

اتجاهات القائم بالاتصال فى المؤسسات الإعلامية الإقليمية نحو مفاهيم التنوع-دراسة كيفية مقارنة

د. منى مجدى فرج عبد المقصود

فى ظل مخاض المرحلة الانتقالية التى تشهدها مصر حالياً ، تسعى العديد من المؤسسات المجتمعية لإعادة النظر لدورها وحدود تأثيرها فى المجتمع ، تمهيداً لطرح مفاهيم جديدة تتسق وطبيعة المرحلة القادمة ، التى تتطلب أن تتجه الأهداف نحو خدمة مفاهيم الديمقراطية وتعزيز العدالة والحق فى الاتصال والتعبير . وتأتى الوسائل الإعلامية الإقليمية لتمثل أحد أهم الأدوات التى يمكنها أن تلعب دوراً حيويًا فى المستقبل ، لاسيما وأنها شديدة القرب بأفراد المجتمع المحلى ، وتتميز بقدرتها الخاصة على استخدام الاستمالات الاقناعية الملائمة لنشر الوعى بمفاهيم التنمية المستدامة وأهمية التسامح والتنوع .

التنافس الدولى لاستحداث مختلف المؤشرات وتحليل البيانات اللازمة لتحديد مستوى التنوع فى نظام الإعلام داخل الدولة ، نظراً لارتباط ذلك بمؤشرات نجاحها فى تعزيز العملية الديمقراطية .

فعلى سبيل المثال تبين الاتحاد الأوربى مشروعاً إعلامياً ضخماً منذ عام ٢٠٠٧ ولمدة ست سنوات ارتكز على مفهوم (الوحدة فى التنوع) لرصد ومناقشة حجم ونوع السياسات التى ينتهجها الاتحاد الأوربى لضمان تطبيق تنوع أشكال التعبير الثقافى فى القطاع الإعلامى ، وكذلك المقاييس التى يمكن أن تؤثر فى البيئة المحيطة مثل مجتمع المعلومات وحجم السوق الداخلى والحفاظ على حقوق الملكية الفكرية ، وحجم العونات الحكومية المقدمة للقطاع الثقافى والإعلامى ونظام الضرائب وسياسات الملكية والتوافق وتنمية التعاون الفنى والبشرى مع

ومنذ صدور إعلان اليونسكو العالمى لعام ٢٠٠١ بشأن التنوع الثقافى واتفاقية حماية وتعزيز التنوع فى التعبير الثقافى عام ٢٠٠٥ التى تهدف إلى توفير إطار عمل ملموس للسياسات التى تخدم التنوع فى التعبير الثقافى - زاد الاهتمام العالمى بمفهوم التنوع بشكل عام والتنوع الإعلامى على وجه الخصوص ، وانعكس هذا الأمر على ارتفاع مستوى الوعى والحاجة إلى سياسات ناشطة حول التنوع الثقافى ، انطلاقاً من مبدأ أن اختلاف الأفكار والمعتقدات والتقاليد والمظاهر الفنية والثقافية الأخرى يساهم بشكل أساسى فى تدفق الخدمات الثقافية والارتقاء بالتطور الإنسانى .

وسعيًا لتحقيق تلك الغايات ، اهتمت العديد من الدول المتقدمة بإصدار مختلف التشريعات واتخاذ التدابير اللازمة لتفعيل تطبيق مفاهيم التنوع فى المجال الإعلامى ، وظهور

وحتى الآن على المستوى السياسي تشهد على أثرها عدداً من التغيرات الاجتماعية التي أدت لسيادة الفوضى وظهور مختلف أشكال الصراع . وظهر تركيز ملكية وسائل الإعلام في يد الدولة ليمثل أحد أهم العناصر التي ساهمت بشكل مباشر في ضعف تمثيل مختلف وجهات النظر وإساءة استخدام عدد من القوى السياسية للإعلام الأمر الذي أدى لاستمرار اشتعال الموقف وانتشار موجات العنف وحالة عدم الاستقرار . وبحلول عام 2011 تقدمت الحكومة اليابانية بتمويل لمشروع تحويل النظام الإعلامي الحكومي بنيبال إلى هيئة خدمة عامة DBS تقوم على ثلاثة مبادئ رئيسية تتمثل في التعددية من حيث الشكل والمضمون ، والاستقلالية عن سياسات واقتصاديات الحكومة ، والتميز بتقديم خدمة مختلفة عن الهيئات التجارية من خلال طرح منتجات إعلامية تهدف إلى تعزيز التنوع والديمقراطية⁽⁴⁾.

ويتزامن ذلك مع تعالي الأصوات التي تنادي بضرورة إعادة هيكلة الإعلام المصري في الوقت الراهن واتفق عدد كبير من خبراء الإعلام والصحفيين والإعلاميين العاملين بالإعلام المملوك للدولة على ضرورة تحويل الإعلام الحكومي إلى نمط الخدمة العامة ، خاصة في ظل تراجع مستوى الأداء الإعلامي المهني في مصر واعتماده على نشر ثقافة العنف وتراجع مفاهيم التعددية والتنوع والحوار والتسامح ، الأمر الذي يؤثر بشكل كبير على انتشار ثقافة التمصب والاحتقان والتحفز والاستقطاب .

وكخطوة أولية لرصد المشهد الإعلامي المصري على المستوى المحلي من حيث التنوع تبرز أهمية تلك الدراسة التي تركز على اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهوم التنوع والتسامح ، والتعرف على اتجاهات العاملين بالمؤسسات الإعلامية الإقليمية نحو تلك المفاهيم ، ومدى إدراكهم لأهميتها في الإعلام ، والصعوبات التي قد تحول دون تطبيقها من وجهة نظرهم على المستوى المحلي .

الدراسات السابقة :

ارتبطت الدراسات السابقة الخاصة بدراسة الاتجاهات نحو مفاهيم التنوع بالعديد من العوامل الوسيطة ، التي تختلف بدورها وفقاً لطبيعة مجتمع الدراسة ، والجمهور الذي يشكل الاتجاهات نحو التنوع ، والهدف من الدراسة البحثية . وعلى الرغم من تصاعد الاهتمام بمفهوم التنوع وأهميته على مختلف

دول العالم الثالث ، إذ تعهد الاتحاد بتقديم المساعدات الفنية والتقنية اللازمة للدول النامية في المجال الإعلامي وتوفير الخبراء والمستشارين للوصول لتطبيق مفهوم الحوكمة الثقافية، واعترف بأهمية دور المجتمع المدني في تطبيق مفاهيم التنوع . وتقوم الدول الأعضاء بإصدار تقرير دوري للبرلمان الأوربي لبيان مدى حرصها على تبني تلك الرؤية الجديدة ، والأنشطة والسياسات التي اتخذتها لضمان تحقيق ذلك على أرض الواقع ، وانتهى التقرير الختامي في مايو 2012 إلى ضرورة استكمال أعمال البرنامج الإعلامي 2020 - 2014 تحت مسمى (أوربا المبدعة) بتكلفة تبلغ نحو 400مليون يورو لحماية الثقافة الأوربية والتنوع اللغوي وتمويل كافة الأنشطة التي تساهم في تعزيز الحوار بين الثقافات وتطوير هيكل العمل الإعلامي وتعزيز الانتقال للعصر الرقمي وتنمية المشروعات الإعلامية على النطاق المحلي وتطوير مشروعات قياس مؤشرات تنوع البيئة الإعلامية⁽¹⁾.

أما الولايات المتحدة الأمريكية فقد حرصت على تأكيد أهمية التنوع الثقافي من خلال إعادة صياغة سياساتها الإعلامية لتتفق والتوجه العالمي الجديد ، بحيث تركز على ثلاثة أركان أساسية وهي المحلية ، والتنوع في الأفكار والأصوات ، والمنافسة . إضافة إلى ذلك نجح الرأي العام الأمريكي في الضغط على لجنة وسائل الاتصال الفيدرالية FCC عام 2003 لزيادة القيود على عمليات الاحتكار والإندماج في وسائل الاتصال الأمريكية، وتبنى الكونجرس مبادرات مختلفة هدفها الدفاع عن التنوع، وتوفير بيئة التنافس بين الوسائل ، والحيلولة دون وقوع وسائل الاتصال المحلية تحت سيطرة الشركات الكبرى⁽²⁾.

ولعل مفهوم التعددية الثقافية يزداد إلحاحاً بالنسبة للدول التي تمر بمرحلة انتقالية ، تمهيداً للانطلاق نحو الديمقراطية واتاحة الفرصة للأصوات المختلفة المستقلة التي تمثل تنوعاً سياسياً واجتماعياً وثقافياً ، بما يخدم مراحل التحول الديمقراطي والإصلاح على مختلف المستويات⁽³⁾، بما في ذلك مجال وسائل الإعلام وما لها من قدرات خاصة يمكن الاستفادة بها لتقوية التماسك الاجتماعي وإدارة النقاش الحر في المجتمع ونشر مفاهيم احترام الآخر وتأكيد التسامح ونبد العنف .

فعلى سبيل المثال تمر نيبال بمرحلة انتقالية منذ عام 1990

المستويات خلال السنوات الأخيرة ، إلا أن مراجعة التراث العلمى فى مجال التنوع لا يعكس ذلك ، إذ يلاحظ عدم الاهتمام الكاف من جانب الباحثين بالتركيز على دراسة القائم بالاتصال فى المجال الإعلامى نحو التنوع ، ولعل تلك الفجوة تزداد اتساعاً بالنظر إلى الدول النامية بشكل عام ، والدول العربية بشكل خاص.

ففى دراسة لاتجاهات الأكاديمين بكليات التسويق وإدارة الأعمال نحو مفهوم التعدد والتنوع الثقافى بالولايات المتحدة الأمريكية جاءت النتائج لتوضح وجود اتجاه ايجابى نحو التنوع الثقافى فى البيئة التعليمية وأهمية تمييز التنوع وتطبيق مفاهيم التعددية الثقافية ، إلا أن الباحثين عبروا بشكل عام عن مقاومتهم لتطبيق تلك المفاهيم داخل حجرات الدراسة ، وكذلك عدم شعورهم بالراحة تجاه التنوع داخل الحرم الجامعى نظراً لما قد يسببه ذلك من صعوبات قد تعوق عملية التعليم⁽⁵⁾.

أما جارمون Garmon فقد اهتم بالبحث فى العوامل التى يمكنها أن تؤثر على تطوير الوعى الإيجابى بالثقافات وحساسية تطبيق مفهوم التنوع بالنسبة لدى المعلمين من خلال اللقاءات المتعمقة المكثفة ، وتوصل الباحث إلى ستة عوامل رئيسة تتمثل فى مستوى الانفتاح على التنوع ، الوعى بالذات ، الالتزام بالعدالة الاجتماعية ، اتساع نطاق الخبرات المباشرة فى التعامل مع أفراد مختلفين ، والتجارب فى تقديم مساعدات للطلاب ، بالإضافة إلى الخبرات التعليمية⁽⁶⁾.

وعلى الرغم من أن الدراسة داخل أرحاب الجامعات العالمية تتيح فرصاً أكبر أمام الطلاب للتواصل الاجتماعى وتعزيز المعارف والخبرات المتنوعة وزيادة الثقافة بالنفس ، نجد أن النموذج الاتصالي الغالب يؤكد محدودية هذا التفاعل بين الطلاب ذوى الخلفيات الثقافية المختلفة ، وهو ما اهتم بدراسته كل من سوميرسا وفوليتا Summersa & Voleta فى اختبارهما لاتجاهات طلاب الجامعة نحو العمل فى مجموعات مختلطة من حيث الخلفية الثقافية على مدار عام دراسى كامل ، وتوصلا إلى وجود نتائج إحصائية تؤكد إمكانية تعزيز الاتجاهات السلبية وتغيير الاتجاهات السلبية نحو التنوع من خلال المهام الجماعية التى تقرب بين وجهات نظر الطلاب وتهيئ لهم البيئة المناسبة للتفاعل والاحتكاك المباشر فى إطار إيجابى⁽⁷⁾.

وفى دراسة أخرى مطولة اعتمدت على المدخل الكيفى واللقاءات الفردية المتعمقة استهدفت التعرف على أهمية السياقات التعليمية المختلفة فى التأثير على اتجاهات الطلاب نحو التعلم والتفاعل مع الجماعات المختلفة ثقافياً ، أشارت النتائج إلى أن درجة اتقان اللغة ومستوى الأداء الأكاديمى يؤثران تقبل الطلاب للثقافات المختلفة ، وكذلك فإن الطلاب ذوى الاتجاهات المسيقة نحو التفاعلات الثقافية يمكن أن يتأثروا بخبرات أقرانهم الخاصة بالتعامل مع الجماعات الثقافية المختلفة⁽⁸⁾.

ومن الدراسات القليلة التى أجريت على الاتجاهات نحو التنوع الثقافى فى المجتمع المصرى دراسة إدرىس سلطان حو اتجاهات تلاميذ المرحلة الإعدادية بمحافظة المنيا نحو التنوع الثقافى عقب ثورة 25 يناير 2011 وقد أعد الباحث مقياساً للاتجاه نحو التنوع الثقافى مكون من ثلاثين عبارة موزعة على ثلاث محاور : طبيعة التنوع الثقافى ، وأهميته ، والاتجاه نحو الثقافات الأخرى . وتوصلت الباحثة إلى ارتفاع اتجاهات التلاميذ نحو التنوع الثقافى بشكل عام وأوصى بضرورة الاهتمام بالتنوع الثقافى فى المجتمع والتأكيد على دوره فى تحقيق تقدم المجتمع من خلال تفعيل دور الإعلام والمؤسسات الثقافية وتطوير مناهج الدراسات الاجتماعية من حيث أهدافها ومحتواها وأنشطتها لتقوم بدور فاعل فى تنمية الاتجاه نحو التنوع الثقافى⁽⁹⁾.

أما بياسكو وزملائه Biasco et al فقد اهتموا بدراسة اتجاهات الطلاب الجامعيين نحو التفرقة العنصرية بالولايات المتحدة الأمريكية بالتطبيق على عينة عشوائية حصرية وفقاً لمتغير النوع والعرق ، وقد أوضحت النتائج أن الطلاب السود وغيرهم من الأقليات الأخرى لديهم اتجاهات عنصرية مختلفة بشكل كبير عن أقرانهم البيض⁽¹⁰⁾.

وعلى مستوى النوع يشير عدد من الدراسات إلى وجود اختلافات نوعية خاصة بالاتجاه نحو مفاهيم التنوع لصالح المرأة ، حيث تشير إلى شعور المرأة براحة أكبر من الرجل عند العمل فى بيئات متنوعة⁽¹¹⁾. وتوصل أبرسون Aberson إلى أن المرأة لديها استعداد للانخراط فى الخبرات المرتبطة بالتنوع ، وتطبيق سياسات أكثر تسامحاً نحو مفهوم التنوع فى بيئة العمل ، وتقدير مفاهيم التنوع والجهود الرامية لتعزيزها بالتنوع بشكل أكبر من الرجال⁽¹²⁾. وأكد باراك وزملائه Barak et al

على أن المرأة تنظر لمستوى التنوع الحالي بشكل أكثر سلبية من الرجل ، وترى أن الأمر لا زال في حاجة إلى تضاضر جهود العديد من المؤسسات لتطبيق مفاهيم التنوع بما يخدم المجتمع الإنساني ، الأمر الذى يؤكد أن اتجاهات المرأة نحو تعزيز التنوع وتقدير الأنشطة الخاصة به أكثر ايجابية مقارنة بالرجال^(١٢).

وفى دراسة سويدية أجراها إكهامر وزملائه Ekehammar et al لتأثبات أن الرجل لديه اتجاهات صريحة أعلى من المرأة فى التحيز والتعامل نحو المهاجرين ، بينما ظهر للمرأة اتجاهات ضمنية سلبية أعلى^(١٤). وفى دراسة سويتاكا Sobbotaka لاتجاهات طلاب الجامعة البيض نحو مفاهيم التنوع بالولايات المتحدة الأمريكية أثبتت عدم وجود تأثير لمتغير النوع على الاتجاهات بشكل عام ، وإن أظهرت المرأة وعياً أكبر بالقضايا العنصرية مقارنة بالرجل^(١٥)، ويتفق ذلك مع بوتنر وزملائه Buttner et al عند دراسة اتجاهات القادة نحو التنوع^(١٦).

أما فى نيوزلندا فقد أجرت وارد و ماسجورت Ward & Masgoret دراسة لاختبار نموذج تكاملى للاتجاهات نحو المهاجرين يفترض مسارات مباشرة تربط خمس متغيرات ببعضها البعض تتمثل فى : الأيدولوجية المتعددة الثقافات ، الاتصال المباشر مع المهاجرين ، الشعور بالقلق داخل المجموعة ، التهديدات المتوقعة والاتجاهات نحو المهاجرين ، وأظهرت النتائج ارتباط متغير الأيدولوجية المتعددة الثقافات بالاتصال المباشر مع المهاجرين ، والارتباط العكسى بين الأيدولوجية المتعددة ومستوى التهديد المتوقع ، والطردي بين الأيدولوجية والاتجاهات نحو المهاجرين^(١٧).

وعلى الصعيد الإعلامى انتهى عدد من الخبراء إلى أن إعلامى المستقبل من الطلاب فى كليات الإعلام يعانون من ضعف المهارات اللازمة لتقديم قصص خبرية تعكس التنوع المجتمعى^(١٨)، ولعل ذلك يعود بالأساس إلى أن الأكاديميين من الخبراء يواجهون العديد من التحديات عند قيامهم بتدريس كيفية تغطية التنوع الخاص بالمجتمعات المحلية للطلاب بشكل دقيق ، المرتبط بصعوبة صياغة كيفية تطبيق التنوع ووجود قيود تنظيمية قد تحول دون تطبيق التنوع داخل المؤسسات الإعلامية^(١٩).

وتظهر الدراسات الإعلامية أهمية الحاجة إلى أهمية تطبيق واحتضان مفهوم التنوع فى غرف الأخبار التى يديرها

الطلاب بالجامعات كجزء من مقرراتهم الدراسية ، نظراً لأن الجامعة تمثل البيئة التعليمية الإعلامية المثالية لتدريب الطلاب على تطبيق مفاهيم التنوع وإمدادهم بالقيم والمعايير المهنية المطلوبة . وفى دراسة حالة باستراليا على عينة من طلاب الجامعة أثناء عملهم بغرفة أخبار بأحد محطات الراديو المحلى قام الباحثان باهفين وويك Bahfen & Wake بتحليل مضمون النشرات الإخبارية التى قدمها الطلاب على مدار ستة أسابيع لتحديد مستوى التنوع فى التغطية الإخبارية وانتهت الدراسة إلى وجود تغطية إخبارية ايجابية للعرب والمسلمين ، إلا أن غالبية المصادر الضيوف كانوا من الرجال^(٢٠).

تلك النتائج لا تختلف كثيراً عن البيئة الإعلامية الواقعية ، إذ أن الدراسات الأمريكية تظهر غالباً بشكل أكبر استخدام المصادر من الرجال المنتمين للصفوة ، بينما نجد الأقلية لا تجد ظهوراً عادلاً أو مناسباً على الشاشات^(٢١)، ومن ثم فإن ذلك يعكس تمتع الرجال بأدوار قيادية ذات سلطة بشكل أكبر من النساء ، وعلى الرغم من أن المرأة تشكل 52% من التعداد العالمى إلا أنه يتم استضافتها كمصدر بنسبة لا تتعدى 24%^(٢٢) وباستعراض التراث العلمى السابق ونتائج البحوث العلمية فى مجال التنوع استفادت الباحثة فى التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وصياغة الأبعاد الرئيسة لها ، والفهم للعوامل التى يمكن أن تؤثر على اتجاهات الأفراد نحو مفاهيم التنوع ، إضافة إلى تعميق الإطار النظرى ووضع التساؤلات.

الخلفية المرجعية للدراسة :

ارتبط نشأة مفهوم (التنوع) بالعلوم البيئية وعلم الأحياء فى أواخر القرن العشرين ، ثم انتقل بعد ذلك لعدد من المجالات العلمية والعلوم الإنسانية المختلفة مثل السياسة والاقتصاد والاجتماع وأخيراً السياسات التكنولوجية والمعرفية . وعلى الرغم من كون مفهوم التنوع يمثل لب مختلف السياسات الثقافية والإعلامية الحالية إلا أنه لا زال يعاني من الغموض والافتقار إلى التعريف الجامع المانع على الصعيد الأكاديمى ، بفرض تحديد عناصره المتشابهة وأبعاده المتداخلة على نحو دقيق^(٢٣). ومن الجهود العلمية لتعريف مفهوم التنوع ما قدمه بنيت " Bennett يقصد بالتنوع الاختلافات الثقافية الناتجة عن الأصول العرقية المختلفة ، والتي ترتبط بالحركة العالمية للأفراد خارج مجتمعاتهم الوطنية ، كما تتوازى الدعاوى بالتنوع مع حق الأقليات فى الاحتفاظ بهويتها وتفردتها داخل النسيج

القومى للثقافة الوطنية وحماية الثقافات المحلية من تهديدات العولمة^(٢٤).

ومن أوائل النماذج النظرية التي عالجت مفهوم التنوع نموذج ستيرلنج Stirling الذي عرف التنوع بالاعتماد على ثلاث خصائص أساسية تتمثل فيما يلى :

١- **التعدد** : أسهل الخواص فى القياس والفهم والتقييم ، ويقصد به عدد الفئات التي يتضمنها عناصر النظام ، ومن ثم فكلمة زاد العدد تعزز التنوع .

٢- **التوازن** : فالتركيز على التعدد وحده مع إغفال التوازن الخاص بالتوزيع النسبى للفئات يمثل خطأ فادحاً فى دراسات التنوع ، ويقصد بالتوازن حقيقة تكرار العناصر داخل المجتمع وعرضها بما يضمن بيان العدالة فى التمثيل ، ويعتبر التوازن تاماً عندما يتم تمثيل كل فئة من الفئات السكانية على قدم المساواة .

٣- **التباين** : ويتعلق الأمر هنا بطبيعة الفئات ذاتها ، ويعرف على أنه درجة التفاوت بين أى زوج من الأشياء ، ويشير إلى الدرجة التي يمكن تمييز العناصر على أساسها ، وهذا يعنى أنه كلما زادت درجة التباين فى العناصر التي يتم تمثيلها زاد التنوع^(٢٥) .

وعلى الرغم من وضوح نموذج ستيرلنج إلا أنه يفتقر إلى إضافة عنصر الطلب واستقبال الجمهور للرسالة بالنسبة للتنوع فى المجال الإعلامى ، إذ لا يمكن تحقيق التنوع بالنظر إلى جانب عناصر الإنتاج فقط ، بل لابد من الوضع فى الاعتبار عنصر التوزيع والإتاحة والاستقبال بما يتطلب توفير السبل التي تضمن وصول المنتج المتنوع وإتاحته لمختلف أفراد الجمهور ، مما يؤكد على أن التنوع الإعلامى يعتمد على التفاعلات المتشابكة بين كل من تنوع جهة الإنتاج والمنتج والمستهلك^(٢٦) .

أما نموذج دوللى Dolye فقد استعرض مفهوم التنوع على مستويين رئيسيين : الداخلى والخارجى ، إذ ربط المستوى الخارجى بالتنوع فى مقدمى الخدمة الإعلامية ، بينما ربط المستوى الداخلى بالتنوع فى المحتوى الذى يعرضه مقدم الخدمة . ويعد التنوع الخارجى متغيراً تابعاً للسياسة العامة أو نظام التشريع الذى تضعه الدولة ، بينما يرتبط التنوع الداخلى بالتوجهات والقواعد العامة الداخلية التي يطبقها المالك ، والتي من شأنها أن تشجع على التنوع فى مصادر المحتوى

وعرض المخرجات الغير متحيزة . ولكن دوللى أكد أن التعدد فى نمط الملكية لا يضمن بالضرورة التعددية الإعلامية للمحتوى ، ولا يتحقق التنوع الإعلامى إلا بإتاحة الوصول لمختلف أفراد الجمهور وعرض جميع الجماعات الثقافية والفرعية بما فى ذلك تمثيل مختلف اللغات واللهجات والطبقات الاجتماعية والديانات والنوع والعرق والأصل^(٢٧) .

ووفقاً لإعلان اليونسكو العالمى بشأن التنوع الثقافى لعام 2001 يتميز التنوع الثقافى بكونه مصدراً للتبادل والابتكار والإبداع ، وهو أمر حيوى للجنس البشرى كضرورة للتنوع البيولوجى بالنسبة للطبيعة . ويعد التنوع أحد مصادر التنمية - ليس بالمفهوم الاقتصادى فحسب - وإنما كوسيلة لبلوغ حياة فكرية وعاطفية وأخلاقية وروحية أفضل^(٢٨) . أما اتفاقية حماية وتعزيز التنوع فى التعبير الثقافى عام 2005 فقد نظرت للتنوع باعتباره تراثاً مشتركاً للإنسانية ، وحمايته يجب أن تشكل واجباً أخلاقياً لا يمكن فصله عن احترام كرامة الإنسان ، ومن ثم يتعين على الدول اتخاذ سلسلة من الإجراءات والتدابير الموجهة لحماية وتعزيز هذا التنوع بما لا يخالف احترام حقوق الإنسان والحريات الأساسية مثل حرية التعبير والإعلام والاتصال ، وعلى الدول أن تشجع مختلف الأفراد والمجموعات على إنتاج وبث وتوزيع أشكال التعبير الثقافى والانتفاع بها ، مع مراعاة الشروط والاحتياجات الخاصة بالنساء ومختلف المجموعات الاجتماعية من أقليات وشعوب أصلية^(٢٩) .

ويخلط البعض بين مفهوم التنوع Diversity والتعددية Pluralism التي تعتبر أحد أوجه التنوع ، إذ أنه يشترط لوجود التنوع الثقافى توافر تعددية ثقافية تتضمن معتقدات وقيم مرتبطة بتعزيز المساواة أمام جميع الأفراد^(٣٠) ، ولاتعد التعددية الثقافية قابلة للتطبيق إلا عندما تكون الأقلية السكانية -والتي وصفها كاستلز Castells بالعالم الرابع - لديها إمكانية الوصول لوسائل الإعلام والتعبير عن آرائها^(٣١) . وفيما يتعلق بالقضايا المرتبطة بالتنوع الثقافى ، فنسجد أنها تركز على حالات مشروطة خاصة بالعمر أو العرق أو الأصل أو النوع أو الديانة أو اللغة أو الحالة الاقتصادية والاجتماعية أو الحالات الصحية الخاصة ، أما التعددية الثقافية فتمثل تلك الأيديولوجية التي تدافع عن تطوير التنوع والحفاظ عليه داخل نسيج المجتمع الواحد .

وعلى مستوى **النماذج النظرية التي تناولت مفهوم التنوع الإعلامي** باعتباره التمثيل المناسب لتوزيع القطاعات المختلفة في المجتمع بالوسائل الإعلامية، يأتي نموذج Napoli الذي اعتمد على توضيح ثلاثة أبعاد للتنوع تتمثل فيما يلي :

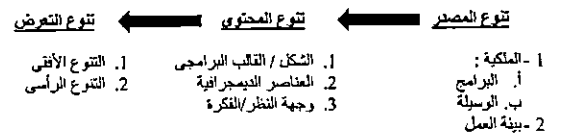
1- **تنوع المصادر:** حيث يتم تغذية سوق الأفكار بالعديد من الاتجاهات والآراء ، كما يشجع النظام القائم -ولا يكتفى بالسماح فقط -القطاعات المختلفة في المجتمع على تملك وسائل الإعلام .

2- **تنوع المحتوى:** المدى المتاح من القوالب البرمجية ، تنوع الأفكار ، والتنوع في الضيوف الذين يتم استضافتهم .

3- **تنوع المتلقي:** يقصد به تعرض الفرد لمدى متنوع من وجهات النظر ، وكيفية استفادة المتلقي من هذا الكم المتنوع المتاح^(٢٢).

ولتطبيق التنوع الإعلامي فوائد متعدد سواء من وجهة النظر التجارية أو الاجتماعية ، فعلى سبيل المثال تنظر مؤسسات الخدمة العامة للتنوع على أنه معيار رئيسي لتحقيق المساواة وتصيفه كهدف أساسي من أهدافها المؤسسية ، أما المؤسسات الإعلامية التجارية فتراعي التنوع باعتباره إحدى الطرق الحيوية لجذب أعداد أكبر من الجماهير وتلبية رغبات مختلف الشرائح ، بما يضمن تحقيق مراتب عليا لوسائلها في تقديرات الجمهور السنوية للمحتوى ومعدلات المشاهدة^(٢٣). وفي عام 1999 استكمل نابولي توضيح الفئات الفرعية لعناصر التنوع والعلاقات الافتراضية بين كل منها في نموذج أكثر توضيحاً على النحو التالي :

نموذج عنصر التنوع لنابولي (العلاقات الفرضية والعلاقات الافتراضية)



ويشتمل تنوع التعرض على فئتين فرعيتين على النحو التالي:
-**لتنوع الأفقي (تجزئة الجمهور Fragmentation):** ويقصد به درجة توزيع الجمهور على التعرض للقنوات أو المواد الإعلامية المقدمة .

- **التنوع الرأسي (استقطاب الجمهور Polarization):** وهو التنوع في المحتوى الذي يتم تلقيه من خلال الجمهور عبر

الزمن ، وهو ما يرتبط بسلوك الجمهور ، والميل إما إلى التعرض المكثف أو تجنب التعرض لمحتوى ما درجة ولاء الجمهور للمحتوى^(٢٤).

وهكذا يضع نموذج نابولي الخاص بالتنوع الإعلامي هيكلية محددة للأفكار والآراء المطروحة في المجتمع عبر وسائل الإعلام ، الأمر الذي يجعل الدول تتنافس فيما بينها لقياس مستوى التنوع بها نظراً لاعتباره مؤشراً حيوياً يحدد جودة نظامها الإعلامي كمجتمع ديمقراطي^(٢٥).

وعلى المستوى التطبيقي لنموذج نابولي في **تنوع المصدر** نجد أنه في **المكسيك** ، على الرغم من أن قضية الحفاظ على التنوع وتعزيزه لم تمثل بها أساساً محورياً على المستوى الرسمي والسياسات ، تعالت أصوات الأكاديميين والخبراء خلال الفترة الأخيرة في شكل مناظرات مجتمعية حادة للمطالبة بضرورة إعادة النظر في هياكل الملكية التليفزيونية التجارية السائدة - والتي لا تحقق التنوع الثقافي المنشود - والدعوة لتبني نظام إعلامي مختلط بنماذج تمويل مختلفة تمنع الاحتكار وتعزز الهدف المجتمعي الخاص بتعزيز التنوع داخل البلاد^(٢٦).

أما في **نيبال** فقد قام ريجال وتاكي Rijal & Tacchi باستخدام البحث الكيفي لتقييم السوق الإعلامي النيبالي والمصادر المتاحة لوسائل الإعلام ، والتنوع في نمط الملكية والمنتجات الإعلامية وارتباط ذلك بالمنافسة وأخلاقيات الأداء والنطاق التنظيمي لقطاع الإعلام بشكل عام . واعتمد الباحثان على إجراء مقابلات متعمقة تمت بين عامي 2011 و 2012 مع مالكي المحطات الإذاعية والتليفزيونية والصحف والمسؤولين السياسيين والحكوميين والأكاديميين والعاملين بالمؤسسات الغير حكومية والمدراء ، وانتهت الدراسة إلى أن تنوع المصدر ووجود عدد كبير من مقدمي الخدمة الإعلامية لا يمثل الوصفة السحرية الألية لضمان تحقق التنوع المطلوب . كذلك عبر المشاركون عن قلة التدريب المهني الموجه للإعلاميين في تطبيق مفهوم التنوع الأمر الذي يؤدي إلى اعتماد وسائل الإعلام الجديدة على قلة محدودة الخبرات والإمكانات والخلفية المعرفية من القائمين بالاتصال وعدم معرفتهم بقوانين العمل وقواعد أخلاقيات الأداء خاصة في الأقاليم والمناطق البعيدة عن العاصمة ، وطالب الباحثون بضرورة وضع نظام تشريعي واضح يحدد آليات تقديم إنتاج إعلامي متنوع

على نحو دقيق(٣٧).

وعلى خلاف ذلك يؤكد أوجيبود Ojebode في دراسته مستوى التنوع الإعلامي **بنيجيرويا** أن عدم وجود سياسة مكتوبة ورسمية للتنوع بالمحطة الإعلامية لا يشير بالضرورة لعدم تحقيقها المستوى المنشود من التنوع ، حيث قارن في دراسته بين وضع كل من محطة دلتا النيجيرية "التي تفتقد لتلك السياسة المكتوبة" والبي بي سي البريطانية "ذات السياسة الخاصة بالتنوع". وقد توصلت الدراسة - بعد إجراء عدد من المقابلات الشخصية المتعمقة مع مسئولى الإدارة العليا بالمحطتين وفحص البيانات والوثائق الخاصة بجداول إذاعة البرامج في كل منها - إلى ارتفاع مستوى الوعى الكامن بأهمية التنوع في كلا المحطتين ، وتحقيقهما لمستوى تنوع إعلامى ناجح ، ومواجهتهما لنفس نوعية المشكلات الخاصة بتحقيق التوازن في بيئة العمل بما يتلاءم وقدرات الأشخاص المتقدمين للتعيين بالمؤسسات الإعلامية ، بما يؤكد أن التنوع لم يجد حظاً أوفر في التطبيق في ظل وجود سياسات وأهداف رسمية مكتوبة من عدمها(٣٨).

وفي دراسة افرام Avraham التي أجرى بها تحليلاً كمياً للمحتوى البرامجى في قناتين تليفزيونيتين قبل وبعد صدور تشريع وطنى خاص بضرورة مراعاة التنوع في المحتوى الإعلامى والحرص على تمثيل الأقليات بشكل أكثر عدالة عام 2004 أثبتت النتائج محدودية تمثيل الأقليات بصفة عام في جميع القوالب البرامجية والمهاجرين ، وإن شهد التحليل تحسناً جزئياً في سيطرة الأغلبية بانخفاضه من 60% إلى 50% الأمر الذى يوضح أن التشريع بمفرده غير قادر على إحداث تغيير عميق في تمثيل صورة الأقليات وتغيير البيانات الديموجرافية للمضيفوف بالبرامج ، خاصة على المدى القصير(٣٩).

ولعل التطبيقات السابقة تبرر ظهور عدد من الأصوات التي تعترض على تطبيق مفهوم التنوع في الإعلام بشكل مطلق مؤخراً ، باعتبار أن المناداة بضرورة وجود إطار عمل تشريعى يلزم المؤسسة بتطبيق مفهوم التنوع بشكل قد يتعارض مع حرية الإعلام ، فمن وجهة النظر التجارية قد يقول البعض إن الإلزام على التنوع يعنى اتخاذ قرارات قد لا تعود بالضرورة لصالح المؤسسة أو الجمهور ، ومن ناحية أخرى يرى البعض أن الإسراف في تطبيق مفهوم التنوع في بيئة العمل يعنى لجوء

المحطات إلى التفاضى عن المعايير الخاصة بالكفاءة والخبرة والمهارات والمعارف اللازمة لتحقيق أداء إعلامى متميز ، مما يؤثر سلباً في النهاية على المهنية وينكر على الأكثرية كفاءة الحق في التعيين لمجرد انتمائهم للأغلبية(٤٠).

وبالانتقال **للولايات المتحدة الأمريكية**، تأتى دراسة هوليفيلد وكمبرو Hollifield & Kimbro بالاعتماد على فحص وتحليل وثائق توظيف العاملين بوسائل الإعلام في سجلات لجنة وسائل الاتصال الفيدرالية وبيانات الاحصاء السكانى عبر ثلاثين عاماً لاختبار العوامل المؤسسية والبنائية في علاقتها بتعيين الأقليات في المحطات التجارية التليفزيونية الأمريكية . وقد توصلت الدراسة إلى أن العوامل البنائية مثل إتاحة القوى العاملة وحجم السوق والجمهور المستهدف لها أهمية تفوق العوامل المؤسسية في تشجيع تنوع بيئة العمل في التليفزيون المحلى. كذلك أثبت الباحثان أن تنوع البيئة السكانية المحيطة ورغبة المحطة في مخاطبة جمهور الأقليات وملكية الأقليات للمحطة تمثل أهم عناصر في إمكانية التنبؤ بالتنوع، وبالتالي فإنه بشكل عام لم تكن العوامل المؤسسية -فيما عد الملكية- مؤشرات هامة في تحديد مستوى التنوع(٤١).

والجدير بالذكر أنه منذ عام 1971 أصبح يتمين على كل مؤسسة إعلامية أمريكية رفع تقارير سنوية للجنة وسائل الاتصال الفيدرالية بخصوص بيانات التوظيف، مع تقديم الأدلة الكافية التي توضح حرصها على تطبيق قواعد المساواة من حيث إتاحة الفرص للجميع للاتحاق بالمؤسسات ، إضافة إلى تقرير إضافى خاص بتعيين المرأة والأقليات(٤٢).

أما بالنسبة **لتنوع التفرغ** قام هايسمانز Huysmans في **هولندا** بدراسة تحليل التنوع الإعلامى من وجهة نظر المتلقى خلال الفترة من 1975-2000 بتطبيق نموذج نابولى، وتوصل إلى أنه على الرغم من نمو تنوع المصدر بالنسبة للمتاح في السوق الإعلامى الهولندى إلا أن ذلك لم يترتب عليه أى زيادة ملموسة في تنوع التلقى أو استخدام وسائل الإعلام خاصة خلال فترة التسعينات من القرن الماضى . وقد أرجع ذلك إلى العديد من العوامل الخارجية مثل انخفاض مساحة الوقت اليومية المخصصة لوقت الفراغ إضافة إلى تناقض العديد من المجالات الجذابة الجديدة لقضاء ذلك الوقت مثل الرياضة والتفرغ ، أما العوامل الداخلية فتتمثل في شعور الأفراد بضرورة تركيز انتباههم المحدود على حزمة معينة من مصادر

بيئة العمل أو المحتوى الإعلامى أو التشريعات المنظمة للملكية.
ب. مجتمع وعينة الدراسة:

يشتمل مجتمع الدراسة على القائمين بالاتصال من العاملين فى المؤسسات الإعلامية الإقليمية (صحف -راديو -تليفزيون- مواقع إنترنت) من صحفيين ومحررين ومعدى برامج ومذيعين ومخرجين. وقد اعتمدت الباحثة على عينة متاحة* قوامها 55 مفردة من القائمين بالاتصال بين بيئتين محليتين مختلفتين فى الخصائص المحلية والطبيعة الجغرافية (شمال الصعيد ممثلاً فى المنيا والوجه البحرى ممثلاً فى الإسكندرية) من العاملين بالقناة الخامسة والقناة السابعة وإذاعة راديو شمال الصعيد وإذاعة الأسكندرية وصحيفة أمواج وأخبار البلاد وصوت الجنوب والنهر وبوابة روز اليوسف وموقع محيط . وقد تم تطبيق الدراسة أثناء حضور المشاركين لورشتى عمل تدريبيتين خلال شهر ديسمبر 2013 بالإسماعيلية.

وقد جاءت توزيع خصائص العينة لتضم 43.6%بالأسكندرية و56.4% بالصعيد، وبالتساوى من حيث النوع بواقع 50% للذكور و50% للإناث، أما عن المرحلة العمرية فقد جاء التوزيع متناسباً على مختلف الفئات العمرية بواقع 36.4% من الفئة 21 وحتى 35 سنة، و 34.5%بفئة 46سنة فأكثر، و 29.1% فى الفئة من 36 وحتى 45 سنة. وفيما يتعلق بعدد سنوات الخبرة فقد جاء المتوسط الحسابى 14عاماً مما يوضح ارتفاع مستوى الخبرات لدى المشاركين بشكل عام .

ج - أداة جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على إجراء 6مجموعات نقاشية مركزة تضم كل مجموعة من 8 إلى 10مشاركين ، واعتمد النقاش على دليل مقابلة تم صياغته واعداده ليطرح عدد من المحاور الرئيسية التى تترجم تساؤلات الدراسة ، كما يلى :

- 1- ماذا يعنى مفهوم التنوع بالنسبة لك ؟ وما رؤيتك تجاهه ؟ ولماذا ؟
- 2- ما أهمية تطبيق مفاهيم التنوع فى المجال الإعلامى ؟ وهل ترى أن لهذا التطبيق مردود إيجابى أم لا ؟ ولماذا ؟
- 3- إلى أى مدى تشعر أن مؤسستك تراعى التنوع فى بيئة العمل ؟ وما أسباب ذلك ؟
- 4- ما تقييمك لأداء مؤسستك من حيث مراعاة مخاطبة مختلف الفئات والاحتياجات المحلية ؟ ولماذا ؟
- 5- فى حالة عدم وجود تنوع بالمواد الإعلامية المقدمة

بالشكل الكاف :ما أهم الفئات التى تعاني من التهميش الإعلامى؟

6- هل تعد التشريعات الإعلامية المنظمة لبيئة العمل المحلية كافية لتحقيق التنوع أم لا ؟ ولماذا ؟

7- ما مقترحاتك المستقبلية لضمان تحقيق قدر أكبر من التنوع فى المؤسسات الإعلامية الإقليمية ؟

د- مقاييس الدراسة:

قامت الباحثة بتطوير مقياس تجميعى جديد للاتجاهات نحو تطبيق مفهوم التنوع الإعلامى فى ضوء مقياس جوزمان للتنوع Millville- Guzman Universal Diverse-Orientation Scale (UDO) ومقياس ستانلى لتقييم الاتجاهات نحو التنوع Pluralism & Diversity Attitude Assessment (PADAA) نظراً لاعتماد المقاييس السابقة على قياس مفهوم التنوع الثقافى بشكل عام ، إضافة إلى صياغة عدد من العبارات بشكل ضمنى يحوى فى طياته أكثر من معنى ، الأمر الذى قد لا يشير بالضرورة إلى قياس ما يجب قياسه .

ويعتمد مقياس الدراسة الحالية**على صياغة 18عبارة وتقسيمها وفقاً لأوجه التنوع المراد قياسها، بحيث تهدف 8 عبارات لقياس الاتجاه نحو تطبيق التنوع فى بيئة العمل (اتاحة فرص التعمير والترقى ، تشجيع الرئيس على تطبيق مفهوم التنوع ، تقدير زملاء العمل للتنوع وأهميته، حرص المؤسسات على تقديم دورات تدريبية للعاملين حول التنوع). أما التنوع فى المنتج الإعلامى فقد تم قياسه من خلال 4عبارات (مراعاة المؤسسة لمفهوم الرأى والرأى الآخر، مراعاة مختلف الفئات والاحتياجات المحلية، التوازن فى الخريطة الإعلامية وفقاً لفئات الجمهور المستهدف) .

وعن التشريعات المنظمة للملكية فقد تم صياغة 4عبارات تدور حول مدى مراعاة التشريعات المصرية لمبدأ التنوع فى نمط الملكية وحرصها على تشجيع الفئات المختلفة على تملك وسائل الإعلام المحلية. لقياس اتجاه القائمين بالاتصال فى المؤسسات الإعلامية الإقليمية نحو مفهوم التنوع ، وكذلك تحديد استعدادهم لتغيير الاتجاهات قامت الباحثة بتطبيق مقياس التعامل مع مفهوم التنوع على المشاركين قبل وبعد تقديم ورشة عمل لهم تتعلق بأهمية التنوع فى العمل الإعلامى . وقد ضم المقياس ستة درجات تتمثل فى : النفور ، التجنب ، التسامح ، القبول ، التقدير ، تعزيز التنوع ، ثم تم حساب مدى

التغير في الاتجاهات قبل وبعد التدخل المباشر.

نتائج الدراسة:

أولاً - إجابة التساؤلات الخاصة بمفهوم التنوع الإعلامي :

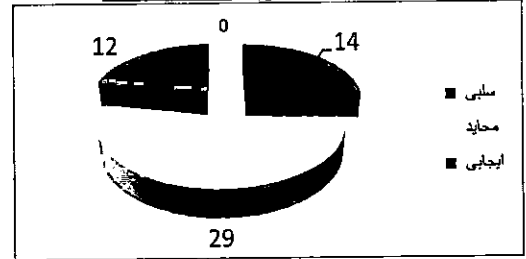
- أظهرت مناقشات المجموعات النقاشية المركزة بشكل عام ارتفاع مستوى وعى المشاركين بمفاهيم التنوع وما يرتبط به من احترام وتسامح وتقبل الآخر، وأكدت الأغلبية على أهمية مراعاة مفهوم التنوع في الإعلام على المستوى المحلي، خاصة في ظل الضعف الذي سيطر على أداء مختلف وسائل الاعلام المصرية الوطنية والإقليمية خلال المرحلة الانتقالية-إلى الحد الذي أطلقوا عليه "أنفلات إعلامي" - وانعكس ذلك بدوره على المؤسسات الإقليمية التي ابتعدت عن الأهداف الرئيسية التي أنشأت من أجلها، والغايات الخاصة بالمساهمة في إحداث التنمية المستدامة واكتشاف المواهب المحلية وغرس مفاهيم الولاء والانتماء للوطن.

وأدان العدد الأكبر من المشاركين الإعلام نظراً لغياب المهنية عن أداء مؤسساته على المستوى المحلي، وتحول تلك المؤسسات لطرف فاعل في الأزمات بما يؤدي إلى تصعيدها-بل وأحياناً افئطالها - ويترتب عليه زيادة حالة الانقسام الداخلى الذى تشهده البلاد، والتحول من وظائف التنمية والتوعية للحشد والتعبئة والاستقطاب، وتوجيه مشاعر العداة والكراهية لبعض فئات المجتمع وغياب مفهوم التنوع لدى الإدارة العليا التى تسعى لتحقيق مصالح نخبة بعينها، إضافة إلى عدم قدرة وسائل الإعلام المحلية على مواكبة التغييرات العالمية التى شهدها الإعلام والاتصال خلال السنوات الأخيرة، وكذلك عدم خضوعها لأى نمط من أنماط التنظيم الذاتى أو الرقابة على الأداء وضمان الجودة .

- عند تطبيق مقياس التعامل مع التنوع للتعرف على اتجاه المشاركين نحو المفهوم قبل الورشة التدريبية ودور العوامل الوسيطة ، جاءت النتائج على النحو التالى :

شكل رقم (4)

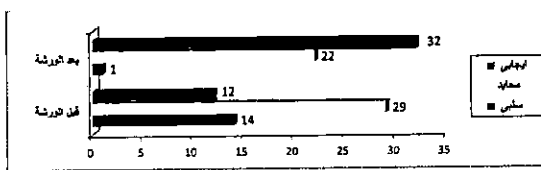
اتجاه المشاركين نحو مفهوم التنوع قبل الورشة



جاءت النسبة الأكبر لتعبر عن رأيها المحايد تجاه التعامل مع مفهوم التنوع بواقع 52.7% من إجمالى العينة ، بينما انقسمت بقية الاتجاهات ما بين سلبية وإيجابية (25.5%) و(21.8%) على التوالى ، ولم تظهر علاقات بين كل من الاتجاه نحو التنوع من جانب السن (مستوى معنوية 0.197) والنوع (مستوى معنوية 0.287) وعدد سنوات الخبرة (مستوى معنوية 0.304) والمنطقة الجغرافية (مستوى معنوية 0.124) من جانب آخر، إذ جاءت قيمة كا 12 المحسوبة أعلى من قيمتها الجدولية. وقد أظهرت النتائج أن العاملين بالصحف لديهم اتجاهات ايجابية أكبر من العاملين بالإذاعة والتلفزيون فيما يتعلق بالتنوع ، حيث جاءت قيمة كا 12 المحسوبة (17.472) أقل من قيمتها الجدولية (17.844) عند درجة حرية 8 ومستوى المعنوية دال احصائياً بلغ 0.026 بمعامل توافق 0.5 ويمكن تفسير تلك النتيجة فى ضوء اختلاف التشريعات واتساع هامش الحرية المتاح للصحف فى مقابل الإذاعة والتلفزيون .

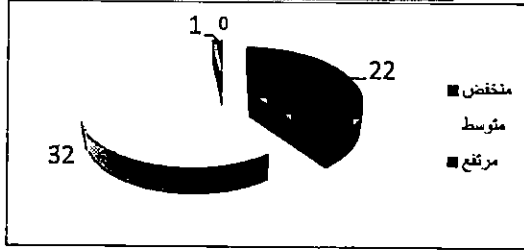
- للتعرف على مدى استعداد المشاركين لتغيير اتجاهاتهم نحو مفهوم التنوع قامت الباحثة بإعداد ورشة عمل تدور حول مفهوم التنوع بشكل عام ، وأهمية تطبيق التنوع فى المجتمع والفوائد التى تعود على الأفراد والإعلام والنظام العام بمراعاة الاختلافات بين الفئات واحترامها . وبتطبيق نفس المقياس التعامل مع التنوع بعد الورشة التدريبية ، جاءت النتائج على النحو التالى :

شكل رقم (5)
اتجاه المشاركين نحو مفهوم التنوع قبل ورشة



أظهر المقياس تغيراً ملموساً فى اتجاهات المشاركين نحو مفهوم التنوع بعد الورشة التدريبية، حيث ارتفع الاتجاه الإيجابى بمعدل 36.4% ليصل إلى 52.8% وانخفض كل من الاتجاه المحايد بمعدل 12.7% ليصل إلى 40% وشهد الاتجاه السلبى تراجعاً كبيراً ليصل إلى 1.8% فقط بانخفاض بلغ 23.7% مما يوضح وجود إمكانية عالية لتغيير اتجاه القائمين

شكل رقم (6)
اتجاه المشاركين نحو مفهوم التنوع في بيئة العمل



جاء الاتجاه المتوسط لمستوى التنوع في بيئة العمل بواقع 58.2% من إجمالي العينة، بينما جاء الاتجاه المنخفض بنسبة 40% ولم يظهر اتجاه مرتفع سوى لمفردة واحدة بواقع 1.8% الأمر الذي يوضح مدى انخفاض تقدير المشاركين لمستوى التنوع في بيئتهم الإعلامية، ولم يظهر أي تأثير للعوامل الوسيطة . ويشير ذلك إلى عدم إتاحة الفرص للترقى أو التعيين بالمؤسسات المحلية بشكل عادل ومتساو أمام جميع الأفراد ، وعدم إظهار رؤساء العمل أو الزملاء التقدير الكاف لمفهوم التنوع وتعزيزه، وعبر المشاركون عن انخفاض الدورات التدريبية المقدمة للعاملين بالمؤسسات الإعلامية الإقليمية بشكل عام وعن مفهوم التنوع وآليات تطبيقه بشكل خاص ، الأمر الذي من المتوقع أن يكون له تأثير على المحتوى الإعلامي المقدم عبر هذه الوسائل ومن ثم محدودية التلقى .

وعلى مستوى مجموعات النقاش المركزة أوضح المشاركون ارتباط انخفاض التنوع بعدد من المتغيرات المؤسسية مثل البعد عن دائرة صنع القرار وغياب الرؤية والرسالة والأهداف والسياسات المكتوبة الرامية لتطبيق مفاهيم التنوع وقلة وعى الإعلاميين بالمفهوم نظراً لحدائته وقلة الدورات التدريبية المخصصة له ، إضافة إلى حرص المسؤولين على تقليد القنوات الوطنية العامة تحت راية تلبية رغبات الجماهير وضغوط المنافسة .

الاتجاهات نحو التنوع في المحتوى الإعلامي :

أوضحت النتائج الاحصائية الانخفاض العام لاتجاهات المشاركين نحو مستوى التنوع الحالي الذي تشهده بيئة العمل في مؤسساتهم ، حيث بلغ مدى درجات المقياس التجمعي للتنوع من 6 إلى 30 وجاء المتوسط الحسابي للاتجاه ليبلغ 15.5

بالإتصال في المؤسسات الإعلامية نحو مفهوم التنوع، لاسيما وأنه مفهوم حديث التطبيق في المجتمعات النامية نسبياً، كما يتمشى جوهره مع حقوق الإنسان من مساواة وحق وعدل وتسامح واحترام وكفالة التعبير عن الرأي.

وبالنظر للخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة، لم تظهر علاقات بين كل من تغير الاتجاه نحو التنوع من جانب المؤسسة الإعلامية (مستوى معنوية (0.486) والنوع مستوى معنوية (0.331) وعدد سنوات الخبرة مستوى معنوية (0.272) والمنطقة الجغرافية (مستوى معنوية (0.176) من جانب آخر، إذ جاءت قيمة كا² المحسوبة أعلى من قيمتها الجدولية. ومن الجدير بالذكر أن مجيباً واحداً لم يغير اتجاهه السلبي نحو التنوع حتى بعد التدخل المباشر-وهو مخرج بالقناة الخامسة- وقد علل ذلك في نقاش المجموعات المركزة بأنه يعود لموقفه السياسي إزاء أحداث العنف الأخيرة وتمسكه بموقف "التجنب" من التعامل مع الجماعة الإسلامية ورفضه لمبدأ التسامح معهم.

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة عكسية بين العمر وتغيير الاتجاه، إذ أظهرت الفئات العمرية الأقل تغييراً إيجابياً ملموساً في الاتجاه بشكل أكبر من الفئات العمرية الأعلى، حيث جاءت قيمة كا² المحسوبة (10.115) أقل من قيمتها الجدولية (10.537) عند درجة حرية 4 ومستوى المعنوية دال احصائياً بلغ 0.039 بمعامل توافق 0.4 وهي نتيجة طبيعية نظراً لاستعداد الشباب بشكل عام للتغيير والتأثر بالمتغيرات الجديدة المحيطة بشكل أكبر من الفئات العمرية الأعلى.

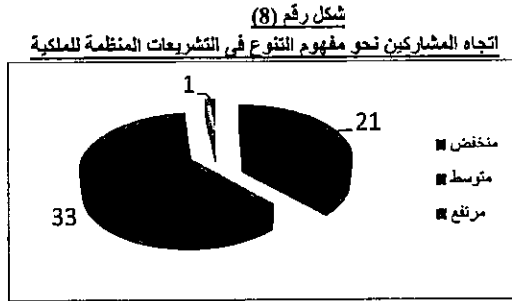
ثانياً-إجابة التساؤلات الخاصة بمدى تطبيق مفهوم التنوع

في البيئة المحلية:

الاتجاهات نحو التنوع في بيئة العمل:

أوضحت النتائج الاحصائية الانخفاض العام لاتجاهات المشاركين نحو مستوى التنوع الحالي الذي تشهده بيئة العمل في مؤسساتهم الإعلامية الإقليمية حيث بلغ مدى درجات المقياس التجمعي للتنوع من 8 إلى 40 وجاء المتوسط الحسابي للاتجاه ليبلغ 21.2. ويمكن بيان النتائج التفصيلية من خلال الشكل التوضيحي التالي:

مما يؤدي لمحدودية طرح رؤى مختلفة نحو الموضوعات المقدمة. **الاتجاهات نحو التنوع في التشريعات المنظمة للملكية :** أوضحت النتائج الاحصائية الانخفاض العام لاتجاهات المشاركين نحو مستوى التنوع الحالي بالمحتوى الإعلامى المقدم فى مؤسساتهم، حيث بلغ مدى درجات المقياس التجميى للتنوع من 4 إلى 20 وجاء المتوسط الحسابى للاتجاه ليبلغ 10.67. ويمكن بيان النتائج التفصيلية من خلال الشكل التوضيحي التالى:

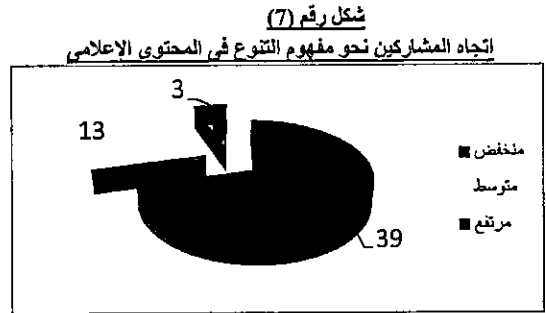


جاء الاتجاه المتوسط لمستوى التنوع فى المحتوى الإعلامى ليحتل المرتبة الأولى بواقع 60% من إجمالى العينة، بينما جاء الاتجاه المتوسط بنسبة 38.2% ولم يظهر الاتجاه مرتفع سوى لمجيب واحد بنسبة 1.8% ولم يظهر أى تأثير للعوامل الوسيطة، ويتسق ذلك مع ما تم التوصل إليه بشأن انخفاض الاتجاه نحو التنوع فى بيئة العمل والمحتوى الإعلامى. وقد أكدت النسبة الغالبة من المشاركين فى مجموعات النقاش المركزة على ضرورة وجود آليات تترجم بشكل عملى كيفية تطبيق مفاهيم التنوع فى العمل الإعلامى بغرض الرقابة والمحاسبة، إذ أن النصوص التشريعية العامة لا تضمن آليات التنفيذ.

الخلاصة :

تمثل هذه الدراسة الاستطلاعية مرحلة أولية للتعرف على اتجاهات القائمين بالاتصال فى المؤسسات الإعلامية الإقليمية نحو مفاهيم التنوع ومدى مراعاتها فى المحيط العملى، وانتهت الدراسة إلى الانخفاض العام لاتجاهات المشاركين نحو تطبيق التنوع فى المجال الإعلامى - وعدم وجود دور لعوامل السن والنوع والمنطقة الجغرافية وسنوات الخبرة فى التأثير على طرقي العلاقة كمتغيرات وسيطة - الأمر الذى يفقد المؤسسات

ويمكن بيان النتائج التفصيلية من خلال الشكل التوضيحي التالى:



جاء الاتجاه المنخفض لمستوى التنوع فى المحتوى الإعلامى ليحتل المرتبة الأولى بواقع 70.9% من إجمالى العينة، بينما جاء الاتجاه المتوسط بنسبة 23.6% ولم يظهر الاتجاه مرتفع سوى لثلاث مفردات بنسبة 5.5% ولم يظهر أى تأثير للعوامل الوسيطة. ويتسق النتيجة السابقة مع ما تم التوصل إليه من انخفاض اتجاه المشاركين نحو التنوع فى بيئة العمل الاعلامية نظراً لارتباط الرسالة بالمصدر ، وبالتالي فإن محدودية المصادر وانخفاض التنوع فى بيئة العمل من شأنه أن يؤثر سلباً على تنوع المحتوى المقدم للجمهور.

وقد تأكدت تلك النتائج بما تم التوصل إليه فى مجموعات النقاش المركزة ، حيث أعرب غالبية المشاركين عن عدم التوازن فى الخريطة البرامجية وسمات المتلقين بالتركيز على فئات بعينة دون فئات أخرى : إذ يهتم الإعلام بمخاطبة كبار السن والشباب ويفغل شريحة المراهقين والأطفال ، ويركز على الإسلام والمسلمين دون غيرهم من الديانات الأخرى ، وعلى مستوى التعليم يهتم الإعلام المحلى بمخاطبة التعليم العالى دون الأمتى والمتوسط ، ويخاطب الفئات المتوسطة اجتماعياً دون الدنيا والعليا ، ويتم التركيز على أخبار عاصمة المحافظة والإقليم دون المناطق الأبعد جغرافياً ، وكذلك الحضر دون الريف ، بينما ظهر توازن مقبول فيما يتعلق بفضة النوع كنتاج لاهتمام الدولة بمناقشة قضايا المرأة على المستوى الإعلامى. وكذلك اتفق المشاركون على أن السبب الرئيسى فى عدم تنوع المحتوى يعود إلى ميل القائمين بالاتصال لعدم بذل الجهد والاعتماد على نفس قائمة المصادر التى يعتمد عليها الزملاء

- http://ec.europa.eu/culture/key-documents/publications_en.htm
- Goldfarb, C.B. (2010). How Changes in the Economics of Broadcast Television Are Affecting News & Sports Programming and the Policy Goals of Localism, Diversity of Voices and Competition. *Journal of Current Issues and Telecommunications*, 13 (2)111-114.
- Dolye, G. (2002). *Media Ownership: The Economics & Politics of Convergence and Concentration in the UK and European Media*, London: Sage.
- Rigal, N. & Tacchi, J. (2013). Media in a Transitioning Nepal: Does Expansion Translate to Pluralism? *Creative Industries Journal*, 6:9, 57-70.
- Adams, R., Hallic, H. (2002). Assessing Business & Marketing Teachers' Attitudes toward Cultural Pluralism and Diversity. *Journal of Career & Technical Education*. 18 (2). Retrieved February 5, 2014, from: <http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/JCTC/v18n2/adams.html>
- Garmon, M.A. (2004). Changing Pre-service Teachers' Attitudes/Beliefs about Diversity- What are the Critical Factors? *Journal of Teacher Education*, 55 (3), 201-213.
- Summers, M. & Voleta. S. (2008). Students' attitudes towards culturally mixed groups on international campuses: impact of participation in diverse and non-diverse groups. *Studies in Higher Education*, 33 (4), 357-370.
- Kimmel, K. & Voleta.S (2012). University Students' Perceptions of and Attitudes towards Culturally Diverse Group Work- Does Context Matter? *Journal of Studies in International Education*, 16 (2), 157-181.
- إدريس سلطان (2013) أثر مناهج الدراسات الاجتماعية في تنمية اتجاهات تلاميذ المرحلة الإعدادية نحو التنوع الثقافي في المجتمع المصري عقب ثورة 25 يناير؟ ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر الإقليمي الثالث للقيادة التعليمية والإدارة، 21-19 نوفمبر، جنتج هايلاند، ماليزيا.
- Biasco, F., Goodwin, A., Vitale, K. L. (2001). College Students' Attitudes towards Racial Discrimination. *College Student Journal*, 35 (4), 523-526.
- Parillo, N. & Donoghue, C. (2005). Updating the Bogardus Social Distance Studies: A new National Survey. *Social Science Journal*, 42 (2), 257-271.
- Aberson, C.L. (2007). Diversity Experiences Predict Changes in Attitudes toward Affirmative Action. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 13 (4), 285-294.
- Barak, M.E, Chenin, D.A., & Berkman, S. (1998). Organizational & Personal Dimensions in Diversity Climate: Ethnic and Gender Differences in Employee Perceptions. *Journal of Applied Behavioral Science*, 34 (1), 82-104.
- Ekehammer, B., Akrami, N. & Araya, I. (2005). Gender Differences in Implicit Prejudice. *Personality & Individual Differences*, 34 (8), 1509-1523.
- Sobbotaka, A.G. (2010). Correlates of Attitudes toward Diversity

الإعلامية الإقليمية هويتها الخاصة ونكهتها المحلية حتى على مستوى اللهجة، وجعلها منتج مستنسخ من المؤسسات الإعلامية الوطنية العامة. ولعلنا نخلص بذلك إلى عدد من النقاط الهامة، كما يلي:

1- توجيه المزيد من الدراسات المستقبلية لقياس مدى تطبيق مفاهيم التنوع في البيئة الإعلامية على مستوى المصدر والمحتوى والتعرض للوقوف على محددات الوضع الراهن ومحاولة تطويره بما يخدم العملية الديمقراطية.

2- الاعتماد على تقديم عدد من ورش العمل والدورات التدريبية الخاصة بنشر قيمة التنوع بين القائمين بالاتصال، مع إجراء دراسات السلاسل الزمنية طويلة المدى على المتدربين لمراقبة مدى التطور في الأداء وضمان إحداث تغييرات في السلوك الفعلي تظهر في المنتج الإعلامي المقدم دون الاقتصار فقط على تغيير الاتجاه.

3- الاهتمام بإنشاء المرصد الإعلامية للتعرف بشكل دوري على اتجاهات أداء المؤسسات الإعلامية الحكومية والخاصة نحو تطبيق مفاهيم التنوع ومدى مراعاتها للتمثيل المتناسب للقطاعات المختلفة بالمجتمع.

4- التركيز على إعادة النظر في التشريعات القانونية المنظمة للملكية المؤسسات الإعلامية في مصر خلال المرحلة القادمة، خاصة في ظل وجود العديد من الدعاوى المطالبة بعمل المزيد من التعديلات على التشريعات المنظمة للعمل الصحفي والإذاعي والتليفزيوني وإنشاء مجلس وطني للإعلام كهيئة مستقلة تتولى تنظيم وإدارة ومحاسبة القطاع الإعلامي كخدمة عامة تضمن البعد عن الاحتكار الحكومي وتفعيل بنود موثيق الشرف الإعلامية بما يضمن تنوع الأفكار وارتقاء الأداء المهني.

5- بحث إمكانية تبني أنماط جديدة للملكية وسائل الإعلام على المستوى الإقليمي سواء للجمعيات الأهلية ومؤسسات المجتمع المدني أو للأقليات المحلية العرقية والدينية.

6- تنظيم عدد من الندوات تضم خبراء في الإعلام على المستوى الأكاديمي والعملية لطرح تصورات خاصة بآليات تنفيذية قابلة للتطبيق فيما يتعلق بمراعاة مفهوم التنوع في المجال الإعلامي.

الهوامش:

Journal of Communication, 16 (2), 181 – 208.

Napoli, P.M. (1999). Deconstructing the Diversity Principle. *Journal of Communication*, 49, 7 – 34.

Einstein, M. (2004). Media Diversity Economics, Ownership and the FCC. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Lozano, J.C. (2006). Public Policies and Research on Cultural Diversity and Television in Mexico. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50 (3), 467 – 481.

Rigal, N. & Tacchi, Op.cit.

Ojebode, A. (2009). Media Diversity With and Without a Policy: a Comparison of the BBC and Nigeria's DBS. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 16 (2), 216 – 228.

Avraham, E. & First, A. (2010). Can a Regulator Change Presentation of Minority Groups and Fair Reflection of Cultural Diversity in National Media Program? Lessons from Israel. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54 (1), 136 – 148.

Hitchens, L. (2006). *Broadcasting Pluralism & Diversity: A Comparative Study of Policy & Regulations*. Oxford: Hart Publishing.

Hollifield, C.A., Kimbro, C.W. (2010). Understanding Media Diversity: Structural and Organizational Factors Influencing Minority Employment in Local Commercial Television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54 (2), 228 – 247.

Turner, S.D. & Cooper, M. (2007). *Out of the Picture: Minority and Female TV Station Ownership in the United States*. Free Press. Retrieved, January 10, 2014, from: <http://www.freepress.newfiles/opt2006.pdf>.

Huysmans, F. & Hann, J.D. (2005). Media Diversity from a User's Perspective in the Netherlands, 1975 – 2000. *European Journal of Communications*, 30, 320 – 324.

Yuan, E.J. (2008). Measuring Diversity of Exposure in Guangzhou's Television Market. *Asian Journal of Communication*, 18 (2), 155 – 171.

Cuitenburg, J.V. (2005). On Minority Media Diversity, Media Profusion and Media Performance: Some Regulator's Notes. *European Journal of Communication*, 30, 301-308.

among White College Students. Honors Project. Paper 13. Retrieved February 8, 2014, from: http://digitalcommons.iwu.edu/psych_honproj/139.

Buttner, H.E., Iowe, K.B., & Billings-Harris, L. (2006). The Influence of Organizational Diversity Orientation and Leader Attitudes on Diversity Activities. *Journal of Managerial Issues*, 18 (3), 356 – 371. Retrieved January 15, 2014, from: <http://www2.pittstate.edu/econ/jmi.html>

Ward, C. & Masgoret, A.M. (2006). An integrative model of attitudes toward immigrants. *International Journal of Intercultural Relations*, 30 (6), 671–682.

Lawrence, C. (2010). Mission: Baby Steps to Diversity. *Quill*, 98 (1), p.15.

Nicholson, J. (2003). Pushing for Change. *Quill*, 91 (6), 10-13.

Bahfen, N & Wake, A. (2011). Media Diversity Rules: Analyzing the Talent Chosen by Student Radio Journalists Covering Islam. *Pacific Journalism Review*, 17 (2), 92-108.

Kurpins, D. (2002). Sources & Civic Journalism: Changing Patterns of Reporting? *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 79 (4), 853-866.

North, L. (2009). *The Gendered Newsroom: How Journalists Experience the Changing World of Media*. New Jersey: Hampton Press.

Stirling, A. (2007). A General Framework for Analyzing Diversity in Science, Technology & Society. *Journal of the Royal Society Interface*, 4 (15), 707 – 719.

Bennett, T. (2001). *Differing Diversities: Transversal Study on the Theme of Cultural Policy and Cultural Diversity*. Cultural Policy & Action Department. Council of Europe Publishing.

Stirling, A. (1998). *On the Economics & Analysis of Diversity*, SPRU Electronic Working Papers Series. P.41.

Van, D. V. & Wurff, R.V. (2001). Impact of Moderate and Ruinous Competition on Diversity: The Dutch Television Market. *Journal of Media Economics*, 14 (1), 213 – 229.

Dolye, G. Op.cit.

UNESCO (2001). *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity*. Paris: UNESCO. P.15

UNESCO (2005). *Convention on the Protection and Promotion of Diversity of Cultural Expressions*. Paris. UNESCO.

Stanley, L.S. (1996). The Development & Validation of an Instrument to Assess Attitudes toward Cultural Diversity and Pluralism among Pre-service Physical Educators. *Educational & Psychological Measurement*, 56, 891 – 897.

Castells, M. (2002). The Rise of the Fourth World. In the *Global Transformations Reader*, eds. Held, D and McGrew, A. London: Blackwell, pp. 430 – 439.

Napoli, P.M. (1997). Rethinking Program Diversity Assessment: An Audience-Centered Approach. *Journal of Media Economics*, 10, 59 – 74.

Hellman, H. (2001). Diversity- An End in Itself? Developing a Multi-measure Methodology of Television Program Variety Studies. *European*