

دور وسائل الإعلام خلال فترات الأزمات

أ/أحمد محمد فهمي محمد*

إشراف : أ.د. خالد صلاح الدين حسن على**

الملخص:

أصبح من الضروري أن تتعامل وسائل الإعلام مع أزمات المجتمع المختلفة، ذلك لأن الإعلام قد يكون الملجأ الأول – إن لم يكن الوحيد- بالنسبة للإنسان البسيط الذي يرغب في التعرف على الأزمة التي يواجهها المجتمع، ويتعرف على الأساليب المناسبة للتعامل معها، وكيفية التغلب عليها وتجاوزها، وهذا يفرض على تلك الوسائل أن تتعامل مع الأزمة بحكمة وحرفية حتى يتم تجاوزها، وهذا ما يعرف بإدارة الأزمات، وهو فرع حديث نسبياً من علم الإدارة، ويتمثل هذا العلم ببساطة في توقع بعض الأزمات التي يمكن أن تنشأ، والتخطيط لكيفية التعامل معها للخروج منها بأقل الخسائر، أو هو فن إدارة الصعاب عندما يحدث ما لا نتوقعه. وتوصلت النتائج إلى تفوق وسائل الإعلام الحديثة على الوسائل التقليدية وتأتي في المرتبة الأولى الفيسبوك في اعتماد المبحوثين في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات التي تحدث في مصر، ذلك بسبب انتشار الفيسبوك بشكل كبير وسرعة وسائل الإعلام الحديثة في نقل الحدث والتفاعل السريع مع المستخدمين في تحديث الأخبار وتلقي كافة وجهات النظر في أقل وقت ممكن أما بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية فتأتي في المرتبة الأولى القنوات الفضائية .

ويرجع تصدر مواقع التواصل الاجتماعي على رأس قائمة المواقع الأكثر تفضيلاً على الشبكة العنكبوتية من قبل عينة الدراسة؛ نظراً لما تتمتع به تلك المواقع من خصائص اتصالية فريدة تجعلها من أكثر وسائل الإعلام الحديثة ثراءً وأن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر ملائمة لتلبية احتياجاتهم الاتصالية مقارنة بالوسائل التقليدية كالصحف والراديو والقنوات الفضائية.

كان الشباب هم الأكثر إقبالاً على المستحدثات Innovations، كما أنهم الأقدر على التعامل مع التقنيات الحديثة والاستفادة منها مقارنة بقطاعات الجمهور الأخرى، وبخاصة وأن الشباب لديهم احتياجات متعددة والشباب يفضلون استخدام الوسائط المتعددة التفاعلية بدرجة أكبر من الوسائط المتعددة التقليدية؛ فالوسائط المتعددة Multimedia ممثلة في النصوص والصوت والصور الثابتة والفيديو والجرافيك والرسوم والخرائط تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحاً وفعالية من قبل مستخدمي الشبكة العنكبوتية، وبخاصة أولئك الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تنسم بدرجات متزايدة من التفاعلية والفيس بوك يتيح لهم مدى واسع جداً من التفاعلية والمضامين الثرية مما يجعلهم يفضلون استخدامه بدرجات تفوق المواقع الإلكترونية الأخرى على الشبكة العالمية للمعلومات. وكلما كان تصميم الوسائط المتعددة ثرياً ومتكاملاً ومدعوماً بآليات التفاعلية، زاد ارتباط أفراد الجمهور وبخاصة الشباب بتلك الوسائط وانخراطهم في استخدامها، والاعتماد عليها في إشباع احتياجاتهم المعرفية .

وبالرغم من أهمية وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقر بأن وسائل الإعلام ليست المصادر الوحيدة لتحقيق الأهداف، وأن الأشخاص يعيشون ضمن شبكة اجتماعية قد توجههم إلى منافع من استخدام وسائل الإعلام، وتؤدي الشبكات بين الأفراد دوراً مهماً في تشكيل علاقات الاعتماد بين الأفراد ووسائل الإعلام .

والشبكة العنكبوتية تحمل بدورها سمات مشابهة للاتصال الشخصي، ومن ثم يتم تصنيفها ضمن أكثر وسائل الإعلام ثراءً وقدرة على تفعيل العملية الاتصالية وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يؤكد نموذج المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات.

الكلمات المفتاحية: وسائل الإعلام التقليدية والحديثة - الأزمات - التخطيط الاعلامي

*باحث دكتوراه بكلية الاعلام جامعة القاهرة.

**الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام – جامعة القاهرة.

The Role of the Media during Periods of Crisis

Mr.Ahmed Mohamed Fahmy Mohamed*

Prof. Dr. Khaled Salah El-Din Hassan**

Abstract:

It has become necessary for the media to deal with the various crises of society, because the media may be the first - if not the only - refuge for the simple person who wants to learn about the crisis faced by society, and learn about the appropriate methods to deal with it, and how to overcome it and overcome it, and this is imposed on these means to deal with the crisis wisely and professionally until it is overcome, and this is what is known as crisis management, which is a relatively modern branch of management science, and this science is simply to predict some crises that can arise, and plan how to deal with them to get out of them with the least losses, or it is the art of managing it is difficult when what we do not expect.

The results reached the superiority of modern media over traditional means, and Facebook came first in the adoption of respondents in obtaining information in times of crisis in Egypt, due to the great spread of Facebook and the speed of modern media in transmitting the event and rapid interaction with users in updating the news and receiving all views in the least possible time. As for traditional media, satellite channels came first.

Social media sites are at the top of the list of the most preferred sites on the Internet by the study sample; due to the unique communication characteristics of these sites that make them one of the richest modern media and that social media sites are the most suitable to meet their communication needs compared to traditional means such as newspapers, radio and satellite channels.

Young people were the most popular for innovations, and they are better able to deal with and benefit from modern technologies compared to other sectors of the public, especially since young people have multiple needs and young people prefer to use interactive multimedia to a greater degree than traditional multimedia; Multimedia is represented in text, audio, still images, video, graphics, graphics and maps make the communication process clear and more effective by users of the Internet, especially those who use social networks that are characterized by increasing degrees of interactivity and Facebook that allows them a very wide range of interactivity and rich content, which makes them prefer to use it to degrees superior to other websites on the network World of information The richer and integrated the design of multimedia media is supported by interactive mechanisms, the more connected the members of the public, especially young people, are associated with those media and their involvement in their use, and their dependence on them to satisfy their knowledge needs.

Despite the importance of the media as sources of information, the theory of media dependence recognizes that the media is not the only sources for achieving goals, and that people living within a social network may direct them to the benefits of using the media, and networks between individuals play an important role in forming dependency relations between individuals and the media.

The Internet, in turn, carries similar features to personal communication, and then it is classified among the richest media and the ability to activate the communication process, especially social networking sites, and this is confirmed by the public domain model as a virtual or fictional society, it is not necessary to be present in a known or distinctive place (in any space), it is a component of a group of individuals who have common features together as an audience, and they develop and determine the needs of society with the country, it highlights opinions and trends.

Keywords :Traditional and new Media - Crises - Media Planning

* PhD Researcher, Faculty of Media, Cairo University.

** Professor in the Department of Radio and Television Faculty of Media – Cairo University.

مقدمة :

أن إعلام الأزمات يعد أحد المجالات البحثية التي نالت اهتمام الباحثين والمتخصصين الإعلاميين في الجامعات ومراكز البحث الأوروبية والأمريكية منذ أكثر من أربعة عقود من الزمن، وتبلورت مفاهيمه النظرية وتطبيقاته العملية، إلا أن الدراسات العربية في مجال علاقة الإعلام بالأزمات السياسية والأحداث الأمنية لم تظهر بشكل ملحوظ إلا بعد عقد الثمانينيات الميلادية من القرن الماضي، وحتى بعد ظهور هذا النوع من الدراسات الإعلامية المتخصصة فإن ما هو موجود منها إنما يمثل بدايات تحتاج إلى مزيد من البحث والدراسة من ناحية، والربط بين مجالاتها النظرية والتطبيقية من ناحية أخرى، وهو ما حاولت الأطروحة الحالية أن تضيفه عبر التطرق إلى مجال أو ربما بعد الجديد من أبعاد ومجالات الدراسات المعنية بالعلاقة بين الإعلام والأزمات، ألا وهي دراسات إدراك المخاطر والأزمات.

وتشير دراسات عديدة إلى أن الفعل الإعلامي خلال الأزمات هو في الغالب أقرب إلى الفعل الدعائي منه إلى الممارسة الأخلاقية والمهنية؛ حيث تتحول وسائل الإعلام إلى أدوات لتنفيذ سياسات الدولة وإستراتيجياتها، أما عن الصحفيين فهم عادة ما يقعون في مأزق الحيرة بين تبني وجهة نظر الفاعلين الأساسيين في الأحداث وقناعاتهم الشخصية، وهي إشكالية استدعت دوماً المناظرة والحوار للبحث فيها، وتقييم ما إذا كان ذلك يعد تراجعاً عن معايير وأخلاقيات المهنة التي تلتزم بالصدق والتوازن.^(١)

والأزمات التي تحدث في مجتمع ما من المجتمعات ما هي إلا تغييرات مفاجئة تطرأ على المجتمع من دون توقع لها أو فرض لتجنبها، والحقيقة التي يفترض أن نقف أمامها كثيراً كي نعيها ونذكرها هي عدم وجود دولة في العالم محصنة تماماً من الأزمات، حتى وإن نجت من هذه المخاطر والأحوال لسنوات عديدة.

ومن الملاحظ أن دراسة الأزمات من المنظور الإعلامي قد تشكلت ملامحها في إطار تغطية وسائل الإعلام الإخبارية للأزمات ذات الصبغة السياسية والعسكرية بالأساس؛ حيث ركزت الدراسات على الحروب وحوادث العنف والإرهاب والأزمات السياسية الداخلية والحروب الأهلية^(٢).

وقد أصبح من الضروري أن تتعامل وسائل الإعلام مع أزمات المجتمع المختلفة، ذلك لأن الإعلام قد يكون الملجأ الأول – إن لم يكن الوحيد- بالنسبة للإنسان البسيط الذي يرغب في التعرف على الأزمة التي يواجهها المجتمع، ويتعرف على الأساليب المناسبة للتعامل معها، وكيفية التغلب عليها وتجاوزها، وهذا يفرض على تلك الوسائل أن تتعامل مع الأزمة بحكمة وحرافية حتى يتم تجاوزها، وهذا ما يعرف بإدارة الأزمات، وهو فرع حديث نسبياً من علم الإدارة، ويتمثل هذا العلم ببساطة في توقع بعض الأزمات التي يمكن أن تنشأ، والتخطيط لكيفية التعامل معها للخروج منها بأقل الخسائر، أو هو فن إدارة الصعب عندما يحدث ما لا نتوقعه.

دور وسائل الإعلام في الأزمات

تؤثر وسائل الإعلام إيجابياً في الجمهور في وقت الأزمات، ولكن قد يكون ذلك مشروطاً بتوافر الثقة في وسائل الإعلام هذه، حيث ربط بين ثقة الجمهور وبين درجة الاعتماد عليه في وقت الأزمات من أجل الحصول على المعلومات^(٣).

ومن أهم أدوار الإعلام في إدارة الأزمات هو إمداد الجمهور بالرسائل الصحيحة بخصوص

الأزمات، والتي تساعد في التعامل والتأقلم معها^(٤)، وينبغي في مجال تغطية وسائل الإعلام للأزمات بأهمية احترام عقلية المشاهد، وتقديم المعلومات الصحيحة والتصدي للإشاعات التي تتسبب في تفاقم الأزمات.

للإعلام دور متزايد وأهمية خطيرة كأحد أسلحة العصر الحاضر في تغطيته للأزمات، نظراً لما له من قدرات هائلة تمثل في إنتقاله بسرعة كبيرة، واجتيازه للحدود، وتخطيه العوائق بما يملكه من وسائل مقروءة ومسموعة ومرئية، ولما له من قدرات هائلة على التأثير النفسي على الأفراد والسيطرة الفكرية والإقناع للجمهور في المجتمعات المختلفة، والتحكم في سلوكياتهم وتوجيههم خاصة في تطور وسائل التقنية الحديثة واستخدامها في مجال الإعلام بكافة صورته^(٥).

وتسعى وسائل الإعلام عند حدوث الأزمات إلى الحصول على المعلومات اللازمة والقيام بالاستعانة بالخبراء لإجراء التحليلات والتعليقات، والهدف هو خلق رأي عام واعي ومهياً لامتصاص ما حدث.

ويعد شرح أسباب الأزمة من أهم الأدوار التي تلعبها وسائل الإعلام وقت الأزمات، مع إعطاء الفرصة للجمهور المتلقي أن يقدم وجهات نظر عديدة، لأن معرفة الأسباب للأزمات يساعد على إيجاد حلول لها^(٦).

لا شك أن الإعلام يمثل بؤرة اهتمام الرأي العام عند حدوث أزمة، والإعلام يمكن أن يؤدي دوراً جدياً وحيوياً في التوعية بالأزمات المحتملة، ودور وسائل الإعلام الرئيسي هو التأكيد على صالح المواطن وتبصيره لكل ما يمكن أن يضره، مع ضرورة أن توفر وسائل الإعلام المصداقية للجمهور، بجانب التأكيد على مصلحة المواطن وتبصيره لما يمكن أن يضره أو يفيدته خلال الأزمات^(٧)، وخلق إحساس بالمسؤولية الجماعية والتعاون في المجتمع.

وأن تقدم وسائل الإعلام إنذاراً للجمهور قبل وقوع الأزمات، كأداة مساعدة للخروج من الأزمات في المجتمع، ومن مسؤولية القائمين على الاتصال أن يتنبؤوا بوقوع الأزمات في المجتمع، لأنهم أكثر إطلاعاً من غيرهم في المجتمع على الأخبار والمؤشرات، وأن ذلك يؤهلهم بأن يقوموا بالتحذير الاستباقي، حتى يستطيع الجمهور اتخاذ الإجراءات الوقائية^(٨). ومن الضروري في كل مرحلة من مراحل الأزمة إعداد تقرير إعلامي يتناول جميع عناصر الأزمة وتأثيرها، وخاصة فيما يتعلق بالجمهور والرأي العام، ويجب العمل على توفير المصداقية مع الجمهور والتي تعتمد على احترام ذكائه وعدم الاستهانة بقدراته. وعلى الجانب الآخر قد تؤدي وسائل الإعلام دوراً سلبياً في معالجة الأزمة عن طريق التعطيم الإعلامي القائم على التجاهل التام للأخبار وعدم إعلام جمهور الأزمة بها، حيث يتم هذا التجاهل بصورتين هما:

- تجاهل وتعطيم كلي، ويتم بعزل جمهور الأزمة عن أحداثها عزلاً تاماً.
 - تجاهل وتعطيم جزئي، ويتم بإعلام أحد أطراف الأزمة وتجاهل الطرف الآخر.
- ويؤكد الباحثون في مجال الإعلام أن التناول الإعلامي للأزمات ينبغي أن يمر بثلاث مراحل يؤدي الإعلام دوراً محدداً في كل مرحلة^(٩):
- الأولى: مرحلة نشر المعلومات، وتكون هذه المرحلة في بداية الأزمة ليواكب الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة ذاتها وآثارها وأبعادها المختلفة.

- **الثانية:** مرحلة تفسر المعلومات وتقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأزمات أخرى وفي هذه المرحلة تبرز أهمية تحليلات وآراء الخبراء وموقف المسؤولين وصانعي القرار تجاه الأزمة.

- **الثالثة:** المرحلة الوقائية، وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها حي لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل معها بل يتخطى ذلك إلى التعامل مع طرق الوقاية وتعريفها للجماهير للتعامل مع أزمات مشابهة قد تحدث في المستقبل.

وهناك مجموعة من القواعد الخاصة بالتغطية الإعلامية في أوقات الأزمات منها: (١٠)

- ضرورة الاعتراف بالأخطاء التي تحدث بسبب سرعة التغطية الإخبارية.
- القدرة على التعامل بموضوعية مع الأحداث المختلفة.
- الاهتمام بتوزيع فريق من المراسلين الإخباريين في المناطق الساخنة من العالم.
- الاهتمام بإعداد التقارير والتعليقات والتحليلات الشارحة للأحداث.

مهام ومحددات دور وسائل الإعلام (التقليدية والحديثة) في إدارة الأزمات:

اهتمت الدراسات العلمية برصد سمات عامة للدور الذي يجب أن تلعبه وسائل الإعلام المختلفة وقت الأزمات بحيث تشمل التغطية الإخبارية لأحداث وتطورات الأزمة التي تساعد على فهم أبعاد الأزمة واحتواء أثارها وتوعية الرأي العام بكيفية التعامل معها، ومن هذه السمات (١١):

١. فورية نقل الحدث من موقعه بالعمق والشمول الذي يساعد على فهم أبعاد الأزمة.
٢. الاهتمام بالتقارير والتحليلات الإخبارية عن الأزمة وتطوراتها.
٣. الاهتمام بالمادة الوثائقية المصاحبة للتغطية الإعلامية.
٤. البعد عن مبدأ حجب المعلومات أو إخفائها ، بحيث تكون وسائل الإعلام هي الرابطة بين صانعي القرار في الأزمة والمسؤولين عن التعامل معها وبين الرأي العام.
٥. الاهتمام بالوصول إلى موقع الأحداث، وإجراء الحوارات مع الشهود والمسؤولين والشخصيات الرسمية، وكذلك الخبراء والمفكرين لربط المعلومات ببعضها البعض ، ومساعدة الرأي العام على تكوين رأي تجاه الأزمة.
٦. جذب الجمهور إلى التغطية الإعلامية، نظراً للمنافسة الشديدة من جانب وسائل الإعلام الدولية وقت الأزمة (١٢).

ويتبلور دور الإعلام في إدارة الأزمات من خلال ثلاث مراحل:

- ١- قبل حدوث الأزمة: حيث يكون دور الإعلام مركزاً على استشعار الأزمة والتنبيه بها والعمل على عدم وقوعها أو التخفيف من أثارها المتوقعة.
- ٢- عند حدوث الأزمة: حيث يعمل الإعلام على تهيئة الظروف الملائمة للمجتمع للتعامل مع الأزمة، وذلك من خلال نشر البيانات والمعلومات الصحيحة التي تفيد في تكوين معرفة جيدة لدى الجمهور حيال موضوع الأزمة، وعلى قدر هذه المعلومات وصحتها، يتحدد موقف الرأي العام حيال الأزمة، ومدى قدرته على التعامل معها بعقلانية وتروى ودون اندفاع، أو سلبية على الجانب الآخر.
- ٣- بعد حدوث الأزمة: حيث يقع على عاتق وسائل الإعلام العمل على تخفيف الأضرار التي لحقت بالمجتمع نتيجة الأزمة، والسعي نحو إعادة التوازن لأفراد هذا المجتمع الذين بالتأكد تأثروا سلباً بشكل أو بآخر نتيجة الأزمة.

وبذلك فإن تناول الإعلام للأزمات يجب أن يمر بثلاث مراحل يقوم الإعلام بدور محدد في كل مرحلة^(١٣):

أ- **مرحلة نشر المعلومات:** وتكون في بداية الأزمة لمواكبة رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن الأزمة.

ب- **مرحلة تفسير المعلومات:** من خلال تحليل عناصر الأزمة والبحث في جذورها وأسبابها ومقارنتها بأزمات أخرى مماثلة.

ج- **المرحلة الوقائية:** وهي مرحلة ما بعد الأزمة وانحسارها حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد تفسير الأزمة والتعامل مع عناصرها بل يجب أن يتخطى الدور الإعلامي هذا البعد لتقدم وسائل الإعلام للجماهير طرق الوقاية وأسلوب التعامل مع أزمات مشابهة.

وتشير الدراسات العلمية التي تناولت دور وسائل الإعلام المختلفة في إدارة الأزمات إلى أن الإعلام يقوم بمهمة مزدوجة في إدارة الأزمة، وهما^(١٤):

أ- **جانب إخباري:** يتم من خلاله متابعة أخبار الأزمة والتعريف بنتائج مواجهتها ومحاولات التصدي لها.

ب- **جانب توجيهي:** وهو يمثل أهم وأخطر الجوانب في العملية الإعلامية، نظراً للحاجة الماسة لدى متخذ القرار إلى دعم وتأييد كافة القوى المحيطة بالأزمة، ومن خلال المعرفة المخططة جيداً والتأثير الإيجابي على تشكيل ثقافة الفرد والمجتمع.

حاولت دراسات التأكيد على أبعاد العلاقة بين الإعلام والسلطة السياسية وقت الأزمة، والتي تعتبر محدداً هاماً للدور الإعلامي خلال الأزمات، حيث أن العلاقة بين الدولة ووسائل الإعلام هي علاقة ارتباط وثيقة، فمهما اختلف النظام السياسي للدولة فإن الأداة الإعلامية تظل هي أداة التواصل الرئيسية بين السلطة السياسية والرأي العام، وهو ما يجعل الإعلام أداة تسيطر عليها السلطة السياسية بشكل أو بآخر في جميع الأنظمة السياسية، وتزيد هذه السيطرة وقت الأزمات^(١٥).

ورصدت الدراسات أبعاد العلاقة بين الإعلام والسلطة السياسية وقت الأزمات من خلال بعض الأطر تمثلت في:

- إن العلاقة بين الدولة ووسائل الإعلام هي علاقة ارتباطية، فمهما اختلف النظام السياسي فإن الأداة الإعلامية تظل هي أداة التواصل الرئيسية بين السلطة السياسية والرأي العام هو ما يجعل الإعلام أداة تسيطر عليها السلطة السياسية بشكل أو بآخر في جميع الأنظمة السياسية وتزيد هذه السيطرة وقت الأزمات.

- يتطلب الدور المنتظر من وسائل الإعلام وقت الأزمات 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.

الاستراتيجيات الإعلامية في مواجهة الأزمات:

اتفقت بعض الأدبيات العلمية في مجال الإدارة الإعلامية للأزمات على تحديد بعض الاستراتيجيات الإعلامية التي تستخدم في مواجهة الأزمات وهي على النحو التالي:

١- إستراتيجية الكتمان والتحفظ: وتقوم هذه الإستراتيجية على رصد محاولات الأطراف الخارجية للحصول على المعلومات.

٢- الإستراتيجية القانونية: وتقوم المعالجة الإعلامية فيها على الاستعانة بأراء الخبراء والمستشارين القانونيين للدولة، وتتمثل في ذكر أقل المعلومات، وإنكار الاتهامات الموجهة للدولة لتحويل المسؤولية لجهة أخرى^(١٦).

٣- إستراتيجية الاستجابة والدفاع: وتقوم على إعداد دفاع يتضمن معلومات حقيقية يقوم به المتحدث الرسمي للدولة سواء باسم وزارة الخارجية، أو الديوان الرئاسي أو الملكي، بالاستعانة بأراء وخبرات كافة المستشارين المعنيين بالأزمة^(١٧).

٤- إستراتيجية الدفاع الهجومي: وتقوم خلالها وسائل الإعلام باستغلال الأزمة لخلق رأي عام إيجابي يساند الدولة وموقفها وطريقة إدارتها للأزمة.

التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات:

الأزمة هي نقطة تحول في موقف مفاجئ يؤدي إلى أوضاع غير مستقرة، مما يهدد المصالح والبنية الأساسية وتحدث عنها نتائج غير مرغوب بها، كل ذلك قد يجري في وقت قصير يلزم معه اتخاذ قرار محدد للمواجهة تكون فيه الأطراف المعنية غير مستعدة أو قادرة على المواجهة، وتظهر الأزمة عندما تخرج المشكلات عن نطاق السيطرة، وتتلاقى الأحداث، وتتشابك الأسباب بالنتائج، وبالتالي يفقد معها -متخذ القرار- قدرته على السيطرة على المؤسسة وعلى اتجاهاتها المستقبلية.

ونجد أنه في أثناء الأزمات السياسية والاقتصادية، والعسكرية غير الطبيعية التي تمر بها المجتمعات تلجأ النخب السياسية إلى التعامل المكثف مع وسائل الإعلام لإبراز وجهات نظرهم وآرائهم للتأثير على الرأي العام، وقد تكون تلك النخب تمثل المعارضة أو الحكومة، وهنا دور الإعلام، فيكون دور الوسيلة حيث تنقل وجهات النظر السياسية المختلفة^(١٨) وكذلك الناس في تلك الأزمات تهرع إلى وسائل الإعلام -بمختلف أنواعها المسموعة والمقروءة والمرئية- كمصدر أساسي لاستقاء المعلومات حول تلك الأحداث والأزمات، كما أن هذه الأحداث تعطي فرصة التنافس الإعلامي في تقديم المعلومات والأخبار التي ترقى إلى مستوى الحدث.

ويؤدي الإعلام دوراً مهماً وبارزاً في التخفيف من حدة الأزمات والكوارث، ومن أهم وأبرز عناصر الإعلام في التخفيف من حدة الأزمات والكوارث هي أن يتم تزويد الجماهير بالحقائق للحد من انتشار الشائعات والأخبار الكاذبة حول الأزمة^(١٩).

كما أن الحقائق الواضحة تعمل على تنوير أفراد المجتمع، مما يساعدهم على تكوين رأي عام صحيح، وذلك عن طريق الإقناع بالمعلومات والحقائق القائمة على الدقة والوضوح فالتخطيط الإعلامي في الأزمات أمر هام وضروري، ونظراً لأن الأزمات والكوارث لها طابع خاص يتسم بالسرعة في التغير والتحول، ومن هذا المنطق أصبح التخطيط الإعلامي في المراحل المبكرة مهماً جداً، فالوقت عامل مهم جداً في مواجهة الأزمات لذلك يجب أن يستثمر استثماراً جيداً، وهو يمثل أحد العوامل المهمة في نجاح الجهود المبذولة لمواجهة الأزمات والكوارث.

وهذا يتطلب الاستفادة من عامل الزمن عند بذل الجهود الإعلامية قبل وخلال وبعد مواجهة أي أزمة وذلك بغرض توجيه الجماهير عن طريق وسائل الإعلام، وحثها على التعاون وتقديم يد العون لفريق إدارة الأزمة، والمشاركة في عمليات الإنقاذ والإسعاف والإخلاء.

أهمية التخطيط الإعلامي في مواجهة الأزمات:

للتخطيط الإعلامي أهمية كبرى لأنه أمر ضروري لأي مجتمع، لأنه يعمل على حل المشكلات كتلافي خطر الأزمات، وهو أسلوب العصر الحديث، ويتمثل التخطيط في وضع مجموعة من الإستراتيجيات والأهداف المطلوب تحقيقها خلال فترة زمنية محددة. والتخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات والكوارث هو الجهود والنشاطات التي تمكن من صياغة الخطط الإعلامية اللازمة علمياً وعلى أساس الخبرة المستمدة من التجارب السابقة للعمل على توعية أفراد المجتمع بالطريقة الصحيحة والملائمة للتعامل مع الأزمات والكوارث ومن ذلك^(٢٠):

- الحد من أثارها السلبية.
- العمل على احتوائها قبل استفحالها.
- تقليل نسبة الخسائر الناتجة عنها.
- والغرض من التخطيط الإعلامي لمواجهة الأزمات هو توفير الدعم والمساندة اللازمة إعلامياً لفريق إدارة الأزمة، هناك قاعدة ذهبية تقول : عندما يُقدّم الخبر بسرعة فإنه يوقف زحف الشائعات والأقاويل، ويهدئ الأعصاب في الأوساط الاجتماعية وفيما يتعلق بأهداف السيطرة على الأزمة، يمكن عرض أبرزها فيما يلي :
- وضع نهاية فورية للأزمة.
- جعل الخسائر في حدها الأدنى.
- إعادة الثقة.^(٢١)

ونظراً لكثرة الأزمات وتنوعها وتضاعف حدتها، تبرز أهمية الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في مصاحبة الأزمات، سواء من حيث دورها في إحداثها أو المساهمة في تفاقمها أو حلها، وتنبأين الرؤى حول أهمية وحدود الدور الذي تلعبه هذه الوسائل وأنه أمر مطلوب ولاسيما في حل المشكلات، كتلافي خطر الأزمات، لأنه من غير المجدي ترك الأمور للتجربة أو الخطأ أو الارتجال، وعليه فالتخطيط من المرتكزات الأساسية للعملية الإعلامية مع مراعاة تحديد أسس تصميم الخطط الإعلامية للأزمات من خلال :^(٢٢)

- تحديد الجمهور المستهدف في كل مرحلة من مراحل الأزمة ، وكذلك وسائل وأساليب توجيه الرسائل الإعلامية ضمن الخطاب الإعلامي لإدارة الأزمة.
- تركيز الخطط على الصور الذهنية الإيجابية للمنظمة، مع إظهار اهتمامها بأفراد المجتمع وأسر الضحايا ومن لهم علاقة مباشرة أو غير مباشرة بالأزمة.
- التعامل بمصادقية في نقل الحقائق إلى كافة وسائل الإعلام واختيار الوقت المناسب لضخ المعلومات إلى أجهزة الإعلام بما لا يعوق مسار عمليات التصدي للأزمة.
- الاستعانة بالخبراء والمتخصصين والأكاديميين وأصحاب الرأي في تصميم وتنفيذ ومتابعة الخطط الإعلامية للأزمات.

النتائج الميدانية:

جدول رقم (١)
مدى استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	لا		أحياناً		دائماً		حجم الاستخدام
			%	ك	%	ك	%	ك	
٥٥.٠٠	٠.٦٠	١.٦٥	٦.٥	٢٦	٢٢	٨٨	٧١.٥	٢٨٦	الوسائل الإعلامية
٥١.٤٢	٠.٥٨	١.٥٤	٤.٥	١٨	٣٦.٨	١٤٧	٥٨.٧	٢٣٥	الفيديو
٤٧.١٧	٠.٥٩	١.٤٢	٥	٢٠	٤٨.٥	١٩٤	٤٦.٥	١٨٦	القنوات الفضائية
٤٦.١٧	٠.٦٢	١.٣٩	٧.٥	٣٠	٤٦.٥	١٨٦	٤٦	١٨٤	اليوتيوب
٤١.٤٢	٠.٦٢	١.٢٤	١٠.٣	٤١	٥٥.٣	٢٢١	٣٤.٤	١٣٨	المواقع الإخبارية على الإنترنت
٣٤.٥٠	٠.٧١	١.٠٤	٢٣.٣	٩٣	٥٠	٢٠٠	٢٦.٧	١٠٧	المواقع الإلكترونية للصحف
٣٤.٠٠	٠.٥٧	١.٠٢	١٥.٣	٦١	٦٧.٥	٢٧٠	١٧.٢	٦٩	التويتر
٣٣.٠٨	٠.٥٨	٠.٩٩	١٧	٦٨	٦٦.٧	٢٦٧	١٦.٣	٦٥	الصحف
٢١.٣٣	٠.٦٦	٠.٦٤	٤٦.٥	١٨٦	٤٣	١٧٢	١٠.٥	٤٢	الراديو
									المحطات التلفزيونية الأرضية
								٤٠٠	جملة من سنلوا

يتضح من نتائج الجدول السابق تفوق وسائل الإعلام الحديثة عن وسائل الإعلام التقليدية من خلال استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي متمثلاً في الفيس بوك واليوتيوب والسبب يرجع إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الاتصالية الحديثة التي يتواصل من خلالها الملايين من مستخدمي شبكة المعلومات العالمية وخاصة الشباب الذين لا يفصل بينهم أية عوامل مثل النوع أو السن أو الجنسية، وتجمعهم ميول واهتمامات مشتركة من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة وأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تحدث تغييراً سريعاً في الحصول على المعلومات في نفس توقيت الحدث وأصبح للمستخدم الحق في التعليق على تلك المعلومات وإبداء الرأي بل والمشاركة في صناعة الأخبار في ظل ظهور ظاهرة الإعلامى المواطن الذى يستطيع أن ينقل المعلومات وتحميل فيديوهات ليتفاعل معه المتلقى وأحياناً تنقل وسائل الإعلام التقليدية هذه المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم (٢)
عدد ساعات متابعة وسائل الإعلام التقليدية والحديثة من قبل الشباب

الوسائل الإعلام	عدد ساعات المتابعة	أقل من ساعة		من ١-٣ ساعات		من ٤-٥ ساعات		٦ ساعات فأكثر		الإجمالي	
		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفيديو	٧٦	٢٠.٣	١٤٨	٣٩.٦	٩١	٢٤.٣	٥٩	١٥.٨	٣٧٤	١٠٠	
القنوات الفضائية	٧٧	٢٠.٢	٢٢٥	٥٨.٩	٦٧	١٧.٥	١٣	٣.٤	٣٨٢	١٠٠	
المواقع الإخبارية على الإنترنت	١٥١	٤٠.٨	١٩٢	٥١.٩	١٩	٥.١	٨	٢.٢	٣٧٠	١٠٠	
اليوتيوب	١٦٤	٤٣.٢	١٤٦	٣٨.٣	٥٠	١٣.٢	٢٠	٥.٣	٣٨٠	١٠٠	
المواقع الإلكترونية للصحف	١٥٨	٤٤	١٧٢	٤٧.٩	٢٧	٧.٥	٢	٠.٦	٣٥٩	١٠٠	
الراديو	١٨٣	٥٥.٢	١٢٠	٣٦.١	٢٢	٦.٦	٧	٢.١	٣٣٢	١٠٠	
التويتر	١٥٧	٥١.١	١١٢	٣٦.٥	٢٠	٦.٥	١٨	٥.٩	٣٠٧	١٠٠	
الصحف	٢٢٧	٦٧	١٠٣	٣٠.٤	٣	٠.٩	٦	١.٧	٣٣٩	١٠٠	
المحطات التلفزيونية الأرضية	١٤٨	٦٩.٢	٦١	٢٨.٥	٤	١.٩	١	٠.٥	٢١٤	١٠٠	

جاءت وسائل الإعلام الحديثة على رأس قائمة الوسائل التي يستخدمها الشباب المصري ويقضى معها أوقاتاً كثيفة تتراوح من أربع ساعات إلى خمس ساعات يومياً، فقد بلغت نسبة الشباب - عينة الدراسة- الذين يستخدمون الفيس بوك بكثافة يومية تصل لأربع ساعات نحو ٢٤.٣% من مستخدمي الفيس بوك البالغ عددهم ٣٧٤ ؛ وإذ أضفنا إلى ذلك من يستخدمون اليوتيوب والذين بلغت نسبة من يستخدمونه من العينة بكثافة خمس ساعات يومية نحو ١٣.٢% من المستخدمين لذلك الموقع المصور على الويب- الشبكة العالمية للمعلومات- يتضح أن كثافة استخدام الإعلام تقع في كفة الوسائل الحديثة نظراً لأنها تنتم بمجموعة من الخصائص أبرزها :

- ١- يُسر وسهولة الوصول للوسيلة .
 - ٢- التعامل الإيجابي مع الوسائط المتعددة .
 - ٣- الفضاء الاجتماعي الرحب الذي توفره الوسائل الحديثة وبخاصة الشبكات الاجتماعية كالـفيس بوك وتويتر .
 - ٤- التفاعلية .
- وتتفق النتائج الحالية مع الاتجاه العالمي لدراسات الإعلام الحديث التي تؤكد نتائجها تفوق الإعلام الحديث كمصادر للمعلومات في مقابل الإعلام التقليدي .

جدول رقم (٣)

حدود متابعة المبحوثين للأزمات المصرية عبر وسائل الإعلام

الوسائل الإعلامية	حدود المتابعة		أتابعها بانتظام		أتابعها بشكل متقطع		لم أتابعها		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
الفيديو	٢٤٧	٦١.٧	١٠٩	٢٧.٣	٤٤	١١	٢.٥١	٠.٦٩	٨٣.٦		
القنوات الفضائية	١٦٤	٤١	٢١١	٥٢.٧	٢٥	٦.٣	٢.٣٥	٠.٥٩	٧٨.٣		
المواقع الإخبارية على الإنترنت	١٥٠	٣٧.٤	١٨٥	٤٦.٣	٦٥	١٦.٣	٢٠.٢١	٠.٧٠	٧٣.٨		
المواقع الإلكترونية للصحف	١٤٢	٣٥.٥	١٩٤	٤٨.٥	٦٤	١٦	٢.٢٠	٠.٦٩	٧٣.٢		
اليوتيوب	١١٧	٢٩.٣	٢١٢	٥٣	٧١	١٧.٧	٢.١٢	٠.٦٨	٧٠.٥		
الصحف	٩٧	٢٤.٣	٢٢٤	٥٦	٧٩	١٩.٧	٢.٠٥	٠.٦٦	٦٨.٢		
الراديو	٧٧	١٩.٣	٢١٠	٥٢.٤	١١٣	٢٨.٣	١.٩١	٠.٦٨	٦٣.٧		
التويتر	٩٩	٢٤.٨	١٥٤	٣٨.٥	١٤٧	٣٦.٧	١.٨٨	٠.٧٨	٦٢.٧		
المحطات التلفزيونية الأرضية	٤٤	١١	١٨٠	٤٥	١٧٦	٤٤	١.٦٧	٠.٦٦	٥٥.٧		
جملة من سنلوا	٤٠٠										

نستخلص من النتائج السابقة تصدر وسائل الإعلام الحديثة على الوسائل التقليدية في متابعة المبحوثين للأزمات التي تحدث في مصر عبر وسائل الإعلام وتأتي في المرتبة الأولى مواقع التواصل الاجتماعي .

وتشير النتائج إلى تغيير في ترتيب نسبة حجم متابعة المبحوثين لوسائل الإعلام في أوقات الأزمات عن حدود الاستخدام في الأوقات العادية من خلال التعرض إلى وسائل قد لا يعتمد عليها المبحوث لمزيد من الحصول على المعلومات والاعتماد عن مصادر مختلفة والتأكد من صحتها .

وتأتي ظهور هذه النتيجة في سيطرة الدولة على وسائل الإعلام التقليدية في مستوى الحرية المتاحة عن وسائل الإعلام الحديثة بالإضافة إلى سهولة استخدام وسائل الإعلام الحديثة لتطور التكنولوجيا وسرعة التواصل عبر الإنترنت وطرح كافة وجهات النظر ، وتتفق هذه النتائج مع نتائج د. احمد فاروق رضوان^(٢٣)

جدول رقم (٤)

درجة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات عن الأزمات

الوسائل الإعلامية	درجة الاعتماد		اعتمد بدرجة كبيرة		اعتمد بدرجة متوسطة		اعتمد بدرجة ضعيفة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
الفيديو	٢٢٩	٥٧.٣	١١٩	٢٩.٧	٥٢	١٣	٢.٤٤	٠.٧١	٨١.٤		
القنوات الفضائية	١٩٣	٤٨.٢	١٨١	٤٥.٣	٢٦	٦.٥	٢.٤٢	٠.٦١	٨٠.٦		
المواقع الإخبارية على الإنترنت	١٩٧	٤٩.٣	١٦٠	٤٠	٤٣	١٠.٧	٢.٣٩	٠.٦٧	٧٩.٥		
المواقع الإلكترونية للصحف	١٨٠	٤٥	١٧٧	٤٤.٣	٤٣	١٠.٧	٢.٣٤	٠.٦٦	٧٨.١		

دور وسائل الإعلام خلال فترات الأزمات

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	اعتمد		اعتمد		اعتمد		درجة الاعتماد
			بدرجة ضعيفة	ك	بدرجة متوسطة	ك	بدرجة كبيرة	ك	
٧١.٦	٠.٧٤	٢.١٥	٢١	٨٤	٤٣.٣	١٧٣	٣٥.٧	١٤٣	اليوتيوب
٦٩.١	٠.٦٣	٢.٠٧	١٦.٣	٦٥	٦٠.٣	٢٤١	٢٣.٤	٩٤	الصحف
٦٦.٣	٠.٨١	١.٩٩	٣٣.٣	١٣٣	٣٤.٤	١٣٨	٣٢.٣	١٢٩	التويتر
٦٦.١	٠.٧٦	١.٩٨	٢٩.٨	١١٩	٤٢.٢	١٦٩	٢٨	١١٢	المحطات التلفزيونية الأرضية
٦٤.٧	٠.٧٣	١.٩٤	٢٩.٥	١١٨	٤٧	١٨٨	٢٣.٥	٩٤	الراديو
٤٠٠									جملة من سنلوا

تشير بيانات الجدول السابق إلى درجة اعتماد المبحوثين على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات، وقد جاءت كالتالي:

يعتمد على المحطات التلفزيونية الأرضية كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى ٤٢.٢ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة ضعيفة في المرتبة الثانية ٢٩.٨ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة كبيرة في المرتبة الثالثة ٢٨ % ، وجاءت نسبة من يعتمد على القنوات الفضائية كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات بدرجة كبيرة في المرتبة الأولى ٤٨.٢ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة متوسطة في المرتبة الثانية ٤٥.٣ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة ضعيفة في المرتبة الثالثة ٦.٥ % . وجاءت نسبة من يعتمد على الصحف كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى ٦٠.٣ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة كبيرة في المرتبة الثانية ٢٣.٤ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة ضعيفة في المرتبة الثالثة ١٦.٣ % . وجاءت نسبة من يعتمد على الراديو كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى ٤٧ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة ضعيفة في المرتبة الثانية ٢٩.٥ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة كبيرة في المرتبة الثالثة ٢٣.٥ % .

يعتمد على المواقع الإلكترونية للصحف كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات بدرجة كبيرة في المرتبة الأولى ٤٥ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة متوسطة في المرتبة الثانية ٤٤.٣ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة ضعيفة في المرتبة الثالثة ١٠.٧ % ، جاءت نسبة من يعتمد على المواقع الإخبارية على الإنترنت كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات بدرجة كبيرة في المرتبة الأولى ٤٩.٣ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة متوسطة في المرتبة الثانية ٤٠ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة ضعيفة في المرتبة الثالثة ١٠.٧ % ، ويعتمد على الفيسبوك بدرجة كبيرة كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات في المرتبة الأولى ٥٧.٣ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة متوسطة في المرتبة الثانية ٢٩.٧ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة ضعيفة في المرتبة الثالثة ١٣ % ، وجاءت نسبة من يعتمد على التويتر بدرجة متوسطة كمصدر للمعلومات في أوقات الأزمات في المرتبة الأولى ٣٤.٤ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة ضعيفة في المرتبة الثانية ٣٣.٣ % ، ونسبة من يعتمد عليها بدرجة كبيرة في المرتبة الثالثة ٣٢.٣ % .

ونستخلص من النتائج السابقة تفوق وسائل الإعلام الحديثة على الوسائل التقليدية وتأتي في المرتبة الأولى الفيسبوك في اعتماد المبحوثين في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات التي تحدث في مصر، ذلك بسبب انتشار الفيسبوك بشكل كبير وسرعة وسائل الإعلام الحديثة في نقل الحدث والتفاعل السريع مع المستخدمين في تحديث الأخبار وتلقي كافة وجهات النظر في أقل وقت ممكن أما بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية فتأتي في المرتبة الأولى القنوات الفضائية .

وتتفق هذه النتائج مع دراسة هالة نوفل^(١٢) التي أظهرت تفوق وسائل الإعلام الجديدة على وسائل الإعلام التقليدية .

ويرجع تصدر مواقع التواصل الاجتماعي على رأس قائمة المواقع الأكثر تفضيلاً على الشبكة العنكبوتية من قبل عينة الدراسة؛ نظراً لما تتمتع به تلك المواقع من خصائص اتصالية فريدة تجعلها من أكثر وسائل الإعلام الحديثة ثراءً وأن مواقع التواصل الاجتماعي هي الأكثر ملائمة لتلبية احتياجاتهم الاتصالية مقارنةً بالوسائل التقليدية كالصحف والراديو والقنوات الفضائية.

كان الشباب هم الأكثر إقبالاً على المستحدثات Innovations، كما أنهم الأقدر على التعامل مع التقنيات الحديثة والاستفادة منها مقارنةً بقطاعات الجمهور الأخرى، وبخاصةً وأن الشباب لديهم احتياجات متعددة والشباب يُفضلون استخدام الوسائط المتعددة التفاعلية بدرجة أكبر من الوسائط المتعددة التقليدية؛ فالوسائط المتعددة Multimedia ممثلةً في النصوص والصوت والصور الثابتة والفيديو والجرافيك والرسوم والخرائط تجعل عملية الاتصال أكثر وضوحاً وفعالية من قبل مستخدمي الشبكة العنكبوتية ، وبخاصة أولئك الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي التي تتسم بدرجاتٍ متزايدة من التفاعلية والفيديو بوك يتيح لهم مدى واسع جداً من التفاعلية والمضامين الثرية مما يجعلهم يفضلون استخدامه بدرجاتٍ تفوق المواقع الإلكترونية الأخرى على الشبكة العالمية للمعلومات. وكلما كان تصميم الوسائط المتعددة ثرياً ومتكاملاً ومدعوماً بآليات التفاعلية ، زاد ارتباط أفراد الجمهور وبخاصة الشباب بتلك الوسائط وانخراطهم في استخدامها، والاعتماد عليها في إشباع احتياجاتهم المعرفية .

وبالرغم من أهمية وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات فإن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقر بأن وسائل الإعلام ليست المصادر الوحيدة لتحقيق الأهداف ، وأن الأشخاص يعيشون ضمن شبكة اجتماعية قد توجههم إلي منافع من استخدام وسائل الإعلام ، وتؤدي الشبكات بين الأفراد دوراً مهماً في تشكيل علاقات الاعتماد بين الأفراد ووسائل الإعلام . والشبكة العنكبوتية تحمل بدورها سمات مشابهة للاتصال الشخصي ، ومن ثم يتم تصنيفها ضمن أكثر وسائل الإعلام ثراءً وقدرة على تفعيل العملية الاتصالية وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يؤكد نموذج المجال العام بأنه مجتمع افتراضي أو خيالي ليس من الضروري التواجد في مكان معروف أو مميز (في أي فضاء)، فهو مكون من مجموعة من الأفراد لهم سمات مشتركة مجتمعين مع بعضهم كجمهور، ويقومون بوضع وتحديد احتياجات المجتمع مع الدولة، فهو يبرز الآراء والاتجاهات.

جدول رقم (٥)

ترتيب المبحوثين للوسائل الإعلامية التي يعتمدون عليها كمصادر للمعلومات عن الأزمات

الوسائل الإعلامية	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	الترتيب السادس	الترتيب السابع	الترتيب الثامن	الترتيب التاسع	الوزن المرجح	
										النقاط	النسبة
الفيديو بوك	١٧٢	٤٥	٣٩	٤٧	٢٦	٢٢	١٥	١٩	٥	٢٧٦٩	١٥.٩
القنوات الفضائية	٩٧	٥٦	٦٧	٣٠	٢١	٥٩	٣٦	١٥	١	٢٤٥٠	١٤.١
المواقع الإخبارية على الإنترنت	٤٠	٩٠	٤٧	٣٣	٨٠	٥٢	١٣	١٣	٨	٢٢٨٨	١٣.٢
المواقع الإلكترونية للصحف	٢٥	٤٤	٨٥	٧٨	٦٥	٤٠	١٦	١٢	٣	٢٢٠٠	١٢.٦

دور وسائل الإعلام خلال فترات الأزمات

الوسائط الإعلامية	الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الترتيب الرابع	الترتيب الخامس	الترتيب السادس	الترتيب السابع	الترتيب الثامن	الترتيب التاسع	الوزن المرجح	
										النقاط	النسبة
الصحف	١٣	٦٣	٤٥	٥٥	٥٩	٦٠	٣٨	٢١	٨	١٩٦٥	١١.٣
اليوتيوب	٤	٣٣	٦١	٤٢	٣٠	٣١	٥٤	٦٤	٧١	١٦١٤	٩.٣
الراديو	١١	٣٢	٢٨	٥٢	٤٣	٥٣	٦٧	٤١	١٣	١٥٨٦	٩.١
المحطات التلفزيونية الأرضية	٢٣	٢١	٣٧	٣١	٤٤	٢٣	٣٤	٢٢	٧١	١٣٤٩	٧.٨
التويتر	٢٠	١٩	١٩	٢٢	١٩	١٩	٥٣	٩٢	٦٠	١١٧١	٦.٧
مجموع الأوزان										١٧٣٩٢	١٠٠

يوضح الجدول السابق ترتيب المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة التي يعتمدون عليها في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات، فجاءت نسب الوزن المرجح كالتالي:

جاءت القنوات الفضائية في المرتبة الأولى بنسبة ١٥.٩ % ، ثم جاءت الصحف في المرتبة الثانية بنسبة ١١.٣ %، ثم جاء الراديو في المرتبة الثالثة بنسبة ٩.١ % ، ثم جاءت المحطات التلفزيونية الأرضية بنسبة ٧.٨ % ، وجاء الفيسبوك في المرتبة الأولى بنسبة ١٤.١ % ، ثم جاءت المواقع الإخبارية على الإنترنت في المرتبة الثانية بنسبة ١٣.٢ % ، ثم جاءت المواقع الإلكترونية للصحف في المرتبة الثالثة بنسبة ١٢.٦ % ، ثم جاء اليوتيوب في المرتبة الرابعة بنسبة ٩.٣ % ، ثم جاء التويتر في المرتبة الخامسة بنسبة ٦.٧ % .

تشير هذه النتائج إلى تفوق القنوات الفضائية والفيسبوك كمصدر رئيسي يعتمد عليه الشباب في الحصول على المعلومات أثناء الأزمات وانخفاض مستوى باقي الوسائل ويعود ذلك إلى انتشار وسائل الإعلام الحديثة وخاصة الفيسبوك بين الشباب وإتاحة الفرصة إلى متابعة كافة الأزمات بسرعة كبيرة بالإضافة إلى اللجوء إلى القنوات الفضائية لمزيد من التعرف على تفاصيل أكثر عن الأزمات وعرض الرؤى ووجهات النظر .

ويرجع ذلك إلى أن الشباب في الفئات العمرية من ١٨ وحتى ٣٥ عاماً يشكلون ٧٤ % من إجمالي مستخدمي الإنترنت في العالم العربي وأن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بمثابة الإعلام البديل للشباب الذين فقدوا الثقة في الإعلام التقليدي بل إن استخدام الشباب لهذه الوسائل أجبر وسائل الإعلام التقليدية على توسيع سقف الحرية، فأصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية تنقل ما يتم نشره على مواقع التواصل الاجتماعي .

وتتفق هذه النتائج مع دراسة هالة نوفل^(٢٥) التي أظهرت تفوق وسائل الإعلام الحديثة على وسائل الإعلام التقليدية، بالإضافة إلى دراسة إبراهيم محمد أبو المجد^(٢٦) ودراسة أميرة محمد إبراهيم النمر^(٢٧)

٦- الوسائل الإعلامية البارزة "التقليدية والحديثة" التي اعتمد عليها المبحوثون من الشباب في الحصول على المعلومات عن الأزمات المصرية :
أولاً : وسائل الإعلام التقليدية :

جدول رقم (٦)

القنوات الفضائية والأرضية الأكثر بروزاً كمصادر اعتمد عليها الشباب في الأزمات

القنوات	التكرار والنسبة	ك	%
MBC مصر	١٥٥	٣٨.٨	
dmc	١٥٣	٣٨.٣	
النهار	٨٩	٢٢.٣	
قناة الجزيرة	٤٦	١١.٥	
المحور	٤٥	١١.٣	
ON tv	٤٤	١١.٠	
BBC	٤٤	١١.٠	
CBC	٣٤	٨.٥	
النيل الإخبارية	٢٧	٦.٨	
صدى البلد	٢٦	٦.٥	
العربية	١٩	٤.٨	
CBC اكسترا	١٦	٤.٠	
الفضائية المصرية	١٥	٣.٨	
القاهرة والناس	١٤	٣.٥	
جملة من سنلوا			٤٠٠

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الوسائل الإعلامية التقليدية التي يعتمد عليها المبحوثون بشكل رئيسي في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات :
جاءت القنوات الفضائية التابعة لمؤسسات إعلامية خاصة في الترتيب الأول مثل قنوات (CBC - الحياة - النهار) تليها قنوات الجزيرة التابعة لمؤسسات إعلامية عربية، وجاءت بنسبة منخفضة الفضائية المصرية التابعة لمؤسسة حكومية.

تعتبر القنوات الفضائية من الوسائل الهامة التي تقوم بتقديم المعارف والمعلومات للمستخدمين من خلال برامجها الحوارية بالإضافة إلى تحليل للمعلومات عبر المتخصصين والخبراء في توقيت متزامن مع الأحداث مما يعكس تنوع مضمونها وتعدد توجهاتها الإعلامية ، واستطاعت البرامج الحوارية "التوك شو" أن تشكل اتجاهات الرأي العام وتضغط على الحكومة في تغيير مواقفها السياسية كما في برامج مثل "هنا القاهرة والحياة اليوم وآخر النهار" التي أظهرت تأثيراً واضحاً في مسار بعض القضايا والأحداث وكان لها دور كبير في توسيع هامش حرية الإعلام .

جدول رقم (٧)

الصحف الأكثر بروزاً كمصادر معلومات اعتمد عليها الشباب في الأزمات

الصحف	تكرار والنسبة	ك	%
اليوم السابع	١٩٨	٤٩.٥	
المصرى اليوم	١٥٠	٣٧.٥	
الأهرام	١١٣	٢٨.٣	
الأخبار	١١٣	٢٨.٣	
الجمهورية	٨٧	٢١.٨	

دور وسائل الإعلام خلال فترات الأزمات

الصحف	تكرار والنسبة	ك	%
الوطن	٨٣	٢٠.٨	
الشروق	٥١	١٢.٨	
الدستور	٢١	٥.٣	
أخبار اليوم	١٣	٣.٣	
جملة من سنلوا		٤٠٠	

وفيما يخص الصحف جاءت صحيفة اليوم السابع في الترتيب الأول تليها صحيفة المصري اليوم التابعتان لمؤسسة إعلامية خاصة ، ثم جاءت الأهرام التابعة لمؤسسة إعلامية حكومية. ويرجع ذلك إلى أن الصحف الخاصة لعبت دوراً كبيراً في توسيع هامش الحرية في الصحف وفرضت نفسها على الساحة الإعلامية، وأسهمت في تشكيل اتجاهات الرأي العام منذ نشأتها عام ٢٠٠٤ سواء صحيفة المصري اليوم أو اليوم السابع، وقد تختلف في توجهاتها حسب رؤية المالك ولكنها أثرت في الصحف القومية التي جاءت في المرتبة الثالثة بحكم طبيعة الملكية والتبعية للنظام الحاكم ولسان حال الدولة ورغم التغيير البسيط إلا أنها مازالت تميل إلى عدم نقد النظام الحاكم .

جدول رقم (٨)

المحطات الإذاعية الأكثر بروزاً كمصادر رئيسية اعتمد عليها الشباب في الأزمات

الراديو	التكرار والنسبة	ك	%
نجوم FM	١١٩	٢٩.٨	
راديو مصر	١٠٢	٢٥.٥	
الشرق الأوسط	٨٠	٢٠.٠	
نغم FM	٤٩	١٢.٣	
الشباب والرياضة	٣٦	٩.٠	
البرنامج العام	٢٨	٧.٠	
صوت العرب	٢١	٥.٣	
راديو ميجا أف أم	١٩	٤.٨	
راديو ٩٠٩٠	١٧	٤.٣	
القرآن الكريم	١٤	٣.٥	
جملة من سنلوا		٤٠٠	

وفيما يخص الراديو جاء "راديو نجوم FM" التابع لمؤسسة خاصة في المرتبة الأولى ، يليه راديو مصر التابع لمؤسسة إعلامية حكومية ثم الشرق الأوسط، وتشير النتائج إلى تفوق المؤسسات الإعلامية الخاصة عن المؤسسات الإعلامية الحكومية . وهذا يرجع إلى تطور الإعلام الخاص من حيث الشكل والمضمون وعرض معظم وجهات النظر عن الإعلام الحكومي، بالإضافة إلى هامش الحرية الذي يتمتع به الإعلام الخاص في طرح ومناقشة الأزمات . ويوضح الشكل التالي أهم ثلاث محطات إذاعية هي الأكثر بروزاً كمصادر رئيسية اعتمد عليها الشباب في الأزمات :

جدول رقم (٩)

المواقع الإلكترونية للصحف الأكثر بروزاً كمصادر للمعلومات لدى الشباب خلال الأزمات

المواقع الإلكترونية للصحف	التكرار والنسبة	ك	%
اليوم السابع	١٤٦	٣٦.٥	
المصرى اليوم	١٢١	٣٠.٣	
الأهرام	٨٧	٢١.٨	
الوطن	٨٥	٢١.٣	
الشروق	٣٦	٩.٠	
الأخبار	٣٥	٨.٨	
الدستور	٢٦	٦.٥	
الجمهورية	٢٤	٦.٠	
فيتو	٢٠	٥.٠	
جملة من سنلوا		٤٠٠	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الوسائل الإعلامية الحديثة التي يعتمد عليها المبحوثون بشكل رئيسي في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات: جاءت المواقع الإلكترونية للصحف الأكثر بروزاً والتابعة لمؤسسات إعلامية خاصة في الترتيب الأول مثل مواقع (اليوم السابع – المصرى اليوم)، يليها موقع الأهرام التابع لمؤسسة حكومية ثم جاءت باقي المواقع بنسبة منخفضة.

ويرجع ذلك إلى تميز هذه المواقع بتحديث الأخبار والمعلومات وإمكانية تحميل فيديوهات للأحداث، كما تتيح مساحات تفاعلية للمتلقي تجعل منه شريكاً في بناء المضمون عبر إتاحة التعليقات علي الأخبار، وفي ظل ثورة المعلومات والاتصالات ظهرت صحافة المواطن التي تمكن المستخدم من المشاركة في صناعة الأخبار ويكون شاهد عيان على الأحداث وبث المعلومات أثناء حدوثها، واتفقت النتائج مع دراسة إبراهيم محمد أبو المجد^(٢٨)

جدول رقم (١٠)

المواقع الإخبارية الأكثر بروزاً كمصادر للمعلومات لدى الشباب خلال الأزمات

المواقع الإخبارية على الإنترنت	التكرار والنسبة	ك	%
BBC	٣	١٥.٨	
مصرأوى	٦٢	١٥.٥	
البوابة	٥١	١٢.٨	
العربية	٣٧	٩.٣	
الحدث	٣١	٧.٨	
CNN	١٩	٤.٨	
سكاي نيوز	١٨	٤.٥	
الجزيرة	١٨	٤.٥	
صدى البلد	١٧	٤.٣	
الشرق الأوسط	١٥	٣.٨	
جملة من سنلوا		٤٠٠	

جاء في المرتبة الأولى المواقع الإلكترونية على الإنترنت الأكثر بروزاً كمصادر للمعلومات لدى الشباب خلال الأزمات كمواقع تابعة لمؤسسات أجنبية مثل BBC، ثم في المرتبة الثانية مواقع تابعة لمؤسسة إعلامية خاصة مثل (مصرأوى – البوابة)، التابعة لمؤسسة إعلامية خاصة، وهذا يدل على تفوق المؤسسات الخاصة الأجنبية عن المؤسسات الحكومية.

وهذا يرجع إلى أن هذه المواقع تحمل بشكل مؤسسي واضح يجعلها تقوم بتقديم مادة صحفية متكاملة من أخبار وتحقيقات وتقارير ، بالإضافة إلى التحديث الدوري والمستمر للمواقع ورجع الصدي " ، ويتم تصنيف الوسيلة علي أنها الأكثر ثراءً وفق قدرتها علي توفير رجع الصدي الفوري، وتوافر أشكال مختلفة لرجع الصدي من توفير المعلومات في وقت مناسب وبأشكال متنوعة كالنصوص والفيديوهات وإمكانية تحديثها بانتظام ، بالإضافة إلى ضعف المواقع الحكومية في مواجهة وسائل الإعلام الأجنبية الموجهة باللغة العربية في التصدي لغزو العقول بالإضافة إلى المهنية التي تتمتع بها تلك المواقع من إمكانيات من مراسلين وصحفيين .

جدول رقم (١١)

ترتيب الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات في أوقات الأزمات

الترتيب الأول	الترتيب الثاني	الترتيب الثالث	الوزن المرجح		ترتيب الوسائل التواصل الاجتماعي
			النقاط	النسبة	
٢٨٨	٦١	١٤	١٠٠٠	٤٧.٥	١- الفيسبوك
٣٣	١٨٢	١٣٤	٥٩٧	٢٨.٤	٢- اليوتيوب
٤٥	١٠٥	١٦٣	٥٠٨	٢٤.١	٣- التويتر
مجموع الاوزان					١٠٠

احتل الفيسبوك المركز الأول يليه اليوتيوب والتويتر فيما يخص مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما تؤكدته الدراسات البحثية عن الفيس بوك في مصر بنمو عدد المستخدمين بمعدل نحو ٤٠% حيث تجاوز عددهم ٢٢.٤ مليون مستخدم ، وجاءت مصر في المركز ١٤ على مستوى العالم، والأول عربيًا من حيث عدد مستخدمي الفيس بوك، وكان المستخدمون أقل من ٣٠ سنة يمثلون نحو ٧٥% من الإجمالي، والمستخدمون أقل من ٢٥ سنة يمثلون نحو ٢٥%، كما أن ٦.٢٩% في سن ١٨ سنة وهي أكبر مجموعة متواجدة على الفيس بوك، بالإضافة إلى أن الذكور يمثلون نحو ٦٤% ، مقابل ٣٤% من الإناث من إجمالي المستخدمين .

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الخدمات المتاحة علي شبكة المعلومات العالمية ، وهي الأكثر جذباً لمستخدمي الشبكة من الشباب، ويرجع ذلك إلى إمكانية نقل الرسالة بأسلوب لغوي سهل واستقبال الرسالة وفهمها من قبل المتلقي والتحدث يومياً في السياسة والشئون العامة في مصر والتحفيز علي زيادة حجم النقاش وتخلق مجالاً عاماً يتناقل عبرة المتلقي المعلومات والأخبار وما يصاحب ذلك من تبادل للمعلومات والمناقشة العامة .

ومن أبرز الأسباب لإقبال المبحوثين علي موقع الفيسبوك :

- إمكانية التعليق والمشاركة في الأخبار .

- سهولة الوصول للمعلومات

- التحديث المستمر للمحتوى وفورية المعلومات

- معرفة آراء الأصدقاء في القضايا والأحداث المختلفة

- عدم وجود رقابة والشعور بالحرية .

واتفقت هذه النتائج مع دراسة أميرة محمد محمد سيد^(٢٩)، وإختلفت مع دراسة أحمد فاروق رضوان^(٣٠) .

جدول رقم (١٢)

أسباب اعتماد المبحوثين على الوسائل في الحصول على المعلومات

أسباب الاعتماد على الوسائل	التكرار والنسبة	ك	%
أسرع في نقل الخبر	١٩٩	٤٩.٨	
تتسم بالمصداقية والموضوعية	١٦٧	٤١.٨	
لأنها المتاحة أمامي والأكثر انتشاراً	١٢٨	٣٢.٠	
سهولة التواصل مع الآخرين والتعبير عن الرأي الشخصي	١٠٦	٢٦.٥	
لمعرفة آخر الأخبار والأحداث والتحليلات	٩٧	٢٤.٣	
عرض الرأي والرأي الآخر وعدم تبني سياسة الدولة	٦٣	١٥.٨	
جملة من سئلوا	٤٠٠		

تشير بيانات الجدول السابق إلى هناك عوامل محددة تدفع المبحوثين إلى متابعة الوسائل الإعلامية وتؤثر في درجة اعتمادهم في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات وتعد هذه العوامل المؤثرة حيث جاء في المقدمة العامل الخاص بالسرعة في نقل الحدث بنسبة ٤٩.٨% مما يدل على أهمية سرعة التغطية الإعلامية للأحداث المهمة ومتابعتها ويأتي هذا في إطار حرص الوسائل الإعلامية على متابعة الأحداث وتطوراتها من خلال المصداقية والموضوعية في نقل الأحداث بنسبة ٤١.٨% ثم يأتي بعد ذلك عامل لأنها المتاحة والأكثر انتشاراً بنسبة ٣٢% ، يليه العامل الخاص سهولة التواصل مع الآخرين والتعبير عن الرأي الشخصي وهذا يرجع إلى إعطاء ميزة للمبحوثين لإبداء الرأي وتقديم أفكارهم يأتي ذلك في ظهور صحافة المواطن من خلال توثيق الحدث وتقديم دلائل عليه مما يدعم مصداقية الخبر لمزيد من معرفة آخر الأخبار والأحداث والتحليلات وهذا جاء بنسبة ٢٦.٥% ويأتي في النهاية بنسبة ١٥.٨% عرض الوسيلة الرأي والرأي الآخر وعدم تبني سياسة الدولة ويأتي هذا في تقديم الوسيلة مزيداً من وجهات نظر مختلفة وعرض جوانب متنوعة للحدث. وهذا ما يؤكد نجاح وسائل الإعلام الحديثة في سرعة نقل الخبر وتحقيق عنصر المشاركة والتفاعل بالإضافة إلى عدم خضوع وسائل الإعلام الحديثة للرقابة أو سلطة حارس البوابة كما هو الحال في الإعلام التقليدي.

إتفقت النتائج السابقة مع دراسة أحمد فاروق رضوان^(٣١) في بعض العبارات ، بالإضافة إلى نتائج دراسة إبراهيم محمد أبو المجد^(٣٢)

جدول رقم (١٣)

دوافع وأسباب استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام "التقليدية" في أوقات الأزمات

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	وسائل الإعلام التقليدية المحطات الأرضية والقنوات الفضائية والصحف والراديو						درجة الموافقة
			غير موافق		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٩.٤	٠.٦٩	٢.٣٨	١٢.٣	٤٩	٣٧.٣	١٤٩	٥٠.٤	٢٠.٢	الدوافع والأسباب
٧٩.٤	٠.٦٩	٢.٣٨	١٢.٣	٤٩	٣٧.٣	١٤٩	٥٠.٤	٢٠.٢	لمعرفة الأزمات والأحداث المصرية
٧٥.٣	٠.٧٥	٢.٢٦	١٨.٣	٧٣	٣٧.٥	١٥٠	٤٤.٢	١٧٧	لمراجعة الأخبار من أكثر من مصدر
٧٤.٣	٠.٧٦	٢.٢٣	١٩.٩	٧٩	٣٧.٥	١٥٠	٤٢.٦	١٧١	لمعرفة الأزمات والأحداث الدولية
٧٤.١	٠.٧٦	٢.٢٢	٢٠.٣	٨١	٣٧.٣	١٤٩	٤٢.٤	١٧٠	لتغطية حية للأزمات فور وقوعها
٧٣.٣	٠.٧٧	٢.٢٠	٢١.٨	٨٧	٣٦.٨	١٤٧	٤١.٤	١٦٦	لمعرفة آراء الآخرين ومواقفهم بحرية نحو الأزمات

دور وسائل الإعلام خلال فترات الأزمات

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	وسائل الإعلام التقليدية المحطات الأرضية والقنوات الفضائية والصحف والراديو						درجة الموافقة
			غير موافق		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٢.٨	٠.٧٢	٢.١٨	١٨.٨	٧٥	٤٤.٢	١٧٧	٣٧	١٤٨	الدوافع والأسباب
									لسهولة الحصول على المعلومات حول الأزمات
٧٢.٢	٠.٧٩	٢.١٧	٢٤.٣	٩٧	٣٥	١٤٠	٤٠.٧	١٦٣	لتغطية شاملة للأزمات
٦٧.٣	٠.٧٩	٢.٠٢	٣٠.٣	١٢١	٣٧.٧	١٥١	٣٢	١٢٨	لتبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين
٦٦.٣	٠.٧٥	١.٩٩	٢٨.٨	١١٥	٤٣.٥	١٧٤	٢٧.٧	١١١	جاذبية في عرضها للأزمات من حيث الشكل
٦٥.٩	٠.٧٣	١.٩٨	٢٧.٨	١١١	٤٦.٨	١٨٧	٢٥.٤	١٠٢	المعلومات صادقة
٦٢.٥	٠.٧٩	١.٨٨	٣٨.٥	١٥٤	٣٥.٥	١٤٢	٢٦	١٠٤	الموضوعية والحرية في تناول الأزمات
								٤٠٠	جملة من أجابوا

جدول رقم (١٤)

دوافع وأسباب استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام "الحديثة" في أوقات الأزمات

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	وسائل الإعلام الحديثة مواقع الصحف وإخبارية والفيديو والتويتر واليوتيوب						درجة الموافقة
			غير موافق		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٧.٠	٠.٦٤	٢.٦١	٨.٥	٣٤	٢٢	٨٨	٦٩.٥	٢٧٨	لمعرفة الأزمات والأحداث المصرية
٨٦.٧	٠.٦١	٢.٦٠	٦.٨	٢٧	٢٦.٥	١٠٦	٦٦.٧	٢٦٧	لمعرفة الأزمات والأحداث الدولية
٨٥.٥	٠.٦٤	٢.٥٧	٨	٣٢	٢٧.٥	١١٠	٦٤.٥	٢٥٨	المعلومات صادقة
٨٥.٥	٠.٦٥	٢.٥٧	٨.٨	٣٥	٢٦	١٠٤	٦٥.٢	٢٦١	لمراجعة الأخبار من أكثر من مصدر
٨٤.٠	٠.٧٠	٢.٥٢	١١.٨	٤٧	٢٤.٥	٩٨	٦٣.٧	٢٥٥	لتبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين
٨٣.٣	٠.٧٠	٢.٥٠	١١.٨	٤٧	٢٦.٥	١٠٦	٦١.٧	٢٤٧	جاذبة في عرضها للأزمات من حيث الشكل
٨٢.٠	٠.٦٧	٢.٤٦	١٠.٣	٤١	٣٣.٥	١٣٤	٥٦.٢	٢٢٥	لتغطية حية للأزمات فور وقوعها
٨٠.٩	٠.٧٥	٢.٤٣	١٥.٥	٦٢	٢٦.٣	١٠٥	٥٨.٢	٢٣٣	لمعرفة آراء الآخرين ومواقفهم بحرية نحو الأزمات
٨٠.٣	٠.٧٠	٢.٤١	١٢.٣	٤٩	٣٤.٧	١٣٩	٥٣	٢١٢	الموضوعية والحرية في تناول الأزمات
٧٨.٦	٠.٧٣	٢.٣٦	١٤.٨	٥٩	٣٤.٨	١٣٩	٥٠.٤	٢٠٢	لسهولة الحصول على المعلومات حول الأزمات
٧٦.٨	٠.٦٩	٢.٣٠	١٣.٥	٥٤	٤٢.٨	١٧١	٤٣.٧	١٧٥	لتغطية شاملة للأزمات
			٤٠٠						جملة من سنلوا

تشير البيانات السابقة إلى أسباب استخدام المبحوثين لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة في أوقات الأزمات ، فجاءت كالتالي:

- وافق ٥٠.٤% على عامل "المعرفة الأزمات والأحداث المصرية" في وسائل الإعلام التقليدية، أما نفس العامل بالوسائل الحديثة فوافق نسبة ٦٩.٩٥% وهذا يدل على تفوق

الوسائل الحديثة عن التقليدية في سبب اعتماد المبحوث عليها في أوقات الأزمات وهذا يرجع إلى سهولة استخدام الوسائل الحديثة، بالإضافة إلانها المتاحة والأقرب إلى المبحوث بحكم تكنولوجيا الاتصال .

- أما عامل " الموضوعية والحرية في تناول الأزمات" فجاء نسبة ٥٣% موافق في وسائل الإعلام الحديثة وأيضاً ٢٦% في وسائل الإعلام التقليدية ، وهذا يدل على تفوق الوسائل الحديثة في الحرص على تقديم الموضوعية والحرية في تناول الأزمات وأن بعض وسائل الإعلام الحديثة تعطي مساحة أكبر للحرية في تناول الأزمات .

- ومن العوامل المهمة التي حصلت على نسبة كبيرة في وسائل الإعلام الحديثة "التغطية حية للأزمات فور وقوعها" فوافق ٥٦.٢% ونسبة ٤٢.٤% في الوسائل التقليدية وهذا يدل على تفوق الوسائل الحديثة في سرعة نقل الأزمة فور وقوعها يرجع ذلك لسهولة النشر في الوسائل الحديثة مقارنة بالوسائل التقليدية لعدم التزامها بوقت صدور الصحيفة أو الخريطة البرمجية لأن قطع البرامج وبث الخبر يتطلب موافقات قبل ذلك، وهذا يؤدي إلى تأخير الوسائل التقليدية في بث الأزمة وتأتي في المرتبة الثانية عن الوسائل الحديثة .

- أما عامل "تبادل المعلومات والأفكار مع الآخرين" فوافق عليه نسبة ٦٣.٧% بالنسبة لتحقيق في الوسائل الحديثة ونسبة ٣٢% في الوسائل التقليدية وهذا يدل على تفوق الوسائل الحديثة في إتاحة الفرصة إلى المبحوثين للتعبير عن أفكارهم وتبادل المعلومات مع الآخرين بكل سهولة وهذا يرجع إلى سهولة التعامل مع الوسائل الحديثة وحرص المواقع الإلكترونية بكافة أشكالها على عرض آراء المستخدمين .

ويرجع ذلك إلى أن الشباب يعتقدون أن الإنترنت من الوسائل الاتصالية التي تحقق لهم إشباعاً مثمرة معرفياً، وأن دوافع استخدام الشباب تتمثل في دوافع الحصول على المعلومات، والتواصل مع الآخرين، والتعبير عن الرأي.

وقد اتفقت النتائج مع نتائج أحمد فاروق رضوان^(٣٣) بالإضافة إلى نتائج محمد منصور^(٣٤).

جدول رقم (١٥)

الأهداف التي حققها المبحوثين من وسائل الإعلام "التقليدية" من استخدامهم لوسائل الإعلام خلال الأزمات

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	وسائل الإعلام التقليدية المحطات الأرضية والقنوات الفضائية والصحف والراديو						درجة الموافقة
			غير موافق		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٥.٣	٠.٦٧	٢.٢٦	١٢.٨	٥١	٤٨.٨	١٩٥	٣٨.٤	١٥٤	الأهداف والإشباكات
									فهم الأزمة وأبعادها
٧٢.٥	٠.٦٥	٢.١٨	١٣.٨	٥٥	٥٥	٢٢٠	٣١.٢	١٢٥	معرفة أسباب حدوث الأزمة والنتائج المترتبة عليها
٦٧.٧	٠.٧٦	٢.٠٣	٢٧.٣	١٠٩	٤٢.٥	١٧٠	٣٠.٢	١٢١	التحقق من صحة الشائعات المتداولة حول الأزمة
٦٧.٤	٠.٧٧	٢.٠٢	٢٨.٣	١١٣	٤١.٣	١٦٥	٣٠.٤	١٢٢	معرفة الآراء المختلفة حول الأزمة
٦٣.٥	٠.٧٤	١.٩١	٣٢.٥	١٣٠	٤٤.٥	١٧٨	٢٣	٩٢	تعلم كيفية التعامل مع المشاكل والمواقف التي تواجهني
٦٢.٨	٠.٧٦	١.٨٨	٣٥.٨	١٤٣	٤٠.٢	١٦١	٢٤	٩٦	الدخول في نقاش مع الآخرين حول الأزمة

دور وسائل الإعلام خلال فترات الأزمات

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	وسائل الإعلام التقليدية المحطات الأرضية والقنوات الفضائية والصحف والراديو						درجة الموافقة
			غير موافق		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
٦٢.١	٠.٧٢	١.٨٦	٣٣.٨	١٣٥	٤٦.٢	١٨٥	٢٠	٨٠	الأهداف والإشبيعات
									التخلص من روتين الحياة بمعايشة أحداث خطيرة ومشوقة
٥٦.٦	٠.٧٢	١.٧٠	٤٥.٨	١٨٣	٣٨.٨	١٥٥	١٥.٤	٦٢	المشاركة بأرائى حول الأزمة
٦٤.٨	٠.٧٥	١.٩٤	٣١	١٢٤	٤٣.٧	١٧٥	٢٥.٣	١٠١	أن أكون جزءا من الأحداث بدون الحاجة لأن أكون هناك
								٤٠٠	جملة من سنلوا

جدول رقم (١٦)

الأهداف التي حققها المبحوثين من وسائل الإعلام "الحديثة" من استخدامها لوسائل الإعلام خلال الأزمات

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	وسائل الإعلام الحديثة مواقع الصحف وإخبارية والفيسبوك والتويتر واليوتيوب						درجة الموافقة
			غير موافق		محايد		موافق		
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٣.٣	٠.٦٦	٢.٥٠	٩	٣٦	٣٢.٣	١٢٩	٥٨.٧	٢٣٥	الأهداف والإشبيعات
									معرفة الآراء المختلفة حول الأزمة
٨٠.٣	٠.٦٥	٢.٤١	٩.٣	٣٧	٤٠.٥	١٦٢	٥٠.٢	٢٠١	معرفة أسباب حدوث الأزمة والنتائج المترتبة عليها
٨٠.٢	٠.٦٧	٢.٤١	١٠.٣	٤١	٣٩	١٥٦	٥٠.٧	٢٠٣	فهم الأزمة وأبعادها
٧٩.٧	٠.٧٠	٢.٣٩	١٢.٥	٥٠	٣٦	١٤٤	٥١.٥	٢٠٦	الدخول في نقاش مع الآخرين حول الأزمة
٧٩.٠	٠.٧٠	٢.٣٧	١٢.٨	٥١	٣٧.٥	١٥٠	٤٩.٧	١٩٩	المشاركة بأرائي حول الأزمة
٧٨.٢	٠.٦٩	٢.٣٥	١٢.٨	٥١	٤٠	١٦٠	٤٧.٢	١٨٩	أن أكون جزءا من الأحداث بدون الحاجة لأن أكون هناك
٧٥.٣	٠.٧٦	٢.٢٦	١٩.٥	٧٨	٣٥.٣	١٤١	٤٥.٢	١٨١	التحقق من صحة الشائعات المتداولة حول الأزمة
٧٤.٠	٠.٧٥	٢.٢٢	١٩.٨	٧٩	٣٨.٥	١٥٤	٤١.٧	١٦٧	تعلم كيفية التعامل مع المشاكل والمواقف التي تواجهني
٧٤.٠	٠.٧٣	٢.٢٢	١٨	٧٢	٤٢	١٦٨	٤٠	١٦٠	التخلص من روتين الحياة بمعايشة أحداث خطيرة ومشوقة
								٤٠٠	جملة من سنلوا

تشير البيانات السابقة إلى الأهداف التي تحققت وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في الحصول على المعلومات في أوقات الأزمات ، حيث جاءت كالتالي:

جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٥٨.٧% عامل "معرفة الآراء المختلفة حول الأزمة" بالوسائل الحديثة ونسبة ٣٠.٤% في الوسائل التقليدية وهذا يدل على تفوق الوسائل التقليدية في إتاحة الفرصة للمبحوث لمعرفة كافة الآراء المعارضة والمؤيدة ومن كثرة طرح وبث كل الآراء

المختلفة على كافة المواقع الإلكترونية مما يعطى مزيداً من المعلومات والمقارنة بين كافة الوسائل الإعلامية مقارنة بالوسائل التقليدية التي جاءت النسبة صغيرة تقترب من النصف مقارنة بالوسائل الحديثة ويرجع ذلك لعدم إتاحة الفرصة للمبشرين بشكل كبير في التعبير عن الآراء لوجود رقابة من خلال المؤسسات الإعلامية التابعة لها المحطات والقنوات والصحف التي تبت أو تنشر والرقابة عليها من قبل الدولة ، ومن هذا المنطلق جاء العامل الثاني "المشاركة بأرائي حول الأزمة" فوافق نسبة ٤٩.٧ % وغير موافق في الوسائل التقليدية بنسبة ٤٥.٨ % وهذا يدل على عدم إتاحة الفرصة للمشاركة والتعبير عن الآراء في الأزمة في الوسائل التقليدية وأن النسبة الأكبر تأتي في الوسائل الحديثة من خلال إتاحة الفرصة للتعبير لكثرة منافذ التعبير من خلال المواقع الإلكترونية للصحف أو المواقع الإخبارية أو مواقع التواصل الإجتماعي بالإضافة إلى سهولة الوصول إليها ومن خلال كثرة هذه المواقع، يأتي العامل الخاص " التحقق من صحة الشائعات المتداولة حول الأزمة" بنسبة ٤٥.٢ % في الوسائل الحديثة ونسبة ٣٠.٢ % في الوسائل التقليدية حيث أن المبحر يُلجأ إلى الوسائل الحديثة في التأكد من المعلومة التي يحصل عليها في أوقات الأزمات من خلال استخدام مواقع كثيرة مقارنة بالوسائل الأخرى مثل القنوات أو الصحف أو الراديو وذلك بسبب الإتاحة وتكنولوجيا الاتصال حيث أنه من خلال جهاز الهاتف يمكن للمبحر التعرف على كافة المعلومات من كافة المواقع .

وقد اختلفت أهداف ودوافع اعتماد الشباب على وسائل الإعلام التقليدية عن دوافع وأهداف اعتمادهم على وسائل الإعلام الحديثة، وتفوقت أهداف الفهم والدوافع المعرفية المنفعية، وأهداف التوجيهية، وأهداف التسلية والدوافع الطقوسية بالوسائل الحديثة عن الأهداف بالوسائل الإعلامية التقليدية . وتتفق هذه النتائج مع نتائج د. هالة نوفل^(٣٥)

جدول رقم (١٧)

اتجاهات المبحرين نحو تغطية الأزمات في وسائل الإعلام التقليدية

العبارة	درجة الموافقة		وسائل الإعلام التقليدية المحطات الأرضية والقنوات الفضائية والصحف والراديو						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
			موافق		محايد		غير موافق				
			ك	%	ك	%	ك	%			
متحيزة لوجهة النظر الرسمية	٢١٨	٥٤.٤	١٢٩	٣٢.٣	٥٣	١٣.٣	٢.٤١	٠.٧١	٨٠.٤		
غياب الدقة في نقل الأحداث والأزمات	١٧٢	٤٣	١٦٦	٤١.٥	٦٢	١٥.٥	٢.٢٨	٠.٧١	٧٥.٨		
تبالغ بدرجة ما في معالجتها للشأن المصري	١٥٢	٣٨	١٧١	٤٢.٧	٧٧	١٩.٣	٢.١٩	٠.٧٣	٧٢.٩		
متنوعة في تناولها للأزمات المصرية	١١٨	٢٩.٥	٢٠٠	٥٠	٨٢	٢٠.٥	٢.٠٩	٠.٧٠	٦٩.٧		
تتسم بالفورية والأنية في متابعة الأزمات المثارة	١٠٨	٢٧	١٩١	٤٧.٧	١٠١	٢٥.٣	٢.٠٢	٠.٧٢	٦٧.٣		
تعتمد على مراسلين أكفاء لتغطية الأزمات	١٠٢	٢٥.٤	١٨١	٤٥.٣	١١٧	٢٩.٣	١.٩٦	٠.٧٤	٦٥.٤		
تركز على الأخبار السلبية وتتجاهل الأخبار الإيجابية	١٠٦	٢٦.٤	١٧١	٤٢.٨	١٢٣	٣٠.٨	١.٩٦	٠.٧٦	٦٥.٣		
تقدم تحليلات دقيقة تشرح جميع جوانب الأزمات	١٠٥	٢٦.٢	١٧٠	٤٢.٥	١٢٥	٣١.٣	١.٩٥	٠.٧٦	٦٥.٠		
تغطية ومعالجة متعمقة للأزمات	٩٨	٢٤.٥	١٧٠	٤٢.٥	١٣٢	٣٣	١.٩٢	٠.٧٥	٦٣.٨		

دور وسائل الإعلام خلال فترات الأزمات

العبارة	درجة الموافقة	وسائل الإعلام التقليدية المحطات الأرضية والقنوات الفضائية والصحف والراديو						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		موافق		محايد		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
تقدم الرأي والرأى الآخر	٩٧	٢٤.٣	١٦٥	٤١.٢	١٣٨	٣٤.٥	١.٩٠	٠.٧٦	٦٣.٣	
تعرض مختلف وجهات النظر بموضوعية للآزمات	٨٨	٢٢	١٦٣	٤٠.٧	١٤٩	٣٧.٣	١.٨٥	٠.٧٦	٦١.٦	
جريئة فى طرح وتنال مختلف الآزمات	٧٥	١٨.٨	١٧٨	٤٤.٤	١٤٧	٣٦.٨	١.٨٢	٠.٧٢	٦٠.٧	
الحيادية والموضوعية	٧٦	١٩	١٧٣	٤٣.٢	١٥١	٣٧.٨	١.٨١	٠.٧٣	٦٠.٤	
جملة من سنلوا	٤٠٠									

جدول رقم (١٨)

اتجاهات المبحوثين نحو تغطية الآزمات في وسائل الإعلام الحديثة

العبارة	درجة الموافقة	وسائل الإعلام الحديثة مواقع الصحف وإخبارية والفيسبوك والتويتر واليوتيوب						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
		موافق		محايد		غير موافق				
		ك	%	ك	%	ك	%			
جريئة في طرح وتناول مختلف الآزمات	٢٦١	٦٥.٢	١٠٢	٢٥.٥	٣٧	٩.٣	٠.٦٦	٠.٦٦	٨٥.٣	
تتسم بالفعورية والانية في متابعة الآزمات المثارة	٢١٧	٥٤.٢	١٤٥	٣٦.٣	٣٨	٩.٥	٠.٦٦	٠.٦٦	٨١.٦	
متنوعة في تناولها للآزمات المصرية	٢٠٥	٥١.٣	١٦١	٤٠.٢	٣٤	٨.٥	٠.٦٤	٠.٦٤	٨٠.٩	
تقدم الرأي والرأى الآخر	٢١٢	٥٣	١٣٩	٣٤.٧	٤٩	١٢.٣	٠.٧٠	٠.٧٠	٨٠.٣	
غياب الدقة فى نقل الأحداث والآزمات	١٧٢	٤٣	١٦١	٤٠.٢	٦٧	١٦.٨	٠.٧٣	٠.٧٣	٧٥.٤	
تعرض مختلف وجهات النظر بموضوعية للآزمات	١٧٤	٤٣.٥	١٥٤	٣٨.٥	٧٢	١٨	٠.٧٤	٠.٧٤	٧٥.٢	
تقدم تحليلات دقيقة تشرح جميع جوانب الآزمات	١٦٧	٤١.٧	١٦٥	٤١.٣	٦٨	١٧	٠.٧٣	٠.٧٣	٧٤.٩	
تغطية ومعالجة متعمقة للآزمات	١٦٨	٤٢	١٦٠	٤٠	٧٢	١٨	٠.٧٤	٠.٧٤	٧٤.٧	
تعتمد على مراسلين أكفاء لتغطية الآزمات	١٤٢	٣٥.٥	١٨٧	٤٦.٧	٧١	١٧.٨	٠.٧١	٠.٧١	٧٢.٦	
تبالغ بدرجة ما فى معالجتها للشأن المصرى	١٣٨	٣٤.٥	١٩٥	٤٨.٧	٦٧	١٦.٨	٠.٦٩	٠.٦٩	٧٢.٦	
تركز على الأخبار السلبية وتتجاهل الأخبار الإيجابية	١٣٠	٣٢.٥	١٩٦	٤٩	٧٤	١٨.٥	٠.٧٠	٠.٧٠	٧١.٣	
الحيادية والموضوعية	١١٥	٢٨.٧	٢٠٠	٥٠	٨٥	٢١.٣	٠.٧٠	٠.٧٠	٦٩.٢	
متحيزة لوجهة النظر الرسمية	٩٤	٢٣.٥	١٥٦	٣٩	١٥٠	٣٧.٥	٠.٧٧	٠.٧٧	٦٢.٠	
جملة من سنلوا	٤٠٠									

تشير البيانات السابقة إلى اتجاهات المبحوثين نحو تغطية الأحداث والآزمات المهمة من خلال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ، فجاءت كالتالي:

وافق على عامل "الجرأة في طرح وتنال مختلف الآزمات" في وسائل الإعلام الحديثة بنسبة ٦٥.٢% ، و ١٨.٨% في وسائل الإعلام التقليدية وهذا يدل على تفوق الوسائل الحديثة عن التقليدية في جرئتها في تناول وطرح كافة الآراء دون خوف من رقابة الدولة أو رقابة المؤسسات الإعلامية ويأتى عامل " تتسم بالفعورية والانية في متابعة الآزمات المثارة" بنسبة ٥٤.٢% بالوسائل الحديثة ونسبة ٢٧% في الوسائل التقليدية وتظهر النتائج ضعف النسبة في الوسائل التقليدية لعدم قدرتها على تلبية احتياجات المبحوثين في سرعة نقل الأحداث ومتابعتها بصفه مستمرة في نقل المعلومات الحديثة عن المسؤولين الرسميين بالإضافة إلى رأى المبحوثين وهذا هو العامل الأخير " تعرض مختلف وجهات النظر

بموضوعية للأزمات" فوافق عليه نسبة ٤٣.٥% في الوسائل الحديثة حيث انخفضت النسبة إلى النصف تقريباً في الوسائل التقليدية بنسبة ٢٢% وهذا يرجع إلى ارتفاع نسبة العامل " متحيزة لوجهة النظر الرسمية " في الوسائل التقليدية بنسبة ٥٤.٤% مقارنة بنسبة الوسائل الحديثة ٢٣.٥% حيث أن الوسائل التقليدية تتبنى رأي الحكومة وعدم معارضة هذا الرأي . ويتبين من النتائج تصدر وسائل الإعلام التقليدية فيما يخص التحيز لوجهة النظر الرسمية مقابل وسائل الإعلام الحديثة التي تكون جريئة في طرح وتناول مختلف الأزمات وهذا يدل على أن الوسائل التقليدية مازالت عاجزة عن كسب ثقة الشباب عينة الدراسة، وتراجع مصداقيتها في الشارع المصري وذلك لسيطرة النظام الحاكم على وسائل الإعلام التقليدية وتفضيل الشباب عينة الدراسة وسائل الإعلام الحديثة لما تقدمه من تفاعلية وسقف من الحرية أعلى بالإضافة الوسائط المتعددة .

نتائج اختبار الفروض :

الفرض الأول :

يوجد ارتباط ذي دلالة احصائية بين كل من كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة؛ ومتابعة الشباب للأزمات المصرية .

جدول رقم (١٩)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط الخطي بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية والحديثة ومتابعة الشباب للأزمات

متابعة الأزمات في وسائل الاعلام الحديثة					متابعة الأزمات في وسائل الاعلام التقليدية				مستوى المتابعة	حدود استخدامك لوسائل الاعلام
قيمة معامل بيرسون					قيمة معامل بيرسون					
يوتيوب	تويتر	فيسبوك	مواقع اخبارية انترنت	مواقع الكترونية للصحف	راديو	صحف	قنوات فضائية	قنوات ارضية		
								٠.٦٨٣**	١- المحطات التليفزيونية الارضية	استخدام الوسائل التقليدية
							٠.٦١٣**		٢- القنوات الفضائية	
						٠.٥٦١**			٣- الصحف	
					٠.٥٠٦**				٤- الراديو	
									٠.٦٥٠**	
									مقياس تجميعي	
				٠.٦٢٨**					٥- المواقع الإلكترونية للصحف	استخدام الوسائل الحديثة
			٠.٥٦٩**						٦- المواقع الإخبارية على الانترنت	
		٠.٦٣٥**							٧- الفيسبوك	
	٠.٦٤٣**								٨- التويتر	
٠.٥١١**									٩- اليوتيوب	
				٠.٧٢٤**					الوسائل الحديثة	
									مقياس تجميعي	
					٤٠٠				ن = العينة	

* دال احصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ودرجة ثقة ٩٥%

** دال احصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠١ ودرجة ثقة ٩٩%

تشير بيانات الجدول السابق إلى :

- باختبار معامل ارتباط بيرسون تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام وسائل الإعلام التقليدية ومتابعة الشباب للأزمات المصرية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٦٥٠) وهى دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠.٠١) بدرجة ثقة ٩٩%.

- كما تبين باختبار معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين كثافة استخدام وسائل الإعلام الحديثة ومتابعة الشباب للآزمات المصرية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (٠.٧٢٤) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) بدرجة ثقة ٩٩% .
وبذلك يتضح صحة الفرض الأول بشكل جزئى القائل : بوجود ارتباط ذى دلالة إحصائية بين كل من كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة ومتابعة الشباب للآزمات المصرية

جدول رقم (٢٠)

معامل ارتباط بيرسون لقياس الارتباط الخطى بين عدد الساعات التى تقضيها فى متابعة وسائل الإعلام ومتابعة الشباب للآزمات فى وسائل الإعلام

متابعة الأزمات في وسائل الاعلام الحديثة					متابعة الأزمات في وسائل الاعلام التقليدية				مستوى المتابعة عدد الساعات التي تقضيها في متابعة وسائل الإعلام	
قيمة معامل بيرسون					قيمة معامل بيرسون					
يوتيوب	تويتر	فيسبوك	مواقع اخبارية انترنت	مواقع الالكترونية للصحف	راديو	صحف	قنوات فضائية	قنوات ارضية		
								٠.٠٢٩	١- المحطات التليفزيونية الارضية	استخدام الوسائل التقليدية
							**٠.٢٨٥		٢- القنوات الفضائية	
							**٠.١٦٧		٣- الصحف	
					*٠.٢٢٤				٤- الراديو	
										**٠.٤٤٠
				**٠.٣٧٨					٥- المواقع الإلكترونية للصحف	استخدام الوسائل الحديثة
			**٠.٣٤٥	٦- المواقع الإخبارية على الانترنت						
		**٠.٣١٥		٧- الفيسبوك						
	**٠.٣٣٣			٨- التويتر						
**٠.٣٣٤				٩- اليوتيوب						
									**٠.٥٥٤	
					٤٠٠				ن = العينة	

* دال احصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ودرجة ثقة ٩٥%

** دال احصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠١ ودرجة ثقة ٩٩%

تشير بيانات الجدول السابق إلى :

باختبار معامل ارتباط بيرسون تبين وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين عدد الساعات التى تقضيها فى متابعة وسائل الإعلام ومتابعة الشباب للآزمات المصرية كما يلي:

- فيما يتعلق باستخدام القنوات الفضائية ومدى متابعتها من جانب الشباب حيث جاءت قيمة معامل بيرسون (٠.٢٨٥) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) بدرجة ثقة ٩٩% .

- فيما يتعلق باستخدام الصحف ومدى متابعتها من جانب الشباب حيث جاءت قيمة معامل بيرسون (٠.١٦٧) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) بدرجة ثقة ٩٩% .

- فيما يتعلق باستخدام الراديو ومدى متابعتها من جانب الشباب حيث جاءت قيمة معامل بيرسون (٠.٢٢٤) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠٥) بدرجة ثقة ٩٥%.
 - فيما يتعلق باستخدام المواقع الإلكترونية للصحف ومدى متابعتها من جانب الشباب حيث جاءت قيمة معامل بيرسون (٠.٣٧٨) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) بدرجة ثقة ٩٩%.
 - فيما يتعلق باستخدام المواقع الإخبارية على الإنترنت ومدى متابعتها من جانب الشباب حيث جاءت قيمة معامل بيرسون (٠.٣٤٥) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) بدرجة ثقة ٩٩%.
 - فيما يتعلق باستخدام الفيسبوك ومدى متابعتها من جانب الشباب حيث جاءت قيمة معامل بيرسون (٠.٣١٥) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) بدرجة ثقة ٩٩%.
 - فيما يتعلق باستخدام التويتر ومدى متابعتها من جانب الشباب حيث جاءت قيمة معامل بيرسون (٠.٣٣٣) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) بدرجة ثقة ٩٩%.
 - فيما يتعلق باستخدام اليوتيوب ومدى متابعتها من جانب الشباب حيث جاءت قيمة معامل بيرسون (٠.٣٣٤) وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠.٠١) بدرجة ثقة ٩٩%.
 - كما تبين باختبار معامل ارتباط بيرسون عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً فيما يتعلق باستخدام المحطات التلفزيونية الأرضية ومدى متابعتها من جانب الشباب حيث جاءت قيمة معامل بيرسون (٠.٠٢٩) وهى غير دالة إحصائياً.
- وبذلك يتضح صحة الفرض الأول بشكل جزئى القائل : بوجود ارتباط ذو دلالة إحصائية بين عدد الساعات التى تقضيها فى متابعة وسائل الإعلام ، ومتابعة الشباب للأزمات المصرية .

المراجع :

- (١) الأميرة سماح فرج عبد الفتاح، الإعلام وتشكيل الإحساس بالخطر الجمعي : أزمات المجتمع المصري نموذجاً، (القاهرة، مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٢)، ص ٣٣٥ .
- (٢) دعاء سمير مزه، إدارة الأزمات، ط١، (المنصورة، مطبعة المنار، ٢٠١١)، ص ١٢ .
- (٣) السيد بهنسى حسن، "مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المصرية أثناء الأزمات"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع، أكتوبر-ديسمبر، ٢٠٠٠*.
- (٤) وجدى حلمى عيد عبد الظاهر، "دور وسائل الإعلام الحديثة فى التوعية ومواجهة الأزمات الأمنية"، *كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أم القرى، ٢٠١١*.
- (٥) مشعان الشاطري، الدور الاعلام للأزمات، *المنتدى العربي لإدارة الموارد البشرية*، Date of search: 5/2/2015 <http://www.hrdiscussion.com/hr32793.html>
- (6) Johan F.M., Swinnen, Psquamaria Squamaria and Thijs Vndemoortele, "The Food Crisis Mass Media and the Political Economy of Policy Analysis and Communication", Oxford University Press, 2011.
- (٧) هشام عوكل، "إدارة الأزمة بالوسائل الإعلامية"، (مركز أسبار للبحوث والدراسات والإعلام، الرياض، يناير، ٢٠١٣)، ص ٣٠ .
- (8) Sheldon Ungrar, "Hot Crisis and Media Reassurance: A Comparison of Emerging Diseases and Ebola Zaire", *The British Journal of Sociology*, Volume 49, No. 1, March, 1998, pp. 36-56.
- (٩) هويدا مصطفى، دور الإعلام في الأزمات الدولية: دراسة حالة للإدارة الإعلامية لحرب الخليج، (القاهرة، مركز المحروسة للبحوث والتدريب والنشر، ٢٠٠٠)، ص ص ٤٢-٤٣ .
- (10) Robin Cohen, Success Group Fillip & Caminos Inc, 1997 <http://www.lawyermarketing.com/filip5.html>.
- (١١) أديب خضور ، الإعلام والأزمات، ط٢، (الرياض، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ٢٠٠١)، ص ٥٣ .
- (١٢) محسن أحمد الخضيرى، إدارة الأزمات: علم امتلاك كامل القوة في أشد لحظات الضعف، ط١، (القاهرة: مجموعة النيل العربية، ٢٠٠٣)، ص ٢٢٨ .
- (١٣) محمد عبدالفتاح الصيرفي، إدارة الأزمات، الاسكندرية: مؤسسة حورس، ٢٠٠٨، ص ٨٣ .
- (14) Augustine Norman (1995). Managing The Crisis You Tried To Prevent. *Harvard Business Review*. P. 149-158.
- (١٥) ناجى الغزي، دور الإعلام في الاتصال السياسي وأثره على الجمهور، الحوار المتمدن، ٢٠٢٤، <http://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=1593> Date of search 3/5/2015
- (16) Murphy. P. & Gilpin. D. *Crisis Management in Complex World*, 2008, (New York, USA. Oxford University) .
- (١٧) فريد الحسنى، فن إدارة الأزمات (العدد: ١٧٦٣ الجمعة ٢٠/٥/٢٠١١) http://www.4shared.com/web/preview/doc/Oq_ttqJU, Date of search 3/5/2015
- (١٨) عبد العزيز بن سلطان، التخطيط الاعلامى ودوره فى مواجهة الكوارث والازمات : دراسة مسحية على العاملين فى الدفاع المدنى ووزارة الاعلام والثقافة فى مدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة ، (الرياض، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، ٢٠٠٤)، ص ٦٤ .
- (١٩) أحمد فاروق رضوان. "اعتماد الجمهور المصرى على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد التاسع والثلاثون يناير - مارس ٢٠١٢*
- (٢٠) هالة كمال أحمد نوفل، "تأثير الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية والجديدة في المشاركة في الاستفتاء الدستوري ٢٠١٤"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد الثامن والأربعون يوليو - سبتمبر ٢٠١٤*.

- (٢١) إبراهيم محمد أبو المجد فرج ، العلاقة بين تعرض أخصائي الإعلام التربوي للمواقع الإخبارية الالكترونية ومستوي المعرفة بالإستراتيجية الوطنية لمكافحة الفساد في مصر ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد الثاني ، ٢٠١٤ .
- (٢٢) أميرة محمد إبراهيم النمر، استخدام طالبات الجامعات المصرية والسعودية لوسائل الإعلام الجديد وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لديهن، دراسة ميدانية بالتطبيق على ظاهرتي اضطراب صورة الجسم، والعزلة الاجتماعية **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد الأول ، ٢٠١٤ .
- (٢٣) أميرة محمد محمد سيد ، أحمد اتجاهات النخبة نحو تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن القومي المصري: دراسة ميدانية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد الأول ، ٢٠١٥ .
- (٢٤) أحمد فاروق رضوان. "اعتماد الجمهور المصري على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، العدد التاسع والثلاثون يناير – مارس ٢٠١٢

