



## مقدمة

إن التنوع هو الأصل في الخلق, فلو أنّ الله أرادنا مُتشابهين لخلق كل البشر بنفس اللون و الملامح مثلاً؛ فالاختلاف و التنوع هما الأساس في خلق الكون.

من هذا المنطلق يستقى معهد التنوع الإعلامي رسالته , والتي تتمثل في تقديم الدعم الفني لوسائل الإعلام في الشرق الأوسط وشمال افريقيا نحو تحقيق مستوى مُتوازن من التغطية الاعلامية بهدف الوصول الى اعلام بعيد كل البعد عن اقضاء الآخر, بل اعلام يشمل و يحتوى كل الأصوات داخل المجتمع على اختلاف مشابها.

يسعى معهد التنوع الاعلامى فى مصر من خلال مشروع " اعادة بناء اعلام ما بعد الثورة فى مصر نحو التنوع والاحتوائية" والمُمول من الوكالة السويدية للتنمية, الى تنفيذ عددٍ من المُبادرات من شأنها تقديم الدعم الفنى على عدّة مستويات من بينها التغطية الاعلامية.

فى هذا الاطار, يقوم المعهد بتنفيذ مبادرة " رصد ومتابعة درجة التنوع فى وسائل الاعلام". والتي تشتمل على اصدار سلسلة من التقارير التى ترصد درجة التنوع فى التغطية الاعلامية المرئية و المطبوعة لاهم الاحداث فى مصر, والتي يُعدّ هذا التقرير الأول منها.

هذه السلسلة من التقارير تسعى لتقديم تقييماً علمياً, كمياً ونوعياً مُبسّطاً عن تنوع التغطية الاعلامية للأحداث بهدف استفادة المنافذ الاعلامية من مخرجاتها فى التناول الاعلامى لقضايا المجتمع المحلى.

ويسعى المعهد أن تساهم هذه الجهود فى تعزيز التفاهم و الحوار المتوازن بين كل فئات المجتمع مع مراعاة تنوع ثقافاتنا , قناعاتها و خلفياتها من خلال تغطية اعلامية شاملة ومتوازنة؛ فذلك من شأنه توثيق أواصر الوحدة بين كل أطراف المجتمع.

هاله مرجان

مدير عام البرامج



مشروع رصد ومتابعة التنوع في وسائل الإعلام

تقرير (2)

التنوع الإعلامي في تغطية الانتخابات الرئاسية المصرية

(مايو - يونيو 2012)

إعداد د/ رشا عبد الله

شهدت الفترة بين مايو - يونيو 2012 أول انتخابات رئاسية في مصر بعد ثورة 25 يناير 2011. وقد وصل 13 مرشحاً إلى الجولة الأولى التي أجريت في 23 و 24 مايو، ثم تنافس أعلى اثنين من المرشحين في الجولة الثانية من الانتخابات التي أجريت في 16 و 17 يونيو. ويقوم هذا التقرير - الثاني في سلسلة تقارير مشروع رصد وسائل الإعلام بشأن التنوع - بتحليل التنوع في تغطية انتخابات الرئاسة في مصر، ويأتي بعد التقرير الأول الذي قمنا بإصداره في مارس 2012، والذي قام بدراسة التنوع في التغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية المصرية في 2011.

ويهدف هذا التقرير إلى تقديم تحليل دقيق وعلمي عن كيفية شمولية المحتوى الإعلامي وتنوعه في تغطية انتخابات الرئاسة. ويُعرّف التنوع بمدى الشمولية لمختلف الفئات من حيث العرق والدين والجنسية والعمر والدخل والجنس وأية عوامل أخرى مما قد يجعل الأفراد أو الجماعات مختلفين عن بعضهم البعض، ولكن على قدم المساواة.

### المنهجية والعينات

يستند هذا التقرير إلى منهجية تتضمن كل من تحليل تحليل المضمون الكمي، وتحليل الخطاب النوعي لدراسة التنوع في وسائل الإعلام المصرية بطريقة واضحة لكن مُبسّطة. وقد تناولنا كل من وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية، حيث قمنا بتحليل المضمون لأربع صحف إلى جانب حلقات لبرنامج حوارية (توك شو) ونشرة أخبار المساء في التلفزيون المصري. وقد ركز التحليل الكمي على عينة ممثلة من وسائل الإعلام المملوكة للدولة ووسائل الإعلام الخاصة (المستقلة)، واخترنا صحيفتين من أهم الصحف الحكومية وصحيفتين من أهم الصحف الخاصة. والصحف التي رصدناها هي:

- (1) الأهرام (صحيفة حكومية)
- (2) الأخبار (صحيفة حكومية)
- (3) المصري اليوم (صحيفة خاصة)
- (4) الشروق (صحيفة خاصة)

وإجمالاً، قام الباحثون بتحليل 5308 قصة إخبارية وموضوع صحفي تم نشرها عن الانتخابات في الصحف الأربع، وقد قمنا بالتحليل قبل أسبوع واحد وبعد أسبوع واحد من كل جولة من جولاتي

انتخابات الرئاسة لمدة رصد إجمالي 32 يوماً في التواريخ بين 16 مايو إلى 31 مايو و9 يونيو إلى 24 يونيو 2012.

كما أجرينا دراسة نوعية للتغطية التلفزيونية من خلال تحليل الخطاب. فقد رصدنا تغطية الانتخابات في نشرة الأخبار الرئيسية التي تذاع على التلفزيون الحكومي (نشرة أخبار التاسعة مساءً المذاعة على القناة الأولى والفضائية المصرية) بالإضافة إلى نشرة الأخبار الرئيسية على قناة النيل للأخبار، وقمنا أيضاً بتحليل بعض البرامج الحوارية (التوك شو) وهي: برنامج التوك شو السياسي على التلفزيون المصري (مباشر من مصر) إلى جانب اثنين من البرامج الحوارية على القنوات الخاصة المستقلة وهي (بلدنا بالمصري) على قناة أون تي في و(العاشرة مساءً) على قناة دريم 2. وخلال التواريخ المختارة للتحليل أثناء الانتخابات تم استبدال برنامج بلدنا بالمصري بصورة مؤقتة بتغطية مباشرة للانتخابات، وعندما كان الأمر كذلك، قمنا بتحليل هذه التغطية المباشرة للانتخابات التي تم تقديمها خلال نفس توقيت إذاعة برنامج بلدنا بالمصري، وفي كافة برامج التوك شو تم فقط تحليل الفقرات التي تناقش الانتخابات.

وقد تناولت الدراسة قضية التنوع من حيث الشخصيات التي استضافتها هذه الوسائل الإعلامية، إضافة إلى الموضوعات التي تم ذكرها أو مناقشتها.

## النتائج

### 1. تحليل الصحف:

إجمالاً كان هناك 5308 قصة إخبارية وموضوع صحفي متعلقة بالانتخابات في الصحف الأربع بين 16 مايو إلى 31 مايو و9 يونيو إلى 24 يونيو 2012.<sup>1</sup> وكان عدد القصص الإخبارية والمواضيع الصحفية التي تناولتها كل صحيفة كالتالي:

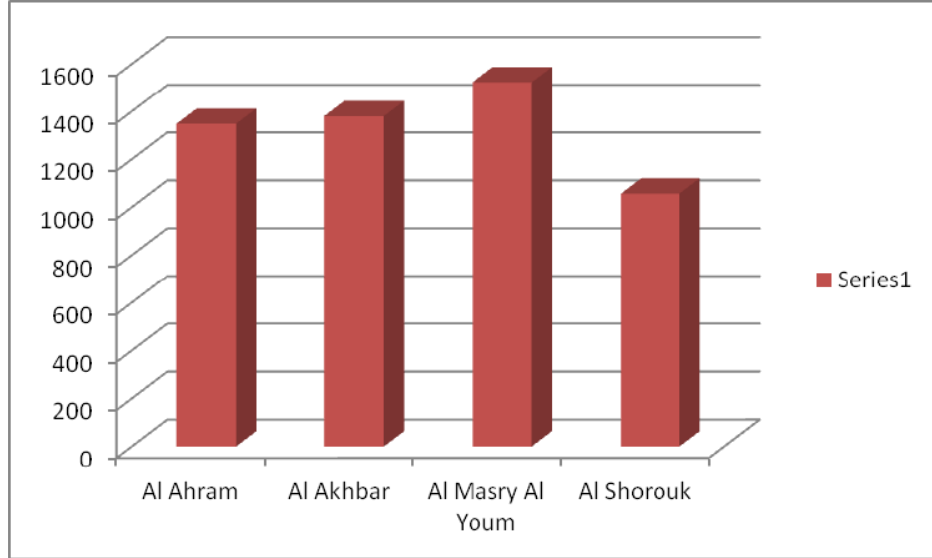
الأهرام: 1348

الأخبار: 1380

قابلتنا مشكلة في الحصول على أعداد قليلة لبعض الصحف، لذا تم استبعادها من التحليل.<sup>1</sup>

المصري اليوم: 1523

الشروق: 1057



من حيث نوع القصة الإخبارية، كان 37.5% من القصص قصص إخبارية محضة (1979 قصة)، و39% (2059 قصة) مواضيع وتحقيقات صحفية و23.2% (1227 قصة) كانت مقالات رأي أو افتتاحيات.

ومن القصص الإخبارية المحضة والمواضيع والتحقيقات الصحفية التي تم تحليلها، 71.6% (2917 قصة) من كانت صغيرة في الحجم وهذا يعني أن أنها كانت أقل من 4/1 صفحة؛ و16.8% (683 قصة) كانت متوسطة في الحجم (ما بين 4/1 صفحة حتى أقل من نصف صفحة) و11.6% فقط (474 قصة) كانت نصف صفحة أو أكثر في الحجم.

وقد قمنا بدراسة جودة المعايير الصحفية في الصحف الأربع وفق مقاييس الموضوعية والإنصاف والتوازن. ومن بين القصص الإخبارية والمواضيع الصحفية التي قيمت بشأن الموضوعية (4066 قصة) تم تصنيف 82.2% (3344 قصة) على أنها "موضوعية"، وهذا يعني أنها التزمت بالفصل بين الحقائق والآراء، وخلا مضمونها من نزعات الإثارة ومن التشهير أو اللجوء لإثارة عواطف سلبية نحو الفئة المذكورة في الخبر. وكانت 14.3% أخرى (580 قصة) "موضوعية إلى حد ما"، و2.7% فقط (142 قصة) كانت "غير موضوعية".

من حيث الإنصاف والتوازن، وهو مفهوم في صميم التنوع، كانت الأرقام غير جيدة. وقد تم تعريف مفهوم الإنصاف والتوازن على أنه "تغطية كلا الجانبين أو كل الجوانب للقصة بدلاً من جانب واحد." ومن بين القصص الإخبارية والمواضيع الصحفية التي قيمت بشأن هذا العامل (3270 قصة) لم يتم تصنيف غير حوالي نصف القصص فقط (50.6% أو 1653 قصة) على أنها "منصفة ومتوازنة". وتم تصنيف 12.8% (420 قصة) على أنها "منصفة ومتوازنة إلى حد ما"، في حين أن النسبة المتبقية 36.6% (1197 قصة) تم تصنيفها على أنها "غير منصفة وغير متوازنة".

وبينما حاولت الصحيفتان المملوكتان للدولة الأهرام والأخبار المحافظة على الإنصاف والتوازن، وخاصة أثناء الجولة الثانية من الانتخابات، ازدادت صعوبة المحافظة على الموضوعية، وخاصة فيما يتعلق بالمجلس الأعلى للقوات المسلحة والذي كان يحكم البلاد في ذلك الوقت، والمؤسسة العسكرية بشكل عام. على سبيل المثال، في 24 و 25 مايو، قامت كلتا الصحيفتين بنشر صفحات من الصور كجزء من تغطية عملية التصويت، ونشرت الصحيفتان صور نمطية لجنود من الجيش يساعدون المسنين وأصحاب الإعاقة على الوصول إلى مراكز التصويت. وقد اقترنت بالصور تعليقات من نوعية "الجيش يدعم الشعب".

وخلال الجولة الثانية من الانتخابات، قامت كلتا الصحيفتين المملوكتين للدولة (وخاصة الأهرام) بشكل أفضل منح كل مرشح تغطية مساوية من حيث المساحة والكلام. وتم تصميم أغلب الصفحات بشكل منظم في تغطية كلا المرشحين، ووصل الأمر إلى اختيار صور للمرشحين توضح تعبيرات أيدي ووجه متشابهة للغاية.

### تنوع الموضوعات:

مثلما كان عليه الحال في تغطية الانتخابات البرلمانية، كانت معظم القصص الإخبارية والمواضيع الصحفية (80.2% أو 4248 قصة) عن السياسة المحلية ولوجستيات العملية الانتخابية. وقد تم تقسيم هذه القصص إلى قصص تغطي السياسة المحلية (58.7% أو 3113 قصة) وقصص تغطي السياسة الدولية (3.3% أو 177 قصة) وقصص تغطي اللوجستيات والقوانين المحيطة بالعملية الانتخابية (18.1% أو 958 قصة)، بينما ناقشت مواضيع قليلة جداً البرامج التفصيلية للمرشحين للرئاسة. وقد تم تغطية الموضوعات الاجتماعية في 5.1% من المواضيع (269 قصة) فقط، وعرضت الموضوعات الاقتصادية في 2.3% (122 قصة فقط)، وعرضت موضوعات الدين في

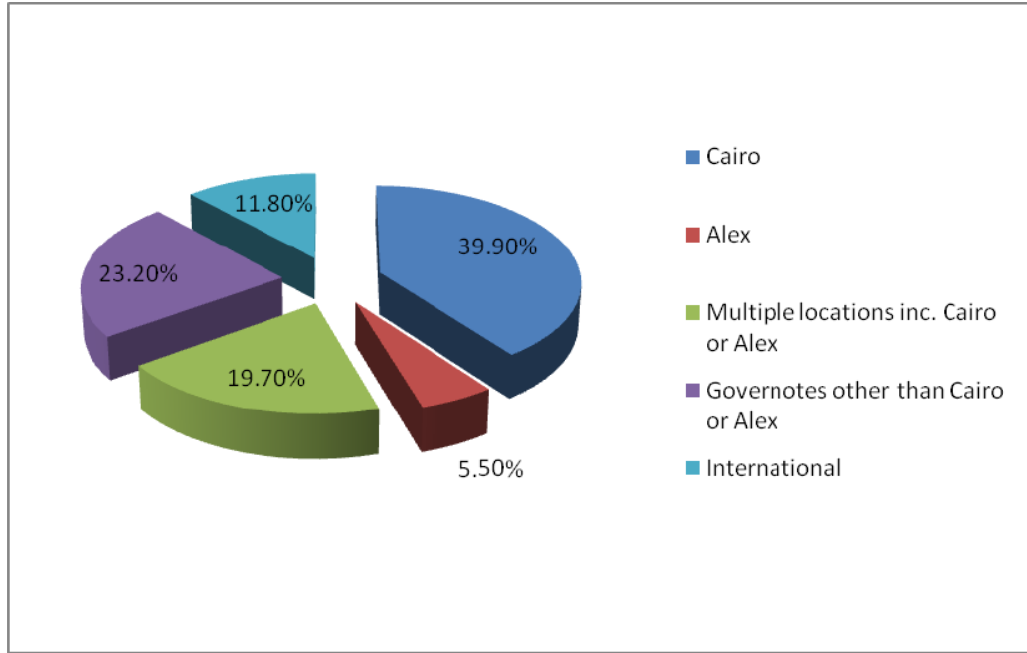
1.7% (91 قصة)، والجريمة في 2.5% (135 قصة). بينما حظيت بعض التحديات الرئيسية التي تواجه مصر بتغطية قليلة للغاية، فعلى سبيل المثال، تم عرض التعليم في سبع قصص فقط (0.1%) وتم تغطية الصحة في 12 قصة فقط (0.2%) والعلوم والتكنولوجيا في 24 قصة فقط (0.5%).

كما حازت القضايا المتعلقة بالتنوع على نسبة صغيرة جدًا من التغطية، فعلى سبيل المثال، تم مناقشة قضايا الهوة في 38 قصة (0.7%) فقط، وقضايا الأطفال في سبع قصص (0.1%)، والقضايا المتعلقة بذوي الاحتياجات الخاصة في 19 قصة فقط (0.4%). وتم مناقشة القضايا المتعلقة بالأقليات الدينية في 34 قصة فقط (0.6%)، والأقليات العرقية في 17 قصة فقط (0.3%)، وتم مناقشة القضايا المتعلقة باللجئين في قصة واحدة فقط، وكبار السن في ثماني قصص.

### التنوع الجغرافي:

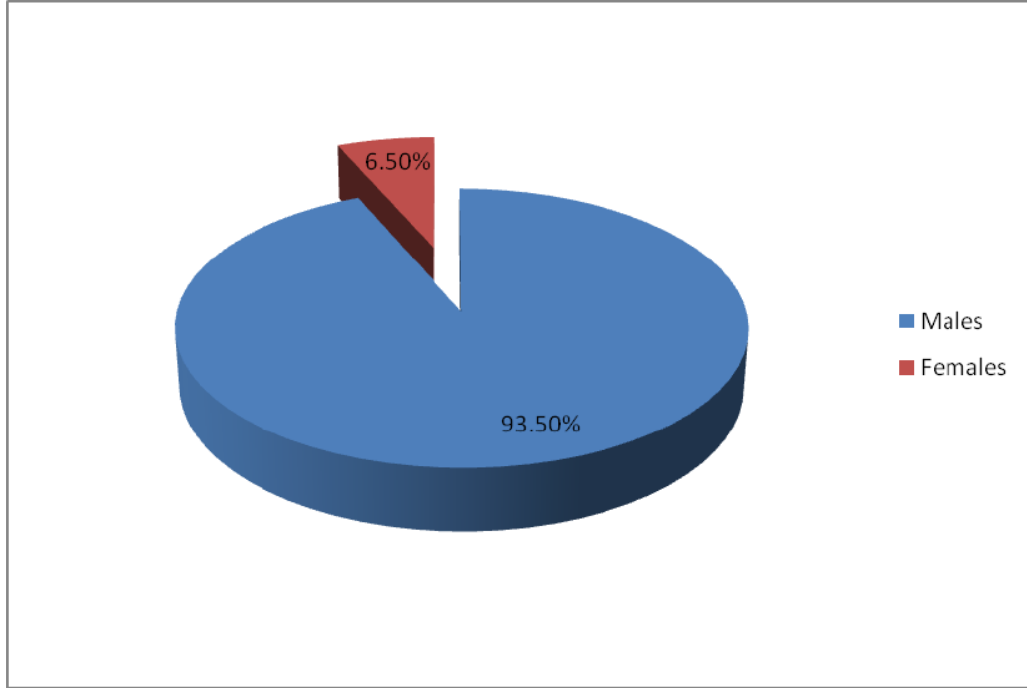
مثلما كان عليه الحال في تغطية الانتخابات البرلمانية في 2011، تحسّن التنوع الجغرافي بشكل ملحوظ في تغطية انتخابات الرئاسة مقارنة بما كان عليه الحال قبل ثورة 25 يناير. وكان غياب مثل هذا التنوع مشكلة رئيسية في التغطية الإعلامية، حيث كانت معظم التغطية تتم في القاهرة مع بعض التغطية البسيطة في الإسكندرية بينما تغيب التغطية بشكل شبه تام في بقية المحافظات. وقد تحسن هذا بشكل ملحوظ ففي هذه الانتخابات الرئاسية، ومن بين القصص والمواضيع التي أمكن فيها تحديد أماكن التغطية (2704 قصة)، احتفظت القاهرة بنصيب أعلى بكثير من المحافظات الأخرى، حيث خصصت حوالي 40% من القصص للعاصمة (39.9% أو 1078 قصة بالضبط)، وحظيت الإسكندرية بنسبة 5.5% أو 148 قصة. وغطت حوالي خمس القصص (19.7% أو 533 قصة) عدة محافظات مصرية شملت إما القاهرة أو الإسكندرية، و23.2% (626 قصة) محافظات أخرى غير القاهرة أو الإسكندرية. أما الـ11.8% (319 قصة) المتبقية فقامت بتغطية مواقع دولية (مثل القصص التي تغطي المصريين بالخارج). ويعتبر ذلك تحسّنًا كبيرًا على صعيد التغطية الجغرافية للانتخابات ويمكن توضيحه في الرسم البياني التالي:





### تنوع نوع الجنس:

مثلما كان عليه الحال في تغطية الانتخابات البرلمانية، ظهر تنوع نوع الجنس في التغطية الإعلامية لانتخابات الرئاسة محبطاً. أوضح تحليل تنوع نوع الجنس في الـ 5308 قصة التي تم دراستها أن القصص متحيزة بشدة نحو الذكور وضد الإناث. وكان جديراً بالملاحظة أن آخر إحصائيات ديموغرافية صادرة عن الأمم المتحدة بشأن مصر أشارت إلى معدل نسبة الذكور إلى الإناث 1.01 إلى 1.00 على الترتيب. وتضمنت الـ 5308 قصة التي تم دراستها مقابلات مع 20312 شخصاً؛ كان من بينهم 18987 ذكراً و1325 أنثى فقط بنسبة 93.5% للذكور و6.5% فقط للإناث، مما يعني أنه يوجد أنثى واحدة فقط في التغطية الإعلامية مقابل كل 14.3 ذكر. وهذه النسبة المجحفة هي تقريبا نفس النسبة التي وجدناها في التقرير (1) حول التغطية الإعلامية للانتخابات البرلمانية.



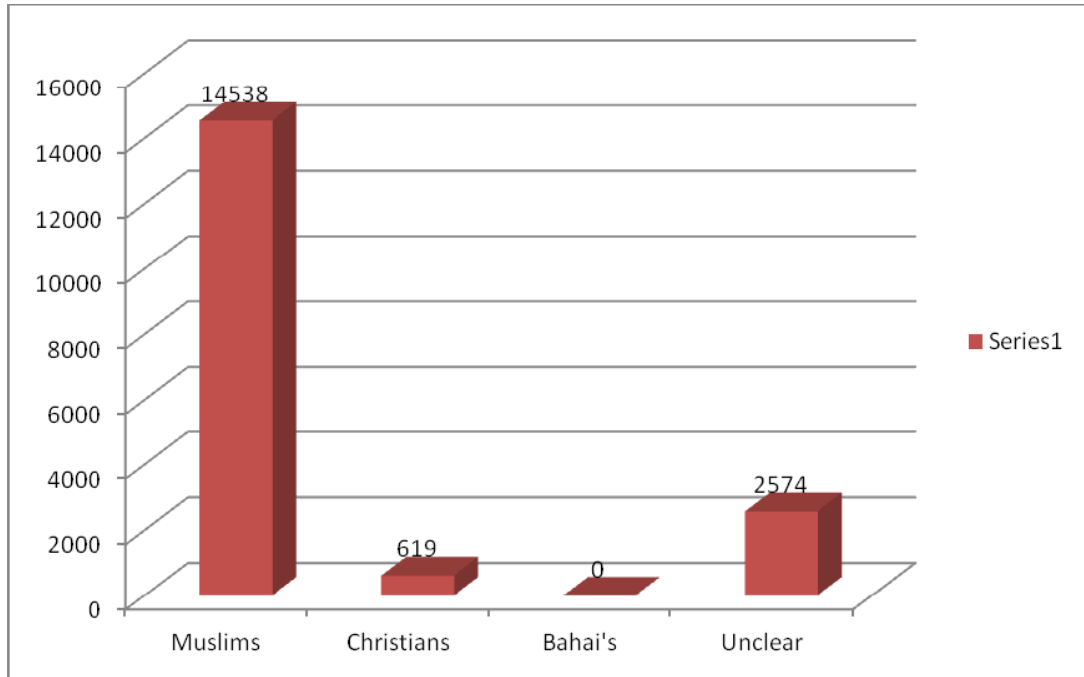
### التنوع الديني:

يعتبر التنوع الديني أحد الجوانب الأخرى المهمة للغاية وهو جانب ليس من السهل قياسه. وقد حاولنا في هذا التقرير تحديد المسلمين والمسيحيين والبهائيين بالإضافة إلى من لم تتضح ديانتهم في السياق المقدم. وقد قمنا بتصنيف الشخص على أنه مسلم على أساس إما وجود اسم إسلامي واضح (مثل محمد) أو ذكر دينه أو هويته الدينية أو حمل علامة واضحة (مثل ملابس أو حجاب) إسلامي. وصنفنا شخصاً على أنه مسيحي على أساس إما وجود اسم مسيحي واضح أو ذكر هويته الدينية أو الكنسية، أو حمل علامة واضحة (مثل ملابس أو صليب) يتعلق بالمسيحية. وتم تصنيف الشخص كبهائي فقط إذا تم تعريفه كبهائي في القصة. وإذا لم يتسم أي شخص بأي من السمات المذكورة أعلاه تم إدراجه بوصف "ديانته غير واضحة". ونحن ندرك أن هذه قد لا تكون أفضل طريقة لقياس الهوية الدينية أو التنوع الديني، حيث أنه حتى في الإسلام وهو دين الأغلبية في مصر، هناك طرق مختلفة وتنوع كبير، ونواصل جهدنا لتعزيز أدوات القياس التي نستخدمها في هذا السياق بطرق علمية.

ومثلما كان عليه الحال في تغطية الانتخابات البرلمانية، كانت نتائج هذه التغطية محبطة، وجدير بالذكر أنه لا توجد أرقام رسمية في مصر لعدد المسيحيين، بينما تضع أغلب المصادر تقديراً للديموغرافية الدينية في مصر بحوالي 90% مسلمين و 10% مسيحيين. وجاءت نتائج هذه الدراسة

ب619 شخصاً بأسماء أو بسمات مسيحية ظاهرة في العدد الكلي لمن تم إجراء مقابلات معهم، بينما بلغ من تم تحديدهم بأنهم مسلمون 14538 شخصاً، ولم يتم تحديد أي بهائيين في القصص التي تم تحليلها. والنسب المئوية النسبية لهذه التغطية من بين الأشخاص الذين تم تحديد دينهم (15157) هي 96% للمسلمين و4% للمسيحيين.

تجدر الإشارة إلى أن هناك تغيراً طفيفاً في المنهجية بين هذا التقرير والتقرير الأخير الذي أصدرناه بشأن تغطية الانتخابات البرلمانية في مصر في تصنيفنا للأديان. ونحن ندرك أن المنهجية المستخدمة سابقاً يمكن أن تكون قد وضعت تقديراً أقل مما يجب أن يكون عليه لنسبة المسيحيين (لم يتم تحديد أقليات أخرى)، ونأمل ألا تكون المنهجية التي استخدمناها في هذا التقرير قد ضخمت نسبة المسيحيين. وهذه مشكلة في قياس التنوع الديني في جميع أنحاء العالم، نظراً لأن الهويات الدينية ليست دائماً واضحة أو يسهل تحديدها أو قياسها.



وفي ملاحظة إيجابية، كانت هناك بعض المواضيع التي ناقشت مواقف الصوفية والصوفييين من الانتخابات. على سبيل المثال، في 20 مايو، نشرت صحيفة الأهرام تقريراً خاصاً في صفتين حول الصوفييين في مصر، ومواقفهم من الانتخابات، كما نشرت الصحيفة حواراً كبيراً مع أحد زعماء

الصوفيين في 21 مايو، وكان ذلك في اطار تغطية مؤتمر قام الصوفيون بتنظيمه تحت عنوان "الصوفية والانتخابات"، وقد تم تغطية ذلك المؤتمر في كل الصحف الأربعة التي قمنا بتحليلها. وواصلت الصحف الأربعة تغطيتها لمواقف الصوفيين من الانتخابات. وهذه التغطية إيجابية للغاية لأنها توضح أن الإسلام ليس ديناً أحادياً، وأن هناك تنوعاً حتى داخل الدين الواحد، فمثلاً تجدر ملاحظة أن عدداً من زعماء الصوفية أعلنوا تأييدهم للفريق أحمد شفيق ضد د. محمد مرسي والذي كان رئيس حزب الحرية والعدالة (الذراع السياسي للإخوان المسلمين)، قائلين إنهم ضد أي كيان واحد يحاول احتكار الدولة وخاصة ما يتم من ممارسات سياسية باسم الدين. وعلى نفس المنوال، أعلن أعضاء الطريقة الهاشمية في الإعلام تأييدهم لأحمد شفيق.

### الأقليات العرقية والأقليات الأخرى:

اتسم التمثيل الإعلامي أيضاً بأنه محبط فيما يتعلق بالأقليات العرقية بالإضافة إلى قطاعات هامة الأخرى مثل الأشخاص ذوي الإعاقة أو الأطفال أو كبار السن. من بين الـ 20312 فرداً الذين تم إجراء مقابلات معهم في القصص الصحفية، تم تصنيف 14 شخصاً فقط من أصول عرقية مختلفة مثل البدو أو النوبيين. كما كان هناك أيضاً 37 شخصاً فقط تم تصنيفهم على أنهم من ذوي الإعاقة، و 23 من المصريين بالخارج، و 70 من كبار السن في مواضيع تناقش القضايا المتعلقة بهم، و 36 طفلاً. ونحن ندرك أيضاً الصعوبات في تحديد بعض هذه الفئات، لكن الأعداد صغيرة للغاية بحيث أنه حتى لو تم تقدير بعض الفئات بصورة منخفضة، فلا يمكن للأعداد الدقيقة أن تكون مقبولة. الجدير بالذكر أن الهيئة العامة للاستعلامات تقدر الأفراد تحت سن 15 في مصر بنسبة 31.74% وعدد الأفراد فوق سن 60 بنسبة 6.27%.

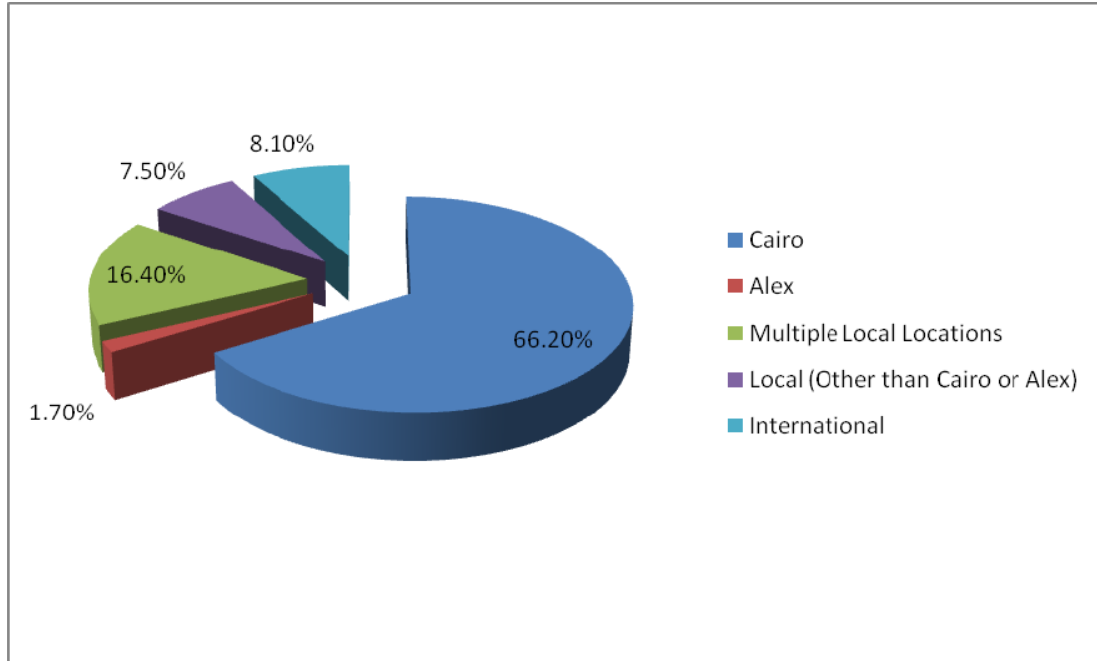
ومع ذلك، كانت هناك بعض المحاولات لإدراج فئات متنوعة في التغطية يجب ألا يتم تجاهلها. على سبيل المثال، في 10 يونيو، أعدت صحيفة المصري اليوم ملفاً خاصاً تحت اسم "رسائل أهل مصر". وتضمن الملف عدداً من الموضوعات الصحفية حول الأقليات والمهمشين في مصر وآمالهم وطموحاتهم بشأن الرئيس الجديد، وكان من بينهم نوبيون وبدو وأهل الصعيد وفلاحين وعمال وصيادين وأطفال شوارع.

## 2. التغطية التلفزيونية

اعتمد تحليل التغطية التلفزيونية في هذا التقرير على المنهجية الكيفية، وتحديدًا اعتمد على تحليل خطابي نقدي لبعض حلقات من نشرة أخبار التلفزيون المصري (نشرة أخبار التاسعة مساءً) ونشرة الأخبار الرئيسية على قناة النيل للأخبار إلى جانب حلقات بعض البرامج الحوارية (التوك شو) المقدمة على القنوات التابعة للدولة والقنوات الخاصة المستقلة. ويهدف التحليل إلى الإشارة إلى بعض الجوانب المعينة التي شهدت تحسناً كبيراً، مع إلقاء الضوء على بعض مواطن الضعف الواجب أن تبذل فيها جهود إضافية.

تمثلت البرامج الحوارية التي تم تحليلها في برنامج مباشر من مصر على التلفزيون المصري إلى جانب برنامجين من البرامج الحوارية على القنوات الخاصة المستقلة، وهي برنامج بلدنا بالمصري على قناة أون تي في وبرنامج العاشرة مساءً على قناة دريم 2. وعندما تم تقديم تغطية مباشرة للانتخابات بدلا من برنامج بلدنا بالمصري بصورة مؤقتة، قمنا بتحليل هذه التغطية المباشرة.

ومثلما كان عليه الحال في تغطية الانتخابات البرلمانية، وفي تغطية الصحف لكل من الانتخابات البرلمانية وانتخابات الرئاسة، كان جانب التحسن الرئيسي يتعلق بالتنوع الجغرافي في تغطية الانتخابات. وكانت القنوات التي تم تحليلها تقوم بعرض تغطية مباشرة طوال اليوم في أيام الانتخابات من أغلب المحافظات حيث كان المرسلون على الهواء في موقع الحدث يقدمون التقارير والمقابلات الميدانية، بينما يتم تقديم تحليل من قبل الخبراء في الاستوديو. ويجب ملاحظة أن إدراج التلفزيون الرسمي المصري لمحافظات مختلفة في تغطيته يعد خطوة جيدة للأمام، حتى لو كان محتوى التغطية ما يزال بحاجة إلى التحسن. ومع ذلك، وبشكل عام، لم يكن التنوع الجغرافي في التغطية التلفزيونية، على الرغم من تحسنه كثيراً عن ذي قبل، على نفس درجة الجودة التي قدمتها الصحف. وكما يتضح في الرسم البياني أدناه، حظيت القاهرة بالنصيب الأكبر من التغطية، حيث دارت ما يزيد عن ثلثي القصص والمقابلات في القاهرة. ولم تكن الموضوعات التي تتعلق بالتنوع شائعة من حيث المحتوى، حيث حظيت الموضوعات المتعلقة بالسياسة واللوجستيات بما يزيد عن 95% من التغطية، بينما حظيت كل القضايا الأخرى، وتشمل القضايا المتعلقة بالتنوع، بأقل من 5%.



وعلى الرغم من أن نشرات الأخبار قامت بعمل جيد بما لديها من شبكة مراسلين في جميع أنحاء مصر، يجب الاهتمام بصورة أكبر بتدريب هؤلاء على زيادة مستوى المهنية كمراسلين صحفيين. وعلاوة على ذلك، لا يزال محتوى التغطية الإخبارية بحاجة إلى تحسن كبير، وخاصة من حيث التنوع. وبشكل عام، تعتمد الأخبار المذاعة على التلفزيون الرسمي المصري على البروتوكول السياسي أكثر من جودة الأخبار. وإلى جانب ذلك، لم توضح نشرات الأخبار تنوعاً في الأيدولوجيات والمفاهيم حيث كان أغلب الضيوف أو خبراء التحليل الذين ظهروا على الشاشة من رجال الصحافة الذين يعملون في صحف تابعة للدولة. ولم يكن هناك بالكاد أي خبراء أو ضيوف يمثلون "الاتجاهات الثورية" أو الأحزاب والحركات السياسية المختلفة أو الإخوان المسلمين، كما كان من النادر ظهور سيدات أو أقليات دينية كخبراء في نشرات الأخبار المصرية، أما الأقليات العرقية فلم تكد تظهر على الإطلاق.

ويظهر مذبغو الأخبار في الإعلام التابع للدولة بمظهر المدافع عن أي شيء حكومي، فعلى سبيل المثال، في 16 مايو، عندما وجه الكاتب الصحفي سليمان الحكيم نقداً لاستطلاعات الرأي حول انتخابات الرئاسة التي أجرتها مؤسسة الأهرام، قام مذبغو الأخبار على الفور بمقاطعته قائلاً ان مؤسسة الأهرام تتمتع بمكانة عظيمة ومؤكداً على أن رأي الخبير خاص به وحده.

كما أن نفس التحيز نحو المجلس الأعلى للقوات المسلحة والمؤسسة العسكرية والذي كان واضحاً في تغطية الصحف التابعة للدولة كان واضحاً أيضاً في نشرات الأخبار المصرية في التلفزيون التابع للدولة، حيث أظهرت نشرات الأخبار بصورة متكررة نفس الصور النمطية لجنود الجيش الذين يساعدون المصوتين في الوصول إلى مراكز التصويت مع شهادات من مواطنين حول سلاسة عملية التصويت والدور العظيم الذي قام به الجيش في هذه العملية.

وقام البرنامج الحواري (مباشر من مصر) المذاع على التلفزيون المصري باتباع نفس النمط الخاص بتأييد النظام، ولم يكن من غير المعتاد سماع كلمات مدح للمجلس الأعلى للقوات المسلحة والجيش على دوره في إدارة المرحلة الانتقالية بالإضافة إلى دوره في الانتخابات (على سبيل المثال حلقتي 22 و23 مايو)، بينما لم تظهر أبداً أصوات تمثل الجانب الآخر من الحوار. وبشكل عام، فإن أية معارضة في البرامج الحوارية على التلفزيون المصري، إذا وجدت أصلاً، تكون عادة ذات نبرة خفيفة.

ولم يكن التنوع الجغرافي جيداً في برنامج (مباشر من مصر)، حيث تم تخصيص 91.3% من التغطية للقاهرة، و3.3% فقط لمحافظة غير القاهرة أو الإسكندرية. ومن بين الـ22 حلقة التي تم تحليلها والتي قدمت 275 فرداً (في الاستوديو أو عبر الهاتف أو من خلال التقارير)، كانت السيدات أقل من 15% (41 أنثى مقارنة بعدد 234 ذكراً) وأقل من 6% كانت أسماؤهم مسيحية. ولم تتم مناقشة أية موضوعات خاصة بالتنوع في إطار الانتخابات، حيث كانت أكثر من 95% من الموضوعات تتعلق بالسياسة المحلية ولوجستيات الانتخابات.

خضع للتحليل أيضاً برنامج (العاشرة مساءً)، وهو برنامج ذو شعبية تقدمه المذيعة منى الشاذلي على قناة دريم 2 الخاصة. نجح البرنامج بصورة جيدة في تحقيق الموضوعية بالإضافة إلى الإنصاف والتوازن عن طريق تخصيص فترات متساوية للمرشحين، بالإضافة إلى رسوم بيانية وصور توضيحية لجذب المشاهدين بصرياً وتثقيفهم بشأن العملية الانتخابية والمرشحين. وخلال الجولة الثانية للانتخابات، كان البرنامج حريصاً حتى على انتقاء الصور التي عرضت كلا المرشحين بتعبيرات أيدي ووجه متشابهة.

ولكن من حيث تغطية القضايا المتعلقة بالتنوع، لم يركز البرنامج عليها كثيراً، حيث دارت ما يزيد عن 98% من التغطية حول السياسة واللوجستيات. ومن حيث الضيوف، قدم البرنامج من خلال الـ22 حلقة التي حللناها 67 ضيفاً، كان من بينهم أربع سيدات فقط ولم يكن لأي منهم اسم مسيحي

واضح. ومع ذلك، فقد قام البرنامج بمجهود رائع بشأن التنوع الجغرافي، حيث توجهت 92.5% من تغطيته إلى مواقع محلية متنوعة، وركزت 7.5% فقط على القاهرة.

خضع للتحليل أيضاً برنامج (بلدنا بالمصري) وهو برنامج آخر ذو شعبية تقدمه المذيعة ريم ماجد على قناة أون تي في الخاصة. ويعتبر الكثيرون برنامج (بلدنا بالمصري) أحد البرامج التي تأخذ جانب الثورة حيث تبدي مذيعة البرنامج دعمها صراحةً للثورة. وعلى الرغم من نجاح البرنامج في فصل الحقائق عن آراء من ينتمون للبرنامج، قررت ريم ماجد إيقاف البرنامج في 21 مايو لتجنب أي تحيز. ولذلك قمنا بتحليل البرنامج خلال الفترة من 17 مايو إلى 21 مايو، ثم قمنا بتحليل التغطية المباشرة للانتخابات التي قام بتقديمها في نفس الوقت مجموعة من مقدمي البرامج، من بينهم ريم ماجد، بالإضافة إلى يسري فودة وعمرو خفاجي.

كانت حلقات (بلدنا بالمصري) التي قمنا بتحليلها تتسم بمنهج واحد تقريباً حيث يتم تحليل أحد المرشحين للرئاسة من الناحية النفسية من قبل ثلاثة من خبراء علم النفس (اثنين من الذكور وأثنى واحدة). وكان التحليل موحداً ولذلك قدم درجة جيدة من الإنصاف والموازنة. وقد تم توجيه الدعوة إلى كل المرشحين لخوض هذا التحليل وتم استضافة من وافق منهم على الدعوة.

وقد قدم البرنامج 32 ضيفاً في الحلقات التي تم تحليلها، وكان من بينهم ست سيدات وواحد فقط له اسم مسيحي واضح. وعلى الرغم من ذلك فإنه جدير بالذكر أن البرنامج، بشكل عام، يحاول استضافة عينات من الأقليات العرقية المهمشة في مصر وكذلك أشخاص من الطبقات الاجتماعية والاقتصادية الدنيا والأشخاص ذوي الإعاقة.

أما التغطية المباشرة لقناة أون تي في، والتي حللنا منها 16 حلقة بدأت في 23 مايو، فقد قامت بمجهود جيد للغاية لتقديم تغطية مباشرة للانتخابات داخل كل محافظة من محافظات مصر، وكان أقل من 40% من التغطية في القاهرة والإسكندرية. ومع ذلك، لم يكن تنوع نوع الجنس جيداً، حيث ظهرت 13 أنثى فقط من إجمالي 146 شخصاً (أقل من 9%)، وكان لحوالي 5% من الذين تم استضافتهم اسم مسيحي واضح.

وبشكل عام نكرر هنا ما أكدنا عليه في تقرير تغطية الانتخابات البرلمانية بشأن البرامج الحوارية، حيث تقوم هذه البرامج بتقييد نفسها بمجموعة ضيقة من الضيوف المؤلفين لدى معدي ومقدمي البرامج، وبذلك يحرمون الجمهور من فرصة الاستماع إلى مجموعة متنوعة من وجهات النظر.



وليس من غير المعتاد على الإطلاق أن يظهر أحد الضيوف في أحد البرامج الحوارية، ثم في برنامج آخر، ثم يقوم بإجراء مداخلة عبر الهاتف في برنامجين آخرين، كل ذلك في أمسية واحدة. وبالرغم من العدد الكبير من الخبراء والسياسيين والمفكرين في مصر، تظهر نسبة ضئيلة للغاية منهم في تلك البرامج واسعة الانتشار، ويؤدي هذا بالضرورة إلى الحد من التنوع بل ويؤكد على صورة نمطية لما يظهر عليه وما يقوله ضيوف البرامج الحوارية.

## الخاتمة

يقدم هذا التقرير تقييماً علمياً مبسطاً كمياً ونوعياً عن التنوع في التغطية الإعلامية لانتخابات الرئاسة مايو - يونيو 2012 في مصر لكل من وسائل الإعلام المطبوعة والمرئية. ويوضح هذا التقرير أن هناك قدر غير بسيط من التجاهل للقضايا المتعلقة بالتنوع في الإعلام المصري، فلا يزال الإعلام متجاهلاً لمختلف فئات الأقليات والمهمشين.

وبالنسبة لوسائل الإعلام المطبوعة، وعلى الرغم من حجم التغطية الإعلامية المتمثل في 5308 قصة وموضوع تم نشرها في صحف أربع ضمن الإطار الزمني للدراسة، وعلى الرغم من أن المعايير الصحفية كانت معقولة بشكل عام، ركزت القصص في معظمها على السياسة المحلية ولوجستيات انتخابات الرئاسة. في الوقت نفسه، تجاهلت التغطية الصحفية قضايا مهمة أخرى منها كل القضايا المتعلقة بالشمولية والتنوع ذات الصلة بالنساء والأطفال وكبار السن والأقليات الدينية والأقليات العرقية وذوي الإعاقة.

ومثلما كان عليه الحال في تقريرنا الأخير حول تغطية الانتخابات البرلمانية في مصر، كشف التحليل عن تحسن كبير من حيث التنوع الجغرافي لتغطية انتخابات الرئاسة، حيث لم تعد التغطية تركز على القاهرة بشكل مطلق، بل توسعت لتغطي كل محافظات مصر، ومن المشجع ان نرى أن ذلك لم يكن وليد الصدفة، وانما هو اتجاه جديد في الإعلام المصري الحكومي والخاص.

ومع ذلك، أوضح التحليل وجود نقص شديد في تمثيل كل الأقليات في المجتمع، فلم تشكل الإناث سوى 6.5% من إجمالي عدد الأفراد الذين تم إجراء مقابلة معهم وهي نسبة مشابهة للغاية لنسبة الإناث 6.8% التي كشفنا عنها في تقرير الانتخابات البرلمانية. وهذا يعني بشكل أساسي أنه تقريباً لكل 15 ذكراً تم إجراء مقابلة معهم أو تقديمهم في القصص الصحفية، لا يتم تقديم سوى أنثى واحدة

فقط. وقد تحسنت هذه النسبة بشكل طفيف في التغطية التلفزيونية حيث وصل تمثيل السيدات إلى 14.5% ويصل المعدل بذلك إلى أنثى واحدة مقابل كل 7 ذكور.

وكانت أصوات الأقليات الأخرى تكاد تكون غير موجودة في التغطية الصحفية. فلم يتم تحديد سوى 14 شخصاً من أصول عرقية مختلفة مثل البدو أو النوبيين في الـ 20312 فرداً الذين وردوا في القصص. كما كان هناك أيضاً 37 شخصاً فقط تم تحديدهم على أنهم من ذوي الإعاقة، و23 تم تحديدهم على أنهم مغتربين، و70 تم تحديدهم على أنهم من كبار السن في قصص تناقش القضايا المتعلقة بهم، و36 طفلاً. وهذه الأرقام تدق جرس إنذار، وخاصة عند معرفة النسب الفعلية لهذه الفئات في المجتمع المصري.

أما بالنسبة لأخبار التلفزيون والبرامج الحوارية، وفي حين أن بعض القنوات الخاصة تحاول بذل الجهد لتصبح أكثر شمولية وتحقق في هذا نجاحاً بدرجات متفاوتة، فبشكل عام، تمت ملاحظة نقص شديد في تمثيل كل فئات الأقليات في التغطية التلفزيونية لانتخابات الرئاسة. وبالإضافة إلى ذلك، فإن الاختيار المحدود والضيق للضيوف من بين مجموعة صغيرة من "تجوم" البرامج الحوارية يشكل تهديداً خطيراً على تنوع الفكر والتعبير.



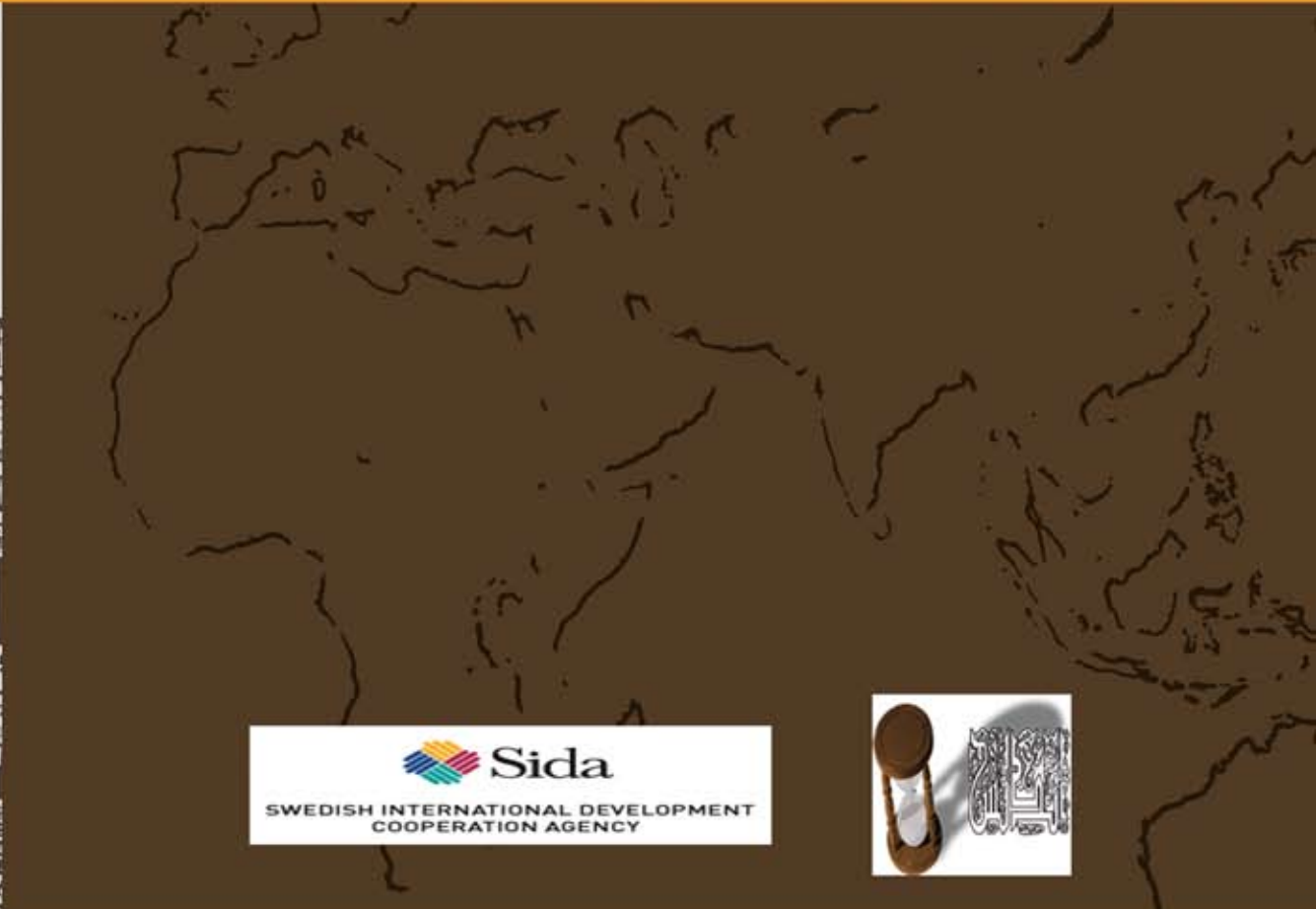
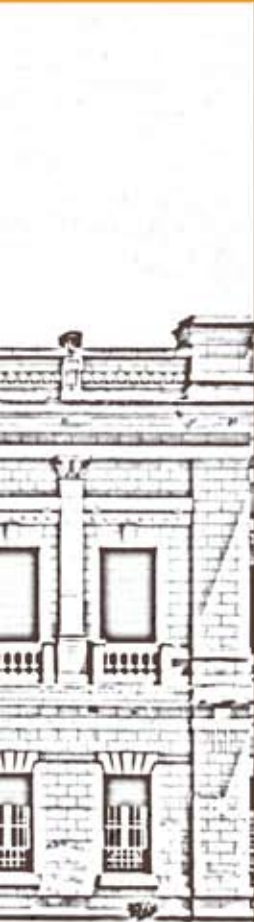
الدكتورة رشا عبد الله هي أستاذ مشارك والرئيس السابق لقسم الصحافة والإعلام في الجامعة الأمريكية بالقاهرة، حاصلة على درجة الدكتوراه في الإعلام (ديسمبر 2003) من جامعة ميامي في ولاية فلوريدا الأمريكية. حاصلة على العديد من جوائز التدريس والبحث العلمي الدولية، آخرها جائزة الجامعة الأمريكية بالقاهرة للتميز في البحوث والإبداع (2011). لها ثلاثة كتب والعديد من المقالات العلمية. اهتماماتها البحثية الرئيسية تشمل الشمولية والتنوع في وسائل الإعلام، والإعلام العام وتطوير أنظمة الإعلام، واستخدام وتأثير وسائل الإعلام الجديدة، ولا سيما الإنترنت،

والعلاقة بين وسائل الاعلام الاجتماعية والنشاط السياسي. ويمكن التواصل معها عبر تويتر على [@RashaAbdulla](https://twitter.com/RashaAbdulla) وعبر البريد الالكتروني على [rasha@aucegypt.edu](mailto:rasha@aucegypt.edu).

### نبذة عن معهد التنوع الإعلامي

يعتبر [معهد التنوع الإعلامي \(MDI\)](#) منظمة دولية مخصصة كلياً للعمل مع وسائل الإعلام بغرض تحسين التقارير المعدة عن قضايا التنوع التي يمكن أن تتسبب في حدوث نزاعات/صراعات على المستوى المحلي أو القومي أو الإقليمي أو الدولي. نحن نُعرّف التنوع على أنه تمييز على أساس العنصر، العرق، الدين، الجنسية، السن، الدخل، نوع الجنس وأي عوامل أخرى تجعل الأفراد أو الفئات مختلفة عن بعضها البعض ولكن يساوي كل منهم الآخر. على مدى الـ14 سنة الماضية، عمل المعهد في أوروبا، دول الاتحاد السوفيتي السابق، جنوب الصحراء الكبرى، الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وجنوب آسيا. يُشجّع المعهد على الصحافة الموثوق بها باعتبارها وسيلة لتحسين العلاقات بين المجتمعات وزيادة التسامح وتشجيع الحوار بين الأفراد والجماعات القادمة من مختلف الخلفيات. نحن نعمل مع طلاب كليات الصحافة، صنّاع القرار في وسائل الإعلام والصحفيين فضلاً عن منظمات المجتمع المدني المتخصصة في قضايا التنوع. ونشجع أيضاً على الصحافة الموثوق بها مع التركيز بشكل خاص على الإنصاف والدقة والإثارة والشمولية.

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.  
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.  
This page will not be added after purchasing Win2PDF.



 **Sida**  
SWEDISH INTERNATIONAL DEVELOPMENT  
COOPERATION AGENCY

