أوراق البدائل

أوراق عمل مقدمة لندوة:

إصلاح الإعلام في مصر.. رؤى وتوصيات

برنامج تنمية الجهود الذاتية

Canada Fund for Local Initiatives (CFLI)

الالكترونية المصرية..
من الصحافة التقليدية إلى التفاعلية

أ/ هشام جعفر

مدير مؤسسة مدى للإعلام

منتدى البدائل العربي للدراسات (A.F.A)

العنوان: شقة 4 - الطابق الرابع - 5 شارع المساحة - الدقي - القاهرة (ج.م.ع)

Website: www.afaegypt.org
Mail: info@afaegypt.org
Telefax: +202-37629937
Twitter: AFAlternatives
Facebook : https://www.facebook.com/AFAlternatives

إصلاح الإعلام في مصر.. رؤى وتوصيات

(أعمال ندوة عقدها منتدى البدائل العربي للدراسات بالمشاركة مع برنامج تنمية الجهود الذاتية التابع لـ"الوكالة الكندية للتنمية الدولية CFLI" في 16 نوفمبر 2011)

الإلكترونية المصرية.. من الصحافة التقليدية إلى التفاعلية

أ/ هشام جعفر

مدير مؤسسة مدى للإعلام

هذه الورقة واحدة من عدة أوراق قدمها عدد من الباحثين والصحفيين والمهتمين بشئون الصحافة والإعلام في مصر كمساهمة في محاولة البحث عن إجابة على عدة تساؤلات بخصوص قضايا وإشكاليات الإعلام في مصر. وتقدم الأوراق رؤى وتوصيات لما يخص الإعلام المكتوب والمرئي والالكتروني على مستوى الملكية والهياكل والأداء المهني، بهدف إصلاح منظومته بعد ثورة 25 يناير، سعيا لأن تطول التغييرات التي يشهدها المجتمع ككل شكل ومضمون أجهزته وأدواته المختلفة، كذلك آليات صناعته والسياسات التي تحدد مواده وتوجهاتها. وذلك في إطار مشروع بين المنتدى وبرنامج الصندوق الكندي لتنمية الجهود الذاتية.

وقدمت هذه الأوراق، التي لا تعبر بالضرورة عن أراء المنتدى، ضمن ندوة (إصلاح الإعلام في مصر: رؤى وتوصيات) التي نظمها منتدى البدائل العربي للدراسات وبرنامج تنمية الجهود الذاتية التابع لـ(الوكالة الكندية للتنمية الدولية CFLI) في 16 نوفمبر 2011 بمشاركة كل من د. عمرو الشوبكي–رئيس منتدى البدائل العربي للدراسات، أ/ محمد العجاتي–المدير التنفيذي لمنتدى البدائل العربي للدراسات، أ/ رجائي الميرغني–المنسق العام لائتلاف حرية الإعلام، أ/ داليا شمس–الصحفية بالأهرام أبدو، أ/ محمد ناصر–مدير تحرير برنامج العاشرة مساء، أ/ ياسر عبد العزيز–الخبير الإعلامي، أ/ وائل جمال–مدير تحرير جريدة الشروق، أ/ هشام جعفر–مدير مؤسسة مدى للإعلام، أ/ بسنت شحاته–الإعلامية بقناة دريم، وأ/ نهى الحناوي–الصحفية بالمصري اليوم.

الأوراق المنشورة نتاج ندوة عامة ولا تعبر بالضرورة عن رأي منتدى البدائل العربي للدراسات

أولاً: وصف المشكلة:

1. العنوان عاليه الذي كلفت بالكتابة فيه يحمل أحد جذور المشكلة، فما نزال في مصر –غالباً– ما نتعامل مع الإعلام بشكل يفصل بين وسائطه المتعددة (تليفزيون–إذاعة–صحافة–إنترنت–موبايل.. الخ)؛ ولم يتم التعامل مع الإعلام الذي تحول إلى اتصال. في شكله الجديد الذي يقوم على عدد من الخصائص والسمات أبرزها :[1]

1.1 التقارب والاندماج بين الوسائط الإعلامية المتعددة.

1.2 التفاعلية وما بعد التفاعلية ؛وتجسد هذه المرحلة انقلاب النموذج الاتصالي التقليدي بما يسمح للفرد العادي إيصال رسالة إلى من يريد في الوقت الذي يريد بطريقة متعددة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي القديم.

1.3 إنتاج المحتوى من قبل المستخدمين وجماعات الاهتمام (المواطن الصحفي).

1.4 تجاوز فكرة الزمن Timeless، والمكان (الأجهزة الكيفية) في استهلاك المحتوى.

وقد ترك غياب وعدم إدراك عميق لمفهوم الإعلام الجديد بسماته السابقة أثراً على الإعلام المصري عامة، والصحافة الإلكترونية بخاصة أهمها:

1. غياب غرفة الأخبار المدمجة لجميع الوسائط؛ حيث يتم إنشاء كل وسيط منفصلاً بفريقه التحريري عن الفريق الآخر.
2. الصحفي الشامل القادر على الإنتاج لجميع الوسائط.
3. إشراك الجمهور في إنتاج المحتوى.
4. غياب التنظيم المؤسسي والنقابي الذي يقوم على الدمج بين هذه الوسائط (المجلس السمعي البصري كما في المغرب وتونس) وأصبحنا بإزاء تنظيمات نقابية متعددة تقوم على كل وسيط (نقابة للصحفيين وأخرى للإعلاميين وثالثة يعتزم إنشاؤها للصحافة الإلكترونية).
5. غياب مدونات إعلامية ومواثيق شرف صحفية تحكم المواد التفاعلية التي ينتجها الجمهور.

ثانياً: الخبرات السابقة:

1. هناك إدراك متصاعد في المؤسسات الإعلامية الجديدة في مصر لأهمية إنشاء غرف أخبار مدمجة للوسائط كافة، كما أن هناك مؤسسات إعلامية دولية لها تواجد بمكاتب كبيرة في مصر تعمل وفق هذا النموذج من سنوات (...–MBC–BBC).

---

[1] أنظر ورقتي المقدمة إلى ندوة مركز البدائل العربي بعنوان: ((الإعلام الجديد والضوابط المهنية)) التي قدمت بتاريخ 2011/6/27لندوة تحمل عنوان: الإعلام والثورة المصرية .. ما قبل وما بعد.

2. قامت بعض المؤسسات الإعلامية الجديدة عند اختيارها لكادرها التحريري بالاعتماد على العناصر الشابة القادرة على التدريب لإنتاج المحتوى للوسائط كافة.
3. يمكن الإشارة إلى بعض المؤسسات الإعلامية في مصر التي قدمت نمطاً يقوم على الجمع بين إنتاج المحتوى بواسطة المحترفين وبين إنتاج محتوى يقدمه الجمهور.
4. أما بخصوص التنظيم المؤسسي والنقابي لتنظيم الإعلام فيمكن الإشارة إلى المجلس السمعي البصري في المغرب سابقاً و في تونس مؤخراً الذي يمنح رخصة مزاولة المهنة للجميع من (صحفيون) وما (مؤسسات) يمارس الإعلام بجميع وسائطة دون فصل بينها.

كما يمكن الإشارة إلى تجربة إنشاء نقابة للصحافة الإلكترونية في مصر للتغلب على عدم اعتراف التنظيم النقابي القائم بالصحفيين الإلكترونيين، وقد قامت هذه التجربة بتقديم إسهام بالغ الأهمية في التعريف بالصحافة الإلكترونية، ومن ينطبق عليه وصف الصحفي الإلكتروني.

ثالثاً: أهمية القضية.. لماذا الآن؟

1. القضاء على **الفوضى الإعلامية القائمة**:

- تعدد جهات الترخيص لكل وسيط إعلامي.
- تشظي المؤسسات النقابية وعدم قدرتها على استيعاب من يعمل بالإعلام الجديد.

2. تقليل التكلفة للمؤسسات الإعلامية بإنشاء غرف أخبار مدمجة لجميع الوسائط.
3. توسعة دائرة الجمهور والتأثير للوسيط الإعلامي خاصة في ظل تنامي كبير لجمهور الإعلام الجديد (عدد مستخدمي الإنترنت في مصر يتجاوز 23 مليون مستخدم، الصحافة = مليون نسخة).
4. تجاوز التناقص بين إعلانات المقروء (الصحافة المطبوعة) وإعلانات الإلكتروني (الإنترنت)، فإعلانات الصحافة تصل قبل الثورة إلى مليار ومائتي مليون جنيه مع مليون نسخة فقط، بينما إعلانات الإنترنت لا تتجاوز مائة مليون جنيه في ظل 23 مليون مستخدم.

الإعلام الإلكتروني لا يمكن أن يحقق عوائد اقتصادية في ظل هذا التناقض في الإنفاق الإعلامي.

5. صياغة مدونات سلوك ومواثيق شرف للمحتوى التفاعلي من شأنه أن يقلل التوترات الطائفية والثقافية والسياسية التي تتخذ من هذه الوسائط سبيلاً للتعبير عن همومها.

رابعاً: الاستراتيجيات:

1. **التدريب**: على مستويين: الأول لقيادات المؤسسات الإعلامية لتوفير قناعة بإحداث التحول نحو سمات الإعلام الجديد، والمستوى الثاني للفريق التحريري العامل لتكوين الصحفي الشامل القادر على الإنتاج لجميع الوسائط.

2. **التعليم**: في كليات الإعلام التي ما يزال جزء كبير من مناهجها وأقسامها يقوم على التعامل مع كل وسيط على حدة.
3. **القانونية**: في هذه الإستراتيجية تتم صياغة التشكيل القانوني الذي يسمح للمؤسسات الإعلامية أيا كانت الوسائط التي تستخدمها بمزاولة مهامها ويقضي على التعددية القائمة في هذا الأمر.

كما ستتم في كل هذه الإستراتيجية معالجة تعدد النقابات المعبرة عن الجسد الإعلامي المصري.

4. **بحثية**: فالإعلام يشهد تطورات بالغة التعقيد وتتخذ مسارات عدة واتجاهات شتى. المطلوب مواكبة هذه التطورات بالدراسة لمعرفة مدى تأثيرها على الإعلام المصري.
5. **التوعية**: بتطورات الإعلام الجديد، ومدى تأثيرها على مجمل المشهد الإعلامي القائم الآن ومستقبلاً.
6. **نقل الخبرات**: المحلية والإقليمية والدولية.

خامساً: آليات التغيير:

2. **التدريب**: بناء إستراتيجية متكاملة للتدريب على إحداث التحول في المؤسسات القائمة نحو إدراك سمات الميديا الجديدة وهذه الإستراتيجية تقوم على ثلاث شعب:

- مسح للاحتياجات التدريبية.
- تصميم برامج تدريبية وفق الاحتياجات التدريبية.
- تكوين فريق من المدربين (TOT).
- من شأن هذه الإستراتيجية أن تكون منصة للتنسيق بين الجهود التدريبية العديدة الجارية الآن بلا تنسيق بينها، كما أن من شأنها أن تحدد أولويات للجهات الدولية التي تقوم على التدريب.

والجهة المنوط بها قيادة هذا التوجه نقابة الصحفيين المصرية، خاصة أن لجنة تطوير المهنة لعبت دوراً بارزاً في السنوات الماضية في القيام بهذا الجهد التدريبي.

3. **التعليم**: من خلال مؤتمر لتطوير مناهج التدريس في كليات الإعلام والاتصال الجماهيري، بالإضافة إلى الآليات التي يشرف عليها المجلس الأعلى للجامعات الحكومية والخاصة في تطوير المناهج.
4. **الآلية القانونية**: عبر صياغة قوانين:
    - المجلس السمعي البصري المنظم للعمل الإعلامي في مصر كلها.
    - قوانين لتطوير النقابات المهنية المنظمة لعمل الإعلاميين.

وبالمناسبة هناك جهود تقوم بها منظمات أهلية لصياغة هذه القوانين.

5. **البحث:** مشروع بحثي تقوم به كليات الإعلام والاتصال لمعرفة تأثير تطورات الإعلام على بنية الإعلام المصري، وهذا المشروع البحثي يكون بمثابة منصة لإدارة حوار ممتد داخل المؤسسات الإعلامية وبين الإعلاميين المصريين.
6. **نقل الخبرة:** عبر إنشاء منتدى الإعلام المصري الذي يهدف إلى نقل الخبرات بشكل منظم ويمكن أن يتبنى إنشاء هذا المنتدى عدد من المنظمات الأهلية العاملة في مجال تنمية الإعلام بالتعاون مع مؤسسات دولية بالإضافة إلى المؤسسات الإعلامية ذاتها وكذا النقابات المهنية للإعلاميين.
7. **مرصد المحتوى التفاعلي:** وظيفته صياغة مواثيق شرف تحكم المحتوى التفاعلي المقدم عبر وسائط الإعلام الجديد، وبالمناسبة فهذه المواثيق ذات سلطة معنوية تقوم بمتابعة هذا المحتوى وإصدار تقارير دورية عمن يقوم بانتهاك هذه المواثيق.

وهذا المرصد يمكن أن يكون أحد أدوات بالمجلس السمعي البصري المزمع إنشاده، أو أحد المؤسسات الأهلية العاملة في مجال تنمية الإعلام.

خلاصات:

المشكلة	الاستراتيجيات	الآليات	الجهة المنوط بها التغيير
• غياب غرف الأخبار المدمجة • غياب الصحفي الشامل • إشراك الجمهور في إنتاج المحتوى	• التدريب • التعليم • نقل الخبرات	• بناء إستراتيجية تدريب متكاملة لإحداث التحول. • مراجعة وتطوير مناهج التدريس في كليات الإعلام والاتصال. • منتدى لنقل الخبرات الدولية والإقليمية والمحلية	• نقابات الإعلاميين والصحفيين والجهات الدولية العاملة في المجال • كليات الإعلام والاتصال والمجلس الأعلى للجامعات • المؤسسات الأهلية
تعدد التشكيل المؤسسي والنقابي المانح لتراخيص مزاولة المهنة للصحفيين والمؤسسات الإعلامية	قانونية	• إنشاء مجلس سمعي بصري • نقابة للإعلاميين والصحفيين والصحفيين الإلكترونيين	• نقابات الإعلاميين والصحفيين • مؤسسات أهلية مهتمة بالإعلام • مبادرات من الصحفيين
غياب مدونات سلوك ومواثيق شرف للمحتوى التفاعلي	توعية	• بناء هذه المواثيق • مرصد المحتوى التفاعلي	• نقابات الإعلاميين والصحفيين • مؤسسات أهلية
تأثير تطورات الإعلام على مستقبل الإعلام المصري	بحثية	مشروع بحث لدراسة هذا التأثير	كليات الإعلام والاتصال

رقم الإيداع 18538 لسنة 2011