

الثقة بالإعلام الإماراتي أرقام تخالف الواقع



في وقت تتحدث مؤسسات الدولة عن أرقام مُصطنعة حول الثقة بالإعلام الإماراتي، إلا أنّ ذلك يبدو بعيداً عن الحقيقة؛ ونشرت دراسة حديثة (الأحد 10 ديسمبر/كانون الأول)، تشير إلى تلك الأرقام المخالفة للواقع.

حسب ما نُشر فقد شملت الدراسة 2500 مواطن ومقيم، وتشير النتائج إلى أنّ المعدل العام لثقة المجتمع بالإعلام الإماراتي بلغ 80ر5 بالمئة، فيما وصلت نسبة الثقة بالمحتوى الإعلامي التحليلي الذي يشمل مواد الرأي والتحليلات والتعليقات الخاصة بشؤون الإمارات إلى 78ر7 بالمئة؛ فيما تقول الدراسة إنّ (الثقة الانطباعية) تصل 94 بالمئة!

وأشار المجلس الوطني للإعلام الذي تشارك مع معهد الإعلام الأردني للخروج بتلك النتائج إلى أنّ معظم المستطلعة آرائهم يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي بقرابة (37 بالمئة) وهي في المرتبة الأولى تليه (30 بالمئة) من التلفزيون، والصحف إلى (10 بالمئة)، والمواقع (8 بالمئة) والإذاعات المحلية (5 بالمئة).

وإذا ما أشرنا إلى أنّ المستطلعة آرائهم يقولون إنّ (60 بالمئة) من المحتوى يتلقونه من وسائل الإعلام الإماراتية، فكيف يمكن الوصول إلى ثقة بالإعلام الإماراتي يصل إلى 94 بالمئة! إلى جانب أنه يمكن التشكيك في كيفية إيجاد الطريق نحو "مجتمع العينة" الذي تم اختياره من قبل المعنيين على دراسة تلك الثقة باعتبار أنّ المجلس الوطني تابع للحكومة وليس منظمة مجتمع مدني محايدة. كما يحدث دائماً بالقوائم الجاهزة التي تُدار من قبل جهاز أمن الدولة.

من ناحية أخرى فإنّ هذه الدراسة تخالف مؤشر "إدلمان" السنوي الذي يقيس ثقة الجمهور بـ"الحكومة، الأعمال، الإعلام، منظمات المجتمع المدني"، وهذا العام تراجعت الإمارات 15 درجة عن عام 2016، بوصولها إلى 44 نقطة في ما يخص ثقة الجمهور بوسائل الإعلام الإماراتية. ما يعني إنّ أكثر من نصف الجمهور لا يثق بوسائل الإعلام الرسمية.