

المسئولية الاجتماعية لمعالجة الموضوعات الاقتصادية في الفضائيات المصرية - دراسة تحليلية

إعداد

نورهان محمد أحمد(*)

ملخص البحث

سعى هذا البحث إلى دراسة كيفية معالجة الموضوعات الاقتصادية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، والتعرف على الجوانب الإيجابية والسلبية في الأداء الإعلامي لهذه القنوات، ومدى التزامها بمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبالضوابط المهنية والأخلاقية، وذلك من خلال تحليل سمات واتجاهات معالجة الموضوعات الاقتصادية المقدمة برنامج "مال" و"مؤشر النيل" على قناة مصر الإخبارية (النيل CBC Extera News وأعمال" على قناة للأخبار) وذلك لمدة 3 شهور بأسلوب الحصر الشامل في الفترة من 2017/7/1 إلى 2017/9/31، باستخدام منهج المسح ومرشد التحليل الكيفي، وانتهى البحث إلى مجموعة من النتائج كان أبرزها:

1) اهتمام البرامج الاقتصادية بقضايا وإهمالها لقضايا أخرى برغم أهميتها مثل: الإنتاج الزراعي والصناعي - ضريبة القيمة المضافة - الإصلاح الضريبي والجمركي، كذلك عدم الاهتمام الكافي بالقضايا التي تمس المواطن البسيط مثل: الدعم - وارتفاع الأسعار (التضخم) - والرعاية الصحية - والتعليم في مصر، وهو أمر يحسب ضد البرامج الاقتصادية بالقنوات المصرية؛ حيث أن مصر مازالت في طور التنمية وتحتاج إلى التركيز على تلك المجالات للنهوض بالاقتصاد المصري، وهنا يجب ذكر أن دور الإعلام يزداد كلما كانت القضية مجردة وليست ملموسة.

2) غلبة الاتجاه المتوازن على اتجاه معالجة البرامج الاقتصادية عينة الدراسة للموضوعات الاقتصادية المطروحة، وهذا يؤكد حرص هذه البرامج على توشي الدقة والحيادية في نقل المعلومات كقيمة إخبارية من وظائف الإعلام "نقل الحقيقة كما هي دون تحيز.

3) غلبة الاتجاه ال "متوازن" نحو المؤسسات والشخصيات الفاعلة الواردة بالبرامج الاقتصادية وهذا مؤشر جيد يُشير إلى بداية خطوة جيدة في طريق تطور وتحسن أداء البرامج الاقتصادية.

4) ضعف اهتمام البرامج الاقتصادية بآراء الجمهور المتلقي، حيث لا تتيح البرامج الاقتصادية وسائل للمشاركة الجماهيرية وبالتالي يعكس هذه ضعف وتقصير في التزام البرامج الاقتصادية بمسئوليتها الاجتماعية نحو الأفراد.

5) القنوات الحكومية كانت أكثر التزامًا بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من القنوات الخاصة سواء على مستوى الأفراد أو على مستوى المجتمع، وهذا يُشير إلى بداية إعلام اقتصادي حكومي يُمكن أن يُنافس الإعلام الخاص فيما بعد ويتفوق عليه.

Summary of the study of social responsibility of the treatment of economic issues in Egyptian satellite channels - analytical study

This research sought to study how to deal with economic issues in governmental and private TV channels, to identify the positive and negative aspects of the media performance of these channels, and their commitment to the principles and dimensions of social responsibility and professional and ethical controls. "Mal w amaal" Program On CBC Extera News and "Moasher el Nile" program on the Nile News Channel for a period of 3 months in a comprehensive inventory method from 1/7/2017 to 31/9/2017 using the survey methodology and qualitative analysis guide, And The most prominent results were:

- 1) The economic programs care of some issues and neglect of other issues, in spite of their importance, such as: agricultural and industrial production, value added tax, tax and customs reform, as well as insufficient attention to issues affecting simple citizens such as subsidies, high prices, Which is calculated against the economic programs of the Egyptian channels; as Egypt is still in the development stage and need to focus on those areas to promote the Egyptian economy, and here it must be mentioned that the role of the media increases whenever the issue is abstract and not concrete.**
- 2) The predominance of the balanced trend in the treatment of economic programs, the sample of the study of the economic issues raised, and this confirms the keenness of these programs to be accurate and impartial in the transfer of information as a news value of the functions of the media.**
- 3) The predominance of the "balanced" trend towards the institutions and individuals involved in the economic programs, which is a good indicator of the beginning of a good step in the way of development and improvement of the performance of economic programs.**

- 4) The poor interest of economic programs with the views of the receiving public, where economic programs do not provide means for public participation and thus reflect the weakness and shortness of the commitment of economic programs to their social responsibility towards individuals.
- 5) Government channels were more committed to the dimensions of social responsibility of private channels, both at the level of individuals or at the level of society, and this refers to the beginning of a government economic information can compete with private media later and outperform.

مقدمة:

يُمثل الإعلام الاقتصادي عنصرًا مهمًا وحيويًا وفعالًا في المجتمع لتحقيق أهداف وغايات سياسية وإعلامية تتعدى مهمتها الأساسية إلى ملامسة حياة الناس والتصدي للظواهر السلبية والفساد⁽¹⁾، وهذا يستدعي تحرير المؤسسة الإعلامية من القيود والضغوط المهنية والتنظيمية وحماية القائم بالاتصال حتى يجرؤ على النقد وكشف الأخطاء والتجاوزات والسلبيات، فإشكالية الإعلام الاقتصادي يجب أن ينظر لها على المستوى الكلي وليس الجزئي، أي من خلال النظام الاقتصادي والسياسي والاجتماعي وكذلك من خلال النظام الإعلامي ككل⁽²⁾.

وُيعدّ دور الإعلام الاقتصادي مساعدًا في إبراز نقاط الضعف والقوة في سياسات الدول الاقتصادية⁽³⁾، وعدم تشجيع المسؤولين الحكوميين من انتهاك سياسات قائمة تحت ضغط الأزمات الاقتصادية⁽⁴⁾، ويساهم من جهة أخرى في تحليل الخطاب الاقتصادي الرسمي ويكشف مدى انحرافه عن الواقع الفعلي لينتهي بذلك الخطاب إلى مساءلته عن مصداقيته، وإلزامه بأن يكون أكثر شفافية في كل مرة.

فالإعلام الآن بتعدد وسائله من صحافة مطبوعة وإذاعة وتلفزيون ومعلومات تتبادلها أجهزة الكمبيوتر والفاكس، تحول إلى سلطة رقابة عامة من جهة، وأداة لتشكيل الرأي العام وصناعته من جهة أخرى⁽⁵⁾.

بالإضافة إلى أنه تمّ رصد الكثير من الانحياز الإعلامي وفق لما تمليه مصالح وأهواء صانعيها وعلى الأخص ما يطلق عليه مراكز القوى الاقتصادية التي تسعى إلى فرض وجهة نظرها وتسويق كل ما ترغب فيه عن طريق المؤسسات الإعلامية⁽⁶⁾.

ويعتمد النظام الإعلامي على توظيف تكنولوجيا الاتصال ووسائله في عملية الاختراق الثقافي بالدعوة والترويج لثقافة الاستهلاك ولمنتجات السوق العالمية، وقد وجد أحد الباحثين أن

الفضائيات التليفزيونية تسهم في زيادة النزعة الاستهلاكية لدي (75%) من الجمهور في إحدى المدن العربية، الأمر الذي أدى إلى ظهور مشكلات اجتماعية ونفسية واقتصادية عديدة⁽⁷⁾.

كما توصلت الدراسات إلى أن المحتوى الإعلامي يؤثر على الحالة المزاجية والمعنوية للمشاهدين سلباً أو إيجاباً طبقاً لطريقة عرض وتوجيه الرسالة الإعلامية نحو القضية أو المشكلة الاقتصادية مما يؤدي إلى تذبذب الحالة الاقتصادية، كما أثبتت الدراسات تباطؤ النمو الاقتصادي يتأثر بنظرة الجمهور التشاؤمية للاقتصاد عامة⁽⁸⁾، وأوضحت أن الاستجابة العامة للمعلومات الاقتصادية السلبية أكبر وأقوى من استجاباتهم للمعلومات الإيجابية، فالفكرة الأساسية تقوم على أن وسائل الإعلام هي آلية مؤسسية لتحقيق سياسة ناجحة تروج للتنمية الاقتصادية⁽⁹⁾. كما ثبت في دراسة (كارول وآخرون Caroll & others) أن الأوضاع الاقتصادية السيئة مثل: الانخفاض العام في أسعار المساكن في أمريكا أواخر عام 2007 توافق مع كميات متزايدة من التغطية الإعلامية، وأن التصورات العامة للأوضاع الاقتصادية مرتبطة بشكل وثيق مع التغطية الإعلامية⁽¹⁰⁾.

في حين أن دور الإعلام الاقتصادي هو توعية الفرد وتنقيفه باعتباره كائناً اقتصادياً، يتخذ يومياً قرارات اقتصادية، وما ينسحب على الفرد ينسحب على المؤسسة ومختلف المنظمات في المجتمع وعلى الدولة نفسها، فالالاقتصاد هو جزء لا يتجزأ من حياة الفرد الذي يتخذ قرارات اقتصادية عديدة في اليوم الواحد⁽¹¹⁾، وبالتالي فالإعلام الاقتصادي والمالي يواجه مساءلة الناس له ومطالبته بنقل حقيقة ما يحصل من حولهم، وخصوصاً ما يمس واقع ومستقبل معيشتهم ومدخراتهم ومصادر رزقهم، وفي الوقت ذاته تقديم الخبر دون قصد أو غموض يسبب الصدمة، وكذلك عدم الأخذ بالشائعات المثيرة وترويجها⁽¹²⁾.

ومن هنا نستطيع القول بأن لوسائل الإعلام المستقلة دورين رئيسيين: دور "الرقيب الحارس" على الحكومات، ودور توعية الناس حول القضايا التي تؤثر في حياتهم⁽¹³⁾.

مشكلة الدراسة:

المجال الاقتصادي يعبر عن مدى قوة الدولة، وكذلك عن علاقات الدول بعضها ببعض، وقد يسبب حروباً إذا ما اقتضى المساس بأحد الموارد الاقتصادية للدولة⁽¹⁴⁾، ومُنذ أن بدأت اقتصاديات البلاد طريقها نحو إعادة البناء واستعادة مواردها أصبح من مهام الإعلام عرض المعلومات الاقتصادية بصورة مناسبة، إذ أن تدهور الاقتصاد أو انتعاشه يترك أثاره على الجميع على حد سواء.

ومن هنا جاء اهتمام الباحثة بدراسة كيفية معالجة الموضوعات الاقتصادية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة، والتعرف على الجوانب الإيجابية والسلبية في الأداء الإعلامي لهذه القنوات، ومدى التزامها بمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية وبالضوابط المهنية والأخلاقية.

الأهمية:

1- مواكبة الاهتمام العالمي والمحلي بالقضايا الاقتصادية، وعلى جانب آخر القصور في الاهتمام بالموضوعات والقضايا الاقتصادية سواء في الدراسات الأكاديمية الإعلامية العربية الحديثة أو في وسائل الإعلام حيث ترجع أغلب الدراسات إلى ما يرجع عن عام 2000، كما لا تتعدى التغطية الإعلامية للموضوعات والقضايا الاقتصادية في التلفزيون المصري الحكومي بقطاعيه الأرضي والفضائي (3,00%) من ساعات إرساله بمتوسط 4 دقائق فقط يوميًا⁽¹⁵⁾.

2- أهمية تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية على مجال الإعلام الاقتصادي، حيث تتوكلت الدراسة مع خصوصية الوضع الاقتصادي المصري في الفترة الحالية والذي يتسم بعدم الاستقرار.

3- تُعد وسائل الإعلام أحد المصادر الرئيسية التي يُمكن الاعتماد عليها في اتخاذ القرار الاقتصادي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على ما يلي:

- 1- الموضوعات الاقتصادية التي تُركز عليها القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة.
- 2- اتجاهات المضامين الاقتصادية في عينة الدراسة نحو الموضوعات الاقتصادية التي تتناولها القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة.
- 3- اتجاهات المضامين الاقتصادية في عينة الدراسة نحو الشخصيات والمؤسسات التي تتناولها.
- 4- الملامح العامة لأسس ومعايير المسؤولية الاجتماعية التي تحكم معالجة الموضوعات الاقتصادية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة.

الدراسات السابقة:

تتخصر الدراسات السابقة في هذا البحث في محور واحد يستعرض الدراسات التي تناولت

الإعلام الاقتصادي، ويُمكن عرضها من خلال مجموعة من المتغيرات كما يلي:
أولاً: تأثير نوع الوسيلة، ونوع الملكية، والإدارة، على المضمون الاقتصادي:

خُصت الدراسات التي اندرجت تحت هذا المتغير إلى:

- كشفت النتائج أن التوجه الفكري والانتماء السياسي لكل صحيفة كان مؤشراً رئيساً في معالجتها، وذلك وفقاً لما جاء في دراسة (أميمة مجدي 2012)⁽¹⁶⁾، كما كشفت نتائج الدراسات أن وسائل الإعلام القومية تأثرت بتوجيهات النظام السياسي في تناولها للشأن الاقتصادي كما أوضح (كايتلين كاسادي Caitlin Cassady 2010)⁽¹⁷⁾ في دراسته.

- وأكدت دراسة (السيد بهنسي 2001)⁽¹⁸⁾ وجود ارتباطات إيجابية قوية بين أجنادات كل من جريدة الأهرام وإذاعة البرنامج العام والقناة الأولى بشأن ترتيب قضايا التحول الاقتصادي، وأرجع الباحث ذلك إلى كون تلك الوسائل جميعاً وسائل إعلامية رسمية مملوكة للدولة حيثُ تنبثق السياسة الإعلامية لتلك الوسائل من سياسة إعلامية واحدة تعبر عن السياسة العامة للدولة.

- وأوضحت دراسة (سماح ماضي 2009)⁽¹⁹⁾ اهتمام صحف (الأهرام - الوفد - الأسبوع) بتقديم أساليب الإقناع المنطقية بشكل أساسي خاصة في "الأهرام"، حيثُ لجأت إلى الاستشهاد بالمصادر الحية والتقارير الرسمية والأرقام والإحصائيات والبيانات، والأمثلة الواقعية، وطغى استخدام الأساليب العاطفية التي تتسم بالإثارة والمبالغة في "الوفد" و"الأسبوع" في عرض سلبيات خاصة فيما يتعلق بإجراءات الحكومة ونقد بعض الرموز، واختلفت هذه النتيجة جزئياً مع دراسة (انتصار محمد 2004)⁽²⁰⁾ التي أظهرت الدراسة اعتماد كل من صحيفة "الأهرام" و"الوفد" على أساليب الإقناع المنطقية في معالجة القضايا الاقتصادية، مقابل استخدام الاستمالات العاطفية من جانب صحيفة "صوت الأمة" للتهويل والمبالغة والتهوين.

- وفيما يخص نوع الوسيلة أظهرت نتائج دراسة (كيري جويدل، وآخرون Kirby Goidel 2010)⁽²¹⁾ أن التقييمات والتوقعات الفردية الخاصة باقتصاد الولايات المتحدة ارتبطت بتغطية الشبكة الوطنية للأخبار الاقتصادية، وكذلك التلفزيون المحلي، إضافة إلى دور الصحافة المطبوعة المهم في التأثير في بناء توقعات ظروف العمل في المستقبل، كما خُصت الدراسة إلى وجود اختلافات مهمة في التغطية الاقتصادية عبر وسائل الإعلام المختلفة.

- وجاء في دراسة (دعاء عادل 2016)⁽²²⁾ أن عرض القضايا في المواقع الإلكترونية جاء بشكل مستقل (كل قضية على حدة)، وفي المقابل جاء عرض القضايا الاقتصادية على شبكات التواصل الاجتماعي بشكل مترابط وفي إطار رؤية كلية.

ثالثاً: أهم الموضوعات الاقتصادية التي أهتم بها الإعلام:

خُصت الدراسات التي اندرجت تحت هذا المتغير إلى:

- جاء اهتمام النشرات الاقتصادية بعرض الأخبار الخارجية أكثر من الأخبار المحلية وتصدرت الأزمات الاقتصادية الخارجية قائمة أولويات النشرات بنسبة بلغت (22,9%) من مجموع الأخبار، بينما ركزت البرامج على الموضوعات المحلية المتعلقة بالاقتصاد المصري وتصدر تراجع أداء الاقتصاد المصري قائمة الموضوعات في البرامج بنسبة بلغت (38,8%)، كما جاء في دراسة (هند محمد 2014)⁽²³⁾، في حين كشفت دراسة (المجلس الأعلى للإعلام/ الأردن 2005)⁽²⁴⁾ عن ارتفاع نسبة التغطية للشأن الاقتصادي المحلي مقارنة بالشأن العربي والدولي.

- وفي دراسة (سمر يسري 2016)⁽²⁵⁾ لاحظت الباحثة اهتمام البرامج الاقتصادية بموضوعات دون الأخرى مثل: (تراجع إيرادات قناة السويس، ثم قطاع السياحة، تلاهم أخبار البورصة المصرية وأخبار الوقود، تلاهم تغطية المؤتمرات والمعارض في مصر) في حين تم إهمال البرامج (جلسة الأعمال - برنامج عين على مصر - نشرة الأخبار) بإهمال بعض القضايا والموضوعات الاقتصادية المصرية الهامة مثل: (البطالة - قضايا ارتفاع الأسعار والفقر - انخفاض الدخل - أزمة إسكان الشباب والعقارات)، وهو ما يؤكد أن البرامج الاقتصادية تهتم بفئات وقطاعات محددة من الجمهور كرجال الأعمال والمستثمرين أكثر من فئة المواطن العادي واحتياجاته اليومية.

ثانياً: الحرية والمسئولية الاجتماعية للإعلام الاقتصادي:

خُصت الدراسات التي اندرجت تحت هذا المتغير إلى:

- أن تحقيق التنمية الاقتصادية يعتمد بشكل كبير على وجود وسائل إعلام حرة وذات فعالية كبيرة مؤثرة في المواطن، وذلك وفقاً لما أوضحته دراسة (كريستوفر كوين، وآخرون 2004 Christopher Coyne & Others)⁽²⁶⁾.

- وأشارت دراسة (بيتر ليسون، وكوين كرسوفار Peter Less on & Christopher Coyne 2007)⁽²⁷⁾ أن حرية وسائل الإعلام ترتبط بمستويات أعلى من التنمية الاقتصادية، في حين يربط الإعلام الموجه (الذي تسيطر عليه الحكومة) بمستويات متدنية من التنمية الاقتصادية.

- كما أشارت دراسة (تيموثي بيسلي وروبن بيرجوسس 2002 Timothy Besley & Robin Burgess)⁽²⁸⁾ أن هناك صلة قوية بين سياسة الحكومة وتطوير وسائل الإعلام خصوصاً في البلدان النامية، فتحسين آليات المسائلة التي توفرها وسائل الإعلام وراء التنمية الاقتصادية.

- وأوضحت دراسة (كونستانتين خولوديلين وآخرون 2015 Kholodilin Konstantin)⁽²⁹⁾ أن التغطية الإعلامية تؤثر على إدراك صنّاع القرار والخبراء الاقتصاديين، كما أن الانحراف في التنبؤات من قبل وسائل الإعلام وصنّاع القرار والخبراء الاقتصاديين عن التنمية الحقيقية يؤثر

سلبًا على التغطية الإعلامية للاقتصاد بالمقارنة مع التصورات التي كتبها صانع القرار وخبراء الاقتصاد، وأنه مع فائض من الأوصاف السلبية للاقتصاد في التغطية الإعلامية يؤثر على الوضع الحالي وعلى التنمية المستقبلية، وتظهر نتيجة مماثلة من قبل مؤشر ثقة المستهلك، وتعطي صورة مختلفة عن تقييمات الشركات والخبراء الاقتصاديين.

- وجاءت نتائج دراسة (جمال الدين السيد 2001)⁽³⁰⁾ موضحة أن وسائل الإعلام في مصر لا تقوم بالتنوع الاقتصادي لأن الإعلام في مصر يعتمد في معالجته لمثل هذه القضايا على الحدث والخبر المثير، وتتمّ التغطية الإعلامية الفورية في أوقات محددة - عند حدوث كوارث اقتصادية محلية أو عالمية - وسرعان ما تتلاشى هذه التغطية بانتهاء هذه الكارثة، وهذا ما أكدته دراسة (إلهام يونس 2010)⁽³¹⁾.

- كما أوضحت نتائج دراسة (هاويل، وميلر 2006 Howel & Miller)⁽³²⁾ إلى اندفاع وسائل الإعلام بشكل عشوائي نحو نشر موضوعات بشكل مبالغ فيه بما يعكس درجة من الخوف والقلق لدى الفئات المحتملة المستهدفة.

- كما عملت وسائل الإعلام على تشويه بعض الفئات الاقتصادية الهامة وفقًا لما جاء في دراسة (وائل محمد 2005)⁽³³⁾ التي توصلت إلى أن صورة رجال الأعمال في الصحف المصرية كانت على أساس أنهم مجموعة من الأشخاص يقومون بالاستيلاء على المال العام ويضرون بالمصالح الاقتصادية للدولة.

- كما توصلت دراسة (أشرف جلال 2009)⁽³⁴⁾ إلى افتقاد الفضائيات العربية، ووسائل أخرى لمبادئ وأسس الإعلام الاقتصادي الرشيد ومبادئه الأساسية من حوكمة^(*) وشفافية ونزاهة مهنية، وأمانة في التعامل بسبب التدخلات الحكومية من جانب، والضغط غير المباشرة التي قد يتعرض لها الإعلام.

الإطار النظري للدراسة (نظرية المسؤولية الاجتماعية (Social Responsibility theory))

يُشير الفرض الرئيسي لنظرية المسؤولية الاجتماعية إلى أن الحرية تحمل في معناها التزامات تقترن بها، وأنه ينبغي لإدراك المسؤولية الاجتماعية ثلاثة عناصر هي: الوظيفة السياسية لوسائل الإعلام، المعايير الأخلاقية، وأنواع السلوك التي يجب أن يلتزم بها الإعلاميون في إطار الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية⁽³⁵⁾.

وتقوم نظرية المسؤولية الاجتماعية على التوازن بين الحرية والمسؤولية، حيثُ أضافت هذه النظرية إلى مبادئ النظام العالمي الليبرالي مبدئين جديدين، المبدأ الأول يتمثل في وجود التزام ذاتي من جانب الإعلاميين لمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف تحقيق التوازن

بين حرية الإعلام ومصصلحة المجتمع، والمبدأ الآخر للإعلام الواجب الاجتماعي للإعلام الذي يتمثل في تقديم الأحداث الجارية وتقديم تفسير لها في إطار له معنى ودلالة⁽³⁶⁾.

وقد أصبحت المعلومة الاقتصادية والاستثمارية ضرورة ملحة في نقل الصورة الحقيقية للأداء الاقتصادي المحلي والدولي⁽³⁷⁾، وبقدر توفير الثقافة الاقتصادية ومدى عمقها واتساعها تنتعش القطاعات الاقتصادية، وتتوفر قوة البورصة ويزيد الإقبال عليها والتعامل فيها، وبفضل الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير على الرأي العام تستمر حركة الاقتصاد بشكل نشط أحياناً، وخصوصاً إذا ما توفرت الشفافية المطلوبة، إلا أن هناك جزءاً سلبياً للنشر والبيث الإعلامي حينما تقوم وسائل الإعلام بتدليس الحقائق الاقتصادية وتقديم المعلومات غير الصحيحة، المغرضة والمضللة وغير الواضحة والتي تضر بالمستثمرين الذين يتداولون الأسهم⁽³⁸⁾ بل ويمتد الضرر إلى اقتصاد الدولة ككل إذا ما اعتمد أصحاب القرارات الاقتصادية في الدولة على تلك المعلومات.

وهناك اختلاف جذري بين التغطية الإعلامية المسؤولة التي لها مصادر معلومة وبين التغطية غير المسؤولة، فالتغطية الإعلامية المسؤولة تتعامل بجدية مع الأمور وتقدم معلومات شفافة وواضحة للجمهور ومن ثم تمكنهم من اتخاذ القرار السليم، وهي تتمتع بشق إيجابي أفضل من التغطية غير المسؤولة؛ مما يجعل من الصعب استخدام القواعد المعمول بها في المجال الإعلامي من أجل تقييم الاستراتيجية الداعمة؛ لأن هذه التغطية غير المسؤولة تتعامل بشكل غير دقيق مع الأخبار والمعلومات؛ ومن ثم تسبب مشكلات للقطاعات الاقتصادية نتيجة لاعتمادهم على أخبار غير دقيقة، وبالتالي توقعهم في اتخاذ قرارات غير سليمة⁽³⁹⁾.

وبالتالي تُعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية من أنسب النظريات لدراسة الإعلام الاقتصادي، فمع تزايد الوسائل الإعلامية المتخصصة في مجال الاقتصاد، ومع زيادة حساسية الوضع الاقتصادي في الدولة المصرية أصبح من الضروري إجراء دراسات إعلامية ترصد مدى التزام الإعلام المتخصص في الشؤون الاقتصادية بالمسؤولية الاجتماعية، وذلك لأن النظرية تهتم برصد قدر الحرية التي تحظى به الوسيلة الإعلامية من جانب والتزامها بواجبها الاجتماعي في التنقيف والمساعدة في حل مشكلات المجتمع وتنمية الجانب الاقتصادي من جانب آخر.

تساؤلات البحث:

1- ما الموضوعات الاقتصادية المحلية والخارجية التي تتناولها المضامين الاقتصادية في

القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة؟ واتجاهات المعالجة نحوها؟

2- ما الاستمالات الاقناعية المستخدمة في المحتوى الإعلامي للمضمون الاقتصادي المقدم

في القنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة؟

3- ما اتجاهات المعالجة نحو المؤسسات والشخصيات الفاعلة الواردة بالمضامين الاقتصادية في القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة؟

4- ما مدى التزام القائم بالاتصال في المضامين الاقتصادية المقدمة بالقنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة بمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية؟

الإجراءات المنهجية للدراسة:

(أ) نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية **Descriptive**، التي تستهدف خصائص الظواهر أو المجموعات محل الدراسة، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة بهدف الحصول على معلومات دقيقة وكافية عنها⁽⁴⁰⁾.

(ب) منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي باعتباره جهدًا علميًا منظمًا للحصول على بيانات، ومعلومات، وأوصاف الظاهرة محل الدراسة، ومعرفة كافة جوانبها المختلفة⁽⁴¹⁾، ويُعد أكثر المناهج ملائمة للبحوث الإعلامية⁽⁴²⁾.

وسيتم استخدام منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي وفي إطار ذلك يتم:

مسح مضمون عينة من البرامج الاقتصادية، لمعرفة أهم الموضوعات الاقتصادية المعروضة، ومدى التزامها بمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية، وذلك باستخدام التحليل الكيفي البسيط.

كما تعتمد هذه الدراسة على أسلوب التحليل المقارن الذي يعمد إلى عقد مقارنات لجوانب الاتفاق والاختلاف بين عدد من الظواهر، ويتم توظيف هذا الأسلوب كأسلوب منهجي مناسب للمقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية والخاصة في معالجتهم للموضوعات الاقتصادية، ومدى التزامهم بمبادئ وأبعاد المسؤولية الاجتماعية.

(ج) مجتمع الدراسة:

يُعد مجتمع هذه الدراسة هو المضامين الاقتصادية المقدمة بالقنوات التلفزيونية المصرية الحكومية والخاصة.

(د) عينة الدراسة:

تتمثل في برنامج "مال وأعمال" بقناة CBC Extera news، وبرنامج "مؤشر النيل" بقناة النيل للأخبار (مصر الإخبارية)، لمدة 3 أشهر بأسلوب الحصر الشامل.

(ذ) أساليب جمع البيانات:

تمّ الاعتماد على مرشد التحليل الكيفي كأداة لجمع البيانات للحصول على مؤشرات دالة عن كيفية معالجة المضمون الاقتصادي في القنوات التلفزيونية المصرية، وقد تضمن المرشد مجموعة من الفئات اقتصرت على فئات ماذا قيل، وتمثلت في: (الموضوعات الاقتصادية المصرية التي تتضمنها الفقرة - اتجاه المعالجة نحو الموضوع المطروح في الفقرة - أساليب الإقناع - المهارات المهنية لدى مقدم البرنامج - اتجاه المعالجة نحو المؤسسات والشخصيات الفاعلة - المسؤولية الاجتماعية للبرامج الاقتصادية نحو الأفراد - المسؤولية الاجتماعية للبرامج الاقتصادية نحو المجتمع)

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة:

1- أبرز الموضوعات الاقتصادية المصرية التي تتضمنها الفقرة:

أظهر التحليل الكيفي: اهتمام برنامج "مال وأعمال" بفكرة التنمية في مختلف الأصعدة الاقتصادية فعلى سبيل المثال تقول د/ أميرة النقلي أستاذة العمارة والتصميم البيئي بجامعة لينكن بالأمم المتحدة أثناء استضافتها في برنامج مال وأعمال بتاريخ (2017/7/2): "عشان نحقق التنمية المستدامة في عناصر اجتمع عليها العلماء والبحث العلمي وهي ثلاثة عناصر أساسية تتكون من: العدالة الاجتماعية، والاقتصاد، والجوانب البيئية، وأفضل إضافة بُعد رابع وهو الثقافة والهوية".

كما اهتم برنامج "مال وأعمال" بعرض مولدات الطاقة بشكل غير مضر للبيئة مثل: الطاقة الشمسية واسطوانات البوتجاز الإلكترونية كما جاء في تقرير بتاريخ (2017/9/21) عن تصنيع أول ماكينة تعبئة اسطوانات بوتجاز إلكترونية كاملة التصنيع في مصر واختيرت في اكااديمية البحث العلمي، كما اهتم بالتحديث عن كيفية ترشيد الطاقة واستخدام الطاقة النظيفة كبديل متوفر وآمن، فعلى سبيل المثال في حلقة بتاريخ (2017/8/2) عرض البرنامج تقريراً عن استخدام الطاقة الشمسية احتوى على مشروع جديد لأحد رواد الأعمال الشباب بدأ بتصنيع ألواح للطاقة الشمسية وتسويقها في أماكن عدة مثل: المصانع الكبرى، والشركات، وحتى على أسطح المنازل، وكذلك اهتم البرنامج بنظرة الدول الكبرى للاقتصاد المصري والتقارير الصادرة عن مؤسسات التصنيف الدولي كما اهتم بتوضيح النظرة المستقبلية للاقتصاد المصري سواء على مستوى المسؤولين أو المستثمرين المصريين والأجانب، فعلى سبيل المثال في حلقة بتاريخ (2017/9/20) قالت المذيعة: "أبدت وكالة موديز للتصنيف الائتماني على تصنيفها للاقتصاد المصري عند B3 ونظرة مستقبلية مستقرة وقالت موديز في تقريرها مساء الثلاثاء إن تصنيفها

يعكس كبر الاقتصاد المصري وتنوعه فضلاً عن الزخم الذي تحظى به بعض الإصلاحات الأخيرة، وعلى جانب آخر توقع التقرير ارتفاع مستويات الديون الحكومية والعجز المالي في مصر حيثُ يصل إلى (10%) من الناتج الإجمالي خلال العام المالي 2018/2017 وهي نسبة أعلى بقليل من (9,2%) المتوقعة بالميزانية، كما توقعت موديز أن يصل معدل النمو في الاقتصاد المصري إلى (50%) في العام المالي 2019/2018".

كما اهتم البرنامج برصد وتحليل الأخبار الخاصة بإعادة هيكلة المؤسسات الحكومية، وعلى وجه الأخص البورصة وهيئة الرقابة المالية، وهيئة العامة للاستثمار، كما حرص البرنامج على متابعة إعادة هيكلة المؤسسات الحكومية الاقتصادية في مصر.



صورة (1) عرض تشكيل الهيئة العامة للاستثمار في برنامج "مال وأعمال" بتاريخ (2017/9/24)

بينما كان التركيز الأساسي لبرنامج "مؤشر النيل" هو: المتابعة الدقيقة لكل ما يتعلق بالبورصة، وربط ذلك بتأثيراتها على كافة القضايا الاقتصادية الأخرى، فعلى سبيل المثال في حلقة بتاريخ (2017/7/2) قالت حنان رمسيس محللة فنية: "أحجام التداول النهاردة متدنية بسبب فرض ضريبة الدمغة وطريقة حسابها على الفاتورة وبقية المصاريف الأخرى فدا حد من ال zero ومن (+1) اللي هو تسوية ثاني يوم ومخلي في نوع من التهدئة خصوصاً من قبل المستثمرين المصريين مفيش مضاربة في بأذن الله استثمار طويل الأجل .. ممكن يكون مش في مصلحة المستثمر ولكن في مصلحة البورصة ككل".

كما توصل التحليل الكيفي إلى اهتمام البرنامجين في الغالب بالتركيز على القضايا والموضوعات والأحداث التي تُظهر التحسن في أداء الاقتصاد الوطني، **واختلف بذلك** مع دراسة (هند مجد 2014)⁽⁴³⁾ التي أشارت إلى تصدر تراجع أداء الاقتصاد المصري قائمة الموضوعات في البرامج بنسبة بلغت (38,8%).

كما أوضح التحليل الكيفي أن البرامج الاقتصادية المصرية تتبع الموضوعات التي تطرح نفسها على الساحة، ولا تُبادر هي في طرح الأفكار والمجالات الاقتصادية غير المطروقة للمعرفة الاقتصادية، وذلك هو السمة الغالبة على الإعلام المصري بصفة عامة فالأحداث هي التي تُحركه.

ولاحظت الباحثة أنه على الرغم من أن تلك البرامج عينة الدراسة تُقدم على قنوات أنها في سياستها وأهدافها قنوات عامة موجهة للجمهور بمختلف شرائحه، فإنها في مضمونها تبتعد كثيراً عن مشكلات المواطن العادي وتهتم أكثر بفئة رجال الأعمال.

ونلاحظ أن القضايا المحلية احتلت مراتب متقدمة ويرجع ذلك لطبيعة البرامج التي تُتابع اقتصاد مصر ويُرکز عليه، وهذا يؤكد على أن نسبة ظهور القضايا ليس هو المعيار الأساسي للأهمية المخصصة للموضوع بما يتفق مع فرضية أن وسائل الإعلام تتحكم في طبيعة الموضوعات ومحتواها لإعطائها أهمية أكثر من غيرها⁽⁴⁴⁾.

ونستنتج مما سبق: اهتمام البرامج الاقتصادية بقضايا وإهمالها لقضايا أخرى برغم أهميتها مثل: الإنتاج الزراعي والصناعي - ضريبة القيمة المضافة - الإصلاح الضريبي والجمركي، كذلك عدم الاهتمام الكافي بالقضايا التي تمس المواطن البسيط مثل: الدعم - وارتفاع الأسعار (التضخم) - والرعاية الصحية - والتعليم في مصر، وهو أمر يحسب ضد البرامج الاقتصادية بالقنوات المصرية؛ حيثُ أن مصر مازالت في طور التنمية وتحتاج إلى التركيز على تلك المجالات للنهوض بالاقتصاد المصري، وهنا يجب ذكر أن دور الإعلام يزداد كلما كانت القضية مجردة وليست ملموسة.

2- اتجاه المعالجة نحو الموضوع المطروح في الفقرة:

أظهر التحليل الكيفي: أن الأخبار التي تحيزت فيها البرامج بالسلب هي الموضوعات الخاصة بالأزمات الاقتصادية المحلية والتي كانت تمس (قرارات البنك المركزي بخصوص سعر الفائدة - وإخفاقات الدولة في تبني بعض الأفكار المبتكرة للشباب).

فعلى سبيل المثال: في حلقة لبرنامج "مال وأعمال" بتاريخ (2017 /9/21): تهكم فيها صاحب فكرة ماكينة تعبئة اسطوانات بوتجاز إلكترونية كاملة التصنيع في مصر على رفض الحكومة لتبني الفكرة في حين تبنتها شركة بدبي، حيثُ قال إسلام كيلاني مهندس مصري شاب

يعمل في مجال البترول وصاحب الفكرة: "ابتدينا بعد ما فاض بينا يمكن تقدر تقول إن في البلد هتلاقي دعم نلاقي Support لأفكار محلية (100%) فكرنا إن احنا نراسل شركة في دبي الشركة استجابت جدًا جدًا إن في شباب مصري أو شباب عربي وصل لإنتاج الفكرة دي كاملة وبالفعل احنا رُغمًا عن إرادتنا ورُغمًا عما نحلّم بيه .. يعني كل حلمنا يبقلنا مصنع هنا يصنع في بلدنا ونصدر من بلدنا لدبي مش العكس .. هما الناس مرحبين جدًا واحنا بالفعل في طريقنا لتنفيذ دا معاهم".

كما اجتمع ضيوف حلقات برنامج "مال وأعمال" وبرنامج "مؤشر النيل" على أن سعر الفائدة في مصر عالٍ جدًا مقارنة بالدول الأخرى على رأسها أمريكا بالإضافة إلى ارتفاع الضرائب بسبب أضرار بالغة على الاقتصاد المصري.

فعلى سبيل المثال تقول د/ وجيهة تايور أستاذة الاقتصاد والعلوم الدولية ومستشار الأمم المتحدة ورئيس رابطة علماء مصر بأمريكا في لقاءها في برنامج "مال وأعمال" بتاريخ (2017/7/6): "سعر الفائدة في مصر عالٍ جدًا وذلك يتناقض مع اتجاه الاستثمار في أمريكا أسعار الفائدة (0,1 - 0,2).

وفي برنامج "مؤشر النيل" يقول أ/ إسلام عبد العاطي خبير أسواق المال في ارتفاع أسعار الفائدة في حلقة بتاريخ (2017/7/5): "أنا برفع أسعار الفائدة يعني بعد كذا هرفع أسعار الفائدة على الأذون والسندات الحكومية اللي بتصدرها .. النهاردة وصلنا لـ 21% بعد كذا هنخليها بكام مفيش حاجة في الدنيا كدا.. دا بالسالب في بعض الدول زي المانيا مثلاً، بس هي الفكرة إن رفع أسعار الفائدة بيجر عليا مشاكل كثير بعد كذا".

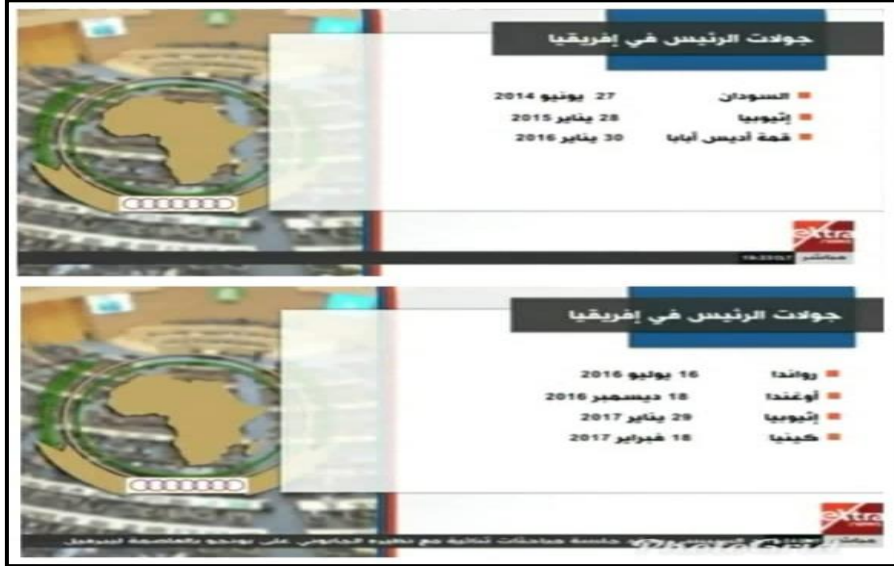
بينما جاءت البرامج متحيزة بالإيجاب في عرض الموضوعات الخاصة بقضايا الاستثمار في مصر وتشجيع رجال الأعمال على الاستثمار بها من خلال المشروعات الصغيرة والمشروعات التنموية على وجه الخصوص، فعلى سبيل المثال في حلقة برنامج "مال وأعمال" بتاريخ (2017/7/6) قالت د/ إيمان غنيم مديرة معمل الاستشعار عن بعد في جامعة North Calorina بالولايات المتحدة الأمريكية: "المشروعات الصغيرة لا تقل أهمية عن القومية ويجب العمل عليهما معاً"، وفي حلقة بتاريخ (2017/7/27) القى البرنامج الضوء على مبادرة "رواد النيل" التي نشأت لدعم واقراض أصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة.

وفي حلقة برنامج "مؤشر النيل" بتاريخ (2017/7/19) قال سامح الجويلي مقدم التقرير: "أكدت وزيرة الاستثمار والتعاون الدولي أن برنامج الطروحات في البورصة ليس برنامج خصخصة، ولكنه خطوة توزيع قواعد الملكية في السوق مشيرة إلى أن مصر في وضع منافسة مع باقي دول العالم لجذب مستثمرين موضحاً أن هدف الحكومة هو بناء ثقة مع القطاع

الخاص وجذبه لمزيد من الاستثمارات والعمل كفريق واحد".
نستنتج مما سبق غلبة الاتجاه المتوازن على اتجاه معالجة البرامج الاقتصادية عينة الدراسة
للموضوعات الاقتصادية المطروحة، وهذا يؤكد حرص هذه البرامج على توخي الدقة والحيادية
في نقل المعلومات كقيمة إخبارية من وظائف الإعلام "نقل الحقيقة كما هي دون تحيز.

3- أساليب الإقناع:

أظهر التحليل الكيفي: اعتماد البرامج بشكل كبير على شرح الأسباب التي أدت إلى
المشكلات في الموضوعات الخاصة بالتعويم وعملية التنمية والشمول المالي بشكل كبير على
سبيل المثال قال رئيس البورصة المصرية على هامش مؤتمر الشمول المالي في حلقة "مال
وأعمال" بتاريخ (2017/9/14): "أعتقد جزء كبير من الأسباب التي تُعيق فكرة الشمول المالي
هي تكلفة الانتشار وهو دا لما تيجي تتكلم عن المشكلة اللي بتواجه عملية التضمين المالي هي
تكلفة الانتشار وتكلفة تقديم الخدمة والمنتج لمختلف المناحي"، كما أظهر التحليل الكيفي ربط
برنامج "مال وأعمال" الاقتصاد بالسياسة وهذا شيء منطقي لأنهم وجهان لعملة واحدة أكثر من
برنامج "مؤشر النيل" وهذا الربط أقرب إلى الواقع حيث لا يعمل الاقتصاد بمعزل عن السياسة،
فعلى سبيل المثال في حلقة "مال وأعمال" بتاريخ (2017/8/16) تمّ عرض ملف انفوجرافك عن
زيارات الرئيس السيسي في إفريقيا على خلفية الحديث عن علاقة العلاقات السياسية بالاقتصاد.



صورة (2) ملف زيارات الرئيس السيسي في إفريقيا

وعلى سبيل المثال في برنامج "مؤشر النيل" بتاريخ (2017/8/14): قال مقدم التقرير:
"نائب رئيس البورصة المصرية أعلن أنه سيتمّ عرض مشروع إنشاء بورصة للسلع والعهود
وصكوك التمويل على مجلس النواب في أكتوبر المقبل، وذلك ضمن تعديلات قانون سوق المال
التي تمّ تقديمها للبرلمان، وأوضح عادل أنه ولأول مرة في تاريخ مصر سيتمّ إنشاء بورصة للسلع

والعقود كشركة خاصة بعد موافقة البرلمان على المشروع، منوهًا بأن مصر لها الريادة في هذا المجال عندما أسست البورصة المصرية في الربع الأخير من القرن الماضي حيث كانت في الأساس بورصة للسلع وتمَّ إغلاقها بقرار سياسي في الخمسينات".

نستنتج مما سبق ضعف الاعتماد على أساليب الأبحاث الوجدانية في البرامج الاقتصادية وذلك لاعتماد المادة الاقتصادية على الأرقام والاحصائيات التي تُخاطب العقل أكثر مما تسعى للتأثير على مشاعر المتلقي.

4- المهارات المهنية لدى مقدم البرنامج:

أظهر التحليل الكيفي: أن مقدمي البرامج الاقتصادية غير مؤهلين بشكلٍ كافٍ حيث كانت مذيعة واحدة من بين ثلاث مذيعين ظهروا ببرنامج "مال وأعمال" مؤهلة إلى درجة كبيرة نسبيًا، كما كانت المذيعات النساء لديهم مهارات مهنية أعلى من المذيع الرجل فدائمًا ما تحاول المذيعات دينا سالم الخروج من الضيف بما يفيد المواطن البسيط والمستثمر في آن واحد إضافة إلى سبق في عدة أحداث على سبيل المثال: حوار مع محسن عادل عند تعيينه نائبًا لرئيس البورصة - حوار مع في أول ساعة بعد انتهاء مدة رئاسته لهيئة الرقابة المالية.

كما تحرص المذيعات دينا سالم على التزام الحياد وعدم تبني رأي واحد كما تتحدث دائمًا بلسان المعني بالأمر إذا تعذر وجوده أو التواصل معه فعلى سبيل المثال في حلقة بتاريخ (2017/8/24) قالت وهي تتحدث بلسان المواطن البسيط في حوارها مع نائب وزارة المالية لشئون الخزنة عن التطوير الذي يحدث في وزارة المالية وأثره على الاقتصاد المصري: "لكن لسه معندناش dead line أو تاريخ مستهدف إن إجراءات دفع مقابل (مياه - كهرباء - شهر عقاري.. إلخ) بشكل إلكتروني يتحقق.. كل هذا مازال في طور الدراسة".

كما تلتزم بالاعتذار وتصويب الأخطاء فعلى سبيل المثال في حلقة بتاريخ (2017/7/17): نوهت المذيعات دينا سالم عن عرض لقاء مع فلافيا بالانزا مديرة العمليات لمنطقة الجوار الأوروبي وبنك الاستثمار الأوروبي وقد تمَّ إذاعة لقاء آخر مع ديبورا ريفولتيرا كبيرة الاقتصاديين بينك الاستثمار الأوروبي وقد اعتذرت المذيعات عقب إذاعة اللقاء مباشرة عن هذا الخطأ، ولكن على الجانب الآخر لديها بعض القصور فهي كانت تقاطع الضيوف أحيانًا أثناء حديثهم إضافة إلى عدم التواصل مع الكاميرا بالشكل الصحيح غالبًا، وفيما يخص أداء المذيع إسماعيل حماد وجدت الباحثة ضعف وقصور في أدائه حيث أنه يطيل في المقدمة ويسأل أسئلة طويلة ويجمع بين أكثر من سؤال في المرة الواحدة إضافة إلى عدم إجادته استخدام لغة جسده من تشتت وتشبيك الأيدي والنظر بعينه مطولًا في اتجاه بعيد عن الضيف.

وفي برنامج "مؤشر النيل" أغلب مذيعيه يلتزموا بالحياد ويتحدثوا بلسان المعني بالأمر

إذا تعذر وجوده أو التواصل معه فعلى سبيل المثال في حلقة بتاريخ (2017/7/2): ردت المذيعة حنان الخولي على الضيف أ/ياسر عمارة خبير أسواق المال حين قال: "الهدف الحقيقي أن أي حد مستحقش الدعم يبقى مياخدوش" قائلةً: "في إجراءات البعض بيطالب بيها .. إن الحكومة تتخذها أيضًا لحماية الطبقة المتوسطة اللي فعلاً بتتلاشى أو تلاشو بالفعل .. يعني في خطط اقتصادية بنقوم بيها الدول على حماية الطبقة المتوسطة عشان توصل بيها للطبقة اللي بتقدر تقول عليها محدودى الدخل أو تحت خط الفقر أو ما إلى ذلك".

كما أظهر التحليل الكيفي أن المذيعات (حنان الخولي - ميرفت المليجي - إيمان الشيخ) لديهم مهارات مهنية أعلى من الرجال (حسام الدين عاطف - محمد سليمان - مصطفى مزار) حيث إن "إيمان الشيخ" لديها لغة سليمة وتتواصل مع الكاميرا بشكل جيد، و"حنان الخولي" محاورة جيدة ولديها ثقافة عالية وتقوم بتلخيص الموضوعات التي سيتم مناقشتها في الحلقة و"ميرفت المليجي" لديها ثقافة واسعة وملمة بموضوعات الحلقات، في حين أن المذيع "حسام الدين عاطف" يلقي الأخبار بسرعة جدًا، و"محمد سليمان" يستقطع جزء من وقت الضيف لكلامه هو، وهناك قصور عند أغلبهم حيث إنهم لا يعرفون أنفسهم في بداية البرنامج ولا يكتب اسمهم على كاشة أيضًا وعندهم نقص في المعلومات الخاصة ببعض القضايا الاقتصادية خاصة التي ترتبط بأحداث تاريخية سابقة مثل: فكرة إنشاء بورصة السلع في الوقت الحالي وأن البورصة المصرية في أساسها عندما انشأت كانت بورصة للسلع.

ولذلك نوصي الأكاديمين بالجامعات بالاعتراف بأهمية الصحافة الاقتصادية كمجال مطلوب في العمل الإعلامي، وتتطلب مهارات متخصصة غالبًا لا تُدرس في الجامعات، كما نوصي بضرورة تدريب العاملين في مجال الإعلام على تحرير وصياغة وتحليل المعلومات الاقتصادية.

5 - اتجاه المعالجة نحو المؤسسات والشخصيات الفاعلة:

أظهر التحليل الكيفي: في البرنامجين المؤسسات الخاصة المحلية بشكل إيجابي وفعال في حين أظهر ضعف دور مؤسسات المجتمع المدني، وألقي الضوء على الحاجة الملحة لإعادة هيكلة الكثير من المؤسسات الحكومية في ظل تدهورها وتراجع دورها، بالإضافة إلى ضرورة وجود تنسيق وترابط بين الهيئات الحكومية المختلفة، وكان الاتجاه "متوازن" نحو الهيئات الدولية ولكن أظهرها ذا قوة مؤثرة على الاقتصاد الوطني، فعلى سبيل المثال في برنامج "مال وأعمال" كانت هناك فقرة ثابتة في كل حلقة لعرض نماذج مشرفة من المؤسسات الخاصة التي تدعم الاقتصاد الوطني تحت مظلة ريادة الأعمال، وفي حلقة بتاريخ (2017/7/10) قال المهندس محمد كامل مرسي خبير التنمية وإدارة الأعمال ومن مؤسسي T20 والمدير التنفيذي لـ NI كابيتال

للاستشارات: "الشركات المملوكة للدولة فيها حاجتين رئيسيين الأول عمالة زيادة ودي تميل إلى ضعف الإنتاجية وفيها أصول من زمان وفي أوقات كثير الأصول دي تسوى أكثر من ربحية الشركة".

وفي برنامج "مؤشر النيل" في حلقة بتاريخ (2017/7/18) قال أ/ محمد شعراوي خبير أسواق المال: "في نقطة مهمة جدًا لازم نبصلها أن يبقى في ترابط بين القرارات الوزارية وبين قرارات البورصة".

وفيما يخص الشخصيات الفاعلة أوضح التحليل الكيفي: أن برنامج "مال وأعمال" أظهر الشخصيات الفاعلة الواردة به والمتمثلة في "المسؤولين الحكوميين" على وجه الخصوص أنهم وطنيون يخافون على مصلحة الوطن على سبيل المثال يقول رئيس شعبة هندسة الغزل والنسيج في لقاءه ببرنامج مال وأعمال بتاريخ (2017/7/11): "أحب أشكر القيادة السياسية والرئيس على اجتماعه بالأمس مع الجهات المعنية لمناقشة تحسين كفاءة صناعة الغزل والنسيج".

كما ظهرت نساء مصر في البرنامج بصورة إيجابية فعلى سبيل المثال: تقول المذيعة دينا سالم في حلقة بتاريخ (2017/9/27): "يوم بعد يوم تُأكد نساء مصر عشقهن لتراب هذا الوطن وصباح اليوم توجهت سيدة إلى مقر محافظة الغربية لتطلب مقابلة المحافظ وتقول للأمن أخبروه أن الحاجة سميرة تُريد مقابلته، قابلها المحافظ لتخبره بأنها تريد التبرع ب(24) مليون جنيه لبناء مدرسة لخدمة أهالي المحافظة، اللواء أحمد ضيف سقر محافظ الغربية أكد أنه سيتم تحديد أكثر منطقة تحتاج لإقامة مدرسة ووعدها بالبناء خلال الأيام المقبلة".

وفي برنامج "مؤشر النيل" كانت اتجاهات المعالجة نحو المسؤولين الحكوميين "إيجابية" وكانت "سلبية" نحو المستثمرين و"محايدة" نحو خبراء الاقتصاد، فعلى سبيل المثال حلقة أخرى بتاريخ (2017/8/6) قال خبير أسواق المال: "في حراك شايغينه فعلاً لتصحيح الأوضاع في سوق المال بشكل كبير، في أمور كنا بنطالب بيها من سنين وتصحيح اوضاع وقوانين وتشريعات، اهتمام الحكومة، اهتمام وزيرة الاستثمار، والتنسيق مع إدارة البورصة ووزارة قطاع الأعمال، في تنسيق فعلاً بين الجهات المختلفة فيما يخص الاستثمار تحسن فعلاً اكن في دم جديد أو حياة جديدة بدأت تدخل جو النظام المالي".

نستنج مما سبق غلبة الاتجاه ال "متوازن" نحو المؤسسات والشخصيات الفاعلة الواردة بالبرامج الاقتصادية وهذا مؤشر جيد يُشير إلى بداية خطوة جيدة في طريق تطور وتحسن أداء البرامج الاقتصادية.

6 - المسؤولية الاجتماعية للبرامج الاقتصادية:

أظهر التحليل الكيفي: أن احترام حقوق الانسان تمثلت في حقه في المعرفة والترفيه والحصول على احتياجاته بأقل التكلفة وقدم برنامج "مال وأعمال" ذلك من خلال مجموعة من الفقرات الخدمية تشمل أسعار العملات والذهب وأداء الشركات وفقرات ريادة الأعمال: مثل كيفية شراء سيارة مستعملة ف حلقة بتاريخ (2017/8/9)، كيفية قضاء الاجازة الأسبوعية بأقل تكلفة في حلقة (2017/8/10)، بيع وشراء المنتجات المستخدمة من خلال تطبيق Olx، الاستشارات الطبية الإلكترونية مثل: برنامج يا دوك- خدمات الوحدات السكنية في مصر وسعر المتر ونظم السداد وشروط الحجز في حلقة بتاريخ (2017/8/20)- مسرعات نمو الشركات الناشئة بالجامعة الأمريكية في حلقة بتاريخ (2017/8/23)- كتابة السيرة الذاتية واجتياز المقابلة الشخصية في حلقة بتاريخ (2017/8/29) - تقارير متابعة عن كيفية استخراج تصاريح العمل بالخارج في حلقة بتاريخ (2017/9/4) - تطبيق "elves" الذي يقدم خدمات مثل: شراء التذاكر، حجز فنادق، اقتراح هدايا وشرائها، شراء أدوية.. إلخ (2017/9/4)- خدمات I-Score للتأمين في حلقة بتاريخ (2017/9/11) - كيفية الحصول على بطاقة الائتمان البنكية (2017/9/12).

صورة (3) خدمات الوحدات السكنية في مصر



صورة (4) تطبيق يا (دوك)

وقدم برنامج "مؤشر النيل" ذلك من خلال مجموعة من الفقرة خدمية ثابتة في كل حلقة تشمل أسعار العملات والذهب وأداء الشركات.

واحترام حق الرد التصحيح ظهر في حلقة بتاريخ (2017/8/13) تم فتح باب المداخلات الهاتفية لمصنعي الحديد للتعليق على زيادة أسعار الحديد غير المبررة كما ورد على لسان المذيعة دينا سالم: "فقط أحب أن أوضح أننا حاولنا التواصل بالفعل ببعض مصنعي الحديد في مصر لكنهم لم يردوا على اتصالاتنا، وبالطبع الباب مفتوح نريد أن نعرف رأيهم، واحنا هنتكلم عن الموضوع لآخر الحلقة فإذا كان هناك مداخلة من أحد رجال الحديد في مصر نحن نرحب بمدخلاتكم".

وأظهر التحليل الكيفي أيضًا: حرص برنامج "مال وأعمال" على القيام بواجبه الوطني من حيث تشجيع الاستثمار في البورصة والمشاركة في دفع عجلة الاقتصاد المصري، فعلى سبيل المثال في حلقة بتاريخ (2017/7/6) تقول د/ ليلي بنس مستشار إدارة الثروة والتخطيط المالي في الولايات المتحدة: "في أمريكا (65%) من الشعب يستثمر في البورصة وليس رجال الأعمال فقط".

كما أظهر التحليل الكيفي حرص البرنامج على محاربة الشائعات فعلى سبيل المثال قالت دينا سالم المذيعة بتاريخ (2017/8/17): "قال المستشار رضا عبد المعطي القائم بأعمال رئيس هيئة الرقابة المالية على النشاطات المالية غير المصرفية إن الهيئة لم تصدر أي تصاريح لأي جهة أو أشخاص لإنشاء بورصة لتداول عملة التكوين في مصر مؤكدًا أن وجود بورصة تتداول هذه العملة دون الحصول على التراخيص اللازمة يُعد مخالفة للقانون وسيتم ملاحقة مؤسسيها

قانونياً".

في حين حدثت بعض التجاوزات الخاصة بالقيم المجتمعية تمثلت في ملابس المذيعة، وكان الدفاع عن مصالح المجتمع من خلال حث وتشجيع الشباب على المشاركة في النهوض بالاقتصاد المصري.

وانعكس حق الجمهور في المعرفة في تفسير الضيوف لبعض المصطلحات الاقتصادية التي يصعب على المواطن العادي فهمها مثل: (الركود التضخمي - الكساد - إذون الصرف - التضخم الكسادى - الاقتصاد) فعلى سبيل المثال في حلقة بتاريخ (2017/9/27) قال د/ شريف الدمرداش أستاذ العلاقات الاقتصادية الدولية: "الاقتصاد هو الاختيار بين بدائل عدة بقرار يراعي بعد مجتمعي وبعد سياسي دا المسئول عنه صاحب القرار".

وجاء احترام الحق في إبداء الرأي ضعيف نتيجة قلة المشاركات من قبل الجمهور في البرنامج والتي اقتصرت على لقاءات حية ومصورة في تقارير، كما أن ضيوف هذه اللقاءات منتقاة مما يشكك في مصداقيتها.

ونستنتج مما سبق: ضعف في اهتمام البرامج الاقتصادية بأراء الجمهور المتلقي، حيث لا تتيح البرامج الاقتصادية وسائل للمشاركة الجماهيرية وبالتالي يعكس هذه ضعف وتقصير في التزام البرامج الاقتصادية بمسئوليتها الاجتماعية نحو الأفراد.

وتوصي الباحثة بإتاحة وسائل متنوعة للمشاركة الجماهيرية في البرامج الاقتصادية، حيث يؤدي مشاركة الجمهور إلى تطور أداء البرامج ويُتيح تعددية الآراء.

أما برنامج "مؤشر النيل" كان أقرب في الدفاع عن مصلحة المواطن البسيط واحتياجاته الأساسية إلى جانب رجال الأعمال والمستثمرين من برنامج "مال وأعمال"، فعلى سبيل المثال في حلقة "مؤشر النيل" بتاريخ (2017/7/2) قالت حنان الخولي المذيعة سائلةً ضيفها أ/ ياسر عمارة خبير أسواق المال: "في إجراءات البعض بيطالب بيها إن الحكومة تتخذها أيضًا لحماية الطبقة المتوسطة اللي فعلاً بتتلاشى أو تلاشت بالفعل .. يعني في خطط اقتصادية بتقوم بيها الدول على حماية الطبقة المتوسطة عشان توصل بيها للطبقة اللي بتقدر تقول عليها محدودى الدخل أو تحت خط الفقر أو ما إلى ذلك.. فأيه بتكون الخطط الأقرب أن توصل لنتائج أفضل؟".

وانعكس حق الجمهور في المعرفة في تفسير الضيوف لبعض المصطلحات الاقتصادية التي يصعب على المواطن العادي فهمها مثل: (المؤشر - الأسهم القيادية - التصنيف الائتماني - التضخم - الركود التضخمي) بالإضافة إلى تفسير أسباب بعض الظواهر الاقتصادية، فعلى سبيل المثال في حلقة بتاريخ (2017/7/3) قال أ/ إيهاب سعيد خبير أسواق المال: "حالتنا دي

ركود تضخي ناتج من سياسات وإجراءات استثنائية خذتها دول كثيرة من أهمهم خفض دعم الطاقة، وتحرير سعر الجنيه المصري".
ولكن انعدم الحق في إبداء الرأي فلم يعلن البرنامج عن أي وسيلة تواصل (تليفون - إيميل - صفحة على الفيسبوك - أكونت على تويتر - موقع إلكتروني) كما اقتصر اللقاءات الحية المصورة على خبراء ولم تول أي أهمية للجمهور العام.
نستنتج مما سبق أن القنوات الحكومية كانت أكثر التزامًا بأبعاد المسؤولية الاجتماعية من القنوات الخاصة سواء على مستوى الأفراد أو على مستوى المجتمع، وهذا يُشير إلى بداية إعلام اقتصادي حكومي يُمكن أن يُنافس الإعلام الخاص فيما بعد ويتفوق عليه.

قائمة المراجع والمصادر

- (*) مدرس مساعد بمعهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال.
(1) موقع جامعة الفكر، الإعلام والتنمية، متاح على:
http://www.alfikhir.blogspot.com/2013/05/blog-post_10.html، الاطلاع في 2017 /6/130.
(2) علاقة الاقتصاد بالإعلام، مايو 2013، متاح على:
<http://www.alshahedkw.com.index.php?option.com>، الاطلاع في 2017/8/15.
(3) بسنت محمد عطية، المعالجة الإخبارية للأزمات الاقتصادية المصرية في القنوات الموجهة بالعربية واتجاهات الجمهور حيالها، رسالة دكتوراة غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2014، ص88.
(4) Levy,R., PR Triumphs in bad economy, **Public Relation Quarterly**, vol.52, No.3,2007,pP.28-31.
(5) زيد بن محمد الرماني السعودية، الإعلام الاستهلاكي: رؤية اقتصادية، 2015، ص29، متاح على: www.alukah.net/Authors/view/eulture/2846، الاطلاع في 2018/3/8.
(6) محمود أبو الوفا، إحياء وتقنين وتنشيط أطر وآليات التكامل في إدارة الأزمات الاقتصادية من خلال مسارات وتطبيقات الإعلام الاقتصادي، مؤتمر الإعلام الاقتصادي العربي الأول، القاهرة، مجلس الوحدة الاقتصادية العربية، إبريل 2013، ص ص 1.

-
- (7) ياس خضير البياتي، الفضائيات: الثقافة الواحدة وسلطة الصور - دراسة حالة مدينة الزاوية الغربية في ليبيا، *مجلة المستقبل العربي*، بيروت، العدد 267، مايو 2001، ص ص 120.
- (8) Chauvt, Marcell & Jang-Ting, Guo, *Sunspts, animls spirts and economic fluctuions*, **Macro Economic Dynamics**, Cambridge University Press, Vol.7, No.1, 2003, pP.140-169.
- (9) Soroka, Stuart. N., Good news and bad news: Asymmetric responses to economic information, **The Journal of Politics**. McGill University, Canda, Vol.68, No.2, 2006, pP372-385.
- (10) Glynn, Caroll.J. & Others, Did media help inflate. the housing bubble? Media coverage of real State makets in times of change, **Paper Presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication Chicago**, 2008, Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/2/7/2/5/1/p272514_index.htm. Accessed on: 18/8/2017.
- (11) ناظم خالد الشمري، الإعلام الاقتصادي، (عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012)، ص 219.
- (12) بسنت محمد عطية، مرجع سابق، ص 88.
- (13) بتول عبد العزيز رشيد & فاتن علي مراد، المعالجة الصحفية لقضايا التنمية الاقتصادية في الصحافة العراقية: دراسة تحليلية لجريدة المدى نموذجًا للفترة من 2011/2/2 إلى 2011/2/28، *مجلة كلية الآداب، كلية الآداب، جامعة بغداد، المجلد الثاني، العدد التاسع والتسعون*، 2012، ص 879.
- (14) عبد العزيز بن سعيد الخياط، دور الإعلام الاقتصادي في التنمية، ورقة علمية مقدمة إلى المنتدى الإعلامي السنوي السابع: الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتقنية KACST، بدون سنة نشر، ص ص 3.
- (15) الكتاب السنوي لاتحاد الإذاعة والتلفزيون، 2013.

(16) أميمة مجدي زكي، أطر معالجة قضايا الاقتصاد المصري في الصحافة الاقتصادية الدولية والمحلية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.

(17) Cassady, Caitlin, Framing the 2009 Economic Crisis: The White House Website blog, **unpublished master thesis**, San José State University, 2010.

(18) السيد بهنسي، تأثير الاتجاه السائد بوسائل الإعلام على تشكيل الرأي العام نحو قضايا التحول الاقتصادي، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث عشر، أكتوبر 2001.

(19) سماح ماضي متولي محمد، معالجة الصحف المصرية للأزمة المالية العالمية وعلاقتها بمستوى معرفة الجمهور بهذه الأزمة واتجاهاته نحوها، **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر: الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول، يوليو 2009.

(20) انتصار محمد السيد سالم، دور الصفحات الاقتصادية في الصحف المصرية في ترتيب أولويات رجال الأعمال تجاه القضايا الاقتصادية: دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة الزقازيق، 2004.

(21) Goidel, Kirby & Others, Sources of Economic News and Economic Expectations, **American Politics Research**, Vol.38, No.4, 2010, pP 759-777.

(22) دعاء عادل محمود، أطر تقديم القضايا الاقتصادية والاجتماعية بعد الثورة في المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على اتجاهات الجمهور نحو هذه القضايا، رسالة دكتوراة غير منشورة، قسم صحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016.

(23) هند محمد نبيل حسين، دور النشرات والبرامج الاقتصادية بالتلفزيون المصري في ترتيب أولويات الجمهور نحو الموضوعات والقضايا الاقتصادية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2014.

(24) المجلس الأعلى للإعلام، تحليل المضمون الهيكلي: الصحف الأردنية اليومية، وكالة الأنباء الأردنية "بترا" خلال الفترة من 2005/6/15 وحتى 2005/9/15، المركز الأردني لأبحاث الاتصال الجماهيري، المملكة الأردنية الهاشمية، نوفمبر 2005.

(25) سمر يسري جابر عبد الله، دور القنوات الفضائية العربية الاقتصادية في ترتيب أولويات القضايا الاقتصادية المصرية والعربية والدولية لدى الجمهور المصري: (دراسة تحليلية - ميدانية) على قناة العقارية TV وقناة CNBC عربية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016.

(26) Coyne, Christopher, J. & Others, Read All about it! Understanding the Role of Media in Economic Development, **KYKLOS**, Vol.57, No.1, 2004, pP21-44.

(27) Less on, Peter. T. & Christopher, Coyne. J., The reformers' dilemma: media, **policy owner ship Economics**, Vol.23, No.3, 2007, Pp237-250, Accessed on:

http://www.peterleeson.com/peformers_Dilemma. (pdf) Accessed on: 5/6/2017.

(28) Besley, Timothy & Burgess, Robin, The Political Economy of Government Responsiveness: Theory and Evidence from India, **London school of Economics and Political science**, London, 2002.

(29) Konstantin, Kholodilin & others, Asymmetric Perceptions of the Economy: Media, Firms, Consumers, and Experts, **Pusse I dorf university Press (dup) on behalf of heinrichheine universi dadPuse I dorf**, Faculty of Economics, Pusseldor F Institute for competition Economics (DICE), 2015.

(30) جمال الدين السيد على صالح، تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على التوعية بالقضايا البيئية والاقتصادية في المناطق الصناعية في مصر، رسالة دكتوراة غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، 2001.

(31) إلهام يونس أحمد، العلاقة بين الاعتماد على القنوات الفضائية الإخبارية العربية ومستوى المعرفة بالقضايا الداخلية لدى الجمهور المصري واتجاهاته نحوها، رسالة دكتوراة غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2010.

(32) G.Howel & R.Miller, How the Relationship Between the Crisis Life Cycle and Mass Media Content can Better Inform Crisis, **Communication Prism**, Vol.4, No.1, 2006, Available at: <http://proxis.massey.ac.nz/prisonlinejournal.html>. Accessed on: 13/6/2016.

(33) وائل محمد محمد العشري، تأثير نشر أخبار جرائم المال العام على صورة رجال الأعمال عند قراءة الصحف في مصر، رسالة دكتوراة غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2005.

(34) أشرف جلال حسن حسن، دور نشرات الأخبار والبرامج الاقتصادية بالفضائيات العربية في تكوين معارف واتجاهات الجمهور المصري والقطري نحو الأزمة الاقتصادية العالمية: دراسة مقارنة بين الجزيرة والنيل للأخبار وCNBC العربية، المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر: الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول، 7-9 يوليو 2009.

(*) هي مجموعة من القوانين والنظم والقرارات التي تهدف إلى تحقيق الجودة والتميز في الأداء عن طريق اختيار الأساليب المناسبة والفعالة لتحقيق خطط وأهداف المؤسسة، وبذلك فإن الحوكمة تعني تطبيق النظام أي وجود نظم يعمل على التحكم في العلاقات بين الأطراف الأساسية التي تؤثر في الأداء كما تشمل مقومات تقوية المؤسسة على المدى البعيد وتحديد المسئول والمسئوليات.

(35) أحمد محمد عثمان، حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1-3 يوليو 2008، ص 661، 662.

(36) Denis, Mc Quial, **Mass Communication Theory: An Introduction**, (London: Sage Publication, 2000), p125.

(37) نواف سلطان العتيبي، علاقة الأخبار الصحفية الاقتصادية بتقلبات سوق المال السعيرية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2015، ص 151.

(38) محمد سعيد عبد الحميد، خطورة الإعلام ودوره في توجيه الأسواق المالية: الإعلام والاقتصاد، وكالة الأنباء الكويتية، 1999، ص 43.

(39) Davolio, Gene, M., Media Coverage and Momentum, **PHD Thesis**, Harvard University, Cambridge Massachusetts, 2003, p133-135.

(40) شيماء ذو الفقار زغيب، **مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية**، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2010)، ص 90.

(41) عمرو محمد محمود عبد الحميد، حقوق الطفل كما تعكسها برامج الأطفال في إذاعة وتلفزيون مصر: دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012، ص 36.

(42) محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، (القاهرة: عالم الكتب، 2000)، ص 158.

(43) هند محمد نبيل حسين، **مرجع سابق**.

(44) هدى باقر نعمت خوري، دور وسائل الإعلام في ترتيب أولويات القضايا العامة لدى الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2001.