

دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصرى فى ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية *

هند نبيل **

أولاً: مشكلة الدراسة

فى إطار الحديث عن أهمية الجانب الاقتصادى فى تحليل وتفسير الظواهر الاجتماعية والسياسية والتأكيد على عدم إمكانية فهم تلك الظواهر دون فهم دقيق للأبعاد الاقتصادية المحيطة بها خاصة فى المرحلة الحرجة التى يمر بها المجتمع المصرى بعد ثورتى ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو، بالإضافة إلى الأوضاع الاقتصادية الإقليمية والدولية التى تتسم بعدم الاستقرار فى أعقاب الأزمة الاقتصادية العالمية، أصبح من المهم التعرف على أهم الموضوعات الاقتصادية التى تشغل تفكير الجمهور العام غير المتخصص فى المجالات الاقتصادية والمالية.

وقد أكدت الدراسات الميدانية التى أجريت فى المجتمع المصرى والدول العربية أن التعرض للتلفزيون سلوك اتصالى شائع بين المواطنين بغض النظر عن النوع ومكان الإقامة والمستوى التعليمى والحالة الاجتماعية كما أن التلفزيون يخاطب قطاعات كبيرة من المواطنين الذين لا يعرفون القراءة والكتابة مما يجعله من الوسائل الإعلامية المتلى للوصول إلى هذه القطاعات خاصة النساء والريفين.

* ملخص رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠١٤.

** مدرس مساعد، قسم بحوث قياسات الرأى العام، المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية.

كما أن الحديث السائد حاليًا حول التغيرات الجذرية في الأداء الإعلامى الرسمى والاهتمام بتطبيق معايير الشفافية والمصداقية بعد أن تلاقت رغبات الجمهور والقائمين على العمل الإعلامى فى مصر حول تطهير الإعلام والارتقاء بالأداء الإعلامى الإخبارى فى مختلف الجوانب السياسية والاجتماعية والاقتصادية جعل من المهم دراسة الأجندة الاقتصادية للإعلام المصرى بكل جوانبها والتعرف على القضايا والموضوعات التى يمنحها التلفزيون المصرى الأولوية فى التداول والتحليل بقواته الأرضية والفضائية خاصة مع وجود ندرة فى الدراسات العربية التى اهتمت بالإعلام الاقتصادى وسيادة الآراء التى تؤكد أن الإعلام الاقتصادى فى مصر يتوجه إلى الصفة المهمة بعالم المال والأعمال من حاملى الأسهم والمتعاملين فى البورصة ويقدم معلومات وتغطية شديدة التخصص يصعب على الجمهور العام فهمها. وللوقوف على مدى صحة هذه الآراء تتمثل مشكلة هذه الدراسة فى التعرف على الأجندة الإعلامية الاقتصادية فى التلفزيون المصرى الرسمى بقطاعيه الأرضى والفضائى ممثلًا فى القناة الأولى الأرضية وقناة النيل للأخبار ومقارنتها بالأجندة الاقتصادية للجمهور العام غير المتخصص واكتشاف العلاقة بين الأجندين فى ضوء المتغيرات المعرفية والاجتماعية والديموغرافية المختلفة. والكشف عن العوامل والمتغيرات التى تؤثر فى وضع الأجندة ثم مقارنة الأجندين للوقوف على مدى التشابه والاختلاف بينهما.

ثانياً : أهمية الدراسة

١- مواكبة الاهتمام العالمى والمحلى بالقضايا الاقتصادية رغم القصور فى الاهتمام بالتغطية الإعلامية للموضوعات والقضايا الاقتصادية فىكى أن نعلم أن التلفزيون المصرى الرسمى بقطاعيه الأرضى والفضائى يولى للقضايا الاقتصادية اهتمامًا محدودًا حيث لا يخصص لها سوى ٣,٠٠٪ من ساعات إرساله بمتوسط ٤ دقائق فقط يومياً.

- ٢- تتواكب تلك الدراسة مع خصوصية الوضع الاقتصادى لمصر فى الفترة الحالية بعد عدم الاستقرار الاقتصادى الذى تلى ثورتى يناير ٢٠١١ ويونيو ٢٠١٣ لما أحدثته الثورتان من تغيرات اقتصادية أثرت على المواطن بشكل مباشر.
- ٣- توفير بيانات ومعلومات عن مدى تعرض الجمهور المصرى فى محافظتى القاهرة والجيزة للنشرات والبرامج الاقتصادية فى التلفزيون المصرى بالإضافة إلى التعرف على أهم الموضوعات والقضايا الاقتصادية التى تشغل تفكيره وكذلك الموضوعات التى يحرص على متابعتها فى النشرات والبرامج الاقتصادية وكذلك أهم المصادر الأخرى التى يعتمد عليها فى الحصول على المعلومات الاقتصادية.
- ٤- تقديم بيانات ومعلومات عن التغطية الإعلامية للموضوعات والقضايا الاقتصادية بالتلفزيون المصرى الرسمى والأهمية التى تحظى بها موضوعات بعينها والأساليب التى تعتمد عليها النشرات والبرامج الاقتصادية فى معالجة الموضوعات المختلفة على المستويين المحلى والدولى.

ثالثاً: أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف يمكن تحديدها فيما يلى:

- ١- التعرف على الأهمية التى يوليها التلفزيون المصرى الرسمى للموضوعات والقضايا الاقتصادية من خلال النشرات والبرامج الاقتصادية المقدمة على شاشته.
- ٢- التعرف على الموضوعات والقضايا الاقتصادية المحلية والإقليمية والدولية التى تتناولها النشرات والبرامج الاقتصادية.
- ٣- تحديد أهم الموضوعات والقضايا الاقتصادية التى تشغل الجمهور فى حياته اليومية على المستويين المحلى والخارجى.

- ٤ - - اكتشاف الدور الذى يقوم به الإعلام الاقتصادى فى ترتيب أولويات الجمهور نحو موضوعات وقضايا اقتصادية بعينها.
- ٥ - التعرف على أهم المتغيرات والمؤثرات الديموغرافية والمعرفية التى تكون الأجندة الاقتصادية للجمهور المصرى.
- ٦ - تحديد أهم المصادر التى يعتمد عليها الجمهور فى الحصول على المعلومات الاقتصادية عن القضايا والموضوعات الاقتصادية التى يهتم بها.
- ٧ - التعرف على أساليب المعالجة الإعلامية للموضوعات والقضايا فى التلفزيون المصرى الرسمى.

رابعاً: الإطار النظرى للدراسة

اعتمدت الدراسة على فروض نظرية وضع الأجندة Agenda Setting Theory حيث تتيح التعرف على كل من أجندة التلفزيون المصرى الرسمى وأجندة الجمهور المصرى فيما يخص الموضوعات والقضايا الاقتصادية، والمقارنة بين الأجندين وكذلك اختبار تأثير بعض المتغيرات على ترتيب أولويات الجمهور العام لتلك الموضوعات والقضايا.

وتفترض نظرية وضع الأجندة أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم كل الموضوعات- وإنما يختار القائمون بالاتصال فى تلك الوسائل بعض الموضوعات التى يتم التركيز عليها بشدة، والتحكم فى طبيعتها ومحتواها وهذه الموضوعات تثير تدريجياً اهتمام الناس وتفكيرهم وتجعلهم يشعرون بالقلق منها وبشأنها وبالتالي تشكل هذه الموضوعات لدى الجمهور أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التى لا تطرحها وسائل الإعلام.

تشتمل الدراسة على ستة فصول كالتالى:

الفصل الأول الذى تناول مشكلة الدراسة وأهميتها والأهداف التى تسعى لتحقيقها وكذلك الدراسات السابقة، كما تناول أيضاً تساؤلات الدراسة وفروضها مع

توضيح نوع البحث ومنهج الدراسة والإجراءات المنهجية المتبعة وكيفية تحديد واختيار عينة الدراسة وإعداد أدوات جمع البيانات وإجراءات الصدق والثبات والمعالجة الإحصائية للبيانات.

الفصل الثانى والذى عرض لنظرية وضع الأجندة ونشأتها وتطورها منذ بدايتها فى السبعينيات وأهم الاتجاهات الحديثة فى دراسات وضع الأجندة بالإضافة إلى مستويات وضع الأجندة وأهم فروض النظرية والعوامل الوسيطة التى تتدخل فى وضع الأجندة الإعلامية لموضوع أو قضية بالإضافة إلى أهم الانتقادات الموجهة للنظرية وكذلك أهم ما تضيفه إلى البحوث الإعلامية.

الفصل الثالث الذى تضمن مبحثين، الأول تناول الإعلام المتخصص وأسباب نشأته والوظائف التى يقوم بها والعوامل التى أدت إلى ظهوره وتطوره السريع كما تضمن أيضاً أهم أنواع الإعلام المتخصص والتحديات التى تواجهه، أما المبحث الثانى فقد تناول الإعلام الاقتصادى كنموذج للإعلام المتخصص وظهوره ونشأته وتطوره بالإضافة إلى الوظائف التى يؤديها فى المجتمعات المتقدمة والنامية ونماذج لبعض القنوات الاقتصادية المتخصصة فى الوطن العربى وأهم التحديات التى تواجهه.

الفصل الرابع والذى قدم نظرة على الوضع الاقتصادى لمصر بعد ثورة ٢٥ يناير وأهم المؤشرات الاقتصادية والمشكلات التى تواجهه مع الاستعانة ببيانات رسمية من جهات متعددة مثل وزارتى المالية والتخطيط ومركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار. وعرض الفصل أيضاً لبعض الحلول التى وضعها خبراء الاقتصاد للخروج من هذا الوضع الاقتصادى الحرج بالإضافة إلى عرض رؤى بعض المؤسسات الاقتصادية الدولية حول وضع مصر الاقتصادى عقب ثورة يناير ٢٠١١.

أما الفصل الخامس فقد تناول أهم نتائج الدراسات التحليلية والميدانية وينقسم إلى مبحثين، يعرض الأول، نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بالجمهور والثانى،

يعرض النتائج الخاصة بتحليل مضمون كل من النشرات والبرامج الاقتصادية فى القناة الأولى وقناة النيل للأخبار .

وتناول الفصل السادس والأخير نتائج اختبارات الفروض ومناقشتها.

أهم نتائج الدراسة الميدانية

١- يتابع المبحوثون النشرات الاقتصادية المعروضة على قناة النيل للأخبار أكثر من متابعتهم للنشرات بالقناة الأولى وجاءت نسبة متابعة البرامج الاقتصادية على القنوات منخفضة مقارنة بالنشرات حيث بلغت نسبة من لا يشاهدون البرامج مطلقا ٧٢,٨٪ من المبحوثين بينما لا يحرص على مشاهدتها دائماً سوى ٣,٩٪ فقط .

٢- تتصدر القضايا الاقتصادية المحلية المباشرة المتعلقة بحياة المبحوثين اليومية قائمة أولوياتهم حيث جاءت قضية البطالة فى المرتبة الأولى ثم مشكلة الفقر وانخفاض الدخل ثم قضية ارتفاع الأسعار ثم أزمة الوقود أما الموضوعات المتعلقة بأداء الاقتصاد المحلى والبورصة والمساعدات الاقتصادية الخارجية فقد جاءت كلها فى مراتب متأخرة.

٣- لم يكن تناول وسائل الإعلام للقضايا المحلية سبباً فى اهتمام المبحوثين بها حيث أكد ٧٤,٧٪ منهم أن ارتباط تلك الموضوعات بحياتهم اليومية هو السبب الأساسى فى اهتمامهم بها أكثر من غيرها، تلى ذلك حديث الناس عن تلك القضايا بنسبة بلغت ٦٧,٥٪ أما طرح وسائل الإعلام لها لم يكن سبباً للاهتمام بها إلا لدى ١٥,٧٪ من المبحوثين وأخيراً جاء الاهتمام من قبل الأهل والأصدقاء بنسبة بلغت ٤,١٪.

٤- لم يهتم ٦٤,٨٪ من المبحوثين بالموضوعات والقضايا الاقتصادية الخارجية بينما اهتم ٣٥,٢٪ فقط مما يؤكد أهمية اتصال القضية بالحاجات المباشرة للمبحوثين كسبب للاهتمام بها وابتعادهم عن الاهتمام بالقضايا المجردة البعيدة عن حياتهم

- اليومية وظهرت علاقات ضعيفة بين المتغيرات الديموجرافية المتمثلة فى النوع ومستوى التعليم والمستوى الاجتماعى والاقتصادى فى الاهتمام بالقضايا الخارجية بينما لم يكن للسن علاقة بالاهتمام من عدمه.
- ٥- جاءت أزمة ديون منطقة اليورو فى مقدمة الموضوعات التى يهتم بها الجمهور على مستوى القضايا الخارجية تلتها المساعدات الاقتصادية ثم اتفاقيات التعاون الاقتصادى.
- ٦- جاء تأثير تلك الموضوعات والقضايا على الاقتصاد المصرى أهم سبب فى اهتمام الباحثين بها بنسبة بلغت ٨٥,٦% ثم عرضها باستمرار فى وسائل الإعلام ٤٤,٥% ثم المساس بالحياة اليومية بشكل غير مباشر بنسبة بلغت ١٤,٤% وأخيراً حديث الأهل والأصدقاء عنها ١,٤% فقط.
- ٧- يهتم الباحثون بمتابعة عدد من الموضوعات والقضايا الاقتصادية على التليفزيون المصرى وجاءت الأزمات الاقتصادية المحلية فى مقدمتها ثم مؤشرات البورصة المصرية ثم أسعار العملات وتلتها أسعار البترول ثم الأزمات الاقتصادية الخارجية وأخيراً اتفاقيات التعاون الاقتصادى.
- ٨- تصدرت القنوات الفضائية المصرية والعربية قائمة المصادر التى يحصل منها الباحثين عن معلوماتهم عن الموضوعات والقضايا تلتها القنوات التليفزيونية المصرية الأرضية ثم الصحف المصرية ثم الإنترنت والإذاعة وتراجع الاتصال الشخصى كمصدر للمعلومات فى المرتبة الأخيرة.
- ٩- تحرص أكثر من نصف العينة على مناقشة الموضوعات والقضايا الاقتصادية مع الآخرين بشكل دائم بنسبة ٥١%، بينما يناقشونها أحياناً بنسبة ٤٤,٢% أما من لا يناقشونها لم تتجاوز نسبتهم ٤,٨%.
- ١٠- جاء برنامج مؤشر النيل فى مقدمة البرامج التى حرص الباحثون على متابعته بنسبة بلغت ٥١,٣% ثم المنتدى الاقتصادى ٣٧,٢% ثم المجلة الاقتصادية ٣٢,٧%.

١١- اختلفت أسباب حرص المبحوثين على متابعة تلك البرامج وأن انفق ٣٩,٨٪ منهم على متابعتها لأنها تناقش الموضوعات التي يهتمون بها ٣٥,٤٪ يتابعونها لأنها تساعدهم في فهم أبعاد الموضوعات المعقدة و ٣٣,٦٪ يتابعونها لأنها تشرح الموضوعات بشكل جيد و ٢٩,٢٪ يتابعونها لأنها تستضيف شخصيات مهمة ويتابعونها ١٥,٩٪ لأنها تعرض وجهات النظر المختلفة بحياد وموضوعية.

أهم نتائج الدراسة التحليلية للنشرات والبرامج الاقتصادية

١- اهتمت النشرات بعرض الأخبار الخارجية أكثر من الأخبار المحلية حيث بلغت نسبة الأخبار المحلية ٣٢,٢٪ بينما بلغت نسبة الأخبار الخارجية ٤١,٥٪ بينما ركزت البرامج على الموضوعات المحلية المتعلقة بالاقتصاد المصري بنسبة بلغت ٨١,٨٪ بينما لم تول القضايا الخارجية اهتمامًا إلا بنسبة بلغت ١٨,٢٪ فقط.

٢- تصدرت الأزمات الاقتصادية الخارجية قائمة أولويات النشرات بنسبة بلغت ٢٢,٩٪ من مجموع الأخبار بينما تصدر تراجع أداء الاقتصاد المصري قائمة الموضوعات في البرامج بنسبة بلغت ٣٨,٨٪ .

٣- تصدرت أزمة ديون اليونان أولوية القضايا الخارجية في النشرات بنسبة بلغت ٣٤,٨٪ بينما تصدرت ديون اليورو أولوية قضايا البرامج بنسبة بلغت ٧٥٪.

٤- جاء الحدث محورًا لارتكاز ٨٣,١٪ من الأخبار في النشرات التي تم تحليلها أما القضية كانت محور ارتكاز ٧,٤٪ و ٩,٥٪ من الأخبار جمعت بينهما كمحور للارتكاز بها أما البرامج فكانت القضية محور ارتكاز ١٠٠٪ من فقراتها لأنها لا تهتم بتقديم الأحداث وإنما تهتم بمناقشة الموضوع أو القضية.

٥- جاءت الأخبار في النشرات إيجابية بنسبة ٥٧,٨٪ ومتوازنة بنسبة ١١,٥٪ وسلبية بنسبة ٢٩,٧٪ بينما جاءت كل الأفكار الفرعية المطروحة في البرامج

الاقتصادية متوازنة وجاءت الأخبار في النشرات في شكل تحليلي بنسبة بلغت ١٧,١٪ فقط بينما جاءت بشكل خبري بنسبة ٨٢,٩٪.

٦- استعانت كل من النشرات والبرامج بعناصر إبراز مختلفة لمعالجة المادة المقدمة وجاءت الصور الحية في مقدمة العناصر المستخدمة في النشرات ثم الرسوم والخرائط والصور الثابتة وجمعت بين أكثر من عنصر للإبراز في ٢٥,٦٪ الأخبار بينما لم تستخدم البرامج أيًا من تلك العناصر واكتفت بالمعلومات التي يطرحها مقدم البرنامج وما يقدمه الضيوف من شرح وتفسير.

٧- استعانت النشرات بخبراء اقتصاديين للتعليق على ٣٧,٧٪ من الأخبار التي تم تناولها بشكل تحليلي تلاهم المسؤولون الحكوميون بنسبة بلغت ٣٤,٤٪ ثم خبراء البورصة ٢٢,١٪ وأخيراً أساتذة الجامعة ١٦,٤٪، أما البرامج فقد استضافت خبراء اقتصاديين للتعليق والتفسير بنسبة بلغت ٦٣,٦٪ ثم رجال الأعمال وأصحاب المشروعات الخاصة ٤٥,٥٪ ثم أساتذة الجامعات ٣٦,٤٪ تساوى معهم أعضاء البرلمان وجاء خبراء البورصة ومسئولو الحكومة متساويون في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت ١٨,٢٪ لكل منهما.

