

أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالتقنيات الفضائية الحكومية والخاص في معالجة الأزمات الاقتصادية

د/غادة أحمد عبدالرحمن (*)

المقدمة.

تلعب وسائل الاعلام دور هام في توعية الجمهور وتوجيه الرأي العام، وتزداد خطورة وأهمية وسائل الاعلام عندما تكون القضايا والموضوعات المطروحة وثيقة الصلة بحياة الرأي العام وتثير اهتمامه، وتتطلب تشكيل موقف حيالها مثل الأزمات الاقتصادية التي يعاني منها المجتمع المصري في الأونة الأخيرة، نتيجة للعديد من الأسباب السياسية والاجتماعية في مصر، وهو ما يزيد الأمر على كاهل وسائل الاعلام التي عليها أن تعالج هذه الأزمات الاقتصادية بحرية، ولكن في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية التي تكفل للمجتمع حقه في المعرفة بحياد وموضوعية دون دخول أي اعتبارات أخرى سواء كانت ملكية القنوات أو سياستها التحريرية أو رغبات المعلنين أو الحكومات وتوجهاتها حيال الأزمات الاقتصادية.

مشكلة الدراسة

من الملاحظ معاناة المجتمع المصري بالعديد من الأزمات الاقتصادية في الأونة الأخيرة، نظرا لما مرت به مصر من ثورات شعبية، وأحداث إرهابية أثرت على قطاعات متعددة بالدولة وعلى رأسها الاقتصاد، هذه الأزمات أصبحت مسار اهتمام كل من الجمهور، وكافة وسائل الاعلام نظرا لأهمية الأزمات الاقتصادية وارتباطها ارتباطا شديدا بحياة الجمهور، وطريقة معيشته، فمن الملاحظ تضارب المعالجات الإعلامية في تناول الأزمات الاقتصادية. فعند تناول الأزمة الواحدة يظهر العديد من الخبراء الاقتصاديين بالبرامج الحوارية، ونجد من يؤيد القرارات التي تتخذها الحكومة ويرى أنها صحيحة وفي توقيتها المناسب، بينما يأتي خبيرا اقتصاديا آخر ببرنامج حوارى مختلف يرفض نفس القرارات ويرى أن الحكومة جانبا الصواب تماما فيما اتخذته من قرارات، ومن ثم ظهرت الأزمات الاقتصادية في البرامج الحوارية والجمهور تائه بين أصحاب التخصص الذي انتقاهم القائمين على هذه البرامج بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة، وبين الظروف الاقتصادية الصعبة التي يعيشون فيها، مما يثير البلبلة والخلط لدى الجمهور حول صحة القرارات الحكومية وفهم الأزمات الاقتصادية وأسبابها وتداعياتها ومن ثم تشكيل موقف حيالها، فمن حق الجمهور معرفة الحقيقة دون أي اعتبارات ترجع إلى السياسات الإعلامية للقنوات الفضائية أو سياسة المعلنين بها، أو نمط ملكية هذه القنوات، وما يزيد الأمر صعوبة أن البرامج الحوارية تحظى بنسبة مشاهدة عالية لما لها من دور كبير في

(*) مدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بالمعهد الدولي العالى للاعلام بالشروق.

تزويد الجمهور بالمعلومات، ومن ثم توجيه وتشكيل الرأي العام، وتحديد مواقفه المختلفة تجاه القضايا المطروحة على الساحة الإعلامية بالعديد من القنوات الفضائية الحكومية والخاصة، فهل تتعامل القنوات الفضائية ببرامجها الحوارية بقدر من المسؤولية حيال الأزمات الاقتصادية التي تطرحها على الجمهور بعد أن حصلت على قدر كبير من الحرية في عرض ومناقشة مختلف القضايا أم أنها تعالج الأزمات الاقتصادية بما يخدم أهدافها ومصالحها، ومن هنا يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي ما أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية؟

أهمية الدراسة .

تستمد هذه الدراسة أهميتها من.

- 1- قلة الدراسات التي تناولت الأزمات الاقتصادية في المجتمع المصري على الرغم من أهميتها، وربما يرجع ذلك إلى أن مصر لم تتعرض من قبل لأزمة اقتصادية مثل التي تمر بها في الأونة الأخيرة.
- 2- خطورة الأزمات الاقتصادية وتأثيراتها وتداعياتها الكبيرة على المجتمع نظراً لأنها وثيقة الصلة بحياة الجمهور، ومعيشته حيث أنها تمس كافة فئات المجتمع.
- 3- الخلط والتضارب في المعالجات الإعلامية للأزمات الاقتصادية وهو ما يسبب كثير من اللبس لدى الجمهور ويجعله غير قادر على اتخاذ موقف محدد حيال هذه الأزمات سواء بتحملها أو اتهام الحكومة بالتقصير فيها.
- 4- أهمية وخطورة المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام التي تشكل فكر الرأي العام، وتوجهه لاتخاذ القرارات، ومن ثم لا بد أن تكون المعالجات الإعلامية في إطار من الحرية ولكن مع الالتزام بالحياد والموضوعية والدقة وحق الجمهور في المعرفة.

أهداف الدراسة.

تهدف هذه الدراسة إلى.

- 1- التعرف على مدى الالتزام بأبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية ومدى تقديمها لمعالجة إعلامية موضوعية ومتوازنة في عرضها للحقائق والمعلومات المتعلقة بهذه الأزمات.
- 2- التعرف على أهم الأزمات الاقتصادية التي تتناولها البرامج الحوارية.
- 3- التعرف على تأثير نمط ملكية القناة على مدى الالتزام بأبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للقنوات الفضائية في معالجة الأزمات الاقتصادية.

- 4- التعرف على طبيعة تخصصات الخبراء والضيوف التي استعانت بهم البرامج الحوارية التليفزيونية ومدى ارتباطها بالأزمات الاقتصادية المطروحة.
- 5- التعرف على أساليب معالجة كل من القنوات الفضائية الحكومية والخاصة بالبرامج الحوارية للأزمات الاقتصادية.

تساؤلات الدراسة.

أ-التساؤلات الخاصة بالمضمون(ماذا قيل)؟

- 1- ما أهم الأزمات الاقتصادية التي تتناولها البرامج الحوارية؟
- 2- ما أساليب معالجة كل من القنوات الحكومية والخاصة بالبرامج الحوارية للأزمات الاقتصادية؟
- 3- ما تخصصات الخبراء والضيوف التي استعانت بهم برامج الحوار التليفزيونية في تناولها للأزمات الاقتصادية؟
- 4- ما أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية؟
- 5- ما دور ملكية القناة في رسم أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للقنوات الفضائية في معالجة الأزمات الاقتصادية؟

ب-التساؤلات الخاصة بالشكل (كيف قيل)؟

- 1- ما القوالب التي تقدم بها الأزمات الاقتصادية بالبرامج الحوارية ؟
- 2- ما وسائل مشاركة الجمهور في البرامج الحوارية التي تناولت الأزمات الاقتصادية؟
- 3- ما المساحة الزمنية المخصصة لمعالجة الأزمات الاقتصادية بالبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة؟
- 4- ما مدى مشاركة الجمهور في البرامج عينة الدراسة؟
- 5- ما نوع مقدم البرامج عينة الدراسة؟

الدراسات السابقة:

تنقسم الدراسات السابقة إلى محورين .

المحور الأول:الدراسات السابقة الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية .

المحور الثاني:الدراسات السابقة الخاصة بالأزمات الاقتصادية .

وفيما يلي استعراض للدراسات السابقة في ضوء المحورين السابقين .

أولاً-الدراسات الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية .

1-دراسة فاتن عبدالرحمن الطنباري(2017)⁽¹⁾.

بعنوان:المسؤولية الاجتماعية لمقدمى البرامج الحوارية فى الفضائيات المصرية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الموضوعات والقضايا التي تناولتها البرامج الحوارية فى القنوات الفضائية المصرية والتعرف على الجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها هذه البرامج، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وطبقت على عينة عمدية من البرامج الحوارية تمثلت فى برنامج على مسؤوليتي، وبرنامج كل يوم،صفحة جديدة،من ماسبيرو، واعتمدت الدراسة على استمارة تحليل مضمون لتحليل البرامج الحوارية.

وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها.

1- أن أكثر المضامين التي التزم مقدمى البرامج الحوارية بالمسؤولية الاجتماعية فى عرضها كانت المضامين الاجتماعية بنسبة 73.8%، بينما كانت أكثر المضامين التي لم يلتزم مقدمى البرامج الحوارية بالمسؤولية الاجتماعية فى عرضها كانت المضامين الاجتماعية بنسبة 27.2%

2- دراسة أسامة محمد عبدالسلام(2016)⁽²⁾.

بعنوان:دور القنوات الفضائية العربية فى تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى شباب جمعة حائل.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور برامج القنوات الفضائية العربية فى تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الشباب السعودى، واستكشاف مضامين البرامج الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وطبقت على عينة من الشباب السعودى قوامها (302) مفردة، واعتمدت الدراسة على استمارة استبيان مقدمة للشباب السعودى.

وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها.

1- وجود علاقة ارتباطية بين كثافة مشاهدة الشباب السعودى لبرامج المسؤولية الاجتماعية وحاكاتهم للسلوكيات التي تعكسها هذه البرامج وادراكهم لواقعيتها.

3-دراسة عبد الصادق حسن(2015)⁽³⁾.

بعنوان:اتجاهات المراهقين نحو برامج تليفزيون الواقع فى الفضائيات العربية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الشباب العربى نحو القيم الأخلاقية التي تعكسها هذه البرامج، وذلك فى اطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (300) مفردة واستخدمت منهج المسح. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: حرص برامج تليفزيون الواقع على الموضوعية بعرض الرأي والرأى الآخر.

4-دراسة رباب عبدالرحمن هاشم(2012).⁽⁴⁾

بعنوان:أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التليفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة في تغطية انتخابات الرئاسة المصرية 2012.

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية في تغطية برامج الحوار الجماهيرية التليفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة في تغطية انتخابات الرئاسة المصرية،طبقت الدراسة على عينة من البرامج الحكومية والخاصة منها استوديو(27) والحياة اليوم، بإستخدام استمارة تحليل مضمون، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود علاقة ارتباطية بين نمط ملكية القناة(حكومية-خاصة) التي تنتمي إليها البرامج ومستويات الأداء المهني لدى القائمين بالاتصال بهذه البرامج في تغطية انتخابات الرئاسة المصرية، حيث تفوق برنامج الحياة اليوم على استوديو(27) في عمق المعالجة الإعلامية لتغطية انتخابات الرئاسة المصرية.

5-دراسة أميرة سمير(2008).⁽⁵⁾

بعنوان:التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة ارتباطية بين التعرض لبرامج الرأي وزيادة الاتجاه نحو تبني الآراء والاتجاهات التي قدمت بالقنوات الفضائية.

6-دراسة أميرة محمد إبراهيم النمر(2008).⁽⁶⁾

بعنوان:شريط المحادثة على القنوات العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسئولية المهنية.

هدفت هذه الدراسة التعرف على القيم والمعايير الأخلاقية التي تبتث على شريط المحادثة، واستخدمت الدراسة تحليل المضمون لعينة من الرسائل بالقنوات الفضائية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن القنوات الفضائية العربية تهدم المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام من خلال تركيزها على عامل الربح على حساب مصالح المجتمع وأهدافه. وكذلك التراجع الشديد في الأهداف الأخلاقية والاجتماعية التي يجب أن تقوم بها القنوات في ضوء المسؤولية الاجتماعية الواجبة عليها.

7-دراسة عادل عبدالغفار(2003).⁽⁷⁾

بعنوان:أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم 2.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة، وطبقت الدراسة على عينة من برامج الرأي، واستخدمت الدراسة تحليل المضمون، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود خلل واضح من حيث درجة الاهتمام لكل بعد من الأبعاد. فرغم وجود اهتمام مكثف بالمسؤولية الأخلاقية نحو المجتمع هناك ضعف في الاهتمام بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الأفراد والدولة والعالم حيث لم تتطرق (72.6%) من حلقات البرنامج إلى موضوعات تتصل بالمسؤولية الأخلاقية نحو الأفراد.

ثانيا- الدراسات الخاصة بالأزمات الاقتصادية.

8-دراسة أماني الحسينى عمر(2015).⁽⁸⁾

بعنوان: اتجاهات الجمهور العام ورجال الأعمال نحو أداء قنوات التلفزيون في تناول الأزمة الاقتصادية في مصر.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور العام ورجال الأعمال نحو أداء قنوات التلفزيون في تناول الأزمة الاقتصادية في مصر، طبقت على عينة قوامها 200 مفردة من الجمهور العام، واعتمدت على منهج المسح وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن كل من أفراد الجمهور العام ورجال الأعمال لا يعتقدون أن القنوات الحكومية تعرض الأزمة الاقتصادية بصدق.

9-دراسة بسنت محمد عطية(2014)⁽⁹⁾

بعنوان المعالجة الإخبارية للأزمات الاقتصادية المصرية فى القنوات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم الموضوعات التى تناولتها النشرات والبرامج عن الأزمات الاقتصادية فى البرامج والنشرات عينة الدراسة، ومقارنة شكل وحجم المعالجات الإخبارية للأزمات الاقتصادية بين القنوات محل الدراسة، طبقت الدراسة على عينة من قنوات (BBC) العربية -فرنسا 24 - روسيا اليوم، عينة قوامها (400) مفردة من الجمهور المهتم بالشئون الاقتصادية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، وتنتمي للدراسات الوصفية وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن البرامج والقنوات محل الدراسة ركزت على عرض للأزمات دون تقديم الحلول.

10-دراسة هند محمد نبيل حسين(2014).⁽¹⁰⁾

بعنوان: دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصرى فى ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الأهمية التى يوليها التلفزيون المصرى للموضوعات والقضايا الاقتصادية، والدور الذى يقوم به الإعلام الاقتصادى فى

ترتيب أولويات الجمهور نحو موضوعات وقضايا اقتصادية بعينها، وطبقت الدراسة على عينة من الجمهور المصري قوامها (450) مفردة، وكذلك عينة من النشرات الاقتصادية بالقناة الأولى الأرضية والنيل للأخبار، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: ترجع مشاهدة القضايا الاقتصادية إلى فهم أبعاد الموضوعات المعقدة بنسبة (35.4%)، استضافة شخصيات مهمة بنسبة (29%).

11-دراسة رهام محمد صلاح الدين أحمد(2013).⁽¹¹⁾

بعنوان:المشكلات الاقتصادية للأسرة المصرية كما تعكسها المسلسلات والأفلام واتجاهات الجمهور نحوها.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل المشكلات الاقتصادية للأسرة المصرية التي تقدمها الدراما السنمائية والتلفزيونية، وطبقت هذه الدراسة على عينة عشوائية من الجمهور المصري قوامها (400) مفردة من أفراد الأسرة المصرية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها. أن مشكلة ارتفاع الأسعار هي أكثر المشكلات التي يعاني منها الناس والتي نوقشت بشكل كبير في عينة الدراسة التحليلية وخاصة ارتفاع المواد الغذائية تكاليف العلاج.

12-دراسة الأميرة سماح فرج(2011).⁽¹²⁾

بعنوان:معالجة التلفزيون والصحف للأزمات في المجتمع المصري وعلاقتها بتشكيل الاحساس بالخطر الجمعي.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدركات الجمهور بشأن تناول الإعلامى للأزمات التي تقدمها وسائل الإعلام من جهة، وتأثير هذه المعالجة على تشكيل احساس الأفراد بالخطر والتهديد، طبقت الدراسة على عينة قوامها (200) مفردة من القائمين بالاتصال في كل من الصحف والتلفزيون، وكذلك عينة من الصحف والقنوات التلفزيونية، وركزت الدراسة على ثلاث أنواع من الأزمات الاقتصادية والأمنية والسياسية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن وسائل الإعلام توفر مستوى عالي من المعلومات بشأن الأزمات، وأن وسائل الإعلام تهتم بتقديم الأزمات بما يتناسب مع أسلوبها دون الاهتمام بحاجة الجمهور للمعلومات حول الأزمات.

13-دراسة أشرف جلال(2009).⁽¹³⁾

بعنوان :دور نشرات الأخبار والبرامج الاقتصادية في تكوين معارف واتجاهات الجمهور المصري والقطري نحو الأزمة الاقتصادية العالمية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور نشرات الأخبار والبرامج الاقتصادية في تكوين معارف واتجاهات الجمهور المصري والقطري نحو الأزمة الاقتصادية العالمية، وطبقت الدراسة على عينة من القنوات الفضائية العربية تمثلت في قناة

الجزيرة القطرية وقناة النيل للأخبار وقناة (CNBC)، كما طبقت الدراسة على عينة قوامها (300) مفردة من الجمهور المصري والقطري، واستخدمت الدراسة منهج المسح، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: استخدام الفضائيات للتهويل والمبالغة في تناولها للأزمات الاقتصادية دون تقديم أى حلول للتخلص من آثار الأزمة.

14-دراسة معهد جريل للبحوث Grail Research.Global (2009) (14)

حول التغطية الإعلامية لأخبار الأزمة الاقتصادية العالمية.

هدفت هذه الدراسة للتعرف على التغطية الإخبارية للأزمة الاقتصادية فى وسائل الإعلام الأمريكية والأوروبية، وطبقت الدراسة على عينة من الصحف منها وول ستريت جورنال والتايم، وبعض المواقع الإلكترونية منها (CNN)، والواشنطن بوست، وبعض محطات الراديو، ووكالات الأنباء فى الفترة من (2007) حتى نهاية (2008)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها. عدم مراعاة وسائل الإعلام عينة الدراسة الدقة فى عرض البيانات المالية، واكتفاء وسائل الإعلام عينة الدراسة بعرض الأخبار السلبية دون أن تقدم أى تحليلات مصاحبة لها.

15-دراسة ايفان سافيك Evan,Savic (2008) (15)

التعامل مع الأزمة العالمية المالية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب الأزمة المالية العالمية، وكذلك التعرف على دور وسائل الاعلام وخاصة القنوات التلفزيونية فى تناولها للأزمة، وما اذا كان تناولها موجه من قبل بعض الشركات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: مساهمة الإعلام فى تعظيم الأزمات المالية من خلال طريقة معالجته لها، أن الإعلام شريك أساسى فى صنع القرارات وليس الإعلان عنها فقط.

16-دراسة بريان فورجاتى Brian J.Forgarty (2005). (16)

بعنوان: تحديد التغطية الاعلامية الاقتصادية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى قيام الصحف بتقديم معلومات اقتصادية صحيحة للقراء، بالإضافة إلى التعرف على بعض العوامل التى قد تؤثر على التغطية الصحفية للأخبار الاقتصادية فى الولايات المتحدة الأمريكية، وكذلك اكتشاف طبيعة المعالجة الصحفية للأخبار والموضوعات المتعلقة بالاقتصاد كالبطالة والدخل، وطبقت الدراسة على عينة من الأخبار بجريدة النيويورك تايم فى الفترة من أكتوبر 1980 حتى ديسمبر 1996، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تركيز الوسيلة على نشر الأخبار الاقتصادية الايجابية فى فترة الانتخابات بينما يقل هذا بعد

انتهاء الانتخابات، كذلك تهتم الصحف بنشر الأخبار الخاصة بالأزمات الاقتصادية وفترات الركود الاقتصادي.

17-دراسة هيستر، و جيبسون Gibson & Hester (2003).⁽¹⁷⁾

بعنوان:الاقتصاد والمستوى الثانى لوضع الأجندة تحليل سلسلة زمنية من الأخبار الاقتصادية واتجاهات الرأى العام.

هدفت هذه الدراسة إلى التركيز على سمات الأخبار واتجاهها، وطبقت الدراسة على عينة من الأخبار بالنشرة الاخبارية الرئيسية بشبكة (ABC) بلغت (374) خبر، وعينة من أخبار صحيفة نيويورك تايمز بلغت (518) خبر فى الفترة من 1998-2002، وتحليل نتائج بحوث المستهلك، وتحليل مؤشرات الأداء الاقتصادي مثل معدل البطالة -معدل الاستهلاك -معدلات الأسعار-ومؤشرات سوق المال،وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها كانت الأخبار السلبية حول الأزمات الاقتصادية حوالى 58% من إجمالي العينة، وأن الأخبار السلبية أكبر تأثيراً من الأخبار الايجابية على ادراك الجمهور لمستقبل الأداء الاقتصادي.

التعليق على الدراسات السابقة.

ركزت الدراسات السابقة على أهم الأزمات الاقتصادية التي أهتمت وسائل الاعلام بتناولها كما جاء بدراسة رهام محمد صلاح(2013)، كما اهتمت دراسة الأميرة سماح فرج(2011) بالتعرف على مدركات الجمهور بشأن تناول الإعلامى للأزمات التي تقدمها وسائل الاعلام من جهة، وتأثير هذه المعالجة على تشكيل إحساس الأفراد بالخطر والتهديد، وكذلك ما أشارت إليه دراسة بسنت محمد عطية (2014) حول تركيز البرامج والقنوات على عرض الأزمات الاقتصادية دون تقديم حلول لها، كما ركزت الدراسات السابقة على المسؤولية الاجتماعية في تناول الأزمات الاقتصادية والتي أشارت معظمها إلى عدم التزام وسائل الإعلام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية وقيامها بدورها في معالجة الأزمات الاقتصادية، وعدم قدرتها على تحقيق التوازن بين حرية العرض، ومسئولية تناول الإعلامى، كما أشارت دراسة أميرة محمد النمر(2008) أن القنوات الفضائية العربية تهدم المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام من خلال تركيزها على الربح على حساب مصالح المجتمع وأهدافه، بينما أشارت دراسة أشرف جلال (2009) إلى استخدام التهويل والمبالغة فى تناولها للأزمات الاقتصادية، وساعدت هذه الدراسات الباحثة في بلورة موضوعها، وصياغة مشكلة البحث، واختيار الأدوات التي تتناسب مع طبيعة الدراسة والهدف منها.

مصطلحات الدراسة.

1- المسؤولية الاجتماعية.

مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجاتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول، شريطة أن يتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع.⁽¹⁸⁾ وسوف تتبنى الباحثة هذا التعريف ولكن بتطبيقه على القنوات الفضائية ممثلة في البرامج الحوارية عينة الدراسة.

2- الأزمات الاقتصادية.

تعرف الأزمة الاقتصادية: بأنها اضطراب فجائي يطرأ على التوازن الاقتصادي في بلد ما أو عدة بلدان، وهي تطلق بصفة خاصة على الاضطراب الناشئ عن اختلال التوازن بين الإنتاج والاستهلاك.⁽¹⁹⁾

3- البرامج الحوارية اليومية (Daily talk shows).

هي برامج تتخذ أشكال إذاعية مختلفة منها المقابلات والندوات والمناقشات، وتذاع على الهواء مباشرة وتستهدف إلقاء الضوء على الموضوعات والقضايا المهمة للمجتمع وتتنوع تلك القضايا ما بين (سياسية - اقتصادية - اجتماعية - نقابية - مهنية - دينية -....) بإستضافة المسؤولين والمتخصصين والجمهور، وتتيح للجمهور فرص المشاركة إما بالحضور داخل الإستديو أو عن طريق اللقاءات الخارجية أو الاتصالات الهاتفية أو البريد العادي أو البريد الإلكتروني لطرح آرائهم واستفساراتهم.⁽²⁰⁾

الاجراءات المنهجية للدراسة.

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تستهدف تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف ما تغلب عليه صفة التحديد، وعلى ذلك يقوم البحث الوصفي بوصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها ثم تفسير تلك البيانات واستخلاص التعميمات والنتائج⁽²¹⁾ كما تقوم الدراسات الوصفية بدراسة الحقائق الراهنة بطبيعة ظاهرة أو موقف ما أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها وذلك بغض النظر عن وجود أو عدم وجود فروض مسبقة⁽²²⁾

وفقا لهذا التعريف فإن الدراسة التي نحن بصددتها تسعى للتوصل إلى معرفة أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية.

منهج الدراسة.

استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي وهو يعتبر من أنسب المناهج العلمية لملاءمة للدراسات الإعلامية حيث يستهدف هذا المنهج تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها⁽²³⁾. وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بشقه التحليلي. حيث قامت الباحثة بعمل مسح بالعينة لفقرات كل من برنامج يوم بيوم المقدم على قناة النهار اليوم الفضائية الخاصة، وكذلك عينة من فقرات برنامج 45 دقيقة المقدم على القناة الثانية الفضائية الحكومية، وذلك خلال الفترة من 2016/10/1 حتى 2016/12/30 للتعرف على مدى الالتزام بأبعاد المسؤولية الاجتماعية للأزمات الاقتصادية.

عينة الدراسة

تمثلت في عينة عمدية من فقرات كل من برنامج يوم بيوم المقدم على قناة النهار اليوم الفضائية الخاصة، وكذلك عينة من فقرات برنامج 45 دقيقة المقدم على القناة الثانية الفضائية الحكومية والتي تناولت الأزمات الاقتصادية، وذلك خلال الفترة من 2016/10/1 حتى 2016/12/30 للتعرف على مدى الالتزام بأبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية في تناولها لهذه الأزمات.

جدول رقم (1)

البيانات الأساسية للبرامج عينة الدراسة

م	اسم البرنامج	اسم القناة	نمط ملكية القناة	دورية البرنامج	مدة البرنامج	عدد فقرات البرنامج	إجمالي مدة عرض الأزمات
1	يوم بيوم	النهار اليوم	خاص	يومي	ساعتان	15	540
2	45 دقيقة	القناة الثانية الحكومية	حكومي	يومي	45 دقيقة	20	718

أدوات الدراسة.

1- تتمثل في استمارة تحليل مضمون لتحليل محتوى البرامج الحوارية عينة الدراسة، والتي تمثلت في برنامج يوم بيوم بقناة النهار اليوم (قناة خاصة)، وبرنامج 45 دقيقة بالقناة الثانية الفضائية (قناة حكومية) للوقوف على أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية.

وحدات القياس والعد.

تمثلت وحدة القياس و العد في وحدة الفقرة: والتي تمثلت في الفقرات التي تناولت الأزمات الاقتصادية.

فئات التحليل.

أ- فئات الشكل

- 1- فئة قالب البرنامج: وتشير إلى الشكل الذي يقدم به البرنامج (حوار-حديث مباشر).
- 2- فئة مشاركة الجمهور في البرنامج: وتشير إلى مدى تفاعل الجمهور مع البرنامج (يشارك-لا يشارك).
- 3- نوع مقدم البرنامج: وتشير إلى جنس مقدم البرنامج (ذكر-أنثى).
- 4- فئة وسائل مشاركة الجمهور: وتشير إلى الطرق التي تفاعل بها الجمهور مع البرامج عينة الدراسة.

ب- فئات المضمون.

- 1- فئة الأزمات الاقتصادية التي تناولتها البرامج عينة الدراسة: وتشير إلى الأزمات الاقتصادية التي تم عرضها ومناقشتها.
- 2- فئة تخصصات الضيوف التي استضافتها البرامج عينة الدراسة لمناقشة الأزمات الاقتصادية: وتشير إلى مجال تخصص الضيف الذي يناقش الأزمات الاقتصادية.
- 3- فئة أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج الحوارية في معالجتها للأزمات الاقتصادية: وتشير إلى أخلاقيات الحوار في فقرات البرنامج (بين مقدم البرنامج والضيوف-بين الضيوف بعضهم البعض-في مداخلات الجمهور-في الألفاظ المستخدمة لمناقشة الأزمة-المساواة في عرض وجهات النظر بين الضيوف).
- 4- فئة أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج الحوارية نحو الجمهور في تناولها للأزمات الاقتصادية: وتشير إلى مدى التزام مقدم البرنامج بأخلاقيات الحوار نحو الجمهور (تصحيح الأكاذيب- تقديم معلومات كافية حول الأزمات الاقتصادية- عدم توجيه الجمهور نحو تقبل قرارات بعينها- عرض الأزمات الاقتصادية وتقديم تفسير لها- توضيح الآثار الاقتصادية على القرارات الحكومية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية).
- 5- فئة أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج الحوارية نحو المجتمع في تناولها للأزمات الاقتصادية: وتشير إلى مدى التزام مقدم البرنامج بأخلاقيات الحوار نحو المجتمع (الدفاع عن مصالح المجتمع- حق المجتمع في المعرفة- تحديد نفع وضرر القرارات الاقتصادية).
- 6- فئة أبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الدولة للبرامج الحوارية في تناولها للأزمات الاقتصادية: وتشير إلى مدى التزام مقدم البرنامج بأخلاقيات الحوار نحو الدولة (عدم عرض القرارات الاقتصادية قبل التأكد منها- الرجوع للمسؤولين لعرض وجهة نظر الدولة بشأن القرارات الاقتصادية).
- 7- فئة أبعاد المسؤولية المهنية للبرامج الحوارية في تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية: وتشير إلى قدرة مقدم البرنامج على (إدارة الحوار والنقاش- الخلفية

المعلوماتية لمقدم البرنامج عن الأزمة- الجرأة في معالجة الأزمة في كافة جوانبها- شكل التعبير عن الرأي الخاص- التوازن في عرض الأزمة -اسناد الأحداث إلى مصادرها -عدم تأثر مقدم البرنامج بسياسة القناة في تقديم الأزمات (

8- فئة أبعاد المسؤولية المهنية للبرامج الحوارية عينة الدراسة في معالجة الأزمات الاقتصادية: وتشير إلى مدى التزام مقدم البرنامج من حيث (أهمية الأزمة للمجتمع- حداثة الأزمة المطروحة- شرح وتفسير الأزمة المطروحة- طرح حلول للأزمة).

9- فئة أسلوب معالجة الأزمات الاقتصادية وتشير إلى طريقة تناول الأزمات الاقتصادية ومنها الأسلوب (التحليلي-الخبري -التعليق-استخدم أكثر من أسلوب).

10- فئة أبعاد المسؤولية المهنية في استخدام وسائل الإبراز لعرض الأزمات الاقتصادية: وتشير إلى الوسائل التي يستخدمها مقدم البرنامج لتأكيد المعلومات المقدمة والبرهنة عليها.

اختبارات الصدق والثبات

أولاً: استمارة تحليل المضمون.

أ: اختبار الصدق

تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الاعلام للحكم على صلاحية الاستمارة ،والتأكد من أنها تقيس ما خصصت لقياسه من متغيرات ،وأدخلت الباحثة بعض التعديلات في ضوء اقتراحات المحكمين (*).

ب: اختبار الثبات.

طبقت الباحثة الاستمارة على 10% من فقرات البرامج عينة الدراسة ثم أعادت التحليل بعد عشرة أيام من قبل الباحثة وتبين بتطبيق معادلة هولستي والتي تمثل عدد فئات الاتفاق

$$100 \times$$

عدد فئات الاتفاق + عدد فئات الاختلاف.

(اجمالي عدد فئات العينة)

معامل الثبات وفق لمعادلة هولستي = $65 \div (79) \times 100 = 82.3\%$ وهي نسبة معقولة مما يشير إلى ثبات استمارة تحليل المضمون.

وكيل المعهد الدولي العالي للاعلام
الاستاذ المساعد بقسم الاذاعة والتلفزيون -المعهد الدولي العالي للاعلام
المدرس بقسم الاذاعة والتلفزيون- بالمعهد الدولي العالي للاعلام

* أ.د.م/ سهير صالح
أ.م.د.الهام أحمد يونس
د.فاطمة شعبان

الإطار النظري للدراسة: نظرية المسؤولية الاجتماعية.

يعتمد هذا البحث على الطرح الفكري لنظرية المسؤولية الاجتماعية، حيث تعود البدايات الأولى لهذه النظرية إلى تشكيل لجنة حرية الصحافة، والمعروفة باسم لجنة هاتشينز (Hutchins Commission) في عام 1942، والتي اهتمت باختبار وسائل الإعلام في المجتمع الديمقراطي، وبعد أربعة سنوات من البحث والدراسة أصدرت اللجنة تقريرها حول المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، والذي تضمن أن حرية وسائل الإعلام يقابلها التزامات تجاه المجتمع تتمثل في الأهداف الأخلاقية في المجتمع.⁽²⁴⁾

وتقوم فكرة النظرية على التوازن بين حرية وسائل الإعلام ومسئوليتها فإذا كانت حرية الإعلام ضرورة للقيام بدورها في المجتمع، فإن عليها مسؤولية في معالجة قضاياها في ضوء الالتزام الذاتي للإعلاميين بالدور الأخلاقي والمهني في الممارسات الإعلامية⁽²⁵⁾

وتقوم نظرية المسؤولية الاجتماعية على أساس الربط بين حرية وسائل الإعلام ومسئوليتها نحو المجتمع، وضرورة الالتزام بمجموعة من المعايير المهنية التي تؤدي وظائفها بطريقة إيجابية ومسئولة تجاه المجتمع⁽²⁶⁾

أبعاد نظرية المسؤولية الاجتماعية.

- ترتكز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ثلاث أبعاد أساسية، يتصل **البعد الأول**: بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر، ويتصل **البعد الثاني**: بمعايير الأداء. ويتصل **البعد الثالث** بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي.

- فعلى مستوى الوظائف التي ينبغي أن تقوم بها وسائل الإعلام المعاصرة وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية أنها تشمل الوظيفة السياسية من خلال إعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى⁽²⁷⁾ والوظيفة التعليمية عن طريق إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء ومناقشتها لتكون منتدى للأفكار. والإعلام من خلال ضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة والوظيفة الثقافية، والوظيفة الاقتصادية التي تهدف إلى تعريف الأفراد بالسلع والخدمات، بالإضافة إلى إثارة الاهتمام بالقضايا العالمية وتقديم التسليمة المفيدة⁽²⁸⁾.

الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية.

تعرضت نظرية المسؤولية الاجتماعية للعديد من الانتقادات منها:

- تقلل النظرية من مساحة الحرية في المجتمع وتفرض العديد من القيود على وسائل الإعلام⁽²⁹⁾.

- تقدم النظرية مقولات تمثل توصيات عامة ولا تقدم فروضا قابلة للقياس المنهجي⁽³⁰⁾.

- تفتقد النظرية إلى أليات التنظيم الذاتي لمهنة الإعلام من خلال موثيق الشرف المهنية ومجالس الصحافة، كما تعجز النظرية في أحوال كثيرة عن تفسير أوضاع الإعلام في العالم الثالث أو جعل الاعلامين أكثر التزاما بواجباتهم.⁽³¹⁾

- تطبيق النظرية في الدراسة.

- طبقت الباحثة هذه النظرية نظرا لأهمية الأزمات الاقتصادية وتأثيرها على المجتمع ، واهتمام الجمهور بمتابعة الأخبار المتعلقة بها، وهو ما يجعل هذه الأزمات محل اهتمام وسائل الاعلام ، وتنافسها من أجل مناقشتها وتزويد الجمهور بالمعلومات الهامة المتعلقة بها، ولكن في ظل محاولة السبق الاعلامي ، وارتباط الأزمات الاقتصادية بالإجراءات الحكومية ، قد يجعل وسائل الاعلام تخل بالمبادئ المهنية والأخلاقية وحق الجمهور في المعرفة ، خاصة مع تنوع نمط ملكية الفتوات الفضائية وهو ما تسعى الباحثة لدراسته.

- الأوضاع الاقتصادية في مصر.

- لا شك أن الاقتصاد المصري كان يعاني قبل ثورة يناير من مجموعة من الاختلالات الهيكلية، وأن استمرار بعضها قد يبدو طبيعيا تحت أي إدارة اقتصادية، ولكن الملاحظ هو تنامي الأزمة علي كافة المؤشرات، وأضحى التراجع الاقتصادي كأنه قدر لا فكاك منه، وكذلك فإن حجم المساعدات والمعونات والقروض التي حصل عليها، كافيًا للبدء في إصلاح اقتصادي حقيقي، لا ينعكس فقط في صورة تحسن في المؤشرات الاقتصادية لكنه ينعكس كذلك علي مستوي معيشة المواطن البسيط والخدمات الحكومية المقدمة للجميع، والمؤكد ليس فقط أن كليهما لم يتحقق، ولكن أيضا تفاقم الأزمة.⁽³²⁾

فأحداث العنف التي شهدتها مصر تسببت في أزمات اقتصادية متلاحقة، وخاصة في قطاع السياحة، إذ تعرض أصحاب الشركات السياحية إلى خسائر فادحة، وتعرضوا للسجن لعدم قدرتهم على الوفاء بديونهم للبنوك. وجاءت أزمة الدولار لتزيد الأمر تعقيدا، فأزمة الدولار وارتفاع اسعاره أدت إلى تسريح عدد كبير من العمالة داخل قطاع السياحة، كما أغلق عدد كبير من الشركات، فأصبح أصحابها بلا عمل وأكد الخبراء الاقتصاديين أن الظروف السيئة التي تمر بها مصر خلال هذه الفترة أدت إلى تراجع أعداد السائحين وإجبار جميع شركات السياحة على العمل في السياحة الدينية من أجل تعويض خسائرها .

فمصر تعاني من أزمة منذ ثورة 25 يناير والتي تسببت في تكبد الموانئ المصرية العديد من الخسائر نتيجة غياب الأمن واضطراب الأوضاع السياسية وانتشار العنف، حيث أن أهم المشكلات التي تواجه هذه الموانئ النقل غير الشرعي (التهريب) والذي نتج عنه خسائر كبيرة في الاقتصاد المصري، وقد أخذ التهريب العديد من الأشكال سواء بریا أو بحريا عن طريق الأنفاق والأخطر في التهريب أن هذه البضائع قد تكون غير مطابقة للمواصفات القياسية المصرية، بل والعالمية أيضا، وأن تهريب مثل هذه البضائع يضيع على الدولة مليارات الجنيهات التي يمكن تحصيلها عن طريق الرسوم المقررة والضرائب عبر المنافذ غير الشرعية.⁽³³⁾

وهناك العديد من العوامل التي أدت إلى حدوث الأزمات الاقتصادية بمصر بعد أكثر من عامين من قيام ثورة 25 يناير .

- 1- تراجع الحالة الأمنية والتي أدت إلى توقف الإنتاج في العديد من القطاعات، مما أدى إلى زيادة نسبة البطالة، ومن ثم تراجع الدخل القومي.
- 2- زيادة الضغوط التي يتعرض لها الجيش والشرطة من خلال تدفق السلاح عبر الحدود، وتسلل عناصر مخربة تريد فرض سيطرتها وأجندتها المتطرفة بقوة السلاح مما أثر على معدلات التدفق السياحي، والاستثمارات.
- 3- حالات الاعتصامات والمظاهرات والاحتجاجات الفئوية.⁽³⁴⁾

واقع الاعلام المصرى فى معالجة الأزمات الاقتصادية.

ويتضح أن دور وسائل الاعلام فى معالجة الأزمات مقصورا على نقل المعلومات لتوضيح حقائق معينة أو لتوعية المواطنين باتباع سلوك معين. لذلك لا بد أن تتم المعالجة الاعلامية للأزمات الاقتصادية من خلال أطر مرجعية تحكمها، حيث تتأثر مصداقية الوسيلة بطبيعة هذه الأطر التي تحكم أداءها المهني وهذه الأطر تتمثل فى خمسة عناصر رئيسية.

- 1- السياق الاجتماعى والسياسى والاقتصادى الذى يحيط بالحدث.
- 2- القوة الذاتية لموضوع الأزمة.
- 3- موقف الوسيلة الاعلامية من الأزمة
- 4- شخصية ونوع الوسيلة الاعلامية وسياساتها الاعلامية.
- 5- الشرائح الاجتماعية الى يستهدفها الخطاب الاعلامى للوسيلة الاعلامية.⁽³⁵⁾

كما أن المتصدى للخطاب الاعلامى المتعلق بالنواحي الاقتصادية لا بد أن يكون لديه النظرة المستقبلية التي يمكن من خلالها استيعاب أى آثار سلبية على واقع الاقتصاد أو

مناخ الاستثمار وبالتحديد في أوقات الأزمات، لأن غالباً ما يكون هذا الخطاب مفتقداً للمصداقية، أو معتمداً على التهويل والمبالغة في الطرح والمناقشة.

لذلك في وقت الأزمات ينتظر من وسائل الإعلام إقرار نموذج تفاعلي بينها وبين الجمهور، وذلك لتدعيم النظام القائم في مواجهة التغيرات التي تحدثها الأزمة مما يتطلب فتح قنوات اتصال مباشرة بين وسائل الإعلام والجمهور.⁽³⁶⁾

كما يبرز دور الإعلام في معالجة الأزمات الاقتصادية أكثر عندما يوضح للجمهور أسباب الأزمة وتداعياتها عليه، لأن ما يهم الجمهور هو كيف سيكون تأثير الأزمة عليه اقتصادياً.⁽³⁷⁾

لذلك فهناك مجموعة من القواعد الخاصة بالمعالجات الإعلامية في أوقات الأزمات منها.

- 1- ضرورة الاعتراف بالأخطاء التي تحدث بسبب السرعة في المعالجة الإعلامية.
- 2- القدرة على التعامل بموضوعية مع الأحداث المختلفة.
- 3- الاهتمام بإعداد التحليلات والتقارير الشارحة للأزمة وكيفية التوصل لحلول لها.⁽³⁸⁾

- المعالجة الإحصائية للبيانات.

بعد الانتهاء من عملية جمع البيانات، تم ترميزها وإدخالها على الحاسب الآلي، تم معالجتها واستخراج البيانات الإحصائية باستخدام برنامج التحليل الإحصائي الـ SPSS، وكانت أهم المعاملات الإحصائية المستخدمة كالتالي.

- 1- التكرارات والنسب المئوية البسيطة.
- 2- المتوسطات الحسابية*⁽⁰⁾.
- 3- الأوزان النسبية.
- 4- كا².
- 5- T.test .

* تم حساب المتوسطات الحسابية والأوزان النسبية يدوياً دون استخدام برنامج الـ SPSS

نتائج الدراسة.

توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

جدول رقم (2)

القالب المستخدم في عرض الأزمات الاقتصادية بالبرامج عينة الدراسة

م	قالب البرنامج	يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	حوار	22	84.6	20	100	42	91.3
2	حديث مباشر	4	15.4	-	-	4	8.7
	الإجمالي	26	100	20	100	46	100

تشير نتائج الجدول السابق:

إلى أن الحوار كان أكثر القوالب استخدما في تقديم الأزمات الاقتصادية بالبرامج الحوارية عينة الدراسة بنسبة (91.3%) في مقابل قالب الحديث المباشر بنسبة (8.7%)، ويرجع ذلك إلى طبيعة البرامج عينة الدراسة كبرامج حوارية، وأيضا طبيعة الأزمات الاقتصادية التي ترتبط بأطراف متشعبة تتمثل في المسؤول عنها والمتضرر منها، وبالتالي معالجتها تتطلب عرض كافة وجهات النظر **المستهلكين والتجار والمسؤولين الحكوميين والخبراء الاقتصاديين**. إلا أن برنامج 45 دقيقة كان أكثر توظيفا لقالب الحوار في تناول الأزمات الاقتصادية بنسبة (91.3%) في مقابل (84.6%) ببرنامج يوم بيوم، وهو ما يعكس إهتمام برنامج 45 دقيقة (حكومي) بمناقشة الأزمات الاقتصادية بشكل كبير، وهي نتيجة غير متوقعة فالأزمات الاقتصادية من الموضوعات الحيوية التي تمس حياة الجمهور وتعلق بقرارات الحكومة التي قد تصطدم برغبات الجمهور وبالتالي فهامش الحرية متاح أكثر في القنوات الخاصة عنها في الحكومية. وإن كان تناول الأزمات الاقتصادية في هذا البرنامج كان في ضوء الإصلاحات الاقتصادية التي تحاول الحكومة إنجازها.

جدول رقم (3)

مدي مشاركة الجمهور بالبرامج عينة الدراسة

م	مدى مشاركة الجمهور	يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	يشارك	8	30.8	15	75	23	50
2	لا يشارك	18	69.2	5	25	23	50
	الإجمالي	26	100	20	100	46	100

الدلالة=0.03

د.ح=2

كا²=8.48

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن :

هناك علاقة بين نمط ملكية البرنامج ومشاركة الجمهور حيث أشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة مشاركة الجمهور في برنامج 45 دقيقة (حكومي) بنسبة (75%) في مقابل (30.8%) ببرنامج يوم بيوم على قناة النهار، وهي نتيجة خادعة فهي تشير ظاهريا إلى هامش الحرية الذي يتيح برنامج 45 دقيقة في مناقشة الأزمات الاقتصادية لكن معظم هذه المداخلات كانت مؤيدة للقرارات، والإجراءات الحكومية حيال الأزمات الاقتصادية. على سبيل المثال ما جاء في حلقة 2016/10/12 على لسان الجمهور وبعض التجار حول "وجود انخفاض في الأسعار بنسبة 20% والسلع الأساسية متوفرة والدقيق بثلاث جنيهات وخمسة وسبعون قرش، و الأرز بأربع جنيهات ونصف، والزيت بثمانية جنيهات وربيع، والسكر متوفر". في حين كان الواقع على غير ذلك.

جدول رقم (4)

نوع مقدم البرنامج بالبرامج عينة الدراسة

م	نوع مقدم البرنامج	يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	ذكر	7	26.9	10	50	17	36.9
2	أنثى	19	73.1	10	50	29	63.1
	الإجمالي	26	100	20	100	46	100

كا²=2.58 د.ح=1 الدلالة=108. غير دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

ارتفاع نسبة الإناث مقدمي البرامج عينة الدراسة في تناول الأزمات الاقتصادية بنسبة (63.1%) في مقابل (36.9%) للذكور، وقد يرجع ذلك إلى طابع البرامج عينة الدراسة، حيث تعتمد على تناوب الذكور والإناث في تقديم حلقات البرنامج. فهما لا يعتمدان على مقدم واحد، وربما يرجع ارتفاع نسبة الإناث في معالجة الأزمات الاقتصادية إلى عامل الصدفة، كما تشير النتائج إلى تفوق الإناث في معالجة الأزمات الاقتصادية ببرنامج يوم بيوم بنسبة (73.1%) في مقابل (29%) للذكور، وهو بفارق كبير عن برنامج 45 دقيقة الذي تساوت فيه نسبة الذكور والإناث في معالجة الأزمات الاقتصادية بنسبة (50%) لكل منهما.

جدول رقم (5)
وسائل مشاركة الجمهور بالبرامج عينة الدراسة

م	وسائل مشاركة الجمهور		يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	رسائل (SMS)	4	50	-	-	4	18.2	
2	الاتصال الهاتفي	4	50	-	-	4	18.2	
3	تقارير مصورة مع الجمهور	-	-	14	100	14	63.6	
	الإجمالي	8	100	14	100	22	100	

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

ارتفاع نسبة مشاركة الجمهور من خلال التقارير المصورة في البرامج عينة الدراسة بنسبة (63.6%)، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الأزمات الاقتصادية وارتباطها بحياة المواطنين ارتباط وثيق، وهو ما دعا القائمين على هذه البرامج النزول للجمهور لعرض آراءهم في أماكنهم، يليها في الترتيب الثاني كل من الاتصال الهاتفي ورسائل الـ (SMS) بنسبة (18.2). ولكن تشير النتائج إلى حرص برنامج 45 دقيقة على مشاركة الجمهور من خلال التقارير المصورة بنسبة (100%)، وهي نتيجة مضملة لأن معظم هذه المشاركات كانت مؤيدة للإجراءات والقرارات الحكومية وتداعياتها ولم يكن الغرض منها عرض حال المواطنين الحقيقي ومدى معاناتهم من الإجراءات الاقتصادية التي اتخذتها الحكومة للتعامل مع الأزمات الاقتصادية والتي تمثلت على سبيل المثال وليس الحصر في تحرير سعر الصرف، ورفع الدعم عن المحروقات، بينما حرص برنامج يوم بيوم على مشاركة الجمهور عن طريق رسائل الـ (SMS) والاتصال الهاتفي بنسبة (18.2%) لكل منهما.

جدول رقم (6)

الأزمات الاقتصادية التي تناولتها البرامج عينة الدراسة

م	الأزمات التي تناولها البرامج		يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	أزمة السكر	3	11.5	2	8	5	9.9	
2	ارتفاع سعر البنزين	3	11.5	2	8	5	9.9	
3	ارتفاع سعر الأدوية	1	3.9	3	12	4	7.8	
4	تداعيات تعويم الجنية	8	30.7	7	28	15	29.4	
5	ارتفاع الأسعار بشكل عام	5	19.2	3	12	8	15.7	
6	ارتفاع سعر الدولار	4	15.4	-	-	4	7.8	
7	ارتفاع سعر الأسمدة	-	-	1	4	1	1.9	
8	أخرى	2	7.7	7	28	9	17.6	
	الإجمالي	26	100	25	100	51	100	

الدالة = 204. غير دالة

د. ح = 7

كا² = 9.72

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

عدم وجود علاقة بين نمط ملكية البرنامج والأزمات الاقتصادية المطروحة للمعالجة. حيث أشارت النتائج التفصيلية إلى.

أن تداعيات تعويم الجنية أحتلت الترتيب الأول في الأزمات الاقتصادية بالبرامج عينة الدراسة بنسبة (29.4%)، وقد يرجع ذلك إلى طبيعة الأزمة نفسها فتعويم الجنية له تأثير كبير على الأسواق، وعلى قيمة سعر الدولار وعلى الإستيراد، وكذلك تكلفة المنتج النهائي، وبالتالي فلها أثر بالغ على المجتمع، يليها في الترتيب الثاني أزمات أخرى بنسبة (17.6) والتي تمثلت في ارتفاع سعر اللحوم والدواجن والمواد الغذائية والسيارات والركود السياحي وتداعياته، يليها في الترتيب الثالث ارتفاع الأسعار بشكل عام بنسبة (15.7%)، يليها الترتيب الرابع أزمة السكر المتمثلة في ارتفاع سعره تارة، وإختفاؤه تارة، وارتفاع سعر البنزين بنسبة (9.9%) لكل منهما، يليها في الترتيب الخامس ارتفاع سعر الدولار وتداعياته بنسبة (15.4%)، يليها في الترتيب السادس والأخير ارتفاع سعر الأسمدة بنسبة (1.9%). كما تشير النتائج أيضا إلى تفوق برنامج يوم بيوم في معالجة أزمة السكر والبنزين بنسبة (11.5%) لكل منهما في مقابل (5%) برنامج 45 دقيقة لكل منهما، بينما تفوق برنامج 45 دقيقة في معالجة أزمة ارتفاع سعر الأدوية بنسبة (12%) في مقابل (3.9%) برنامج يوم بيوم، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة رهام محمد صلاح الدين أحمد (2013). والتي أشارت إلى أن مشكلة ارتفاع الأسعار هي أكثر المشكلات التي يعاني منها الناس والتي نوقشت بشكل كبير في عينة الدراسة التحليلية، وخاصة ارتفاع المواد الغذائية تكاليف العلاج⁽³⁹⁾، وقد يرجع ذلك إلى التغيرات الاقتصادية الطارئة على المجتمع المصري.

جدول رقم (7)

تخصصات الضيوف التي استضافتها البرامج عينة الدراسة لمناقشة الأزمات الاقتصادية

م	تخصصات الضيوف التي يستضيفها البرنامج	يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	نائب بالبرلمان	5	19.2	9	22.5	14	21.2
2	أساتذة جامعة	-		9	22.5	9	13.6
3	متحدثون باسم الوزارات والروابط	4	15.4	1	2.5	5	7.6
4	رؤساء أجهزة بالدولة	4	15.4	1	2.5	5	7.6
5	مديروا مراكز بحثية	-		1	2.5	1	1.5
6	كتاب صحفيون	2	7.7	2	5	4	6.1
7	رؤساء مجالس وجمعيات	-		3	7.5	3	4.5
8	رؤساء وأعضاء شعب بالغرف التجارية	3	11.5	4	10	7	10.6
9	خبراء اقتصاد	1	3.9	4	10	5	7.6
10	رؤساء قطاعات واتحادات	2	7.7	1	2.5	3	4.5
11	وكلاء جمعيات ونقابات	-		3	7.5	3	4.5
12	أخرى	5	19.2	2	5	7	10.6
13	الإجمالي	26	100	40	100	66	100

الدالة=0.022. دالة

د.ح=11

كا²=22.34

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

أشارت مجمل النتائج وجود علاقة بين نوع تخصصات الضيوف المختارة لتناول الأزمة ونمط ملكية البرنامج، كما أشارت النتائج إلى قصور البرامج عينة الدراسة في استضافة التخصصات المناسبة للأزمات الاقتصادية المطروحة للنقاش بشكل عام حيث أشارت النتائج إلى ارتفاع نسبة استضافة أعضاء البرلمان بنسبة (21.2%) في البرامج عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني أساتذة الجامعات بنسبة (13.6%)، يليها في الترتيب الثالث رؤساء وأعضاء الغرفة التجارية الشعب بالغرفة التجارية وفئات أخرى بنسبة (10.6%)، بينما جاء في الترتيب الرابع رؤساء أجهزة بالدولة منها الجهاز المركز للتعبيئة والإحصاء وجهاز حماية المستهلك، ومتحدثون بأسماء الوزارات مثل متحدث باسم وزارة البترول، وخبراء منها في الاقتصاد والزراعة بنسبة (7.6%) لكل منهما، هذا في الوقت الذي كان يجب فيه التركيز على خبراء الاقتصاد للتحدث عن الأزمات، ولكن مجمل النتائج تشير إلى تفوق برنامج 45 دقيقة في استضافة الضيوف الأكثر تخصصاً في للأزمة الاقتصادية محل النقاش فكان الأكثر استضافة للخبراء بنسبة (10%) في مقابل (3.9%) لبرنامج يوم بيوم مما يعكس أنه كان الأكثر مصداقية في معالجة الأزمات الاقتصادية لأنها أزمات ذات طبيعة متفردة لا يمكن لغير المتخصص تناولها بالعرض والتحليل، خاصة وأن مواقف الجمهور وقراراته حيال هذه الأزمات تتوقف بشكل كبير على ما يتم تناوله بوسائل الاعلام، وان كانت معظم المعالجات للأزمات الاقتصادية ببرنامج 45 دقيقة جاءت في إطار جهود الحكومة لمواجهة هذه الأزمات. وتختلف نتائج هذه الدراسة مع دراسة أماني الحسيني (2015). والتي أشارت إلى أن كل من أفراد الجمهور العام ورجال الأعمال لا يعتقدون أن القنوات الحكومية تعرض الأزمة الاقتصادية بصدق. (40)، كما تتشابه هذه النتيجة مع دراسة هند محمد نبيل حسين (2014) والتي أشارت إلى استضافة البرامج لشخصيات مهمة كسبب لمتابعة البرامج بنسبة (29%) (41).

جدول رقم (8)

أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج الحوارية في معالجتها للأزمات الاقتصادية

م	أخلاقيات الحوار في فقرات البرنامج	العبارات	يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
			ك	%	ك	%	ك	%
1	بين مقدم البرنامج والضيوف	تقوم على الاحترام المتبادل	18	69.2	20	100	38	82.6
		إلى حتما	4	15.4	-	-	4	8.7
		لم يلتزم	4	15.4	-	-	4	8.7
		لا ينطبق	-	-	-	-	-	-
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابي	2.54		3.00			
		الوزن النسبي	84.6		100			
2	بين ضيوف البرنامج بعضهم بعض	تقوم على الاحترام المتبادل	4	15.4	6	30	10	21.7
		إلى حتما	-	-	-	-	-	-
		لم يلتزم	-	-	-	-	-	-
		لا ينطبق	22	84.6	14	70	36	78.3
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100

أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية

	المؤشرات الاحصائية				المتوسط الحسابي		المتوسط الحسابي الوزن النسبي
	.90		.46		15.3		
3	32.6		15		55		11
	8.7		4		20		4
	-		-		-		-
	58.7		27		25		5
	100		46		100		20
4	86.9		40		95		19
	8.7		4		5		1
	-		-		-		-
	4.4		2		-		-
	100		46		100		20
5	17.4		8		15		3
	8.7		4		15		3
	-		-		-		-
	73.9		34		70		14
	100		46		100		20
				.75		.65	
				25		21.6	
اجمالي أبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الالتزام بأداب الحوار في فقرات البرامج							
				1.35		1.93	
المؤشرات الاحصائية							

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن

برنامج 45 دقيقة (حكومي) بشكل عام كان الأكثر التزاما بكافة المعايير الأخلاقية للحوار في معالجة الأزمات الاقتصادية، حيث بلغ المتوسط الحسابي له (1.93) على حساب برنامج يوم بيوم (خاص) الذي بلغ متوسطه الحسابي (1.35). حيث برز ذلك في النتائج التفصيلية، فبرنامج 45 دقيقة كان الأكثر التزاما بأخلاقيات الحوار في تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية وظهر ذلك واضحا في التزامه بالاحترام المتبادل بين مقدم البرنامج والضيوف بنسبة (100%) لبرنامج 45 دقيقة في مقابل (69.2%) لبرنامج يوم بيوم، كما اتضح إلتزامه في الحوار بين ضيوف البرنامج بعضهم بعضا بنسبة (30%) لبرنامج 45 دقيقة في مقابل (15.4%) لبرنامج يوم بيوم، وكذلك الإحترام المتبادل في مداخلات الجمهور بنسبة (55%) لبرنامج 45 دقيقة في مقابل (15.4%) لبرنامج يوم بيوم، وأيضا طبيعة الألفاظ المستخدمة في الحوار بنسبة (95%) لبرنامج 45 دقيقة في مقابل (11.5%) لبرنامج يوم بيوم وقد يرجع ذلك إلى طبيعة مقدم البرنامج نفسه وقدرته على إدارة الحوار، وكذلك نمط ملكية القناة فتابعية البرنامج لقناة صوت الشعب وهي قناة حكومية يجعله يلتزم بالضوابط الأخلاقية للتلفزيون المصري.

جدول رقم (9)

أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج الحوارية نحو الجمهور في تناولها للأزمات الاقتصادية

م	أخلاقيات الحوار نحو الجمهور	العبارات	يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
			ك	%	ك	%	ك	%
1	تصحيح الأكاديب	إلتزم	1	3.8	-	-	1	2.2
		إلتزم إلى حد ما	-	-	-	-	-	-
		لم يلتزم	-	-	-	-	-	-
		لا ينطبق	25	96.2	20	100	45	97.8
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
		المؤشرات الإحصائية	المتوسط الحسابي	12	0.00			
	الوزن النسبي	4	0					
2	تقديم معلومات كافية حول الأزمات الاقتصادية	إلتزم	25	96.2	9	45	34	73.9
		إلتزم إلى حد ما	-	-	9	45	9	19.6
		لم يلتزم	-	-	2	10	2	4.3
		لا ينطبق	1	3.8	-	-	1	2.2
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
		المؤشرات الإحصائية	المتوسط الحسابي	2.88	2.35			
	الوزن النسبي	96	87.3					
3	عدم توجيه الجمهور نحو تقبل قرارات بعينها	إلتزم	18	69.2	16	80	34	73.9
		إلتزم إلى حد ما	2	7.8	3	15	5	10.9
		لم يلتزم	3	11.5	1	5	4	8.7
		لا ينطبق	3	11.5	-	-	3	6.5
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
		المؤشرات الإحصائية	المتوسط الحسابي	2.35	2.75			
	الوزن النسبي	87.3	81.6					
4	عرض الأزمات الاقتصادية وتقديم تفسير لها	إلتزم	23	88.4	10	50	33	71.7
		إلتزم إلى حد ما	1	3.8	6	30	7	15.2
		لم يلتزم	-	-	2	10	2	4.4
		لا ينطبق	2	7.7	2	10	4	8.7
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
		المؤشرات الإحصائية	المتوسط الحسابي	2.73	2.20			
	الوزن النسبي	91	73.3					
5	توضيح الأثار الاقتصادية على القرارات الحكومية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية	إلتزم	18	69.2	12	60	30	65.2
		إلتزم إلى حد ما	1	3.8	3	15	4	8.7
		لم يلتزم	-	-	4	20	4	8.7
		لا ينطبق	7	27	1	5	8	17.4
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
		المؤشرات الإحصائية	المتوسط الحسابي	2.15	2.30			
	الوزن النسبي	71.6	76.6					
اجمالي أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج الحوارية نحو الجمهور في تناولها للأزمات الاقتصادية		المتوسط الحسابي	2.05	1.92				
المؤشرات الإحصائية								

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن.

برنامج يوم بيوم (خاص) كان الأكثر التزاما بمعايير المسؤولية الأخلاقية نحو الجمهور حيث بلغ متوسطه الحسابي (2.05)، على حساب برنامج 45 دقيقة الذي بلغ متوسطه الحسابي (1.92).

وأشارت نتائج التحليل الكيفي إلى:-

أن برنامج يوم بيوم كان البرنامج الأكثر التزاما بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الجمهور حيث ظهر ذلك واضحا في التزامه بتصحيح الأكاذيب بنسبة (3.8%) في مقابل لا شيء ببرنامج 45 دقيقة وبرز ذلك في حلقة 2016/11/15 على لسان ربهام السهلي "أن الشركة السعودية أرامكو لم تلغى اتفاقها مع الهيئة المصرية العامة للبترول حتى الآن" كما كان برنامج يوم بيوم وبفارق ملحوظ الأكثر التزاما بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الجمهور من حيث تقديم معلومات كافية حول الأزمات الاقتصادية بنسبة (96.2%) في مقابل (45%) لبرنامج 45 دقيقة مثل ما جاء في حلقة 2016/10/2 على لسان ربهام السهلي "خليني أبدا بموضوع سعر صرف الدولار وإلا بيهم الناس لارتباطه بالجنيه لكن عايزة أقولكم ان دلوقتي قبل ما ندخل وجدنا مانشيتات الصحفكرة أغلبها بتتكلم عن تعويم مرتقب للجنة خلال وقت قصير وموجود أيضا على مواقع التواصل الاجتماعي الناس بتتكلم عن هذا الأمر وبتتساءل هيحصل دا فعلا ولا مش هيحصل وإذا كان هيحصل نتيجته هتكون ايه وانعكاسه على كمواطن هيكون ايه عايزة أبدا اتكلم معاكم أولا يعنى ايه تعويم الجنية وبدأت تعريف الجمهور به يعنى ببساطة توحيد سعر الصرف يعنى توحيد سعر الدولار داخل البنك وخارج ودا علشان يحصل لايد من توافر شروط وبدأت في سردها"، كما كان برنامج يوم بيوم الأكثر التزاما بأبعاد المسؤولية الأخلاقية من خلال عرض الأزمات الاقتصادية وتقديم تفسير لها بنسبة (88.4%) في مقابل (50%) على سبيل المثال ما جاء في حلقة 2016/11/2 على لسان مصطفى شردى حول تفسير ارتفاع الأسعار "أن ارتفاع الأسعار بسبب مضاربات تجار الذهب والألماس والسيارات، وكذلك احتكار التجار للسلع وتخزينها وعلى رأسها السيارات وبيعها بسعر الدولار بعد ارتفاع سعره"، ويرجع ذلك إلى تمتع القنوات الخاصة بهامش من الحرية أكبر من القنوات الحكومية الناطقة بلسان الحكومة خاصة وأن قناة صوت الشعب كان الهدف من إنشائها بث جلسات مجلس الشعب وهو ما يشير إلى أثر ملكية القناة على الإلتزام بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الجمهور، وتختلف هذه النتيجة مع دراسة أجراها معهد جريل للبحوث (2009) والتي أشارت إلى اكتفاء وسائل الإعلام عينة الدراسة بعرض الأخبار السلبية دون أن تقدم أى تحليلات مصاحبة لها (42). وأيضاً أشارت النتائج إلى أن برنامج يوم بيوم كان الأكثر التزاما بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الجمهور من حيث توضيح الآثار الاقتصادية للقرارات الحكومية المتعلقة بالأزمات الاقتصادية بنسبة (69.2%) في مقابل (60%) لبرنامج 45 دقيقة كما جاء

أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية

في حلقة 2016/10/2 على لسان ريهام السهلي " أن هناك بعض الإجراءات لازم تتم منها مبدئياً ضبط للأسعار وأن يكون هناك أليات لضبط الأسواق وبالتالي المواطن لا يعاني من التعويم لأن هذا التعويم هياثر شئنا أم أبينا على الأسعار، طيب ازاي هتقدر الدولة تحمي المواطن من ارتفاع الأسعار لأن مجرد الكلام عن تعويم الجنية بيؤدي إلى ارتفاع الأسعار مطلوب وضوح من الحكومة اذا كان هيحصل تعويم ولا لأ ولو هيحصل هيتم حماية المواطن ازاي " ، وأيضا ما جاء في حلقة 2016/11/2 على لسان د. فخرى الفقى مستشار صندوق النقد الدولي أن ما جاء في قرارات المجلس الأعلى للاستثمار هو سبب رئيسي لانخفاض أسعار الدولار وكمان مبادرة البنك الأهلباإعلانه تأسيس شركة للصرافة هذه القرارات ستضبط ايقاع السوق " وأيضا ما جاء بحلقة 2016/11/7 على لسان ريهام السهلي " بسؤالها للأستاذ أحمد جمال معاون وزير التموين ما الأثار المترتبة على ارتفاع سعر الوقود على اسعار السلع التموينية وخاصة الخبز " إلا ان برنامج يوم بيوم أغفل الالتزام بعدم توجيه الجمهور لتقليل قرارات بعينها بنسبة (69.2%) في مقابل (80%) ببرنامج 45 دقيقة وهي نتيجة خادعة فقد يرجع ذلك إلى أن عدد الفقرات التي تناولت الأزمات الاقتصادية ببرنامج يوم بيوم أكبر من عدد الفقرات التي تناولت الأزمات الاقتصادية ببرنامج 45 دقيقة.

جدول رقم (10)

أبعاد المسؤولية الأخلاقية للبرامج الحوارية نحو المجتمع في تناولها للأزمات الاقتصادية

م	أخلاقيات الحوار نحو المجتمع	الإجمالي		يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	الدفاع عن مصالح المجتمع	الترزم	12	46.2	9	45	21	45.7	
		الترزم إلى حد ما	-	-	1	5	1	2.2	
		لم يلتزم	-	-	-	-	-	-	
		لم يتطرق إلى ذلك	14	53.8	10	50	24	52.1	
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100	
المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابي	1.39	1.45						
	الوزن النسبي	46.3	48.3						
2	حق المجتمع في المعرفة	الترزم	26	100	16	80	42	91.4	
		إلى حد ما	-	-	2	10	2	4.3	
		لم يلتزم	-	-	-	-	-	-	
		لم يتطرق إلى ذلك	-	-	2	10	2	4.3	
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100	
المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابي	3.00	2.60						
	الوزن النسبي	100	86.6						
3	تحديد نفع وضرر القرارات الاقتصادية	الترزم	9	34.6	-	-	9	19.6	
		إلى حد ما	-	-	-	-	-	-	
		لم يلتزم	-	-	-	-	-	-	
		لم يتطرق إلى ذلك	17	65.4	20	100	37	80.4	
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100	
المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابي	1.04	.00						
	الوزن النسبي	43.6	0						
اجمالي ابعاد المسؤولية الاخلاقية للبرامج الحوارية نحو المجتمع في تناولها للأزمات الاقتصادية									
المؤشرات الاحصائية		المتوسط الحسابي	1.81	1.35					

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن:

برنامج يوم بيوم (خاص) كان الأكثر التزاماً بالمعايير الأخلاقية نحو المجتمع في معالجة الأزمات الاقتصادية حيث بلغ متوسطه الحسابي (1.81)، على حساب برنامج 45 دقيقة (حكومي) الذي بلغ متوسطه الحسابي (1.35).

وأشارت نتائج التحليل الكيفي إلى:-

أن برنامج يوم بيوم كان الأكثر التزاماً بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو المجتمع حيث التزم بالدفاع عن مصالح المجتمع بنسبة (64.2%) في مقابل (45%) لبرنامج 45 دقيقة على سبيل المثال ما جاء في حلقة 2016/11/12 عند الإشارة إلى العلاقة بين تحرير سعر الصرف وارتفاع أسعار الأدوية واختفاؤها، وأهمية توافر الأدوية لارتباطها بصحة وحياة الناس مع ضرورة إيجاد الحلول لهذه الأزمة، كما كان الأكثر التزاماً بحق المجتمع في المعرفة بنسبة (100%) في مقابل (80%) لبرنامج 45 دقيقة على سبيل المثال ما جاء في حلقة 2016/10/2 حول تعريف المواطن بمعنى تعويم الجنية، والشروط الواجب توافرها لتطبيقه والآثار المترتبة عليه، ويرجع ذلك إلى تركيز برنامج 45 دقيقة على تناول الأزمات الاقتصادية من خلال الإصلاحات التي تقوم بها الحكومة لحل الأزمات الاقتصادية وفي هذا السياق أغفلت بعض المعلومات التي من حق المواطنين معرفتها، على سبيل المثال ما جاء بحلقة 2016/11/5 على لسان ريهام السهلي "أن القرارات الاقتصادية التي تمثلت في تحرير سعر الصرف، ورفع الدعم عم المحروقات هي ضمن خطة الإصلاح الاقتصادي الذي تمارسه الحكومة للتعامل مع الأزمات الاقتصادية مع اغفال ايضاح الآثار السلبية التي قد تنجم عن القرارات الاقتصادية"، كما أشارت النتائج إلى التزام برنامج يوم بيوم بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو المجتمع وبفارق كبير من حيث تحديد نفع وضرر القرارات الاقتصادية بنسبة (34.6%) في مقابل لشيء ببرنامج 45 دقيقة وهو ما جاء في حلقة 2016/11/4 حول القرارات الاقتصادية الخاصة برفع الدعم عن المنتجات البرتروولية في نفس يوم تحرير سعر الصرف وهو ما برز على لسان أ. عبد المنعم سعيد المفكر السياسي ضيف البرنامج أن "أنا لى تعليقين لما انخفضت أسعار البترول العام الماضي كان لازم نعمل الشريحة الثانية من عملية تقليل الدعم على البترول لأن الأسعار انخفضت متأجلهاش كان بقى الألم إلا إنا بناخده دلوقتى أقل لو اتقسم على سنتين الحاجة الثانية إن القرارات دي كلها حزمة قرارات متكاملة تتأخذ على بعضها ناقص قرارات خاصة بالحماية الاجتماعية لأن هي إلا هتعمل التوازن مع الرفع الجزئي للدعم عن الطاقة" وهو ما يعكس التزام برنامج يوم بيوم بحق المجتمع في تحديد موقفه من القرارات الاقتصادية بناء على معلومات دقيقة وواضحة من مختلف زوايها. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة دراسة عادل عبدالغفار (2003)، والتي أشارت إلى وجود اهتمام مكثف بالمسؤولية الأخلاقية نحو المجتمع. (43)

جدول رقم (11)

أبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الدولة للبرامج الحوارية في تناولها للأزمات الاقتصادية

م	أخلاقيات الحوار نحو الدولة	العبارة	يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
			ك	%	ك	%	ك	%
1	عدم عرض القرارات الاقتصادية قبل التأكد منها	إلتزم	1	4	-	-	1	2.2
		إلتزم إلى حد ما	-	-	-	-	-	-
		لم يلتزم	-	-	-	-	-	-
		لم يتطرق إلى ذلك	25	96	20	100	45	97.8
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابي	.12		.00		-	-
		الوزن النسبي	4		0		-	-
2	الرجوع للمسؤولين لعرض وجهة نظر الدولة بشأن القرارات الاقتصادية	إلتزم	11	42.3	2	10	13	28.3
		إلتزم إلى حد ما	-	-	-	-	-	-
		لم يلتزم	-	-	-	-	-	-
		لم يتطرق إلى ذلك	15	57.7	18	90	33	71.7
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابي	1.27		.30		-	-
		الوزن النسبي	42.3		10		-	-
اجمالي أبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الدولة للبرامج الحوارية في تناولها للأزمات الاقتصادية								
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابي	52		40		-	-

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

أن برنامج يوم بيوم (خاص) كان الأكثر التزاما بكافة المعايير الأخلاقية نحو الدولة في معالجة الأزمات الاقتصادية حيث بلغ متوسطه الحسابي (52)، على حساب برنامج 45 دقيقة (حكومي) الذي بلغ متوسطه الحسابي.

وأشارت نتائج التحليل الكيفي إلى:-

أن برنامج يوم بيوم كان الأكثر التزاما بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الدولة وظهر ذلك واضحا في عدم عرض القرارات الاقتصادية قبل التأكد منها بنسبة (4%) في مقابل لا شئ لبرنامج 45 دقيقة كما جاء في حلقة 2016/11/4 على لسان مقدمه مصطفى شردى حينما أجرى اتصالا هاتفيا مع الأستاذ حمدي عبد العزيز المتحدث بإسم وزارة البترول قائلا "هل صحيح ان انهاردة صباحا خرج مصدر رسمي في وزارة البترول وأكد أنه لانية للزيادة في اسعار المنتجات البترولية هذه الفترة ورد المتحدث أنه هذه مجرد اجتهادات صحفية" ، كما كان برنامج يوم بيوم كان الأكثر التزاما وبفارق كبير بأبعاد المسؤولية الأخلاقية نحو الدولة من خلال الرجوع للمسؤولين لعرض وجهة نظر الدولة بشأن القرارات الاقتصادية بنسبة (42.3%) في مقابل (10%) لبرنامج 45 دقيقة كما جاء بحلقة 2016/11/4 على لسان مقدمه مصطفى شردى حينما أجرى اتصالا هاتفيا مع الأستاذ حمدي عبد العزيز المتحدث

أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالفتوات القضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية

باسم وزارة البترول قائلًا المذا هذا القرار الآن مشير إلى ارتفاع أسعار السلع البترولية وأوضح المتحدث أن هذه في إطار خطة الدولة لإعادة الهيكلة برفع الدعم تمهيدا لوصوله لمستحقه" ، وهي نتيجة غير متوقعة أن يكون البرنامج بالفتاة الخاصة الأكثر حرصا على استعراض وجهات نظر المسؤولين في الوقت الذي يتراجع فيه البرنامج بالفتاة الحكومية وقد يرجع ذلك إلى ادراك القائمين على البرنامج بالفتاة الحكومية محل الدراسة عدم ثقة الجمهور في آراء المسؤولين خاصة إذا تم استعراضها بالفتوات الحكومية. لذلك كان يركز البرنامج على الضيوف بعيدا عن المسؤولين بالحكومة.

جدول رقم (12)

أبعاد المسؤولية المهنية للبرامج الحوارية في تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية

م	أبعاد المسؤولية المهنية في تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية	الفئات		يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
1	القدرة على إدارة الحوار والنقاش	مرتفعة	18	69.2	6	30	24	52.2	
		متوسطة	3	11.5	13	65	16	34.8	
		ضعيفة	1	3.8	1	5	2	4.3	
		لا ينطبق	4	15.4	-	-	4	8.7	
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100	
المؤشرات الاحصائية		المتوسط الحسابي	2.35	2.25	الوزن النسبي		78.3	75	
2	الخلفية المعلوماتية لمقدم البرنامج عن الأزمة	مرتفعة	10	38.5	5	25	15	32.6	
		متوسطة	15	57.7	6	30	21	45.7	
		ضعيفة	1	3.8	9	45	10	21.7	
		لا ينطبق	-	-	-	-	-	-	
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100	
المؤشرات الاحصائية		المتوسط الحسابي	2.35	1.80	الوزن النسبي		78.3	60	
3	الجرأة في معالجة الأزمة في كافة جوانبها	متوفرة	3	11.5	-	-	3	6.5	
		متوفرة إلى حد ما	21	80.8	2	10	23	50	
		غير متوفرة	1	3.8	18	90	19	41.3	
		لا ينطبق	1	3.8	-	-	1	2.2	
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100	
المؤشرات الاحصائية		المتوسط الحسابي	2.00	1.10	الوزن النسبي		66.6	36.6	
4	شكل التعبير عن الرأي الخاص	مباشر	4	15.4	2	10	6	13.1	
		غير مباشر	7	26.9	3	15	10	21.7	
		لا يوجد	15	57.7	15	75	30	65.2	
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100	
		المؤشرات الاحصائية		المتوسط الحسابي	.58	.35	الوزن النسبي		29

أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية

5	التوازن فى عرض الأزمة	متوازن	6	23.1	1	5	7	15.2
		متوازن إلى حد ما	-	-	4	20	4	8.7
		غير متوازن	-	-	1	5	1	2.2
		لا ينطبق	20	76.9	14	70	34	73.9
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابى	69	60				
		الوزن النسبى	23	18				
6	اسناد الأحداث إلى مصادرها	تم الاسناد	21	80.8	17	85	38	82.6
		لم يتم الاسناد	-	-	2	10	2	4.4
		لا ينطبق	5	19.2	1	5	6	13.0
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابى	1.62	1.80				
		الوزن النسبى	81	90				
7	عدم تأثر مقدم البرنامج بسياسة القناة فى تقديم الأزمات	مرتفعة	-	-	-	-	-	-
		متوسطة	-	-	-	-	-	-
		ضعيفة	26	100	20	100	46	100
		لا ينطبق	-	-	-	-	-	-
		الإجمالي	26	100	20	100	46	100
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابى	1.00	1.00				
		الوزن النسبى	33.3	33.3				
اجمالى أبعاد المسؤولية المهنية للبرامج الحوارية فى تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية								
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابى	1.51	1.27				

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

أن برنامج يوم بيوم (خاص) كان الأكثر التزاما بكافة المعايير المهنية في تقديم فقرات البرنامج لمعالجة الأزمات الاقتصادية حيث بلغ متوسطه الحسابى (1.51)، على حساب برنامج 45 دقيقة (حكومي) الذى بلغ متوسطه الحسابى (1.27)، باستثناء اسناد الأحداث إلى مصادرها تفوق فيها برنامج 45 دقيقة.

وأشارت نتائج التحليل الكيفى إلى:-

أن برنامج يوم بيوم كان الأكثر التزاما بأبعاد المسؤولية المهنية فى تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية وبفارق كبير من خلال ارتفاع القدرة على إدارة الحوار والنقاش بنسبة (69.2%) فى مقابل (30%) لبرنامج 45 دقيقة، كما أن برنامج يوم بيوم كان الأكثر التزاما بأبعاد المسؤولية المهنية فى تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية وبفارق كبير من حيث ارتفاع الخلفية المعلوماتية لمقدم البرنامج عن الأزمة بنسبة (38.5%) فى مقابل (25%) لبرنامج 45 دقيقة/تضح ذلك فى حلقة 2016/10/24 التي استضافت فيها ريهام السهلى مقدمة برنامج يوم بيوم السيد أسامة هيكل رئيس الشركة المصرية للإنتاج الإعلامى، وعضو البرلمان للحوار معه حول دور البرلمان فى التعامل مع الأزمات الاقتصادية والتلويح له فى الحديث عن اتهامات

الجمهور للبرلمان بالتقصير في بعض التشريعات وهو ما يعنى علمها بنبض الشارع وتوجهاته وكذلك معرفتها بالدور التشريعي للبرلمان في معالجة بعض الأزمات ، كذلك استغلالها تقلد الضيف للعديد من المناصب ومحاولة توظيف ذلك في خدمة الحوار حول الأزمات الاقتصادية وبعض القوانين منها قانون نقابة الإعلاميين، ويرجع ذلك إلى أن القائمين على القنوات الخاصة ينتقون مقدمي البرامج لديهم بعناية لإرتباط الإعلانات بمقدم البرنامج وشهرته وكفاءته، وهو عكس القنوات الحكومية التي تعاني من انخفاض نسب المشاهدة والإعلانات بها فإذا لم يكن مقدم البرامج على قدر من الكفاءة لن يستطيع مسايرة ركب المنافسة المفروضة على القنوات الخاصة وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الأميرة سماح فرج (2011) أن وسائل الإعلام توفر مستوى عالي من المعلومات بشأن الأزمات (44) كما كان برنامج يوم بيوم كان الأكثر إلتماً بأبعاد المسؤولية المهنية في تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية وبفارق كبير من خلال الجراة في معالجة الأزمات الاقتصادية من كافة جوانبها بنسبة (11.5%) في مقابل لاشئى لبرنامج 45 دقيقة كما جاء في حلقة 2016/11/6 على لسان ريهام السهلى "تمنى أن يكون هناك فعلا من الحكومة دور ورقابة على الأسواق بحيث يحصل أى استغلال للمواطنين من أى نوع " وأيضاً ما جاء في حلقة 2016/11/12 على لسان ريهام السهلى "أن القرارات الاقتصادية التي اتخذتها الحكومة صعبة وصعبة على الكل " وهذا فى إطار حوارها مع أ.أحمد سامى نائب رئيس تحرير جريدة الأهرام حول القرارات والإجراءات الحكومية للرقابة على الأسواق والتعامل بحزم مع الممارسات الاحتكارية" وهي نتيجة متوقعة فبرامج القنوات الحكومية ناطقة بلسان الحكومة وفي نفس الوقت الأزمات الاقتصادية من الأزمات شديدة الحساسية لأنها تمس حياة الناس، وترتبط بقرارات الحكومة وهما قوتان متعارضتان في أغلب الأوقات، كما تشير النتائج إلى أن برنامج يوم بيوم كان الأكثر إلتماً في التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة بنسبة (23.1%) في مقابل (5%) لبرنامج 45 دقيقة وبرز ذلك فى حلقة 2016/11/12 عندما استضافت مقدمة البرنامج ريهام السهلى الدكتور على ياسين مدير المكتب الفنى بقطاع الصيدلة ودعلى عوف رئيس شعبة الدواء بالغرف التجارية وأتاحت لكل منهم مدة زمنية متقاربة جدا فى مناقشة أزمة الدواء دون محاولة مقاطعة أى منهم أو السماح لأى منهم مقاطعة الآخر، وعلى الجانب الآخر كان برنامج 45 دقيقة كان الأكثر إلتماً بأبعاد المسؤولية المهنية فى تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية من حيث إلتماً مقدم البرنامج بعدم التعبير عن رأيه الخاص بنسبة (75%) فى مقابل (57.7%) لبرنامج يوم بيوم الذى أغفل هذا الجانب . كما تفوق برنامج 45 دقيقة على برنامج يوم بيوم فى الإلتزام بأبعاد المسؤولية المهنية فى تقديم فقرات البرنامج من خلال اسناد الأحداث إلى مصادرها بنسبة (85%) فى مقابل (80.7%) لبرنامج يوم بيوم، إلا أن البرامج عينة الدراسة لم يلتزما بأبعاد المسؤولية المهنية فى تقديم فقرات البرنامج

أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية

حيث أن عدم تأثر مقدم البرنامج بسياسة القناة في تقديم الأزمات الاقتصادية كان ضعيفا بنسبة (100%).

جدول رقم (13)

أبعاد المسؤولية المهنية للبرامج الحوارية عينة الدراسة في معالجة الأزمات الاقتصادية

م	أبعاد المسؤولية المهنية في معالجة الأزمات الاقتصادية	الفئات	يوم بيوم		45 دقيقة		الاجمالي	
			%	ك	%	ك	%	ك
1	أهمية الأزمة للمجتمع	مهمة	100	26	100	20	100	46
		مهمة إلى حد ما	-	-	-	-	-	-
		غير مهمة	-	-	-	-	-	-
		لا ينطبق	-	-	-	-	-	-
		الإجمالي	100	26	100	20	100	46
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابي	3.00		3.00		-	-
		الوزن النسبي	100		100		-	-
2	حدائث الأزمة المطروحة	حديث	100	26	95	19	97.8	45
		غير حديث	-	-	5	1	2.2	1
		الإجمالي	100	26	100	20	100	46
		المتوسط الحسابي	2.00		1.95		-	-
		الوزن النسبي	100		97.5		-	-
3	شرح وتفسير الأزمة المطروحة	متوفرة	76.9	20	50	10	65.2	30
		متوفرة إلى حد ما	15.4	4	30	6	21.7	10
		غير متوفرة	7.7	2	20	4	13.1	6
		لا ينطبق	-	-	-	-	-	-
		الإجمالي	100	26	100	20	100	46
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابي	2.69		2.30		-	-
		الوزن النسبي	89.6		76.6		-	-
4	طرح حلول للأزمة	طرح	65.4	17	95	19	78.3	36
		لم يطرح	34.6	9	5	1	21.7	10
		الإجمالي	100	26	100	20	100	46
		المتوسط الحسابي	1.65		1.95		-	-
	المؤشرات الاحصائية	الوزن النسبي	82.5		97.5		-	-
اجمالي أبعاد المسؤولية المهنية للبرامج الحوارية في معالجة الأزمات الاقتصادية								
	المؤشرات الاحصائية	المتوسط الحسابي	2.34		2.30		-	-

تشير نتائج الجدول السابق إلى:

أن برنامج يوم بيوم (خاص) كان الأكثر التزاما بالمعايير المهنية في معالجة الأزمات الاقتصادية حيث بلغ متوسطه الحسابي (2.34)، على حساب برنامج 45 دقيقة (حكومي) الذي بلغ متوسطه الحسابي (2.30).

وأشارت نتائج التحليل الكيفي إلى:-

أن برنامج يوم بيوم كان الأكثر التزاماً بأبعاد المسؤولية المهنية في معالجة الأزمات الاقتصادية، وظهر ذلك بشكل واضح في التزام البرنامج في التركيز على الأزمات الاقتصادية الحديثة بنسبة (100%) في مقابل (95%) لبرنامج 45 دقيقة حيث ركز الأول على تداعيات تعويم الجنية وارتفاع الأسعار سواء السكر أو الأدوية وغيرها في حين ركز برنامج 45 دقيقة على هذه الأزمات بجانب أزمة الركود السياحي وتداعياته كما برز في حلقة (2016/12/24)، حلقة (2016/12/27) وهو ما يعكس اهتمام برنامج يوم بيوم بالأزمات الاقتصادية المثيرة لاهتمامات الرأي العام في حين يهتم برنامج 45 دقيقة بالأزمات الاقتصادية التي تؤرق المجتمع المصري بغض النظر عن اهتمام الرأي العام وهي نتيجة في صالح الأخير على الرغم من أن النتائج الكمية أشارت عكس ذلك، وهو ما يشير أيضاً إلى اهتمام القنوات الخاصة بالمعالجة السطحية دون النظر إلى جذور الأحداث المطروحة، كما تفوق برنامج يوم بيوم أيضاً في الاهتمام بشرح الأزمة والاقتصادية المطروحة وتقديم تفسير لها بنسبة (76.9%) في مقابل (50%) لبرنامج 45 دقيقة، إلا أنه أغفل الاهتمام الكافي بطرح حلول للأزمات الاقتصادية المطروحة وتفوق في ذلك برنامج 45 دقيقة بنسبة (95%) في مقابل (65.4%) لبرنامج يوم بيوم وقد يرجع ذلك إلى طبيعة المعالجة نفسها حيث غلب على برنامج 45 دقيقة معالجة الأزمات من منطلق الجهود والإصلاحات التي تقوم بها الحكومة للتعامل مع الأزمات الاقتصادية والتي تمثل أهمها في محاربة جشع التجار وسن قوانين لضبط الأسعار وكذلك تفاعل المواطنين مع أجهزة الدولة من خلال الإبلاغ عن أي شكل من أشكال الاستغلال، والاستثمار الأمثل للقروض التي تحصل عليها الدولة. كما جاء بحلقة (2016/11/12)، حلقة (2016/11/20)، حلقة (2016/12/24)، حلقة (2016/12/22)، بينما كانت أهم الحلول التي طرحها برنامج يوم بيوم اتخاذ قرارات اصلاحية لخفض سعر الدولار مثل تاسيس البنوك لشركات صرافة خاصة بها، محاولة ضبط الأسواق من قبل أليات واجراءات تتخذها الحكومة وقيام الحكومة بعمل خريطة زمنية للإجراءات الاقتصادية الاصلاحية لطمأننة الشعب " كما جاء على سبيل المثال وليس الحصر بحلقات (2016/11/5)، حلقة (2016/11/12) وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة الأميرة سماح فرج (2011) أن وسائل الاعلام تهتم بتقديم الازمات بما يتناسب مع أسلوبها دون الاهتمام بحاجة الجمهور للمعلومات حول الازمات. (45) إلا أنها تختلف مع دراسة بسنت محمد عطية (2014) والتي أشارت إلى أن البرامج والقنوات محل الدراسة ركزت على عرض للأزمات دون تقديم الحلول. (46)

جدول رقم (14)

أبعاد المسؤولية المهنية للبرامج الحوارية عينة الدراسة في معالجة الأزمات الاقتصادية

م	أبعاد المسؤولية المهنية في معالجة الأزمات الاقتصادية					
	يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
1	8	24.2	9	32.1	17	27.9
2	3	9.09	2	7.2	5	8.2
4 ³	2	6.06	-	-	2	3.3
4	3	9.09	-	-	3	4.9
5	12	36.3	15	53.5	27	44.3
6	5	15.1	2	7.2	7	11.4
	33	100	28	100	61	100

وأشارت نتائج التحليل الكيفي كما جاء بالجدول السابق إلى:-

أن برنامج يوم بيوم كان أكثر التزاماً بأبعاد المسؤولية المهنية في معالجة الأزمات الاقتصادية من خلال انتقاض القرارات الحكومية للأزمات الاقتصادية بنسبة (9.09%) في مقابل (7.2%) كما جاء بحلقة 2016/11/4 على لسان مصطفى شيردى "مقلقتوش من اتخاذ هذا القرار مشيراً إلى ارتفاع أسعار البنزين في نفس يوم تعويم الجنية المصري"، كما أن برنامج يوم بيوم كان أكثر التزاماً بأبعاد المسؤولية المهنية في معالجة الأزمات الاقتصادية من خلال انتقاض تصريحات المسؤولين غير الدقيقة حول الأزمات الاقتصادية بنسبة (6.06%) في مقابل لاشيء لبرنامج 45 دقيقة، برز ذلك في حلقة 2016/11/4 على لسان أحمدى عبد العزيز المتحدث باسم وزارة البترول عند سؤاله حول خروج مصدر مسؤول بتصريح بعدم زيادة سعر المحروقات قائلاً أن هذه مجرد اجتهادات صحفية من خلال السادة الصحفيين كل واحد حسب المصادر إلا بتكلم معاه احنا مش بتكلم لغاية ما يصدر القرار ويجبلى الجدول إلا بيتوزع على كل المحطات بالاسعار الجديدة"" كما برز ذلك أيضاً في حلقة 2016/10/2 على لسان ريهام السهلى "بسؤالها الدولار رايح لحد فين والتعويم جاي ولا لأ والمطلوب ان يكون في وضوح في هذا الموضوع اذا كان في تعويم نطلع ونقول ونقول حنمى المواطن من دا إزاي واذا كان مفيش تعويم ودا مجرد شائعات لازم يطلع تصريح رسمى واضح بكدا" بينما كان برنامج يوم بيوم أكثر التزاماً بأبعاد المسؤولية المهنية في معالجة الأزمات الاقتصادية من خلال عدم تأييد الحلول إذا كانت غير فعالة لحل بنسبة (9.0%) في مقابل لاشيء لبرنامج 45 دقيقة، ولكنه أغفل توضيح أسباب الأزمات الاقتصادية بنسبة (36.3%) في مقابل (53.5%) لبرنامج 45 دقيقة.

جدول رقم (15)

أسلوب معالجة الأزمات الاقتصادية في البرامج عينة الدراسة

م	أسلوب معالجة الأزمات	يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	تحليلي	22	84.6	17	85	39	84.8
2	خبري	2	7.7	-	-	2	4.3
3	تعليق	2	7.7	-	-	2	4.3
4	أكثر من أسلوب	-	-	3	15	3	6.6
	الإجمالي	26	100	20	100	46	100

كا²=7.97 د.ح=3 الدلالة=0.073 غير دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى.

عدم وجود علاقة بين أسلوب المعالجة المستخدم في معالجة الأزمات الاقتصادية ونمط ملكية البرنامج.

اعتماد البرامج عينة الدراسة بالقتوات الحكومية والخاصة على الأسلوب التحليلي في معالجة الأزمات الاقتصادية بنسبة (84.8%) وهو ما يعكس اهتمام البرامج عينة الدراسة بآتاحة الفرصة لمناقشة القضية وتناولها من كافة زواياها للوصول إلى جذور المشكلة إلا أن التحليل دائما في برنامج 45 دقيقة كان غالبا موجها لتبرير القرارات والاجراءات الحكومية ومحاولات الحكومة لحل الأزمات الاقتصادية وضبط الأسواق، وهو على العكس في برنامج يوم بيوم الذي وظف الأسلوب التحليلي لمناقشة الأزمات وتداعياتها ومحاولة إيجاد حلول لها ومناقشة الطول المطروحة من قبل الحكومة ومدى فاعليتها، وهو ما يشير إلى التزامه بالمسؤولية الإجتماعية بشكل أكبر من برنامج 45 دقيقة، يليها في الترتيب الثاني استخدام أكثر من أسلوب معا منها الخبري والتعليق معا بنسبة (6.6%) يليها في الترتيب الثالث والأخير كل من الأسلوب الخبري وأسلوب التعليق بنسبة (4.3%) لكل منهما.

جدول رقم (16)

أبعاد المسؤولية المهنية في استخدام وسائل الإبراز لعرض الأزمات الاقتصادية

م	وسائل الإبراز	يوم بيوم		45 دقيقة		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%
1	استخدام الأرقام والاحصاءات	19	51.4	19	29.7	38	37.7
3	الاستعانة بالتقارير	-	-	20	31.3	20	19.9
4	الفيديوهات	3	8.1	3	4.7	6	5.9
2	لقطات أرشيفية	11	29.7	20	31.3	31	30.9
6	التغطية المباشرة للأزمات	-	-	1	1.5	1	0.9
5	الصور الفوتوغرافية	3	8.1	-	-	3	2.9
6	خرائط	1	2.7	-	-	1	0.9
7	مادة إعلانية	-	-	1	.51	1	0.9
	الإجمالي	37	100	64	100	101	100

كا²=23.04 د.ح=7 الدلالة=0.002 دالة

تشير نتائج الجدول السابق إلى.

وجود علاقة بين وسائل الإبراز المستخدمة في معالجة الأزمات الاقتصادية ونمط ملكية البرنامج.

وأشارت نتائج التحليل الكيفي إلى:-

أن الأرقام والإحصاءات كانت أكثر وسائل الإبراز التي استعان بها البرامج عينة الدراسة بالقنوات الحكومية والخاصة بنسبة (37.3%)، ويرجع ذلك إلى طبيعة الأزمات التي يتم معالجتها فهي أزمات اقتصادية بالتالي فالالاقتصاد يرتبط بلغة الأرقام، يليها في الترتيب الثاني اللقطات الأرشيفية بنسبة (30.9%) تلك اللقطات تمثلت في عرض لبعض الأسواق المصرية وحركة البيع والشراء بها، وكذلك صور لبعض البنوك وشركات الصرافة لرصد حركة الدولار، يليها في الترتيب الثالث التقارير المصورة بنسبة (19.9%)، يليها في الترتيب الرابع الفيديوهات بنسبة (5.9%) يليها في الترتيب الخامس الصور الفوتوغرافية بنسبة (2.9%)، يليها في الترتيب السادس والأخير كل من التغطية المباشرة من موقع الحدث، والخرائط والمواد الإعلانية بنسبة (0.9%)، كما أشارت مجمل النتائج إلى توظيف برنامج يوم بيوم للأرقام والإحصاءات في إبراز الأزمات الاقتصادية بنسبة (51.4%) في مقابل (29.7%) وهو ما يتناسب وطبيعة الأزمات الاقتصادية، بينما وظف برنامج 45 دقيقة للتقارير المصورة في إبراز الأزمات الاقتصادية بنسبة (31.3%) وكانت معظمها لقاءات مع الجمهور لاستعراض رأيه حول الأزمات الاقتصادية وكان أغلبها مؤيدا للقرارات الاقتصادية أو تقارير مصورة تحوى معلومات حول الأزمات الاقتصادية وتدابير القرارات والإجراءات الحكومية. ولكن ما نود الإشارة إليه أن برنامج 45 دقيقة وهو برنامج بقناة صوت الشعب الحكومية عمد إلى توظيف مادة إعلانية أثناء معالجته لأزمة ارتفاع الأسعار وهو إعلان هنشيل الوهم وهنوصل الدعم كما جاء في حلقة 2016/11/7، وهو ما يشير إلى تأثر مقدم القناة بسياساتها الإعلامية في محاولة لتوجيه الجمهور وإقناعه بصحة القرارات والإجراءات الاقتصادية التي تتخذها الحكومة، وهو ما يتنافى مع المسؤولية المهنية لوسائل الإعلام.

اختبار صحة الفروض.

الفرض الأول

أثبتت الدراسة صحة الفرض الأول الذى ينص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نمط ملكية القناة والالتزام بأخلاقيات الحوار فى تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية بالبرامج عينة الدراسة.

جدول رقم (17)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في الالتزام بأخلاقيات الحوار في فقرات البرنامج.

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	د.ح	الدلالة
برنامج يوم بيوم	130	1.35	1.43	3.06	228	دالة
برنامج 45 دقيقة	100	1.93	1.39			

حيث تشير نتائج تطبيق اختبار(ت) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نمط ملكية القناة والالتزام بأخلاقيات الحوار في فقرات البرنامج لصالح برنامج 45 دقيقة (حكومي)، حيث بلغت قيمة (ت) (-3.06) وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوى دلالة احصائية (0.05).

الفرض الثاني.

أثبتت الدراسة صحة الفرض الثاني الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الالتزام بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو الجمهور و نمط ملكية القناة في معالجة الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (18)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في الالتزام بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو الجمهور و نمط ملكية القناة.

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	د.ح	الدلالة
برنامج يوم بيوم	130	2.05	1.36	.728	228	دالة
برنامج 45 دقيقة	100	1.92	1.22			

حيث تشير نتائج تطبيق اختبار(ت) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نمط ملكية القناة والالتزام بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو الجمهور لصالح برنامج يوم بيوم (خاص)، حيث بلغت قيمة (ت) (.728) وهي قيمة دالة احصائيا عند مستوى دلالة احصائية (0.05).

الفرض الثالث.

أثبتت الدراسة صحة الفرض الثالث الذي ينص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الالتزام بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو المجتمع و نمط ملكية القناة في معالجة الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (19)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في الالتزام بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو المجتمع و نمط ملكية القناة.

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	د.ح	الدلالة
برنامج يوم بيوم	78	1.81	1.48	1.80	136	دالة
برنامج 45 دقيقة	60	1.35	1.47			

حيث تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نمط ملكية القناة والالتزام بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو المجتمع لصالح برنامج يوم بيوم (خاص)، حيث بلغت قيمة (ت) (1.80) وهى قيمة دالة احصائيا عند مستوى دلالة احصائية (0.05).

الفرض الرابع.

أثبتت الدراسة صحة الفرض الرابع الذى ينص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الالتزام بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو الدولة ونمط ملكية القناة فى معالجة الأزمات الاقتصادية.

جدول رقم (20)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة فى الالتزام بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو الدولة ونمط ملكية القناة.

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	د.ح	الدلالة
برنامج يوم بيوم	52	.69	1.27	2.44	90	دالة
برنامج 45 دقيقة	40	.15	.662			

حيث تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نمط ملكية القناة والالتزام بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو الدولة لصالح برنامج يوم بيوم (خاص)، حيث بلغت قيمة (ت) (2.44) وهى قيمة دالة احصائيا عند مستوى دلالة احصائية (0.05).

الفرض الخامس.

أثبتت الدراسة صحة الفرض الخامس الذى ينص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الالتزام بأبعاد المسؤولية المهنية فى تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية و نمط ملكية القناة

جدول رقم (21)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة فى الالتزام بأبعاد المسؤولية المهنية فى تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية ونمط ملكية القناة.

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	د.ح	الدلالة
برنامج يوم بيوم	182	1.51	1.07	2.12	320	دالة
برنامج 45 دقيقة	140	1.27	.896			

حيث تشير نتائج تطبيق اختبار (ت) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نمط ملكية القناة والالتزام بأبعاد المسؤولية المهنية فى تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية

لصالح برنامج يوم بيوم (خاص)، حيث بلغت قيمة (ت) (2.12) وهى قيمة دالة احصائيا عند مستوى دلالة احصائية (0.05).

الفرض السادس.

أثبتت الدراسة صحة الفرض السادس الذى ينص على وجود فروق ذات دلالة احصائية بين الالتزام بأبعاد المسؤولية المهنية فى معالجة الأزمات الاقتصادية و نمط ملكية القناة.

جدول رقم (22)

نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق بين البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة فى أبعاد المسؤولية المهنية فى معالجة الأزمات الاقتصادية ونمط ملكية القناة.

المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	د.ج	الدلالة
برنامج يوم بيوم	104	2.34	.663	.385	182	دالة
برنامج 45 دقيقة	80	2.30	.604			

حيث تشير نتائج تطبيق اختبار(ت) إلى وجود فروق ذات دلالة احصائية بين نمط ملكية القناة بأبعاد المسؤولية المهنية فى معالجة الأزمات الاقتصادية ونمط ملكية القناة. لصالح برنامج يوم بيوم (خاص)، حيث بلغت قيمة (ت) (.385) وهى قيمة دالة احصائيا عند مستوى دلالة احصائية (0.05).

ملخص نتائج البحث.

- 1- أن البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية عينة الدراسة كانت الأكثر التزاما بأخلاقيات الحوار من البرامج الحوارية بالقنوات الخاصة.
- 2- البرامج الحوارية بالقنوات الخاصة عينة الدراسة كانت الأكثر التزاما بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو الجمهور فى تناولها للأزمات الاقتصادية من البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية.
- 3- التزام البرامج الحوارية بالقنوات الخاصة عينة الدراسة بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو المجتمع فى تناولها للأزمات الاقتصادية من البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية.
- 4- التزام البرامج الحوارية بالقنوات الخاصة عينة الدراسة بأبعاد المسؤولية الاخلاقية نحو الدولة فى تناولها للأزمات الاقتصادية من البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية.
- 5- التزام البرامج الحوارية بالقنوات الخاصة عينة الدراسة بأبعاد المسؤولية المهنية فى تقديم فقرات الأزمات الاقتصادية عن البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية.
- 6- التزام البرامج الحوارية بالقنوات الخاصة عينة الدراسة بأبعاد المسؤولية المهنية فى معالجة الأزمات الاقتصادية عن البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية.

المراجع

- 1 - فانتن الطنباري: المسؤولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية، مجلة دراسات الطفولة، العدد 67، سبتمبر 2017، ص 117.
- 2 - اسامة محمد عبدالسلام: دور القنوات الفضائية العربية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى شباب جلمعة حائل، المؤتمر العلمي الدولي الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، جامعة تيبازة، مركز جيل البحث العلمي، ص 234.
- 3 - عبد الصادق حسن اتجاهات المراهقين نحو برامج تليفزيون الواقع في الفضائيات العربية، مجلة الإذاعة والتليفزيون، العدد الثاني، أبريل-يونيو، 2015، ص 43.
- 4 - رباب عبدالرحمن هاشم: أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية لبرامج الحوار التليفزيونية بالقنوات الحكومية والخاصة في تغطية انتخابات الرئاسة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 42، أكتوبر-ديسمبر، 2012، ص 345.
- 5 - أميرة سمير: التأثيرات السياسية للقنوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر: الاعلام بين الحرية والمسؤولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2008.
- 6 - أميرة محمد إبراهيم النمر: شريط المحادثة على القنوات العربية بين الضوابط الأخلاقية والمسؤولية المهنية، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر: الاعلام بين الحرية والمسؤولية، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2008، ص ص 277-325.
- 7 - عادل عبدالغفار: أبعاد المسؤولية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم، المؤتمر العلمي السنوي التاسع، أخلاقيات الاعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ج 3، مايو 2003، ص 750.
- 8 - أماني الحسيني عمر: اتجاهات الجمهور العام ورجال الأعمال نحو أداء قنوات التليفزيون في تناول الأزمة الاقتصادية في مصر، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني والخمسون يولية-سبتمبر 2015، ص 38.
- 9 - بسنت محمد عطية: المعالجة الاخبارية للأزمات الاقتصادية المصرية في القنوات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها، رسالة دكتوراة غير منشورة (كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2014) ص 6 ص 38.
- 10 - هند محمد نبيل حسين: دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتليفزيون المصرى فى ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية. رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2014) ص ص 4-40.
- 11 - رهام محمد صلاح الدين أحمد: المشكلات الاقتصادية للأسرة المصرية كما تعكسها المسلسلات والافلام واتجاهات الجمهور نحوها، رسالة دكتوراة غير منشورة (كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2013) ص ص 423-7.
- 12 - الأميرة سماح فرج: معالجة التليفزيون والصحف للأزمات في المجتمع المصرى وعلاقتها بتشكيل الاحساس بالخطر الجمعي، رسالة دكتوراة غير منشورة (كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2011) ص ص 3-304.
- 13 - أشرف جلال حسن: دور نشرات الاخبار والبرامج الاقتصادية في تكوين معارف واتجاهات الجمهور المصرى والقطرى نحو الأزمة الاقتصادية العالمية، المؤتمر العلمي الخامس عشر، الاعلام والاصلاح: الواقع والتحديات، ج 1، كلية الاعلام جامعة القاهرة، يوليو، 2009، ص ص 1-63.
- 14 - Grail Research.Global.(2009). Financial Crisis:summary OF the Covrege of the time line ,Causes Implications,Impact and Recommented Path Forward Availbale at:<http://lgrailresearch.com> visit in (2016)
- 15 -Evan,Savic:Dealing with the global financial crisis. Philippines Institute for Development Studies . Availabe at <http://www.unisef.org/socialpolicy/> (2008)

- 16 - Brian J. Forgarty. Determining economic News Coverage, **International Journal of Public Opinion Research**, vol 17, No.2, 2005, p.149-172.
- 17 - Joe, Bob Hester, Rhonda Gibson. The economy and second level agenda setting a time-series analysis of economic news and public opinion about economy, **Journalism and Mass Communication**, Vol.80, No.1, 2003, p.73-90.
- 18 - محمد حسام الدين: "المسؤولية الاجتماعية"، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003) ص 17.
- 19 - الأزمات الاقتصادية في النظام الرأسمالي، **جريدة النور**، العدد 387، بتاريخ 2009/5/6. www.an.aour.com رابطة الموضوع
- 20 - أميرة سمير: "التأثيرات السياسية للقتوات الفضائية المصرية والعربية الخاصة في إطار المسؤولية الاجتماعية" في **المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر**، الجزء الأول - كلية الإعلام - جامعة القاهرة، يوليو 2008.
- 21 - محمود حسن إسماعيل. "مناهج البحث في إعلام الطفل"، ط1 (القاهرة: دار النشر للجامعات، 1996) ص 84.
- 22 - سمير محمد حسين. "دراسات مناهج البحث العلمي: بحوث الإعلام"، ط2 (القاهرة: عالم الكتب، 1995) ص 133.
- 23 - محمد عبد الحميد. "بحوث الصحافة"، ط1 (القاهرة: عالم الكتب، 1995) ص 92.
- 24 - Jason T. Peifer: Can we Be Funny? The Social Responsibility Of Political Humor; **Journal Of Mass Media Ethics**, 2012.
- 25 - محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996) ص 81.
- 26 - حسن عماد مكاوي: أخلاقيات العمل الإعلامية: دراسة مقارنة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية) ص 67-69.
- 27 - محمد سعد إبراهيم: "الصحافة والتنمية السياسية"، (القاهرة: دار الكتب العلمية، 1997) ص 176-177.
- 28 - مى أحمد أبو السعود: المسؤولية الاجتماعية للدراما التلفزيونية دراسة تحليلية لعينة من المسلسلات الرمضانية، **مجلة الإذاعة والتلفزيون**، العدد 23، سبتمبر، 2015، ص 145.
- 29 - حسن عماد مكاوي: "أخلاقيات العمل الإعلامية"، مرجع سابق، ص 67-69.
- 30 - عادل عبد الغفار خليل: أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقتوات الفضائية المصرية الخاصة: دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة في قناة دريم 2، **المؤتمر العلمي السنوي التاسع بكلية الإعلام، جامعة القاهرة**، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، مايو، 2003.
- 31 - السيد محمد أبو شعيع حسن: دور برامج المشاركة الجماهيرية بالفضائيات في دعم حرية التعبير، رسالة ماجستير غير منشورة، (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012) ص 85.
- 32 - أحمد ذكر الله: أزمة الاقتصاد المصري: المؤشرات - الأسباب - الحلول، **المعهد المصري للدراسات السياسية والاستراتيجية**، مايو، 2016، ص 7.
- 33 - شريف محمد نبيل: المعالجة الإعلامية لأحداث العنف وتأثيرها على الأزمات الاقتصادية بعد الثورة، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015) ص 35.
- 34 - www.sis.gov.eg\ArTemplates\articlestmpArticles.aspx.?CatId=160.12\6\2013
- 35 - أديب خضور: مرجعية التغطية الاخبارية في الاعلام العربي، **مجلة الدراسات الاعلامية**، العدد 99، أبريل/يونيو، 2000، ص 26-28.
- 36 - هويدا مصطفى: **الإعلام والأزمات المعاصرة**، (القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2009) ص 36.
- 37 - محمود أبو الوفا: احياء وتقنين وتنشيط أطر وآليات التكامل في ادارة الأزمات الاقتصادية من خلال مسارات وتطبيقات الاعلام الاقتصادي، **مؤتمر الاعلام الاقتصادي العربي الأول**، القاهرة: مجلس الوحدة الوطنية العربية، أبريل 2013، ص 1.

- 38- بسنت محمد عطية:المعالجة الاختيرية للأزمات الاقتصادية المصرية بالقتنات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها،رسالة دكتوراه غير منشورة(جامعة القاهرة:كلية الاعلام،2014)ص109
- 39- رهام محمد صلاح الدين أحمد: مرجع سابق.
- 40 -أمانى الحسينى عمر: مرجع سابق.
- 41- هند محمد نبيل حسين: مرجع سابق.
- 42 -Grail Research.Global.(2009). Financial Crisis :summary OF the Covrege of the time line ,Causes Implications ,Impact and Recommended Path Forward. *Op cit*,
- 43 - عادل عبدالغفار: مرجع سابق.
- 44- الأميرة سماح فرج: مرجع سابق .
- 45- الأميرة سماح فرج: مرجع سابق.
- 46- بسنت محمد عطية: مرجع سابق.