركة سياسية، وكون السلطة الحاكمة بممارستها قد تشكل عائقا أو دافعًا للقيام بهذه الأنشطة والأفعال السياسية. (10).

الدراسات السابقة :

تم تناول الدراسات السابقة من خلال محورين هما المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال، والمواطنة ووسائل الإعلام المختلفة.

1- دراسات تتعلق بالمسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال:

تم تناول الدراسات السابقة للمسئولية الاجتماعية من خلال أبعادها وحدودها، والحرية والمسئولية، وأخلاقيات الإعلام، والقائم بالاتصال واتجاهاته. ففي دراسة أمال حسن الغزاوي عام 2009 (5) حول المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية اليومية في تناولها الأداء الحكومي جاء في مقدمة أساليب تشكيل الرأي العام في البرامج الحوارية نقل الأراء ووجهات النظر من الصفوة للجمهور. وفي دراسة لأحمد أحمد عثمان عام 2008 (1)حول حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسئولية الاجتماعية تبين أن مستوى الالتزام بأبعاد المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي كما عكسته برامج المشاركة بالراديو في تناولها للموضوعات المختلفة جاء متوسطا في تناول أغلبية هذه الموضوعات، كما تبين عدم وجود تعارض بين الالتزام بأبعاد المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي ومستوى ممارسة حرية التعبير بالسلب أو الإيجاب، وتبين وجود علاقة ارتباط إيجابية ضعيفة بين مستوى علاقة القائم بالاتصال بمستمعي هذه البرامج ومستوى ممارسة حرية التعبير فيها بالسلب والإيجاب. وبينت دراسة لأشرف جلال حسن عام 2008(3) حول حدود الحرية والمسئولية المهنية في أداء الشبكات الإخبارية الفضائية العالمية وجود فروق في مستوى الجودة الإخبارية راجعة لاختلاف القنوات، وذلك لصالح قناة الجزيرة، فيما يتعلق بالعناصر الثلاث للجودة، وهي عدم التحيز وعدم التشويه والتوازن الإخباري، كما تبين وجود فروق معنوية في المستويات العمرية والنوع والديانة في المعرفة والاتجاه نحو أداء القنوات في التغطية الإخبارية. كما بينت دراسة لنفس الباحث عام 2005 (2) أجريت على 400 مفردة، مقارنة لبرامج الرأي في الفضائية الأولى والثانية مقارنة بدريم والمحور حول العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة وجود علاقة ارتباطية بين التعرض لبرامج الرأي وزيادة الاتجاه نحو تبني الآراء ووجهات النظر التي قدمت في القنوات الخاصة، وتبين من دراسة لأميرة سمير عام 2008(6). حول التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة في إطار المسئولية الاجتماعيةأجريت على 401 مفردة من الجمهور المصري أن القنوات الفضائية والعربية الخاصة تمارس دورا إيجابيا يتمثل في زيادة المعرفة السياسية

والاهتمام السياسي والثقافة السياسية كما ان لها تأثيرات سلبية تتعلق بتقليل الفعالية السياسية الداخلية في حال الاعتماد على القنوات المصرية والعربية الخاصة ووجود تأثيرات سياسية إيجابية لهذه القنوات في أنها تراعى حدود مسئوليتها الاجتماعية أحياناً وتحاول توسيع قاعدتها الجماهيرية على حساب مبادئ المسئولية الاجتماعية. وبينت نتائج دراسة لأميرة محمد إبراهيم النمر عام 2008(7). حول شريط المحادثة على القنوات الفضائية العربية والضوابط الأخلاقية والمسئولية المهنية أن القنوات الفضائية العربية تلعب دورًا سلبيا من خلال خدمة الرسائل بشكل يهدم مفهوم المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام. وفي دراسة حول أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصري لحازم أنور محمد عام 2008(9) تبين أن السلبيات المتعلقة بالفضائيات العربية الخاصة من وجهة نظر المبحوثين تمثلت في عرض مشاهد مثيرة وخليعة تخدش الحياء العام للأسرة المصرية والعربية ثم تحقيق الربح المادي وجذب المعلنين، وأن الفضائيات العربية الخاصة في ممارستها لعملها تقدم درجة مرتفعة من الالتزام بأخلاقيات المهنة بنسبة 9.12% كما يراها الجمهور في مقابل 69% يرون انها تقدم درجة منخفضة من الالتزام بأخلاقيات الإعلام.

وبينت نتائج دراسة لعزة مصطفى الكحكي عام 2008 (18) بعنوان حدود الحرية والمسئولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية أن 81.4% من عينة القائمين بالاتصال أن ممارسة الحرية الإعلامية لا يحول دون مراعاة المسئولية الاجتماعية والأخلاقية للمهنة مقابل 12.7% يؤكدون تعارض تنفيذ المسئولية الاجتماعية مع الحرية الإعلامية، وتبين ارتفاع مستوى الشعور بالمسئولية الأخلاقية حيث وجد 81.4% من العينة أن احترام حق الجمهور في الرد له أهمية كبيرة في الممارسة المهنية ويليها ممارسة الحرية في حدود المسئولية المهنية بنسبة 80.4% . وفي دراسة لفوزية عبد الله آل على عام 2003(20) حول دور القائم بالاتصال في تبني البرامج الحوارية التليفزيونية لمسئوليتها تجاه المجتمع في دولة الإمارات بينت النتائج أن حوالي 78% من العينة للقائمين بالاتصال رأت أن أبعاد المسئولية الاجتماعية للبرامج يجب أن تركز على المشكلات، ورأت 80% أن تأثير البرامج الحوارية على قيم الأسرة الإماراتية يؤثر سلبا على المستوى الإجمالي. وبينت نتائج دراسة نرمين زكريا خضر عام 2008(27) حول اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية في الألفية الثالثة أن نمط ملكية الصحافة غير مؤثر على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية، وتبين انخفاض نسبة القائمين بالاتصال الذين اطلعوا على ميثاق الشرف الصحفي حوالي ربع حجم العينة (100 مفردة من العاملين بالأهرام والوفد والمصري اليوم) وتمثل مفهوم المسئولية الاجتماعية من وجهة نظر العينة في الالتزام بأداب وأخلاقيات المهنة، وتقديم المصلحة العامة على الشخصية، ثم الدقة والموضوعية واحترام القاريء.

وفي بحث أجري على 100 مفردة من ذوي الرأي والاختصاص في الإعلام والاجتماع والتربية والإسلام والتشريع والقانون لصابر سليمان عسران عام 2005(14) بعنوان الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة جاءت في الترتيب الأول للضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة معيار مراعاة قيم المجتمع وأخلاقياته بنسبة 8.18% ثم معيار الوعي بمتغيرات العصر بنسبة 6,7% ثم الثقافة العامة والصدق في نقل الأحداث والموضوعية الإخبارية والعمل على حماية المجتمع وأمنه والصبر ومجهادة النفس

وتحمل مشاق العمل الإخباري، كما بينت النتائج أن الضوابط الأخلاقية اللازمة لعمل القنوات الفضائية العربية الغنائية الخاصة هي إحياء دور الدين في النفوس وتعميق القيم الأخلاقية، وتمثلت الضوابط القانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الفضائية الخاصة في فرض عقوبات قانونية على القنوات التي تعرض أغاني إباحية وتطبيق القوانين التي تحفظ حياء المجتمع.

وبينت دراسة تطبيقية لعادل عبد الغفار(15) على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم 2 طبق فيها الباحث استمارة تحليل مضمون خلال شهر يناير 2003 لقناة دريم 2، تركيز برامج الرأي على أبعاد المسئولية الاجتماعية نحو المجتمع بنسبة 98,4% في حين يضعف الاهتمام بأبعاد المسئولية الاجتماعية نحو كل من الفرد والدولة، حيث لم تتطرق 72.6% من حلقات البرنامج إلى الموضوعات التي تتصل بالمسئولية الأخلاقية نحو الأفراد كما تبين وجود اختلافات في درجة الالتزام الأخلاقي في إدارة الحوار والمسئولية المهنية في إعداد برامج الرأي وفقا لاختلاف القوالب الفنية لبرامج الرأي. وفي دراسة هبة أمين شاهين عام 2003(28) بعنوان أخلاقيات العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية طبق البحث على عينة من 150 مفردة من القائمين بالاتصال باستخدام استبيان بالمقابلة بينت النتائج أن أول العوامل التي تؤثر على صنع القرار الأخلاقي لدى العينة هو دور رئيس العمل بنسبة 36.1% يليه سياسة المؤسسة بنسبة 29.5%، وبينت النتائج أن نسبة ما يلتزم به القائمون بالاتصال من مباديء اخلاقية كانت المصداقية بنسبة 26.9% والموضوعية بنسبة 19.8% والدقة بنسبة 11%. وبين محمد محمد البادي في بحثه حول الإطار التربوي لقضية الأخلاقيات المهنية في وسائل الاتصال الجماهيرية عام 1997(25). أن العاملين في وسائل الاتصال الجماهيرية يتعرضون لضغوط كثيرة لتحقيق التوازن منها الأخلاقيات الخاصة التي يتمسك بها كل فرد والمباديء الأخلاقية التي تضعها المؤسسة والمباديء الأساسية التي تفرضها أنظمة الاتصال والحدود التي يضعها الناس في كل مجتمع.

وفي بحث لمحمد حسام الدين محمود اسماعيل حول المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية من 1991-1994 (24) تبين ان الموضوعية الصحفية قيمة مهنية نسبية ولا يوجد توازن كامل في عرض الاحداث لم يثبت وجود علاقة بين الوعي بمفهوم الموضوعية وتطبيقه عمليا.

2- دراسات تتعلق بالمواطنة ووسائل الإعلام المختلفة:

يبين هذا الجزء كيفية تأثر الجمهور من وسائل الإعلام في ممارسة دوره كمواطن فعال ونشط واختلاف هذا الدور باختلاف استخدم الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة.

*Hattotuwa,*وفي دراسة بعنوان(من المشاهد النشط إلى المواطنة الإعلامية):
(32) تناول وسائل الإعلام في الريف الصيني لاختبار فكرة المواطنة من *Sanjana 2009* خلال الإجابة عن تساؤل كيف يمكن لوسائل الإعلام دعم الحقوق بين المواطنين؟ ولدراسة حدود وحركة المواطنة الإعلامية في الصين المعاصرة تم دراسة حالتين، الأولى: تتعلق بالشاب الذي ضرب حتى الموت كشكل من أشكال التعذيب داخل السجون، والثانية: موت الطفلة التي تركتها الشرطة وحيدة بالمنزل جوعًا بعدما اعتقلت أمها وبعد أن طلبت الأم من الشرطة ضرورة وجود أم بديلة للطفلة الصغيرة دون جدوى ومن خلال هاتين الحالتين تبين كيف تعامل المواطن الصيني

معهما وكيف تحول المواطن العادي من خلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة والإعلام الجديد إلى قضية تؤخذ في الاعتبار من خلال المناقشات الحادة على الإنترنت بين الشباب؛ حيث تم تحريك القضية للرأي العام وتحرك الحكومة لمواجهة الغضب الشعبي، وقد صاحبت التغيرات النوعية في الفكر السياسي الصيني تغيرات كمية أيضًا في السياسة الجماهيرية، حيث أصبح المواطن العادي على وعي بحقوقه ويستطيع أن يجاهد من أجلها باستخدام الإعلام الجديد وتكنولوجيا الاتصال وأصبح المواطن غير المنتمي لجماعات سياسية أو دينية قادرًا على أن يستخدم الإنترنت للكفاح من أجل الحصول على حقوقه كمواطن قومي.

وتناولت دراسة بعنوان المواطنة واستخدام وسائل الإعلام التقليدية والجديدة للترفيه والحصول على المعلومات *Bo Xie & Paul T. Jaeger2007* (30) معرفة السلوك الإعلامي وربط هذا السلوك بالتغيرات في اندماج المواطن بالمشاركة المجتمعية استخدمت الدراسة استبيان طُبق من خلال اختيار 3000 مستخدم من الولايات المتحدة عام 2005 كعينة بينت نتائج الدراسة أن استخدام الجرائد للترفيه له علاقة سلبية على استخدام الإنترنت في الحصول على المعلومات، وأن الأصغر سنًّا والأكثر تعليمًا والأيسر اقتصاديًّا أكثر استخدامًا لوسائل الإعلام الجديدة وهناك علاقة سلبية لاستخدامهم للتليفزيون والجرائد، وتوجد علاقة إيجابية بين استخدام الإنترنت من أجل الترفيه واستخدامه من أجل الحصول على المعلومات ومع زيادة استخدام التليفزيون للترفيه يقل استخدام الإنترنت للحصول على المعلومات ويقل الاهتمام بالسياسة وتقل المشاركة المجتمعية، بالنسبة للإنترنت في حالة الاستخدام بكثافة للمضمون الترفيهي؛ يقل من وقت الفرد في الحصول على المعلومات وفي قدرته على المشاركة السياسية والاجتماعية.

تناولت دراسة *Doris Graber, 2004* (31) دوريس جرابر حول البناء الاجتماعي والمواطنة التفاعل بين البناء الاجتماعي الذي يحدد سلوك النقاش أو التحاور للفرد داخل الشبكات الاجتماعية مثل: العمل والكنيسة والجماعات التطوعية، وطبيعة المناقشات والحوار غير المتفق مع أفكار الفرد واستخدام وسائل الإعلام الخبرية والمعلومات السياسية والمشاركة في العملية السياسية، وتم استخدام العديد من النماذج التي استخدمت في مجال الدراسات السياسية لاختبار العلاقة بين المتغيرات الاجتماعية ومستويات السلوك الفردية والتي يركز عليها علماء السياسة، وبينت النتائج التحليلية أن الإطار الاجتماعي الذي من خلاله يناقش الفرد الجوانب السياسية يمثل عنصرًا مهمًّا للمشاركة السياسية، وتمثل المناقشات من خلال الشبكات الاجتماعية التطوعية عنصرًا مهمًّا وإيجابيًّا في المشاركة في الأنشطة السياسية. و تختبر دراسة بعنوان الراديو الدولي والمواطنة الديمقراطية الراديكالية أجرتها مها الشناوي عام 1997-*MAHA EL SHINNAWY* (33)

كيف يستطيع المواطن ممارسة الديمقراطية من خلال المحطة الإذاعية على الإنترنت موضوع الدراسة، وكيف استطاع المواطن إدارة المحطة وإتاحة المجال والفرصة للتيارات المتعددة لممارسة حقهم ولعب دورهم كمواطنين، وبينت النتائج أن توفير جيلاً جديدًا من الإذاعات وأتاحت مجالاً أوسع للممارسة السياسية للمواطنين من خلال منتجات إعلامية بسيطة تعارض المنتجات الإعلامية المعارضة، وتنكر الوسائل الإعلامية التقليدية، كما تؤكد هذه

الدراسة على قدرة المواطن من خلال محطة الإذاعة على ممارسة حقوقه الديمقراطية التي حظرت على مستوى التطبيق الفعلي في كثير من المجالات ومنها إقامة راديو تجاري خاص بهم.

التعليق على الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد المشكلة البحثية، والعناصر التي سيتم التركيز عليها والخاصة بالقائم بالاتصال كعنصر أساسي في العملية الإعلامية المنوط به تحقيق المسئولية الاجتماعية، كما تم اختيار العينة من مستويات خبرة متعددة تراعي توضيح جانب القيادة داخل المؤسسات الإعلامية المختلفة، كما استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تصميم استمارة الاستبيان، والتساؤلات البحثية وخاصة ما يتعلق بالجوانب والأطراف المهمة التي تعيق وتؤثر على التزام القائم بالاتصال بالمسئولية الاجتماعية والفئات التي يمكن من خلالها تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال في موضوع المواطنة.

مشكلة البحث :

تحددت المشكلة البحثية في تقصي أبعاد وتطبيق المسئولية الاجتماعية من قبل القائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة وهو ما يشمل:

1- مجالات القضايا التي يتناولها القائم بالاتصال في وسائل الإعلام والقطاعات الجماهيرية المختلفة.

2- دور القائم بالاتصال في التعبير عن قضايا المواطنة وسبل تعزيزها من حيث الحقوق والواجبات والمسئوليات.

3- أشكال تناول جوانب المواطنة في وسائل الإعلام من وجهة نظر القائم بالاتصال.

4- المعايير التي يتبعها القائم بالاتصال لتحقيق المسئولية الاجتماعية من خلال عمله المهني تجاه قضايا المواطنة.

5- معوقات تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة.

أهمية موضوع البحث :

يتناول البحث موضوع المسئولية الاجتماعية الذي يطرح نفسه بشكل مكثف في الأوقات التي تظهر فيها أهميته لتحقيق التوازن المجتمعي بين فئات المجتمع المختلفة وقيام أعضاء المجموعة الاجتماعية بمهامهم تجاه الآخرين من واقع تخصصاتهم، ولكن في مجال الإعلام يبدو الأمر أكثر أهمية لتعامل الإعلامي مع الناس بشكل مباشر وغير مباشر من خلال قنوات الاتصال المختلفة الحديثة والتقليدية، وقد ظهر الاهتمام بالمسئولية الاجتماعية على الإعلام تجاه المجتمع بفئاته المختلفة في الغرب وتناوله المتخصصون في الإعلام ووضعوا له نظريات تضع أطرًا أخلاقية ومهنية ومجتمعية يجب على القائمين على هذه المهنة الالتزام بها إما في شكل تنظيم ذاتي أو في شكل مؤسسات مجتمع مدني أو في شكل قوانين ولوائح منظمة للعمل المهني الإعلامي. وتبدو أهمية الدراسة في هذا الإطار حيث تركز على القائمين بالاتصال أنفسهم أصحاب المهنة ، في الوقت الذي يعتبرون هم أنفسهم أيضًا من الجمهور المتلقين للرسالة الإعلامية من وسائل إعلام

أخرى، وقد يكونوا مصدرا للمعلومات يلجأ إليهم آخرون في نفس المهنة للحصول على المعلومة ما يوسع دائرة المسئولية الاجتماعية على هذه الفئة ويضع أمامهم العديد من التحديات. وقد تعاظم دور الإعلام المصري بعد ثورة يناير ليعيد تشكيل وصياغة الإعلام المصري شكلا ومضمونا بكافة أبعاده ليواكب متطلبات الثورة ويحقق أهدافها. الأمر الذي وجدت فيه الباحثة أهمية لدراسة هذه الأطر في منظومة القيم المجتمعية والأخلاقية والمهنية التي لا تنفك عن الأطر الحقوقية للإنسان وأهمها حق الإنسان كمواطن يعيش على أرض بلاده عزيزا مكرما. وتتناول الدراسة المواطنة من خلال ثلاثة جوانب أساسية تحقق التوازن في عضوية الفرد في المجتمع وتجعله جزءا لا ينفصل عن الآخر، بل نسيج متكامل متناسق متوازن هدفه الأسمى تحقيق رفعة بلده وريادتها قبل كل شيء، وهذه الجوانب هي الحقوق والواجبات والمسئوليات التي يجب أن يتحملها.

وقد ركزت الباحثة على جانب مسئولية القائم بالاتصال الاجتماعية تجاه قضايا المواطنة في وسائل الإعلام المختلفة من حيث مجالات القضايا التي يتناولها المتعلقة بالقطاعات الجماهيرية المختلفة، ودوره في تحقيق المواطنة من حيث الحقوق والواجبات والمسئوليات، والمعايير التي يتبعها القائم بالاتصال لتحقيق المسئولية الاجتماعية من خلال عمله المهني تجاه قضايا المواطنة وأهم معوقات تحقيقها، وتوضح الدراسة الاختلافات التي يمكن أن تنشأ في تحقيق المسئولية الاجتماعية باختلاف القائمين بالاتصال.

أهداف البحث:

الهدف الرئيس :

يهدف البحث إلى التعرف على دور القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة في تحقيق المسئولية الاجتماعية فيما يخص قضايا المواطنة .

أهداف فرعية :

1- معرفة مجالات القضايا الأكثر أهمية التي يتناولها القائم بالاتصال في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمطبوعة والإليكترونية

2- معرفة الفئات التي يركز عليها القائم بالاتصال في تناول جوانب المواطنة المتعلقة بالطفل، وبالمواطنين، وبالمرأة وبالعمال والفلاحين وبالأقباط.

3- معرفة دور القائم بالاتصال في تحقيق المواطنة من حيث الحقوق والواجبات والمسئوليات.

4- معرفة أشكال المنتجات الإعلامية المرئية والمطبوعة التي تتناول جوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال.

5- معرفة أهم المعايير التي يتبعها القائم بالاتصال لتحقيق المسئولية الاجتماعية من خلال عمله المهني تجاه قضايا المواطنة.

6- معرفة المصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة.

تساؤلات البحث وفروضه:

أ- تساؤلات البحث:

سعى البحث إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

1- ما أهم مجالات القضايا التي يتناولها القائم بالاتصال في وسائل الإعلام والقطاعات الجماهيرية المختلفة؟

2- ما دور القائم بالاتصال في تحقيق المواطنة من حيث الحقوق والواجبات والمسئوليات؟

3- ما أشكال تناول جوانب المواطنة في وسائل الإعلام من وجهة نظر القائم بالاتصال؟

4- ما المعايير التي يتبعها القائم بالاتصال لتحقيق المسئولية الاجتماعية من خلال عمله المهني تجاه قضايا المواطنة؟

5- ما المصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة؟

ب- فروض البحث:

الفرض الأساسي يتمثل في:

توجد فروق دالة إحصائيا بين سمات القائمين بالاتصال ومستويات تحقيق المسئولية الاجتماعية تجاه قضية المواطنة.

ويسعى البحث إلى اختبار صحة الفروض الفرعية التالية:

1- توجد فروق دالة إحصائيا بين القائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة والمعايير التي تحقق المسئولية الاجتماعية.

2- توجد فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية تجاه المواطنة.

3- توجد فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه المواطنة.

4- توجد فروق بين القادة وغير القادة من القائمين بالاتصال فيما يتعلق بالمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية تجاه المواطنة.

5- توجد فروق بين القادة وغير القادة من القائمين بالاتصال فيما يتعلق بالمعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه المواطنة.

نوع البحث:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف وتحليل خصائص مجموعة معينة من القائمين بالاتصال من أجل الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنهم فيما يخص مسئوليتهم الاجتماعية تجاه قضايا المواطنة المتعلقة بفئات معينة كما يستهدف هذا النوع من الدراسات إمكانية استخدام الأرقام بهدف التوصل إلى نتائج محددة بالإضافة إلى إمكانية تحليل البيانات إحصائياً بهدف التعميم والتنبؤ من خلالها.

المنهج والإجراءات :

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بإسلوب المسح بالعينة من القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة.

مجتمع وعينة الدراسة وأداة البحث:

أ- مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من القائمين بالاتصال من القادة وغير القادة في وسائل الإعلام المختلفة. وشارك في البحث القائمين بالاتصال بالمؤسسات الإعلامية التالية :

من القنوات التليفزيونية :

التليفزيون المصري القناة الأولى- التليفزيون المصري القناة الثانية- نايل لايف- النيل للأخبار- مصر25- صحتي - الشباب – المجد- الحرة- الحافظ- الحدث- سوريا الغد-

اون تي في- دبي- الرافدين – دريم- الحدث الإخبارية- الناس -الصحة والجمال- الحياة.

من الإذاعة : الإذاعة المصرية

من الصحافة المطبوعة :

الأهرام -الأهرام المسائي -الأهرام الاقتصادي- أخبار اليوم- الجمهورية -جريدة المساء

مجلة المجتمع الكويتية - صحيفة الشروق- جريدة الوطن- صحيفة البديل -جريدة التحرير - الحرية والعدالة - جريدة المصريون -جريدة الصباح- الرأي.

من الصحافة الإليكترونية :

موقع الأسرة العربية- موقع الإسلام اليوم - موقع قصة الإسلام- موقع مفكرة الإسلام - موقع رسالة الإسلام -بوابة الأهرام الإليكترونية .

شملت مهن القائمين بالاتصال من غير القادة في العينة في التخصصات التالية :

- سيناريست- مخرج – مذيع تليفزيون-– مذيع راديو مذيع هواء - معد - مقدم برامج – مراسل- صحفي محرر- مراقب للأحداث–مصمم جرافيك- – مترجم

شملت مهن القائمين بالاتصال من القادة في العينة في التخصصات والمواقع التالية:

مدير انتاج– رئيس تحرير– كبير مقدمي برامج–– رئيس قناة- كبير معدي برامج–– كبير مخرجي - كبير مذيعي الراديو––رئيس تحرير قناة– سكرتير تحرير

ب- العينة المستخدمة:

اعتمدت الباحثة على أسلوب العينة الطبقية في اختيار القائمين بالاتصال موضوع الدراسة، حيث تم تقسيم العينة إلى طبقتين هما:

1- **عينة القادة :** وهم كل من يتولى منصباً قيادياً في الوسيلة التي يشغلها ومضت عليه أكثر من 15 سنة على الأقل من سنوات ممارسة العمل الإعلامي، وذلك بنسبة 25% من إجمالي العينة.

2- **عينة الممارسين** (غير ذوي المواقع القيادية) وهم كل من لا يتولى منصباً قيادياً في المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها وذلك بنسبة 75% من إجمالي العينة.

ويأتي اختيار القيادة كعنصر لإجراء المعاينة كونها تمثل عنصرًا فارقًا بين حد الممارسة وحد المسئولية، حيث القادة مشاركون في صناعة ووضع السياسات الإعلامية التي من المفترض أن تعكس المسئولية الاجتماعية، وتلبي كافة الاحتياجات الإعلامية التي تحتاجها قضايا المواطنة من حيث التعزيز والصيانة، بينما الممارسون يمكنهم نقد هذه السياسات في المقابل الأمر الذي يجعل العينة تتسم بالتوازن والحياد والتعبير عن كل المواقع الوظيفية في المؤسسات الإعلامية. وقد حددت الباحثة نسبة 3:1 بين القادة وغيرهم كحد معبر إلى حد ما عن النسبة والتناسب الكميين بين القادة وغيرهم.

توصيف العينة:

جدول (1) توزيع العينة طبقا للمستوى الوظيفي

المستوى الوظيفي	ك	%
قيادي	103	25.5
غير قيادي (ممارس)	301	74.5
المجموع	404	100.0

جدول (2) متوسطات سنوات الخبرة للعينة

الإحصاء	سنوات الخبرة
المتوسط	11.9799
الانحراف المعياري	7.8108

جدول (3) توزيع العينة طبقا للفئة العمرية

الفئة العمرية	العدد	النسبة
من 21-29	81	20.0
من 30 -39	98	24.3
من 40 -49	140	34.7
من 50-59	84	20.8
اكبر من 60 عاما	1	2,
المجموع	404	100

جدول (4) الوسيلة الإعلامية

الوسيلة الإعلامية	ك	%
تليفزيون	274	67.8
راديو	75	18.6
انترنت	43	10.6
صحافة مطبوعة	12	3

جدول (5) توزيع العينة طبقا للنوع

النوع	ك	%
ذكر	241	59.7
أنثى	163	40.3
المجموع	404	100

جـ. أداة جمع البيانات:

استمارة استبيان:

احتوت استمارة الاستبيان على 16 سؤالا متعلق بالقضايا الأكثر تناول من قبل القائم بالاتصال، والقضايا التي تعطي لها المؤسسة أهمية للتناول الإعلامي، والفئات التي يركز عليها القائم بالاتصال في تناول جوانب المواطنة، الموضوعات المتعلقة بالطفل وبالمواطنين وبالمرأة وبالأقباط وبالعمال والفلاحين، وجوانب المواطنة(الحقوق والواجبات والمسئوليات)، ومصادر المعلومات الأكثر أهمية بالنسبة للقائم بالاتصال والجهات التي يتواصل معها القائم بالاتصال والوسائل الإعلامية الأكثر تناول لجوانب المواطنة والأشكال المقروءة والمرئية الأكثر تناول لجوانب المواطنة والمعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية والمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية. وتناولت الاستمارة تساؤلات خاصة بالنوع والخبرة ، والوسيلة التي يعمل بها والمهنة .

القياس:

المقاييس الأسمية واستخدمت لتصنيف عناصر الدراسة إلى مجموعات محددة (ذكور وإناث –قيادي وغير قيادي) كما استخدمت المقاييس الترتيبية لترتيب الخصائص محل الدراسة تبعًا لأهميتها في شكل تتابعي وذلك في الأسئلة الخاصة بمقياس ليكرت.

متغيرات الدراسة (متغيرات متصلة في التساؤلات الخاصة بمقياس ليكرت الخماسي ومتغيرات منفصلة: الخاصة بالسن والنوع، والقيادي وغير القيادي).

وتم إجراء اختبارات الصدق والثبات على استمارة الاستبيان من خلال توزيع الاستمارة على ثمانية من المحكمين من المتخصصين في مجال الإعلام من الأكاديميين وذوي الخبرة والمجال التطبيقي والتشريعي.(*)

وتمت مراجعة التعديلات طبقًا لرأي المحكمين بما يتفق مع الأهداف البحثية، كما تم إجراء اختبار الثبات على استمارة الاستبيان على 10% من مفردات ممن أجروا الاستبيان، ثم تم إعادة إجرائها على نفس القائمين بالاتصال بعد فترة بلغت ثلاثة أسابيع، وطبقت معادلة ألفا لحساب الثبات، وحققت الاستمارة معامل ثبات قدره 0.897 وهو معامل ثبات عالي يعني قابلية الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق، وقد تم تطبيق استمارة الاستبيان في الفترة خلال شهري مايو و يونية 2012.

د- المعالجة الإحصائية:

اعتمدت الباحثة في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج *SPSS v.19* حيث تم إدخال البيانات على الكمبيوتر، وتمت المعالجة الإحصائية لهذه البيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية. وقد تنوعت المتغيرات بين متغيرات أسمية *Nominal*، وترتيبية *Ordinal*، ووزنية *Scale* وعلى هذا فقد قامت الباحثة بتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو التالي:

1- المقاييس الوصفية وتشمل:

أ- **الجداول والتوزيعات التكرارية:** حيث قامت الباحثة بعرض بعض المتغيرات في جداول تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب فقط، وقد تم ذلك في وصف عينة الدراسة وخصائصها.

ب- **متوسط الوزن المرجح:** ويتم لقياس وزن المتغيرات الترتيبية والوزنية على وجه التحديد، وذلك للوصول إلى التعرف على القيمة الترتيبية والوزنية لكل متغير، وذلك عبر حساب متوسطات هذه القيم.

ج- **الانحراف المعياري:** ويتم لقياس درجة تشتت المتغيرات الوزنية والترتيبية.

2-**المتغيرات الترتيبية**:

اختبار *Kruskal-Wallis H*: وذلك لقياس الفروق الترتيبية بين أكثر من مجموعتين، ويعد هذا الاختبار تطبيقاً مطوراً لاختبار Chi^2 على مستوي المتغيرات الترتيبية

3-**المتغيرات الوزنية :**

أ. **اختبار *T.Test* :** وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين مجموعتين.

ب. **اختبار *One Way Anova (F)* :** وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.

4-المقاييس التجميعية:

حيث قامت الباحثة بتصميم مجموعة من المقاييس التجميعية التي تهدف إلى دمج عدد من المتغيرات داخل مقياس واحد تتم على أساسه بعض الاختبارات الإحصائية، وذلك لضمان عدم تشتت النتائج، وقد أفادت هذه المقاييس في رسم صورة واضحة لعلاقة محاور الدراسة ببعضها البعض. مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة: اعتمدت الباحثة على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه.

التعريفات الإجرائية لمفاهيم البحث:

المسئولية الاجتماعية يقصد بها مجموعة القيم المهنية الواجب على القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المختلفة الالتزام بها أثناء أداء مهمتهم الوظيفية باعتبارهم مواطنين أولا ثم مهنيين يؤدون خدمات إعلامية للجماهير.

يقصد بالقائم بالاتصال كل من يتعامل مهنيا في العملية الإعلامية في جميع مراحلها سواء في جمع المعلومة أوتحريرها أو نشرها في وسائل الإعلام المختلفة ومنهم المعدين والمصورين ومقدمي البرامج والمخرجين والمنتجين وسواء كانوا قادة أو غير قادة.

ويقصد بالمواطنة جميع الحقوق والواجبات والمسئوليات على المواطنين بالفئات المختلفة ومنها (امرأة وأطفال وعمال وفلاحين وأقباط ومواطنين).

نتائج البحث :

تتناول نتائج الدراسة الإجابة عن التساؤلات وإثبات صحة الفروض

أ- الإجابة عن تساؤلات الدراسة التحليلية:

التساؤلات البحثية:

تشمل التساؤلات البحثية خمس جوانب أساسية تتعلق بأهم مجالات القضايا التي يتناولها القائم بالاتصال في وسائل الإعلام والقطاعات الجماهيرية المختلفة، ودور القائم بالاتصال في تحقيق المواطنة من حيث الحقوق والواجبات والمسئوليات، وأشكال تناول جوانب المواطنة في وسائل الإعلام من وجهة نظر القائم بالاتصال، والمعايير التي يتبعها القائم بالاتصال لتحقيق المسئولية الاجتماعية من خلال عمله المهني تجاه قضايا المواطنة، والمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة.

التساؤل الأول

ما أهم مجالات القضايا التي يتناولها القائم بالاتصال في وسائل الإعلام والقطاعات الجماهيرية المختلفة؟

يتم الإجابة على هذا التساؤل من خلال معرفة القضايا الأكثر أهمية للقائم بالاتصال، والقضايا الأكثر أهمية للمؤسسة التي يعمل بها القائم بالاتصال، وفئات الجمهورالأكثر احتياجا للمنتجات الإعلامية الخاصة بجوانب المواطنة، والفئات التي يركز عليها القائم بالاتصال في تناول جوانب المواطنة المتعلقة بالطفل، وبالمواطنين، وبالمرأة وبالعمال والفلاحين وبالأقباط.

جدول (6) ترتيب مجال القضايا الأكثر أهمية للتناول الإعلامي بالنسبة للقائم بالاتصال

مجال القضية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
الأمني	3.7698	1.63066	الأولى
التعليمي	3.5173	1.55373	الثانية
الصحي	1.9653	1.55743	الثالثة
المواطنة	1.0074	1.68704	الرابعة
المرأة	،9307	1.54828	الخامسة
الأسرة	،8094	1.28392	السادسة
البيئي	،6683	1.23589	السابعة
الطفل	،5124	1.13257	الثامنة
الإسكان	،2525	،83688	التاسعة

يبين الجدول السابق ترتيب مجالات القضايا الأكثر أهمية للقائم بالاتصال في التناول الإعلامي فقد حصل المجال الأمني على الترتيب الأول بمتوسط 3.7698 يليه التعليمي بفارق صغير وبمتوسط 3.5173، ثم الصحي بمتوسط 1.9653 ثم المواطنة بفارق صغير بينهما وفارق كبير بينهما وبين المجالين السابقتين، وجاءت المرأة في الترتيب الخامس، في حين كانت مجال قضايا الطفل والإسكان في الترتيب الأخير للتناول الإعلامي للقائمين بالاتصال.

جدول (7) مجال القضايا الأكثر أهمية للتناول الإعلامي

بالنسبة للمؤسسة التي يعمل بها القائم بالاتصال

مجال القضية	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الرتبة
الأمني	3.1312	2.13911	الأولى
التعليميي	2.4554	1.92940	الثانية
الصحة	1.3688	1.57213	الثالثة
المواطنة	1.2673	1.78991	الرابعة
المرأة	1.2500	1.76241	الخامسة
البيئي	,8416	1.49429	السادسة

الأسرة	,8168	1.46798	السابعة
السياحي	,5718	1.30367	الثامنة
الطفل	,5025	1.13919	التاسعة
الإسكان.	,3911	,89416	العاشرة

يبين الجدول السابق ترتيب مجال القضايا الأكثر أهمية في التناول الإعلامي بالنسبة للمؤسسة التي يعمل بها القائم بالاتصال فقد حصل المجال الأمني على الترتيب الأول بمتوسط 3.1312يليه التعليمي بمتوسط 2.4554، ثم الصحي بمتوسط 1.3688ثم المواطنة بفارق صغير بينهما، وجاءت المرأة في الترتيب الخامس ،في حين كانت قضايا الطفل والإسكان في الترتيب الأخير من حيث أهمية التناول الإعلامي بالنسبة للمؤسسة التي يعمل بها القائم بالاتصال. ويتبين أن الترتيب في الجدولين السابقين يوضح مدى التقارب بين أهمية مجالات القضايا بالنسبة للقائم بالاتصال وأهميتها بالنسبة للمؤسسة التي يعمل بها القائم بالاتصال.

جدول (8) فئات الجمهور الأكثر احتياجا للمنتجات الإعلامية الخاصة بجوانب المواطنة

الفئة	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الرتبة
الشباب	3.7030	1.67329	الأولى
الأطفال	2.3589	2.19799	الثاني
المرأة	1.9827	1.51164	الثالثة
الراشدين	1.8738	1.57095	الرابعة
الرجال	1.6634	1.64627	الخامسة
كبار السن	1.2921	1.47564	السادسة

يبين الجدول السابق ترتيب فئات الجمهورالأكثر احتياجا للمنتجات الإعلامية الخاصة بجوانب المواطنة من حيث الحقوق والواجبات والمسئوليات فجاء الشباب في الترتيب الأول

بمتوسط 3.7030 يليه الاطفال بمتوسط 2.3589 ثم المرأة وجاءت فئة كبار السن في الترتيب الأخير.

جدول (9) الفئات التي يركز عليها القائم بالاتصال في تناول جوانب المواطنة

الفئة	دائما		أحياناً		لا		متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%			
الأطفال	307	76.0	79	19.6	18	4.5	2.6832	,57544	الأولى
المواطنون	253	62.6	136	33.7	15	3.7	2.6460	,55107	الثانية
المرأة	116	28.7	251	62.1	37	9.2	2.3564	,61550	الثالثة
الأقباط	97	24.0	239	59.2	68	16.8	1559.2	,65553	الرابعة
العمال	120	29.7	196	48.5	88	21.8	2.1213	,77980	الخامسة

يبين الجدول السابق ترتيب الفئات التي يركز عليها القائم بالاتصال في تناول جوانب المواطنة (الحقوق والواجبات والمسئوليات) فقد حصل الأطفال على الترتيب الأول بمتوسط 2,6832 يليهم المواطنون بمتوسط 2,6460 ثم المرأة بمتوسط 2.3564وجاء العمال في الترتيب الأخير، بينما فئة الأقباط جاءت في الترتيب الرابع.

جدول (10) الموضوعات المتعلقة بالطفل
المتناولة من جانب القائم بالاتصال والخاصة بالمواطنة

بالنسبة للأطفال	دائما		أحياناً		لا		متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%			
محاربة أشكال العنف ضد الطفل	299	74.0	82	20.3	23	5.7	2.6832	,57544	الأولى
السعي لتحقيق حقوق الطفل في الحياة الكريمة	295	73.0	86	21.3	23	5.7	2.6733	,57851	الثانية
حل مشكلة أطفال الشوارع	242	59.9	134	33.2	28	6.9	2.5297	,62345	الثالثة
رعاية الدولة للطفل المتميز	210	52.0	158	39.1	36	8.9	2.4307	,65151	الرابعة

يبين الجدول السابق ترتيب الموضوعات المتعلقة بالطفل المتناولة من جانب القائم بالاتصال والخاصة بجوانب المواطنة (الحقوق والواجبات والمسئوليات) فقد حصل محاربة أشكال العنف ضد الطفل على الترتيب الأول بمتوسط ،2.6832 وحصل السعي لتحقيق حقوق الطفل في الحياة الكريمة على المرتبة الثانية بمتوسط 2.6733، وجاء حل مشكلة أطفال الشوارع في الترتيب الثالث وقبل الأخير، ورعاية الطفل المتميز على الترتيب الأخير.

جدول (11) الموضوعات المتعلقة بالمواطنين
المتناولة من جانب القائم بالاتصال والخاصة بالمواطنة

القضايا المتناولة بالنسبة للمواطنين	دائما		أحياناً		لا		متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%			
التأكيد على مبادئ حقوق الإنسان	276	68.3	113	28.0	15	3.7	2.6460	,55107	الأول
تأهيل المهتمين بالعمل في قضايا العنف	176	43.6	174	43.1	54	13.4	2.5916	,6923	الثاني
التصدي لانتهاكات حقوق الإنسان	263	65.1	117	29.0	24	5.9	2.5916	,6011	الثاني مكرر
الالتزام بالقوانين الدولية الموقع عليها من قبل الدولة	276	68.3	95	23.5	33	8.2	2.4926	,63566	الثالث
التأهيل النفسي لقضايا العنف	179	44.3	184	45.5	41	10.1	2.3416	,65493	الرابع
رفع وعي المواطن بحقوقه المشروعة	250	61.9	103	25.5	51	12.6	2.3416	,70969	الرابع مكرر
تأكيد احترام وسيادة القانون	290	71.8	56	13.9	58	14.4	2.3020	,73002	الخامس
حماية الحياة الخاصة من خلال حظر التجسس	188	46.5	143	35.4	73	18.1	2.2847	,07526	السادس
حظر النشر دون صاحب الشأن	173	42.8	167	41.3	64	15.8	2.2698	,71772	السابع
ضوابط إدخال المعلومة الشخصية على الحاسب	151	37.4	164	40.6	89	22.0	2.1535	,75626	الثامن

يبين الجدول السابق ترتيب الموضوعات المتعلقة بالمواطنين المتناولة من جانب القائم بالاتصال والخاصة بجوانب المواطنة (الحقوق والواجبات والمسئوليات) حيث جاء التأكيد على مبادئ حقوق الإنسان في الترتيب الأول بمتوسط 2.6460 بينما جاء تأهيل المهتمين بالعمل في

قضايا العنف في الترتيب الثاني بمتوسط 2.5916 وجاء التصدي لانتهاكات حقوق الإنسان بنفس المتوسط 2.5916 وجاء الالتزام بالقوانين الدولية الموقع عليها من قبل الدولة في الترتيب الثالث بمتوسط 2.4926وكانت حماية الحياة الخاصة في الترتيب السادس، وجاءت في نهاية القائمة موضوعات حظر النشر وضوابط إدخال المعلومات الشخصية على الحاسب في الترتيب السابع والثامن على التوالي.

جدول (12) الموضوعات المتعلقة بالمرأة
المتناولة من جانب القائم بالاتصال والخاصة بالمواطنة

القضايا المتناولة بالنسبة للمرأة	دائما		أحياناً		لا		متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%			
تحقيق المساواة والعدالة الاجتماعية للمرأة	174	43.1	200	49.5	30	7.4	2.3564	,61550	الأولى
تحقيق التوازن بين واجبات المرأة وحقوقها	196	48.5	120	29.7	88	21.8	2.2673	,79566	الثانية
قضايا الجنسية لأبناء المصرية	138	34.2	235	58.2	31	7.7	2.2649	,59079	الثالثة
مكافحة كافة أشكال التميز ضد المرأة	139	34.4	223	55.2	42	10.4	2.2401	,62557	الرابعة
رفع الوعي القانوني للمرأة	171	42.3	132	32.7	101	25.0	2.1733	,80302	الخامسة
تعبئة النساء حول قضايا المرأة	81	20.0	239	59.2	84	20.8	1.9926	,63982	السادسة

يبين الجدول السابق ترتيب الموضوعات المتعلقة بالمرأة المتناولة من جانب القائم بالاتصال والخاصة بجوانب المواطنة (الحقوق والواجبات والمسئوليات) فقد جاء تحقيق المساواة والعدالة الاجتماعية للمرأة في الترتيب الأول بمتوسط 2.3564، يليه تحقيق التوازن بين واجبات المرأة وحقوقها بمتوسط 2.2673، وجاء مكافحة أشكال التمييز ضد المرأة في الترتيب الرابع بمتوسط 2.2401، بينما جاء رفع الوعي القانوني للمرأة وتعبئة النساء حول قضايا المرأة في الترتيب الخامس والسادس على التوالي وفي خاتمة القائمة.

جدول (13) الموضوعات المتعلقة بالأقباط المتناولة من جانب القائم بالاتصال والخاصة بالمواطنة

بالنسبة للأقباط	دائما		أحياناً		لا		متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%			
إبراز أهمية دور الأقباط في بناء المجتمع	123	30.4	221	54.7	60	14.9	2.1559	،65553	الأولى
حماية الأقباط من قبل الأجهزة الأمنية	93	23.0	264	65.3	47	11.6	2.1139	،.57827	الثانية
التمثيل السياسي للأقباط	119	29.5	204	50.5	81	20.0	2.0941	،6981	الثالثة
تولي الأقباط للوزارات السيادية	74	18.3	201	49.8	129	31.9	1.8639	،69652	الرابعة

يبين الجدول السابق ترتيب الموضوعات المتعلقة بالأقباط المتناولة من جانب القائم بالاتصال والخاصة بجوانب المواطنة (الحقوق والواجبات والمسئوليات) حيث حصل إبراز أهمية دور الأقباط في بناء المجتمع على الترتيب الأول بمتوسط 2.1559 يليه حماية الأقباط من قبل الأجهزة الأمنية بمتوسط 2.1139، وجاء تولي الأقباط للوزارات السيادية في نهاية القائمة وفي الترتيب الرابع.

جدول (14) الموضوعات المتعلقة بالعمال والفلاحين المتناولة من جانب القائم بالاتصال والخاصة بالمواطنة

بالنسبة للعمال والفلاحين	دائما		أحياناً		لا		متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%			
بلورة الفكرة النقابية والكفاح العمالي	150	37.1	153	37.9	101	25.0	2.1213	,77980	الأولى
الدفاع عن العمال والفلاحين	134	33.2	164	40.6	106	26.2	2.0693	,76858	الثانية
مشاركة العمال والفلاحين في المجالس النيابية	107	26.5	191	47.3	106	26.2	2.0025	,72700	الثالثة

يبين الجدول السابق ترتيب الموضوعات المتعلقة بالعمال والفلاحين المتناولة من جانب القائم بالاتصال والخاصة بجوانب المواطنة (الحقوق والواجبات والمسئوليات) فقد جاءت بلورة الفكرة النقابية والكفاح العمالي في الترتيب الأول بمتوسط 2.1213 وجاء الدفاع عن العمال

والفلاحين في الترتيب الثاني بمتوسط 2.0693، وجاءت مشاركة العمال والفلاحين في المجالس النيابية في الترتيب الثالث والأخير.

التساؤل الثاني :

ما دور القائم بالاتصال في تحقيق المواطنة من حيث الحقوق والواجبات والمسئوليات؟

تتم الإجابة على هذا التساؤل من خلال معرفة جوانب المواطنة التي يركز عليها القائم بالاتصال ومصادر المعلومات الأكثر أهمية بالنسبة للقائم بالاتصال للحصول على المعلومات المتعلقة بجوانب المواطنة، والجهات التي يتواصل معها القائم بالاتصال للحصول على المعلومات الخاصة بجوانب المواطنة، ومؤسسات المجتمع المدني التي يقوم القائم بالاتصال بها للحصول على المعلومات الخاصة بجوانب المواطنة.

جدول (15) جوانب المواطنة التي يركز عليها القائم بالاتصال في عمله المهني

جوانب المواطنة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
المسئوليات	2.0644	, 83996	الأولى
الواجبات	2.0050	, 89108	الثانية
الحقوق	1.6386	, 95978	الثالثة

يبين الجدول السابق أن القائم بالاتصال يركز في تناوله الإعلامي على جانب المسئولية على المواطن بمتوسط 2.0644 يليها واجباته تجاه الوطن بمتوسط 2.0050، ثم الحقوق التي يكفلها له المجتمع.

جدول (16) مصادر المعلومات الأكثر أهمية بالنسبة للقائم بالاتصال للحصول على المعلومات المتعلقة بجوانب المواطنة

مصدر المعلومة	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الرتبة
المفكرون	*2.3614*	*1.91717*	الأولى
القانونيون والحقوقيون	*1.8168*	*1.94110*	الثانية
الجمهور	*1.7797*	*2.12476*	الثالثة
قادة الرأي	*1.5743*	*1.79520*	الرابعة

مصدر المعلومة	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الرتبة
الإعلاميون	*1.3787*	*1.78709*	الخامسة
السياسيون	*1.2723*	*1.59251*	السادسة
الإعلامي نفسه	*1.1287*	*1.89770*	السابعة
المسئولون	*1.1015*	*1.60863*	الثامنة
الصحفيون	*1.0965*	*1.50371*	التاسعة
المراسلون	*, 4876*	*1.09243*	العاشرة

جدول (17) الجهات التي يتواصل معها القائم بالاتصال للحصول على المعلومات الخاصة بجوانب المواطنة

المؤسسة	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الرتبة
مؤسسات حكومية	*2.3738*	*2.05662*	الأولى
مؤسسات مجتمع مدني محلية	*2.3589*	*2.01173*	الثانية
جمعيات حقوقية	*2.2450*	*1.88946*	الثالثة
نقابات	*1.7624*	*1.78857*	الرابعة
مؤسسات مجتمع مدني عربية	*1.6955*	*1.88474*	الخامسة
نوادي	*1.1609*	*1.45106*	السادسة

يبين الجدول أن المؤسسات الحكومية تأتي في المرتبة الأولى من حيث الجهات التي يتواصل معها القائم بالاتصال للحصول على المعلومات الخاصة بجوانب المواطنة (الحقوق والواجبات

والمسئوليات) بمتوسط 2.3738، ويليها مؤسسات المجتمع المدني محلية بمتوسط 2.3589ثم الجمعيات الحقوقية.

جدول (18) مؤسسات المجتمع المدني التي يقوم القائم بالاتصال بها للحصول على المعلومات الخاصة بجوانب المواطنة (الحقوق والواجبات والمسئوليات).

مؤسسات مجتمع مدني	مكثف		متوسط		ضعيف		متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%			
نقابات مهنية	-	-	72	17.8	331	81.9	1.1832	39364،	الأولى
مراكز حقوقية	-	-	63	15.6	341	84.4	1.1559	36325،	الثانية
أحزاب سياسية	-	-	8	2.0	395	97.8	1.0248	17077،	الثالثة

يبين الجدول السابق ترتيب مؤسسات المجتمع المدني التي يقوم القائم بالاتصال بها للحصول على المعلومات الخاصة بجوانب المواطنة (الحقوق والواجبات والمسئوليات) فقد جاءت النقابات المهنية في الترتيب الأول بمتوسط 1.1832 يليها المراكز الحقوقية بمتوسط 1.1559ثم الأحزاب السياسية بمتوسط 1.0248.

التساؤل الثالث :

ما أشكال تناول جوانب المواطنة في وسائل الإعلام من وجهة نظر القائم بالاتصال؟

تتم الإجابة على هذا التساؤل من خلال معرفة الوسائل الإعلامية الأكثر تناولًا لجوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال، والأشكال المقروءة الأكثر تناول لجوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال، وأشكال المنتجات المرئية والمسموعة الأكثر تناولًا لجوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال.

جدول (19) الوسائل الإعلامية الأكثر تناول لجوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال

الوسيلة	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الرتبة
الإعلام المرئي	*3.0149*	*1.15747*	الأولى
الصحافة المطبوعة	*2.4257*	*1.18591*	الثانية
الصحافة الإليكترونية	*2.2772*	*1.28838*	الثالثة
الإعلام المسموع	*1.7005*	*1.22703*	الرابعة

يبين الجدول السابق ترتيب الوسائل الإعلامية الأكثر تناول لجوانب المواطنة من حيث الحقوق والواجبات والمسئوليات من وجهة نظر القائم بالاتصال حيث جاء الإعلام المرئي في الترتيب الأول بمتوسط 3.0149 يليه الصحافة المطبوعة بمتوسط 2.4257 وجاء الإعلام المسموع في الترتيب الرابع والأخير.

جدول (20) الأشكال المقروءة الأكثر تناولًا لجوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال

الشكل	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الرتبة
التحقيق	*3.3465*	*1.65924*	الأولى
االمقال	*2.2599*	*1.85298*	الثاني
الخبر	*1.8045*	*1.81499*	الثالثة
الحديث	*1.6386*	*1.59655*	الرابعة
التقرير	*1.5272*	*1.73327*	الخامسة
الإعلان	*1.2475*	*1.91458*	السادسة
الكاريكاتور	*,9827*	*1.71902*	السابعة

يبين الجدول السابق أن التحقيق جاء في الترتيب الأول بمتوسط 3.3465 وجاء في الترتيب الثاني المقال بمتوسط 2.2599 من حيث الأشكال الصحفية الأكثر تناول لجوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال، وكان الإعلان والكاريكاتور في الترتيب السادس والأخير على التوالي.

جدول (21) الأشكال المرئية والمسموعة

الأكثر تناولاً لجوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال

الشكل	المتوسط الحسابى	الانحراف المعياري	الرتبة
برامج التوك شو	*2.6312*	*1.99008*	الأولى
المسلسلات الدرامية	*2.0916*	*2.02074*	الثانية
البرامج الإخبارية	*1.6955*	*1.85153*	الثالثة
البرامج الوثائقية	*1.6386*	*1.60585*	الرابعة
الأفلام السينمائية	*1.5743*	*1.88291*	الخامسة
النشرات الإخبارية	*1.4950*	*1.68410*	السادسة
الإعلانات	*1.1807*	*1.63234*	السابعة
الأغاني	*1.1757*	*1.78255*	الثامنة

يبين الجدول السابق ترتيب أشكال المرئية والمسموعة من حيث الأكثر تناولا لجوانب المواطنة (الحقوق والواجبات والمسئوليات) من وجهة نظر القائم بالاتصال فجاءت برامج التوك شو في الترتيب الاول بمتوسط 2.6312، تليها المسلسلات الدرامية بمتوسط 2.0916، ثم البرامج الإخبارية وجاءت الأغاني في الترتيب الأخير.

التساؤل الرابع :

ما المعايير التى يتبعها القائم بالاتصال لتحقيق المسئولية الاجتماعية من خلال عمله المهنى تجاه قضايا المواطنة؟

تتم الإجابة على هذا التساؤل من خلال معرفة المعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة، وأهم المعايير المهنية التي تحقق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال، وأهم المعايير المجتمعية التي تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال وأهم المعايير الأخلاقية التي تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال.

جدول (22) المعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة

المعايير	مهمة		إلى حد ما		غير مهمة		متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%			
المهنية	389	96.3	15	3.7	-	-	2.9629	18931،	الأولى
الأخلاقية	375	92.8	29	7.2	-	-	2.9282	25845،	الثانية
المجتمعية	30	92.6	30	7.4	-	-	2.9257	26251،	الثالثة

يبين الجدول السابق ترتيب المعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة فقد حصلت المعايير المهنية على الترتيب الأول بمتوسط 2.9629، يليها الأخلاقية بمتوسط 2.9282، ثم المجتمعية في الترتيب الثالث بمتوسط 2.9257.

يبين الجدول السابق ترتيب المصادر الأكثر أهمية للقائم بالاتصال للحصول على معلوماته فيما يتعلق بجوانب المواطنة حيث كان في الترتيب الأول المفكرون يليه القانونيون ثم الجمهور في الترتيب الثالث وجاء في الترتيب الأخير المراسلون، وجاء السياسيون في الترتيب السادس.

جدول (23) متوسطات المعايير المهنية الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال

المعايير المهنية	متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
تجنب تناول الخبر غير الموثوق فيه	1.7896	,57473	الأولى
التفرقة بين الخبر والرأي	1.7079	,56694	الثانية
التزام النزاهة في إرجاع الخبر لمصدره	1.6683	,62526	الثالثة
الالتزام بالتصحيح للخبر الخاطئ	1.6114	,65706	الرابعة
التزام الدقة	1.5891	,58474	الخامسة
تجنب نقل الخبر وتناوله ما دام مجهول المصدر	1.5545	,80907	السادسة
التواصل مع المصادر الحقيقية للخبر	1.4827	,67364	السابعة
التزام التوازن في عرض الاتجاهات المختلفة	1.4158	,94795	الثامنة
إعطاء أولوية لصدق الخبر عن السبق الصحفي	1.3960	,90303	التاسعة
عرض الخبر من جوانبه المتعددة	1.3663	,78412	العاشرة

يبين الجدول متوسطات المعايير المهنية الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال حيث حاز على أعلى المتوسطات تجنب تناول الخبر غير الموثوق فيه بمتوسط 1.7896، يليه التفرقة بين الخبر والرأي بمتوسط 1.7079، ثم التزام النزاهة في إرجاع الخبر لمصدره بمتوسط 1.6683.

جدول (24) متوسطات المعايير المجتمعية الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال

المعايير المجتمعية	متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
تجنب الطعن في أعراض المواطنين	1.7772	*,59349*	الأولى
مراعاة القيم الاجتماعية	1.6906	*,61075*	الثانية
تجنب نقل مشاهد العنف والإثارة	1.5396	*,70863*	الثالثة
إتاحة الفرصة للمشاركة الجماهيرية في العملية الإعلامية	1.3688	*,79084*	الرابعة
تقديم الرؤى المختلفة حول القضايا المعروضة	1.3490	1.00839	الخامسة
التواصل مع المسئولين وصناع القرار	1.3119	*,98462*	السادسة
تقديم المعلومات التي تساعد المواطنين على فهم وإدراك الجوانب المتعددة للأحداث	1.2797	*,84447*	السابعة
التأكيد على التنوع في مصادر المعلومة	1.2748	*,86064*	الثامنة

يبين الجدول السابق متوسطات المعايير المجتمعية الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال حيث حاز تجنب الطعن في أعراض المواطنين على أعلى المتوسطات بمقدار 1.7772، يليه مراعاة القيم الاجتماعية بمتوسط 1.6906، وجاء في الترتيب الثالث تجنب نقل مشاهد العنف والإثارة بمتوسط 1.5396.

جدول (25) متوسطات المعايير الأخلاقية الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال

المعايير الأخلاقية	متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
مراعاة القيم الدينية	1.7748	,56027	الأولى
تحري الصدق في نقل الخبر	1.6906	,67996	الثانية
تجنب الكذب والتضليل	1.6460	,64639	الثالثة
تجنب استخدام الألفاظ الغير لائقة (الفحش في القول)	1.5941	,73113	الرابعة
الالتزام بمواثيق الشرف الصحفية أو الإعلامية	1.5520	,78432	الخامسة
المحافظة على خصوصية المواطن	1.4802	,76661	السادسة
تجنب التحريف والتبديل والتغيير في كلام المصدر	1.4579	,72919	السابعة

يبين الجدول السابق متوسطات المعايير الأخلاقية الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال وقد حاز على الترتيب الأول مراعاة القيم الدينية بتموسط 1.7748، يليه تحري الصدق في نقل الخبر بتموسط 1.6906، ثم تجنب الكذب والتضليل بتموسط 1.6460.

التساؤل الخامس:

ما المصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة؟

يتم الإجابة على هذا التساؤل من خلال معرفة مصادر تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال وعوامل ترتبط بطبيعة المهنة كمصدر يعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية، عوامل تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية تخص سياسة الدولة، وعوامل تعيق المسئولية الاجتماعية تخص سياسة المؤسسة الإعلامية.

جدول (26) مصادرتعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال

المصدر المعوق	غير معيقة		إلى حد ما		معيقة جدا		متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
	ك	%	ك	%	ك	%			
طبيعة المهنة	14	3.5	75	18.6	315	78.0	2.7450	،53637	الأولى
سياسة الدولة	16	4.0	91	22.5	297	73.5	2.6955	،54009	الثانية
سياسة المؤسسة	15	3.7	94	23.3	295	73.0	2.6931	،50980	الثالثة

يبين الجدول السابق ترتيب مصادر تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال فقد جاءت طبيعة المهنة في الترتيب الأول بمتوسط 2.7450، يليها سياسة الدولة بمتوسط 2.6955، ثم سياسة المؤسسة بمتوسط 2.6931.

جدول (27) متوسط طبيعة المهنة كمصدر يعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية

طبيعة المهنية	متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
عدم وجود ميثاق صحفي أو إعلامي من قبل الإعلاميين أنفسهم	1.2203	1.05128	الأولى
عدم تخصص القائمين بالاتصال في المجالات التي يعملون بها	1.0619	، 99808	الثانية
عدم وجود نقابة خاصة للإعلاميين	، 8589	1.23930	الثالثة

يبين الجدول السابق متوسط طبيعة المهنة مصدر يعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية فقد حاز عدم وجود ميثاق صحفي أو إعلامي من قبل الإعلاميين أنفسهم على أعلى المتوسطات بمقدار 1.2203 يليه عدم تخصص القائمين بالاتصال في المجالات التي يعملون بها بمتوسط 1.0619.

جدول (28) متوسطات عوامل تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية فيما يخص سياسة الدولة

سياسة الدولة	متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
عدم وجود وسائل عقابية رادعة من قبل الدولة للمخطئ	1.0866	1.07529	الأولى
سيطرة فاسدين على المراكز القيادية للمؤسسة الإعلامية الحكومية	1.0792	1.18454	الثانية
انتشار الرشوة والمحسوبية في التعيينات في الحكومة	1.0545	1.13243	الثالثة
عدم تنفيذ القوانين الخاصة بجرائم النشر	، 8119	1.03260	الرابعة
عدم القدرة على التواصل مع المسئولين وصناع القرار	، 8292	، 99778	الخامسة
صعوبة الوصول لمصدر الخبر الرسمي	، 9455	1.09907	السادسة

يبين الجدول متوسطات عوامل تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية فيما يخص سياسة الدولة حيث حاز عدم وجود وسائل عقابية رادعة من قبل الدولة للمخطئ بمتوسط 1.0866يليه سيطرة فاسدين على المراكز القيادية للمؤسسة الإعلامية الحكومية بمتوسط 1.0792 ثم انتشار الرشوة والمحسوبية في التعيينات في الحكومة بمتوسط 1.0545.

جدول (29) متوسط عوامل تعيق المسئولية الاجتماعية فيما يخص سياسة المؤسسة الإعلامية

سياسة المؤسسة	متوسط الوزن المرجح	الانحراف المعياري	الرتبة
الركون إلى الطرق التقليدية في إنتاج البرامج	1.2748	, 95624	الأولى
ضعف وسائل التدريب	1.2228	1.02081	الثانية
عدم الاهتمام بالتدريب لرفع كفاءة الإعلاميين	1.1163	1.04672	الثالثة
نمط ملكية المؤسسة	1.0767	, 94333	الرابعة
عدم اتباع أساليب تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العمل الإعلامي ككل	1.0124	, 98995	الخامسة
عدم إتاحة التواصل مع أصحاب الخبرة في المجالات الإعلامية داخل البلاد وخارجها	1.0099	1.10263	السادسة
ضعف إمكانيات المؤسسة المادية	, 9752	1.03506	السابعة
عدم استخدام التقنيات الحديثة للإنتاج الإعلامي المتطور	, 9579	,93761	الثامنة
اتباع الأساليب البيروقراطية في الإنتاج الإعلامي	,9480	1.05189	التاسعة
أولويات السبق الصحفي	,8960	1.10675	العاشرة
تقادم الموارد والإمكانات المادية داخل المؤسسة	,8292	1.01992	الحادي عشر

يبين الجدول السابق متوسط عوامل تعيق المسئولية الاجتماعية فيما يخص سياسة المؤسسة الإعلامية حاز الركون إلى الطرق التقليدية في إنتاج البرامج بمتوسط 1.2748، يليه ضعف وسائل التدريب بمتوسط 1.2228، ثم عدم الاهتمام بالتدريب لرفع كفاءة الإعلاميين1.1163.

نتائج اختبارالفروض البحثية:

الفرض الرئيس:

توجد فروق دالة إحصائيا بين القائمين بالاتصال وتحقيق المسئولية الاجتماعية.

وينبثق عن هذا الفرض الرئيس الفروض الفرعية التالية:

1- توجد فروق دالة بين القائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة والمعايير التي تحقق المسئولية الاجتماعية.
2- توجد فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية تجاه المواطنة.
3- توجد فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه المواطنة.
4- توجد فروق بين القادة وغيرالقادة من القائمين بالاتصال فيما يتعلق بالمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية تجاه المواطنة.
5- توجد فروق بين القادة وغير القادة من القائمين بالاتصال فيما يتعلق بالمعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه المواطنة.

الفرض الأول

توجد فروق دالة بين القائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة والمعايير التي تحقق المسئولية الاجتماعية.

جدول (30) الفروق بين القائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة والمعايير التي تحقق المسئولية الاجتماعية

المعايير	الوسيلة الإعلامية	العدد *N*	المتوسط الحسابي *Mean*	الانحراف المعياري *Std. Deviation*	قيمة *F*	درجات الحرية *df*	مستوى المعنوية *sig*
مهنية	صحافة	12	17.1667	5.47446	2.886	3	.,035
	تليفزيون	274	15.7555	3.85764			
	راديو	75	14.5067	3.14244			
	إنترنت	43	15.9070	4.53984			
	Total	404					
مجتمعية	صحافة	12	12.7500	3.54516	3.003	3	,030
	تليفزيون	274	11.7482	3.59875			
	راديو	75	10.5067	4.15371			
	إنترنت	43	12.1628	3.79806			
	Total	404					
أخلاقية	صحافة	12	12.4167	3.17543	2.032	3	,109
	تليفزيون	274	11.1606	3.21793			
	راديو	75	10.6933	3.06671			
	إنترنت	43	11.9535	3.17695			
	Total	404					

جاء من يعملون من القائمين بالاتصال بالعينة البحثية في الصحافة في المقدمة في الاعتقاد بأهمية المعايير المهنية لتحقيق المسئولية الاجتماعية، بمتوسط بلغ 1667.17 تليها من يعملون بالإنترنت وقد كانت الفروق ذات دلالة إحصائية حيث ثبتت العلاقة عند مستوى معنوية 035و0

وجاء من يعملون من القائمين بالاتصال في العينة البحثية في الصحافة المطبوعة في المقدمة الاعتقاد بأهمية المعايير الأخلاقية لتحقيق المسئولية الاجتماعية وذلك بمتوسط 4167و12، وكانت الفروق غير دالة إحصائيا.

وجاء من يعملون من القائمين بالاتصال في العينة البحثية في الصحافة في المقدمة في الاعتقاد بأهمية المعايير المجتمعية لتحقيق المسئولية الاجتماعية بمتوسط 7500و12 يليها العاملون بالإنترنت كانت الفروق دالة إحصائيا عند مستوى معنوي قدره 030و

الفرض الثاني:

توجد فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية تجاه المواطنة.

جدول (31) الفروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمصادرالتي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال

المصدر المعيق	النوع	العدد *N*	المتوسط الحسابي *Mean*	الانحراف المعياري *Std. Deviation*	*T* قيمة	درجات الحرية *df*	مستوى المعنوية *sig*
سياسة المؤسسة	ذكور	241	7.9585	5.54586	-242،	402	809،
	إناث	163	8.0859	4.63401			
سياسة الدولة	ذكور	241	9.2780	6.92591	419،	402	676،
	إناث	163	9.0061	5.54610			
طبيعة المهنة	ذكور	241	7.3237	5.43321	1.034-	402	302،
	إناث	163	7.8466	4.23912			

يبين الجدول السابق الفروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بمصادر تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال.

وتبين وجود فروق غير دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في المؤسسة والدولة والمهنة كمصادر تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال وكان لصالح الإناث فيما يتعلق بالمؤسسة والمهنة وذلك عند مستوى معنوية 809، ومستوى معنوية 302، على التوالي.

الفرض الثالث:

توجد فروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه المواطنة.

جدول (32) الفروق بين الذكور والإناث في المعايير التي تحقق المسئولية الاجتماعية

معايير تحقق المسئولية	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري Std. Deviation	T قيمة	درجات الحرية df	مستوى المعنوية sig
مهنية	ذكور	241	15.9129	3.69863	2.086	402	،038
	إناث	163	15.0920	4.13478			
مجتمعية	ذكور	241	12.1120	3.33540	3.433	402	،001
	إناث	163	10.8221	4.19424			
أخلاقية	ذكور	241	11.8838	2.71320	5.445	402	،000
	إناث	163	10.1779	3.57446			

يبين الجدول السابق لاختبارات الفروق بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمعايير التي تساعد على تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال وتبين وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في جميع هذه المعايير ففيما يتعلق بالمعايير المهنية لصالح الذكور حيث بلغ المتوسط لدى الذكور 15.9129وبلغ لدى الإناث 15.0920وذلك عند مستوى معنوية 038,

وفيما يتعلق يتعلق بالمعايير الاجتماعية بلغ المتوسط الحسابي للذكور 12.1120 بينما كان للإناث 10.8221عند مستوى معنوية قدره 001,

وفيما يتعلق بالمعايير الأخلاقية بلغ المتوسط الحسابي للذكور 11.8838بينما كان للإناث 10.1779عند مستوى معنوية قدره 000,

الفرض الرابع:

توجد فروق بين القادة وغيرالقادة من القائمين بالاتصال فيما يتعلق بالمعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه المواطنة.

جدول (33) الفروق بين القيادي وغير القيادي في المعايير التي تحقق المسئولية الاجتماعية

معايير تحقق المسئولية	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري Std. Deviation	T قيمة	درجات الحرية df	مستوى المعنوية sig
مهنية	قيادي	103	15.6408	3.54759	178و	402	567 و
	غير قيادي	301	15.5615	4.01419			
مجتمعية	قيادي	103	11.0583	4.16998	1.674-	402	001 و
	غير قيادي	301	11.7741	3.59102			
أخلاقية	قيادي	103	10.5146	3.31918	2.521-	402	087 و
	غير قيادي	301	11.4286	3.12608			

يبين الجدول السابق لاختبارات الفروق بين القائمين بالاتصال القادة وغير القادة فيما يتعلق بالمعايير التي تساعد على تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال وتبين ارتفاع متوسطات المعايير الأخلاقية والمهنية بالنسبة للقادة ولكنها غير دالة إحصائيا، وكانت المعايير المجتمعية

التي تحقق المسئولية الاجتماعية بمتوسط أعلى لدى غير القادة من القائمين بالاتصال وكانت الفروق دالة إحصائيا عند مستوى معنوية قدره 001 ,.

الفرض الخامس:

توجد فروق بين القادة وغير القادة من القائمين بالاتصال فيما يتعلق بالمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية تجاه المواطنة.

جدول (34) الفروق بين القيادي وغير القيادي فيما يتعلق بالمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية

المصدر المعيق	النوع	العدد *N*	المتوسط الحسابي *Mean*	الانحراف المعياري *Std. Deviation*	*T* قيمة	درجات الحرية *df*	مستوى المعنوية *sig*
سياسة المؤسسة	قيادي	103	8.2816	5.49406	, 615	402	, 301
	غير قيادي	301	7.9169	5.09016			
سياسة الدولة	قيادي	103	9.3495	6.71508	, 333	402	, 612
	غير قيادي	301	9.1063	6.29778			
طبيعة المهنة	قيادي	103	6.9320	5.19853	1.423-	402	, 248
	غير قيادي	301	7.7409	4.90435			

يبين الجدول السابق الفروق بين القادة وغير القداة من القائمين بالاتصال فيما يتعلق بمصادر تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال.

وتبين عدم وجود فروق دالة إحصائيا بين القادة وغير القادة من القائمين بالاتصال فيمايخص المؤسسة والدولة والمهنة كمصادر تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال ذلك مع وجود ارتفاع في متوسط طبيعة المهنة لصالح غير القادة، وارتفاع متوسطي سياسة الدولة، وسياسة المؤسسة لصالح القياديين من القائمين بالاتصال.

ملخص النتائج والبحوث المقترحة:

توصل البحث للعديد من النتائج التي توضح جانب المسئولية الاجتماعية للقائمين بالاتصال تجاه قضايا المواطنة فكانت القضايا الأكثر أهمية للتناول الإعلامي لدى القائم بالاتصال ولدى المؤسسة التي يعمل بها هي القضية الأمنية، وهي توضح مدى أهمية الجانب الأمني في مرحلة تاريخ مصر الانتقالي بعد الثورة، في الوقت الذي لم تحظى فيه المرأة والطفل والأقباط بأهمية خاصة في التناول الإعلامي ما يشير بوضوح إلى أن الإعلاميين عينة البحث ليس لديهم أجندة فئوية أو نوعية خاصة للتناول الإعلامي بل يسيرون بشكل وطنى عام. وعند الحديث عن الفئة الأكثر احتياجا للمنتجات الإعلامية التي تتناول موضوعات المواطنة من حقوق وواجبات ومسئوليات نجد أن فئة الشباب كانت على قمة الأهمية للعينة البحثية. وبينت النتائج البحثية أكثر الموضوعات التي يتناولها القائم بالاتصال والخاصة بالطفل فكانت محاربة أشكال العنف ضد الطفل ثم السعي لتحقيق حقوق الطفل في الحياة الكريمة وهو ما يتناسب مع متطلبات الوثائق الدولية الخاصة بالطفل ، ولكن ما يحتاج إلى إعادة نظر هو حصول رعاية الدولة للطفل المتميز على الترتيب الأخير واعتبار هذه النتيجة مؤشرا لوضع استراتيجيات لإعلام الدولة والإعلام الخاص للفئات المتميزة من الجمهور . وجاءت الموضوعات المتعلقة بالمواطنين والمتناولة من

جانب القائم بالاتصال التأكيد على مبادئ حقوق الإنسان في الترتيب الأول، وفي الترتيب الأخير جاء حظر النشر دون إذن صاحب الشأن وضوابط إدخال المعلومة الشخصية على الحاسب، وهي أمور تحتاج إلى مزيد من الاهتمام للقائمين بالاتصال خاصة في عصر المعلوماتية وكثافة استخدام صفحات التواصل الاجتماعي الإليكتروني على الانترنت.

وجاءت الموضوعات المتعلقة بالمرأة المتناولة من جانب القائم بالاتصال تحقيق المساواة والعدالة الاجتماعية للمرأة الترتيب الأول وهي متناسبة مع استحقاقات ثورة 25 يناير والوثائق الدولية الخاصة بالمرأة وجاء في الترتيب الأخير رفع الوعي القانوني للمرأة وتعبئة النساء حول قضايا المرأة وهو ما يحتاج إلى مزيد من الاهتمام من جانب القائم بالاتصال لدفع المرأة المصرية للمشاركة السياسية الفاعلة على جميع المستويات. وجاءت الموضوعات المتعلقة بالأقباط المتناولة من جانب القائم بالاتصال في الترتيب الأول إبراز أهمية دور الأقباط في بناء المجتمع وهو عنصر هام لتحقيق المواطنة بمعانيها المختلفة سواء من خلال الحقوق أو الواجبات أو تحمل المسئوليات الاجتماعية، ولم تحظى موضوعات تولي الأقباط للوزارات السيادية على ترتيب متقدم ما يشير إلى وجود تهميش للدور الفاعل للأقباط المصريين في المشاركة السياسية على المستويات العليا للدولة باعتبارهم مواطنين قادرين على العطاء في شتى المجالات بما فيها صنع القرار السياسي. وجاءت الموضوعات المتعلقة بالعمال والفلاحين المتناولة من جانب القائم بالاتصال في الترتيب الأول بلورة الفكرة النقابية والكفاح العمالي، بينما جاءت مشاركة العمال والفلاحين في المجالس النيابية في الترتيب الأخير. وكانت المسئوليات في الترتيب الأول يليها الواجبات ثم الحقوق من حيث جوانب المواطنة التي يركز عليها القائم بالاتصال في عمله المهني وهو ما يمثل توجها إيجابيا للممارسة الإعلامية لجوانب المواطنة .

ولحصول القائم بالاتصال في العينة البحثيةعلى المعلومات المتعلقة بجوانب المواطنة حصل المفكرون على الترتيب الاول كمصدر للمعلومات وحصل المراسلون على الترتيب الأخير. ومن حيث الجهات التي يتواصل معها القائم بالاتصال جاءت المؤسسات الحكومية في الترتيب الأول ومؤسسات المجتمع المدني في الترتيب الأخير. وجاءت النقابات المهنية في الترتيب الأول للحصول على المعلومات من مؤسسات المجتمع المدني. وحصل الإعلام المرئي على الترتيب الأول على الوسائل الإعلامية الأكثر تناول لجوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال ما يشير إلى قدرته على التأثير على المواطنين .

وحصل التحقيق والمقال على الترتيب الأول ثم الثاني على التوالي على الأشكال المقروءة الأكثر تناول لجوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال، بينما حصلت برامج التوك شو والمسلسلات الدرامية على الترتيب الأول والثاني على التوالي على الأشكال المرئية والمسموعة الأكثر تناولا لجوانب المواطنة من وجهة نظر القائم بالاتصال. وجاءت المعايير المهنية ثم الأخلاقية الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه قضايا المواطنة.

وحصل تجنب تناول الخبر غير الموثوق فيه على الترتيب الأول على المعايير المهنية الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال، بينما جاء في الترتيب التاسع إعطاء أولوية لصدق الخبر عن السبق الصحفي وهو ما أكدته بعض الدراسات السابقة.

وكان ترتيب تجنب الطعن في أعراض المواطنين الأول على المعايير المجتمعية الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال بينما كان في الترتيب الأخير التأكيد على التنوع في مصادر المعلومة. وتبين أن مراعاة القيم الدينية ثم تحري الصدق في نقل الخبر حصلا على الترتيب الأول والثاني على التوالي على المعايير الأخلاقية الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال، بينما كان في الترتيب الأخير تجنب التحريف والتبديل والتغيير في كلام المصدر. وبينت النتائج

البحثية أن طبيعة المهنة في الترتيب الأول كمصدر يعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية يليها سياسة الدولة. وحصل عدم وجود ميثاق صحفي أو إعلامي من قبل الإعلاميين أنفسهم على الترتيب الأول لطبيعة المهنة كمصدر يعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية. وجاء في الترتيب الأول لعوامل تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية فيما يخص سياسة الدولة هو عدم وجود وسائل عقابية رادعة من قبل الدولة للمخطئ.

وجاء في الترتيب الأول لعوامل تعيق المسئولية الاجتماعية فيما يخص سياسة المؤسسة الإعلامية الركون إلى الطرق التقليدية في إنتاج البرامج ثم ضعف وسائل التدريب. بينما جاء تقادم الموارد والإمكانات المادية داخل المؤسسة في الترتيب الحادي عشر والأخير.

وفيما يتعلق بفروض البحث تحقق الفرض الأول الخاص بوجود فروق بين القائمين بالاتصال في الوسائل الإعلامية المختلفة حيث جاء من يعملون من القائمين بالاتصال بالعينة البحثية في الصحافة في المقدمة في الاعتقاد بأهمية المعايير المهنية والأخلاقية والمجتمعية لتحقيق المسئولية الاجتماعية.

لم يتحقق الفرض الخاص بوجود فروق نوعية دالة إحصائيًا بين الذكور والإناث يتعلق بالمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية تجاه المواطنة.

وتحقق الفرض الخاص بوجود فروق نوعية بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالمعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه المواطنة. وتبين وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث في جميع هذه المعايير المهنية والمعايير الاجتماعية والمعايير الأخلاقية لصالح الذكور.

وتحقق صحة الفرض الخاص بوجود فروق بين القادة وغير القادة القائمين بالاتصال فيما يتعلق بالمعايير الأكثر أهمية لتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائم بالاتصال تجاه المواطنة.

وكانت المعايير المجتمعية التي تحقق المسئولية الاجتماعية لصالح غير القادة من القائمين بالاتصال دالة إحصائيا، بينما كانت الفروق لصالح القادة فيما يخص المعايير الأخلاقية والمهنية ولكنها غير دالة إحصائيا. وبينت النتائج البحثية وجود فروق بين القادة وغير القادة من القائمين بالاتصال فيما يتعلق بالمصادر التي تعيق تحقيق المسئولية الاجتماعية تجاه المواطنة ذلك بوجود ارتفاع في متوسط طبيعة المهنة لصالح غير القادة، وارتفاع متوسطي سياسة الدولة، وسياسة المؤسسة لصالح القياديين من القائمين بالاتصال ولكنها غير دالة إحصائيا.

بحوث مقترحة:

- بحث ميداني يدرس الجهات المعنية بتحقيق المسئولية الاجتماعية للقائمين بالاتصال في الوسائل المختلفة من أعضاء المؤسسات التشريعية والمؤسسات الصحفية ووزارة الإعلام ووزارة الاستثمار بهدف وضع الأسس التنظيمية والمهنية والإدارية والقانونية التي تتعلق بالعمل الإعلامي على مستوى الدولة وتوحيد المنطلقات القيمية المتفق عليها للعمل الإعلامي في مصر، وتقديم مقترحات علمية لمؤسسات الدولة الإعلامية المزمع إنشائها طبقا للدستور.

- بحث ميداني خاص بالجمهور المصري المتلقي على مستوى الجمهورية والمشارك في العملية الإعلامية كعنصر فاعل في تنمية العمل الإعلامي المصري بهدف تفعيل دور الجمهور في الرقابة الجماهيرية على المنتجات الإعلامية وكيفية تعاون المجتمع المدني في ربط أطراف العملية الإعلامية المصرية لصالح تنمية العمل الإعلامي مهنيا وتقنيا وقيميا.

- بحث تحليلي لمضامين الإعلام في الوسائل الإعلامية المختلفة بعد الثورة للوقوف على جوانب قصور العمل الإعلامي بشكل عام ومواطن الخلل المهني والتقني والقيمي بشكل خاص، بهدف تصحيح مسار العمل الإعلامي ورفع كفاءة الإعلاميين المهنية والتقنية.

المراجع :

1- أحمد أحمد عثمان: "حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي" بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008 ،ج2.

2- أشرف جلال: "العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة، دراسة مقارنة لبرامج الرأي في القناتين الأولى والثانية مقارنة بدريم والمحور. في المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر مستقبل وسائل الإعلام العربية، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو 2005. ص 402.

3- أشرف جلال حسن: "حدود الحرية والمسئولية المهنية في اداء الشبكات الإخبارية الفضائية العالمية وأثرها على اتجاه جمهور الأجانب نحو القضايا العربية: دراسة تطبيقية مقارنة "بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 2008 ،ج1.

4- الخطة الإعلامية العامة لاتحاد الإذاعة والتليفزيون، رئاسة الاتحاد، الإدارة المركزية للتخطيط، 2011-2012.

5- أمال حسن الغزاوي: "المسئولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التليفزيونية اليومية في تناول الأداء الحكومي" المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، المجلد التاسع ، يناير – يونيو 2009.

6- أميرة سمير: "التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة في إطار المسئولية الاجتماعية" بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008، ج1.

7- أميرة محمد إبراهيم النمر: "شريط المحادثة على القنوات الفضائية العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسئولية المهنية" بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، القاهرة ،كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008، ج1.

8- أميمة عبود: "مفهوم المواطنة في الخطاب الليبرالي المعاصر: دراسة في تحليل بعض نصوص الخطاب الليبرالي في مصر "المواطنة المصرية ومستقبل الديموقراطية، أعمال المؤتمر السنوي السابع عشر للبحوث السياسية، 21-23 ديسمبر 2003، مركز البحزث والدراسات السياسية (جامعة القاهرة – كلية الاقتصاد والعلوم السياسية) ص ص 94-101.

9- حازم أنور محمد البنا: "أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة كما يراها الجمهور المصري" بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008، ج1.

10- حامد عبد الماجد القويسي: "تشكيل الرأي العام ومناخ المواطنة بين فعالية المواطن وعزوفه السياسي: الأمن العام وحقوق الإنسان" المواطنة المصرية ومستقبل

الديموقراطية، أعمال المؤتمر السنوي السابع عشر للبحوث السياسية، 21-23 ديسمبر 2003، مركز البحزث والدراسات السياسية (جامعة القاهرة – كلية الاقتصاد والعلوم السياسية) ص705

11- حسين حسن طاعون : "تنمية المسئولية الاجتماعية، دراسة تجريبية" رسالة دكتوراة غير منشورة، القاهرة، كلية تربية، جامعة عين شمس، 1990، ص21.
12- سارة عبد اللطيف عبد الحليم : "المسئولية الاجتماعية لقنوات التليفزيون المصرية (الحكومية والخاصة) كما تراها النخبة" رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2011. ص90-ص94
13- سمير أمين: "في مواجهة أزمة عصرنا" سينا للنشر، مؤسسة الانتشار العربي (القاهرة : بيروت 1997) ص199
14- صابر سليمان عسران: "الضوابط الأخلاقية والقانونية اللازمة لعمل القنوات العربية الخاصة" بحث مقدم للمؤتمر العلمي الحادي عشر كلية الإعلام: مستقبل وسائل الإعلام العربية، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة ،2005.
15- عادل عبد الغفار: "أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم 2" بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003، ج3. ص756
16- عبد اللطيف حمزة: الإعلام والدعاية (بغداد : مطبعة المعارف، 1968) ص25
17- عروس الزبير: "مفهوم المواطنة بين المحلية والعالمية في خطاب الحركة الإسلامية في الجزائر" بحث منشور، مركز البحوث العربية، الجمعية العربية لعلم الاجتماع (القاهرة: مكتبة مدبولي 1999م).
18- عزة مصطفى الكحكي: "حدود الحرية والمسئولية كما يراها القائم بالاتصال بقناة الجزيرة الإخبارية" بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008، ج2.
19- عماد صيام: "منظمات المجتمع المدني وقضية المواطنة – استراتيجيات التناول وزوايا الاهتمام، المواطنة المصرية ومستقبل الديموقراطية" أعمال المؤتمر السنوي السابع عشر للبحوث السياسية، 21-23 ديسمبر 2003، مركز البحوث والدراسات السياسية (جامعة القاهرة – كلية الاقتصاد والعلوم السياسية) ص 245-246.
20- فوزية عبد الله آل على: "دور القائم بالاتصال في تبني البرامج الحوارية التليفزيونية لمسئوليتها تجاه المجتمع في دولة الإمارات" بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام : أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة،2003،ج3.
21- ليلى عبد المجيد: تشريعات الصحافة في الوطن العربي الواقع وآفاق المستقبل. (القاهرة : دار العربي للنشر، 2001) ص14
22- محمد إبراهيم منصور: "المواطنة في الخطاب القومي، المواطنة المصرية ومستقبل الديموقراطية" أعمال المؤتمر السنوي السابع عشر للبحوث السياسية، 21-23 ديسمبر

2003، مركز البحزث والدراسات السياسية، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ص 220
23- محمد حسام الدين محمود إسماعيل: "المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية: دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القوية والحزبية من 1991-1994" رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996.
24- محمد حسام الدين: المسئولية الاجتماعية للصحافة. (الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2003) ص48.
25- محمد محمد البادي: "الإطار التربوي لقضية الأخلاقيات المهنية في وسائل الاتصال الجماهيرية" المجلة المصرية لبحوث الإعلام ،العدد الرابع، يناير 1997.
26- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي. (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، 2004) ص488.
27- نرمين زكريا خضر: "اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية في الألفية الثالثة "بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام: الإعلام بين الحرية والمسئولية، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2008، ج2.
28- هبة أمين شاهين: "أخلاقيات العمل الإخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية" بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2003، ج3.
29- يحيى الرفاعي: "المواطنة المصرية وأزمة الديموقراطية نظرات في المستقبل، المواطنة المصرية ومستقبل الديموقراطية" أعمال المؤتمر السنوي السابع عشر للبحوث السياسية، 21-23 ديسمبر 2003، مركز البحزث والدراسات السياسية، جامعة القاهرة – كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ص35.
30- Bo Xie & Paul T. Jaeger2007 Older Adults and Political Participation on the Internet: A Cross-cultural Comparison of the USA and China Published online: 24 October 2007# Springer Science + Business Media Doris Graber, 2004MEDIATED POLITICS AND CITIZENSHIP

IN THE TWENTY-FIRST CENTURY Department of Political Science, University of Illinois, Chicago Illinois, 60607-7137; email: dgraber@uic.edu

31- Doris Graber, 2004, MEDIATED POLITICS AND CITIZENSHIP IN THE TWENTY-FIRST CENTURY Department of Political Science, University of Illinois, Chicago Illinois.;
32- Hattotuwa, Sanjana. March 2009, "New Media and Conflict

Transformation: Potential and Limits." IDS Bulletin Volume 40, No 2, Transforming Security and Development in an Unequal World

33- MAHA EL-SHINNAWY, and M. LYNNE MARKUS, 1997,The poverty of media richness theory: explaining people's choice of electronic mail vs. voice mail International Journal of Human-Computer StudiesVolume 46, Issue 4, Pages 443-467

* أسماء السادة الأساتذة اللذين قاموا بتحكيم استمارة الاستبيان:

من الأكاديميين :

أ. د. سليمان صالح / رئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ. د. شعبان شمس عميد كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر سابقا

أ. د. مرعي مدكور عميد كلية الإعلام وفنون الاتصال جامعة 6 أكتوبر

د. ثريا البدوي الأستاذ المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة

من الخبراء والمتخصصين:

أ. أمال العناني الخبير الإعلامي في الإذاعة المصرية.

ب. حازم غراب / مدير قناة مصر

أ. على سيد الأهل رئيس القناة الأولى

المهندس فتحي شهاب / رئيس لجنة الثقافة والإعلام بمجلس الشورى

34- McQuail, Denis3, McQuail's Mass Communication Theory, New Delhi: Vistaar Publications.2005

35- Turner,bruan,S.,Citizenship and Capitalism: the debate over reformism,pb.London.Boston.Allen and unwin,1986,p107