

السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية ذات المنصات المتعددة

دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال

رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام تخصص صحافة

إعداد: علي جمال علي خليفة*

إشراف: د. شريف درويش اللبان**

د. منى طه محمد***

مقدمة:

دفعت التطورات التكنولوجية الهائلة المؤسسات الإعلامية إلى تقديم وانتاج المحتوى عبر منصات نشر متعددة، وكانت التكنولوجيا المحور الأساسي فيها سواء على مستوى المنصة في حد ذاتها، أو على مستويات المضمون المقدمة داخل كل منصة، التي اشتملت على النصوص والصور والفيديو الرسوم والتصميمات التفاعلية، وغيرها من أنماط تقديم المحتوى.

وأحدثت الثورة الرقمية تغييرا عميقا في الصحافة والإعلام، من حيث الشكل والمضمون وطريقة إدارة المحتوى، وطبيعة الأدوار داخل منظومة النشر، ما ساعد في تغيير البيئة الإعلامية بشكل جذري.

وقد طرحت الثورة التكنولوجية الجديدة عدة مفاهيم وأسس إدارية مستحدثة لكي تتمكن المؤسسات الإعلامية أن تواكب الخصائص والسمات التي باتت تميز البيئة الإعلامية الجديدة.

ولم تكنف المؤسسات الإعلامية بذلك فقط، بل اتجاهات لاستغلال التطور الكبير والثورة التكنولوجية والرقمية في ارسال رسائل للجمهور عبر الهواتف المحمولة ومخاطبة الجمهور عبر تطبيقات خاصة تصله إلى هاتفه مباشرة، لتكون العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والجمهور أكثر ارتباطا وأكثر قربا عن ذي قبل

وساعد نهج المنصات المتعددة المؤسسات الإعلامية إلى الوصول للأفراد والجمهور بكافة سماته وتفضيلاته بل أصبحت تطرح عليه الموضوعات والمحتوى الذي يفضله وتمنحه خيارات خاصة تساعد في اختيار وانتقاء الموضوعات التي تعرض عليه.

* باحث بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنصورة

** أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

*** أستاذ الصحافة المساعد بكلية الآداب جامعة المنصورة

وأصبحت المؤسسات الإعلامية تطارد الجمهور، عبر منصات متعددة، ما أضاف للمحتوى سمات المرونة والتخصيص واللحظية والتفاعلية والمشاركة، ما يجعلها صحافة عابرة للوسائط، يأتي كل موضوع قائما بذاته لكنه يعمل في بناء جسم متكامل يمثل عالما من الأخبار، تتعدد فيه القصص وأنماطها ومنصات نشرها.

وفقا للتغيرات التي شهدتها البيئة الإعلامية الجديدة أصبح التوجه نحو نهج تعدد منصات النشر واستحداث منصات رقمية جديدة لم يعد محل اختيار أو رفاهية بل أصبحت ضرورة، وبات أسلوب الانتاج الإعلامي الأصل فيه تعدد المنصات التي تجمعها علامة تجارية واحدة رقمية وورقية أو حتى رقمية فقط

ويتضمن هذا الفصل الإطار المنهجي للدراسة، بما يتضمن مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها، وعرض للدراسات السابقة التي تناولت نهج المنصات المتعددة، كما يتضمن نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها.

كما يتضمن الفصل الأول الدراسة الاستطلاعية وأسباب اختيار عينة الدراسة "اليوم السابع"، و"الوطن"، و"البوابة"، وحجم الزيارات والإمكانات التي تتمتع بها كل مؤسسة.

بالإضافة إلى المدخل النظري واستعراض لنظرية حارس البوابة والتطورات التي طرأت عليها بسبب الثورة الرقمية والتكنولوجية.

وتهتم الدراسة بإلقاء الضوء على نهج المنصات المتعددة كأسلوب حديث فرضته البيئة الإعلامية الجديدة، ونتاج واقعي لسيطرة مفهوم الاندماج على المؤسسات الإعلامية، في إطار سعيها الدؤوب لجلب مزيد من الجمهور والاستفادة من الإمكانيات التكنولوجية والتقنية الهائلة التي أحدثتها الثورة الرقمية التي يعيشها العالم.

يتناول البحث دراسة نهج المنصات المتعددة كتطور واتجاه أصبح ضروريا مع الثورة الرقمية الحديثة، تساعد المؤسسات الإعلامية على الاستمرار في المنافسة في ظل بيئة إعلامية أصبحت تتسم بالسرعة الفائقة، فضلا عن الدور الكبير الذي بات الجمهور يلعبه كفاعل أساسي ورئيسي في صناعة المحتوى.

ويقصد بالمنصات الإعلامية الوسائط أو المنابر التي يتم عرض المحتوى من خلالها، فالمؤسسة الإعلامية قد تعدد بين أكثر من وسيط إعلامي (قناة تليفزيونية - راديو - موقع الكتروني، بث حي عبر الانترنت للراديو والتليفزيون- صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك، تويتر، يوتيوب، إنستجرام، وغيرهم، فضلا عن الخدمات الإخبارية عبر الهاتف المحمول).

وتسعى الدراسة لبحث مدى استفادة المؤسسات الإعلامية المصرية من التطور التكنولوجي ومدى قدرتها على تطبيق نهج المنصات المتعددة، وكيفية إدارة

المحتوى عبر المنصات المختلفة ومدى قدرة القائمين بالاتصال على تدوير المحتوى أو صناعته ليتناسب مع سمات المنصات المختلفة.

كما يسعى البحث لدراسة السياسة التحريرية في المؤسسات الإعلامية المصرية، وأهم العوامل المؤثرة فيها سواء اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية، وكيف يتم تطبيق السياسة التحريرية في المنصات المختلفة وهل هناك سياسة تحريرية واحدة تجمع كل المنصات أم أن لكل منصة سياسة تحريرية خاصة.

بالإضافة إلى تأثير السياسة التحريرية التي تتبناها المؤسسات الإعلامية على الأداء الإداري والمهني والقائمين بالاتصال .

أولاً: مشكلة الدراسة

تتبلور مشكلة البحث في رصد اتجاهات القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية ذات المنصات المتعددة وتوجهاتها الأيدلوجية نحو فكرة دور المؤسسات الإعلامية في إدارة وتوجيه المنصات المتعددة التي تملكها وفق سياسة تحريرية معينة، حيث يتم إنتاج أفكار جديدة للمحتوى يتم اختلاقتها وتوزيعها عبر منصات متنوعة كالـ «المواقع الإلكترونية، وتطبيقات المحمول، والراديو والتلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثير هذه العوامل مجتمعة علي السياسة التحريرية.

وكذلك اتجاهات القائم بالاتصال داخل المؤسسات الإعلامية نحو سياسة المؤسسة الصحفية، وتأثير السياسة التحريرية على إضافة أدوات جديدة يتم استخدامها حسب المنصة التي يتم نشر المحتوى فيها.

ثانياً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في:

- ❖ اهتمام المؤسسات الإعلامية المصرية بنهج المنصات المتعددة وحرصها على مواكبة التطور التقني والتكنولوجي الذي يشهده العالم في الفترة الأخيرة.
- ❖ تزايد أعداد المؤسسات الإعلامية ذات المنصات الإعلامية المختلفة « **Multi-Platforms Media** ».
- ❖ ندرة الدراسات التي اهتمت بدراسة القائم بالاتصال في ظل النهج الجديد للمؤسسات الإعلامية نحو المنصات المتعددة « **Multi-Platforms Media** ».
- ❖ أهمية دراسة مهارات القائم بالاتصال داخل البيئة الإعلامية الجديدة متعددة المنصات، في ظل قلة الدراسات الإعلامية نسبياً في مجال القائم بالاتصال مقارنة بدراسات الجمهور والرسالة والوسيلة.

❖ قلة الدراسات التي اهتمت بالسياسة التحريرية في البيئة الإعلامية الجديدة في إطار نهج تعدد المنصات.

ثالثاً: أهداف الدراسة

لقد تعاضم دور الجمهور الذي أصبح المحور الأول لاهتمامات المؤسسات الإعلامية لما له من تأثير كبير على عناصر العملية الاتصالية كافة، حيث أصبح مشاركاً فاعلاً في صناعة المحتوى والترويج له أيضاً عبر المنصات المختلفة، بل أصبح أداة رقابية قوية على المحتوى، وله دور رئيس في تقييم ما تقدمه المؤسسات الإعلامية من محتوى سواء مقروء أو مسموع أو مرئي، ويمكن قياس مدى تلبية احتياجات الجمهور وجودته عن طريق قياس رجع الصدى «**Feed back**».

كما تسعى الدراسة إلى رصد أهم سمات بيئة العمل داخل كل مؤسسة والعلاقة بين القائمين بالاتصال والسياسة التحريرية في كل مؤسسة، بالإضافة إلى رصد المهارات المتوافرة في القائمين بالاتصال العاملين بالمنصات المختلفة، والمقارنة بينهم، وذلك في ضوء نظرية حارس البوابة والتحديات الخاصة بها.

من هنا تسعى هذه الدراسة من خلال إجراء المقابلات مع القائمين بالاتصال في مؤسسات «الوطن» و«اليوم السابع» و«البوابة» إلى دراسة اتجاه كل مؤسسة في وضع سياستها التحريرية عبر المنصات الإعلامية المتعددة.

ويمكن تحديد أهداف الدراسة في النقاط الآتية:

❖ رصد السياسة التحريرية لمؤسسات «الوطن» و«اليوم السابع» و«البوابة» في ضوء الاتجاه إلى نهج المنصات المتعددة «**Multi-Platforms Media**».

❖ المقارنة بين أهم سمات السياسة التحريرية وبيئة العمل الإعلامي داخل مؤسسات «الوطن» و«اليوم السابع» و«البوابة» في ضوء الاتجاه إلى نهج المنصات المتعددة «**Multi-Platforms Media**».

❖ الكشف عن دوافع تبني استراتيجية تعدد المنصات «**Multi-Platforms Media**» داخل مؤسسات «الوطن» و«اليوم السابع» و«البوابة».

❖ التعرف على مهارات القائم بالاتصال في مؤسسات «الوطن» و«اليوم السابع» و«البوابة».

❖ الوقوف على مدى إعداد وتأهيل ومهارات القائم بالاتصال داخل المؤسسات عينة الدراسة.

❖ التعرف على أثر السياسة التحريرية على الممارسة المهنية للقائمين بالاتصال بالمؤسسات عينة الدراسة.

- ❖ التعرف على العوامل المؤثرة على السياسة التحريرية في المؤسسات الإعلامية الثلاثة «الوطن»، و«اليوم السابع»، و«البوابة».
- ❖ رصد الأدوار والمسئوليات المنوطة بالقائمين بالاتصال داخل المؤسسات الثلاثة «الوطن»، و«اليوم السابع»، و«البوابة» عينة الدراسة في ظل الاتجاه نحو تعدد المنصات.
- ❖ إلقاء الضوء على الضغوط والمشكلات التي تعترض القائم بالاتصال في المؤسسات الثلاثة «الوطن»، و«اليوم السابع»، و«البوابة» عينة الدراسة في ظل تعدد المنصات.
- ❖ الكشف عن رؤية القائمين بالاتصال داخل المؤسسات الثلاثة «الوطن»، و«اليوم السابع»، و«البوابة» عينة الدراسة، تجاه تعدد المنصات.
- ❖ إلقاء الضوء على مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية الثلاثة «الوطن»، و«اليوم السابع»، و«البوابة» على منح القائمين بالاتصال دورات تدريبية لمواكبة البيئة الإعلامية الجديدة.
- ❖ دراسة مدى حرص القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الثلاثة «الوطن»، و«اليوم السابع»، و«البوابة» على تلقي دورات تدريبية تساعدهم على تطوير مهاراتهم في البيئة الإعلامية الجديدة حتى لو كان بعيدا عن مؤسساتهم.

الدراسة الاستطلاعية:

وضع الباحث عدة معايير لاختيار عينة الدراسة على النحو التالي:

1. أن تكون المؤسسة تضم أكثر من منصة (ورقية – إلكترونية – قنوات على الانترنت – راديو انترنت- صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.. إلخ)
2. أن تحتل المؤسسات الإعلامية عينة الدراسة مراكز متقدمة في تصنيفات الزيارات مثل **alexa**.
3. أن يكون هناك اهتمام كبير من المؤسسات المختارة بنهج المنصات المتعددة ورغبة في زيادة منصاتها التي تقدم المحتوى الصحفي والإعلامي.
4. الاهتمام بالتحديث الفوري والمستمر للمحتوى في كل المنصات بشكل يومي.
5. ومن خلال الدراسة الاستطلاعية وجد الباحث أن عدد محدود من المؤسسات الإعلامية في مصر تعتمد على نهج المنصات المتعددة وأن المعايير الموضوعية في الدراسة تنطبق على المؤسسات التالية:

اليوم السابع:

تحتل المركز الأول بين المواقع والمؤسسات الأكثر زيارة وانتشارا في مصر وأيضا الوطن العربي.

البوابة:

تحتل المركز الثاني بين المواقع والمؤسسات الأكثر زيارة وانتشارا في مصر وأيضا الوطن العربي.

الوطن:

تحتل المركز التاسع وهو مركز متقدم في الترتيب والثالث من حيث المؤسسات التي تمتلك أكثر من منصة.

أولا: اليوم السابع

تمتلك مؤسسة اليوم السابع عدد من المنصات التي تقدم عن طريقها المحتوى للجمهور على النحو التالي:

الموقع الإلكتروني:

يوجد لدى مؤسسة اليوم السابع موقع يتميز بالفورية والتحديث المستمر ويقوم بنشر أخبار متنوعة في مجالات مختلفة ويحتل صدارة ترتيب المواقع في مصر ويحتل مكانة متقدمة في الوطن العربي.

الصحيفة الورقية:

تمتلك مؤسسة اليوم السابع، صحيفة يومية يتم اصدارها بشكل منتظم وتحتوي على عدد كبير من المضامين الصحفية المتنوعة الأشكال والقوالب الصحفية.

صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي

تمتلك مؤسسة اليوم السابع صفحات مختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة (فيس بوك، تويتر).

تلفزيون الإنترنت:

تمتلك اليوم السابع قناة خاصة على اليوتيوب بالإضافة إلى موقع متخصص في الفيديوهات تحت اسم **video 7**، وبها عدد من المشتركين يقدر: 3 ملايين و33 ألف مشترك

كما تقدم نشرات اخبارية ومحتوى يتم بثه عبر منصاتها المختلفة، بالإضافة إلى برامج متنوعة.

راديو الإنترنت:

كانت المؤسسة تمتلك موقع خاص بالراديو، لكن تم إغلاقه والاكتفاء بخدمة راديو الأخبار المسموعة عبر الموقع الرئيسي

الهاتف المحمول:

تقدم مؤسسة اليوم السابع خدماتها عبر تطبيق على متجر جوجل كما تخصص تصميمًا مرنا يمكن تصفحه بسهولة عبر الموبايل.

الرسائل القصيرة

تقدم مؤسسة اليوم السابع، خدماتها الاخبارية عبر خدمات الرسائل القصيرة مدفوعة الاجر.

ثانيا: البوابة

تمتلك مؤسسة البوابة عدد من المنصات التي تقدم عن طريقها المحتوى للجمهور على النحو التالي:

الموقع الإلكتروني:

يوجد لدى مؤسسة البوابة نيوز موقع يتميز بالفورورية والتحديث المستمر ويقوم بنشر أخبار متنوعة في مجالات مختلفة ويحتل صدارة ترتيب المواقع في مصر ويحتل مكانة متقدمة في الوطن العربي.

الصحيفة الورقية:

تمتلك مؤسسة البوابة نيوز، صحيفة يومية يتم اصدارها بشكل منتظم وتحتوي على عدد كبير من المضامين الصحفية المتنوعة الأشكال والقوالب الصحفية.

صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي

تمتلك مؤسسة البوابة نيوز صفحات مختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر) .

تلفزيون الإنترنت:

تمتلك البوابة نيوز قناة خاصة على اليوتيوب وبها عدد كبير من المشتركين، كما تقدم نشرات اخبارية ومحتوى يتم بثه عبر منصات مختلفة.

راديو الإنترنت:

المؤسسة تمتلك موقع خاص بالراديو وتقدم خدماته كما تقدم برامج خاصة بالراديو.

الهاتف المحمول:

تقدم مؤسسة البوابة نيوز خدماتها عبر تطبيق على متجر جوجل كما تخصص تصميمًا مرنا يمكن تصفحه بسهولة عبر الموبايل.

الرسائل القصيرة

تقدم مؤسسة البوابة نيوز، خدماتها الاخبارية عبر خدمات الرسائل القصيرة مدفوعة الاجر.

ثالثًا: الوطن

تمتلك مؤسسة الوطن عدد من المنصات التي تقدم عن طريقها المحتوى للجمهور على النحو التالي:

الموقع الإلكتروني:

يوجد لدى مؤسسة الوطن موقع يتميز بالفورية والتحديث المستمر ويقوم بنشر أخبار متنوعة في مجالات مختلفة ويحتل مكانة متميزة في مصر.

الصحيفة الورقية:

تمتلك مؤسسة الوطن، صحيفة يومية يتم اصدارها بشكل منتظم وتحتوي على عدد كبير من المضامين الصحفية المتنوعة الأشكال والقوالب الصحفية.

صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي

تمتلك مؤسسة الوطن صفحات مختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة (فيس بوك، تويتر)

تليفزيون الإنترنت:

تمتلك الوطن قناة خاصة على اليوتيوب بالإضافة إلى موقع متخصص في الفيديوهات تحت اسم **video 7**، وبها عدد من المشتركين يقدر: كما تقدم نشرات اخبارية ومحتوى يتم بثه عبر منصاتنا المختلفة.

الهاتف المحمول:

تقدم مؤسسة الوطن خدماتها عبر تطبيق على متجر جوجل كما تخصص تصميمًا مرنا يمكن تصفحه بسهولة عبر الموبايل.

الرسائل القصيرة

تقدم مؤسسة الوطن، خدماتها الاخبارية عبر خدمات الرسائل القصيرة مدفوعة الاجر.

ومن هنا سنجد أن المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، الوطن) تمتلك عدة منصات مختلفة سواء كانت صحف ورقية أو مواقع الكترونية أو راديو انترنت أو تليفزيون انترنت بالإضافة إلى صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي.

بالإضافة إلى أن تلك المنصات تحتل مكانة متقدمة في تصنيف الزيارات على مستوى مصر، ولها جمهور عريض وتأثير كبير في الجمهور المصري.

كل هذا يدفعنا لدراسة هذه المؤسسات والسعي وراء رصد السياسة التحريرية في تلك المؤسسات وطريقة إدارتها للمنصات المختلفة.

المدخل النظري للدراسة

تعتمد الدراسة على نظرية حراسة البوابة الإعلامية « Gatekeeper Theory »، وتطوراتها في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، ويمكن تطبيق هذه النظرية على موضوع الدراسة حيث ترتبط النظرية ارتباطاً وثيقاً بموضوع الدراسة، من خلال دراسة القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية ذات المنصات المتعددة، على اختلاف نمط ملكيتها (حكومية – خاصة – حزبية)، وذلك بالتعرف على المعايير المختلفة التي تحكم القائم بالاتصال في اختيار الرسائل الإعلامية وتقييم رؤيتهم، فضلاً عن الضغوط المهنية وسياسة المؤسسة الإعلامية، وعلاقة العمل ومدى انعكاس ذلك على طبيعة المعالجات الإخبارية والتناول الإعلامي للموضوعات والقضايا المختلفة.

نظرية حراسة البوابة الإعلامية « Gatekeeper Theory »

وتعتبر نظرية حراسة البوابة بمثابة دراسة كلاسيكية تتناول سيكولوجية المراسل الصحفي، وتشرح نفسية الأشخاص الذين يقومون بالاتصال، أي أن هذه النظرية تدرس العاملين في القطاع الصحفي بشكل عام، وتخترق عقولهم وكيفية تفكيرهم، وأول دراسة حول هذه النظرية كانت من قبل روستن، وذلك في الولايات المتحدة الأمريكية، وكان عنوانها «مراسلو واشنطن».

وتنطلق نظرية حارس البوابة الإعلامية من فكرة مؤداها أن دراسة القائم بالاتصال في العملية الإعلامية لا تقل أهمية في فهم طبيعة العملية عن دراسة محتوى الرسالة الإعلامية ذاتها، وهي النظرية العلمية التي يعتمد عليها الباحث في إطار الدراسة الحالية.

كما أشار عدد من الباحثين منهم «ريموند باور» و«إثيل دي سولابول» و«شولمان» إلى أن الجمهور يؤثر أيضاً في نوعية الأخبار التي تعرضها وسائل الإعلام حيث يقدم القائم بالاتصال الرسائل وفقاً لتوقعاته حول ردود فعل الجمهور واحتياجاته (1).

تعد دراسة ليو رستن «Leo Rostin» التي نشرت عام 1937 في نيويورك بعنوان مراسلو واشنطن «The Washington Correspondents»، أول دراسة كلاسيكية عن سيكولوجية المراسل الصحفي، وحاولت الكشف عن العوامل النفسية التي تؤثر في عمله وتتحكم فيه (2).

حارس البوابة في البيئة الإعلامية الجديدة

حراسة البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، وهي العملية التي يقوم فيها القائم بالاتصال «حارس البوابة» بسلطة اتخاذ القرار في اختيار الرسائل الإعلامية من بين ملايين الرسائل لكي تمر عبر بوابته ومنها إلى الوسيلة ثم إلى المتلقي، ومن هنا عملية الاختيار للمواد الإعلامية، يمكن أن تؤثر على الرسائل وفقا للعوامل والمؤثرات التي تحكم حارس البوابة الإعلامية ومنها خصائص القائم بالاتصال (معايير ذاتية) مثل العمر والنوع والطبقة الاجتماعية والتعليم والضغط المهنية (معايير مهنية) مثل العلاقة بمصادر المعلومات، سياسة القناة، الجماعات المرجعية والانتماءات، وأيضا معايير المجتمع وقيمه وتقاليد وتأثير السياسات الداخلية والخارجية فضلا عن معايير الجمهور التي تتمثل في توقعاتهم الخاصة نحو الموضوعات الإعلامية (3).

لكن في ظل البيئة الإعلامية الجديدة لم يعد بوسع الصحفيين ممارسة الدور التقليدي لحارس البوابة بفعل خصائص التفاعلية والمشاركة في إنتاج المضمون حيث أن تغييرا جذريا في أدوار القائم بالاتصال أصبح محتوما لا يمكن تجاوزه فقد انتهت العلاقة ذات الاتجاه الرأسي التي تربط الصحفي بالمتلقين وفقد القائم بالاتصال شرعية احتكار المعلومة والتحكم في سيرورة عبورها إلى جمهور يكتفي بتلقي ما يملئ عليه.

إن هذا التحدي الذي يواجهه الممارسة في الإعلام الكلاسيكي يمكن أن يلخص كتحول لما عرف لفترة طويلة من الزمن بحراسة البوابة «Gatekeeping»، والتي مارست في ظلها دور الحراسة أطراف فاعلة- أفراد أو منظمات داخل النظام المهني ذاته غالبا بهدف التحكم في المعلومات المارة عبر البوابة، بناء على معايير يحددها نفس النظام الإعلامي إلى شكل جديد من أشكال الممارسة وهي مراقبة البوابة «Watching Gate»، فبدلا من حراسة البوابة بحزم وصرامة لاختيار أي الاخبار التي ستمر ليتمكن أفراد الجمهور من قراءتها أو مشاهدتها فإن الصحفيين شأنهم في ذلك شأن كل من مكنتهم التكنولوجيا من ممارسة العمل الإعلامي، يستطيعون فقط مشاهدة البوابات التي تمر عبرها الأخبار قادمة من مصادرها لتنتشر وتثبت للجماهير على نطاق واسع (4).

فالتحول إلى نموذج مراقبة البوابة يعني تقليص سلطة القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الكلاسيكية وتوجيهه إلى ممارسة أدوار جديدة تقضيها طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة، فالصحفيون المشرفون على المواقع الإعلامية الإلكترونية

مدعوون إلى مراقبة ومتابعة إدارة ما ينشر على هذه المواقع بدل المنع والحذف والقص والإضافة، ضمن هذه الحركية جرد الصحفي من بعض الأدوار والوظائف، فلم يعد منتجا وحيدا للأخبار وشاهدا فريدا على ما يجري لينقله إلى الجمهور لقد أصبحت العديد من المؤسسات غير الصحفية تنتج الأخبار وتوزعها وتشارك في ذلك العديد من الأشخاص من خارج مهنة الصحافة، كما أن الصحفي لم يعد المحلل الوحيد للأحداث والمعلق عليها، لقد أصبح دوره مغمورا وسط جيش من الخبراء والمختصين.

لذلك بدأ الحديث عن تحول في مفهوم القائم بالاتصال التقليدي واعتماد مصطلح القائم بإدارة المحتوى كمفهوم أقر للتعبير عن الأفراد المعنيين بممارسة هذه الأنواع الجديدة من المهام، ففي البيئة الإعلامية الجديدة: " على الصحفيين أن يدركوا أنهم قد أصبحوا جزء من واقع جديد الواقع الذي أصبح فيه القراء والمستمعون والمشاهدون مشاركون فاعلون في العملية الإعلامية (5).

ويعبر **Dan Gillmor**، عن خصوصية هذا الوضع قائلا أنه كصحفي يدرك تماما أن قراءه يعلمون أكثر مما يفعل هو ويدرك أن هذا يمثل حقيقة الواقع الجديد وليس عامل تهديد في الحياة الإعلامية (6).

خامسا: تساؤلات الدراسة

سعت الدراسة الحالية إلى الإجابة عن عدد من التساؤلات، التي تساعد في رصد تطبيق نهج المنصات المتعددة في المؤسسات عينة الدراسة وذلك على النحو التالي:

- 1- ما دوافع تبني استراتيجية تعدد منصات تقديم المحتوى داخل المؤسسات عينة الدراسة؟
- 2- ما محددات ومعايير نشر المحتوى داخل كل من المنصات التابعة لعينة الدراسة؟
- 3- ما العوامل التي أثرت على تعدد المنصات في المؤسسات عينة الدراسة؟
- 4- ما العلاقة بين السياسة التحريرية في المؤسسات عينة الدراسة والاتجاه نحو تعدد المنصات؟
- 5- ما خصائص القائمين بالاتصال في المؤسسات عينة الدراسة؟
- 6- ما مدى وعي القائمين بالاتصال في المؤسسات عينة الدراسة بمفهوم تعدد المنصات؟
- 7- ما معوقات الممارسة المهنية في المؤسسات عينة الدراسة من وجهة نظر القائمين بالاتصال؟

- 8- ما التصورات المطروحة لتطوير الأداء المهني للقائمين بالاتصال في المؤسسات عينة الدراسة؟
- 9- كيف تؤثر السياسة التحريرية في المؤسسات عينة الدراسة على القائمين بالاتصال داخلها؟
- 10- كيف تختلف سمات البيئة الإعلامية لعينة الدراسة؟
- 11- لماذا تلجأ المؤسسات الصحفية إلى نظام تعدد المنصات؟

سادساً: فروض الدراسة

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات الصحفية الثلاثة في مدى تأثير العوامل الاجتماعية على سياستها التحريرية.

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات الصحفية الثلاثة في مدى الالتزام بالاعتبارات الحاكمة للعمل الصحفي.

الفرض الثالث:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المؤسسات الصحفية الثلاثة في مدى الاهتمام بقياس ردود الأفعال حيال الموضوعات المنشورة في المنصات المختلفة.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين أسلوب التنسيق الأفضل للمؤسسة ومدى تعميم ونشر كل المعلومات في كل المنصات

الفرض الخامس:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى تعميم ونشر كل المعلومات في كل المنصات (الصحيفة، الموقع الإخباري، الراديو، التلفزيون، مواقع التواصل الاجتماعي) ومدى الاعتقاد في سيادة نهج تعدد المنصات في المؤسسات الإعلامية المصرية.

الفرض السادس:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى تلقي تدريب على العمل داخل غرفة الأخبار المدمجة ومدى تبني المؤسسة استراتيجية غرفة الأخبار المدمجة في كل المنصات.

الفرض السابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى دمج محرري الديسك بين المنصات المختلفة ومدى تبنى المؤسسة استراتيجية غرفة الأخبار المدمجة في كل المنصات

الفرض الثامن:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين مدى تلقي دورات تدريبية تؤهل للعمل في المنصات ومدى تبنى المؤسسة استراتيجية غرفة الأخبار المدمجة في كل المنصات.

سابعاً: نوع الدراسة ومنهجها وأدواتها

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية ، التي تستهدف التعرف على رؤية واتجاهات القائمين بالاتصال مجتمع الدراسة نحو السياسة التحريرية لمؤسسات «الوطن» و«اليوم السابع» و«البوابة» في ضوء الاتجاه إلى نهج المنصات المتعددة «Multi-Platform Media».

وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهجين أساسيين هما منهج المسح والمنهج المقارن وذلك كما يلي:

منهج المسح:

واستخدمت هذه الدراسة هذا المنهج لمسح عينة القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية الثلاث عينة الدراسة (اليوم السابع، البوابة، الوطن).

المنهج المقارن:

وتم استخدام هذا المنهج في الدراسة باعتباره من المناهج المساعدة التي تساعد في إجراء مقارنات كمية وكيفية بين مفردات مجتمع الدراسة سواء من حيث النوع أو السن للمقارنة بين القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية الثلاث (اليوم السابع، البوابة، الوطن).

مجتمع الدراسة:

تحدد مجتمع الدراسة في مجتمع القائمين بالاتصال (الصحفيين) في الصحف المصرية؛ حيث تم اختيار ثلاث مؤسسات صحفية وهي: «الوطن» و«اليوم السابع» و«دار البوابة» لإجراء الدراسة التحليلية، وقد حكم اختيار مجتمع الدراسة اعتبارات موضوعية ترتبط بمدى كثافة معالجة القضايا المدروسة وتطورها وأيدولوجيات الصحف فضلاً عن ترتيبها في الزيارات اليومية.

عينة الدراسة

أجرى الباحث المقابلات مع عينة قوامها 187 مبحوثاً في المؤسسات الصحفية الثلاث بواقع 52 مبحوثاً في "اليوم السابع"، و83 مبحوثاً في "البوابة"، و52 مبحوثاً في "الوطن".

أدوات الدراسة

استخدم الباحث استمارة الاستبيان، وتم تقسيمها إلى عدة محاور، ويتضمن كل محور من المحاور عدة أسئلة متنوعة لكي تجيب على تساؤلات الدراسة وأهدافها وفروضها، وتم تحكيمها من خلال عدد من الأساتذة المحكمين (7).

وتم رصد وتحليل النتائج والخروج بعدة ملاحظات على النحو التالي:

أولاً: نهج المنصات المتعددة

تحرص المؤسسات الإعلامية الثلاثة عينة الدراسة (اليوم السابع، البوابة، الوطن) على مواكبة مع التطور المطرد في سوق الإعلام ونظم الإدارة الحديثة، واتباع نهج المنصات المتعددة، ويظهر ذلك بشكل واضح في حرصهم على إطلاق أكثر من منصة لتوزيع وإدارة تدفق المحتوى الذي يحصل عليه القائمين بالاتصال.

وحرصت المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) على إطلاق صحيفة ورقية، مواقع إلكترونية، تليفزيون الانترنت، تطبيقات محمول، راديو انترنت، صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، وتقديم خدمة الرسائل القصيرة) إلا أن مؤسسة الوطن حتى الانتهاء من الدراسة لم تهتم بمنصة الراديو.

تحتاج المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) للاهتمام بشكل أكبر بمنصات تليفزيون الانترنت وراديو الانترنت كمنصات يمكنها توسيع انتشار العلامات التجارية للمنصات.

لا يزال التطبيق العملي لنهج المنصات المتعددة يحتاج إلى تعزيز ثقافة المفهوم وتطبيقه، حيث لا يزال عدد القائمين بالاتصال الذين يعملون في أكثر منصة قليل جداً ولا يتعدى أكثر من الثلث بقليل، ما يعني أن العزلة الإدارية تسيطر على إدارة المنصات المختلفة وطريقة التعامل مع القائمين بالاتصال داخل تلك المؤسسات.

رغم حرص المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن)، على إطلاق المنصات المختلفة إلا أن استغلال المحتوى بشكل مثالي سواء من حيث التعميم أو المشاركة عبر أكثر من منصة، وهو ما يهدر إمكانيات المؤسسات وجهود القائمين بالاتصال في تلك المؤسسات، حيث تحتاج المؤسسات إلى مزيد من التكامل والدمج في إدارة تدفق المحتوى داخل تلك المنصات.

هناك استفادة واضحة داخل المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) من التكنولوجيا في تعزيز الاتصال بين المنصات المختلفة والتواصل بين الإدارات على حساب التواصل التقليدي عن طريق الاجتماعات.

هناك إجماع لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) بأهمية نهج المنصات المتعددة كوسيلة لتحقيق الأهداف

الاستراتيجية والعليا للمؤسسة من الاندماج وتوحيد العمل والمنافسة مع المؤسسات الأخرى وتوفير النفقات وزيادة عدد الزيارات والوصول إلى جماهير متنوعة ومختلفة، وتوسيع انتشار العلامات التجارية وزيادة عائدات الإعلانات، فضلا عن مواكبة متطلبات العصر الرقمي واحتياجاته.

يلاحظ أن السبب الرئيسي في تعطيل تطبيق نهج المنصات المتعددة في المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، الوطن) سيطرة القائمين بالاتصال من ذوي الذهنية الورقية على مقاليد الإدارة وعدم وصول أصحاب الخلفيات الإلكترونية إلى مناصب إدارية مميزة، وهو ما يعطل بشكل كبير تقدم تلك المؤسسات والاندماج داخل المؤسسات وساعد في بناء جزر منعزلة داخل كل منصة .

أجمع المعترضين على تطبيق نهج المنصات المتعددة في المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، الوطن) لحالة القصور التي تعاني منها مؤسساتهم سواء من حيث الإمكانيات المادية أو التقنية أو البشرية، فضلا عن عدم وجود رؤية علمية لتطبيق ذلك النهج داخل المؤسسات، فضلا عن عدم وجود كوادر إدارية تستطيع إدارة المؤسسات وفقا لنهج المنصات المتعددة.

كما يتضح أن رفض بعض القائمين بالاتصال لنهج المنصات المتعددة بسبب تحميل الإدارات لهم مهام وظيفية جديدة دون النظر إلى أوضاعهم المعيشية والرواتب والأجور.

ثانياً: السياسة التحريرية

لا تزال العوامل التقليدية تسيطر على السياسة التحريرية داخل المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، الوطن).

نظرا لعدم تطبيق نهج المنصات المتعددة بشكل فعال في المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، الوطن) فلا يزال دور حارس البوابة «gatekeeper»، حاضر بقوة ويمنح إشارة المرور لأي محتوى ويمنع أي محتوى لا يتوافق مع السياسة التحريرية وفقا لقواعد صارمة، على الرغم من أن الوضع القائم لا يتوافق مع البيئة الإعلامية الجديدة الذي أصبحت فيها المعلومات متاحة بشكل مجاني في أكثر من منصة ويتم تداولها عن طريق الجمهور، وهو الأمر الذي يؤثر بشكل كبير في رؤية الجمهور للمؤسسات الإعلامية.

هناك تخوف كبير لدى المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، الوطن) من التشريعات الإعلامية الجديدة والعقوبات التي توقعها الهيئات الصحفية الثلاثة (المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، الهيئة الوطنية للصحافة، والهيئة الوطنية للإعلام)، ما دفعها لتشديد الرقابة الذاتية على المحتوى بشكل صارم، وقل بشكل

كبير اشتباكهم مع القضايا والملفات التي تهم الرأي العام والجمهور خصوصا قضايا الفساد.

تتراجع قوة الإعلانات والمعلنين وتأثيرهم على السياسة التحريرية في المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) وذلك لصالح الايدلوجية، حيث أصبحت الأهداف الايدلوجية ذات أهمية أكبر من الجوانب الاقتصادية.

هناك التزام كامل من قبل المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) بالعادات والتقاليد والجوانب الاجتماعية، ومحاذير من تجاوزها خوفا من إثارة غضب الجمهور، ما ساعد في تقليص حرية القائمين بالاتصال في الاشتباك مع العادات والتقاليد الخاطئة، وقلص من دورهم في تقديم النماذج الإصلاحية.

لا تهتم المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) بمشاركة القائمين في الاتصال بوضع السياسة التحريرية أو المشاركة فيها من قريب أو بعيد، ويتم اخضاع الجميع للضوابط التي يتم وضعها.

يتراجع اهتمام المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة والوطن) في وضع اهتمامات الجمهور ورغباته واحتياجاته ضمن أولويات السياسة التحريرية، حيث جاءت بشكل مترجع في الترتيب وإجابات القائمين بالاتصال.

لا يزال هناك سيطرة كاملة للشخص الواحد على إدارة المؤسسات الإعلامية الثلاثة وهو ما اتضح من إجابات القائمين بالاتصال على سؤال من يضع السياسة التحريرية، ومن هنا سنجد افتقاد المؤسسات للقيادات الوسيطة التي يمكنها إدارة العمل بشكل مستقل وفعال داخلها، كما تفتقد الشكل الطبيعي والتدريجي للاتصال بين عناصر منظومة الإدارة التحريرية.

يتضح حرص القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) على التوازن بين السياسة التحريرية وتوجيهات الرؤساء في العمل في حين تضاعف دور القناعات الشخصية.

وكنتيجة طبيعية لسيطرة السياسة التحريرية بشكل صارم على العمل داخل المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) اعتمدت الأجندة الخاصة بالقائمين بالاتصال على السياسة التحريرية كمحور انطلاق رئيسي يضمن لهم نشر موضوعاتهم، ما قلل من الإبداع والابتكار داخل دورة العمل، واستسلام الصحفيين داخل تلك المؤسسات لتلك الهيمنة، والتي أفقدت المؤسسات نفسها فرص كثيرة لتوسيع انتشار علاماتهم التجارية وكسب جمهور متنوع.

تعمل المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة والوطن) على تلوين الأخبار الواردة من وكالات الأنباء الدولية وتطويعها وفقا للسياسة التحريرية، ما يفقدها مزايا الموضوعية والتنوع في العرض والطرح.

ثالثاً: محور التكنولوجيا والتدريب

اتضح من خلال نتائج الدراسة احتياج المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) مزيد من الإمكانيات المادية والتطوير التقني والفني بالإضافة إلى كوادر بشرية لكي تستطيع تلك المؤسسات أن تتحول إلى مؤسسات متكاملة متعددة المنصات.

تحتاج المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) إلى تعزيز العمل الجماعي بين القائمين بالاتصال بشكل أكبر لتفعيل الاندماج بين المنصات المتعددة.

تعاني المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) من عدم دمج محرري الديسك في المنصات المختلفة وهي الخطوة التي قد تساعد كثيراً في الاندماج بين المنصات المتعددة وتساعد في توزيع وتدفق المحتوى بشكل مرن وبسهولة بما يتوافق مع طبيعة كل منصة والمحتوى الذي يناسبها، وخلق قصص صحفية مكتملة تعتمد على الوسائل المتعددة.

يتضح من النتائج حرص المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) على قياس ردود الأفعال حيال المحتوى المنشور على المنصات المختلفة عبر طرق متعددة سواء كانت استطلاعات وكالات إعلانية أو استبيانات الجمهور، أو الرسائل المباشرة على المنصات أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

هناك اقبال كبير من القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) على استخدام التطبيقات المختلفة أثناء العمل الصحفي، خصوصاً تطبيقات المراسلات الفورية بالإضافة إلى تطبيقات الفيديو للحصول على المعلومات خصوصاً خلال فترة جائحة فيروس كورونا التي فرضت تباعد اجتماعي.

أظهرت النتائج اعتماد القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) على مواقع التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، إنستجرام، ويوتيوب) كمصادر للمعلومات التي يحصلون عليها، وكنتيجة طبيعية لرواج تلك المواقع سواء داخل مصر أو على المستوى العالمي.

من النتائج الإيجابية، كانت حرص القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) على الحصول على دورات تدريبية خصوصاً في مجال الكتابة للمواقع الإلكترونية وصحافة الفيديو والبيانات والإعداد والتقديم، فضلاً عن التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

رغم حرص القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية الثلاثة على الحصول على دورات تدريبية في المجالات المختلفة التي تساعد في تطوير مهاراتهم

المهنية، إلى أن هناك تقصير واضح من قبل المؤسسات حيال الاستثمار في الموارد البشرية خصوصا في البوابة التي جاءت في ادنى المستويات فيما يخص التدريب.

على النقيض يلاحظ اهتمام المؤسسات الثلاثة (اليوم السابع، البوابة، والوطن) بالمعدات والأجهزة بشكل كبير، أكثر من صرف البدلات والانتقالات للصحفيين.

توصيات الدراسة:

انتهت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساعد المؤسسات الصحفية والإعلامية المصرية على تحقيق الاندماج بين المنصات المختلفة وذلك على النحو التالي:

1. حاجة المؤسسات الإعلامية الملحة والضرورية لتطبيق اندماج كامل بين المنصات المختلفة والقضاء على استراتيجية الجزر المنعزلة التي توسع الفجوة التحريرية والمهنية بين المنصات المختلفة داخل المؤسسة الواحدة.
2. يجب أن تسعى المؤسسات الإعلامية المصرية لتعزيز استخدام التكنولوجيا داخل المنصات المختلفة وعدم الاكتفاء بالاستخدام البسيطة في التواصل فقط، بل من الضروري استغلال التكنولوجيا في التقرب من الجمهور وتحليل أدائه وسلوكياته والوصول إلى احتياجاته الإعلامية.
3. يجب أن تهتم المؤسسات الإعلامية بالتدريب بشكل أكبر لتنمية مهارات القوة البشرية التي تعمل بداخلها وتحسين أداء القائمين بالاتصال وتقديم الدورات الشاملة على البيئة الإعلامية الجديدة .
4. بالنسبة للتدريب، يجب أن تعمل نقابة الصحفيين في هذا الإطار وأن يكون لها دور أساسي في تنمية مهارات اعضائها وتوفير الدورات المتقدمة.
5. تحتاج المؤسسات الإعلامية إلى تعزيز الاتصال بين الأقسام المختلفة داخل المنصة الواحدة، وتعزيز الاتصال بين المنصات المختلفة سواء عبر انتاج موضوعات مشتركة بين أكثر من منصة أو أكثر من قسم.
6. يجب أن تسعى المؤسسات الإعلامية إلى تحقيق الأمان الوظيفي للقائمين بالاتصال، وذلك عبر تعزيز معايير الكفاءة في تعيين القيادات بداخلها.
7. تحتاج المؤسسات الإعلامية في إعادة النظر في نظام الرواتب والأجور بداخلها، فضلاً عن زيادة أجور الصحفيين بداخلها خاصة الذين يعملون في أكثر من منصة.
8. ويأتي تحقيق الأمان الوظيفي كحائط صد يساعد على الابداع والالتزام بالسياسة التحريرية أكثر ويمنع الصحفيين من العمل في منصات أخرى أو نشر معلوماتهم على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي.

الهوامش

- (1) حسن مكاوي ليلي حسين، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية 2003)، ص 177
- (2) محمد عبد الحميد نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (القاهرة: عالم الكتاب 1997)، ص 93
- (3) Bro, P. & Wallberg. F. (2015). Gatekeeping in a Digital Era: Principles, Practices , (and Technological Gatekeeping. **New Media & Society 16**
- (4) BRUNS, Axel: **Gate watching :collaborative on line news production**, Peter Lang Publishing , New york, 2005
- (5) نصر الدين العياضي في البحث عن العلاقة بين المدونات الإلكترونية والصحافة، مرجع سابق، ص 140
- (6) Dan Gilmore,: **We, The Media: Grassroots Journalism by the People for the .People** , O'Reilly Media Inc , California, 2004

(7) السادة المحكمون

1. أ. د. سعيد الغريب النجار أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
2. أ. د. عبد الجواد سعيد عميد كلية الإعلام جامعة المنوفية
3. أ. د. عبد الهادي النجار أستاذ الصحافة بجامعة المنصورة
4. أ. د. عزة عثمان أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام بجامعة فاروس
5. أ. د. محرز غالي أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
6. أ. د. محمد زين أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام جامعة بني سويف
7. أ. د. محمود خليل أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة
8. أ. د. م. ميرال صبري أستاذ الصحافة المساعد بجامعة المستقبل
9. أ. د. ندية القاضي أستاذ الصحافة جامعة المنوفية
10. أ. د. نهلة الحوراني أستاذ العلاقات العامة المساعد بجامعة المنصورة

المتخصصون

1. أكرم القصاص رئيس التحرير التنفيذي لمؤسسة اليوم السابع.
2. عبد الرحيم علي رئيس مجلس إدارة وتحرير "البوابة نيوز".
3. محمود مسلم رئيس تحرير صحيفة "الوطن".