

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية

وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعى نحو الأزمات الاقتصادية

د/ هبة الله نصر حسن *

مقدمة:

لقد أصبح الإعلام أحد سمات العصر الحالى، ووسيلة فعالة فى تكوين وجدان الشعوب والمجتمعات، حيث أصبح الإعلام حقاً من حقوق الإنسان الأساسية بوصفه القادر على نقل ونشر الحقائق وتبصير كل فرد بما يحدث من حوله فى كل بقاع العالم، ولم يعد مقبولاً حجب أو إخفاء أى خبر أو معلومة عن أى فرد سواء فى مجال السياسة ونظم الحكم أو المجالات الاجتماعية، والإقتصادية، والثقافية، والعلمية وغيرها من المجالات، وأصبحت المؤسسات والأفراد ملزمة بإمداد وسائل الإعلام بالحقائق والأحداث أولاً بأول حتى يحصل الجمهور على حقهم فى الإعلام والاتصال.⁽¹⁾

وتنعكس أهمية وسائل الإعلام عند مواجهة الأزمة من خلال زيادة اعتماد الجمهور عليها فى معرفة تفاصيل تلك الأزمات، فهى تمثل المصدر الرئيسى للمعلومات عن الأزمة لدى الجمهور، وأيضاً فى تشكيل اتجاهاته نحو الأزمة وكيفية إدارتها،⁽²⁾ ويتوقف التعامل إعلامياً مع الأزمة على طبيعة الأزمة، ونوعيتها، وحجمها، وطبيعة النظام السياسى السائد، والجماهير المستهدفة، خاصة عند مواجهة أزمة، ذلك لأن الإعلام يقوم بدور فعال تجاه الأزمات، وقد تنامى هذا الدور مع الثورة المعلوماتية للدرجة التى جعلت السياسة ومنتخدى القرارات يعتمدون على وسائل الإعلام فى تقييم المواقف.⁽³⁾

وأصبح للإعلام مسئولية اجتماعية تلقى على عاتقه للسعى الدائم وراء كل تطور وخلف كل جديد، كما أصبح عليه دور كبير فى التوعية والتنقيف والتعليم فى شتى مجالات الحياة، ومن منطلق هذا الدور المتنامى والحيوى للإعلام فى كافة مناحى الحياة، يلعب الإعلام وبوسائله المختلفة دوراً مهماً وخطيراً فى الأزمات والكوارث التى تواجه الأفراد والمجتمعات والمنظمات، وهو دور مؤثر فى كل مراحل الأزمة أو الكارثة سواء قبل حدوثها أو أثناءها أو فيما بعد انتهاء أحداثها وتداعياتها.⁽⁴⁾

وفى ظل الاهتمام المتزايد بدراسة أخلاقيات الإعلام والدور الذى يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام فى معالجة الأزمات من خلال ما تقدمه الصحف المصرية من معلومات وصور ودلالات عند تناولها لأزمة معينة، مما ينعكس على اتجاهات

* مدرس الإعلام، بكلية الآداب - جامعة أسوان

الجمهور نحو تلك الأزمة ، فلا يكاد يخلو مجتمع من تداول أفكار وأخبار، وصور، وطرائف ذات توجه سياسي، أو اجتماعي، أو اقتصادي، والتي اضطرت الحكومات إلى اتخاذ قرارات أو التراجع عن قرارات بسبب ذلك.

لذا تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على أبعاد المسؤولية الاجتماعية بالصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية المثارة في المجتمع وتقوم بالمساعدة في حلها عن طريق مناقشة هذه الأزمات والمساعدة في الوصول إلى حل لها وتأخذ على عاتقها تلبية حاجة الشباب الجامعي وإمدادهم بالمعلومات التي تخص الأزمات المطروحة ، وفي ظل ما تشهده المجتمعات العربية بصفة عامة والمجتمع المصري بصفة خاصة من تغيرات سياسية واقتصادية واجتماعية ، جعلت من أخبار الأزمات مادة إعلامية خصبة للكثير من الصحف المصرية والتي بدورها تضطر الحكومات في كثير من الأحيان إلى اتخاذ قرارات أو التراجع عن قرارات بسبب ما تثيره تلك المعالجة من مناقشات لها تأثيرها الفعال علي الجمهور بصفة عامة والشباب الجامعي خاصة.

تحديد مشكلة الدراسة :

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف على الدور الذي يمكن أن تقوم به الصحف المصرية أثناء الأزمات من خلال ما تقدمه من معلومات وصور ودلالات عند تناولها لأزمة معينة، مما ينعكس علي اتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات ، ومن ثم يمكن بلوره مشكلة الدراسة في السؤال التالي :

هل تختلف اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات باختلاف مستويات المسؤولية الاجتماعية في الصحف المصرية ؟

أهمية الدراسة :

لم يشهد العالم فترة من قبل احتدمت فيها الصراعات والتوترات وتوالى فيها الأزمات ، خاصة الأزمات الاقتصادية مثلما يشهد في الفترة الحالية ومن ثم ترجع أهمية هذه الدراسة إلى عدة اعتبارات منها :

1- تبرز أهمية الدراسة فيما تثيره من تساؤلات حول المسؤولية الاجتماعية بالصحف المصرية أثناء تناولها للأزمات الاقتصادية وتأثيرها على تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات .

2- تتزايد أهمية الدراسة من تزايد دور الإعلام في تغطية مشكلات المجتمع خاصة أوقات الأزمات، مما أدى الى ضرورة دراسة تأثيراتها على الشباب الجامعي ، والذي يعكس نبض الرأي العام و متابعة الأحداث خاصة أوقات الأزمات لإيجاد التفسيرات والحلول الملائمة لها.

- 3- إمكانية الاستفادة من نتائج هذه الدراسة فى توضيح الجوانب الإيجابية والسلبية الخاصة بمدى التزام الصحف المصرية بالمسئولية الاجتماعية بهدف تدعيم ما هو إيجابى وتقويم وإصلاح كل ما هو سلبى .
- 4- محاولة وضع ضوابط لترشيد وتطوير الأداء الإعلامى مع رصد مدى الالتزام بالقواعد المهنية فى الصحف المصرية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى التعرف على :

- 1- مدى اهتمام الصحف المصرية بمعالجة الأزمات الاقتصادية .
- 2- أبعاد المسئولية الاجتماعية المقدمة بصحف الدراسة فى معالجتها للأزمات الاقتصادية وذلك من خلال التعرف على:
أ-مصادر المادة الصحفية التى تعتمد عليها صحف الدراسة فى معالجتها للأزمات الاقتصادية .
ب-أساليب الاقناع والبرهنة المستخدمة فى معالجة الأزمات الاقتصادية .
ج-أهداف المضامين المثارة أثناء معالجة الأزمات الاقتصادية .
- 3- قياس مدى القيام بالمسئولية المهنية فى المواد المقدمة بصحف الدراسة.
- 4- علاقة أبعاد المسئولية الاجتماعية المقدمة بصحف الدراسة باتجاهات الشباب الجامعى نحو تلك الأزمات .
- 5- مدى الارتباط بين ترتيب (الأسباب-الحلول) المطروحة للأزمات بصحف الدراسة وترتيب تلك (الأسباب –الحلول) لدى الشباب الجامعى .
- 6- العلاقة بين كل من النوع (ذكر-انثى) واتجاهات الشباب الجامعى نحو الأزمات الاقتصادية التى تتناولها صحف الدراسة.
- 7- العلاقة بين المستوى الاقتصادى والاجتماعى واتجاهات الشباب الجامعى نحو الأزمات الاقتصادية التى تتناولها صحف الدراسة.
- 8- أهم الانتقادات التى يواجهها الشباب الجامعى للمعالجة الصحفية للأزمات الاقتصادية.
- 9-الكشف عن العلاقة بين المسئولية الاجتماعية بصحف الدراسة واتجاهات الشباب الجامعى نحو الأزمات الاقتصادية الدراسات السابقة :

أجرت الباحثة مسحاَ استطلاعيًا للأدبيات الأكاديمية العربية والغربية فى مجال الدراسات الإعلامية ذات الصلة بمجال الدراسة ، والذى يعنى يبحث وتحليل

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية، ويمكن تصنيف هذه الدراسات في محورين متكاملين، على النحو التالي:

المحور الأول : ويتضمن مجموعة من الدراسات الخاصة بالمسئولية الاجتماعية للوسائل الإعلام :

تهدف دراسة هبة أمين شاهين (2003) (5) إلى التعرف على مدى معرفة القائمين بالاتصال بميثاق الشرف الإذاعي ومدى أدراكهم لأهميته بوصفه أحد جوانب التنظيم الذاتي للإعلام بالإضافة إلى التعرف على أهم المبادئ الأخلاقية التي يلتزم بها القائمون بالاتصال في مجال عملهم الإخباري ، وتوصلت إلى نتائج، أهمها :

- أن أهم العوامل التي تؤثر على صنع القرار الأخلاقي لدى المبحوثون دور رئيس العمل بنسبة 36,1% يليه سياسة المؤسسة بنسبة 29,5% .

- جاءت أهم المبادئ الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها العاملون من مجال الأخبار من وجهة نظر المبحوثون كالتالي : المصادقية 26,9% , الموضوعية 19,8% , الدقة 11,04% .

- توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية بين نوع الوسيلة الإخبارية التي يعمل بها المبحوثون (إذاعة – تليفزيون) وطرق معرفة المبحوثين بوجود ميثاق شرف يلتزم به جميع الإعلاميين .

وهدفت دراسة نرمين زكريا خضر(2008) (6) إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية في الصحافة المصرية في الألفية الثالثة ، وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: 1- أن نمط ملكية الصحيفة الأهرام (قومية) ، والوفد (حزبية) والمصري اليوم (خاصة) تعد عاملاً غير مؤثراً وغير فعال على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مفهومي حرية الصحافة ومسئوليتها الاجتماعية، 2- كما أن المتغيرات الديموغرافية والشخصية والسمات المهنية للقائمين بالاتصال عينة الدراسة تعد عاملاً غير مؤثراً في اتجاهاتهم نحو مفهومي حرية الصحافة ومسئوليتها الاجتماعية، 3- كما أشارت النتائج إلى انخفاض نسبة القائمين بالاتصال (ربع العينة) الذين اطلعوا على ميثاق الشرف الصحفي ، كما غلب الطابع الإيجابي على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مفهوم المسئولية الاجتماعية للصحافة التي تمثل مفهوماً من وجهة نظر عينة الدراسة على اختلاف نمط ملكية الصحف التي يعملون بها بأنها (الالتزام بأداب وأخلاقيات المهنة ، وتقديم المصلحة العامة على الشخصية ، وأخيراً الدقة والموضوعية واحترام القارئ).

كما هدفت دراسة مها عبد المجيد صلاح (2008) (7) إلى التعرف على السمات العامة للمحتوى الذي تطرحة المدونات المصرية السياسية ، والدلالات التي تثيرها حول

العلاقة بين الاستفادة من الحرية التي توفرها واحترام الواجبات التي يفرضها التمتع بهذه الحرية، وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج من أهمها :

افتقد خطاب المدونين لكثير من شروط الموضوعية وافتقد في أحيان كثيرة لمراعاة الذوق العام واحترام خصوصية الأفراد ومثلت وسائل الإعلام المصدر الحاضر الغائب في كثير من الأطروحات وظهرت استعانة المدونين بها وإن كانوا قد أغفلوا في مواضيع كثيرة تحديد هذه المصادر التي اعتمدوا عليها ، استخدم المدونون إمكانيات الانترنت واستفادوا منها في توظيف تطبيقات الوسائط المتعددة من مواد مصورة ولقطات فيديو حيه إلا أن رداءة جودة هذه المواد فرضت الشكوك حول مصداقيتها أكثر من كونها أفادت في تدعيم الأطروحات .

كما هدفت دراسة Yan Jin (2014) (8) إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في إدارة الأزمات بشكل فعال في إطار المسئولية الاجتماعية ورد فعل الجمهور على ما تقدمه وسائل الإعلام خلال الأزمات ، وتسعى الدراسة إلى توعية المهنيين بكيفية التعامل وقت الأزمات، والدور الفعال في كيفية تقديم المعلومة عبر وسائل الإعلام في إطار من الشفافية والموضوعية .

وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- ان لوسائل الإعلام دور فعال في التأثير على الرأي العام من خلال تقديمه لمعلومات تهتم الجمهور عن الأزمات .
- على وسائل الإعلام وخاصة المهنيين مراعاة الدقة والموضوعية عند عرض الأزمة للجمهور.

المحور الثاني : تضمن مجموعة من الدراسات الخاصة وسائل الإعلام والأزمات :

تهدف دراسة السيد بهنسى حسن(2000) (9) إلى التعرف على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات وترتيب أهميتها لدى الجمهور وأسباب اعتماده عليها ومدى ثقته بها والعلاقة بين هذه الثقة وشدة الاعتماد عليها، بالإضافة إلى التعرف على التأثيرات المختلفة المترتبة على اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات وذلك من خلال مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام وهو جزء من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج من أهمها :

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام المصرية فيما يتعلق بأسباب اعتماد الجمهور عليها أثناء الأزمات، وقد دارت أسباب الاعتماد حول هدفين أساسيين هما الفهم والتوجيه حيث جاء التلفزيون المصري ثم الصحف المصرية ثم الإذاعات المصرية على الترتيب في مقدمة وسائل الإعلام التي يعتمد عليها الجمهور

أثناء الأزمات بينما جاءت الصحف في الترتيب الأول من حيث الانتقادات الموجهة إليها أثناء معالجتها للأزمات ثم التلفزيون ثم الراديو.

- كما أكدت الدراسة على وجود درجة عالية من الاقتران بين درجة ثقة الجمهور في وسائل الإعلام ودرجة اعتماده عليها، وكذلك وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين وسائل الإعلام المصرية الثلاث بشأن اعتماد الجمهور عليها كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات نتيجة اختلاف الأهداف الشخصية والفائدة المحتملة من الوسيلة.

كما هدفت دراسة محمد شومان (2001) (10) إلى التعرف على النشأة الحديثة والطبيعة المركبة لإعلام الأزمات والتدخل النظري والعملي بين تخصصات متعددة تهتم بدراسة إعلام واتصالات الأزمة، وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

- أن تطور أبعاد ومهام إعلام الأزمات يظل عملية مطلوبة ويستمر بشرط أن ترتبط تلك الجهود النظرية بالممارسة العملية مع الإقرار بضرورة مراعاة أمرين هما:

أولاً: التوازن في أدوار مهام الإعلام خلال المراحل المختلفة للأزمة ومراعاة عناصر التخطيط الإعلامي لتحقيق أكبر قدر من التنسيق بين جهود وأنشطة الاتصال المباشر والاتصال الجماهيري وكذلك بين الجهات والهيئات المختلفة ذات الصلة بالأزمة، كما أنه من المهم أيضاً تحقيق توازن بين الجوانب المعرفية والوجدانية في رسائل الإعلام وقت الأزمات فالإعلام عندما ينشر أخبار الأزمات والكوارث يستطيع أن يحرك القلوب والعقول والقيم والأخلاق والمثل الإنسانية.

ثانياً: إن يتم نقل كل المعلومات المتاحة بدقة وتناسق بحيث تتواكب مع معطيات الواقع وسياق الأحداث، إنطلاقاً من أن معظم الناس تسمع أو تقرأ أو ترى عن الأزمة أو الكارثة من خلال وسائل الإعلام، وبالتالي فإن نقص الاهتمام الإعلامي بأزمة أو كارثة تصيب الناس ستجعلهم يشعرون بأن هناك تهميش مقصود وعدم اهتمام بمعاناتهم.

أيضاً توصلت دراسة Thompson (2002) (11) والتي هدفت إلى تحليل محتوى التغطية الصحفية المحلية لأزمة الإدارة المدرسية في تكساس خلال فترة الأزمة لتحديد أطر المعالجة الخبرية المستخدمة في التغطية الصحفية على عينة عمدية من مقالات صحف (أخبار صباح دالاس، دالاس الأسبوعية، وال سول دي تكساس)، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

-اختلاف الأطر الخبرية التي تستخدمها كل صحيفة لمعالجة الأزمة وفقاً للأجندة التي تنفرد بها،

-كما أن المقارنة بين الصحف الثلاثة أظهرت أن كل منها يركز على أن سوء التنفيذ الإداري المدرسي وراء أحداث تلك الأزمة.

كما اعتمدت دراسة خالد صلاح الدين حسن (2003) (12) بتطبيق المدخل التكاملي لتحديد الوزن النسبي للدور الذي تقوم به وسائل المختلفة في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضية الإرهاب، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- جاء التلفزيون على رأس المصادر التي اعتمد عليها المبحوثين في استقاء المعلومات عن أحداث الحادي عشر من سبتمبر تلتها الصحف القومية ثم مصادر الاتصال الشخصي ثم الراديو ثم محطات التلفزيون العربية في حين تراجعت الصحف المستقلة المصرية ووسائل الإعلام العالمية.

- وجود قدر متزايد من التوافق والاتساق بين الأسباب التي ذكرها المبحوثون بوصفها الأسباب البارزة التي طرحتها وسائل الإعلام بشأن تفاقم ظاهرة الإرهاب وبين ما أثارته وسائل الإعلام خلال الفترة السابقة للدراسة المسحية للجمهور.

- وجود قدر متزايد من الاتساق في إجابات المبحوثين بشأن إدراكهم للحلول التي طرحتها وسائل الإعلام خلال تغطيتها الإخبارية لأحداث تفجيرات الحادي عشر من سبتمبر لمنع تكرار أحداث شبيهة ومكافحة الإرهاب الدولي.

وهدفت دراسة عادل عبد الغفار (2003) (13) لمعرفة مصادر المعلومات المختلفة التي اعتمد عليها طلاب الجامعة المصرية لمتابعة أحداث 11 سبتمبر وتوابعها المختلفة، وإمكانية تفسير ذلك في ضوء إدراك طلاب الجامعات لمدى أهمية هذه الأحداث على المستويين المحلي والدولي وخصائص هؤلاء الطلاب إضافة إلى خصائص المعالجة الإعلامية لهذه الأزمة في وسائل الإعلام المختلفة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- جاء التلفزيون المصري والصحف القومية كأهم مصادر المعلومات الوطنية التي تم الاعتماد عليها في متابعة هذه الأحداث، تلاه قناة الجزيرة كأهم مصدر عربي وقناة CNN ومحطة إذاعية BBC كأهم مصادر أجنبية وظهر الإنترنت كأحد مصادر المعلومات المهمة بين الطلاب.

- ارتفاع مستوى إدراك الطلاب في الجامعات المصرية لأهمية أحداث 11 سبتمبر وتوابعها في التأثير على السياسات الدولية والمحلية.

- يوجد ارتباط إيجابي بين إدراك مدى أهمية أحداث 11 سبتمبر ودرجة الحرص على متابعتها في الإعلام.

- يوجد ارتباط إيجابي بين سمات المعالجة الإعلامية لأحداث 11 سبتمبر وتوابعها من حيث: درجة الحالية- درجة التوازن- درجة العمق- الثقة، ودرجة الاعتماد على مصادر المعلومات المختلفة.

كما هدفت دراسة Ryan (2004) (14) للتعرف على بيانات اقتراعات الرأي العام الأمريكي بعد أحداث 11 سبتمبر 2001، وقد أشارت إلى أن التأثير

الديني قد تزايد ظهوره في الثقافة الأمريكية، وقد ساعد على ذلك أن نسبة كبيرة من الجمهور الأمريكي يتأثر ببيروز الأحداث والقضايا بالإعلام مما يؤثر على تشكيل اتجاهاتهم نحو تلك القضايا وأسبابها خاصة أحداث 11 سبتمبر الذي ظهر بها الدين والتطرف الديني وراء تلك الأحداث مما دفع الباحث إلى تحليل محتوى التغطية التليفزيونية والصحفية لتلك الأحداث لتحديد مدى بروز الدين كدافع لهجمات 11 سبتمبر 2001، وقد توصلت إلى نتائج من أهمها :

إلى أن المحتوى المرتبط بالدين برز في التغطية التليفزيونية بنسبة 39% وذلك في متوسط 28 مقالة لصحف يومية، مما يفسر هذه الزيادة المطردة في بروز الدين والتطرف في الثقافة الأمريكية كمبرر ودافع لارتكاب الجرائم حيث ارتبط مفهوم الدين بالإرهاب من خلال تعرضهم للقصاص الإخبارية بالتليفزيون والصحف.

كما هدفت دراسة حنان جنيد (2011) (15) إلى رصد وتحليل التطور في بحوث الثمانينيات ودراسات اتصال الأزمات خلال العشرين سنة الأخيرة منذ بداية التسعينات وحتى عام 2010 ، والتي تتناول دراسات وبحوث اتصال الأزمات والكوارث بمختلف توجهاتها ومناهجها والتي تجاوزت المئات والتي تعكس دور الاتصال في تناول ومعالجة الأزمات ، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- إن دور الإتصال في إدارة الأزمة على المستوى الدولي والوطني سواء في مجالات محددة كالمجال الصحي والسياحي والأمنى أو على مستوى الدولة ككل ، ويرجع ذلك إلى طبيعة الأزمات الكبرى والتي تتطلب إتاحة قدر كبير من المعلومات والبيانات حولها حيث من غير الممكن في ظل تكنولوجيا الإتصال المتطورة الآن حجب تلك المعلومات عن الجماهير خاصة إذا كانت تتعلق بأزمات قومية أو ذات أبعاد دولية بعكس ماقد تنتهجه المنظمات خاصة في الأنظمة العربية من حجب المعلومات والبيانات المتعلقة ببناء الجماهير ووسائل الإعلام وتوضيح التأثيرات السلبية للأزمات التي تواجهها .

2- ركزت غالبية الدراسات الأجنبية على تحليل وتوضيح الاستراتيجيات الاتصالية المتبعة في إدارة الأزمات في الوحدات التنظيمية ، بينما اهتمت الدراسات العربية بالتعرف على آثار وتداعيات الأساليب الاتصالية المستخدمة ومدى كفاءتها في إدارة الأزمات .

أوجه الإستفادة من الدراسات السابقة :

1- تمثلت الإستفادة الرئيسية من الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية الخاصة بهذه الدراسة وتحديد الجوانب التي تدرسها الدراسة .

2- كما تكمن الاستفادة في توصل معظم الدراسات إلى نتائج تؤكد على أن وسائل الإعلام يتم الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات .

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعى نحو الأزمات الاقتصادية

- 3- اتضح زيادة تعرض الجمهور لوسائل الإعلام، وخاصة الشباب فى متابعة الأزمات إلى تناولتها الوسائل.
- 4- التعرف على مدى إلتزام الصحف المصرية بضوابط ومعايير ومحددات قياس المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام .
- 5- كما استعانت الباحثة بالدراسات السابقة والتي تناولت وسائل الإعلام و الأزمات فى التعرف على طرق المعالجة الإعلامية وإعداد تساؤلات الدراسة التحليلية وتحديد أهم فئات ووحدات استمارة تحليل المضمون.
- 6- هذا إلى جانب الاستفادة من الدراسات التي تناولت وسائل الإعلام والأزمات فى التعرف على طبيعة تلك العلاقة وأسباب الاعتماد على الصحف المصرية وقت الأزمات مما ساعدها فى إعداد تساؤلات الدراسة الميدانية والتعرف على أفضل الطرق لإختيار العينة وحجم مفرداتها .

تساؤلات الدراسة :

أولاً- تساؤلات خاصة بالدراسة التحليلية:

- 1- ما أهم الأزمات الإقتصادية المطروحة بصحف الدراسة؟
- 2- ما هى أهداف المضامين المقدمة فى صحف الدراسة؟
- 3- ما أهم الأساليب الإقناعية التي استخدمتها صحف الدراسة فى عرض الأزمات؟
- 4- ما مدى المسئولية المهنية المقدمة بصحف الدراسة فى معالجتها للازمات؟
- 5- ما مدى الإلتزام بالمسئولية الاجتماعية فى صحف الدراسة تجاه الأزمات محل الدراسة ؟

ثانياً- تساؤلات خاصة بالدراسة الميدانية:

- 1- ما مدى متابعة الشباب لصحف الدراسة ؟
- 2- ما أسباب تفضيل الشباب الجامعى لصحف الدراسة؟
- 3- ما أسباب (متابعة- عدم متابعة) لصحف الدراسة؟
- 4- ما أسباب (متابعة- عدم متابعة) للأزمات الإقتصادية فى متابعة تلك الأزمات ؟
- 5- ما مدى اهتمام الشباب الجامعى بمتابعة الأزمات الإقتصادية ؟
- 6- ما مدى تأثير متابعة الشباب الجامعى للأزمات الإقتصادية فى صحف الدراسة؟
- 7- ما ترتيب الأسباب والحلول للأزمات الإقتصادية لدى الشباب الجامعى؟
- 8- ما (المبادئ-المعايير-المقترحات) التي تتوافق مع مستويات المسئولية الاجتماعية فى معالجة الأزمات الإقتصادية ؟

فروض الدراسة :

تسعى الدراسة لاختبار الفروض التالية:

- 1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية لصحف الدراسة في معالجتها للأزمات الاقتصادية واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات.
- 2- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل الاهتمام بالأزمات الاقتصادية المقدمة بصحف الدراسة واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات.
- 3- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب (الأسباب -الحلول) التي تطرحها صحف الدراسة في معالجتها للأزمات وترتيب أولويات الشباب الجامعي ل(الأسباب-الحلول) لتلك الأزمات .
- 4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الشباب الجامعي (ذكور-إناث) نحو الأزمات الاقتصادية المقدمة بصحف الدراسة.
- 5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية التي تقدمها بصحف الدراسة وفقا للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لديهم.

نوع الدراسة ومنهجها:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي وصولاً إلى إجابات وافية حول تساؤلات الدراسة والتحقق من صحة فروضها واستخلاص نتائج تفسيرية ذات دلالة، وبناء على ذلك فإن هذه الدراسة تسعى للتعرف على المسؤولية الاجتماعية بصحف الدراسة وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية، وذلك من خلال عدة متغيرات (النوع، السن، المستوى الاقتصادي، المستوى الاجتماعي) ، هذا بالإضافة الى دراسة عدد من مواد الرأي وتحليلها من حيث الشكل والمضمون للتعرف على أهم الأزمات الاقتصادية التي تتناولها صحف الدراسة أثناء فترة الدراسة، هذا إلى جانب التعرف على جوانب المعالجة الصحفية للأزمات من حيث (الموضوعية والصدق والتوازن والدقة في عرض أهم الأسباب والحلول المطروحة والجهود المبذولة لاحتواء الأزمة)، بالإضافة إلى أساليب الإقناع والبرهنة التي استخدمتها صحف الدراسة في معالجتها للأزمات الاقتصادية.

مجتمع الدراسة :

ويتمثل مجتمع الدراسة في :

أ- المجتمع الوثائقي : ويشمل الصحف المصرية (القومية-الحزبية-المستقلة) في الفترة من 19 أكتوبر حتى 13 نوفمبر 2016.

ب- المجتمع البشري: يتمثل في الشباب الجامعي بجامعة أسوان ممن تتراوح اعمارهم بين (18-21) سنة .

عينه الدراسة :

وتشمل عينة الدراسة :

أ- العينة التحليلية :

قبل اختيار عينة الدراسة التحليلية قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة مكونة من (50 مفردة) من طلاب الكليات (ذكور- إناث) التابعة لجامعة أسوان، والذين تقع أعمارهم بين (18-21 سنة)، وذلك لتحديد أكثر الصحف المصرية تفضيلاً بالنسبة لهم، وكذلك أكثر الأزمات الاقتصادية الطارئة المطروحة، والتي تستحوذ على اهتمامهم وذلك لتحديد كل من العينة التحليلية وعينة الأزمات، وتضمنت الدراسة الاستطلاعية توجيه عدة أسئلة للمبحوثين عن أهم الصحف المصرية التي تحرص على متابعتها، وذلك من خلال عرض قائمة بأسماء بعض الصحف المصرية وطلب من المبحوثين تحديد أفضل الصحف بالنسبة لهم.

جدول (1) الصحف المصرية المفضلة لدى الشباب الجامعي بالدراسة الاستطلاعية

الترتيب	البرنامج	عدد المفردات	النسبة المئوية
1	اليوم السابع (مستقلة)	14	30%
2	المصري اليوم (مستقلة)	10	22%
3	الأهرام (قومية)	8	14%
4	الوفد (حزبية)	6	10%
5	الأخبار (قومية)	4	8%
6	الشروق (مستقلة)	3	6%
7	الجمهورية (قومية)	2	4%
8	الفجر (مستقلة)	1	2%
الإجمالي		48	96%

*وأشارت مفردتين إلى عدم متابعة صحف الدراسة.

وبناءً على ما سبق، قامت الباحثة بتحديد العينة التحليلية من الصحف المصرية ممثلة في جريدة الأهرام، والتي تمثل الصحف القومية حيث جاءت في الترتيب الأول للصحف القومية، وجريدة الوفد (الحزبية)، وجريدة اليوم السابع والتي جاءت في الترتيب الأول للصحف المستقلة.

كما تضمنت الدراسة سؤال المبحوثين عن أهم الأزمات الاقتصادية المطروحة بصحف الدراسة، وذلك بعرض قائمة من هذه الأزمات والتي تناولتها صحف الدراسة - أثناء فترة إجراء الدراسة- على المبحوثين لتحديد أكثر هذه الأزمات أهميةً بالنسبة لهم.

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

جدول (2) أهم الأزمات الاقتصادية لدى الشباب الجامعي بالدراسة الاستطلاعية:

الترتيب	الأزمة	ك	النسبة المئوية
1	تراجع سعر الصرف	32	31,3%
2	ارتفاع أسعار السلع	28	29,3%
3	ارتفاع سعر الدولار	20	21,2%
4	أزمة نقص السكر والزيت	10	9,1%
5	ارتفاع أسعار الكهرباء	6	6,1%
6	ارتفاع أسعار البنزين	3	3,0%
	الإجمالي	99	100%

بعد الإطلاع على نتائج الدراسة الاستطلاعية , قامت الباحثة بتحديد عينة الأزمات الاقتصادية وتمثلت في تراجع سعر الصرف ، ارتفاع أسعار السلع ، ارتفاع أسعار الدولار، حيث مثلت أكثر الأزمات الاقتصادية وفقاً للجدول السابق.

ثانياً: العينة الميدانية :

قامت الباحثة بالتطبيق على عينة من الشباب الجامعي بجامعة أسوان , قوامها (400) وتم اختيارها بالطريقة العشوائية الطبقية ممن تتراوح أعمارهم بين (18-21) سنة ، مع مراعاة تمثيل النوع والسن والجانب الاقتصادي والاجتماعي ،

اختيار العينة :

- تم تقسيم العينة إلى ذكور وإناث .
- لقد تم توزيع الدراسة وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي إلى ثلاثة مستويات (مرتفع – متوسط –منخفض)
- تم تمثيل جميع كليات جامعة أسوان .

خصائص العينة:

1. من حيث النوع:

جدول (3) توزيع أفراد العينة وفقاً للنوع

النوع	التكرار	النسبة المئوية
الذكور	200	50
الإناث	200	50
الإجمالي	400	100

2. من حيث المستوي الاجتماعي الاقتصادي:

جدول (4) توزيع أفراد العينة وفقاً للمستوي الاجتماعي الاقتصادي

المستوي الاجتماعي الاقتصادي	التكرار	النسبة المئوية
منخفض	19	4,5
متوسط	300	74,7
مرتفع	81	20,8
الإجمالي	400	100

حدود الدراسة :

(1) الحدود المكانية والبشرية :

تقتصر الدراسة الحالية على عينة من الشباب الجامعي من طلاب الكليات التابعة لجامعة أسوان من سن 18 - 21 سنة، وذلك لصعوبة إجراء الدراسة الميدانية على المجتمع الأصلي للشباب الجامعي في هذا السن بكل محافظات مصر، حيث يتطلب ذلك مدة طويلة من الوقت تتعدى الوقت المتاح للدراسة، إلى جانب فريق كبير من الباحثين وتكاليفها لا يتحملها باحث بمفرده، علاوة على تشابه خصائص الأفراد في مرحلة الشباب وإمكانية تمثيل العينة لفئات النوع والمستويات الاقتصادية والاجتماعية المختلفة داخل محافظة أسوان.

(2) الحدود الزمنية :

اقتصرت الدراسة على تحليل مضمون عينة من الصحف المصرية في الفترة الزمنية من 2016/10/19، والتي تمثل اجتماع رئيس الوزراء مع مجموعة من الخبراء والمتخصصين في الشأن الاقتصادي لاستعراض الموقف الاقتصادي المتأزم وإيجاد آليات لحلول الأزمة⁽¹⁶⁾، وحتى 2016/11/13 والتي تمثل نشر التقرير الترويجي عن الاقتصاد المصري والذي صدر عن صندوق النقد الدولي بعنوان "مصر.. فرصة للتغيير"⁽¹⁷⁾، وذلك مع تطبيق استمارة الاستقصاء على عينة من الشباب.

أدوات جمع البيانات :

اعتمدت الدراسة في تحقيق أهدافها والإجابة على تساؤلاتها على أدوات جمع البيانات التالية :

أولاً : استمارة تحليل المضمون لصحف الدراسة :

حيث تم استخدام استمارة تحليل المضمون للكشف عن المضمون في دراسة محتوى صحف الدراسة لبعض الأزمات الاقتصادية، وقد وضعت الباحثة الفئات الخاصة لتحليل المضمون لتلبية متطلبات الدراسة، حيث تم وضع فئات للجوانب الرئيسية في معالجة الأزمات (الأسباب-الحلول) لكي توفر مؤشرات كمية لهذه الجوانب تستند إليها بجانب التحليل الكيفي لتلك الجوانب الرئيسية في معالجة الأزمات الاقتصادية بصحف الدراسة .

ثانياً: استمارة الاستقصاء:

استخدمت الباحثة استمارة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات الخاصة بهذه الدراسة، وروعي في إعدادها أن تأتي الأسئلة بشكل يعتمد على التسلسل المنطقي إلى جانب الوضوح والبساطة في صياغة الأسئلة، وقد جمعت الاستمارة بين الأسئلة

المغلقة وشبه المغلقة وكذلك الأسئلة المفتوحة مع التركيز على الأسئلة المغلقة لتسهيل عملية جمع المعلومات من المبحوثين.

ثبات التحليل :

أ- أجرت الباحثة اختباراً لمدى ثبات أداة التحليل ، حيث يعبر الثبات عن نسبة الاتساق بين أكثر من باحث في تحليل مضمون عينة من المواد الإعلامية باستخدام نفس أداة التحليل (18) ، لحساب ثبات التحليل قامت الباحثة بالاستعانة بأحد الباحثين في مجال الإعلام لتحليل (5%) من المادة الإعلامية موضع التحليل بنفس الوحدات والفئات بعد توضيحها وتعريفه بالهدف من الدراسة، وجاءت درجة الاتفاق مرتفعة بين الباحثة والباحث الآخر من ناحية، وبين الباحثة مع نفسها من ناحية أخرى فيما يتعلق بإعادة تحليل عينة فرعية تمثلت في (5%) من عينة الدراسة، ويشير ذلك إلى ارتفاع مستوى الثبات (95%) ، بما يعنى صلاحية استمارة تحليل المضمون ووصولها إلى الشكل النهائي.

ب- إجراءات ثبات الاستبيان : قامت الباحثة بإجراء الاختبار القبلي للاستمارة على عينة بلغ قوامها (50) مفردة بما يعادل 10% من إجمالي العينة البشرية للدراسة، روعي فيها التنوع من حيث فئة النوع (ذكور- إناث) وذلك للتعرف على مدى فهم المبحوثين للأسئلة، ومدى تجاوبهم مع الباحثة، وكذلك معرفة إذا كانت هناك بعض الأسئلة الغامضة التي تحتاج إلى تبسيط، وكذلك تحديد دقة وصلاحية المقياس الذي تم إعداده لقياس اتجاهات الشباب الجامعي نحو قضايا الدراسة.

التأسيس النظري للدراسة:

أولاً : الأزمات في وسائل الإعلام :

تعرف الأزمة من المنظور اللغوي : بأنها موقف أو حالة طارئة واستثنائية مغايرة للمجرى العادي للأمور ، ونظراً لثراء اللغة العربية بمفرداتها المختلفة ، فلم يكن استخدام لفظ " أزمة " شائعاً في الأدبيات العربية القديمة ، إلى أن لفتت الدراسات الأجنبية انتباه الباحثين العرب ، وكانت الترجمة المباشرة لكلمة Crisis تعنى أزمة . (19)

وجاء تعريف قاموس أكسفورد لكلمة Crisis بأنها تعنى نقطة تحول في المرض ، أو تطور الحياة أو التاريخ ،، الخ ، ونقطة التحول هذه – وفقاً للقاموس – تتسم بالصعوبة والخطورة والقلق على المستقبل وضرورة اتخاذ قرار محدد وحاسم أو حالة غير مستقرة تشمل تغيراً حاسماً متوقعاً كما في الشؤون السياسية. (20)

وتختلف تعريفات الأزمة باختلاف المفهوم الاجتماعي والسياسي والاقتصادي :

يقصد بالأزمة من الناحية الاجتماعية: " توقف الأحداث المنظمة والمتوقعة واضطراب العادات مما يستلزم التغيير السريع لإعادة التوازن، ولتكوين عادات جديدة أكثر ملائمة".

أما الأزمة من الناحية السياسية: " حالة أو مشكلة تأخذ بأبعاد النظام السياسي وتستدعي اتخاذ قرار لمواجهة التحدي الذي تمثله سواءً كان إدارياً، أو سياسياً، أو نظامياً، أو اجتماعياً، أو اقتصادياً، أو ثقافياً". (21)

ومن الناحية الاقتصادية فهي تعني: " انقطاع في مسار النمو الاقتصادي حتى انخفاض الإنتاج أو عندما يكون النمو الفعلي أقل من النمو الاحتمالي". (22)

وتعد الخطة الإعلامية من أهم مقومات إدارة الأزمات، والضرورة تحتم وجود سياسة إعلامية قبل وأثناء وبعد الأزمة ، ونظراً لما للإعلام من أهمية كبرى في إدارة الأزمات، ولأنه عندما يهمل الدور الإعلامي يكون لذلك انعكاس سلبي على عملية إدارة الأزمة، لذ يقترح إزاء ذلك تعيين متحدث رسمي على قدر من الكفاءة والتأهيل والخبرة بحيث يتولى الإدلاء بكافة التصريحات عن الأزمة . (23)

وفى إطار مفهوم الإعلام الأزموى وأهميته المتصاعدة فى إدارة الأزمات يتعين على وسائل الإعلام والمسؤولين إعلامياً ما يلي :

- المتابعة المستمرة للأزمة من موقعة بالعمق والشمول الذى يساعد على فهم أبعاد الأزمة وتطوراتها وأثارها المختلفة .
- الاهتمام بتنوع فنون الاتصال الإعلامى من تقارير وتحليلات وتعليقات عن الأزمة وتطوراتها.
- الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية الإعلامية (وخاصة التلفزيون) بما يفسر أسباب الأزمة وأبعادها وتحديد كيفية التعامل معها .
- الالتزام بعرض الحقائق , ورفض مبدأ حجب المعلومات وأخفائها بحيث تكون وسائل الإعلام هى الرابطة بين صانعى القرار فى الأزمة والمسؤولين عن التعامل معها وبين رأى العام .
- الاهتمام بالتقل من موقع الأحداث وإجراء الحوارات مع الشهود والمسؤولين والشخصيات الرسمية , وكذلك الخبراء والسياسيين والنخب لربط المعلومات بعضها البعض , ومساعدة الرأى العام على تكوين رأى تجاه الازمة .
- جذب انتباه المشاهد أو المتلقى باستحداث طرق وأساليب التناول الإعلامى لكسب رهان السباق مع وسائل الإعلام الأجنبية وقت الأزمات .

و تأثير الأزمات والكوارث على أوجه الحياة فى المجتمع لا تقتصر على الجوانب السلبية فقط ولكن أيضاً لها جوانبها الإيجابية لعل من أهمها تكثيف الجهود للتخلص من أثارها وإعادة الحياة مرة أخرى لمناطق الأزمات فهو الانطباع الذى

تولده الأزمة لدى الأفراد الذين يضمهم المجتمع وما ولدته الأزمة من انطباعات تحدد مدى مقاومة ورفض المجتمع للأزمة حيث تتولد الإدارة الحقيقية للقيم والمثل والأخلاق في المجتمع فهي تدعمه عند مواجهة الأزمات ،ويجب ألا تغفل الدور الفعال للإعلام عند مواجهة الأزمات فالنظام الإعلامي مطلوب منه بحكم أدواره ووظائفه الاشتباك والتعامل مع كل أنواع الأزمات التي تقع في المجتمع وتمس الناس وتؤثر في حياتهم سواء وقعت هذه الأزمة محلياً أو إقليمياً أو دولياً ، فيصبح علي كل إعلامي في موقعه أن ينقل أخبار الأزمات وتطور مراحلها بمصداقية فلا تضخيم ولا تصغير ولا تعميم ، علاوة علي أن هناك مهام تتعلق بتحليل وتفسير أسباب الأزمة وآثارها واستخلاص الدروس المستفادة والتعلم منها ومناقشة سبل الوقاية مما يساعد في توفير قاعدة مركزية من المعلومات لتحديد بدائل الحلول ونشر الوعي لمواجهة الأحداث .

ثانياً : المسئولية الاجتماعية في وسائل الإعلام:

ورد في المعجم الإعلامي لمحمد منير حجاب أن المسئولية الاجتماعية تعنى استعداداً 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 تعنى عملاً أو نشاطاً هادفاً في أى موقع أو بعد من أبعاد الحياة العامة, والمسئولية الاجتماعية متبادلة بين الأفراد والجماعات وبين المجتمعات المحلية وبين المجتمع العام . (24)

يرى ماكويلز إن المسئولية الاجتماعية – هي إحدى سمات وسائل الإعلام التي لا بد أن تتوافر بها والتي تركز على تحقيق الديمقراطية في المجتمع , ذلك من خلال تطبيق بعض الالتزامات غير المكتوبة والمُعترف بها ضمناً والخاصة بحرية النشر , إضافة إلى مجموعة المبادئ الأخلاقية التي تساعد وسائل الإعلام على أن تقدم للمجتمع الحقيقة والعدالة في النشر . (25)

ويرى دينس ماكويل أن المسئولية الاجتماعية وفقت بين ثلاث مبادئ أساسية وهي الحرية الشخصية وحرية الإعلام ومسئولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع من خلال تنمية وعي الجمهور بالمسئولية الاجتماعية ورفع المستوى المهني للإعلاميين كوسيلة لتحقيق مستويات عالية من الأداء . (26)

تقوم الفكرة المحورية لنظرية المسئولية الاجتماعية على التنظيم الذاتي الاختياري لمهنة الصحافة ,حيث وافق الإعلاميون في الولايات المتحدة الأمريكية على أن الحرية السلبية في النظرية الليبرالية غير مرغوبة في المجتمع الحديث , وأن الحرية ليست مطلقة وإنما ترتبط بالمسئولية , وكان من أهم الاقتراحات أن من يتمتع بالحرية عليه أن يتحمل في مقابلها التزامات معينة تجاه المجتمع مثل التزام الوسائل الإعلامية بالمسئولية تجاه النهوض بالتنوير الثقافي والاجتماعي والسياسي وتعليم

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

المجتمع , وأن من حق الجمهور المشاركة في وسائل الاتصال لإقامة سوق الأفكار الحرة في المجتمع.(27) وتتص المبادئ الرئيسية لنظرية المسئولية الاجتماعية على الركائز التالية : (28)

- 1-الوسيلة عليها التزام نحو المجتمع .
- 2-الوسيلة الإخبارية يجب أن تكون صادقة , دقيقة , عادلة وموضوعية ويجب أن تخدم كمنتدى للأخبار.
- 3-قبول هذه الإلتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام بحيث تكون الوسيلة حرة وتنظم ذاتياً من خلال موائيق الشرف والمعايير المهنية .
- 4-يجب أن تتجنب وسائل الإعلام نشر وإذاعة ما يؤدي إلى الجريمة, العنف , الفوضى أو ما يثير الأقليات في المجتمع .
- 5-تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع وحق الأفراد في الرد والتعليق في مختلف وجهات النظر .
- 6-الإلتزام بالمعايير السابقة يجعل الجمهور والمجتمع يتوقع إنجازاً راقياً وتحت بعض الظروف ربما يحتاج المجتمع للتدخل بهدف المصلحة العامة .
- 7-يجب ألا تقل مسئولية المهنيين في وسائل أمام المجتمع عن مسئوليتهم أمام الملاك وأسواق الصحف في التوزيع والاعلان .

نتائج الدراسة :

أولاً : نتائج الدراسة التحليلية:

1- الأزمات الاقتصادية التي تعالجها صحف الدراسة مؤخراً:

يتضح من بيانات الجدول (5): أن (تراجع سعر الصرف) جاءت في مقدمة الأزمات الاقتصادية التي تعالجها صحف الدراسة بنسبة بلغت 90,8%، ثم (ارتفاع الأسعار) في المرتبة الثانية بنسبة 52,7%، وأخيراً جاء (ارتفاع الدولار) بنسبة بلغت 19,7%.

جدول (5) الأزمات الاقتصادية التي تعالجها صحف الدراسة

الأزمات	الصحف		الأهرام		الوفد		اليوم السابع		المجموع		نك	درجة الحرية	مستوى المعنوية	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%				
تراجع سعر الصرف	82	89,1	43	87,7	54	96,4	179	90,8	179	90,8	17,910	4	0,012	0,05
ارتفاع الأسعار	56	60,8	17	34,6	31	55,3	104	52,7	104	52,7				
ارتفاع سعر الدولار	17	18,4	12	24,4	10	17,8	39	19,7	39	19,7				
المجموع	92		49		56		197		197					

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

وعلى مستوى كل صحيفة اتضح أن صحيفة (الأهرام) من أكثر الصحف مناقشة لأزمة (تراجع سعر الصرف) بنسبة بلغت 89,1% تلاها صحيفة (اليوم السابع) بنسبة بلغت 96,4% أما صحيفة (الوفد) احتلت المرتبة الثالثة بنسبة بلغت 87,7%، أما أزمة (ارتفاع الأسعار) جاءت صحيفة (الأهرام) من أكثر الصحف مناقشة لهذه الأزمة بنسبة بلغت 60,8% يليها صحيفة (اليوم السابع) بنسبة بلغت 55,3% يليها صحيفة (الوفد) بنسبة بلغت 34,6% , وجاءت صحيفة (الأهرام) من أكثر الصحف مناقشة لأزمة (ارتفاع سعر الدولار) بنسبة بلغت 18,4% يليها صحيفة (الوفد) بنسبة بلغت 24,4% وجاءت صحيفة (اليوم السابع) أقل الصحف مناقشة لأزمة ارتفاع سعر الدولار بنسبة بلغت 17,8% .

وبحساب قيمة كا²بلغت (17,910) عند درجة حرية = (4)، وهي قيمة دالة إحصائياً، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين صحف الدراسة والأزمات الاقتصادية التي تعالجها.

2- مدي حداثة الأزمات المطروحة في صحف الدراسة:

جدول (6) مدي حداثة الأزمات المطروحة في صحف الدراسة

الدالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا ²	المجموع		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف مدي الحدثة
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0,05	0,022	2	12,105	94,4	186	98,2	55	85,7	42	96,7	89	أزمات مستمرة
				23,3	46	19,6	11	30,6	15	21,7	20	أزمات تتسم بالحدثة
					197		56		49		92	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن (الأزمات المستمرة) جاءت في مقدمة الأزمات المطروحة في صحف الدراسة بنسبة بلغت 94,4%، ثم (أزمات تتسم بالحدثة) في المرتبة الثانية بنسبة 23,3%.

وعلى مستوى كل صحيفة جاءت (الأزمات المستمرة) في صحيفة (الأهرام) بنسبة 96,7% تلتها (أزمات تتسم بالحدثة) بنسبة 21,7% , وجاء صحيفة (الوفد) مناقشةً (للأزمات المستمرة) بنسبة 85,7% يليه (أزمات تتسم بالحدثة) بنسبة 30,6% , وصحيفة (اليوم السابع) جاءت (الأزمات المستمرة) بنسبة 98,2% يليه (أزمات تتسم بالحدثة) بنسبة 23,3%.

وبحساب قيمة كا²بلغت (12,910) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين صحف الدراسة ومدي حداثة الأزمات المطروحة.

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

3- أهداف المضامين المثارة في صحف الدراسة:

جدول (7) أهداف المضامين المثارة في صحف الدراسة

الدلالة	مستوى المعنوية	درجة الحرية	كا ²	المجموع		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
0,001	0,001	6	65,231	87,8	173	96,4	54	83,6	41	84,7	78	الشرح والتفسير
				83,2	164	62,5	35	95,9	47	89,1	82	التناول التقريري
				67,5	133	100	56	65,3	32	48,9	45	اقتراح استراتيجيات
				20,8	41	16,1	9	24,4	12	21,7	20	النقد البناء
				197		56		49		92		المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن (الشرح والتفسير) جاء في مقدمة المضامين المثارة المخصصة للأزمة في صحف الدراسة بنسبة بلغت 87,8%، ثم (التناول التقريري) في المرتبة الثانية بنسبة 83,2%، ثم (اقتراح استراتيجيات) في المرتبة الثالثة بنسبة 67,5%، وأخيراً جاء (النقد البناء) بنسبة بلغت 20,8%، وعلى مستوى كل صحيفة: صحيفة (الأهرام) جاء (الشرح والتفسير) بنسبة بلغت 84,7% و(التناول التقريري) بنسبة بلغت 89,1% و (التناول النقدي) بنسبة 48,9% و(النقد البناء للتعامل مع الأزمة) بنسبة بلغت 21,7% وصحيفة (الوفد) جاء (الشرح والتفسير) بنسبة 83,6% بينما (التناول التقريري) بنسبة بلغت 95,9% و(التناول النقدي) بنسبة 65,3% و(النقد البناء للتعامل مع الأزمة) بنسبة 24,4% وصحيفة (اليوم السابع) جاء (الشرح والتفسير) بنسبة 96,4% بينما (التناول التقريري) بنسبة 62,5% و(التناول النقدي) بنسبة 100% و(النقد البناء للتعامل مع الأزمة) بنسبة 16,1%.

وبحساب قيمة كا² بلغت (65,231) عند درجة حرية = (6)، وهي قيمة دالة إحصائياً، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين صحف الدراسة وأهداف المضامين المثارة.

4- مصادر المادة الصحفية في صحف الدراسة:

جدول (8) مصادر المادة الصحفية في معالجة الأزمات الاقتصادية في صحف الدراسة

الدلالة	مستوى المعنوية	كا ²	المجموع		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0,514	0,531	19,8	52	16,6	8	20,1	21	20,9	23	رئيس الجمهورية
غير دالة	0,470	1,955	17,5	46	31,2	15	17,4	18	11,8	13	رئيس الوزراء
غير دالة	0,074	5,220	8,3	22	10,4	5	7,6	8	8,2	9	وزير التموين
غير دالة	0,813	1,150	8,1	21	6,2	3	10,6	11	6,3	7	وزير المالية
0,01	0,007	9,826	7,6	20	0	0	6,8	7	11,8	13	وزير الاستثمار
0,01	0,009	1,150	4,5	12	2,2	1	8,7	9	1,9	2	مسئول حزبي
غير دالة	0,512	2,775	4,5	12	4,1	2	5,7	6	3,6	4	أستاذ جامعي
0,05	0,014	8,538	4,2	11	4,1	2	0	0	8,2	9	محافظ البنك المركزي
0,05	0,046	9,420	3,8	10	6,2	3	4,9	5	1,9	2	مصدر اقتصادي عربي
غير دالة	0,496	6,177	3,4	9	2,2	1	1,9	2	5,4	6	خبير اقتصادي

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

مدير صندوق النقد الدولي	4	3,6	0	0	4	8,4	8	3,2	0,519	0,323	غير دالة
مصدر إعلامي	2	1,9	3	2,9	0	0	5	1,9	1,404	0,376	غير دالة
مصدر دولي مسئول	3	2,7	0	0	0	0	3	1,2	19,795	0,214	غير دالة
مواطن	0	0	0	0	1	2,2	1	0,5	1,478	0,141	غير دالة
أخرى	13	11,8	14	13,4	3	6,2	30	11,5	4,412	0,110	غير دالة
الإجمالي	110	100	104	100	48	100	262	100			

يتضح من بيانات الجدول (8) : أن (رئيس الجمهورية) جا في مقدمة مصادر المادة الصحفية التي اعتمدت عليها الصحف محل الدراسة بنسبة بلغت 19,8%، ثم (رئيس الوزراء) في المرتبة الثانية بنسبة 17,5%، ثم (وزير التموين) في المرتبة الثالثة بنسبة 8,3%، ثم (وزير المالية) في المرتبة الرابعة بنسبة 8,1%، ثم (وزير الاستثمار) في المرتبة الخامسة بنسبة 7,6%، وأخيراً جاء (أخرى) وتضم بعض التخصصات بنسبة بلغت 11,5%.

وأشار اختبار كا²إلى وجود علاقة بين صحف الدراسة وبعض مصادر المادة الصحفية المتمثلة في (وزير الاستثمار، مسئول حزبي، محافظ البنك المركزي، مصدر اقتصادي عربي) حيث بلغت قيمة كا² قيمأدالة إحصائياً.

5-أساليب الإقناع والبرهنة المستخدمة في صحف الدراسة:

جدول (9) أساليب الإقناع والبرهنة المستخدمة في صحف الدراسة

الدالة	مستوى المعنوية	كا ²	المجموع		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف
			%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0,574	2,220	97,4	192	100	56	93,8	46	97,8	90	اقتصادية
0,05	0,012	4,775	45,1	89	30,3	17	57,1	28	47,8	44	سياسية
0,001	0,000	18,478	42,6	84	30,3	17	34,6	17	54,3	50	بيانات وتقارير رسمية
0,05	0,014	8,538	35,5	70	35,7	20	42,8	21	31,5	29	أمثلة لأزمات سابقة
0,05	0,023	7,519	17,7	35	32,1	18	12,2	6	11,9	11	قانونية
0,01	0,010	11,795	8,1	16	17,8	10	2,1	1	5,4	5	الإعتماد على الإحصائيات
غير دالة	0,145	1,025	92,3	182	94,6	53	95,9	47	89,1	82	إثارة مشاعة إنسانية
غير دالة	0,007	1,826	82,2	162	87,5	49	75,5	37	82,6	76	ترهيب
0,001	0,001	14,412	48,7	96	57,1	32	38,7	19	48,9	45	ترغيب
											الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق:

بالنسبة للأساليب العقلية المنطقية: جاءت (الأساليب الاقتصادية) في المقدمة بنسبة بلغت 97,4%، ثم (الأساليب السياسية) في المرتبة الثانية بنسبة 45,1%، ثم (بيانات وتقارير رسمية) في المرتبة الثالثة بنسبة 42,6%، ثم (أمثلة لأزمات سابقة) في المرتبة الرابعة بنسبة 35,5%، ثم (قانونية) في المرتبة الخامسة بنسبة 17,7%، وأخيراً جاء (الإعتماد على الإحصائيات) بنسبة بلغت 8,1%.

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

وأشار اختبار كا²إلى وجود علاقة بين صحف الدراسة والأساليب العقلية المنطقية المستخدمة حيث بلغت قيمة كا²قيماً دالة إحصائياً، عدا الأساليب الاقتصادية. بالنسبة للأساليب العاطفية: جاءت (إثارة مشاعة إنسانية) في المقدمة بنسبة بلغت 92,3%، ثم (أساليب الترهيب) في المرتبة الثانية بنسبة 82,2%، وأخيراً جاء (أساليب الترغيب) بنسبة بلغت 48,7%.

وأشار اختبار كا²إلى عدم وجود علاقة بين صحف الدراسة والأساليب العاطفية المستخدمة حيث بلغت قيمة كا²قيماً غير دالة إحصائياً، عدا أساليب الترغيب.

6- مدى القيام بالمسئولية المهنية في صحف الدراسة:

يتضح من بيانات الجدول رقم (10): أن (عدم استخدام تشبيهات غير لائقة) جاءت في مقدمة المسئولية المهنية في صحف الدراسة بنسبة بلغت 100%، ثم (عدم استخدام ألفاظ نابية) في المرتبة الثانية بنسبة 97,9%، ثم (الإلتزام بالمبادئ الأخلاقية) في المرتبة الثالثة بنسبة 76,6%، ثم (عدم فرض رأى معين) في المرتبة الرابعة بنسبة 71,5%، ثم (عدم التحيز لرأى معين) في المرتبة الخامسة بنسبة 70,1%، ثم (عدم التدخل بالرأى فى القرارات الاقتصادية) في المرتبة السادسة بنسبة 44,1%، وأخيراً جاء (عدالة عرض الرأى والرأى الآخر) بنسبة بلغت 26,3%.

جدول (10) مدى القيام بالمسئولية المهنية في صحف الدراسة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	كا ²	المجموع		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف
			ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
0,05	0,011	13,014	76,6	151	19,6	11	97,9	48	100	92	الإلتزام بالمبادئ الأخلاقية
0,05	0,013	20,501	26,3	52	7,1	4	48,9	24	26,1	24	عدالة عرض الرأى والرأى الآخر
غير دالة	0,154	1,241	100	197	100	56	100	49	100	92	عدم استخدام تشبيهات غير لائقة
غير دالة	0,121	1,751	97,9	193	92,8	52	100	49	100	92	عدم استخدام ألفاظ نابية
0,001	0,001	31,171	71,5	141	0	0	100	49	100	92	عدم فرض رأى معين
0,05	0,014	17,221	70,1	138	1,7	1	97,9	48	96,7	89	عدم التحيز لرأى معين
0,001	0,000	18,775	44,1	87	0	0	67,3	33	58,6	54	عدم التدخل بالرأى فى القرارات الاقتصادية
			197	56	49	92	الإجمالي				

وعلى مستوى كل صحيفة جاءت صحيفة (الأهرام) من أكثر الصحف التزاماً بالمسئولية المهنية حيث جاءت (عدم استخدام تشبيهات غير لائقة) بنسبة 100% و(عدم استخدام ألفاظ نابية) بنسبة 100% ايضاً تليها (الإلتزام بالمبادئ الأخلاقية) بنسبة 100% ثم (عدم فرض رأى معين) بنسبة 100% ثم (عدم التحيز لرأى معين) بنسبة 96,7% و(عدم التدخل بالرأى فى القرارات الاقتصادية) بنسبة 58,6%

المسئولية الإجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

وأخيراً (عدالة عرض الرأي والرأى الآخر) بنسبة 26,1%، يليه صحيفة (الوفد) من حيث درجة الالتزام بالمسئولية المهنية فى الصحف حيث جاء (عدم استخدام صور غير لائقة) بنسبة 100% و(عدم استخدام ألفاظ نابية) بنسبة 100% أيضاً تليها (الالتزام بمبادئ الحوار) بنسبة 97,9% ثم (عدم فرض رأى معين) بنسبة 100% ثم (عدم التحيز لرأى معين) بنسبة 97,9% و(عدم التدخل بالرأى فى القرارات الاقتصادية) بنسبة 67,3% وأخيراً (عدالة عرض الرأى والرأى الآخر) بنسبة 48,9%، ثم جاءت صحيفة (اليوم السابع) وهو من أقل الصحف التزاماً بمبادئ المسئولية المهنية حيث جاء (عدم استخدام تشبيهات غير لائقة) بنسبة 100% و(عدم استخدام ألفاظ نابية) بنسبة 92,8% أيضاً تليها (الالتزام بالمبادئ الأخلاقية) بنسبة 19,6% ثم (عدم فرض رأى معين) بنسبة 0% ثم (عدم التحيز لرأى معين) بنسبة 1,7% و(عدم التدخل بالرأى فى القرارات السياسية) بنسبة 0% وأخيراً (عدالة عرض الرأى والرأى الآخر) بنسبة 7,1%، ويتضح من النتائج السابقة عدم التزام صحيفة اليوم السابع بالمسئولية المهنية وظهر ذلك عندما جاءت نسبة (عدم فرض رأى معين) 0% وايضا عدم (التدخل بالرأى فى المضمون) بنسبة 0% ويدل ذلك على عدم الالتزام بالمسئولية المهنية فى تقديم الصحف لأن من أساسيات تقديم الصحف هو الحياد و الموضوعية وعدم فرض رأى معين .

وأشار اختبار كا2 إلى وجود علاقة بين صحف الدراسة ومدى القيام بالمسئولية المهنية حيث بلغت قيمة كا2 قيمادالة إحصائياً، عدا عدم استخدام صور غير لائقة وعدم استخدام ألفاظ نابية .

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع ماتوصلت إليه دراسة هبة أمين شاهين (2003) (29) حيث جاءت أهم المبادئ الأخلاقية التى يجب أن يلتزم بها العاملون من مجال الأخبار من وجهة نظر المبحوثون كالتالى : المصادقية، الموضوعية، الدقة واتفقت أيضاً مع ما توصلت إليه دراسة يان جين (2014) (30) حيث يرى أن على وسائل الإعلام وخاصة المهنيين مراعاة الدقة والموضوعية عند عرض الأزمة للجمهور .

7- المسئولية الإجتماعية فى صحف الدراسة:

جدول (11) المسئولية الإجتماعية فى صحف الدراسة

معامل التوافق	مستوى المعنوية	كا2	المجموع		اليوم السابع		الوفد		الأهرام		الصحف
			ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
غير دالة	0,111	0,011	100	197	100	56	100	49	100	92	التعبير عن قضايا ومشكلات المجتمع
0,05	0,041	12,781	14,7	29	10,7	6	26,5	13	10,8	10	إبراز النماذج الإيجابية فى المجتمع
غير دالة	0,179	2,014	74,6	147	71,4	40	79,5	39	73,9	68	الشعور بالمسئولية
0,01	0,010	25,220	62,4	123	8,9	5	93,8	46	78,2	72	التعبير عن وجهات النظر المختلفة
غير دالة	0,110	4,471	30,9	61	28,5	16	40,8	20	27,1	25	طرح حلول للأزمات المعروضة
			197		56		49		92		الإجمالي

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن (التعبير عن قضايا ومشكلات المجتمع) جاء في مقدمة المسئولية الاجتماعية لصحف الدراسة بنسبة بلغت 100%، ثم (الشعور بالمسئولية) في المرتبة الثانية بنسبة 74,6%، ثم (التعبير عن وجهات النظر المختلفة) في المرتبة الثالثة بنسبة 62,4%، ثم (طرح حلول للأزمات المعروضة) في المرتبة الثالثة بنسبة 30,9%، وأخيراً جاء (إبراز النماذج الإيجابية في المجتمع) بنسبة بلغت 14,7%.

وعلى مستوى كل صحيفة جاء التعبير عن قضايا ومشكلات المجتمع في صحيفة (الأهرام) بنسبة بلغت 100% يليه الشعور بالمسئولية بنسبة بلغت 73,9%، والتعبير عن وجهات النظر المختلفة بنسبة 78,2%، وطرح حلول للأزمات المعروضة بنسبة بلغت 27,1% وإبراز النماذج الإيجابية في المجتمع بنسبة بلغت 10,8% أما صحيفة (الوفد) جاء التعبير عن قضايا ومشكلات المجتمع بنسبة بلغت 100% يليه الشعور بالمسئولية بنسبة بلغت 79,5%، والتعبير عن وجهات النظر المختلفة بنسبة 93,8%، وطرح حلول للأزمات المعروضة بنسبة بلغت 40,8% وإبراز النماذج الإيجابية في المجتمع بنسبة بلغت 26,5%، وصحيفة (اليوم السابع) جاء التعبير عن قضايا ومشكلات المجتمع بنسبة بلغت 100% يليه الشعور بالمسئولية بنسبة بلغت 71,4%، والتعبير عن وجهات النظر المختلفة بنسبة 8,9%، وطرح حلول للأزمات المعروضة بنسبة بلغت 28,5% وإبراز النماذج الإيجابية في المجتمع بنسبة بلغت 10,7%.

وتشير هذه النتائج أن صحيفة (اليوم السابع) من أقل الصحف مراعاة للمسئولية الاجتماعية حسب النتائج الموضحة أعلاه مقارنة بالصحيفتين الأخرتين (الأهرام - الوفد).

وأشار اختبار كا²إلى عدم وجود علاقة بين صحف الدراسة والمسئولية الاجتماعية لها حيث بلغت قيمة كا² قيمة غير دالة إحصائياً، عدا التعبير عن وجهات النظر المختلفة، وإبراز النماذج الإيجابية في المجتمع.

ثانياً: الدراسة الميدانية:

1- معدل المتابعة:

جدول (12) معدل متابعة المبحوثين لصحف الدراسة وفقاً للنوع

الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة	المعدل
%	ك	%	ك	%	ك		
96,2	385	96,5	193	96	192	نعم	
3,8	15	3,5	7	4	8	لا	
100	400	100	200	100	200	الإجمالي	

قيمة كا²=0,069 درجة الحرية=1 مستوى المعنوية=0,792 الدلالة = غير دالة

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

يتضح من الجدول رقم (12) أن 96,2% من المبحوثين يتعرضون لصفح الدراسة، وفي المقابل لا يشاهدها 3,8% منهم، وبحساب قيمة كاي بلغت (0,069) عند درجة حرية = (1)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً. ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومعدل تعرضهم لصفح الدراسة.

2- مدي متابعة المبحوثين للأزمات الاقتصادية في صحف الدراسة:

جدول (13) مدي متابعة المبحوثين لصفح الدراسة وفقاً للنوع

مدي المتابعة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	51	26,6	52	26,9	103	26,8
أحياناً	120	62,5	134	69,4	254	66
لا	21	10,9	7	3,6	28	7,3
الإجمالي	192	100	193	100	385	100

قيمة كاي² = 7,779 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0,020 الدلالة = 0,05

* ن = 357 المبحوثون الذين أجابوا بنعم وأحياناً حول متابعة صحف الدراسة بعد استبعاد من أجابوا بلا.

يتضح من الجدول السابق: أن 26,8% من المبحوثين يتابعون صحف الدراسة بصفة دائمة، ويتابعها 66% منهم أحياناً، وفي المقابل لا يتابعها 7,3% من المبحوثين، ويتضح من ذلك ارتفاع نسبة المبحوثين المتابعين لصفح الدراسة.

وبحساب قيمة كاي² بلغت (7,779) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومدي متابعتهم لصفح الدراسة.

3- أسباب تفضيل المبحوثين لصفح الدراسة:

يتضح من الجدول رقم (14) أن (عرض أزمات وقضايا هامة) جاء في مقدمة ترتيب أسباب تفضيل المبحوثين لصفح الدراسة بوزن مؤوي 24,4%، ثم (الجرأة في اختيار المضمون وأسلوب تناوله) في المرتبة الثانية بوزن مؤوي 17,7%، ثم (الإثارة والتشويق والجادبية) في المرتبة الثالثة بوزن مؤوي 10,7%، ثم (الموضوعية بعرض الرأي والرأى الآخر) في المرتبة الرابعة بوزن مؤوي 9,1%، ثم (إتاحة الفرصة للكتاب للتعبير عن آرائهم بحرية) في المرتبة الخامسة بوزن مؤوي 8,1%، و(التنوع في المقالات المقدمة) في المرتبة السادسة بوزن مؤوي 7,8%، وأخيراً (المصادقية) بوزن مؤوي 5,9%.

وترى الباحثة ان هناك توافق بين هذه النتيجة وما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية حيث جاء " التعبير عن قضايا ومشكلات المجتمع" في المرتبة الأولى بنسبة

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

بلغت 100% وهو ما يميز الصحف المصرية في عرض الأحداث الجارية ومتابعة الأحداث والأزمات لحظة بلحظة ومحاولة إيصالها للقارئ بأسرع وقت ممكن. 4مدى اهتمام الباحثين بمتابعة الأزمات التي تناولتها مواقع صحف مؤخراً:

جدول (14) ترتيب أسباب تفضيل الباحثين لصفح الدراسة

الوزن المرجح منوي	النقاط	الترتيب	أسباب تفضيل المواقع								
			الأسباب	الأسباب	الأسباب	الأسباب	الأسباب	الأسباب	الأسباب	الأسباب	الأسباب
9,1	863	14	85	73	59	27	21	7	6	4	الموضوعية بعرض الرأي والرأي الآخر
7,6	729	10	80	87	85	9	5	4	3	3	مراعاة أخلاقيات العمل الصحفي
17,7	1688	59	30	21	27	13	11	21	61	43	الجرأة في اختيار المضمون وأسلوب تناوله
24,4	2392	202	0	0	0	0	13	19	21	31	عرض أزمات وقضايا هاممة
5,9	571	1	141	83	27	18	4	5	4	3	المصادقية
10,7	1028	3	50	51	54	33	47	23	18	7	الإثارة والتشويق والجاذبية
8,1	780	6	91	77	39	34	17	15	3	4	إتاحة الفرصة للكتاب للتعبير عن آرائهم بحرية
7,8	738	1	93	54	76	30	24	1	2	5	التنوع في الموضوعات المقدمة
7,7	735	0	99	59	62	28	19	11	5	3	الدقة في عرض المعلومات
9524	مجموع الأوزان المرجحة										

يتضح من الجدول رقم (15) أن 49% من الباحثين أعربوا عن اهتمامهم بمتابعة الأزمات التي تناولتها صحف الدراسة مؤخراً بدرجة كبيرة، بينما أعرب 42,9% منهم عن اهتمامهم إلي حد ما، وفي المقابل أعرب 8,1% من الباحثين عن عدم اهتمامهم بتلك الأزمات.

جدول (15) مدى اهتمام الباحثين بمتابعة الأزمات التي تناولتها مواقع صحف مؤخراً وفقاً للنوع

العينه	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
مدى الإهتمام						
مهتم بدرجة كبيرة	83	48,5	92	49,5	175	49
مهتم إلى حد ما	73	42,7	80	43	153	42,9
لا اهتم	15	8,8	14	7,5	29	8,1
الإجمالي	171	100	186	100	357	100

قيمة كا² = 0,188 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0,910 الدلالة = غير دالة

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

وبحساب قيمة كا2 بلغت (0,188) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومدى اهتمامهم بمتابعة الأزمات التي تناولتها صحف الدراسة مؤخراً.

وترى الباحثة أن زيادة معدل الاهتمام بمتابعة الأزمات ترجع إلى أهمية الأزمات في تلك الفترة و توالى الأزمات ازمة تلو الأخرى وتأثير الشباب على تلك الأزمات بشكل مباشر خاصة الأزمات الاقتصادية .

5-أسباب تفضيلك هذا المصدر في معالجته للأزمات الاقتصادية:

جدول (16) أسباب تفضيلك هذا المصدر في معالجته للأزمات الاقتصادية وفقاً للنوع

الدلالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0,165	63,4	137	62,7	69	64,2	68	الوضوح الذي يشتمل عليه التفسير والتحليل
غير دالة	0,304	77,3	167	79,1	87	75,5	80	عرض كل وجهات النظر
غير دالة	0,217	36,6	79	37,3	41	35,8	38	الصدق في تناول
غير دالة	0,633	60,6	131	59,1	65	62,3	66	الشمولية في تغطية الأزمة
غير دالة	0,009	39,4	85	40,9	45	37,7	40	المتابعة المستمرة للأزمة
غير دالة	0,476	26,9	58	26,4	29	27,4	29	دقة البيانات الواردة في معالجتها
			216		110		106	جملة من سنلوا (*)

* ن=216 المبحوثون بعد استبعاد من أجابوا بلا على مدي اهتمامهم بالأزمات الاقتصادية.

يتضح من الجدول السابق: أن (عرض كل وجهات النظر) جاء في مقدمة أسباب تفضيلك هذا المصدر في معالجته للأزمات الاقتصادية بنسبة 77,3%، ثم (الوضوح الذي يشتمل عليه التفسير والتحليل) في المرتبة الثانية بنسبة 63,4%، ثم (الشمولية في تغطية الأزمة) في المرتبة الثالثة بنسبة 60,6%، ثم (المتابعة المستمرة للأزمة) في المرتبة الرابعة بنسبة 39,4%، ثم (الصدق في تناول) في المرتبة الخامسة بنسبة 36,6%، وأخيراً (دقة البيانات الواردة في معالجتها) بنسبة 26,9%.

وترى الباحثة أن هناك توافق بين هذه النتيجة وما توصلت إليه النتيجة التحليلية أن (الشرح والتفسير) جاء في مقدمة المضامين المثارة المخصصة للأزمات الاقتصادية في صحف الدراسة بنسبة بلغت 87,8% حيث أن صحف الدراسة تقوم بدور فعال في عرض وجهات النظر المختلفة تجاه القضايا والأزمات المطروحة وتقوم بتناولها بالشرح والتفسير لكي تساهم في التعرف على أسباب الأزمة ومحاولة إيجاد حلول فعالة لمعالجتها .

6- تأثير متابعة المبحوثين للأزمات بصحف الدراسة عليهم:

يتضح من الجدول (17): أن (التعرف على أسباب حدوث الأزمة وأبعادها المختلفة) جاء في مقدمة أسباب متابعة المبحوثين للأزمات الاقتصادية بنسبة 88,1%، ثم (أتبادل الآراء حول الأزمة مع الآخرين) في المرتبة الثانية بنسبة 83,8%، ثم (أحاول معرفة معلومات أكثر عن الأزمة) في المرتبة الثالثة بنسبة 81,4%، ثم

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

(يزداد حماسي لمتابعة الأزمة) في المرتبة الرابعة بنسبة 70,1%، ثم (أتعاطف مع أو ضد أطراف الأزمة) في المرتبة الخامسة بنسبة 66,5%، ثم (أخذ موقف ايجابي أو سلبي مع الآخرين) في المرتبة السادسة بنسبة 60,4% وأخيراً (تزداد متابعتي لوسائل الإعلام للتعرف على تفاصيل الأزمة) بنسبة 29,3%.

جدول (17) تأثير متابعة المبحوثين للأزمات بمواقع صحف عليهم وفقاً للنوع

الدالة	قيمة z	الإجمالي		الإناث		الذكور		العينة
		%	ك	%	ك	%	ك	
غير دالة	0,154	88,1	289	88,4	152	87,8	137	تأثير متابعة الأزمات أتعرف على أسباب حدوث الأزمة وأبعادها المختلفة
غير دالة	0,325	29,3	96	28,5	49	30,1	47	تزداد متابعتي لوسائل الإعلام للتعرف على تفاصيل الأزمة
غير دالة	0,855	81,4	267	79,7	137	83,3	130	أحاول معرفة معلومات أكثر عن الأزمة
غير دالة	0,388	70,1	230	69,2	119	71,2	111	يزداد حماسي لمتابعة الأزمة
غير دالة	0,308	66,5	218	65,7	113	67,3	105	أتعاطف مع أو ضد أطراف الأزمة
غير دالة	0,39	60,4	198	60,5	104	60,3	94	أخذ موقف ايجابي أو سلبي مع الآخرين
غير دالة	0,362	83,8	275	83,1	143	84,6	132	7- تزداد متابعتي لوسائل الإعلام للتعرف على تفاصيل الأزمة أبتادل الآراء حول الأزمة مع الآخرين
			328		172		156	جملة من سئلوا (*)

(*) ن=328 المبحوثون بعد استبعاد من أجابوا بلا على مدي الاهتمام بمتابعة الأزمات بالصحف المصرية.

7-أسباب عدم متابعة المبحوثين للأزمات الاقتصادية صحف الدراسة:

يتضح من الجدول رقم (18) أن (التحيز في عرض الموضوعات) جاء في مقدمة أسباب عدم متابعة المبحوثين لصفح الدراسة بنسبة 92,8%، ثم (عدم مراعاة أخلاقيات الحوار) في المرتبة الثانية بنسبة 89,2%، ثم (لاتناقش المشاكل التي تهتمك) في المرتبة الثالثة بنسبة 82,1%، ثم (عدم توافر المصادقية في الصحف) في المرتبة الرابعة بنسبة 60,7%، ثم (عدم تنوع أفكار الصحف) في المرتبة الخامسة بنسبة 57,1%، وأخيراً (عدم الحرفية في التقديم) بنسبة 46,4%.

جدول (18) أسباب عدم متابعة المبحوثين للأزمات الاقتصادية لصفح الدراسة وفقاً للنوع

العينة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	%	ك	%	ك	%	ك
أسباب عدم متابعة						
عدم توافر المصادقية في الصحف	66,6	14	42,8	3	60,7	17
عدم تنوع أفكار الصحف	57,1	12	57,1	4	57,1	16
التحيز في عرض الموضوعات	90,4	19	100	7	92,8	26
عدم مراعاة أخلاقيات العمل الاعلامي	95,2	20	71,4	5	89,2	25
لاتناقش المشاكل التي تهتمك	95,2	20	42,8	3	82,1	23
ليس من ضمن اهتماماتي	52,3	11	28,5	2	46,4	13
جملة من سئلوا (*)		21		7		28

(*) ن=28 المبحوثين اجابوا بلا حول متابعة للأزمات الاقتصادية

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

وترى الباحثة أن غياب دور المسئولية الاجتماعية في بعض وسائل الإعلام أدى إلى عزوف بعض القراء عن متابعة الصحف التي لاتراعى أخلاقيات العمل الصحفي ولاتراعى الحيادة والموضوعية في عرض قضاياها على الشباب الجامعي، لذلك على المسئولين أن تفعيل دور ميثاق الشرف الصحفي حتى يكون منهاج تلتزم به كل الصحف في عرض موضوعاتها وقضاياها على الشباب الجامعي حتى نسترد الدور الفعال التي تقوم به الصحف المصرية.

8- مدى تلبية المضمون لاحتياجات الشباب الجامعي في صحف الدراسة:

جدول (19) مدى تلبية المضمون لاحتياجات الشباب الجامعي في صحف الدراسة

الصحف	الأهرام		الوقد		اليوم السابع		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
متفقة	91	98,9	47	95,9	56	100	194	98,5
متفقة إلى حد ما	1	1,1	2	4,1	0	0	3	1,5
المجموع	92	100	49	100	56	100	197	100

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن 98,5% من مضمون مواقع صحف يلبي احتياجات الشباب الجامعي. وفي المقابل 1,5% منها لا يلبي احتياجات الشباب الجامعي.

9- الأشخاص التي يتناقش معها المبحوثون حول الأزمات الاقتصادية:

جدول (20) الأشخاص التي يتناقش معهم المبحوثون حول الأزمات الاقتصادية وفقاً للنوع

الأشخاص	العينة		الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أفراد الأسرة	21	26,9	29	37,7	50	32,3		
الأرقاب	17	21,8	12	15,6	29	18,7		
أساتذة الجامعة	12	15,4	9	11,7	21	13,5		
الزملاء	28	35,9	27	35,1	55	35,5		
الإجمالي(*)	78	100	77	100	155	100		

قيمة كا² = 2,582 درجة الحرية = 3 مستوى المعنوية = 0,461 الدلالة = غير دالة

(*) ن=155 المبحوثون بعد استبعاد من أجابوا بلا علي مدى مناقشة غيرهم حول المعلومات التي يحصلون عليها عن الأزمات الاقتصادية .

يتضح من الجدول رقم (20) أن (الزملاء) جاء في مقدمة الأشخاص التي يتناقش معها المبحوثون حول الأزمات الاقتصادية بنسبة 35,5%، ثم (أفراد الأسرة) في المرتبة الثانية بنسبة 32,3%، ثم (الأرقاب) في المرتبة الثالثة بنسبة 18,7%، وأخيراً (أساتذة الجامعة) بنسبة 13,5%.

وبحساب قيمة كا² بلغت (2,582) عند درجة حرية = (3)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) والأشخاص التي يتناقش معها حول الأزمات الاقتصادية.

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

10-مدي مناقشة المبحوثين غيرهم حول المعلومات التي يحصلون عليها عن الأزمات الاقتصادية:

جدول (21) مدي مناقشة المبحوثين غيرهم حول المعلومات التي يحصلون عليها عن الأزمات الاقتصادية وفقاً للنوع

العينة مدي المناقشة	الذكور		الإناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	78	73,6	77	70	155	71,8
لا	28	26,4	33	30	61	28,2
الإجمالي	106	100	110	100	216	100

قيمة كا² = 0,342 درجة الحرية = 1 مستوى المعنوية = 0,558 الدلالة = غير دالة

يتضح من الجدول السابق: أن 71,8% من المبحوثين أعربوا عن مناقشتهم غيرهم حول المعلومات التي يحصلون عليها عن الأزمات الاقتصادية، وفي المقابل لا يتناقش 28,2% من المبحوثين مع غيرهم حول تلك المعلومات، وبحساب قيمة كا² بلغت (0,342) عند درجة حرية = (1)، وهي قيمة غير دالة إحصائياً، ويعني ذلك عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومدي مناقشتهم غيرهم حول المعلومات التي يحصلون عليها عن الأزمات الاقتصادية.

11- ما تضيفه المناقشة مع الآخرين حول الأزمات الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين:

يتضح من الجدول رقم (22) أن (تبادل الآراء والمعلومات عن الأزمة) جاء في مقدمة الأشياء التي تضيفها المناقشة مع الآخرين حول الأزمات الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 72,9%، ثم (معرفة معلومات أكثر عن الأزمة) في المرتبة الثانية بنسبة 52,3%، ثم (زيادة التعرض لصفح الدراسة) في المرتبة الثالثة بنسبة 48,4%، وأخيراً (زيادة الاهتمام بالأزمة) بنسبة 47,7%.

جدول (22) ما تضيفه المناقشة مع الآخرين حول الأزمات الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين وفقاً للنوع

العينة الإضافة	الذكور		الإناث		الإجمالي		قيمة z	الدلالة
	ك	%	ك	%	ك	%		
معرفة معلومات أكثر عن الأزمة	42	53,8	39	50,6	81	52,3	0,769	غير دالة
زيادة التعرض لصفح الدراسة	34	43,6	41	53,2	75	48,4	1,199	غير دالة
زيادة الاهتمام بالأزمة	36	46,2	38	49,4	74	47,7	0,397	غير دالة
تبادل الآراء والمعلومات عن الأزمة	59	75,6	54	70,1	113	72,9	0,154	غير دالة
جملة من سئلوا	78		77		155			

وترى الباحثة أن تبادل الآراء والمعلومات عن الأزمة من شأنه أن يزيد من مستوى معرفة المبحوثين عن الأزمة المطروحة ومن شأنه يزيد من مستوى اهتمام الشباب تجاه الأزمة، و أن يفتح آفاق كثيرة فيما بينهم لعرض حلول لمواجهة الأزمة،

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

وبالتالى فإن تبادل الآراء والمعلومات عن الأزمة يؤدي إلى زيادة تعرض الشباب للأزمات الاقتصادية لكي يتعرف على الأزمة بشكل أكثر عمقاً .

12- استجابات الباحثين حول أسباب " الأزمات الاقتصادية في مصر " من وجهة نظرهم:

يتضح من الجدول رقم (23) أن (الانخفاض الاحتياطي الرسمي من العملات الأجنبية) جاءت في مقدمة استجابات الباحثين حول أسباب " الأزمات الاقتصادية في مصر " من وجهة نظرهم بمتوسط 3,90، ثم (انهيار عائدات السياحة) في المرتبة الثانية بمتوسط 3,83، ثم (تراجع تحويلات أبناء مصر في الخارج) في المرتبة الثالثة بمتوسط 3,56، ثم (وجود سعريين لصرف العملات الأجنبية) في المرتبة الرابعة بمتوسط 3,50 ، وأخيراً (تفعيل دور الأزهر في توعية المواطنين بتعاليم الدين الإسلامي الصحيحة والبعد عن التطرف سيقفل من استمرار الأزمة) بمتوسط 2,82.

جدول (23) استجابات الباحثين حول أسباب " الأزمات الاقتصادية في مصر " من وجهة نظرهم

المتوسط	معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		الرأي أسباب الأزمة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3,41	5,6	12	12,5	27	30,6	66	38	82	13,4	29	توسيع حجم الانفاق الحكومي لتلبية المطالب الفئوية بعد أحداث 2011
3,90	0,5	1	10,6	23	19,9	43	35,6	77	33,3	72	الانخفاض الاحتياطي الرسمي من العملات الأجنبية
3,47	4,2	9	12	26	32,9	71	33,8	73	17,1	37	هروب الاستثمارات الأجنبية من مصر
3,32	8,3	18	18,1	39	28,7	62	22,2	48	22,7	49	الاقبال على المنتجات المستوردة وانخفاض الناتج المحلي
3,83	1,9	4	10,6	23	18,5	40	40,3	87	28,7	62	انهيار عائدات السياحة
3,50	3,2	7	12	26	28,7	62	42,6	92	13,4	29	وجود سعريين لصرف العملات الأجنبية
3,47	7,9	17	17,6	38	20,8	45	26,4	57	27,3	59	كثرة المصانع المصرية المتعثرة
3,09	17,6	38	19	41	19,4	42	24,1	52	19,9	43	وجود تدخلات خارجية من دول كبرى تعمل على إشعال الأزمات الاقتصادية في مصر والعمل على استمراره

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

3,56	4,6	10	9,3	20	26,4	57	44,4	96	15,3	33	تراجع تحويلات أبناء مصر في الخارج
2,91	13,9	30	25,9	56	22,7	49	29,6	64	7,9	17	الخسارة المستمرة لمؤشرات البورصة
3,10	10,6	23	23,6	51	25,5	55	25	54	15,3	33	إهمال زراعة المنتجات الاستراتجية
2,87	13	28	30,6	66	24,1	52	20,8	45	11,6	25	وضع ميثاق شرف إعلامي يلتزم به جميع الإعلاميين سيقلل من الأزمات الاقتصادية
2,82	13,4	29	30,1	65	26,9	58	19,4	42	10,2	22	تفعيل دور الأزهر في توعية المواطنين بتعاليم الدين الإسلامي الصحيحة والبعيد عن التطرف سيقلل من استمرار الأزمات
2,91	13,9	30	25,9	56	22,7	49	29,6	64	7,9	17	زيادة توعية المواطنين بالأسباب الحقيقية وراء الأزمات الاقتصادية سيساعد على حلها
2,91	12	26	28,7	62	25,9	56	22,7	49	10,6	23	استمرار الأزمات الاقتصادية في مصر سيؤدي إلى تدهور الوضع الاقتصادي للبلاد
2,93	12	26	25,9	56	27,8	60	24,5	53	9,7	21	عدم وضوح الرؤية المستقبلية في البلاد نتيجة الأزمات الاقتصادية
2,91	12	26	28,7	62	25,9	56	22,7	49	10,6	23	عدم وعي المستهلك بترشيد الاستهلاك جملة من سنلوا
216											

13- استجابات المبحوثين حول حلول " الأزمات الاقتصادية في مصر " من وجهة نظرهم:

جدول (24) استجابات المبحوثين حول حلول " الأزمات الاقتصادية في مصر " من وجهة نظرهم

المتوسط	معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		الرأي الحلول
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3,75	3,1	9	11,1	32	20,9	60	36,9	106	27,9	80	سرعة اختواء نتائج تحرير سعر الصرف
3,49	7,7	22	17,1	49	20,2	58	28,2	81	26,8	77	تفعيل منظومة مكافحة الفساد وتثديد عقوبة الفاسدين
3,45	4,9	14	11,5	33	32,1	92	35,9	103	15,7	45	تطبيق الضريبة التصاعدية و إعفاءات لمحدودي الدخل

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

3,45	5,6	16	9,8	28	30,7	88	41,5	119	12,5	36	سرعة الانتهاء من التشريعات و تعديل تشريعات التصدير والاستيراد
3,27	9,1	26	19,9	57	25,8	74	25,4	73	19,9	57	تأجيل الضريبة العقارية على المصانع وتخفيف الرسوم على المصانع.
3,60	3,8	11	13,9	40	18,8	54	44,6	128	18,8	54	تفعيل دور المجلس الأعلى للسياحة والبدء فى تعديل القوانين المنظمة للنشاط السياحى وتطوير التسويق السياحى
3,25	12,2	35	18,5	53	22,3	64	25,8	74	21,3	61	وضع أسعار استرشادية للسلع فى مجال الاستيراد
3,49	5,2	15	11,8	34	26,1	75	42,2	121	14,6	42	وضع قيمة للعملة الأجنبية بما يسمى الدولار الجمركى
3,68	4,9	14	10,8	31	18,5	53	42,9	123	23	66	إنشاء جهاز المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتبسيط الإجراءات و التوسع فى مشاريع كثيفة العمالة
3,54	3,8	11	11,1	32	26,1	75	44,6	128	14,3	41	تقوية تشريعات حماية المستهلك ولجنة عليا للرقابة على الأسواق.
3,14	10,5	30	22,6	65	24,7	71	26,1	75	16	46	سرعة إصدار قانون التراخيص الصناعية.
2,92	13,6	39	28,6	82	23,3	67	20,9	60	13,6	39	إعطاء أولوية لبرامج التشغيل والتنمية، خريطة للمناطق الأكثر احتياجا
2,87	12,5	36	29,3	84	26,8	77	20,9	60	10,5	30	إعداد الرأى العام لتقليل استخدام الطاقة النووية فى توليد الكهرباء
2,94	14,3	41	25,1	72	21,6	62	30	86	9,1	26	التوسع فى استخدام الطاقة المتجددة وتنسيق بين الكهرباء والبيئة، العمل على جعل مصر مركزا إقليميا
2,94	13,2	38	27,9	80	23,7	68	22	63	13,2	38	وضع خطط لتحلية مياه البحر، خطة لاكتشافات بترولية جديدة
216											جملة من سلولا

الجدول السابق: أن (سرعة احتواء نتائج تحرير سعر الصرف) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين حول حلول الأزمات الاقتصادية في مصر من وجهة نظرهم بمتوسط 3,75، ثم (إنشاء جهاز المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتبسيط الإجراءات و التوسع فى مشاريع كثيفة العمالة) في المرتبة الثانية بمتوسط 3,68، ثم (تفعيل دور المجلس الأعلى للسياحة والبدء فى تعديل القوانين المنظمة للنشاط السياحى وتطوير التسويق السياحى) في المرتبة الثالثة بمتوسط 3,60، ثم (تقوية تشريعات حماية المستهلك ولجنة عليا للرقابة على الأسواق) في المرتبة الرابعة بمتوسط 3,54، ثم (تفعيل منظومة مكافحة الفساد وتشديد عقوبة الفاسدين) في المرتبة

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

الخامسة بمتوسط 3,49 ، وأخيراً (إعداد الرأي العام لتقبل استخدام الطاقة النووية في توليد الكهرباء) بمتوسط 2,87.

14-تقييم المبحوثين لحلول الأزمة الاقتصادية صحف الدراسة:

جدول (25) تقييم المبحوثين لطريقة معالجة الأزمات الاقتصادية بمواقع صحف وفقاً للنوع

المتوسط	معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		الرأي تقييم معالجة الأزمة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
2,47	18,1	39	39,4	85	23,1	50	15,7	34	3,7	8	تم التركيز على عرض النتائج فقط دون اقتراح حلول منطقية للأزمة
3,18	6	13	19	41	32,9	71	34,7	75	7,4	16	تم التركيز على أسباب الأزمة دون التعرض للحلول
2,55	18,5	40	34,7	75	27,8	60	10,6	23	8,3	18	تم عرض الأزمة فقط للأثارة وليس لمعالجة الأزمة
3,29	7,9	17	18,5	40	18,1	39	47,2	102	8,3	18	المدة التي تناولت بها الأزمة كافية
3,39	12,5	27	11,6	25	18,1	39	39,8	86	18,1	39	اختيار متخصصين لنوعية الأزمة
216											جملة من سنلوا

يتضح من الجدول السابق: أن (اختيار متخصصين لنوعية الأزمة) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين حول أسباب الأزمات الاقتصادية في مصر" من وجهة نظرهم بمتوسط 3,39، ثم (المدة التي تناولت بها الأزمة كافية) في المرتبة الثانية بمتوسط 3,29، ثم (تم التركيز على أسباب الأزمة دون التعرض للحلول) في المرتبة الثالثة بمتوسط 3,18، ثم (تم عرض الأزمة فقط للأثارة وليس لمعالجة الأزمة) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2,55، وأخيراً (تم التركيز على عرض النتائج فقط دون اقتراح حلول منطقية للأزمة) بمتوسط 2,47.

وترى الباحثة أن معالجة أزمات وقضايا بعينها يعود على نوع الأزمة المطروحة في وسائل الإعلام فهناك أزمات تستطيع الصحف المصرية أن تقوم بحلها من خلال عرض الأمر على المختصين واقتراح حلول عملية وفعالة في معالجة الأزمة المطروحة ، وهناك أزمات لا تستطيع الصحف أن تقوم بحلها مثل قضايا الأزمات الاقتصادية فهذه الأزمات متوقفة على رد الفعل الرسمي عن الأزمة .

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

15-مدي توافر بعض المبادئ لصحف الدراسة أثناء متابعتها من وجهة نظر المبحوثين:

يتضح من الجدول (26): أن (دعم السلطة الحاكمة و الالتزام بوجهات نظرها) جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين حول مدي توافر بعض المبادئ بمواقع صحف أثناء متابعتها من وجهة نظرهم بمتوسط 2,60، ثم (متابعة تطورات أحداث الأزمة) في المرتبة الثانية بمتوسط 2,56، ثم (الجرأة في طرح الأزمات والقضايا المثارة) في المرتبة الثالثة بمتوسط 2,51، ثم (الاعتماد على المصادر ذات المصداقية) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2,43، ثم (الملائمة بين المحتوى واحتياجات المشاهدين، تنوع اتجاهات وآراء المصادر والضيوف) في المرتبة الخامسة بمتوسط 2,35 لكل منهما، ثم (الفصل بين الرأي والخبر) في المرتبة السادسة بمتوسط 2,26، ثم (احترام المشاهدين في تقديم المواد الإعلامية الجادة) في المرتبة السابعة بمتوسط 2,23، ثم (عرض كافة الآراء بتوازن وموضوعية) في المرتبة الثامنة بمتوسط 2,16، ثم (الدقة في عرض المعلومة) في المرتبة التاسعة بمتوسط 2,13، ثم (قدرة مقدمي الصحف على إدارة الحوار) في المرتبة العاشرة بمتوسط 2,7، ثم (التزام مقدمي الصحف بأداب الحوار) بمتوسط 2,5 وأخيراً (الالتزام بإعادة نشر ما وقعت فيه القناة من أخطاء) بمتوسط 1,77.

جدول (26) مدي توافر بعض المبادئ بمواقع الصحف أثناء متابعتها من وجهة نظر المبحوثين

الرأي	المتوسط	لا		إلى حد ما		متوفرة		الرأي
		%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	2,13	25,9	56	34,3	74	39,8	86	الدقة في عرض المعلومة
موافق	2,56	15,3	33	13,4	29	71,3	154	متابعة تطورات أحداث الأزمة
موافق	2,51	11,6	25	25	54	63,4	137	الجرأة في طرح الأزمات والقضايا المثارة
محايد	2,26	26,9	58	19,4	42	53,7	116	الفصل بين الرأي والخبر
موافق	2,35	26,4	57	12	26	61,6	133	الملائمة بين المحتوى واحتياجات القراء
محايد	2,23	21,3	46	33,8	73	44,9	97	احترام القارئ في تقديم المواد الإعلامية الجادة
محايد	2,07	33,8	73	25	54	41,2	89	قدرة المحررين والكتاب على عرض الموضوعات
محايد	2,05	29,2	63	36,1	78	34,7	75	التزام المحررين بأداب المهنة
محايد	2,16	27,8	60	28,2	61	44	95	عرض كافة الآراء بتوازن وموضوعية
موافق	2,43	18,1	39	20,8	45	61,1	132	الاعتماد على المصادر ذات المصداقية
موافق	2,35	10,2	22	13,9	30	75,9	164	تنوع اتجاهات وآراء المصادر
محايد	1,77	51,4	111	19,9	43	28,7	62	الالتزام بإعادة نشر ما وقعت فيه الصحيفة من أخطاء
موافق	2,60	7,9	17	24,1	52	68,1	147	دعم السلطة الحاكمة و الالتزام بوجهات نظرها
216								جملة من سنلوا

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

16- استجابات المبحوثين حول بعض المعايير التي يرون ضرورة توفرها في الصحف أثناء معالجة الأزمات الاقتصادية في صحف الدراسة:

يتضح من الجدول (27): أن (اعتبار الإثارة الإعلامية وسيلة لجذب القراء) جاء في مقدمة استجابات المبحوثين حول بعض المعايير التي يرون ضرورة توفرها في الصحف أثناء معالجة أزمة " الأزمات الاقتصادية" بمواقع صحف بمتوسط 4,57، ثم (مصادقية الصحيفة تتطلب أحياناً مناقشة بعض القضايا التي لم يفصل فيها القضاء بعد) في المرتبة الثانية بمتوسط 4,17، ثم (حرية الإعلام تتطلب إسقاط كافة المحظورات التقليدية (الدين / الجنس / السياسة) في المرتبة الثالثة بمتوسط 4,09، وأخيراً (لا يحق للشخصية العامة الاحتفاظ بأسرارها فهي ملك للجمهور) بمتوسط 3,43.

جدول (27) استجابات المبحوثين حول بعض المعايير التي يرون ضرورة توفرها في الصحف أثناء معالجة الأزمات الاقتصادية بصحف الدراسة

المتوسط	معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		الرأي
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
4,17	0	0	0,9	2	20,4	44	38,4	83	40,3	87	مصادقية الصحيفة تتطلب أحياناً مناقشة بعض القضايا التي لم يفصل فيها القضاء بعد
4,57	0,9	2	0,5	1	6	13	25	54	67,6	146	تعد الإثارة الإعلامية وسيلة لجذب القارئ
3,43	5,6	12	17,6	38	28,2	61	25	54	23,6	51	لا يحق للشخصية العامة الاحتفاظ بأسرارها فهي ملك للجمهور
4,09	0,5	1	2,8	6	19	41	42,6	92	35,2	76	حرية الإعلام تتطلب إسقاط كافة المحظورات التقليدية (الدين / الجنس / السياسة)
216											جملة من سنلوا

17- استجابات المبحوثين حول مقترحات ضمان التزام الصحف المصرية بمبادئ المسئولية الاجتماعية للإعلام:

جدول (28) استجابات المبحوثين حول مقترحات ضمان التزام صحف الدراسة بمبادئ المسئولية الاجتماعية للإعلام

المتوسط	معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		الرأي المقترحات
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
3,24	8,4	30	19,3	69	19,9	71	44,5	159	7,8	28	تفعيل ميثاق الشرف الصحفي
3,36	11,8	42	11,8	42	21	75	38,7	138	16,8	60	التزام الإعلاميين بأداب المهنة
3,17	7,3	26	18,2	65	32,2	115	34,7	124	7,6	27	عمل قوانين يلتزم بها جميع الإعلاميين

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

2,54	19,9	71	31,1	111	31,1	111	10,6	38	7,3	26	متابعة الإعلاميين بدرجة التزامهم بالقوانين الموضوعه على إدارة كل صحيفة أن تلتزم وتحت إعلاميها على عدم التجاوز
2,50	17,1	61	23,8	85	38,9	139	16,5	59	3,6	13	فضح تجاوزات أي صحيفة وإصدار عقوبات ضدها
3,20	7	25	17,9	64	31,4	112	34,7	124	9	32	جملة من سلوا
357											

يتضح من الجدول (28): أن (التزام الإعلاميين بأداب المهنة) جاءت في مقدمة استجابات الباحثين حول مقترحات ضمان التزام صحف الدراسة بمبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام من وجهة نظرهم بمتوسط 3,36، ثم (تفعيل ميثاق الشرف الصحفي) في المرتبة الثانية بمتوسط 3,24، ثم (فضح تجاوزات أي صحيفة وإصدار عقوبات ضدها) في المرتبة الثالثة بمتوسط 3,20، ثم (عمل قوانين يلتزم بها جميع الإعلاميين) في المرتبة الرابعة بمتوسط 3,17، ثم (متابعة الإعلاميين بدرجة التزامهم بالقوانين الموضوعه) في المرتبة الخامسة بمتوسط 2,54، وأخيراً (على إدارة كل صحيفة أن تلتزم وتحت إعلاميها على عدم التجاوز) بمتوسط 2,50.

نتائج فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية لصحف الدراسة في معالجتها للأزمات الاقتصادية واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية لصحف الدراسة في معالجتها للأزمات واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات، وذلك كما يلي:

جدول (29) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية لصحف الدراسة في معالجتها للأزمات واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات		المتغيرات
الدلالة	معامل الارتباط	
0,001	0,264	أبعاد المسؤولية الاجتماعية لصحف الدراسة

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين أبعاد المسؤولية الاجتماعية لصحف الدراسة في معالجتها للأزمات واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0,264) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوي دلالة (0,001).

المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات الاقتصادية

وهذه النتيجة تعكس أهمية توفر أبعاد المسؤولية الاجتماعية في صحف الدراسة وذلك نظراً لدورها الفعال في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات .

الفرض الثاني : " " توجد علاقة دالة إحصائياً بين معدل الاهتمام بالأزمات المقدمة بصحف الدراسة واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات " .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل الاهتمام بالأزمات الاقتصادية المقدمة بصحف الدراسة واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات، وذلك كما يلي:

جدول (30) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل الاهتمام بالأزمات الاقتصادية المقدمة في صحف الدراسة واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات

اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات		المتغيرات
الدالة	معامل الارتباط	
0,01	0,203	معدل الاهتمام بالأزمات المقدمة بصحف الدراسة

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين معدل الاهتمام بالأزمات الاقتصادية المقدمة في صحف الدراسة واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات ، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0,203) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0,01) .

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء مدى تأثير تلك الصحف على اتجاهات الشباب نحو الأزمات ومدى تأثرهم بما تقدمه تلك الصحف عن الأزمات .

وتتفق هذه النتيجة مع ماتوصلت اليه دراسة عادل عبد الغفار 2003 (31) بوجود ارتباط إيجابي بين إدراك المبحوثين مدى أهمية الأزمة ودرجة الحرص على متابعتها في الإعلام، وتوضيح تأثير وسائل الإعلام على أدراك الشباب نحو الأزمات المطروحة .

الفرض الثالث : " " توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ترتيب (الأسباب -الحلول) التي تطرحها صحف الدراسة في معالجتها للازمات وترتيب أولويات الشباب الجامعي ل(الأسباب-الحلول) لتلك الأزمات" .

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين ترتيب (الأسباب -الحلول) التي تطرحها صحف الدراسة في معالجتها للازمات وترتيب أولويات الشباب الجامعي ل(الأسباب-الحلول) لتلك الأزمات ، وذلك كما يلي:

جدول (31) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل الاهتمام بالأزمات المقدمة بصحف الدراسة واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات

ترتيب أولويات الشباب الجامعي لتلك الأزمات		المتغيرات
معامل الارتباط	الدلالة	
0,321	0,01	ترتيب الأسباب بمواقع صحف
0,415	0,001	ترتيب الحلول بمواقع صحف
0,371	0,01	ترتيب النتائج بمواقع صحف

يتبين من الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين:

- ترتيب الأسباب التي تطرحها صحف الدراسة في معالجتها للأزمات وترتيب أولويات الشباب الجامعي للأسباب لتلك الأزمات، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0,321) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0,01).
- ترتيب الحلول التي تطرحها صحف الدراسة في معالجتها للأزمات وترتيب أولويات الشباب الجامعي للحلول لتلك الأزمات، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0,451) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0,001).
- ترتيب النتائج التي تطرحها صحف الدراسة في معالجتها للأزمات وترتيب أولويات الشباب الجامعي للنتائج لتلك الأزمات، حيث جاءت قيمة معامل ارتباط بيرسون (0,371) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة (0,01).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه دراسة خالد صلاح الدين حسن 2003⁽³²⁾ بوجود قدر كبير من التوافق والاتساق بين الأسباب التي ذكرها المبحوثون بوصفها الأسباب البارزة التي طرحتها وسائل الإعلام بشأن الأزمة وبين ما أثارته وسائل الإعلام، وأيضاً وجود قدر كبير من الاتساق في إجابات المبحوثين بشأن إدراكهم للحلول التي طرحتها وسائل الإعلام خلال تغطيتها الإخبارية لأحداث تفجيرات الحادي عشر من سبتمبر لمنع تكرار أحداث شبيهة ومكافحة الإرهاب الدولي، أن دل على شئ يدل على مدى التأثير بما تبثه وسائل الإعلام على تشكيل اتجاهات الشباب .

الفرض الرابع : " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الشباب الجامعي (ذكور-إناث) نحو الأزمات المقدمة بصحف الدراسة "

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين (الذكور والإناث) علي مقياس الاتجاه نحو الأزمات المقدمة بصحف الدراسة، وذلك كما يلي:

جدول (32) نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين (الذكور والإناث) علي مقياس الاتجاه نحو الأزمات المقدمة بصحف الدراسة

البيان	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة ت	مستوى الدلالة
الذكور	171	31,77	7,882	355	3,860	0,001
الإناث	186	36,11	8,018			

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت" إلي وجود فروق دالة بين متوسطات درجات المبحوثين (الذكور والإناث) علي مقياس الاتجاه نحو الأزمات المقدمة بصحف الدراسة ، حيث بلغت قيمة ت (3,860) وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,001.

الفرض الخامس: " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات التي تقدمها صحف الدراسة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لديهم".

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام اختبار " تحليل التباين أحادي الاتجاه" لقياس الفروق في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات التي تقدمها صحف الدراسة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لديهم "، وذلك كما يلي:

جدول (33) نتائج تحليل التباين أحادي الاتجاه لقياس الفروق في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات التي تقدمها صحف الدراسة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لديهم

مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
بين المجموعات	1861,230	2	465,307	1,826	غير دالة
داخل المجموعات	11594,050	354	59,457		
المجموع	13455,280	356			

تشير نتائج الجدول السابق: إلي وجود فروق دالة في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأزمات التي تقدمها صحف الدراسة وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لديهم، حيث بلغت قيمة ف (1,826) وهذه القيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0,05.

خلاصة النتائج :

وفيما يلي عرض لخلاصة النتائج التي توصلت إليها الدراسة مقسمة إلى نتائج تتعلق بالدراسة التحليلية ، نتائج تتعلق بالدراسة الميدانية ، ونتائج تتعلق باختبار صحة الفروض ، كما يلي:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية :

1- جاء في مقدمة الأزمات الاقتصادية التي تعالجها صحف الدراسة بنسبة بلغت 90,8% (تراجع سعر الصرف) ، ثم (ارتفاع الأسعار) في المرتبة الثانية بنسبة

52,7%، وأخيراً جاء (ارتفاع الدولار) بنسبة بلغت 19,7% ، وذلك طبقاً للفترة الزمنية للدراسة.

2- جاء في مقدمة المضامين المثارة المخصصة للأزمة في صحف الدراسة بنسبة بلغت 87,8% (الشرح والتفسير)، ثم (التناول التقريري) في المرتبة الثانية بنسبة 83,2%، ثم (اقتراح استراتيجيات) في المرتبة الثالثة بنسبة 67,5%، وأخيراً جاء (النقد البناء) بنسبة بلغت 20,8%، وتشخيص الأزمة يكون بجمع المعلومات والبيانات المتعلقة لعناصر الأزمة كافة، وبمختلف أطرافها وجوانبها ومن ثم قراءة هذه المعلومات والبيانات ، وتفسيرها ، وتحليلها للتوصل إلى رؤية شاملة وإلى فهم عميق لطبيعة الأزمة. (33)

3- جاء في مقدمة مصادر المادة الصحفية التي اعتمدت عليها الصحف محل الدراسة بنسبة بلغت 19,8% (رئيس الجمهورية) ، ثم (رئيس الوزراء) في المرتبة الثانية بنسبة 17,5%، وأخيراً جاء (أخرى) وتضم بعض التخصصات بنسبة بلغت 11,5% ، وهو ما يعكس اهتمام القيادة المصرية لحل الأزمات الاقتصادية في مصر، ويتحدد دور الإعلام في الأزمة في ضوء الإستراتيجية العامة لمواجهة الأزمة، وهذه قضية مركزية تحدها القيادة السياسة العليا، وتصبح مهمة القيادة الإعلامية وضع الخطط والبرامج التي تمكن الإعلام من أن يقوم بالدور المكلف به، وبالتالي من أن ينجز ويحقق المهام والوظائف المتاحة به أثناء الأزمة. (34)

4- بالنسبة للأساليب الإقناعية التي استخدمتها صحف الدراسة أثناء تناولها للأزمات الإقتصادية للأساليب العقلية المنطقية جاءت (الأساليب الإقتصادية) في المقدمة بنسبة بلغت 97,4%، ثم (الأساليب السياسية) في المرتبة الثانية بنسبة 45,1%.

5- جاء في مقدمة المسئولية المهنية في صحف الدراسة (عدم استخدام تشبيهات غير لائقة) بنسبة بلغت 100%، ثم (عدم استخدام ألفاظ نابية) في المرتبة الثانية بنسبة 97,9%، ثم (الإلتزام بالمبادئ الأخلاقية) في المرتبة الثالثة بنسبة 76,6%، ثم (عدم فرض رأى معين) في المرتبة الرابعة بنسبة 71,5%، ثم (عدم التحيز لرأى معين) في المرتبة الخامسة بنسبة 70,1%، ثم (عدم التدخل بالرأى فى القرارات الإقتصادية) في المرتبة السادسة بنسبة 44,1%، وأخيراً جاء (عدالة عرض الرأى والرأى الأخر) بنسبة بلغت 26,3% ، ويرى دينس ماكويل أن المسئولية الاجتماعية وفقت بين ثلاث مبادئ أساسية وهى الحرية الشخصية وحرية الإعلام ومسئولية وسائل الإعلام تجاه المجتمع من خلال تنمية وعى الجمهور بالمسئولية الاجتماعية ورفع المستوى المهني للإعلاميين كوسيلة لتحقيق مستويات عالية من الأداء. (35)

6- جاء في مقدمة المسئولية الاجتماعية لصحف الدراسة (التعبير عن قضايا ومشكلات المجتمع) بنسبة بلغت 100%، ثم (الشعور بالمسئولية) في المرتبة الثانية بنسبة 74,6%، ثم (التعبير عن وجهات النظر المختلفة) في المرتبة الثالثة

بنسبة 62,4%، ثم (طرح حلول للأزمات المعروضة) في المرتبة الثالثة بنسبة 30,9%، وأخيراً جاء (إبراز النماذج الإيجابية في المجتمع) بنسبة بلغت 14,7%، والمسئولية الاجتماعية الأساسية للإعلام هي الحفاظ على الأمن والسلم الاجتماعي للمجتمع وأفراده، وأن ينأى عن كافة المسائل الشائكة والأمور غير المؤكدة التي يمكن أن تثير البلبلة في الشارع وبين أفراد المجتمع.⁽³⁶⁾

7- وتشير نتائج المسئولية الاجتماعية لصحف الدراسة أن صحيفة (اليوم السابع) من أقل الصحف مراعاة للمسئولية الاجتماعية حسب النتائج الموضحة أعلاه مقارنة بالصحيفتين الأخرتين (الأهرام - الوفد) .

ثانياً : نتائج الدراسة الميدانية:

1- جاء في مقدمة ترتيب أسباب تفضيل المبحوثين لصحف الدراسة بوزن مؤوي 24,4% (عرض أزمات وقضايا هامة) ، ثم (الجرأة في اختيار المضمون وأسلوب تناوله) في المرتبة الثانية بوزن مؤوي 17,7%، ثم (الإثارة والتشويق والجادبية) في المرتبة الثالثة بوزن مؤوي 10,7%، ثم (الموضوعية بعرض الرأي والرأى الآخر) في المرتبة الرابعة بوزن مؤوي 9,1%، ثم (إتاحة الفرصة للكتاب للتعبير عن آرائهم بحرية) في المرتبة الخامسة بوزن مؤوي 8,1%، و(التنوع في المقالات المقدمة) في المرتبة السادسة بوزن مؤوي 7,8%، وأخيراً (المصداقية) بوزن مؤوي 5,9% .

2- جاء في مقدمة أسباب تفضيلك هذا المصدر في معالجته للأزمات الاقتصادية بنسبة 77,3% (عرض كل وجهات النظر) ، ثم (الوضوح الذي يشتمل عليه التفسير والتحليل) في المرتبة الثانية بنسبة 63,4%، ثم (الشمولية في تغطية الأزمة) في المرتبة الثالثة بنسبة 60,6%، ثم (المتابعة المستمرة للأزمة) في المرتبة الرابعة بنسبة 39,4%، ثم (الصدق في تناول) في المرتبة الخامسة بنسبة 36,6%، وأخيراً (دقة البيانات الواردة في معالجتها) بنسبة 26,9% ، توجد حقيقة أساسية في مجال الاتصال الجماهيري وهي ضرورة تحديد نوعية الجماهير المستهدفة بالرسالة الإعلامية ، وذلك لضمان تحقيق أهدافها وتوفير الجهد والنفقات من خلال البناء الجيد للرسالة ، واختيار المداخل وأساليب الإقناع المناسب لعقلية وثقافة المستهدفين بالاتصال فضلاً عن اختيار وسيلة الاتصال الملائمة.⁽³⁷⁾

3- جاء في مقدمة أسباب متابعة المبحوثين للأزمات الاقتصادية بنسبة 88,1% (التعرف علي أسباب حدوث الأزمة وأبعادها المختلفة) ، ثم (أبادل الآراء حول الأزمة مع الآخرين) في المرتبة الثانية بنسبة 83,8%، ثم (أحاول معرفة معلومات أكثر عن الأزمة) في المرتبة الثالثة بنسبة 81,4%، ثم (يزداد حماسي لمتابعة الأزمة) في المرتبة الرابعة بنسبة 70,1%، ثم (أتعاطف مع أو ضد أطراف الأزمة) في المرتبة الخامسة بنسبة 66,5%، ثم (اتخذ موقف ايجابي أو

سلبى مع الآخرين) فى المرتبة السادسة بنسبة 60,4 % وأخيراً (تزداد متابعتى لوسائل الإعلام للتعرف على تفاصيل الأزمة) بنسبة 29,3%.

4- جاء فى مقدمة أسباب عدم متابعة المبحوثين لصحف الدراسة (التحيز فى عرض الموضوعات) بنسبة 92,8%، ثم (عدم مراعاة أخلاقيات الحوار) فى المرتبة الثانية بنسبة 89,2%، ثم (لاتناقش المشاكل التى تهمك) فى المرتبة الثالثة بنسبة 82,1%، ثم (عدم توافر المصادقية فى الصحف) فى المرتبة الرابعة بنسبة 60,7%، ثم (عدم تنوع أفكار الصحف) فى المرتبة الخامسة بنسبة 57,1%، وأخيراً (عدم الحرفية فى التقديم) بنسبة 46,4%.

5- جاء فى مقدمة الأشخاص التى يتناقش معها المبحوثون حول الأزمات الاقتصادية بنسبة 35,5% (الزملاء) ، ثم (أفراد الأسرة) فى المرتبة الثانية بنسبة 32,3%، ثم (الأرقاب) فى المرتبة الثالثة بنسبة 18,7%، وأخيراً (أساتذة الجامعة) بنسبة 13,5% .

6- جاء فى مقدمة الأشياء التى تضيفها المناقشة مع الآخرين حول الأزمات الاقتصادية من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 72,9% (تبادل الآراء والمعلومات عن الأزمة) ، ثم (معرفة معلومات أكثر عن الأزمة) فى المرتبة الثانية بنسبة 52,3%، ثم (زيادة التعرض لصحف الدراسة) فى المرتبة الثالثة بنسبة 48,4%، وأخيراً (زيادة الاهتمام بالأزمة) بنسبة 47,7%.

7- جاءت فى مقدمة استجابات المبحوثين حول أسباب " الأزمات الاقتصادية فى مصر" من وجهة نظرهم بمتوسط 3,90 (الانخفاض الاحتياطى الرسمى من العملات الأجنبية) ، ثم (انهيار عائدات السياحة) فى المرتبة الثانية بمتوسط 3,83، ثم (تراجع تحويلات أبناء مصر فى الخارج) فى المرتبة الثالثة بمتوسط 3,56، ثم (وجود سعريين لصرف العملات الأجنبية) فى المرتبة الرابعة بمتوسط 3,50 ، وأخيراً (تفعيل دور الأزهر فى توعية المواطنين بتعاليم الدين الإسلامى الصحيحة والبعد عن التطرف سيقفل من استمرار الأزمة) بمتوسط 2,82.

8- جاءت فى مقدمة استجابات المبحوثين حول حلول الأزمات الاقتصادية فى مصر من وجهة نظرهم بمتوسط 3,75 (سرعة احتواء نتائج تحرير سعر الصرف) ، ثم (إنشاء جهاز المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتبسيط الإجراءات و التوسع فى مشاريع كثيفة العمالة) فى المرتبة الثانية بمتوسط 3,68، ثم (تفعيل دور المجلس الأعلى للسياحة والبدء فى تعديل القوانين المنظمة للنشاط السياحى وتطوير التسويق السياحى) فى المرتبة الثالثة بمتوسط 3,60، ثم (تقوية تشريعات حماية المستهلك ولجنة عليا للرقابة على الأسواق) فى المرتبة الرابعة بمتوسط 3,54، ثم (تفعيل منظومة مكافحة الفساد وتشديد عقوبة الفاسدين) فى المرتبة الخامسة بمتوسط 3,49، وأخيراً (إعداد الرأى العام لتقبل استخدام الطاقة النووية فى توليد الكهرباء) بمتوسط 2,87، فإعلام الأزمة لا يعنى فقط مواجهة أحداث

الأزمة والحد من تأثيراتها السلبية, وإنما يتطرق إلى تغليب الاهتمام بالإستراتيجيات الوقائية التي تعمل على منع الأزمة , وتلافي أسباب حدوثها من خلال إدارة القضايا , وكذلك إدارة عمليات التغيير والتحول الكبرى التي تحدث على نطاق البيئة الداخلية والخارجية للدولة .⁽³⁸⁾

9- جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين حول أسباب الأزمات الاقتصادية في مصر من وجهة نظرهم بمتوسط 3,39 (اختيار متخصصين لنوعية الأزمة) ، ثم (المدة التي تناولت بها الأزمة كافية) في المرتبة الثانية بمتوسط 3,29، ثم (تم التركيز على أسباب الأزمة دون التعرض للحلول) في المرتبة الثالثة بمتوسط 3,18، ثم (تم عرض الأزمة فقط للأثارة وليس لمعالجة الأزمة) في المرتبة الرابعة بمتوسط 2,55، وأخيراً (تم التركيز على عرض النتائج فقط دون اقتراح حلول منطقية للأزمة) بمتوسط 2,47.

10- جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين حول مدي توافر بعض المبادئ بمواقع صحف أثناء متابعتها من وجهة نظرهم بمتوسط 2,60 (دعم السلطة الحاكمة و الالتزام بوجهات نظرها) ، وأخيراً (الالتزام بإعادة نشر ما وقعت فيه الصحيفة من أخطاء) بمتوسط 1,77 .

11- جاء في مقدمة استجابات المبحوثين حول بعض المعايير التي يرون ضرورة توفرها في الصحف أثناء معالجة أزمة " الأزمات الاقتصادية" بمواقع صحف بمتوسط 4,57 (اعتبار الإثارة الإعلامية وسيلة لجذب القراء) ، ثم (مصادقية الصحيفة تتطلب أحياناً مناقشة بعض القضايا التي لم يفصل فيها القضاء بعد) في المرتبة الثانية بمتوسط 4,17، وأخيراً (لا يحق للشخصية العامة الاحتفاظ بأسرارها فهي ملك للجماهير) بمتوسط 3,43، فمعايير الأداء الإعلامي تشكل في مجملها العام الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل الإعلامي في إطار من المسئولية الاجتماعية والأخلاقية التي تحتم على الإعلام أن يقوم بواجبه تجاه المجتمع كما ينعم بحقه في الحرية .⁽³⁹⁾

12- جاءت في مقدمة استجابات المبحوثين حول مقترحات ضمان التزام صحف الدراسة بمبادئ المسئولية الاجتماعية للإعلام من وجهة نظرهم بمتوسط 3,36 (التزام الإعلاميين بأداب المهنة) ، ثم (تفعيل ميثاق الشرف الصحفي) في المرتبة الثانية بمتوسط 3,24، ثم (فضح تجاوزات أى صحيفة وإصدار عقوبات ضدها) في المرتبة الثالثة بمتوسط 3,20، وأخيراً (على إدارة كل صحيفة أن تلتزم وتحث إعلاميها على عدم التجاوز) بمتوسط 2,50، ويجب تفعيل القوانين الإعلامية وموثيق الشرف الإعلامي لإلزام الإعلاميين بمبادئ المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام لما لها من دور خطير في تشكيل اتجاهات الشباب وتحفيزهم في بعض الأحيان للخروج عن الضوابط العامة نتيجة لما تقدمه من معلومات خاطئة قد يكون لها أثر سلبي على الأفكار ، وعدم إتاحة فرصة للتفكير

السليم والفهم الصحيح لمجريات الأمور في مجتمعهم الذين يعيشون فيه , لذلك فعلي وسائل الإعلام أن تحرص كل الحرص علي إعطاء المعلومات الصحيحة الموثوق منها سواء فيما يذاع أو ينشر أو يكتب لتساعد شبابنا علي الفكر السليم والفهم الصحيح لما يجري حولهم والالتزام بالقيم والعادات والضوابط الاجتماعية السليمة.

نتائج الفروض:

- 1- ثبت صحة الفرض الأول : وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين أبعاد المسئولية الاجتماعية للصحف المصرية في معالجتها للأزمات الاقتصادية واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات.
- 2- ثبت صحة الفرض الثاني : وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين معدل الاهتمام بالأزمات الاقتصادية واتجاهات الشباب الجامعي نحو تلك الأزمات .
- 3- ثبت صحة الفرض الثالث : وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين ترتيب (الأسباب -الحلول) التي تطرحها الصحف المصرية في معالجتها للأزمات الاقتصادية وترتيب أولويات الشباب الجامعي ل(الأسباب-الحلول) لتلك الأزمات " .
- 4- ثبت صحة الفرض الرابع : وجود فروق دالة بين متوسطات درجات الباحثين (الذكور والإناث) علي مقياس الاتجاه نحو الازمات الاقتصادية في الصحف المصرية.
- 5- ثبت صحة الفرض الخامس : وجود فروق دالة في اتجاهات الشباب الجامعي نحو الازمات الاقتصادية التي تقدمها الصحف المصرية وفقاً للمستوى الاجتماعي والاقتصادي لديهم.

التوصيات

- يشهد العالم الآن العديد من قنوات الاتصال والإعلام والتي تتنوع مضامينها وأهدافها وتوجهاتها السياسية والفكرية ، وذلك نتيجة لما أفرزته الثورة الهائلة في تكنولوجيا الاتصال والاندماج بينها وبين استخدام الحاسبات في نشر وتداول المعلومات، وهو ما يطلق علي مصطلح "الإعلام الجديد" ، الأمر الذي يستلزم معه مراعاة وسائل الإعلام المسئولية الاجتماعية من الدقة والشفافية وموضوعية وصدق في إمداد الجماهير بالمعلومات أثناء الأزمات ، مما يتطلب الوعي الكامل من قبل جميع الأطراف ذات الصلة بالأزمة وكذلك صناع القرار بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام (التقليدية والجديدة) في تشكيل اتجاهات الرأي العام أثناء الأزمات.

- في ظل عالم متطور تتصاعد فيه الطبيعة التنافسية التي تجعل من الأزمات التي تهدد النظام شيئاً وارداً ، وهو ما يستلزم ضرورة إنشاء وحدات متخصصة لإدارة الأزمات بالمؤسسات الإعلامية المختلفة تتفرغ أثناء وقوع الأزمات لتوفير فريق عمل ملائم وتحديد الإمكانيات المالية والفنية المطلوبة ، وكذلك إعداد الاستراتيجيات الذي تُبنى عليها المعالجة الإعلامية من حيث طريقة تناول الإعلامى للأزمة ، وكذلك توفير دورات تدريبية وورش عمل مكثفة للإعلاميين والقائمين بالاتصال في هذا المجال.
- ضرورة الإهتمام بزيادة مساحة مشاركة الجمهور بالصحف المصرية لمناقشة الأزمات ومحاولة إيجاد حلول واقعية لتلك الأزمات .
- على وسائل الإعلام في مرحلة انفجار الأزمة إشباع حاجة الجمهور إلي المعلومات من خلال إتباع تغطية (تحليلية- تفسيرية- نقدية) تتناول الأبعاد المختلفة للأزمات وتحلل أسبابها وتلقي الضوء علي الأطراف المختلفة لها.
- ضرورة تدريس مقررات لإعلام الأزمات في كليات ومعاهد وأقسام الإعلام المختلفة لإعداد كوادر مدربة علمياً علي أحدث الطرق لمتابعة الأزمات وتغطيتها إعلامياً.
- ضرورة الاهتمام بإعداد دراسات علمية تطبيقية في مجال إعلام الأزمات تتعلق بالتغيرات التي طرأت علي أبعاد المعالجة الإعلامية للأزمات في ظل الثورة التكنولوجية الحديثة وظهور وسائل إعلامية جديدة ،مما نتج عنه مجموعة من التأثيرات المختلفة التي تترتب علي اعتماد الجمهور عامة أو فئة من فئاته علي تلك الوسائل في الحصول علي معلومات أثناء الأزمات.

مراجع الدراسة :

- (1) فهد أحمد الشعلان، إدارة الأزمات: الأسس - المراحل - الآليات" ، (الرياض: أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية ، 2002)، ص ص 169-170.
- (2) حسن عماد مكأوى، الإعلام ومعالجة الأزمات، (ط1)، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ، 2005)، ص 146.
- (3) محمد رشاد الحملاوي، إدارة الأزمات :تجارب محلية وعالمية ،ط2، (القاهرة: مكتبة عين شمس، 1995)، ص62.
- (4) حمدي محمد شعبان، الإعلام الأمني وإدارة الأزمات والكوارث، (القاهرة : مطابع الشرطة للطباعة والنشر ، 2005) .
- (5) هبة أمين شاهين، أخلاقيات العمل الأخباري من وجهة نظر القائمين بالاتصال في مجال الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي التاسع لكلية الإعلام : أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2003) ، ج3.
- (6) 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، (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2008) ، ج 2 .
- (7) مها عبد المجيد صلاح ، المدونات المصرية بين الحرية والمسئولية : دراسة تحليلية. بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام : "الإعلام بين الحرية والمسئولية (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2008) ، ج2.
- (8) Yan Jin , "Examining the Role of Social Media in Effective Crisis Management The Effects of Crisis Origin, Information Form, and Source on Publics' Crisis Responses", *Mass Communications, Virginia Commonwealth University, jan 2014* .
- (9) السيد بهنسي حسن، "مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات: دراسة ميدانية على طلاب الجامعات"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، جامعة القاهرة، العدد الرابع، 2000.
- (10) محمد شومان، "اشكاليات في مسار تطور إعلام الأزمات والكوارث"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، المجلد الثاني، العدد الثالث، 2001، ص 149-172.
- (11) Thompson L.K "An analysis of the framing of an organizational crisis within a Texas Urban school district as reported by local print media, *PhD Thesis*, Texas A and M University, 2002.
- (12) خالد صلاح الدين حسن. "دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الرأي العام المصري نحو الإرهاب: مدخل تكاملي"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، العدد العشرون، 2003.
- (13) عادل عبد الغفار. "مصادر معلومات طلاب الجامعات المصرية لمتابعة أحداث الحادي عشر من سبتمبر وتوابعها"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام، العدد العشرون، 2003.
- (14) J.M. Ryan. "The face of faith during national crisis: News coverage of faith and religion following September 11, 2001", *PhD Thesis*, (Regent University: 2004).
- (15) حنان جنيد. تطور دراسات اتصالات الأزمة ، بحث مقدم للمؤتمر الدولي السابع عشر لكلية الإعلام : *بحوث الإعلام في مصر في نصف قرن :الواقع واتجاهات المستقبل (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، 2011) ، ج1.*
- (16) جريدة الأهرام عدد 2016/10/19.
- (17) جريدة اليوم السابع عدد 2016/11/13.
- (18) عاطف عدلي العبد، زكي أحمد عزمي، الأسلوب الإحصائي واستخداماته في بحوث الرأي العام والإعلام، ط (1) (القاهرة: دار الفكر العربي، 1993)، ص220.
- (19) حمدي محمد شعبان ، مرجع سابق ، ص 81
- (20) The American Heritage Dictionary ,Houghton Mifflin Company .Boston U.S.A 1985.
- (21) السيد عليوة، إدارة الأزمات والكوارث: مخاطر العولمة والإرهاب الدولي(القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع ، ط2، 2002)، ص13.
- (22) محمد عبد الغني هلال، مهارات إدارة الأزمات ، ط(4) ، (القاهرة: مركز تطوير الأداء والتنمية، 2004) ، ص51.

- (23) فهد أحمد الشعلان . مرجع سابق , ص ص 169-170.
- (24) محمد منير حجاب . المعجم الإعلامي (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ,2004) ص 448.
- (25) فهد أحمد الشعلان . مرجع سابق , ص ص 169-170.
- (26) Mcquail, D. **Mass Communication Theory**.(London:Sage Publication,2003)P.567
- (27) فتحى حسين أحمد عامر،"أخلاقيات نشر الجريمة الخاصة :دراسة تحليلية مقارنة". رسالة ماجستير (جامعة القاهرة: معهد البحوث والدراسات الإعلامية ,2005) ، ص69.
- (28) هبة أمين شاهين ، مرجع سابق ، ص 831.
- (29) المرجع السابق نفسه ، ص 833.
- (30) Yan Jin , **Op.Cit**,p.121
- (31) عادل عبد الغفار، مرجع سابق.
- (32) خالد صلاح الدين حسن، مرجع سابق.
- (33) السيد عليوة ، إدارة الأزمات والكوارث: مخاطر العولمة والإرهاب الدولي، ط2، (القاهرة: دار الأمين للنشر والتوزيع، 2002)، ص 81.
- (34) إسماعيل عبد الفتاح ، الإعلام وإدارة الأزمات، ط1، (القاهرة: دار العالم العربى، 2013)، ص 104.
- (35) Mcquail, D., **Op.Cit**,p.567
- (36) محمد بن سعود البشر . المسئولية الاجتماعية في الإعلام : النظرية وواقع التطبيق (الرياض : دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع , 1996) ، ص 20.
- (37) Michael Blan ,**Communication Out Of Crisis** , 1st ed(London :Macmilland press Ltd,1998)p.31.
- (38) حنان جنيد ، مرجع سابق، ص 336.
- (39) عادل عبد الغفار ، مرجع سابق، ص 755-756.