

# رؤية القائمين بالإتصال في مصر نحو مفهوم التنوع الإعلامي وآليات تطبيقه دراسة كيفية

حياة بدر قرنى محمد(\*)

إشراف : أ.د. سامي طابع(\*\*)

إشراف مشارك : أ.د. ثريا البدوي(\*\*\*)

## مقدمة :

تتعدد الآليات والإستراتيجيات التي تقيّم الأنظمة الإعلامية وتقيس أداء وسائل الإعلام للحكم على مستوى مصداقيتها وحريتها ومدى تقديمها لمضامين متوازنة وموضوعية, ويتسع استخدام هذه الآليات في المجتمعات التي تعاني من تحولات سياسية واقتصادية واجتماعية كالثورات وحركات الإصلاح، حيث يتبع النظام الإعلامي كافة الأنظمة الأخرى في المجتمع.

ويعتبر التنوع الإعلامي بمستوياته المختلفة أحد أهم مؤشرات قياس جودة الديمقراطية والحرية في النظام الإعلامي بمجتمع ما, بداية من تنوع المصدر Source Diversity الذي يضم تعددية مصادر المعلومات، واختلاف نمط ملكية وسائل الإعلام، وتوافر نظام اتصالي وسياسي حر ومفتوح يكفل التنوع الإعلامي من خلال القوانين والتشريعات المنظمة للعمل الإعلامي ويسمح بالتنافس بين وسائل الإعلام.

(\*) مدرس مساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

(\*\*) الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

(\*\*\*) الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام – جامعة القاهرة.

وفي سياق متصل , تعرض النظام الإعلامي المصري للعديد من التغيرات وظهور دعوات للإصلاح الإعلامي في مصر لمواكبة التغيرات السياسية, ومن هنا ظهر عدد من الدراسات التي عنيت بتقييم معايير التنوع الإعلامي بجانب صدور عدد من التقارير الدولية للأمم المتحدة تحدد فيها معايير تحقيق التنوع وما يحتاجه الإعلام المصري ليكون إعلامًا متنوعًا ومتوازنًا.

واهتمت هذه الدراسة بتقييم معايير التنوع الإعلامي لدى الإعلاميين والقائمين بالاتصال في مصر بالتطبيق على الانتخابات البرلمانية 2015 بإعتبارها حدث قومي هام يتسنى من خلاله التعرف على الأداء الإعلامي المصري .

#### أولاً : الإطار النظري للدراسة

يقوم مفهوم التنوع الإعلامي على ثلاث مستويات أساسية ولعل أهمها هو تنوع المصدر أو القائم بالاتصال , حيث يعتبر بداية تطبيق المفهوم بكافة عناصره وآلياته . يتضمن تنوع المصدر العديد من المتغيرات والعناصر الفرعية من تنوع ملكية وسائل الإعلام , وتنوع وتعدد انتماءات وثقافات الإعلاميين والقائمين بالاتصال والصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية على أن يكون من بينهم من ينتمون للفئات المهمشة, كذلك تعدد وتنوع في مصادر المعلومات والأخبار بين مصادر رسمية وأخرى غير رسمية لتقديم رؤية شاملة للأخبار تحمل كافة وجهات النظر. Serena (1067:2010, Carpenter), فتنوع المصدر هو مفتاح كتابة التقارير الخيرية التي تعكس الإدراك العام للقضايا المجتمعية وتحقق الدقة والموضوعية والمصادقية ( Aimee Burch ,Raluca Cozma ,2016 : 236 ).

ويتضمن أيضاً تنوع المنفذ *access diversity* أي إتاحة منافذ حرة ومتساوية لكافة فئات الجمهور للوصول للمعلومات والأخبار. ( Patrick Roessler ,2005 : 2 )

ويشمل تنوع المصدر عدد من العناصر وهي :

1- تنوع ملكية وسائل الإعلام: تم الإشارة من قبل أنه كلما كان هناك تنوع في ملكية وسائل الإعلام ما بين حكومية وخاصة ومستقلة، كان هناك تأثير افتراضي على تنوع المضامين والقضايا المطروحة في هذه الوسائل، بعكس الحال إذا كانت جميع الوسائل مملوكة لجهة معينة أو للنظام السياسي فهي بالطبع ستقدم مضامين موجهة تحمي مصالح مالكيها فقط.

بمعنى أنه كلما كانت ملكية وسائل الإعلام مستقلة غير خاضعة لحكومة أو دولة وكانت ملغًا لأفراد مستقلين متنوعين فيما بينهم، كان هناك إثراء لعملية التنوع الإعلامي ككل من وجود تنوع عرقي في المضامين الإعلامية، واهتمام أكبر بالأخبار المحلية، وطرح مصادر خبرية أكثر تنوعًا، فضلًا عن عدم تكرار المضامين وازدواجيتها بين الوسائل الإعلامية المستقلة. وتسهم الملكية المستقلة في زيادة تنوع المضامين والمحتوى الإعلامي، ومن ثم زيادة تنوع الجمهور جنبًا إلى جنب مع توافر ملكيات حكومية أو قومية لوسائل الإعلام وعدم تركيز ملكية وسائل الإعلام في يد قطاع معين. ( , Mary Collins , Sara Rogus , Magee Janice 2014 : 10-2 )

2- تنوع مصادر المعلومات: ويربط هذا العنصر بين تنوع المصدر وبين مصداقية وسائل الإعلام وثقة الجمهور بها ، فلم يعد يكفي وجود وسائل إعلامية متنوعة من حزبية وحكومية وخاصة ، أو من وسائل مسموعة ومرئية ومكتوبة وإلكترونية، إنما يتطرق هذا العنصر إلى تنوع مصادر المعلومات والأخبار المقدمة في هذه الوسائل ، فكلما تنوعت مصادر المعلومات وعدم الانحياز لصالح مصدر واحد فقط وخاصة الرسمي والتي تملي عادة آراء صانعي السياسات، زادت مصداقية الوسيلة الإعلامية وثقة الجمهور بها.(Cristiane Brum Brenderas , 2011 :38 )

3- تنوع العاملين بوسائل الإعلام: يعد العاملون في وسائل الإعلام حجر الأساس في صياغة المضامين الإعلامية وخاصة إذا كانوا يتقلدون مناصب عليا تمكنهم من صياغة السياسات التحريرية، والإسهام في وضع الخطط الإعلامية للمؤسسات، وبالتالي فإن تنوع العاملين وثقافتهم وأيديولوجياتهم يسهم بشكل كبير في تنوع السياسات الإعلامية، ومن ثم تنوع المضامين وخاصة إذا كان هناك عاملون منتمون للأقليات والفئات المهمشة في المجتمع فيستطيعون من خلال عملهم أن يعبروا عن مجموعاتهم ويقدموا مضامين تلبية رغباتهم واحتياجاتهم.

ولكن لا يوجد أدنى شك بأن تنوع العاملين في المؤسسات الإعلامية يعطي من قدرة المؤسسة في تطبيق معايير التنوع الإعلامي بشكل عام وخاصة على مستوى المصدر، وفقاً للتنوع المؤسسي *organizational diversity*، ووفقاً للتنوع الديموجرافي *demographic diversity*، فإن هذا الشكل من التنوع يشير إلى ضرورة تنوع كل الأطراف المكونة للمصدر الإعلامي من تنوع مالكي *owners*، وتنوع عاملين *workforce*، وتنوع منتجين *producers*، فهذه الفئات مجتمعة تشكل تنوع المصدر ككل على المستوى البشري *personnel*، ويتبع في هذا غالباً ثلاث إستراتيجيات في التعامل مع العاملين المتنوعين في وسائل الإعلام، فوفقاً للمدرسة الأمريكية إما أن يكون تعيين قائمين بالاتصال متنوعين ومنتمين للأقليات هو تعبير عن العدالة والتمييز *discrimination and fairness*، أو إعطاء الفرص المتساوية والعدالة لكافة الفئات من تقلد مناصب ووظائف إعلامية بالمؤسسات دون تمييز، أو *access and legitimacy*، وهنا يتم احتواء إعلاميين متنوعين وفقاً لقدرتهم على تحقيق المنفذ *access* والوصول لشرائح مجتمعية مختلفة، وأخيراً وفقاً *learning and effectiveness* وهي مدى كفاءتهم وقدرتهم في التأثير وزيادة القدرة الإبداعية للمنظمات الإعلامية في هذا المجال. (Clay Kimbro , Ann , 2008 :5)

4-التشريعات التي تكفل التنوع الإعلامي: هناك من يعتبر وجود تشريعات وقوانين ودستور تكفل التنوع الإعلامي هو بعد من أبعاد المفهوم , ولكن رأيت الباحثة أن وجود مثل هذه التشريعات والقوانين لابد وأن يندرج تحت تنوع المصدر , فإذا لم تتوافر التشريعات من الأساس بقيت أبعاد مفهوم التنوع الإعلامي مجرد رؤى تنظيرية , إنما إذا توافرت مثل هذه التشريعات فسيمكّن عملياً من تطبيقه على مستوى المصدر، ومن ثم صياغة الأهداف السياسية والثقافية والاجتماعية الاقتصادية للتنوع الإعلامي كما سبق الذكر.

وتأسيساً على ما سبق , فإن تنوع المصدر أو القائم بالاتصال بما يتضمن السياق السياسي والتشريعي والإقتصادي بالإضافة إلى تنوع استراتيجيات الوسائل الإعلامية وتعدد انماط ملكيتها وتنوع القوى العاملة فيها له أبلغ الأثر في تحقيق مفهوم التنوع الإعلامي في النظام الإعلامي ككل .

وإذا كان من الهام قياس وتقييم معايير التنوع الإعلامي في النظام الإعلامي المصري فكان لابد من القيام بالتعرف على رؤية القائم بالاتصال المصري ومدى إيمانه بقيمة التنوع الإعلامي وما هي آلياته لتحقيق المفهوم وتطبيقه في مختلف وسائل الإعلام المصرية بشكل عام وفي أثناء التغطية الإعلامية لانتخابات برلمان 2015 على وجه الخصوص .

ثانياً : النموذج العلمي للدراسة :

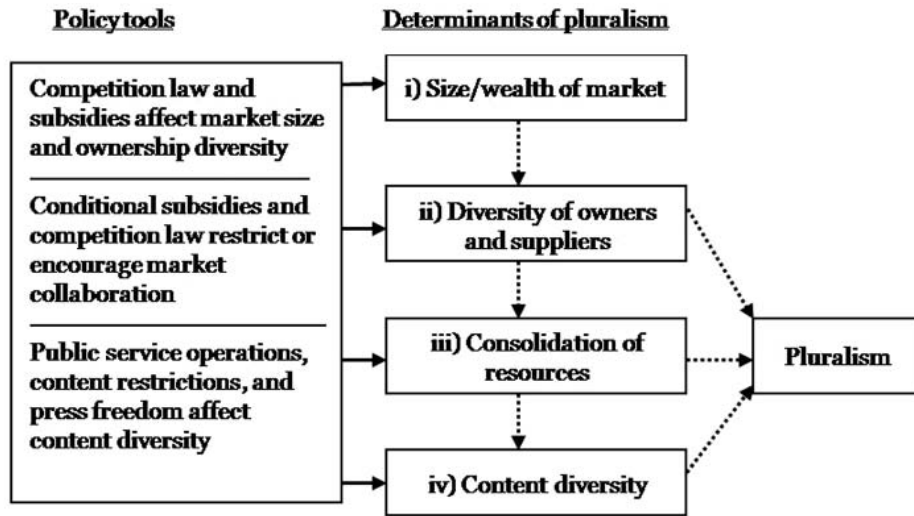
- نموذج محددات التنوع الإعلامي **determinants of pluralism** :

يعتبر هذا النموذج من النماذج البسيطة لتحديد عناصر التنوع الإعلامي , وهي بمنزلة محددات ومتطلبات لتطبيق معايير التنوع الإعلامي، وهي:

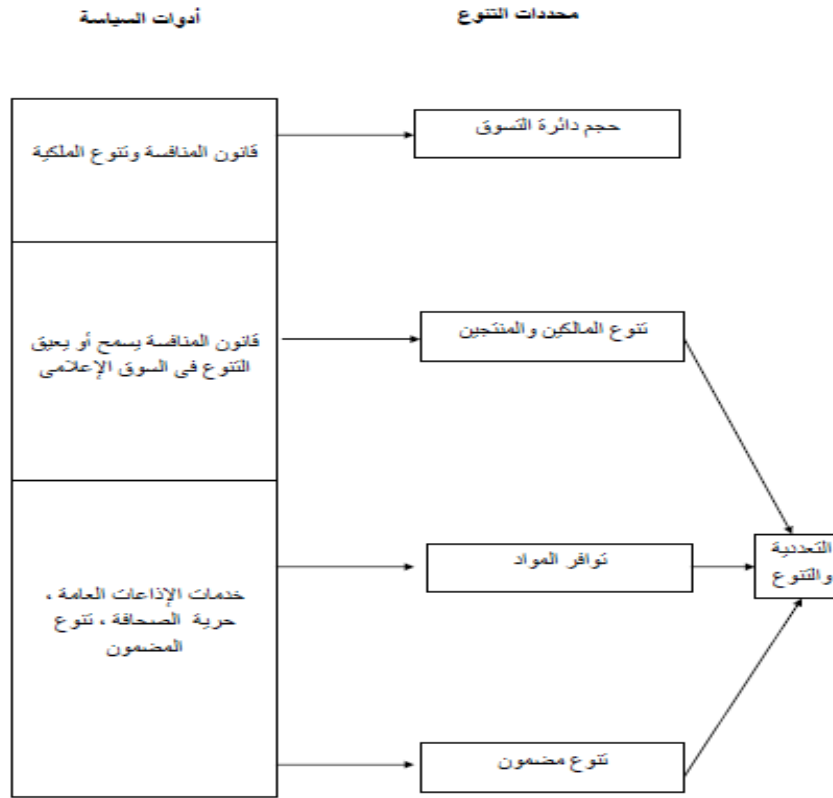
وجود بعض آليات السياسة الإعلامية من سوق إعلامي حر قائم على المنافسة، وتنوع في ملكية وسائل الإعلام وهو ما يتوقف على حجم وطبيعة السوق والنظام الإعلامي ,

### رؤية القائمين بالاتصال في مصر نحو مفهوم التنوع الإعلامي وآليات تطبيقه

كذلك وجود تشريعات وقوانين تدعم المنافسة وهو ما ينتج عنه تنوع وتعدد في مالكي وسائل الإعلام ومنتجات البرامج, هذا بالإضافة إلى وجود خدمات إذاعية عامة وإطار من حرية التعبير يتيح تنوع المضمون. ويقف هذا النموذج عند حد تنوع المصدر والمضمون اعتقادًا أنهما المحددات الخاصة بتحقيق التنوع الإعلامي دون التطرق لمحددات تنوع الجمهور. ( Mart Ots , 2009 : 384 – 389 ) .



## رؤية القانمين بالاتصال في مصر نحو مفهوم التنوع الإعلامي وآليات تطبيقه



### ثالثاً: الإطار المنهجي للدراسة

تعرضت المنظومة الإعلامية المصرية لعدد من الانتقادات التي ارتبطت بتبعية الوسائل الإعلامية للسلطة السياسية والاقتصادية، وعدم تمثيلها لكافة فئات المجتمع مقابل تحقيق مصالح ملاك الوسيلة من رجال الأعمال، وتعرض المجتمع المصري لعدد من التحولات والتغييرات من بعد ثورة 25 يناير وما تلاها من أحداث سياسية وفترات انتقالية عديدة مروراً بحكم الإخوان المسلمين ثم عزلهم، ووضع خارطة طريق للبلاد تهتم بدعم الاستقرار السياسي والاجتماعي والنهوض الاقتصادي، وتبع ذلك تغير في السياسة الإعلامية المصرية بشكل عام، ومن هنا تحاول هذه الدراسة

تقييم معايير التنوع الإعلامي في البيئة المصرية للوقوف على نسبة تحقق تلك المعايير، ومن ثم دعم حرية ومصادقية الإعلام المصري ومواكبة التغييرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمع، وتمثيل كل فئات المجتمع خاصة أن الشعب المصري أثبت قدرته على التعبير عن رأيه خلال ثورتين، وهو ما يدعو الإعلام لمحاولة إشباع احتياجات الشعب المصري وتلبية رغباته المعرفية والتعبير عن آرائه المختلفة التي تتحقق من خلال آليات التنوع الإعلامي .

### 1- تحديد المشكلة البحثية :

" التعرف على رؤية القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام المصرية بالتطبيق على الصحف الخاصة الليبرالية وذات التوجهات الإسلامية والقطبية والصحف الحكومية والحزبية نحو مفهوم التنوع الإعلامي والوقوف على كيفية تطبيقه وبخاصة بالنسبة لقضية الانتخابات البرلمانية 2015 كأحد مؤشرات دعم حرية الإعلام المصري ومصادقيته، وكخطوة في مسار الإصلاح الإعلامي في مصر."

### 2- أهداف الدراسة :

- الوقوف على درجة التنوع الإعلامي في الصحف المصرية بشكل عام.
- تقييم معايير التنوع الإعلامي للصحف المصرية بالتطبيق على تغطية أحداث الانتخابات البرلمانية 2015.
- تقييم مدى تنوع رؤى القائمين بالاتصال والنخب الإعلامية في إدارة المؤسسات الإعلامية وآليات تحقيق معايير التنوع الإعلامي في مؤسساتهم.

### 3- تساؤلات الدراسة :

- هل تعكس ثقافة وإستراتيجيات الوسائل الإعلامية قيمة التنوع الإعلامي؟



- هل هناك تنوع في أيديولوجيات وخلفيات القائمين بالاتصال والعاملين في وسائل الإعلام؟

- هل يفتنح القائمون بالاتصال بقيمة التنوع الإعلامي؟

- كيف يطبق القائمون بالاتصال معايير التنوع الإعلامي اقتصادياً وسياسياً وتشريعياً؟

- إلى أي مدى هناك تنوع في القوى العاملة في الوسيلة الواحدة؟

- ما هي رؤية القائمين بالاتصال لتفعيل معايير التنوع الإعلامي مستقبلاً؟

#### 4- نوع الدراسة :

دراسة استكشافية ووصفية تحليلية, حيث تستخدم البحوث الوصفية في وصف النظم والمؤسسات الإعلامية وتفسير العلاقات بين المتغيرات المختلفة (محمد عبد الحميد , 2004 : 12-14)، وتستهدف هذه الدراسة الكشف عن مدى تحقق قيمة التنوع الإعلامي في أداء الصحف المصرية بمختلف توجهاتها .

#### 5- منهج الدراسة :

**المنهج الكيفي:** وهذا لإقامة علاقات مباشرة مع المبحوثين ( سامى طابع , 2001 : 195- 200 )، كما تعتبر الدراسات الكيفية إطاراً منهجياً يسمح للباحث بالتعامل مع الظاهرة دون قيود أو ضوابط , وطبقت الباحثة المنهج الكيفي من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع القائمين بالاتصال في مختلف وسائل الإعلام المصرية؛ للتعرف على آليات تطبيق معايير التنوع الإعلامي على مستوى المصدر.

#### 6- مجتمع الدراسة والعينة :

**عينة الدراسة الكيفية على القائم بالاتصال:** قامت الباحثة بإجراء مقابلات متعمقة مع عينة من القائمين بالاتصال من مختلف الأعمار والمناصب الوظيفية والتوجهات,

حيث تم إجراء 10 مقابلات أساسية خلال شهر نوفمبر وديسمبر 2016 ويناير 2017 ، حيث تم مقابلة رؤساء ومديري تحرير الصحف محل الدراسة التحليلية، كذلك تم مقابلة عدد من الصحفيين العاملين في صحف أخرى لم تخضع للدراسة التحليلية وعدد من الإعلاميين الشباب في بعض وسائل الإعلام المسموعة والمرئية الخاصة والقومية.

راعت الباحثة أن تكون عينة المصادر الإعلامية متنوعة من حيث السن والنوع والدين والتوجه الأيديولوجي "الديني والليبرالي والاشتراكي والرأسمالي"، والمنصب الوظيفي ما بين "محررين ومراسلين ومديري تحرير وصولاً إلى رؤساء التحرير ورؤساء مجلس الإدارة"، والعمل في وسائل إعلامية مرئية ومقروءة قومية وحزبية وخاصة.

سمات عينة الدراسة الكيفية مع القانمين بالاتصال وتاريخ المقابلات معهم:

- أ/ يوسف سيدهم, رئيس تحرير صحيفة وطني, ممثل عن الصحف الخاصة ذات التوجه الديني القبطي, بتاريخ 18\1\2017, الساعة 2 ظهراً, واستمرت لمدة ساعة تقريباً.

- أ/ نبيل ذكي, رئيس مجلس إدارة صحيفة الأهالي, ممثل عن الصحف الحزبية, بتاريخ 19\1\2017, الساعة 12 ظهراً, واستمرت لمدة ساعة تقريباً.

- أ/ جمال سلطان, رئيس تحرير صحيفة المصريون, ممثل عن الصحف الخاصة ذات التوجه الديني الإسلامي, بتاريخ 28\12\2016 , الساعة 3 عصرًا, واستمرت لمدة ساعة تقريباً.

- أ/ أحمد جلال, مدير تحرير بصحيفة الأهرام, ممثل عن الصحف القومية, بتاريخ 23\1\2017 الساعة 1 ظهراً, واستمرت لمدة 50 دقيقة تقريباً.

- أ/ يوسف أيوب, مدير تحرير تنفيذي باليوم السابع, ممثل عن الصحف الخاصة ذات التوجه الليبرالي, بتاريخ 22\1\2017 , الساعة 2 ظهراً, واستمرت لمدة ساعة تقريباً.

- كل من أ/ روضة فؤاد صحفية بمجلة أكتوبر , وأ/ هبة علي صحفية بمجلة روز اليوسف , وأ/ جورج أنطون الصحفي بمجلة روز اليوسف, ممثلون عن الصحفيين الشباب العاملين بالصحف القومية, بتاريخ 29\11\2016 , الساعة 8 ليلاً, واستمرت لمدة ساعة تقريباً.

- كل من أ/ عبدالكريم محمد معد سابق في إذاعة القرآن الكريم, أ/ إيمان أحمد مراسلة بقتاة النهار الفضائية , ممثلون عن إعلاميين شباب عاملين في وسائل إعلام مرئية ومسموعة خاصة وقومية, بتاريخ 21\11\2016, الساعة 4 عصرًا, واستمرت لمدة ساعة ونصف تقريباً.

#### 7- أدوات جمع البيانات :

تم استخدام المقابلة المتعمقة شبه المقننة Structured Semi، حيث تتم تلك المقابلات عندما يكون الباحث على علم بالأسئلة التي يريد إجابة عنها، ولكنه لا يرغب في تقنين الأسئلة حتى لا يضعف من التفاعل؛ لذلك أطلق على المقابلات المتعمقة اسم "الحديث بهدف" conversation with a purpose .

#### رابعاً : نتائج الدراسة

دارت المقابلات المتعمقة حول خمسة محاور أساسية تجيب عن تساؤلات الدراسة فيما يتعلق بقياس تنوع المصدر في المجال الإعلامي المصري، وهي على النحو التالي:

أولاً: المفهوم الشخصي للقائم بالاتصال حول التنوع الإعلامي:

اتفق القائمون بالاتصال في وسائل الإعلام المصرية حول أهمية مفهوم التنوع الإعلامي وضرورة تطبيقه عند إنتاج المضامين الإعلامية المقروءة والمسموعة والمرئية، كما اتفقوا أيضاً على أن الإعلام المصري يتسم بالتنوع والتعدد من حيث الشكل ونمط الملكية والأصوات الإعلامية، ما بين إعلام خاص وقومي وحزبي وإعلام جاد وآخر يبحث عن الإثارة، وكذلك وجود إعلام مؤيد للدولة وآخر معارض.

" الخريطة الإعلامية المصرية متنوعة ظاهرياً وعلى مستوى المضمون، فيمكن القول إن الإعلام المصري ليبرالي صدره متسع لاستقبال ونقل كل التيارات الصحفية " ( يوسف سيدهم ، رئيس مجلس إدارة صحيفة وطني ، 2017 )

في حين اختلف المنظور الشخصي للقائمين بالاتصال في تعريف التنوع الإعلامي، فهناك من عرفه من منظور سياسي باعتبار التنوع الإعلامي هو التعبير عن كافة القوى والتيارات السياسية بمصر مؤكداً ضرورة أن يكون الإعلام منبراً سياسياً حرّاً يتسم بالتعددية ولا يستثنى تياراً سياسياً لكونه معارضاً ويفضل آخر باعتباره مؤيداً.

" يتحقق التنوع الإعلامي إذا تحقق التنوع السياسي ، وإذا تم إتاحة الفرصة لكافة التوجهات السياسية في مصر للتعبير عن نفسها سواء مع أو ضد النظام السياسي يمكن الحكم هنا بأن الإعلام متنوع " ( جمال سلطان ، رئيس تحرير صحيفة المصريون ، 2016 )

وأخذ شباب الإعلاميين هذا المنظور في تعريف التنوع الإعلامي على محمل الجد، واعتبروه التعريف الأوحده للتنوع الإعلامي، فلا يوجد إعلام متنوع دون تعريفه من منظور سياسي:

التنوع الإعلامي يمكن تعريفه في كلمتين فقط وهما الحرية السياسية، فالإعلام واجهة للنظام السياسي إذا كان النظام السياسي متعددًا ما بين مؤيد ومعارض في إطار من الحرية يستطيع الإعلام أن يتنوع مضمونًا وشكلًا " (روضة فؤاد صحفية بمجلة أكتوبر , عبد الكريم محمد معد سابق بإذاعة القرآن الكريم , 2017 )

بينما عرفه آخرون بأنه حرية التعبير عن كافة الآراء ووجهات النظر، وهذا على مستوى آراء النخب السياسية والاقتصادية والاجتماعية بالمجتمع، وكذلك التعبير عن آراء الشعب المصري بكل طوائفه "الجمهور"، وعرض احتياجاتهم ومشكلاتهم ووجهات نظرهم حول مختلف قضايا المجتمع. وأكد آخرون أن التنوع الإعلامي هو حرية الإعلام والعمل بعيدًا عن التدخل المباشر من أجهزة الدولة، بينما أشار عدد من القائمين بالاتصال على أن التنوع الإعلامي هو رسالة إعلامية جادة تبعد عن التضييل ولا تهتم بالسبق الصحفي.

" إذا أردنا تعريف التنوع الإعلامي لا بد أن ننظر إلى الجمهور فهو من يحتاج للتنوع وتقديم كافة الآراء له وتركه يتبنى ما يشاء من وجهات نظر، وأنا كدولة لا أفرض رأيًا أو توجهًا معينًا تاريخيًا المجال للإعلام ليعمل بمنتهى الحرية " ( نبيل ذكي , رئيس مجلس إدارة صحيفة الأهالي , 2017 )

وتأسيسًا على ما سبق، أكد ممثل الصحف الخاصة الإسلامية أن التنوع الإعلامي في مصر هو التنوع السياسي وتلبية رغبات الجمهور خاصة أبناء تيار الإسلام السياسي الذين تم عزلهم من الحياة السياسية في الآونة الأخيرة، حيث أوضح معاناة قطاع كبير من الجمهور المصري -وهم الإسلاميون على حد وصفه- من عزلهم عن الحياة

الاجتماعية والسياسية بمصر وعدم التعبير عن آرائهم؛ وهذا نتيجة لعدم إتاحة الفرصة أمام الصحف الإسلامية للظهور والتعبير عنهم وتلبية رغباتهم المعرفية، وعلى العكس تمامًا فقد أكد ممثل الصحف الخاصة الليبرالية أن هناك قضايا أمن قومي لا تسمح بتنوع الآراء وتعددتها، وخاصة القضايا السياسية، فإذا كان التنوع الإعلامي هو تنوع الآراء فلا بد من الوقوف بجانب الدولة وتبني موقفها حيال بعض القضايا التي لا تحتمل إلا رأيًا واحدًا فقط:

" التنوع الإعلامي هو نشر كافة الآراء المؤيدة والمعارضة لقضية معينة، إنما الآن لا تحتمل مصر من وسائل الإعلام إلا تبني موقفها وخاصة في قضايا الأمن القومي مثل موقف الدولة من الإخوان المسلمين " (يوسف أيوب، مدير تحرير تنفيذي بصحيفة اليوم السابع 2017 )

وفي المقابل، لم يهتم ممثل الصحف الخاصة القبطية بالمنظور السياسي في تعريف التنوع الإعلامي، إنما أوضح أن الإعلام رسالة جادة فلا ينبغي الاهتمام بما يحتاجه القارئ فقط، وإنما نشر كل ما هو مفيد ودقيق، وأن المضمون الإعلامي المتنوع هو المضمون الجاد الصحيح الذي يحترم الرأي العام، كما يعتبر الجمهور ليس بمستهلك كما أن مؤسسته الصحفية "وطني" لا تستهدف تحقيق مبيعات وأرباح بقدر ما تتجه نحو خلق رأي عام مستنير تقدم له مضامين إعلامية جادة ودقيقة وموضوعية تبعد عن الإثارة والكذب، كما هو الحال على صفحات التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية غير معروفة المصدر:

" فلا يهم ما يحتاجه القارئ وإنما تقديم وجبة إعلامية دقيقة وغير مضللة وتقديم تغطية صحفية متعددة المصادر، ففي مصر هناك صحافة جادة وموضوعية وأخرى

للإثارة، فمن تقوم بقيمة التنوع الإعلامي هي الصحافة الجادة فقط التي تحترم الدقة وصحة الخبر " (يوسف سيدهم , رئيس تحرير صحيفة وطني , 2017) 1

بينما تطرق ممثل الصحف القومية إلى تعريف التنوع الإعلامي بأنه تحقيق شمولية المصدر وتنوع القضايا وعدم تكرارها، رغم اعترافه بوجود قضايا تفرض نفسها على الساحة وبالتالي يتم تكرار النشر عنها، كما برر أيضا تكرار المصادر نظراً لتعامل الصحف القومية مع مسئولين تنفيذيين بالدولة يتقلدون مناصب لسنوات مما يوحي للقارئ بعد تنوع المصادر والموضوعات، واتفق معه ممثل الصحف الحزبية الاشتراكية وأضاف ضرورة تمتع الصحفيين بالحرية التامة لتسهيل عملهم لضمان تنوع المضامين الإعلامية:

"التنوع الإعلامي هو في الأصل تنوع المصادر الإعلامية، إنما تكمن المشكلة إذا كان ما يهم المواطن قضية بعينها في يد مسئول واحد، بالتالي أضطر إلى متابعة هذا المسئول حتى الوصول لحل لهذه القضية مما يضعف تنوع المصادر ويؤثر على مقدار التنوع الإعلامي المطلوب " ( أحمد جلال , مدير تحرير بصحيفة الأهرام , 2017 )

" الإعلام المصري متنوع بقدر ما، ولكن لن يتم تحقيق التنوع المنشود إلا بحماية الصحفي واحترام كرامة المهنة وإعطائه كامل الحرية أثناء تأدية عمله " ( نبيل ذكي, رئيس مجلس إدارة صحيفة الأهالي , 2017 )

أما عن رؤية شباب الإعلاميين فكانت صادمة حيث لم يضع أحد منهم تعريفاً للتنوع الإعلامي مستنكرين حال الإعلام المصري الآن، فالإعلام -على حد وصفهم- إعلام مؤيد ذو رأي واحد، وبالتالي لا مجال للتنوع والتعددية من الأساس:

وجدير بالذكر أن الباحثة قد لاحظت توجيهات ممثل الصحف الخاصة القبطية لهيئة التحرير بضرورة تحري الصدق والموضوعية وعدم " الجري وراء " السبق الصحفي وتقديم أخبار كاذبة لإرضاء القارئ على حساب الحقيقة , حيث كان هذا الاجتماع قبل مقابلته بشكل شخصي.

" لا يوجد ما يسمى بالتنوع الإعلامي إذا كانت كل الآراء في موقف المؤيد وغير ذلك يتم رفض نشره من جانب المؤسسة الصحفية سواء كانت حكومية أو خاصة " (روضة فؤاد صحفية بمجلة أكتوبر , هبه محمد صحفية بروز اليوسف , 2016 )

ثانيا: رؤية القائم بالاتصال للنظام السياسي والاتصالي في مصر وعلاقته بالتنوع الإعلامي:

انقسمت رؤى القائمين بالاتصال حول علاقة النظام السياسي والاتصالي في مصر بالتنوع الإعلامي, فذهبت فئة إلى نفي أي تدخل من جانب النظام السياسي في العمل الإعلامي، وأن للصحف مطلق الحرية في نشر ما يريدونه دون تقييد أو تضيق للحريات، وبذلك يتحقق التنوع الإعلامي حيث إن النظام الاتصالي في مصر حر وموضوعي يسمح بتعدد الآراء في ظل صحف متعددة الملكية, بينما ترى الفئة الأخرى أن هناك رقابة مباشرة وتهديداً بمنع طبع عدد من الصحف التي قد تنشر ما لا يتناسب مع رؤية النظام السياسي وهو ما يقف عائقاً أمام حرية الصحافة وتنوع المضامين.

" يمكن القول إن النظام السياسي المصري الآن حر لا يتدخل في العمل الإعلامي, فقديمًا في عهد عبد الناصر وهو من أعتى عهود أمن الدولة ويلييه عهد السادات، كانت الصحف تعمل تحت مظلة مكتب الرقيب التابع لرئاسة الجمهورية وهو من يحدد ما ينشر وما لا ينشر، أما الآن فلا وجود لهذا على الإطلاق " ( يوسف سيدهم , رئيس تحرير وطني , 2017 )

وفي سياق متصل, أرجع كل من ممثل الصحف الخاصة القبطية والصحف الخاصة الليبرالية السبب في عدم تدخل النظام السياسي في العمل الإعلامي هو فرض الرقابة الذاتية على نفسها وتجنب الصدام مع مؤسسات الدولة والنظام السياسي ككل:



"وضعت صحيفة وطني لنفسها سياسة توافقت مع جميع الأنظمة السياسية وتقوم على أنها صحيفة جادة تحت مظلة 3 خطوط حمراء، وهي: عدم المساس بالجيش المصري، وعدم التعرض للحياة الخاصة برئيس الدولة، وعدم انتقاد أي مؤسسة دينية إسلامية أو مسيحية" (يوسف سيدهم , رئيس تحرير صحيفة وطني 2017 )

"حوالي 70 % من مضمون صحيفة اليوم السابع مضمون صحفي متنوع، وأن 30 % المتبقية هي ما فرضته الصحيفة على نفسها من عدم المساس بقضايا الأمن القومي التي لا تحتمل إلا رأياً واحداً موافقاً لموقف الدولة في هذه الفترة ( يوسف أيوب , مدير تحرير تنفيذي باليوم السابع , 2017 )

واتفق ممثل الصحف القومية مع الرؤية السابقة، وأضاف أن الشعب يقف في صف النظام السياسي ومن ثم فإن أي رأي معارض لموقف الدولة سيتم رفضه من الشارع المصري، وأكد هذا ممثل الصحف الحزبية الاشتراكية مرهناً على وعي الشعب في فرز الإعلام الصادق من الكاذب، واصفاً النظام السياسي والاتصالي في مصر بأنهما أنظمة معتدلة لا تتدخل في العمل الإعلامي وأن الشعب أو الجمهور هو من يحدد مقدار تنوع القضايا والرؤى وفقاً لاحتياجاته:

"الشعب الآن " مع " النظام السياسي يلفظ أي تنوع مضاد أو معارض لموقف النظام السياسي الآن كما كان الحال في مقاطعة الجمهور لشراء الصحف اعتراضاً على موقف نقيب الصحفيين وطلبه اعتذار رئيس الدولة، نشرت الأهالي انتقاداً لاذعاً للحكومة بشأن قضية تيران وصنافير، ولم يتم منع نشر هذه الموضوعات من جانب الحكومة رغم معارضة الحزب لما تم نشره، والجمهور على وعي ويعرف من يتلون إعلامياً " ( أحمد جلال مدير تحرير بالأهرام , نبيل زكي رئيس مجلس إدارة الأهالي 2017 )

" أكبر دليل على عدم تدخل النظام السياسي في عمل الأهرام هو زيادة المساحات المخصصة لحق الرد والتكذيب والتصحيح بعد ثورة يناير، تم تنفيذ هذا الحق بشكل كبير عما كان موجودًا قبل ذلك " ( أحمد جلال مدير تحرير بالأهرام , 2017 )

وعلى العكس تمامًا، أقر كل من ممثل الصحف الخاصة الإسلامية وبعض الإعلاميين الشباب بالتدخل المباشر من جانب النظام السياسي في العمل الإعلامي، وأوضحوا أن النظام الاتصالي في مصر تابع للدولة وغير حر ويحدد تابوهات وسقفًا لما يتم نشره.

" أخصب فترة للتنوع الإعلامي كانت من فبراير 2011 إلى 30 يونيو 2013، أما الآن فالدولة تتدخل بشكل مباشر وغير مباشر، فقد تحجب موقع الجريدة أو أن يتم وقف طباعة العدد لتغيير موضوعات معينة " ( جمال سلطان , رئيس تحرير المصريون , 2016 )

وتأسيسًا على ما سبق، اتفق القائمون بالاتصال أن للنظام السياسي دورًا في تحديد مقدار التنوع الإعلامي، فإذا كان النظام السياسي حرًا وليبراليًا ولا يتدخل في العمل الإعلامي سينتج عنه تنوع في المضامين الإعلامية تلقائيًا، وفي المقابل إذا كان النظام السياسي يفرض الرقابة ويحظر النشر لبعض الموضوعات فستصبح الصحف نسخًا متشابهة مؤيدة لفكر واحد وهو فكر الدولة والنظام.

وعن تحديد العلاقة بين النظام السياسي والنظام الإعلامي فانفق ممثلو الصحف الخاصة الليبرالية والقطبية والقومية على أن العلاقة متبادلة بمعنى أن السياق السياسي يؤثر على ما يتناوله الإعلام من قضايا وأحداث ويؤثر أيضًا الإعلام على سياسة الدولة في تغييرها ونقدها في أحيان كثيرة:

" رسالتنا كمؤسسة صحفية هي النقد البناء ولا نخشى أن ننتقد الحكومة، ولكن من يحدد مقدار النقد وتوجهه هو عمل الحكومة ذاتها، فإذا كانت حكومة عميلة وتدور في فلك قوى أجنبية فسيصبح نقدًا حادًا جدًا وصريحًا، أما إن كانت حكومة وطنية تخطئ

وتصيب مثل الحكومة الحالية فسيصبح نقدًا بناء يفيد في تصحيح مسار عمل الحكومة ومؤسسات الدولة " (نبيل ذكي, رئيس مجلس إدارة الأهالي , 2017 )

وفي المقابل يرى ممثلو الصحف الخاصة الإسلامية والإعلاميون الشباب أن الإعلام الآن أصبح أداة للدعاية لكل ما هو في صالح الدولة والنظام السياسي، وأنه لا مجال للنقد أو التعليق على قرارات الدولة والمؤسسات الحكومية والتنفيذية وإلا سيتهم من ينتقد بالعمالة والتخوين, وبذلك تصبح العلاقة ذات اتجاه واحد وهو ما يمليه النظام السياسي على الإعلام، وهو ما يعتبر ضد مبادئ التنوع الإعلامي المنشود:

" المناخ السياسي غير مشجع فهناك تحكم شديد وفرض سيطرة ولا مجال للتعليق أو المعارضة فهو تيار صحفي واحد نسير وراءه وإلا سيتم التشكيك والتشويه لمن يخالف " (جمال سلطان, رئيس تحرير المصريون , 2017 )

ثالثًا: رؤية القائم بالاتصال نظام الاقتصادي وعلاقته بالتنوع الإعلامي في مصر:

اتفاق جميع القائمين بالاتصال في الصحف المصرية على عدم وجود عقبات اقتصادية أمام الصحف سواء كانت خاصة أو قومية تحول دون تحقيق التنوع الإعلامي, فأوضح ممثلو الصحف الخاصة الليبرالية والإسلامية والقبطية قيام الصحف على الإعلانات ومساهمة مجالس الإدارات, وأضاف ممثل الصحف القومية باكتفاء الصحف القومية بالاشتراكات السنوية والتي تغطي التكلفة وتزيد, بينما اشتكى ممثل الصحف الحزبية من ضعف تمويل الصحف وفقر الأحزاب، وهو ما يقف عائقًا أمام العمل الدوري بالصحيفة وعدم قدرتها على المنافسة، ودعا الدولة إلى ضرورة دعم الصحف الحزبية كما هو الحال مع الصحف القومية:

" تقوم الأهرام اقتصاديًا من خلال 14 شركة إعلانية تابعة للأهرام واشتراكات المؤسسات في الصحيفة وإعلانات الوفيات فتوفر كافة تكاليف الصحيفة " ( أحمد جلال مدير تحرير بالأهرام 2017 )

في سياق متصل، اتفق القائمون بالاتصال على أن النظام الاقتصادي لا يمثل عائقاً أمام إنتاج مضمون إعلامي متنوع، فحتى وإن كانت الصحيفة فقيرة مادياً فلا يمنعها من تأدية رسالتها وعرض كافة وجهات النظر:

" نعانى من مشكلة اقتصادية فنحن نطبع في الأهرام وتم رفع تكاليف الطباعة بنسبة 80% ومع ذلك نستمر في نشر ما نريده، فنحن صحيفة نلتزم ببرنامج الحزب، فلسنا جريدة تخدم مصالح رجل أعمال أو جريدة حكومية تأخذ دعم من الدولة " (نبيل ذكي ، رئيس مجلس إدارة الأهالي ، 2017 )

بينما انفرد ممثل الصحف الخاصة الليبرالية بتوضيح أن العقبات الاقتصادية الآن هي وهم كبير، وأشار إلى عصر التواصل الاجتماعي social media ، فالصحف الآن أصبحت منتجات تقدم وفقاً لما يطلبه القارئ تقدم عبر شبكات الإنترنت والأسبق والتي تفي باحتياجات الجمهور ورغباته هي التي ستحقق متابعة ومشاركة أعلى وبأقل تكلفة:

" الأساس ما يريده جمهور social media حتى وإن كانت كل رغباته موضوعات ترفيهية فما علينا كصحيفة إلا تحقيق رغباته، وهو ما قد يتم رؤيته أنه ضد تنوع المضمون ولكن حجر الزاوية لأي مؤسسة صحفية تريد الاستمرار هو تلبية رغبات الجمهور وإبرازها على صفحات ومواقع الجريدة على شبكة الإنترنت، فالمنافسة شديدة جداً " (يوسف أيوب، مدير تحرير تنفيذي باليوم السابع ، 2017 )

في حين اختلف القائمون بالاتصال على توضيح من يحدد مقدار التنوع الإعلامي إذا لم يكن هناك عقبات اقتصادية، فاتفق ممثلو الصحف الحزبية والخاصة القبطية على أن المشكلة ليست في ضعف الإمكانيات والتمويل وأن من يحدد تنوع الصحف إعلامياً هي رسالة المؤسسة الصحفية والتي تعتبر الجمهور قارئاً مستنيراً، بينما اتفق ممثلو الصحف القومية والخاصة الليبرالية والخاصة الإسلامية على أن الجمهور

واحتياجاته الإعلامية هي التي تحدد مقدار تنوع الموضوعات التي تتناولها الصحف, فالأصل هو البيع والجمهور هنا هو مستهلك قبل أن يكون قارئاً.

" إذا أردنا التحدث عن النظام الاقتصادي وعلاقته بالتنوع الإعلامي فلا يوجد أي عقبات فنحن صحيفة تقوم على أسهم من مجلس الإدارة وإعلانات ولكن السباق للوصول للجمهور وتلبية ما يحتاجه والرغبة في البيع وتحقيق أرباح لكى نستمر هي التي تحدد ما ننشر وما لا ننشر " ( جمال سلطان , رئيس تحرير المصريون, 2016) أما على صعيد آخر, اتفق جميع القائمين بالاتصال على عدم وجود أي سيطرة من الإعلان على المضمون الإعلامي, فهناك فصل تام بين الإعلان والتحرير, كذلك لا يوجد سيطرة من المعلنين على ما يتم نشره وبالتالي فمقدار التنوع الإعلامي بالصحف يتحدد بناء على سياستها التحريرية وليس بناء على رغبات المعلن:

"الصحيفة لها شركة إعلان مستقلة تتعامل مع المعلنين في فصل تام عن المادة التحريرية, فعلى سبيل المثال هناك تعاقد مع ساويرس ومالك شركة جهينة إعلانياً ولكن هذا لا يمنع الموضوعات الصحفية التي وجهت انتقادات لهما ( يوسف أيوب , مدير تحرير تنفيذي باليوم السابع 2017 )

" الأهرام مؤسسة قوية وثابتة وتحجز عندنا الإعلانات بالسنة, السطر في صفحة الوفيات وصل الآن إلى 850 جنيهاً مصرياً وهو ما يغطي مصاريف التشغيل, بالطبع قلّت الإعلانات عما كانت عليه من قبل بسبب سوء الأحوال الاقتصادية في البلاد ولكن ما زال الإعلان بعيداً كل البعد عن التحرير " ( أحمد جلال , مدير تحرير بالأهرام , 2017 )

#### رابعاً: سياسة الوسيلة الإعلامية وفلسفتها وعلاقتها بالتنوع الإعلامي:

على مستوى الفلسفة التحريرية للصحف, اتفق جميع القائمين بالاتصال على أن البنية التحتية للصحيفة والممثلة في هيئة التحرير في المقام الأول هي المسؤولة عن مقدار

التنوع الإعلامي في المضامين المنشورة، فأشاروا إلى تنوع هيئة التحرير بمؤسساتهم وضمها لعدد كبير من المحررين والصحفيين مختلفي النوع والدين والتوجه الأيديولوجي.

وتأسيساً على ما سبق، أوضح ممثل الصحف الخاصة القبطية أن هيئة التحرير لا بد أن تضم الإناث والذكور وتضم القبطي والمسلم، ليعملوا تحت مظلة منبر إعلامي جاد يخدم جميع فئات المجتمع وطوائفه، واهتم ممثل الصحف الخاصة الليبرالية بضرورة تضمين كافة الأيدولوجيات السياسية في صالة التحرير وعدم الاقتصار على توجه واحد للعاملين وهو بدوره يثري العمل الإعلامي.

في سياق متصل، أوضح القائمون بالاتصال أن اختلاف وتنوع أيدولوجيات وخلفيات المحررين والصحفيين والعاملين في المؤسسة الصحفية هو نتيجة طبيعية لكون البشر متنوعين بطبيعتهم، كذلك أن المؤسسات الصحفية لا ترفض صحفياً أو محرراً لخلفيته ومعتقداته، فإذا كان تنوع العاملين مطلباً أساسياً لتنوع المضمون نظرياً فتختلف أهميته عند التطبيق.

أما واقعياً، فأجمع القائمون بالاتصال على أن معيار التوظيف والتعيين في الصحف هو " المهنية " وكفاءة الصحفي والمحرر وإذا كانت هيئات التحرير تضم فئات متنوعة من الصحفيين، إلا أن الجميع يتنازل أمام المهنية، فليست العبرة بالتوجه السياسي أو الثقافي للصحفي وإنما بموهبته وتميزه في عمله:

" صالة التحرير تضم 300 صحفي من مختلفي التيارات السياسية من إخوان وسلفيين واشتراكيين ثوريين ومختلفي الديانات، ولكن يحتكمون للمهنية في العمل الصحفي، فيترك الصحفي أيدولوجيته وقناعاته من أجل الوظيفة، فأحياناً الصحفي يتعامل مع العمل الإعلامي على أنه مصدر رزق " (يوسف أيوب، مدير تحرير تنفيذي باليوم السابع 2017)

" لدينا مراسلون من النوبة والأقباط ومن كل المحافظات ولكن نقوم بتعيين الأقدر والأكثر كفاءة " ( جمال سلطان , رئيس تحرير المصريون , 2016 )

أما على مستوى تدريب الصحفيين فأشار جميع القائمين بالاتصال إلى ضعف فرص التدريب والتي تقف عند حد الندوات التثقيفية أو السفريات والبعثات الخارجية لحضور ورش عمل.

" توجد فرص تدريب وإنما قليلة جداً وعادة ما يتم اكتساب آليات التنوع بالخبرة والممارسة في ظل مناخ سياسي واتصالي يسمح بالتعددية من الأساس , لا تهتم المؤسسات الصحفية بإعطاء ورش تدريبية على القيم الخبرية مثل التنوع الإعلامي، فالخط الصحفي للجريدة معروف مسبقاً والصحفي الكفاء هو صاحب السبق الصحفي " ( جمال سلطان, رئيس تحرير المصريون, 2016 , عبد الكريم محمد معد سابق في إذاعة القرآن الكريم , 2016 )

في حين انفراد ممثل الصحف الخاصة القبطية بتقديم تجربة ذاتية قامت بها صحيفة وطني حيث تم تدريب الصحفيين على التنوع السياسي والصحفي والتعبير عن كافة التيارات السياسية بمصر:

" تم تدريب الصحفيين على مفهوم التنوع الإعلامي من خلال مبادرة قامت بها تحت مسمى " برلمان وطني " بحيث تنشئ هيئة التحرير محاكاة من البرلمان المصري في الصحيفة مكون من المحررين والصحفيين، وكان هذا قبل ثورة يناير، ويمثل شباب الصحفيين العاملين بوطني الأحزاب والمرشحين في البرلمان ويحاكوا قضايا المجتمع ويصبح الصحفي بعدها قادرًا على تنوع موضوعاته في الحياة السياسية والصحفية فيما بعد " (يوسف سيدهم , رئيس تحرير وطني 2017 )

وفى المقابل , يختلف الاهتمام بالتدريب في مجال الوسائل الإعلامية المرئية، فتحرص بعض القنوات الخاصة على منح فرص تدريبية للعاملين وإعداد جيل إعلامي شاب قوي يعرف القيم والتقنيات الحديثة قادر على المنافسة:

" تقوم القناة بإعطائنا ورشاً تدريبية حديثة على التنوع الإعلامي وغيرها، وتهتم بتنشئة المراسل التلفزيوني ليفي بجميع متطلبات الجمهور ويجمع بين المهنية والأساس العلمي الحديث " ( إيمان أحمد , مراسلة بقناة النهار , 2017 )

وعلى مستوى تطبيق مفهوم التنوع الإعلامي, فقدّم القائمون بالاتصال رؤيتهم في تغطية الصحف التي يمثلونها للانتخابات البرلمانية 2015 , حيث أشار ممثل الصحف القومية إلى تنوع التغطية الصحفية وإعطاء كل ممثلي البرلمان الفرصة متساوية في التغطية الصحفية, رغم اعترافه بتوحيد أطر المعالجة الصحفية لأحداث الانتخابات, في حين أشار ممثل الصحف الخاصة الإسلامية إلى انفراد الصحيفة بنشر تحقيقات وحوارات صحفية مع نخب إسلامية غير مكررة مقارنة بالصحف الأخرى:

" سياسة الأهرام تقوم على تنوع الأصوات، ففي قضية الانتخابات البرلمانية فلم يكن هناك ما يسمى بمرشح الدولة وإنما النسبة الأكبر للمرشحين المستقلين, كما تقوم صحيفة الأهرام أيضاً على التغطية من خلال إطار صحفي واحد؛ وذلك لأن صحيفة الأهرام هي لسان حال الدولة وهو " شرف " لها أن تقوم بهذا الدور " ( أحمد جلال مدير تحرير بالأهرام , 2017 )

" جمهورنا من أبناء التيار الإسلامي فكان هدفنا في تغطية الانتخابات هو الحصول على أكبر كم معلومات متنوع من مصادر مختلفة لم يتم استضافتها في وسائل الإعلام الأخرى وأصحاب أيديولوجيات إسلامية لا يتم السماح لهم إعلامياً في الوسائل الأخرى " (جمال سلطان, رئيس تحرير المصريون , 2016 )



وفي المقابل، اختلفت رؤية الإعلاميين الشباب حيث رأوا أنه لم يكن هناك تنوع في تغطية الانتخابات البرلمانية 2015، فأوضحوا أن سياسات الوسائل لا تتيح فكرة التنوع الإعلامي فهي تعمل إما لصالح الدولة أو الحزب أو لصالح رجل الأعمال مالك الصحيفة، فلا يوجد بنية تحتية للوسائل الإعلامية المصرية تتيح الحرية والتنوع الإعلامي، وعلى العكس أوضح ممثل الصحف الخاصة القبطية حرص صحيفته على تقديم تغطية متوازنة تضم كل الأصوات والآراء في تغطية الانتخابات:

" وطني ليست واحة للأقباط قدمنا خلال تغطية الانتخابات البرلمانية 2015 عرضاً متوازناً لكل الأحزاب والمرشحين والآراء وتركنا للقارئ حرية الاختيار، فهدفنا رفع الوعي الانتخابي فقط " ( يوسف سيدهم، رئيس مجلس إدارة وطني , 2017 )

وفي سياق متصل، اتفق جميع القائمين بالاتصال على استمرارية تهميش بعض فئات المجتمع من أهل النوبة والبدو والمعاقين وغيرهم، وبرروا ذلك بأن الحدث هو المتحكم في كم التغطية الإعلامية، فنظراً لبعدها هذه المناطق جغرافياً وعدم وجود أحداث كبيرة هناك فكانت التغطية الإعلامية عنها ضعيفة مقارنة بمثيلاتها:

" لا نقصد تهميش النوبة أو سيناء في التغطية الجغرافية لأحداث الانتخابات، وإنما هي بطبيعتها محافظات نائية هادئة لا يوجد بها مرشحوں يثيرون الجدل أو أحداث تلفت الانتباه " ( أحمد جلال , مدير تحرير بالأهرام , 2017 )

#### خامساً: رؤية القائم بالاتصال لمستقبل التنوع الإعلامي في مصر:

تنوعت الرؤى المستقبلية لدى القائمين بالاتصال حول التنوع الإعلامي في مصر، وكيفية زيادة نسبة التنوع الإعلامي في المضامين الإعلامية المختلفة، حيث أكد ممثل الصحف الخاصة القبطية ضرورة فرض تشريعات وقوانين لا تمس كرامة الصحفي، وإنما تنظم العمل الإعلامي وتعاقب من يخالف كضمان لمضمون إعلامي متنوع وجاد، وبرر عشوائية الساحة الإعلامية الآن والاهتمام بالسبق الصحفي على حساب

صحة الخبر ضد مبادئ التنوع الإعلامي، فكل صحيفة تسبق وتنتشر دون تحقق ونرى العديد من الصحف بمضمون خبري واحد فضلا عن كونه غير صحيح:

" تفعيل القوانين وموائق الشرف الإعلامي والالتزام بها هي التي ستجبر الصحف على تنويع المضامين والتزامها الدقة والموضوعية، فنحن كصحيفة نرى أن الموضوعية والتنوع مترادفان، ولن نتحقق الموضوعية وصحة الخبر إلا بوجود مظلة تشريعية تحمي الصحفي والقارئ على حد سواء " ( يوسف سيدهم , رئيس مجلس إدارة وطني , 2017 )

واتفق معه ممثل الصحف القومية، وأضاف أن إقرار قانون تنظيم الإعلام الجديد سيسهم بشكل كبير في الإصلاح الإعلامي، فستحقق استقلالية وبالتالي ينتج تنوع في المضمون الصحفي:

" إذا أردت إعلامًا مستقلاً متنوعاً فلا بد من تقنين الصحف، ومن حسن الحظ أن العقوبات في القانون الجديد مالية فهي ليست عقوبات سالبة للحريات وإنما فرض غرامات بملايين الجنيهات على الصحف، وبالتالي سيحرص مالكو الصحف على تقديم مضامين صحيحة متنوعة " ( أحمد جلال , مدير تحرير بالأهرام , 2017 )

وعلى العكس تمامًا أوضح كل من ممثل الصحف الخاصة الإسلامية والإعلاميين الشباب أن مستقبل التنوع الإعلامي في مصر سيقوم من خلال عدم تدخل الدولة والنظام السياسي في العمل الإعلامي وإلغاء الرقابة وإعطاء الحرية كاملة للمؤسسات الصحفية لممارسة عملها:

" السبيل أمام التنوع الإعلامي في مصر هو التحصين ضد تدخل النظام السياسي وأجهزة الدولة وفتح الباب أمام الحرية الصحفية والتعبير عن كافة الآراء المؤيدة والمعارضة وتدريب الإعلاميين على التنوع الإعلامي وتطبيقه " ( جمال سلطان

رئيس تحرير صحيفة المصريون 2016 ) , ( جورج أنطون صحفي بروز اليوسف،  
وعبد الكريم محمد معد سابق في إذاعة القرآن الكريم , 2016 )

بينما رأى ممثل الصحف الخاصة الليبرالية أن مستقبل التنوع الإعلامي في  
خصخصة الإعلام الحكومي وإيجاد نسخ إلكترونية للصحف المطبوعة، فإذا تم وقف  
الإصدارات التي تخسر سنوياً ووقف التعيينات لمدة خمس سنوات ستوفر الدولة مبالغ  
طائلة ويصبح الإعلام أكثر حرية يعمل بعيداً عن سيطرة الدولة ويقدم رسالة إعلامية  
مستقلة:

"التنوع الإعلامي سيزيد إذا ما تم خصخصة وسائل الإعلام وعدم تحميل الدولة  
تكلفة مبانٍ لصحف قديمة مثل دار الهلال والمعارف، واتجاه كل الصحف نحو النسخ  
الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي التي تقوم بتلبية رغبات الجمهور أو social  
trend والإعلانات ستزيد بطبيعة الحال" ( يوسف أيوب مدير تحرير تنفيذي باليوم  
السابع 2017 )

وأشار أيضاً إلى ضرورة تفعيل قانون حرية تداول المعلومات، فيفسر ضعف تنوع  
المضامين الإعلامية بسبب احتكار عدد من المؤسسات بالدولة للمعلومات وحظر  
النشر في عدد من القضايا وصعوبة الحصول على بيانات كاملة وسريعة تخدم  
القارئ:

" لا بد من العمل بقانون حرية تداول المعلومات، للأسف في مصر لا يمكن الاعتماد  
على قياسات الرأي العام ويتم نشر الخبر وتكذيبه والرد عليه، وهو بسبب عدم توافر  
فرص الحصول على المعلومات، فكيف يمكن نشر مادة صحفية متنوعة إذا كان  
المعلومات المسموح بها قليلة وموحدة في بعض القضايا " ( يوسف أيوب , مدير  
تحرير تنفيذي باليوم السابع , 2017 )

وفي المقابل يرى ممثل الصحف الحزبية الاشتراكية أن التنوع الإعلامي وثرأء المضمون الصحفي يزيد بزيادة الموارد المالية ولا بد من دعم تلفزيون الدولة والصحف الحزبية والحرص على وجود هيئة وطنية للإعلام وإلغاء فكرة الرقابة من الأساس:

" إذا توافر الدعم المادي وتقليل تكلفة الطباعة على الصحف سيشرح ذلك الصحفيين على العمل بجدية والبحث عن كل ما هو متنوع وجديد يتم تقديمه للقارئ، ولا بد أن يشمل الدعم إعلام الدولة الوطني إذا أردنا أصوات إعلامية متعددة تعامل بتنافس شريف وحر " ( نبيل ذكر، رئيس مجلس إدارة الأهالي، 2017 )

كما اتفق ممثلو الصحف الخاصة القبطية والصحف القومية والحزبية والصحف الخاصة الليبرالية على أن التنوع الإعلامي مفهوم إصلاحي في الأساس يحتاج لوقت وإمكانيات بشرية ومادية تعمل جاهدة على تحقيقه وأن الساحة الإعلامية في مصر ممهدة لتحقيقه على أكمل وجه فلا يحتاج وزارة إعلام بالمفهوم السابق، وإنما هيئة وطنية للإعلام تعمل باستقلالية:

" المدرسة الإنجليزية في الصحافة خير دليل استرشادي مستقبلي أمام الإعلام المصري لمزيد من التنوع والتعدد شكلاً ومضموناً وهو موجود الآن في مشروع القانون المعروض على البرلمان ونتمنى تفعيله " ( أحمد جلال ، مدير تحرير بالأهرام ، 2017 )

في حين اتفق ممثلو الصحف الخاصة الإسلامية وشباب الإعلاميين على ضرورة توافر الإرادة السياسية لتمهيد الطريق أمام تحقيق إعلام متنوع حرّ، بالإضافة إلى موارد بشرية تعمل بقناعات جديدة تبعد عن تملق السلطات:

" يزيد التنوع الإعلامي طردياً مع الإصلاح السياسي الحقيقي وضخ دم جديد من الإعلاميين والصحفيين في المؤسسات الصحفية يؤمنون بحق المعارضة والنقد البناء

---

### رؤية القائمين بالاتصال في مصر نحو مفهوم التنوع الإعلامي وآليات تطبيقه

---

بعيداً عن سياسات التطبيل " ( هبه محمد صحفية بروز اليوسف, روضة فؤاد صحفية  
بمجلة أكتوبر, 2017 )

وإجمالاً, يتضح مما سبق تنوع رؤى القائمين بالاتصال في تعريف التنوع الإعلامي  
وتفسير علاقته بالسياقات السياسية والاقتصادية المصرية وتنوعها في الرؤية  
المستقبلية لتحقيق مزيد من التنوع في الضمامين الإعلامية المقروءة والمسموعة  
المرئية.

المراجع :

المراجع العربية :

- 1 - هناء حمدي (2017)، " استخدام المنظمات غير الربحية المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة , ص ص 20 – 44 .
- 2 - محمد عبد الحميد (2015)، " البحث العلمي فى الدراسات الإعلامية "، الطبعة الخامسة، (القاهرة: عالم الكتب) , ص ص 10- 18 .
- 3 - سامي طابع (2001)، " بحوث الإعلام"، (القاهرة: دار النهضة العربية) , ص ص 195- 200 .
- 4 - ثريا البدوى ( 2013 ) , "المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كأحد معايير الحوكمة الإعلامية في مصر : دراسة تحليلية لخطابات النخبة نحو الآخر الدينى خلال الانتخابات البرلمانية فى ضوء تصوراتهم لقيم الإعلام الرشيد"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام , جامعة القاهرة , كلية الإعلام , العدد 43 , يناير –يونيو 2013 . ص ص 420- 512 .

المراجع الأجنبية :

- 1 - Van Hoof, Anita. Jacobi, Carina. And Ruigrok, Nel.(2014 ), "Diverse Politics, Diverse News Coverage? A Longitudinal Study of Diversity of Dutch Political News During Two Decades of Election Campaigns" *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014* . Available at: [http://citation.allacademic.com/meta/p712074\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p712074_index.html)
- 2 - Lozano, Jose-Carlos.( 2005 ) , "A Comparison of Public Policies and Research on Cultural Diversity in Mexican, Canadian and US Television" *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton New York, New York City, NY, Online. Available at: http://citation.allacademic.com/meta/p12376\_index.html*
- 3 - Cristiane Brum Bernaedes .(2011),” Information Sources in Legislative Media : pro government bias and diversity in news making regarding Brazilizan chamber of deputies “ , Brazilizan Journalism Research, vol.7, Iss 1, pp 30 -47. Available at: <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/304>

- 4 - Aimee Burch, Raluca Cozma.(2016),” Student Election STORIES Use more diverse news sources “ , Newspaper Research Journal , vol.37 , no. 3 ,pp 235 -248 . Available at: nrj.sagepub.com
- 5- Roessler, Patrick.(2005), "Same Pictures, Same Stories? Diversity on the Micro-Level of News Coverage." *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton New York, New York City, NY*, available at [http://www.allacademic.com/meta/p12040\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p12040_index.html)
- 6- Joensson, Anna Maria. (2005 ) , "News and Diversity" *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton New York, New York City, NY*, available at : [http://www.allacademic.com/meta/p13949\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p13949_index.html)
- 7 - Hollifield, Ann. and Kimbro, Clay.(2008), "Understanding Media Diversity: Structural and Organizational Variables Influencing Personnel Diversity in the Television Industry" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Marriott Downtown, Chicago, available at : <[http://www.allacademic.com/meta/p272270\\_index.html](http://www.allacademic.com/meta/p272270_index.html)
- 8 - Anker Brink Lund , Christian Edelvold Berg .(2009), “Denmark ,Sweden and Norway: Television Diversity by Duopolistic Competition and Co-Regulation “ *International Communication Gazette* ,vol.71 , Iss 1-2 ,pp 19 -37 . Available at : <http://gaz.sagepub.com>
- 9 - Jaakkola, Maarit.( 2013), "Diversity through dualism: the balancing principle as an organizational strategy in culture departments of newspapers." *NORDICOM Review: Nordic Research on Media and Communication*, vol. 34, 2013, p. 89-115 available at : [go.galegroup.com](http://go.galegroup.com)
- 10 -Serena Carpenter.(2010),” A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles” , *New Media & Society*,vol.12 . Issue 7, pp1064- 1084. Available at: [nms.sagepub.com](http://nms.sagepub.com)
- 11- Daniel E. Ho and Kevin M. Quinn.( 2008), “ Viewpoint Diversity and Media Consolidation: An Empirical Study”, 61 *Stan. L. Rev.* 781, pp 1- 89.

Available at: <http://scholarship.law.berkeley.edu/facpubs/129>

- 12 -Mart Ots .(2009) “Efficient Servants of Pluralism or Marginalized Media Policy Tools? The Case of Swedish Press Subsidies “ ,journal of communication Inquiry ,vol.33 , no. 4 , pp 376 -392 . available at : <http://jci.sagepub.com>