

اتجاهات الإعلاميين نحو إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري

د/ نرمين زكريا خضر(*)

مقدمة:

حدثت تحولات في المشهد الإعلامي بمصر منذ ثورة يناير 2011 ، واقتترنت تلك التحولات بممارسات إعلامية ودعائية تتخذ طابع الاستمرارية والتكثيف، وعلى الرغم من أن الموضوعية تقتضي التأكيد على أن بعض هذه الممارسات يتصف بالمسئولية، إلا أن البعض الآخر أقرب إلى الفوضى منه إلى النظام، وهناك ممارسات إعلامية تجسد تناقضات في أجواء والتوجهات، الأمر الذي تعكسه بوضوح وسائل الإعلام الذي يعبر عن القوى السياسية ذات التوجهات المتناقضة، كما يعكسه الإعلام المتحزب الذي يمنح لنفسه حق مصادرة الحقائق وإطلاق الأحكام وتخوين الأفراد والمجتمعات وإعلان النتائج... وعلى الرغم من وجود منابر إعلامية دينية تدعو إلى الدين بالتي هي أحسن، إلا أن هناك منابر إعلامية اتخذت من الدين وسيلة لتبرير مواقفها وتسفيه مواقف الآخر أو تكفيره مستغلة توفر رأس المال الضخم والظروف الاقتصادية الصعبة التي تمر بها مصر. هذه النماذج من الممارسات الإعلامية ذات الطابع الفوضوي والمتناقض كثيراً ما تظهر في ممارسات وسائل الإعلام الخاصة والحزبية. أما " الإعلام الرسمي " وهو الإعلام الحكومي، فقد أصبح مكبلاً بصعوبات اقتصادية وبيروقراطية إدارية وتضخم في قوة العمل التي يفقد معظمها إلى المهارة والحرفية، فكانت النتيجة أن طغى المنتج الإعلامي السطحي أو المبتذل حتى وإن كانت هناك بعض الممارسات الجيدة.

في وسط هذه الفوضى ، ومع إجراء الانتخابات الرئاسية والتشريعية، وفي السنة التي حكم فيها حزب الحرية والعدالة، تم إقرار الدستور عام 2012 والذي تضمنت مواده نصوصاً واضحة لإعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري، غير أنه سرعان ما قامت ثورة 30 يونيو في العام التالي (2013)، ووضعت خارطة طريق باتجاه الإصلاح السياسي الذي من أهم دعائمه إقرار دستور جديد، وتضمن هذا الدستور أيضاً نصوصاً واضحة تتعلق بمنظومة الإعلام في مصر، وشاركت أطراف إعلامية في صياغة هذا الدستور، خاصة نقابة الصحفيين وممثلي وسائل الإعلام الحكومية والخاصة، وقد نص الدستور على تنظيم الإعلام المصري لضمان حريته واستقلالته

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

عن الحكومة، وذلك في المواد أرقام (211)، (212)، (213)، حيث يركز هذا التنظيم على ثلاث جهات هي : المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، الهيئة الوطنية للصحافة، الهيئة الوطنية للإعلام. وتنفيذاً لمواد الدستور قامت الحكومة بتشكيل "اللجنة الوطنية للصحافة والإعلام" لصياغة التشريعات الإعلامية بناء على أحكام الدستور، إلى أن تم إقرار الدستور من البرلمان. وعبرت نقابة الصحفيين وغيرها من مؤسسات المجتمع المدني عن رضائها عن الدستور خاصة وأنه أقر حرية وسائل الإعلام واستقلالها، وألغى العقوبات السالبة للحرية في جرائم النشر، وأتاح حرية امتلاك الصحف، ونص في مواده على ما يحفظ استقلال المؤسسات الإعلامية وحريتها، كما نص الدستور على إنشاء الصحف بالإخطار، ويمنع حظرها، ويضع ممارساتها في سياق "الحرية المسؤولة"

مشكلة الدراسة:

إذا كان الدستور يتيح مناخ الحرية، ويتفق مع مبادئ الديمقراطية، ويضمن استقلالية الإعلام، ويتفق مع القوانين والمواثيق الدولية المعنية بحرية الإعلام، فإن هناك تساؤلات عن اتجاهات الإعلاميين المصريين بشأن إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري حسب دستور 2014،،، فأمام الفوضى المتعمدة أحياناً والجاهلة أحياناً أخرى،،، هل يرى الإعلاميون المصريون أن إعادة تنظيم الإعلام تضبط حالة الفوضى الإعلامية التي تعيشها مصر وتعاني منها؟ وما اتجاهات الإعلاميين بشأن ما إذا كانت إعادة هيكلة الإعلام تجسد الحرية المسؤولة للإعلام، وترسخ الضوابط المهنية للممارسة الإعلامية وتلبي طموحات الإعلاميين المصريين وتوصل باتجاه الاحتراف المهني والالتزام الأخلاقي؟ هل يرى الإعلاميون أن إعادة هيكلة الإعلام المصري تضمن حرية الإعلام وحقوق الإعلاميين وتطهر منظومة الإعلام من المحتكرين والفوضويين وأصحاب المصالح؟ هذه التساؤلات تجسد مشكلة الدراسة الحالية ممثلة في اتجاهات الإعلاميين نحو إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري. وترتكز هذه المشكلة البحثية على حقيقة وجود تغيرات متعددة الجوانب عميقة الأبعاد طرأت على المشهد الإعلامي في مصر منذ ثورة 25 يناير ثم ثورة 30 يونيو وتداعياتها، وقد انعكس ذلك على بيئة العمل الإعلامي سواء كانت البيئة المجتمعية في أبعادها المختلفة، أو كانت البيئة الداخلية ممثلة في وسائل الإعلام ذاتها، وبالتفاعل مع معطيات البيئة المجتمعية وبيئة العمل، ظهرت التحديات والفرص في خضم الأحداث التي كان الإعلاميون في بورتها تأثيراً وتأثراً خاصة أثناء ثورة 30 يونيو وما بعدها حين تم إقرار الدستور عام 2014 والذي تضمن مواداً لإعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري. ومع الوجود الفاعل للإعلاميين من مختلف التوجهات

والمجالات، فإنه يصبح من الضروري تقصى اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري وما يتصل بذلك من خصائص بيئة العمل بما فيها من فرص وتحديات قائمة تنعكس على المناخ العام للممارسات الإعلامية.

الدراسات السابقة:

منذ ثورة يناير وما أعقبها من ثورة يونيو اهتمت الأوساط المهنية والأكاديمية بمنظومة الإعلام في مصر، لكن التيار العام لهذا الاهتمام كان ينصب على كيفية التطوير، وليس على موقف الإعلاميين من هذا التطوير، كما تجسد هذا الاهتمام في أوراق عمل تطرح رؤى وتصورات من أجل التطوير، ولم نعثر على بحوث أكاديمية تتناول اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو تطوير الإعلام بما في ذلك اتجاهاتهم نحو إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري. لكن قواعد البيانات والمكتبات المتخصصة تتضمن دراسات أكاديمية ذات قيمة عالية عن تنظيم الإعلام، وقد تم اختيار أهم تلك الدراسات وأشدّها دلالة لموضوع البحث الحالي سواء كانت تلك الدراسات أجريت داخل مصر أو خارج مصر، وتم تقسيم الدراسات السابقة تحت أربعة محاور أساسية:

1-محور العلاقة بين التحول الديمقراطي وإعادة تنظيم وسائل الإعلام .

2-محور إعلام الخدمة العامة

3-محور دراسات مرتبطة بعملية الإصلاح الإعلامي وإعادة الهيكلة.

4-محور دراسات مرتبطة بتنظيم وسائل الإعلام في تجارب دولية مختلفة .

وفيما يلي عرض للدراسات التي تندرج تحت كل محور من تلك المحاور في حدود ما يخدم موضوع الدراسة الحالية

المحور الأول: العلاقة بين التحول الديمقراطي وإعادة تنظيم وسائل الإعلام :

أوضحت دراسة بسيوني حمادة(2013)(1) أن حرية التعبير وديمقراطية الإعلام تنعكس على كافة الأصعدة الأخرى سياسيا وثقافيا واجتماعيا فهناك علاقة ديمقراطية النظام الإعلامي وديمقراطية النظام السياسي. كما اهتمت دراسة صابر حارص (2013)(2) باستشراف السيناريوهات المحتملة لمستقبل الصحافة والصحفيين في مصر بعد ثورة 25 يناير 2011، واعتمدت في ذلك على مسح أطروحات ورؤى وأفكار ومواقف أربابها صحفيون ونخب صحفية ومنظمات حقوقية وخبراء وأكاديميون إعلاميون عبر صحف مصرية وأجنبية وندوات ومؤتمرات ومواقع إلكترونية، وكشفت الدراسة عن وجود مسارين لهذه السيناريوهات تربطهما علاقة وثيقة:مسار المرحلة الانتقالية التي بدأ- بتولي المجلس العسكري إدارة شؤون

البلاد في الحادي عشر من فبراير 2011 وتستمر حتى الانتهاء من الانتخابات البرلمانية والرئاسية وتشكيل جمعية لتأسيس الدستور، ومسار بعيد المدى يتلو المرحلة الانتقالية ويشهد تأسيس جمهورية جديدة وصحافة جديدة بدستور وقوانين ديموقراطية. وأشارت دراسة على بلال (2013) (3) إلى أن عملية التحول الديموقراطي تنبئ بارتفاع سقف الحريات وظهور العديد من الشخصيات العامة وتعدد القضايا التي يشملها الفضاء العام، وهناك مؤشرات تبرز ارتفاع مستوى أجواء والنقاش السياسي، ومع ذلك هناك تحديات أمام التحول الديموقراطي رغم أن مكونات الإصلاح قائمة كالمؤسسات والممارسين، والسوابق التاريخية الخاصة بمصر، والمواقف العالمية التي يمكن اتخاذها دليلاً ومرشداً، والأهم هو وجود الإرادة الحقيقية للتحول الديموقراطي.

وتوصلت دراسة Ruper, Verica & Pesic, Milicia (2013) (4) إلى أنه كلما كانت تغطية وسائل الإعلام عادلة ودقيقة كان المجتمع أكثر قدرة على تحقيق الديمقراطية، لذلك فالإعلام الحر والنزيه هو الضمانة للوصول إلى مستقبل أكثر ديموقراطية، فعملية إصلاح نظام الإعلام في دول شهدت فترات طويلة من الصراع أو غياب الديمقراطية مثل مصر، يتطلب إعلام نزيه ودقيق، وهذا لن يتحقق دون إصلاح وإعادة هيكلة قطاع الصحافة والإعلام، فالصحافة هي أداة تحفيز للرأي العام والمجتمع المدني، وهو ما يتطلب تطوير طرق وأساليب التعليم والتدريب الصحفي لتكون أكثر استجابة لهذه المتطلبات.

وأوضحت دراسة Phelan, Sean (2012) (5) أن مفهوم ديموقراطية الإعلام يرتبط بمدى وجود نظام ليبرالي سياسي يتقبل الأقليات ويتفهم اختلاق الثقافات، بحيث يكون الإعلام معبر عن كل الطوائف دون إقصاء، كما تشير الدراسة إلى أهمية وجود أجهزة مستقلة عن الحكومة لإدارة وتنظيم الإعلام بعيدة عن التحيزات السياسية تتسم بالمهنية تضع اطر قانونية وأخلاقية لمزاولة المهنة.

ورصدت دراسة Coman, Mihai (2011) (6) وجود نقص في البناء النظري الخاص بدراسة التحول الديموقراطي وبالعمليات الاجتماعية والسياسية والرأسمالية، بما في ذلك التحول الإعلامي في مرحلة ما بعد الشمولية الذي يقف على نموذجين هما: النموذج المعياري القائم على الاستنساخ أو التقليد للأنظمة الغربية، حيث يعنى التحول الإعلامي هنا الاسترشاد الكامل لأنظمة الإعلام الغربي، بدءاً من الاستعانة بالمبادئ الدستورية، مروراً بالاستراتيجيات والبرامج التنفيذية. ونموذج التدرج الكلي الوظيفي الذي يركز على فكرة السعي للوصول بالمجتمع كله إلى حالة التوازن

العام الذي أحدثته الثورة ، وقد ظهرت هذه الأطر النظرية مترابطة مع مجموعة من البرامج التنموية التي صممت لتحقيق إعلام ديمقراطي.

بينما تناولت دراسة ناعومي صقر Naomi Sakr (2011) (7) العلاقة بين التحول الديمقراطي لوسائل الإعلام المصرية المملوكة للدولة والجهود التي يتم بذلها للتحول الديمقراطي في المجالات القانونية والسياسية وأوضحت أن ديمقراطية وسائل الإعلام لا تناقش بمعزل عما حولها ، فوسائل الإعلام تحتاج إلى التفاعل مع جوانب الإصلاح في الكثير من المجالات الأخرى، سواء أكانت سياسية او اجتماعية او اقتصادية .

وناقشت دراسة Lukosiunas, Marius (2011) (8) مؤشرات اليونسكو لتطوير وسائل الإعلام وتنميتها التي تمثلت في خمس فئات تضمنت (نظام التشريعات الذي يضمن حرية التعبير والتعددية الإعلامية وتنوع وسائل الإعلام-تنوع وتعدد وسائل الإعلام وشفافية الملكية الإعلامية-وسائل الإعلام كمنتدى للديمقراطية-بناء المهارات المهنية والمؤسسات المعاونة لدعم التعدد والتنوع الإعلامي-كفاءة وكفاءة البنية التحتية الإعلامية الداعمة للإعلام المستقل والمتعدد) كما أشارت الدراسة إلى المؤشرات الخاصة بالإطار القانوني وإطار السياسة الإعلامية وهي(ضمان حرية وسائل الإعلام في الإطار القانوني السائد في المجتمع وفي الممارسة الإعلامية-الحق في الحصول على المعلومات يضمنه القانون وتعززه الممارسة-استقلال السياسة التحريرية-ضمان حق الصحفيين لحماية مصادرهم على المستوى القانوني والواقعي- مشاركة مؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات العامة في صياغة السياسة الإعلامية في المجتمع.

وأكدت دراسة McCann, Kim (2009) (9) انه وفقا لنموذج الإعلام الديمقراطي تفوق وسائل الإعلام الجديد على وسائل الإعلام التقليدي من حيث تشجيع الجمهور المستهدف على المشاركة السياسية والانغماس في الشأن العام ، وجاء في المرتبة الثانية القنوات الفضائية والخدمات إعلام المدفوعة ، ثم الصحف المطبوعة . وترصد دراسة Rittenberg, Jason., Tewksbury, David. and Casey, Shanna (2009) (10) زيادة لجوء الجمهور للخدمات إعلام المدفوعة في أمريكا نتيجة لمصداقية هذه الوسائل وبعدها عن تزييف الحقائق ، كما توضح الدراسة ان التنوع الإعلامي عبر الانترنت يعمق من مفهوم الديمقراطية الالكترونية ويزيد من الوعي السياسي لدى الناخب ، حيث ظهر ذلك في انتخابات اوباما 2008 ، حيث تصدر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أولويات الجمهور. وأظهرت دراسة McCann, Kim (2008) (11) من خلال نموذج علمي للتنوع الإعلامي أهمية أخذ البعد الثقافي في الاعتبار أثناء صياغة الرسائل والمحتويات الإعلامية ، فمن

أسس ديمقراطية الإعلام كونه يناقش كل الثقافات ومختلف التوجهات وهذا لا يعنى بالضرورة إقصاء الهوية الثقافية للبلدان المختلفة أو اختراق الخصوصية ولكن يعتبر نوع من التلاقي والاحتواء الثقافي. وقدمت دراسة **McCann, Kim (2007) (12)** نموذجا لإدارة التنوع الإعلامي في المناخ الديمقراطي وتركز على البعد الأخلاقي في ممارسات الإعلام ، وتؤكد نتائج الدراسة (وفقا لمسح عينة غير احتمالية من الإعلاميين بأمريكا بالمقابلة المتعمقة) ان الاهتمام بالدقة الخبرية اهم من السابق الخبرى ، والموضوعية والحيادية من اهم سمات الإعلامي في ظل تطبيقات التنوع الإعلامي، ويرى الممارسين ان التنوع الإعلامي مفهوم مرتبط بمخاطبة كل فئات المجتمع الامريكي ولاسيما الاهتمام بإعلام الاقليات.

المحور الثاني: محور إعلام الخدمة العامة

تناولت دراسة **Sarikakis, Katharine. and Rodriguez-Amat, Joan Ramon (2014) (13)** تغيير وضع وحالة وسائل إعلام الخدمة العامة باوروبا وقت الأزمات اذ ان بعض الأخبار عن اى أزمة مرت إما لا يتم الإبلاغ عنها أو إعطاء اهتمام هامشي لها من قبل المذيعين بهيئة الإذاعة والتلفزيون الاوروى مثل الإضرابات والمظاهرات، و تفكيك النظم الصحية الوطنية التي كانت واحدة من الاستثناءات السابقة للخدمة العامة التي تغطي جميع هذه الأزمات إلى ان تم إغلاق ERT عقب 11 يونيو 2013 بموجب مرسوم حكومي وتعمل منذ ذلك التاريخ تحت نوع من الاحتلال في وضع الحكم الذاتي مع 500 موظف في أثينا والموظفين السابقين في ERT إذ وصف لفترة وجيزة محتوى وسائل الإعلام بانه احادى الجانب متمثلا في فكرة الصمت عن السياسة العامة والمقاومة الاجتماعية واللذان كانتا نتيجة المشهد الإعلامي الذي تغير بشكل كبير في اليونان في سياق الأزمة كما اهتمت هذه الدراسة بسيطرة وسائل الإعلام والمساحات الاتصالية في سياق الأزمات في أوروبا وعلى وجه الخصوص مصير وسائل إعلام الخدمة العامة في أوقات الأزمات.

بينما اهتمت دراسة **Hultén, Gunilla (2014) (14)** بتحليل وتحديد التنوع الثقافي في أكبر شركات الخدمات العامة في السويد، (التلفزيون السويدي (SVT) والإذاعة السويدية (SR) من خلال تحليل سياسات التنوع الثقافي وكيفية تفسيرها اومدى ممارستها على المستوى الإداري في الشركتين. وتعتمد الدراسة على وثائق السياسات ومقابلات مع ثمانية من المديرين المسؤولين عن صياغة و تنفيذ سياسات وخطط التنوع بالشركات ، وتحليل المقابلات يشير إلى اختلافات بين مبادئ وممارسات سياسات التنوع الثقافي وملاحظة تركيز الشركات على تحقيق التنوع في غرف الأخبار من خلال تجنيد الصحفيين من ذوي الخلفيات المهاجرة.

وأظهرت دراسة Hong, Yu (2014) (15) ان إصلاح النظام الثقافي أصبح جزءا أساسيا من الإصلاح الصيني الثابت في القرن الـ 21 والذي ازداد بعد عام 2008 بشكل ملحوظ و يهدف إلى بناء اقتصاد السوق الثقافية ، وإصلاح وتحويل غالبية المؤسسات الثقافية المملوكة للدولة ، مع تعزيز الالتزام بالخدمات العامة كتمويل الدولة في مناطق مختارة. واهتمت الدراسة لماذا وكيف الدولة (الصين) تحرص على إعادة تنظيم القطاعين العام والخاص ، وخاصة قطاعين الإعلام الرائد (السينما والبريد التلفزيوني).

أما دراسة Plaisance, Patrick (2013) (16) اهتمت بتحليل العلاقة بين المهنية والخدمة العامة من خلال إجراء مقابلات شخصية مع 24 من النماذج المختارة من الصحافة الأمريكية وإعلام الخدمة العامة عن طريق تصميم بروتوكول مقابلة "قصة حياة" ، وأوضحت الدراسة أن هناك صلة قوية بين المهنية والخدمة العامة التي تعد قوة دافعة وراء العمل المتميز في وسائل الإعلام.

واهتمت دراسة Smith, Elizabeth (2013) (17) ببحث تحويل الإعلام المملوك للدولة إلى إعلام ديمقراطي في مصر ووضع خارطة طريق لتحويل الإعلام الرسمي إلى خدمة بث عامة وذلك من خلال تعريف إطار تنظيمي جديد للبث الإذاعي ، وتحديد أهداف محتوى الخدمة العامة للبث ، وإنشاء التنظيم الذي من شأنه الوصول لأهداف الخدمة العامة ، وتحديد مصادر الدخل لمحتوى الخدمة العامة للبث (PSB) ، وقد أجرت الباحثة عدداً من المقابلات مع قادة الرأي في مصر اتفقت على أهمية إنشاء خدمة بث عامة واحدة وكاملة ، ولذلك يقترح أن تكون هذه الخدمة جديدة ومنفصلة عما هو قائم تفاديا للصور النمطية السينة المرتبطة بالنظام الإذاعي المملوك للدولة .

أوضحت دراسة Jain, Savyasaachi (2013) (18) ان العلاقة عضوية بين الديمقراطية ووسائل الإعلام العامة ، ولا يمكن ان تتواجد وسائل الإعلام العامة إلا في ظل توافر عدد من العوامل أهمها الإرادة السياسية ، وان وسائل الإعلام العامة قادرة على الترويج لقيم المواطنة ولديها أجندة عن العدالة والسلام والاستقرار وحماية البيئة والمساهمة في التقدم الاجتماعي، فضلا عن أنها تعامل المشاهد كمواطن وليس كمستهلك يحركها المضمون الذي تقدمه للمشاهد وليس ما تستطيع أن تأخذه منه، وترى الدراسة أن تأسيس وسائل الإعلام العامة ضرورة لمصر لأن الواقع يتطلب أن يشعر الجمهور بالتغيير السياسي والاجتماعي والمشاركة والانتماء والشفافية والملكية والتحول من الخطاب الأحادي إلى خطابات متنوعة. واتفقت نتائج هذه

الدراسة مع دراسة رامي على(2013) (19) حول تحويل البث الحكومي إلى بث لخدمة المواطن والمجتمع.

وتناولت دراسة Barnett, Steven (2011) (20) ما يجب توافره في خدمات البث العام أو خدمات الصالح العام بأن تكون خدمات طويلة المدى وأن تكون ذات مرجعية وخلفية مجتمعية وأن تمتلك القدرة على مقاومة المنافسين التجاريين الذين قد يسعون إلى تهميش وتقليل اثر مثل هذه الخدمة وأن تمتلك روح الثبات والمقاومة للقوى السياسية التي قد تسعى للتقليل من شأن هذه الجهود لأي سبب من الأسباب ولتحقيق ذلك يجب أن تأخذ بيئة بث الخدمة العامة الناجحة في الاعتبار أهم ثلاثة جماعات من أصحاب (لضمان مستوى ثقتهم) ، ومنتجو المضامين الإعلامية(الفرص والحماية)، وأيضا مجموعات النخب(الاحترام والطمأنينة).

بينما دراسة Horsti, Karina. and Hultén, Gunilla (2009) (21) ركزت على تقييم ادارة وتنفيذ التنوع بشركات بث الخدمة العامة الفنلندية والسويدية بالتطبيق على شركتي خدمة البث العامة بالشمال هما- YLE في فنلندا و SVT في السويد فكل من الشركتين لديها سياسات تتعلق بالتنوع العرقي والثقافي،فضلا عن تقليص عدد موظفيها في السنوات الأخيرة.سياسات التنوع ومختلف المبادرات الرامية إلى تعزيز التنوع، وخاصة في خدمة البث العام، تم تطويرها في أوروبا منذ العشرين، وأصبح هناك مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات لزيادة تمثيل الأقليات وتوظيف الصحفيين الذين ينتمون إلى أقليات في وسائل الإعلام الرئيسية في الالفية الثالثة. التعاون الأوروبي، لا سيما من خلال اتحاد الإذاعات الأوروبية و / أو مالية الاتحاد الأوروبي، على حد سواء أخذ الإلهام والأفكار من الخبرات الوطنية ونشر الممارسات الجيدة ، والتي تعد مظهر من مظاهر التعددية الثقافية المدارة، والتي أصبحت بشكل واضح جزءا أكثر تكاملا ومهني لسياسة وسائل الإعلام الأوروبية والممارسة، وقد واهتمت دراسة Park, Namsu (2007) (22) المصلحة وهم المواطنون بالوضع الحالي لسياسة البث الكورية KBS وتوصيات الأطر التنظيمية الجديدة للإذاعة العامة الكورية في عصر البث الرقمي الجديد ، كما ركزت هذه الدراسة على شرعية خدمة البث العامة في عصر الإعلام الجديد وخاصة فيما يتعلق بمسألة ما إذا كان البث العام يجب أن يستمر وكيفية حمايته والذي يعد صلب مناقشات السياسة الإعلامية الحالية في كوريا مع التركيز على بعض الأمثلة لأنظمة الإذاعة العامة في البلدان الأوروبية ، وأكدت الدراسة أن بيئة البث أصبحت أكثر قدرة على المنافسة بشكل كبير من أي وقت مضى مع زيادة عدد القنوات التي

يوفرها التلفزيون الرقمي، يمكن أن يكون من الصعب على خدمة البث العامة من أجل البقاء بين أنظمة الوسائط التي يتم تسويقها في العديد من البلدان في جميع أنحاء العالم.

المحور الثالث: دراسات مرتبطة بعملية الإصلاح الإعلامي وإعادة الهيكلة

تناولت دراسة Reilly, Katherine (2014) (23) إصلاح الإعلام في بعض بلدان أمريكا اللاتينية. حيث تركز في المقام الأول على حسابات هذه العمليات على المستوى الوطني، وخصوصا مكان وسائل الإعلام في إعادة التفاوض على التوافق الاجتماعي بين الدولة ورأس المال والمجتمع. في محاولة لتحريك مناقشة إصلاح وسائل الإعلام أكثر في اتجاه اهتمامات الاقتصاد السياسي الدولي، بالتطبيق على البرازيل وفنزويلا.

وأكدت دراسة بسيوني حمادة (2013) (24) أن فساد الإعلام بخلاف فساد غيره من قطاعات أو أنظمة المجتمع يرتبط باختلال المعايير في المجتمع ، فالإعلام الفاسد يقلب الحقائق، ويشوه الواقع ويزيف الوعي ، ويضلل الرأي العام، ويشيع روح اليأس، ويدعم الاستبداد، ويقاوم النزاهة والاستقلال والشفافية ويقلب المعايير رأسا على عقب ، حتى يصل المواطن إلى قرارات غير رشيدة ، أساسها معلومات مغلوطة تفتقر إلى التوازن في العرض والدقة في التناول والموضوعية في الطرح.

أوضحت دراسة أماني فهمي (2013) (25) أن هناك ثلاثة أبعاد لحرية واستقلال الإعلام هي القانونية والسياسية والاقتصادية تؤثر في تعزيز التحولات الديمقراطية الناجحة وتساعد في الحفاظ عليها ولكنها تختلف باختلاف الزمان و المكان وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات الخاصة بإصلاح النظام الإعلامي منها: سن وتنفيذ القوانين التي تضمن الوصول إلى المعلومات الدقيقة، إصلاح القوانين الحكومية التي تدعم سرية المعلومات، سن وتنفيذ ميثاق الشرف الخاصة بالإعلاميين، سن قانون لمحاربة الفساد في وسائل الإعلام ، وضع القوانين التي تمكن الإعلاميين من تشكيل المؤسسات الإعلامية والمشاركة فيها، إلغاء الرقابة على وسائل الإعلام ، تعزيز الديمقراطية من خلال خلق وسائل إعلام ذات شكل خاص وتدريب الإعلاميين على إدارة وسائل الإعلام والإنتاج الإعلامي. وأشارت دراسة محرز غالي (2013) (26) إلى أن تطوير صناعة الصحافة في مصر خلال العقد القادم يستلزم ضرورة إعادة النظر في أنماط ملكيتها السائدة خاصة نمط الملكية القومية، والتوجه نحو الأخذ بأحد الصيغ الجديدة، سواء شكل الشركات المساهمة المفتوحة التي تطرح أسهمها في البورصة ، أو نمط ملكية العاملين، أو حتى نمط الشركات القابضة ، باعتبار أن التحرر من النمط التقليدي السائد ، سوف يستتبعه بالضرورة التحرر من سيطرة الدولة على السياسات التحريرية للصحف ، وإيجاد

مالك بديل من مصلحته ممارسة دوره في الرقابة على أجواء الجانب الاقتصادي والإداري لهذه المؤسسات، ولضمان قدرتها على المنافسة والاستمرار.

وأظهرت دراسة Buckley, Steve (2013) (27) أن هناك توافق عالمي حول ما ينبغي أن يكون عليه الإعلام المستقل والتعددي ، حيث يقوم هذا التوافق على وجود ضمانات دستورية وقانونية لحماية حرية التعبير وحرية الإعلام، وكيانات تنظيمية مستقلة لمنح وتنظيم الرخص والترددات الإذاعية، ونظام إعلامي يقوم على ثلاثة أشكال: الشكل الأول هو إعادة بناء النظام الإعلامي الحكومي الخاضع للضبط والسيطرة الحكومية إلى نظام الخدمة العامة المؤسس على سياسة تحريرية مستقلة، والشكل الثاني هو الإذاعة التجارية الخاصة ذات الطابع التنافسي الذي يحول دون التركيز في الملكية والاحتكار الإعلامي، والشكل الثالث الإذاعة المجتمعية التي ينشئها المجتمع المدني، وهو نمط إذاعي غير هادف للربح بخلاف الإعلام التجاري. وأكدت الدراسة أنه ليست هناك تجارب متماثلة ، فالتحول الديمقراطي والإعلامي مرتبط بالثقافة والبيئة المحلية، كما أن القانون والسياسات والتشريعات قد لا تكون العامل الحاسم في التحول الإعلامي، ذلك أن الاستراتيجيات التي لا تتطلب تعديلات قانونية جوهرية قد تكون مدخلا مناسباً للتحول الإعلامي الديمقراطي، كما يمثل تتابع خطوات عاملاً مهماً في التحول الإعلامي ، ولكن هذا التتابع لا يرتبط فقط بخطوات التحول الرسمية ، والتي تبدأ بتعديلات أو إصلاحات دستورية يتبعها تشريعات وقوانين يعقبها هيئات وسلطات حاكمة تشرف على إصدار الرخص وما شابه، ولكن هذا التتابع والتحول الديمقراطي قد يرتبط بفراغ قانوني أو إجراءات سياسية ، وأخيراً فإن محاولات الإصلاح الإعلامي لا تنجح في غياب دعم سياسي ورغبة حقيقية في التحول الديمقراطي.

وأشارت دراسة Klinger, Ulrike (2011) (28) إلى أن قوة وسائل الإعلام وتأثيرها على العمليات الديمقراطية تفترض على نطاق واسع أن هيمنة المؤسسات الإعلامية تخلق مساومة كبيرة و قوة رفض في صنع السياسات ، وخاصة عندما يركز الإصلاح على تنظيم وسائل الإعلام وحللت الدراسة أربعة إصلاحات لوسائل الإعلام بايطاليا والمكسيك حيث أنتجت برلمانات الدولتين بالفعل تنظيم للإعلام مثير للجدل وحولت مصالح الشركات مباشرة لقانون الإعلام. ويمكن القول أنه على الرغم من التأثير المباشر لوسائل الإعلام على صنع القرار السياسي إلا أن هذا التأثير محدودا بسبب لاعبي الفيتو السياسي .

وأكدت دراسة Steyn, Elanie and, Steyn, Derik (2009) (29) على أهمية أجواء الاستراتيجية باعتباره عنصر هام للكفاءة الإدارية في غرف الأخبار بوسائل

الإعلام الرئيسية في جنوب إفريقيا لمواءمة المؤسسات الإعلامية مع التغييرات البيئية: من خلال تسليط الضوء على الفروق حول أهمية وتنفيذ هذه الكفاءة، في ظل تحول إدارة وسائل الإعلام في مجتمع ما بعد الفصل العنصري. وأكدت النتائج على الحاجة إلى تحسين مهارات العمل الاستراتيجية لدى الخط الأول من مديري الأخبار "المواءمة أجواء للمؤسسات الإعلامية مع التغيير المجتمعي بجنوب إفريقيا.

أما دراسة Chung, Jae Eun (2008)(30) ركزت على إصلاح النظم الإعلامية وإعادة هيكلة وسائل الإعلام بتايوان وكوريا الجنوبية في تسعينيات القرن العشرين- كدولتين آسيويتين متجاورتين- وذلك بإعادة تشكيل الهياكل التنظيمية لوسائل إعلامهما للتكيف مع التطورات التكنولوجية الحديثة والظروف السياسية والاجتماعية وتبنت الدولتان اتجاه الإصلاح والليبرالية الوسطية والاعتماد على اقتصاد السوق الحرة الغربي في صناعة الإعلام والسماح لبدء تشغيل خدمة التلفزيون الكابلي ، وبالرغم من وجود عددا من أوجه التشابه في عملية إصلاح منظومة الإعلام ووسائل الإعلام الخاصة بالدولتين إلا أن استخدام "رفع القيود عن وسائل الإعلام" غير كافي لتحديد الاختلافات في العملية التنظيمية، وهيكل السوق وأداء صناعات البث الكابلي واستخدمت هذه الدراسة مدخل الاقتصاد السياسي للتحقق من العوامل التي ساهمت في نتائج وأنماط مختلفة للسياسة الإعلامية بالبلدين وتعزى هذه الاختلافات إلى مختلف البيئات التنظيمية والسياسية والاقتصادية التي ظهرت بموجبها خدمات التلفزيون الكابلي في البلدين وخلصت الدراسة إلى أن تايوان وكوريا الجنوبية استجابت بشكل مختلف لإعادة هيكلة وإصلاح النظام الإعلامي تحت مسمى "رفع القيود" في تايوان ، و"إعادة التنظيم في كوريا الجنوبية.

بينما تناولت دراسة Rohlinger, Deana (2005)(31) تحليل دور المنافسين أو الجهات التي نشاركها الرأي، في نتائج التغطية الإعلامية لأربع منظمات للحركة الاجتماعية التي تهتم بالإجهاض في الفترة من 1980 إلى 2000 من خلال إجراء مقابلات مع النشطاء والصحفيين، وتحليل محتوى وسائل الإعلام 1424 قصة إخبارية، وأظهرت نتائج التحليل أن المنافسين لا تقل أهميتهم عن المعارضين ، وأن لوسائل الإعلام استراتيجية في تحديد الفرص ونتائج التغطية.

أما دراسة Mai, Li-Chuan Evelyn (2005)(32) توصلت إلى أن ثقافة المؤسسات الإعلامية هي واحدة من أهم العوامل التي تؤثر على نجاح عمليات الدمج وتطوير مجموعة متوسطة متنوعة من وسائل الإعلام التي تؤخذ بعين الاعتبار من قبل المستثمرين. ، ولذا اهتمت الدراسة بالتوصل إلى دليل لثقافة وسائل الإعلام التايوانية باستخدام الأساليب الكمية والنوعية لإنشاء النموذج الثقافي لوسائل الإعلام.

تم إجراء مقابلات مع فرق الإدارة العليا، وموظفي الإدارة المتوسطة والسفلي بوسائل الإعلام التابوانية وأظهرت النتائج أن هناك 55 متغير وستة توجهات تسهم في تشكيل النموذج الثقافي للمؤسسات الإعلامية منها القيادة والإدارة، قواعد وقيم ومعتقدات المؤسسات ، رمز المؤسسة ، ومناخ وطقوس العمل. وتشير الدراسة إلى أن الخصائص الصناعية والثقافات الوطنية تؤثر على ثقافات وسائل الإعلام.

المحور الرابع : دراسات خاصة بتنظيم وسائل الإعلام فى تجارب دولية مختلفة

أتاحت قواعد البيانات العالمية دراسات متنوعة تتعلق بتنظيم الإعلام في العديد من دول العالم ، وسوف يتم عرض نماذج من تلك الدراسات التي أجريت في كل من: الأرجنتين، بريطانيا، جنوب إفريقيا، تايلاند، زامبيا، روسيا، بجانب دراسات أخرى شملت أكثر من دولة في كل من أوروبا و آسيا وإفريقيا . ففي **الأرجنتين** أشارت دراسة Hannah, Mark (2014) (33) إلى أن الأرجنتين تعد موقع محاولة مستمرة لتنظيم وتنويع صناعة الإعلام، حيث قامت كريستينا فرنانديز دي كيرشنر رئيسة دولة الأرجنتين بالترويج لقانون خدمات الاتصالات السمعية البصرية 2009 والذي يسعى صراحة إلى "دمقرطة"، وتعزيز المنافسة في صناعة الإعلام في الأرجنتين، وقضت محكمة الاستئناف الفيدرالية في الأرجنتين عام 2013 من قبل مجموعات وسائل الإعلام (مجموعة كلارين) أن القانون من شأنه أن يقيد بشكل غير دستوري تراخيص البث. وتوقع العديد من المحللين أن هذا القانون صمم لاستهداف النفوذ السياسي لمجموعة كلارين، ومجموعات وسائل الإعلام التي أصبحت عدائية بشكل متزايد نحو التغطية الإعلامية لإدارة كيرشنر. وتحلل هذه الدراسة هذا النزاع كمنتج للاتجاهات الاقتصادية والسياسية والثقافية المعقدة للعولمة.

وفي بريطانيا أوضحت مجموعة من الدراسات منها دراسة Rhonda, Jolly (2013) (34) تناولت النظام الإعلامي في بريطانيا التأكيد على استقلالية وسائل الإعلام وربطت بين جودة أجواء الإعلامي وبين ديمقراطية الدولة ومدى توافر الحريات العامة بها ، حيث لا ينمو الإعلام الحر الصادق في أجواء ديكتاتورية أو دول شمولية ، وتشير الدراسة إلى أهمية ضمان حرية الإعلام من خلال قوانين برلمانية محددة تضمن مزاولة المهنة بحرية وشفافية. وتعتبر BBC هيئة الإذاعة البريطانية من أجواء نماذج إعلام الخدمة العامة وأجواء أشكال التمويل التي تمول من مصاريف التراخيص وعادة تمنع بث الإعلانات الاستهلاكية خوفا من تأثير المعلنين على البرامج والقرارات التحريرية. كما أجريت دراسة VairaVīķe & HertaDäubler (2013) (37) على مجموعة من التجارب الأوروبية في بريطانيا وفرنسا وألمانيا والمجر واوضحت نتائجها ان التعددية والتنوع الإعلامي

أحد أسباب النهوض بالممارسة الإعلامية ، سواء على مستوى المعالجات والتغطيات أو الملكية أو المحتوى ، فتوافر أكثر من نظام إعلامي في الدولة الواحدة يسهم في إثراء المجال العام ويحقق أكبر قدر ممكن من الحاجات المعرفية للجمهور .

وفي جنوب إفريقيا توصلت مجموعة من الدراسات منها دراسة Duncan,Jane (2013) (35) إلى أن نجاح التحول الإعلامي في جنوب إفريقيا ينسب إلى قوة المجتمع المدني ونجاح المفاوضات في إيجاد وسائل إعلام مستقلة ومجلس للإذاعة أكثر قدرة على تمثيل المجتمع ، وهو ما كان له كبير الأثر في نمو هيئة للإذاعة أكثر ميلا لتعزيز التحول الديمقراطي خاصة في السنوات الأولى من التجربة ، حيث انتهى النظام الإعلامي بصوره الثلاث العام والمجتمعي والتجاري ليقضى على الإعلام المملوك للدولة، ولم يكن تحول الإعلام متكاملًا وناجحًا ، حيث ظل النموذج التجاري حاكمًا لتحول وسائل الإعلام ، وقد شهدت تجربة التحول الإعلامي سياسات معلنة لضمان التحول التنوع الإعلامي ، وضمان توفير الدعم المالي العام الذي يساعد في استيعاب الفقراء والمهمشين والعمال والمرأة ، وعلى الرغم من التأكيد على هيئة الإذاعة إلا أن التدخل الحكومي حال دون ذلك، وحال دون حرية الإعلام ، ومع غياب القواعد التي تكفل التنوع الإعلامي تمكن البيض من السيطرة على سوق الإعلام، وخلصت الدراسة إلى أن التحول الديمقراطي الإعلامي لا يمكن أن ينجح في غياب التحول الاجتماعي. وفي زامبيا اهتمت دراسة Hunt,Noami (2010) (38) برصد تجربة زامبيا (مجلس تنظيم وسائل الإعلام) وأشارت إلى اعتماد زامبيا على مجلس قومي لإدارة وتنظيم الإعلام ، يتألف المجلس من ممارسين وأكاديميين في مجال الإعلام ، كما لديهم وثيقة لتنظيم القنوات والوسائل الإعلامية سواء في طرق إشهار الوسيلة أو إغلاقها أو حتى أسلوب تعيين الإعلاميين وطرق تأهيلهم ، كما يوجد لديهم ميثاق أخلاقي ملزم وليس صوريًا، تحدد بنوده منع مزاوله المهنة في حالات الخروج عن الأخلاقيات وأداب المهنة .

وفي تايلاند تناولت دراسة Brooten, Lisa (2013) (36) تطور حالة إصلاح وسائل الإعلام التايلاندية في سياق التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السريعة في السنوات التي تلت الانقلاب في تايلاند عام 2006، حيث واجهت تايلاند حالة غير مسبوقة من عدم الاستقرار وارتفاع العنف السياسي ، يرافقه انخفاض حاد في حرية الصحافة وزيادة الرقابة، عن طريق المقابلات مع أكثر من 40 صحفياً تايلاندياً ونشطاء وسائل الإعلام، والأكاديميين، والمشاركة في الندوات والمناقشات والزيارات لأماكن العمل من المصلحين وسائل الإعلام العامة، تحلل هذه الدراسة كيف ينعكس الوضع السياسي التايلاندي على المشهد الإعلامي، مما يشير إلى أهمية

التأكيد على أهمية الحق في الاتصال، وضمان أن تكون وسائل الإعلام متاحة كوسيلة لضمان هذا الحق.

وفي روسيا استهدفت دراسة Scott Gehlbach and Konstantin Sonin (2008) (39) تقديم نموذج أساسي لسيطرة الحكومة على وسائل الإعلام لتسليط الضوء على الاختلاف في حرية وسائل الإعلام في مختلف البلدان وعلى مر الزمن، بالتطبيق على أقل الدول ديمقراطية مشيرة إلى أن حرية وسائل الإعلام تعتمد بشكل حاسم على اثنين من المتغيرات: الطابع التعبوي للحكومة وحجم السوق الإعلانية. وأشارت الدراسة إلى أن ملكية الدولة لوسائل الإعلام يجعلها أكثر تحيزاً عند الحاجة إلى التعبئة الاجتماعية بشكل كبير. ومع ذلك، فإن التمييز بين وسائل الإعلام الحكومية والخاصة أصغر، كما أن الأسواق الإعلانية الكبيرة تقلل من تحيز وسائل الإعلام في كل من وسائل الإعلام الحكومية والخاصة، لولا زيادة الحافز لدى الحكومة لتأميم وسائل الإعلام الخاصة. وتهتم هذه الدراسة برصد حالة حرية الإعلام في مرحلة ما بعد الشيوعية بروسيا في عهد كل من بوريس يلتسين وفلاديمير بوتين، وتوصلت إلى أن تحيز وسائل الإعلام يتقلب استجابة للتعبئة التي تحتاجها الحكومة، اعتماداً على ملكية وتسويق وسائل الإعلام، ففي عهد بوتين، سيطرة الحكومة سهلت الاستيلاء على وسائل الإعلام الخاصة واستخدامها لدعم الحكم الرئاسي، حيث استجاب تحيز وسائل الإعلام لاحتياجات حشد من الكرملين ونمت سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام جنباً إلى جنب مع حجم سوق الإعلان. وخلصت الدراسة أن حرية الإعلام وديمقراطيته ترتبط بملكية هذه الوسائل وتمويلها وتوجهات حملة الأسهم وأيضاً حجم التدفق الإعلاني بها والدخل الإعلاني التي تحصل عليه وتأثير ذلك في توجهات الوسائل ومدى مصداقيتها .

وعلى مستوى آسيا وإفريقيا رصدت دراسة SIMEON DJANKOV (2003) (40) مسح للممارسات الإعلامية في 97 دولة أسيوية وأفريقية تشير نتائج الدراسة إلى تحكم رأس المال في إدارة النظام الإعلامي برمته، وسيطرة رجال الأعمال التابعين للسلطة (زواج السلطة من رأس المال) مما يؤثر على المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور ويضعه في طائلة الإعلام الاستقطابي .

الإطار النظري للدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على نموذج إعلام الخدمة العامة بالمجتمعات الأوروبية European Public service media: a pact with society الذي يتناول عناصر وشروط للاتفاق بين المجتمعات ووسائل إعلام الخدمة العامة تتمثل

في(خدمة المواطن - الحفاظ على الوحدة الوطنية والثقافة والهوية- تعزيز التماسك السياسي والثقافي بالمجتمع).

يعتبر هذا النموذج من النماذج المعيارية لما ينبغي أن يكون عليه المجلس الوطني للإعلام في نظم الخدمة العامة ، لذا تعتمد هذه الدراسة على هذا النموذج والذي يقترب من مضمونها ويربط التنظير بالتطبيق. ويقدم النموذج عدة عناصر رئيسية مكونة لنمط إعلام الخدمة العامة كالآتي :

1-عناصر أساسية إعلام الخدمة العامة

التزامات : الإطار الأخلاقي الملزم للعاملين في الحقل الإعلامي
خدمات : مختلف الخدمات الإعلامية من تصريحات وتغطيات وتراخيص
التنظيم : الهيكل الإداري المنظم للمجلس وأعضاءه .
اللائحة : المهام والعقوبات .
تمويل : المصادر الممولة للمجلس (نسبة من الضرائب المدفوعة عن الخدمات الإعلامية)

2 -عناصر مرتبطة بالتسويق التجاري

الدفع مقابل المشاهدة : ضرائب الخدمات المدفوعة
الإعلان : خدمات إعلانية مقدمة لجمع التمويل والدخل لصالح المجلس
التمويل الخيري : من حملة الأسهم

3-عناصر مرتبطة بالمجتمع

التنوع الثقافي : مراعاة الاختلافات الثقافية بين المواطنين وشمول ذلك في الرسائل الموجهة لهم.
المساواة في تلقي البث : دون تفرقة وذلك انطلاقا من نظرية المجال العام في تحقيق مبدأ المساواة وإتاحة نفس الفرص في المشاركة

4-عناصر مرتبطة بالجمهور

- تخصيص المضمون لكل فئة جماهيرية (بمعنى توفير باقات إعلامية متخصصة)
الجمهور كمستهلك للمنتج الإعلامي (تعميق النظرة الاستهلاكية المادية)

تساؤلات وفروض الدراسة:

(أ) تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تتعلق بتفاعل الإعلاميين واتجاهاتهم نحو إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري في ظل ظروف ومعطيات ثورة 30 يونيو وما أعقبها من إقرار دستور 2014 وتتمثل تلك التساؤلات في:

- (1) ما مدى تفاعل الإعلاميين مع معطيات الممارسة الإعلامية ؟
- (2) ما اتجاهات الإعلاميين نحو المناخ العام للممارسات الإعلامية ؟
- (3) ما اتجاهات الإعلاميين نحو واقع الممارسة الإعلامية ؟
- (4) ما اتجاهات الإعلاميين نحو المجلس الوطني للإعلام؟
- (5) ما العلاقة بين الخصائص المهنية والديموجرافية للإعلاميين من جهة، وتفاعلاتهم مع معطيات الواقع الإعلامي واتجاهاتهم نحو إعادة هيكلة منظومة الإعلام من جهة ثانية؟

(ب) فروض الدراسة:

تتمثل الفروض التي تسعى الدراسة للتحقق منها فيما يلي:

- (1) "يوجد ارتباط طردي موجب بين الرضا عن الممارسات المهنية وإيجابية المناخ العام للممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو"
- (2) "يزداد الاتجاه الإيجابي لدى الإعلاميين في المؤسسات الحكومية بفروق جوهريّة عن الإعلاميين في كل من المؤسسات الحزبية والخاصة وذلك فيما يخص إدراك طبيعة المناخ الإعلامي بعد 30 يونيو، الممارسات المهنية في العمل الإعلامي، الاتجاه نحو إعادة تنظيم الإعلام"
- (3) " لا يوجد ارتباط بين أهمية وجود ميثاق شرف إعلامي من جهة وتقييم واقع الحريات الإعلامية في مصر من جهة ثانية"
- (4) " إن الاتجاه الإيجابي بشأن هيكلة الإعلام المصري حسب الدستور يزداد بفروق جوهريّة لدى الإعلاميين الذين يتابعون تقارير رصد الممارسات الإعلامية المصرية مقارنة بالإعلاميين الذين لا يتابعون هذه التقارير".

(5) " يوجد ارتباط طردي موجب بين الرضا عن المواد الدستورية التي تنظم الإعلام والاطلاع على هذه المواد"

الإجراءات المنهجية للدراسة:

فيما يلي توضيح الإجراءات المنهجية للدراسة من حيث: العينة، أداة الدراسة، جمع البيانات والمعالجة الإحصائية بما يتفق مع موضوع الدراسة وأهدافها والمعطيات المطلوبة للإجابة على التساؤلات والتحقق من الفروض:

(أ) عينة الدراسة

أجريت هذه الدراسة على عينة قوامها (125) مفردة من القائمين بالاتصال بحيث تضم إعلاميين من العاملين في الوسائل الحكومية، والوسائل الحزبية، والوسائل المستقلة، فقد ضمت العينة قائمين بالاتصال في كل من جريدة الأهرام، القناة الأولى، وكذلك من صحيفة الوفد وصحيفة الشروق، واليوم السابع، كما روعي أن تضم العينة مفردات من الجنسين، ومن فئات عمرية متباينة، وعدد سنوات خبرة مختلفة، وكذلك مراعاة أن تضم العينة إعلاميين ذوي العضوية في أحزاب سياسية وإعلاميين ليسوا أعضاء في تلك الأحزاب، وقد جاءت العينة في صورتها النهائية على النحو الموضح بالجدول الآتي:

جدول رقم (1)

الخصائص الديموجرافية والمهنية لعينة الدراسة

الخصائص	ك	%
النوع: ذكور	75	60
إناث	50	40
السن: 18-35	85	68
أكثر من 35	40	32
التعليم: جامعي	110	88
فوق الجامعي	15	12
الوسيلة مجال العمل: وسيلة حكومية	50	40
وسيلة حزبية	50	40
وسيلة مستقلة	25	20
عضوية الأحزاب: نعم	45	36
لا	80	64
الخبرة في العمل: أقل من 10 سنوات	42	33.6
10 سنوات فأكثر	83	66.4
المجموع	125	100

من هذا الجدول، تتبين أن العينة تتوزع بين الذكور (60%) مقابل (40%) من الإناث، أما من حيث السن، فإن العينة تضم (68%) تتراوح أعمارهم ما بين 18 إلى 35 سنة، مقابل 32% تزيد أعمارهم عن 35 سنة (كان متوسط عمر العينة 52 سنة بانحراف معياري 4.2)، كما يوضح الجدول أن الغالبية العظمى من العينة (88%) يحملون درجة جامعية (البكالوريوس أو الليسانس مقابل (12%) يحملون درجات أعلى من الجامعية (دبلوم عالي، ماجستير، دكتوراه). وحسب متغير الوسيلة مجال العمل، فإن الجدول يوضح أن العاملين في الوسائل الحكومية يمثلون (40%)، ومثلها للعاملين في الوسائل الحزبية، مقابل (20%) للوسائل المستقلة، ويلاحظ من الجدول انخفاض نسبة القائمين بالاتصال بالمنضمين لأحزاب سياسية (36%) مقبل غير المنضمين لأي من هذه الأحزاب. أخيراً ومن حيث مدة الخبرة في العمل الإعلامي، يوضح الجدول أن حوالي ثلثي العينة لديهم خبرة عشر سنوات فأكثر (66.4%) مقابل (33.6%) خبرتهم أقل من عشر سنوات. بموجب ذلك، أن العينة تضم مفردات ذات خلفية تعليمية متنوعة تسمح بتقييمات متعددة.

(ب) أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد تم تصميم الاستبيان حسب القواعد العلمية المتعارف عليها، وبما يتفق مع موضوع الدراسة وأهدافها، وبما يجيب على التساؤلات والفروض التي تسعى الدراسة للإجابة عليها والتحقق منها. تضمن الاستبيان مجموعة من الأسئلة والبنود بحيث تغطي المحاور الأساسية الآتية:

- (1) تفاعل الإعلاميين مع معطيات الممارسة الإعلامية: حيث تضمن الاستبيان مجموعة أسئلة تدور حول: مدى متابعة تقارير الممارسات الإعلامية التي ترصد أجواء الإعلامي، إدراك مدى أهمية ميثاق الشرف الإعلامي لضبط قواعد وأخلاقيات الممارسة المهنية، تقييم حالة الحريات الإعلامية في مصر، مطالعة مواد الدستور التي تنظم الإعلام، الرضا عن مواد الدستور التي تنظم العمل الإعلامي في مصر، خبرة الضغوط لدى الإعلاميين عينة البحث
- (2) الاتجاه نحو المناخ العام للممارسات الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو: وهذا المحور عبارة عن مقياس فرعي يتكون من ثمانية بنود تعكس تقييمات الباحثين ومدرعاتهم لشأن المناخ العام للممارسات الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو، ولكل بند خمس استجابات تتخذ أوزاناً ترجيحية (قيم كمية) تتراوح بين (1) إلى (5)، وتتراوح الدرجة على الاستبيان ما بين (8) إلى (40) وتدل القيمة المرتفعة على شدة الاتجاه الإيجابي والعكس صحيح، ويتمثل محتوى هذا المقياس في: حرية وديمقراطية الإعلام، التعددية وتنوع المعالجات، دور

الإعلام في ثورتي يناير ويونيو، استقلالية الإعلام عن الحكومة، مدى حياد الإعلاميين، دور الإعلام تجاه الرأي العام، الإعلام وإبراز الرأي والرأي الآخر، المهنية والاحتراف في الممارسة الإعلامية

(3) الاتجاه نحو واقع الممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو: وهذا المقياس هو الآخر يقيس اتجاهات المبحوثين نحو واقع الممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو حسب مدرجات الإعلاميين عينة البحث من حيث: مكانة الإعلاميين في المجتمع، المرتبات والأجور، الحرية المتاحة للإعلاميين، مصادر المعلومات، تعاون الحكومة مع الإعلاميين، استقلالية الإعلام. وقد تمت صياغة هذه العناصر في صورة بنود قابلة للاستجابة والقياس، ولكل بند خمس استجابات تتخذ أوزاناً ترجيحية (قيم كمية) تتراوح بين (1) إلى (5)، وتتراوح الدرجة على الاستبيان ما بين (6) إلى (30) وتدل القيمة المرتفعة على شدة الاتجاه الإيجابي والعكس صحيح

(4) الاتجاه نحو إجراءات إعادة تنظيم الإعلام بعد ثورة 30 يونيو: وأعني بهذه الإجراءات الإقرار الدستوري بإنشاء المجلس الوطني للإعلام والتوقعات المنتظرة منه، والآراء المطروحة بشأنه على ساحة النقاش العام. ويتكون هذا المقياس من (24) بنداً تتمثل في: إلغاء وزارة الإعلام، المجلس الوطني للإعلام وضمان استقلال الإعلام عن الحكومة، المجلس الوطني للإعلام وضمان التنوع والتعددية الإعلامية، الثقة في المجلس الوطني للإعلام في ظل المناخ السائد، استقلالية الخبراء الذين يشكلون المجلس، احتمال هيمنة رأس المال ورجال الإعلام على المجلس، اختلاف دور المجلس الوطني عن دور وزارة الإعلام دور المجلس الوطني للإعلام في إعداد تشريعات سليمة، تأثير المجلس الوطني على العاملين في وسائل الإعلام الحكومية، تقييم المجلس الوطني للإعلام من حيث التقليد والإبداع، المواد الدستورية المتعلقة بإنشاء المجلس الوطني للإعلام، دور الأحزاب السياسية في المجلس الوطني للإعلام، المجلس الوطني للإعلام وإعادة التنظيم الفعال للمنظومة الإعلامية، علاقة الحكومة بالمجلس الوطني للإعلام، الدور القانوني للمجلس الوطني للإعلام، المجلس الوطني للإعلام كحائل دون تدخل الحكومة في الإعلام، شمولية دور المجلس الوطني للإعلام لوسائل الإعلام الإلكترونية، دور المجلس الوطني للإعلام في حل المشكلات الاقتصادية للإعلام، الاستفادة من التجارب الأجنبية في إنشاء المجلس الوطني للإعلام، وكذلك تقييم دور المجلس الوطني للإعلام في إضافة معان جديدة لتنظيم الإعلام المصري،

وضمنان ديمقراطية الإعلام ومعايير حماية الإعلاميين من المخاطر وتفعيل ميثاق شرف إعلامي . وكما هو واضح، فإن هذا المقياس يتضمن أكبر عدد من البنود (24 بنداً) ويرجع ذلك إلى تعدد وتناقض الرؤى بشأن المجلس الوطني للإعلام حسبما تضمنه الدستور. وتتراوح الدرجة على المقياس ما بين (24) إلى (120) درجة، إذ إن لكل بند خمس استجابات تتخذ أوزاناً ترجيحية تتراوح بين (1) إلى (5) ، وتدل القيمة المرتفعة على شدة الاتجاه الإيجابي والعكس صحيح، بمعنى أن الدرجة المرتفعة تدل على تأييد المجلس الوطني للإعلام حسبما أقره الدستور، كما تدل على التقييم الإيجابي لدوره

بجانب هذه المقاييس الفرعية والأسئلة التي تضمها الاستبيان، فإنه تضمن مجموعة الخصائص المهنية والديموقراطية للمبجوثين من حيث : النوع (ذكور & إناث)، السن (18-35& أكثر من 35)، التعليم (جامعي & فوق الجامعي)، الوسيلة مجال العمل (وسيلة حكومية، وسيلة مستقلة، وسيلة حزبية،) عضوية الأحزاب (نعم & لا)، الخبرة في العمل (أقل من 10 سنوات & 10 سنوات فأكثر).

وقد تم التحقق من كفاءة الأداة من خلال إجراءات الصدق والثبات & Validity (Reliability) فمن حيث الصدق خضع الاستبيان – أكثر من مرة- للمراجعة والتدقيق للبنود/ الأسئلة من حيث المحتوى والصياغة والاستجابات والأوزان الترجيحية والترتيب ، وتم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين، وتم إجراء اختبار مسبق Pretest للاستبيان على مجموعات من الإعلاميين، وفي كل ذلك كان يتم تطوير الاستبيان والتعديل فيه بحيث يقيس الجوانب المطلوب قياسها. أما من حيث الثبات فقد تم التحقق منه باستخدام معامل "ألفا كرونباخ" Cronbach,s Alpha حيث بلغت قيمة هذا المعامل (0.859) وهذه قيمة مرتفعة نسبياً تفصح عن ثبات الاستبيان المستخدم في الدراسة

(ج) جمع البيانات والمعالجة الإحصائية :

تم جمع بيانات هذه الدراسة من خلال تطبيق الاستبيان على المبجوثين من خلال المقابلات معهم كل على حدة في أماكن عملهم، وتمت مراجعة الاستبيانات مراجعة مدققة للتأكد من استيفاء جميع البيانات المطلوبة، ومع انتهاء عملية جمع البيانات والمراجعة تم إدخالها في الحاسب الآلي باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، ومن ثم عولجت البيانات إحصائياً وفق خطة تضمن الحصول على المعطيات التي تجيب على تساؤلات الدراسة والتحقق من فروضها، حيث تضمنت المعالجة الإحصائية ما يلي:

- تكرارات ونسب الاستجابة على جميع بنود وأسئلة الاستبيان
- مربع كاي (Chi-Square) لرصد العلاقة بين المتغيرات المهنية والديموجرافية لعينة الدراسة وكل من: خبرة الضغوط، متابعة تقارير رصد أجواء الإعلامى، أهمية ميثاق الشرف الإعلامى، تقييم حالة الحريات الإعلامية في مصر، مطالعة مواد الدستور، الرضا عن مواد الدستور التي تنظم العمل الإعلامى، الاتجاهات نحو المناخ العام للممارسات الإعلامية، الاتجاهات نحو واقع الممارسة الإعلامية، الاتجاهات نحو إعادة تنظيم الإعلام وذلك بعد ثورة 30 يونيو
- معامل ارتباط بيرسون لرصد قيمة الارتباط بين مجمل الرضا عن الممارسات المهنية من جهة، وعناصر إيجابية المناخ العام للممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو من جهة ثانية. كما تم استخدام معامل ارتباط "بيرسون" للتعرف على شدة واتجاه الارتباط بين الاطلاع على المواد الدستورية التي تنظم الإعلام المصري (نوع م & لا) من جهة، والرضا عن هذه المواد (غير راضى، لم يحدد، راضى إلى حد ما، راضى تماماً) من جهة ثانية،
- معامل ارتباط سبيرمان للرتب للتعرف على شدة واتجاه الارتباط بين أهمية ميثاق الشرف الإعلامى لضبط قواعد وأخلاقيات الممارسة الإعلامية (غير مهم، مهم إلى حد ما، مهم جداً) من جهة وتقييمهم لحالة حرية الإعلام المصري حالياً (ضعيفة، مقبولة، جيدة، ممتازة) من جهة ثانية
- المتوسطات والانحرافات المعيارية للقيم التي تعكس استجابات المبحوثين على بنود المقاييس الفرعية المستخدمة في الدراسة، وكذلك على مجمل كل مقياس من هذه المقاييس
- اختبار T (T. test) لرصد معنوية الفروق بين مجموعة الإعلاميين الذين يتابعون تقارير رصد الممارسات الإعلامية المصرية من جهة ومجموعة الإعلاميين الذين لا يتابعون هذه التقارير من جهة ثانية، وذلك من حيث متوسط الدرجة على مقياس الاتجاه نحو تنظيم الإعلام المصري حسب الدستور.
- تحليل لتباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لمعرفة معنوية الفروق بين مجموعات العينة حسب جهة العمل الإعلامى (حكومية، حزبية، مستقلة) وذلك من حيث متوسط الدرجة على مجمل بنود كل من: إدراك طبيعة المناخ

الإعلامي بعد 30 يونيو، الممارسات المهنية في العمل الإعلامي، الاتجاه نحو إعادة تنظيم الإعلام، وفي حالة وجود فروق جوهرية تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة Scheffe Multi-Comparison Test وذلك لتحديد مكن هذه الفروق (بين أي المجموعات توجد الفروق؟)

نتائج الدراسة :

فيما يلي عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة بما يجيب على التساؤلات التي تسعى للإجابة عليها والتحقق من الفروض التي تستهدف التحقق منها فيما يخص تفاعل الإعلاميين واتجاهاتهم نحو إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري في ظل معطيات ثورة 30 يونيو 2013 وما صاحبها وأعقبها من إقرار الدستور (2014) والذي تضمن مواداً لإعادة هيكلة الإعلام المصري. بموجب ذلك تدرج النتائج تحت النقاط الآتية:

أولاً: تفاعل الإعلاميين مع معطيات الممارسة الإعلامية

ثانياً: اتجاهات الإعلاميين نحو المناخ العام للممارسات الإعلامية

ثالثاً: اتجاهات الإعلاميين نحو واقع الممارسة الإعلامية

رابعاً: اتجاهات الإعلاميين نحو المجلس الوطني للإعلام

في عرض النتائج التي تدرج تحت هذه النقاط ستؤخذ بعين الاعتبار علاقتها بالمتغيرات المهنية والديموقراطية للإعلاميين عينة البحث، وكذلك العلاقات البينية بين المتغيرات التي تعبر عنها النقاط المذكورة.

أولاً: تفاعل الإعلاميين مع معطيات الممارسة الإعلامية:

تقصت الدراسة الحالية تفاعل الإعلاميين مع معطيات الممارسة الإعلامية من حيث: مدى متابعة تقارير الممارسات الإعلامية التي ترصد أجواء الإعلامي ، إدراك مدى أهمية ميثاق الشرف الإعلامي لضبط قواعد وأخلاقيات الممارسة المهنية ، تقييم حالة الحريات الإعلامية في مصر ، مطالعة مواد الدستور التي تنظم الإعلام ، الرضا عن مواد الدستور التي تنظم العمل الإعلامي في مصر، خبرة الضغوط لدى الإعلاميين عينة البحث، وفيما يلي عرض النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يخص النقاط المذكورة.

(أ) متابعة تقارير الممارسات الإعلامية

التي ترصد أجواء إعلامي بمصر

الجدول الآتي يوضح توزيع المبحوثين حسب متابعة تقارير الممارسات الإعلامية التي ترصد أجواء إعلامي بمصر:

جدول رقم (2)

متابعة تقارير الممارسات الإعلامية التي ترصد أجواء إعلامي بمصر

المتابعة	ك	%
نعم	94	75.2
لا	31	24.8
المجموع	125	100

فمن الواضح أن ثلاثة أرباع العينة قد تابعوا تقارير الممارسة الإعلامية التي ترصد أجواء إعلامي في مصر، ومن المعروف أن هذه التقارير تصدر عن جهات مختلفة الاتجاهات، وتتناول موضوعات هامة، غير أنها تتباين من حيث الموضوعية ومن الطبيعي أن تتأثر تلك التقارير بالتوجهات السياسية للقائمين عليها، وبالتالي يمكن أن تركز على أحداث فردية معينة على أنها المسار أو التوجه العام للممارسة الإعلامية في مصر غير أن الإطلاع على تلك التقارير يعتبر أحد المؤشرات الهامة في التأثير على وجهات نظر الإعلاميين المصريين، وعلى الرغم من ارتفاع نسبة مطالعي تلك التقارير (75.2%)، إلا أن هذا يعني وجود ما يقرب من ربع العينة (31) مبحوثاً من إجمالي العينة وهو (125) مفردة، ومن المفترض أن الإعلاميين المهتمين إهتماماً حقيقياً بواقع الممارسة الإعلامية في مصر يطلعون على تلك التقارير لأنها ببساطة متاحة وتتناول قضايا هامة، وعند تقصي بين متابعة تقارير رصد أجواء إعلامي والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة كشف تحليل البيانات عن النتيجة التي يلخصها هذا الجدول:

جدول رقم (3)

العلاقة بين متابعة تقارير رصد أجواء إعلامي والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة

مؤشرات إحصائية	متابعة تقارير رصد أجواء (نسب مئوية)	ن	المتغيرات المهنية	
			نعم	لا
الدلالة	0.6	50	76	24
		50	80	20
		25	72	28
0.7	0.6	45	66.7	33.3
		80	80	20
0.07	2.7	42	73.8	26.2
		83	76	24
		125	75.2	24.8

خلاصة هذا الجدول أنه لا توجد علاقة بين مطالعة التقارير الراصدة للأداء الإعلامي في مصر والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة ممثلة في الوسيلة مجال العمل، عضوية الأحزاب السياسية، الخبرة في مجال العمل، بمعنى أن العاملين في الوسائل الحكومية لا يختلفون من حيث مطالعة تقارير رصد أجواء الإعلام عن العاملين في الوسائل الحزبية أو الوسائل المستقلة أو الوسائل الحكومية، كما أن الإعلاميين الأعضاء في أحزاب سياسية لا يختلفون عن الإعلاميين غير الأعضاء في هذه الأحزاب، وأخيراً فإن الإطلاع على تقارير رصد أجواء الإعلام لا يختلف باختلاف عدد سنوات الخبرة. نخلص من ذلك إلى أنه إذا كان الإعلاميين الذين يتابعون تقارير رصد أجواء الإعلام يمثلون (75%) تقريباً من العينة، إلا أن تلك النسبة لا تختلف باختلاف الخصائص المهنية.

(ب) أهمية ميثاق الشرف الإعلامي:

إلى أي حد يرى الإعلاميون عينة البحث أهمية وجود ميثاق شرف إعلامي ينظم الممارسات الإعلامية في مصر بغد ثورة يونيو؟ الجدول الآتي يوضح استجابات الباحثين على هذا السؤال الذي طرح عليهم:

جدول رقم (4)

أهمية ميثاق الشرف الإعلامي لضبط قواعد وأخلاقيات الممارسة المهنية

الأهمية	ك	%
مهم بدرجة كبيرة	85	68
مهم إلى حد ما	33	25.4
غير مهم	7	5.6
المجموع	125	100

يكشف هذا الجدول عن أن الأكثرية (68%) من العينة ترى أن ميثاق الشرف الإعلامي على درجة كبيرة من الأهمية لضبط قواعد وأخلاقيات الممارسة المهنية في المجال الإعلامي كما أن (25.4%) يرون أن هذا الميثاق مهم إلى حد ما، وهناك نسبة ضئيلة (5.6%) ترى أنه غير مهم، والواقع أن القائمين بضعف أو بعدم أهمية ميثاق الشرف الإعلامي إنما يفسر باعتقادهم أنه غير ملزم، وبالتالي غير مهم من حيث الفاعلية المفترضة منه، وفي بحث العلاقة بين أهمية ميثاق الشرف الإعلامي والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة، كشف تحليل البيانات عن النتيجة المبينة بالجدول الآتي:

جدول رقم (5)

العلاقة بين أهمية ميثاق الشرف الإعلامي والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة

مؤشرات إحصائية	أهمية ميثاق الشرف الإعلامي (نسب مئوية)				ن	المتغيرات المهنية
	الدلالة	كأ	غير مهم	مهم إلى حد ما		
0.4	3.8	10	26	64	50	الوسيلة مجال العمل: وسيلة حكومية وسيلة حزبية وسيلة مستقلة
		-	24	76	50	
		4	28	68	25	
0.02	8.5	6.7	11.1	82.2	45	عضوية الأحزاب: نعم لا
		5	35	60	80	
0.4	1.6	2.4	23.8	73.8	42	الخبرة في العمل: أقل من 10 سنوات 10 سنوات فأكثر
		7.2	27.8	65	83	
		5.6	26.4	68	125	المجموع

يكشف هذا الجدول عن أنه لا توجد علاقة بين الأهمية المدركة لميثاق الشرف الإعلامي من جهة ومتغير الوسيلة، ومتغير الخبرة في العمل من جهة ثانية ($P > 0.05$)، بمعنى أن نسبة القائلين بأهمية ميثاق الشرف الإعلامي – سواء كان مهم إلى درجة كبيرة أو مهم إلى حد ما أو غير مهم – لا تختلف باختلاف الوسيلة مجال العمل أو مدة الخبرة في العمل لكن هناك علاقة دالة إحصائياً بين الأهمية المدركة لميثاق الشرف الإعلامي من جهة وعضوية الأحزاب السياسية من جهة ثانية ($P < 0.05$) ويوضح الجدول السابق ارتفاع نسبة القائلين بأن ميثاق الشرف الإعلامي مهم بدرجة كبيرة لتصل إلى (82.2%) بين المبحوثين الأعضاء في الأحزاب السياسية مقابل (60%) من المبحوثين غير الأعضاء في هذه الأحزاب.

(ج) حالة الحريات الإعلامية في مصر :

كشفت تحليل البيانات عن انخفاض نسبة الإعلاميين الذين عبروا عن تقييم إيجابي جداً وكذلك الذين عبروا عن تقييم سلبي جداً وذلك فيما يخص حالة الحريات الإعلامية في مصر بغد ثورة 30 يونيو، وذلك على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (6)

حالة الحريات الإعلامية في مصر كما يدركها الإعلاميون

حالة الحريات الإعلامية	ك	%
ممتازة	7	5.6
جيدة	43	34.4
مقبولة	53	42.4
سيئة	22	17.6
المجموع	125	100

يوضح هذا الجدول أن (40%) من العينة يرون أن حالة الحريات الإعلامية في مصر ممتازة أو جيدة، مع ملاحظة الانخفاض الشديد في نسبة القائلين بأنها ممتازة (5.6%)، وتفيد أكثرية العينة (42.4%) بأنها مقبولة، وهناك (17.6%) تفيد أنها سيئة، أي أن هذه النسبة الأخيرة تعبر عن تقييم سلبي لحالة الحريات الإعلامية في مصر، وإذا كانت أكثرية العينة (42.4%) ترى أن حالة الحريات الإعلامية في مصر جيدة فإن ذلك يفسر بالحرية النسبية المتاحة للإعلاميين في النقد، وطرح القضايا الشائكة، بل ونقد أداء أشخاص في موقع السلطة، وهذه الأمور لم تكن منتشرة فترة ما قبل ثورة يناير 2011، لكن بعد قيام تلك الثورة، وكذلك ثورة 30 يونيو أتيحت حرية كبيرة لوسائل الإعلام في تناول القضايا المختلفة، أما عن العلاقة بين تقييم حالة الحريات الإعلامية في مصر والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة. فقد كشف تحليل البيانات عن أن تلك العلاقة على النحو المبين بالجدول الآتي:

جدول رقم (7)

العلاقة بين تقييم حالة الحريات الإعلامية في مصر والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة

مؤشرات إحصائية	ن	تقييم حالة الحريات الإعلامية (نسب مئوية)			
		ممتازة	جيدة	مقبولة	سيئة
الدالة	كا2				
0.001	24.2	12	52	26	10
		4	24	68	4
		30	42	26	2
0.05	7.5	13.5	51	24.5	11
		17.5	51	24.5	2.5
0.8	0.18	8	43	33.2	4.8
		17	42	35	6
		17.6	42.4	34.4	5.6
					125

يكشف هذا الجدول عن أنه لا توجد علاقة بين حالة الحريات الإعلامية في مصر ومتغير مدة الخبرة في مجال العمل ($p > 0.05$)، في حين توجد علاقة دالة إحصائياً بين تقييم حالة الحريات الإعلامية في مصر وكلٍ من متغير الوسيلة مجال العمل ($p = 0.001$)، وعضوية الأحزاب السياسية ($p = 0.05$)، ومن الجدول يتضح ارتفاع نسبة تقييم حالة الحريات الإعلامية في مصر بأنها ممتازة وذلك بين العاملين في الوسائل الحكومية (10%)، وتنخفض هذه النسبة إلى (4%) من إجمالي العاملين في الوسائل الحزبية ثم تنخفض إلى 2% من إجمالي العاملين في الوسائل المستقلة، في مقابل ذلك نلاحظ من الجدول أن 30% من العاملين في الوسائل المستقلة يرون أن حالة الحريات الإعلامية في مصر سيئة، وتنخفض هذه النسبة إلى (12%) بين العاملين في الوسائل الحكومية، ثم إلى (4%) فقط من العاملين في الوسائل الحزبية.

يوضح الجدول أيضاً أن أكثرية العاملين في الوسائل الحزبية يقيمون حالة الحريات الإعلامية في مصر على أنها جيدة (68%)، أما أكثرية العاملين في الوسائل الحكومية أنهم يقيمون حالة الحريات الإعلامية في مصر على أنها مقبولة (52%)، كما أن أكثرية العاملين في الوسائل المستقلة (42%) يقيمون تلك الحريات على أنها مقبولة أيضاً.

(د) الاطلاع على مواد الدستور المعنية بالإعلام:

الجدول الآتي يوضح توزيع المبحوثين حسب اطلاعهم على المواد الدستورية المعنية بالإعلام في دستور 2014 :

جدول رقم (8)

مطالعة مواد الدستور التي تنظم الإعلام

مطالعة مواد الدستور	ك	%
نعم	92	73.6
لا	33	26.4
المجموع	125	100

يكشف هذا الجدول عن أن ما يقرب من ثلاثة أرباع العينة (73.3%) من العينة قد اطلعوا على المواد الدستورية التي تنظم الإعلام في مصر، أما النسبة الباقية (26.4%) فلم تطالع تلك المواد، وإن كانوا قد أكدوا جميعاً بأنهم وإن كانوا لم يطالعوها نصوصاً، إلا أنهم يتابعون النقاش الدائر حولها تأييداً أو معارضة. والواقع أن ذلك لا يغني عن مطالعة النصوص الأصلية، لأن النقاش حولها قد يحمل النصوص الدستورية فوق ما تحتل، وقد يفسرها بما لا تحتل، من هنا فإنه على الرغم من الانخفاض النسبي للإعلاميين الذين لم يطالعوا نصوص المواد الدستورية، إلا أن تلك النسبة تظل مرتفعة، وإلا ما معنى أن ربع العينة تقريباً لم تطلع على تلك النصوص؟ أما عن العلاقة بين مطالعة مواد الدستور والخصائص المهنية لعينة الدراسة، فقد كشف تحليل البيانات عن النتيجة الموضحة بالجدول الآتي:

جدول رقم (9)

العلاقة بين مطالعة مواد الدستور والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة

مؤشرات إحصائية	مطالعة مواد الدستور (نسب مئوية)		ن	المتغيرات المهنية
	لا	نعم		
الدلالة	كا ²			
0.7	0.5	26	74	50
		32	68	50
		24	76	25
0.4	0.14	24.4	75.6	45
		27.5	72.5	80
0.2	1.6	33.3	66.7	42
		33	77	83
		24.4	73.6	125

خلاصة هذا الجدول أنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين مطالعة مواد الدستور المعنية بتنظيم الإعلام من جهة والمتغيرات المهنية ممثلة في الوسيلة وعضوية الأحزاب والخبرة في العمل من جهة ثانية ($p < 0.05$)، ومن الواضح أن أكثرية المبحوثين - أياً كان المتغير محل التصنيف - أفادت بأنه اطّعت على المواد الدستورية المعنية بتنظيم الإعلام، حيث يتضح من الجدول أن نسب القائلين بذلك تتراوح ما بين 66.7% إلى 77%، وبنسبة عامة قدرها (73.6%) أما القائلين بأنهم لم يطلعوا على المواد الدستورية المعنية بالإعلام فإنها تتراوح ما بين (24%) إلى (33.3%) وبنسبة عامة قدرها (24.4%) بموجب ذلك فإن الإطلاع على هذه المواد لا يختلف باختلاف أي من المتغيرات المهنية ممثلة في الوسيلة مجال العمل أو عضوية الأحزاب، أو مدة الخبرة في العمل. وإذا كان (73.6%) من الإعلاميين عينة البحث قد طالعوا المواد الدستورية المعنية بالإعلام، فإن هؤلاء - وعددهم (92) مبحوثاً - عبروا عن مدى رضائهم عن تلك المواد على النحو الموضح بالجدول الآتي:

جدول رقم (10)

الرضا عن مواد الدستور التي تنظم العمل الإعلامي في مصر

الرضا عن مواد الدستور	ك	%
راضي تماماً	17	18.5
راضي إلى حد ما	64	69.5
غير راض	11	12
المجموع	92	100

يتضح من هذا الجدول أن حوالي (70%) من الإعلاميين الذين عبروا عن رضائهم عن المواد الدستورية المعنية بتنظيم الإعلام أفادوا بأنهم راضون إلى حد ما، كما أن (18.5%)، أي ما يعادل (17) مبحوثاً راضون تماماً عن تلك المواد، مقابل (12%) غير راضين عن هذه المواد. وعند تقصي العلاقة بين الرضا عن مواد الدستور التي تنظم العمل الإعلامي والمتغيرات المهنية من جهة ثانية كشف تحليل البيانات عن النتيجة المبينة في الجدول الآتي:

جدول رقم (11)

العلاقة بين الرضا عن مواد الدستور التي تنظم العمل الإعلامي والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة (ن = 92)

مؤشرات إحصائية	الرضا عن المواد الدستورية (نسب مئوية)					ن	المتغيرات المهنية
	كأ	غير راض	راضٍ إلى حد ما	بدرجة كبيرة	راضٍ تماماً		
0.009	13.4	13.5	70.3	-	16.2	37	الوسيلة مجال العمل: وسيلة حكومية وسيلة حزبية وسيلة مستقلة
		-	53	-	47	17	
		15.6	76.4	-	8	38	
0.1	4.4	3	79.4	-	17.6	34	عضوية الأحزاب: نعم لا
		17.2	63.8	-	19	58	
0.2	2.8	3.6	78.6	-	18	28	الخبرة في العمل: أقل من 10 سنوات 10 سنوات فأكثر
		15.6	65.6	-	18.8	64	
		12	69.5	-	18.5	92	المجموع

يجدر التوضيح بأن المبحوثين الذين أفادوا بأنهم راضون عن مواد الدستور المعنية بالإعلام، وعددهم (92 مبحوثاً) لا يوجد منهم من أفاد بأنه راضٍ عن هذه المواد (بدرجة كبيرة)، وإنما توزعت استجاباتهم بين الرضا التام والرضا إلى حد كبير وعدم الرضا، ويوضح الجدول أنه لا توجد علاقة بين الرضا عن مواد الدستور المعنية بالإعلام من جهة وكل من عضوية الأحزاب السياسية ومدة الخبرة في مجال العمل من جهة ثانية ($p < 0.05$)، في حين توجد علاقة دالة إحصائياً بين الرضا عن هذه المواد ومتغير الوسيلة مجال العمل. فمن جهة أولى نجد أنه لا يوجد من العاملين في الوسائل الحزبية – الذين طالعوا المواد الدستورية – من عبر عن عدم رضائه عن تلك المواد، ومن جهة ثانية ترتفع نسبة الذين عبروا عن رضائهم التام إلى 47%، مقابل (16.2%) من العاملين في الوسائل الحكومية وتصل النسبة إلى أدناها لدى العاملين في وسائل الإعلام المستقبلية (8%)، هذه الاختلافات جوهرية ولا تعزى إلى الصدفة

(هـ) خبرة الضغوط لدى الإعلاميين :

إلى أي حد يقع الإعلاميون تحت طائلة الضغوط أثناء أداء عملهم؟ وما هي هذه الضغوط بالضبط؟ الجدول الآتي يوضح توزيع المبحوثين حسب وقوعهم تحت طائلة الضغوط المهنية فترة ما بعد ثورة 30 يونيو:

جدول رقم (12)

خبرة الضغوط لدى عينة البحث

خبرة الضغوط	ك	%
نعم	62	49.7
لا	63	50.3
المجموع	125	100

على الرغم من تساوى نسبة الذين أفادوا أنهم يعانون من الضغوط في العمل الإعلامي مع نسبة الذين أفادوا بأنهم لا يعانون من تلك الضغوط، إلا أن ذلك يُعد مؤشراً على ارتفاع الضغوط التي يعاني منها الإعلاميون المصريون، فعندما نجد أن 50% تقريباً يقعون تحت ضغوط العمل فإن هذه نسبة مرتفعة بشكل غير طبيعي، والضغوط هنا قد تكون ضغوط الوقت أو التقنية أو الإدارة أو الدخل المالي أو المكانة المعنوية في المجتمع أو العلاقة بالسلطة أو غير ذلك من أشكال الضغوط، وعند تقصى العلاقة بين خبرة الضغوط والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة كشف تحليل البيانات عن النتيجة المبينة بالجدول الآتي :

جدول رقم (13)

العلاقة بين خبرة الضغوط والمتغيرات المهنية لعينة الدراسة

مؤشرات إحصائية	التعرض للضغوط (نسب مئوية)	ن		المتغيرات المهنية	
		لا	نعم		
الدلالة	2كا	44	56	50	الوسيلة مجال العمل: وسيلة حكومية وسيلة حزبية وسيلة مستقلة
		60	40	50	
		52	48	25	
0.4	1.8	49	49	45	عضوية الأحزاب: نعم لا
		50	50	80	
0.5	0.1	47.6	52.4	42	الخبرة في العمل: أقل من 10 سنوات 10 سنوات فأكثر
		51.8	48.2	83	
		50.4	49.6	125	
					المجموع

خلاصة هذا الجدول أن الضغوط التي يعاني منها الإعلاميون عينة البحث لا تختلف باختلاف أي من المتغيرات المهنية ($p > 0.05$)، هذا يعني أن هذه الضغوط تتخذ صفة العمومية فهي واقعة على العاملين في الوسائل الحكومية والوسائل الخاصة

وعلى الإعلاميين الأعضاء في الأحزاب السياسية أو غير الأعضاء، وهي تشمل الإعلاميين الأكثر خبرة والأقل خبرة في العمل. ولكن ما هي الضغوط التي أفاد الإعلاميون عينة البحث بأنهم يعانون منها؟ لقد تبين من الدراسة أن الغالبية العظمى من الإعلاميين الذين أفادوا بأنهم يعانون من الضغوط لم يحددوا هذه الضغوط بالضبط، لم يذكروا على وجه التحديد تلك الضغوط، بل أفادوا بأن العمل الإعلامي كله ضغوط، أما الذين أفادوا صراحة بوجود ضغوط محددة فإن نسبتهم تراوحت ما بين 1.6% إلى 16.1% من إجمالي الذين أفادوا بأنهم يقعون تحت وطأة الضغوط، وحسب رأى هؤلاء فإن هذه الضغوط تتمثل فيما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم (14)

أهم الضغوط التي تواجه عينة البحث

(ن=62)

الضغوط	ك	%
عدم كفاية المرتبات	10	16.1
القيود على المعلومات وصعوبة الحصول عليها	5	8.1
عدم تفعيل تشريعات تنظم العمل الإعلامي	4	6.5
عدم تفعيل ميثاق أخلاقي للعمل الإعلامي	3	4.8
التعرض للمساءلة القانونية والمحاکمات	2	3.2
انتهاك حقوق الإعلاميين وتعرضهم للمخاطر والاضطهاد الأمني	1	1.6

مرة أخرى تأتي الضغوط الناجمة عن عدم كفاية المرتبات، بمعنى أن الدخل المالي جراء العمل الإعلامي غير كافٍ بما يشكل ضغطاً على الإعلاميين، هناك أيضاً القيود المفروضة على المعلومات وصعوبة الحصول عليها قد تكون هذه القيود بصفة رسمية أو غير رسمية، وقد تكون صعوبة الحصول على المعلومات ناتجة عن قصد أو ناتجة عن إهمال من جانب المسؤولين عن إتاحة تلك المعلومات للإعلاميين، ومن الضغوط أيضاً عدم تفعيل تشريعات تنظم العمل الإعلامي، وكذلك عدم تفعيل ميثاق أخلاقي لهذا العمل، ومن الضغوط كذلك تعرض الإعلاميين للمساءلة القانونية والمحاکمات، ثم انتهاك حقوق الإعلاميين وتعرضهم للمخاطر والاضطهاد الأمني

ثانياً: الاتجاه نحو المناخ العام للممارسات الإعلامية :

يقصد بذلك تقييمات الباحثين ومدركاتهم لشأن المناخ العام للممارسات الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو، وذلك من حيث: حرية وديمقراطية الإعلام، التعددية وتنوع المعالجات، دور الإعلام في ثورتي يناير ويونيو، استقلالية الإعلام عن الحكومة، مدى حياد الإعلاميين، دور الإعلام تجاه الرأي العام، الإعلام وإبراز الرأي والرأي

الأخر، المهنية والاحتراف في الممارسة الإعلامية، والجدول الآتي يوضح استجابات المبحوثين على هذه البنود:

جدول رقم (15)

اتجاهات الإعلاميين عينة البحث نحو المناخ العام للممارسات الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو

مؤشرات إحصائية	الاتجاه (نسب مئوية)					المناخ العام للممارسة الإعلامية في مصر	
	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض بشدة	معارض	غير محدد		أتفق
1.3	3.1	9.6	40	13.6	21.6	15.2	- حرية وديمقراطية الإعلام
1.2	2.8	4.8	30.4	22.4	26.4	16	- التعددية وتنوع المعالجات
1.1	3	5.6	28.8	31.2	25.6	8.8	- دور الإعلام في ثورتي يناير ويونيو
1.2	2.7	8.8	20.8	19.2	33.6	17.6	- استقلالية الإعلام عن الحكومة
1.1	2.1	4	5.6	20	39.2	31.2	- حياد الإعلاميين
1.3	2.7	7.2	27.2	15.2	31.2	19.2	- دور الإعلام تجاه الرأي العام
1.3	2.7	8	24	13.6	35.2	19.2	- دور الإعلام في إبراز الرأي والرأي الآخر
1.3	2.4	4	20.8	20	22.4	32.8	- المهنية والاحتراف في الممارسة الإعلامية
6.7	21.5	6.5	24.7	19.4	29.4	20	مجممل عناصر إيجابية المناخ المهني

على مستوى مجمل البنود الموضحة بالجدول، فإن متوسط نسبة الذين عبروا عن اتجاه إيجابي يبلغ (49.4%)، إنهم يتفقون بشدة أو يتفقون) على الجوانب التي تعبر عن إيجابية المناخ العام للممارسة الإعلامية في مصر، أما الذين عبروا عن اتجاه سالب فإنهم يمثلون (31.2%)، في حين بلغ متوسط نسبة الذين عبروا عن اتجاه محايد (19.4%). أي أن الأكثرية (49.4%) عبرت عن تقييم إيجابي بشأن مجمل المناخ العام للممارسات الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو. وعلى مستوى الاتفاق (بشدة) فإن المتوسط النسبي هو (20%)، وتتراوح نسب الذين عبروا عن تلك الاستجابة ما بين (8.8%) إلى (32.8%)، وعلى الرغم من أن (32.8%) يتفقون (بشدة) على وجود المهنية والاحتراف في العمل الإعلامي، إلا أن (8.8%) فقط هم الذين عبروا عن أنهم يتفقون (بشدة) على وجود دور إيجابي للإعلام في ثورتي يناير ويونيو، وهذا يعني أن الكثير من الإعلاميين وإن كانوا يرون وجود الاحتراف والمهنية في الممارسات الإعلامية، إلا أن بعضهم غير راض عن دور الإعلام في ثورتي يناير ويونيو. ويفسر ذلك بأن بعض الإعلاميين لم يستثمروا مهاراتهم المهنية لصالح ما كان يريده الشعب. وعلى الرغم من أن (70.4%) من الإعلاميين عينة البحث يرون أن الإعلاميين (محايدون)، إلا أن (20%) لم يعبروا عن تقييم محدد

في هذا الموضوع، كما أن (9.6%) يرون أن الإعلاميين غير محايدين. وإذا كان (19.4%) من المبحوثين عبروا عن تقييم محايد للمناخ الإعلامي في مصر بعد ثورة 30 يونيو، إلا أن هذه النسبة ترتفع أقصاها فيما يخص دور الإعلام في ثورتي يناير ويونيو (البند الثالث)، إذ إن (31.2%) لم يفيدوا برأي محدد حول هذه النقطة. وفيما يخص حرية وديمقراطية الإعلام (البند الأول)، يوضح الجدول أن (36.8%) عبروا عن تقييم إيجابي (الاتفاق بشدة والاتفاق)، في حين عبر (49.6%) عن تقييم سلبي (المعارضة، والمعارضة بشدة). ومن النتائج المهمة التي يوضحها الجدول تلك التي تتعلق بدور الإعلام في ثورتي يناير ويونيو (البند الثالث بالجدول)، إذ إن (34.4%) عبرت عن تقييم إيجابي لهذا الدور (الاتفاق بشدة والاتفاق)، كما أن النسبة نفسها (34.4%) عبرت عن تقييم سلبي لهذا الدور (المعارضة والمعارضة بشدة)، أما النسبة الباقية (31.2%) فلم تعبر عن تقييم محدد، هذا يعكس اختلاف الرؤى والتوجهات بين الإعلاميين بشأن دور الإعلام في ثورتي يناير ويونيو.

وعند فحص العلاقة بين اتجاهات الإعلاميين عينة البحث نحو المناخ العام للممارسات الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو من جهة و الخصائص الديموجرافية والمهنية من جهة ثانية كشف تحليل البيانات عن النتيجة الموضحة بالجدول الآتي:

جدول رقم (16)

العلاقة بين اتجاهات الإعلاميين عينة البحث نحو المناخ العام للممارسات الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو وكل من الخصائص الديموجرافية والمهنية

مؤشرات إحصائية	طبيعة الاتجاه نحو المناخ العام للممارسة الإعلامية			ن	الخصائص الديموجرافية والمهنية	
	كأ ²	الدلالة	إيجابي			محايد
0.04	6.1	21.3	26.7	52	75	النوع: ذكور
		8	44	48	50	إناث
0.8	0.2	15	33	52	85	السن: 18-35
		17.5	35	47.5	40	أكثر من 35
0.7	0.6	16.5	34.5	49	110	التعليم: جامعي
		13.3	26.7	60	15	فوق الجامعي
0.001	33.3	4	38	58	50	الوسيلة مجال العمل: وسيلة حكومية
		34	40	26	50	وسيلة مستقلة
		4	12	84	25	وسيلة حزبية
0.2	3.6	9	31	60	45	عضوية الأحزاب: نعم
		20	35	45	80	لا
0.9	0.02	16.7	33.3	50	42	الخبرة في العمل: أقل من 10 سنوات
		15.7	33.7	50.6	83	10 سنوات فأكثر
		16	33.6	50.4	125	المجموع

يكشف هذا الجدول عن أنه لا توجد علاقة بين اتجاهات الإعلاميين عينة البحث نحو المناخ العام للممارسات الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو من جهة، وأي من متغيرات السن، التعليم، عضوية الأحزاب السياسية، الخبرة في مجال العمل من جهة ثانية ($p > 0.05$)، معنى ذلك أن الفروق بين النسب (percentages) التي تعكس طبيعة الاتجاه (إيجابي، محايد، سلبي) لا تختلف باختلاف مجموعات العينة مصنفة حسب المتغيرات المذكورة، وإذا وجدت فروق فإنها تعزى إلى الصدفة. لكن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات الإعلاميين عينة البحث نحو المناخ العام للممارسات الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو من جهة، وكل من متغير النوع ومتغير الوسيلة مجال العمل من جهة ثانية ($p < 0.05$)، فحسب متغير النوع يوضح الجدول ارتفاع نسبة الذكور الذين عبروا عن اتجاه محايد (26.7%)، وكذلك عن اتجاه سلبي (21.3%) مقارنة بالإناث اللاتي عبرن عن اتجاه محايد (44%)، وكذلك عن اتجاه سلبي (8%) . أما على مستوى متغير الوسيلة مجال العمل، فإن الجدول يوضح ارتفاع نسبة الذين عبروا عن اتجاه إيجابي بين العاملين في الوسائل الحزبية (84%)، مقارنة بنسبة الذين عبروا عن اتجاه إيجابي بين العاملين في الوسائل الحكومية (58%)، والعاملين في الوسائل المستقلة (26%) / وبينما عبر (40%) من العاملين الوسائل المستقلة عن اتجاه محايد، فإن هذه النسبة تنخفض إلى (12%) من العاملين في الوسائل الحزبية، أما الذين عبروا عن اتجاه سلبي فإن نسبتهم ترتفع إلى (34%) من العاملين في الوسائل المستقلة، بينما تنخفض إلى (4%) فقط من العاملين في كل من الوسائل الحكومية والوسائل الحزبية، وكما سبقت الإشارة فإن الفروق بين هذه النسب هي فروق جوهريّة ولا ترجع إلى الصدفة

ثالثاً: الاتجاه نحو واقع الممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو:

يقصد بذلك تقييمات الإعلاميين عينة البحث لواقع الممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 من حيث: مكانة الإعلاميين في المجتمع، المرتبات والأجور، الحرية المتاحة للإعلاميين، مصادر المعلومات، تعاون الحكومية مع الإعلاميين، استقلالية الإعلام. والجدول الآتي يوضح استجابات المبحوثين على هذه البنود:

جدول رقم (17)

اتجاهات الإعلاميين عينة البحث نحو واقع الممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو

مؤشرات إحصائية	الاتجاه			عناصر واقع الممارسة	
	الانحراف المعياري	المتوسط	سلبى		محايد
0.7	1.8	49.6	23.2	27.2	- مكانة الإعلاميين في المجتمع
0.6	1.4	67.2	23.2	6.9	- المرتبات والأجور
0.8	1.8	50.4	24	25.6	- الحرية المتاحة للإعلاميين
0.8	1.7	51.2	23.2	25.6	- مصادر المعلومات
0.7	1.7	49.6	34.4	16	- تعاون الحكومية مع الإعلاميين
0.8	1.6	56.8	25.6	17.6	- استقلالية الإعلام
		54.4	25.6	20	مجمّل واقع الممارسة

يتضح من هذا الجدول الانخفاض الواضح للذين عبروا عن اتجاه إيجابي بشأن واقع الممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو، ويتضح هذا الانخفاض بصورة شديدة فيما يخص المرتبات والأجور (البند الثاني في الجدول). إذ أن 6.9% فقط هم الذين عبروا عن اتجاه إيجابي؛ مقابل 67.2% عبروا عن اتجاه سلبي، وجاءت الاستجابة على هذا البند بمتوسط عام قدره 1.4 وهى قيمة منخفضة جداً. أما بقية البنود فإن الذين عبروا عن اتجاه إيجابي تتراوح بين 16% إلى 27.2% وبنسبة متوسطة قدرها (20 %) أما الذين عبروا عن اتجاه محايد فإن نسبتهم تتراوح ما بين 23.2% إلى 34.4% وبنسبة متوسطة قدرها (25.6 %)، أخيراً فإن الجدول يوضح ارتفاع نسبة الذين عبروا عن اتجاه سلبي بشأن واقع الممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو إذ إن نسبة هؤلاء تتراوح ما بين 49.2% إلى 56.8%، كما يوضح الجدول انخفاض متوسطات القيم الكمية لاستجابات الباحثين على كافة بنود واقع الممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو. خلاصة هذه الجزئية أن الطابع السلبي هو الغالب على اتجاهات الباحثين نحو هذا الواقع، وعلى مستوى كل مجموعة من مجموعات العينة كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن النتيجة المبينة بالجدول الآتي:-

جدول رقم (18)
العلاقة بين الاتجاهات نحو واقع الممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو
وكل من الخصائص الديموجرافية والمهنية

مؤشرات إحصائية	طبيعة الاتجاه نحو واقع الممارسة			ن	الخصائص الديموجرافية والمهنية	
	الدالة	كا ²	سلبى			محايد
0.1	4	33.3 28	32 20	34.7 52	75 50	النوع: ذكور إناث
0.04	5.9	31.7 30	33 15	35.3 55	85 40	السن: 18-35 أكثر من 35
0.5	1.6	30 40	26.4 33.3	43.6 26.7	110 15	التعليم: جامعي فوق الجامعي
0.01	13.3	30	22	48	50	الوسيلة مجال العمل: وسيلة حكومية وسيلة مستقلة وسيلة حزبية
		44	30	26	50	
		8	32	60	25	
0.4	1.9	35.6	20	44.4	45	عضوية الأحزاب: نعم لا
		28.7	31.3	40	80	
0.2	2.8	23.8	35.7	40.5	42	الخبرة في العمل: أقل من 10 سنوات 10 سنوات فأكثر
		34.8	23	42.2	83	
		31.2	27.2	41.6	125	المجموع

يتضح من هذا الجدول أنه لا توجد علاقة بين طبيعة الاتجاه نحو واقع الممارسة الإعلامية من جهة وأي من متغيرات التعليم وعضوية الأحزاب السياسية ومدة الخبرة في مجال العمل من جهة ثانية ($p > 0.05$) في حين توجد علاقة بين طبيعة الاتجاه وواقع الممارسة الإعلامية ومتغيرات السن والوسيلة مجال العمل من جهة ثانية ($p < 0.05$) ففيما يخص متغير السن يوضح الجدول ارتفاع نسبة الذين عبروا عن اتجاه إيجابي لدى الإعلاميين الأكبر سناً أى الأكثر من 35 سنة. إذ إن 55% من هؤلاء الإعلاميين عبروا عن اتجاه إيجابي بينما تنخفض هذه النسبة إلى 35.3% من الإعلاميين الأصغر سناً أى الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18-35 سنة. أما فيما يخص الاتجاه المحايد فإن 33% من الأصغر سناً عبروا عن هذا الاتجاه في حين تنخفض النسبة إلى 15% من الإعلاميين الأكبر سناً ، وتتقارب المجموعتان من حيث نسبة الذين عبروا عن اتجاه سلبي. أما من حيث متغير الوسيلة مجال العمل فإن الجدول يوضح ارتفاع نسبة الذين عبروا عن اتجاه إيجابي لدى الإعلاميين العاملين في وسائل حزبية (60%) يليهم الإعلاميون العاملون في وسيلة حكومية (48%)، ثم الإعلاميون العاملين في وسيلة مستقلة (26%) أما الذين عبروا عن اتجاه سلبي فإن نسبتهم تصل إلى 44% بين الإعلاميين العاملين في وسيلة مستقلة، وتنخفض إلى 30% بين العاملين في وسيلة حكومية ثم إلى 8% بين العاملين في وسيلة حزبية، أخيراً يوضح الجدول أن ذوى الاتجاه المحايد ترتفع نسبتهم بين العاملين في وسائل

الإعلام الحزبية (32%)، ويتقارب معهم في ذلك الإعلاميون العاملون في وسائل إعلامية مستقلة (30%)، في حين تنخفض هذه النسبة إلى (22%) من العاملين في وسائل إعلام حكومية.

رابعاً: الاتجاه نحو المجلس الوطني للإعلام :

يقصد بذلك تقييمات الإعلاميين ومدركاتهم بشأن المجلس الوطني للإعلام حسبما أقره دستور 2014 وقد تقصت الدراسة هذه الجزئية من خلال مقياس فرعي يغطي كافة العناصر المطروحة على ساحة النقاش العام، ويتكون هذا المقياس من (24) بنداً تتمثل في: إلغاء وزارة الإعلام، المجلس الوطني للإعلام وضممان استقلال الإعلام عن الحكومة، المجلس الوطني للإعلام وضممان التنوع والتعددية الإعلامية، الثقة في المجلس الوطني للإعلام في ظل المناخ السائد، استقلالية الخبراء الذين يشكلون المجلس، احتمال هيمنة رأس المال ورجال الإعلام على المجلس، اختلاف دور المجلس الوطني عن دور وزارة الإعلام دور المجلس الوطني للإعلام في إعداد تشريعات سليمة، تأثير المجلس الوطني على العاملين في وسائل الإعلام الحكومية، تقييم المجلس الوطني للإعلام من حيث التقليد والإبداع، المواد الدستورية المتعلقة بإنشاء المجلس الوطني للإعلام، دور الأحزاب السياسية في المجلس الوطني للإعلام، المجلس الوطني للإعلام وإعادة التنظيم الفعال للمنظومة الإعلامية، علاقة الحكومة بالمجلس الوطني للإعلام، الدور القانوني للمجلس الوطني للإعلام، المجلس الوطني للإعلام كحائل دون تدخل الحكومة في الإعلام، شمولية دور المجلس الوطني للإعلام لوسائل الإعلام الإلكترونية، دور المجلس الوطني للإعلام في حل المشكلات الاقتصادية للإعلام، الاستفادة من التجارب الأجنبية في إنشاء المجلس الوطني للإعلام، وكذلك تقييم دور المجلس الوطني للإعلام في إضافة معان جديدة لتنظيم الإعلام المصري، وضممان ديمقراطية الإعلام ومعايير حماية الإعلاميين من المخاطر وتفعيل ميثاق شرف إعلامي، وقد كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن أن اتجاهات المبحوثين بشأن هذه العناصر جاءت على النحو الموضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (19)

اتجاهات الإعلاميين عينة البحث نحو إعادة المجلس الوطني للإعلام

مؤشرات إحصائية	الاتجاه (نسب مئوية)					عناصر الاتجاه نحو المجلس	
	المتوسط	معارض بشدة	معارض	غير محدد	أنفق		أنفق بشدة
1.1	2.2	4.6	9.6	17.6	34.4	32	- إلغاء وزارة الإعلام
1.1	2.2	3.2	9.6	21.6	39.2	26.4	- المجلس الوطني للإعلام وضممان استقلال الإعلام عن الحكومة
1.1	2.3	2.4	14.4	22.4	36.8	24	- المجلس الوطني للإعلام وضممان التنوع والتعددية الإعلامية
1.1	2.6	4	22.4	29.6	19.2	24.8	- الثقة في المجلس الوطني للإعلام في ظل المناخ السائد
0.9	1.8	1.6	4	12	36	46.4	- استقلالية الخبراء الذين يشكلون المجلس
0.9	1.9	1.6	7.2	11.2	43.2	36.8	- احتمال هيمنة رأس المال ورجال الإعلام على المجلس
1.1	2.4	3.2	16	21.6	34.4	24.8	- اختلاف دور المجلس الوطني عن دور وزارة الإعلام
0.9	2.2	3.2	5.6	22.4	44.8	24	- دور المجلس الوطني للإعلام في إعداد تشريعات سليمة
1.1	2.7	5.6	21.6	26.4	33.6	12.8	- تأثير المجلس الوطني على العاملين في وسائل الإعلام الحكومية
1.1	2.7	4	27.2	22.4	24	22.4	- المجلس الوطني للإعلام بين التقليد والإبداع
0.1	2.3	4	6.4	25.6	40	24	- المواد الدستورية المتعلقة بإنشاء المجلس الوطني للإعلام
0.8	2.4	3.2	9.6	30.4	42.4	14.4	- دور الأحزاب السياسية في المجلس الوطني للإعلام
0.1	2.3	2.4	18.4	14.4	37.6	27.2	- المجلس الوطني للإعلام وإعادة التنظيم الفعال للمنظومة الإعلامية
0.1	2.4	3.2	14.4	26.4	36	20	- علاقة الحكومة بالمجلس الوطني للإعلام
0.9	2.2	-	15.2	16	44.8	24	- الدور القانوني للمجلس الوطني للإعلام
0.1	2.1	1.6	10.4	14.4	42.4	31.2	- المجلس الوطني للإعلام كحائل دون تدخل الحكومة في الإعلام
0.9	1.9	1.6	8	8.8	41.6	40	- شمولية دور المجلس الوطني للإعلام لوسائل الإعلام الإلكترونية
0.8	1.7	0.8	2.4	12	39.2	45.6	- دور المجلس الوطني للإعلام في حل المشكلات الاقتصادية للإعلام
0.2	2.5	5.6	15.2	30.4	24	24.8	- الاستفادة من التجارب الأجنبية في إنشاء المجلس الوطني للإعلام
0.8	1.7	0.8	3.2	12	36.8	47.2	- المجلس الوطني للإعلام وإضافة معان جديدة لتنظيم الإعلام المصري
0.2	2.2	6.4	12.8	15.2	33.6	32	- المجلس الوطني للإعلام كضامن لديمقراطية الإعلام
0.7	1.5	-	0.8	6.4	36	56.8	- المجلس الوطني للإعلام كضامن لمعايير حماية الإعلاميين من المخاطر
0.8	1.6	-	4	4.8	35.2	56	- المجلس الوطني للإعلام كضامن لتفعيل ميثاق شرف إعلامي
0.8	1.7	0.8	3.2	12	33.6	50.4	- مجمل جوانب إعادة تنظيم الإعلام المصري

إذا نظرنا إلى الصف الأخير من هذا الجدول سنجد أن النسبة الأكبر (50.4%) تعبر عن اتفاقها بشدة مع مجمل جوانب المجلس الوطني في تنظيم الإعلام والذي أقره دستور 2014 وهذه النسبة تعبر عن الاتجاه (الإيجابي جداً)، كما أن (33.6%) من العينة تُعبر عن (اتفاقها) مع مجمل جوانب المجلس الوطني لتنظيم الإعلام (وهذه الجوانب هو البنود الموضحة في الجدول)، وهذه النسبة تُعبر عن (الاتجاه الإيجابي)، ويتضح من ذلك أن (84%) من العينة عبرت عن اتجاه مؤيد للمجلس الوطني

للإعلام (في حدود البنود المبينة بالجدول)، في مقابل ذلك هناك (12%) من العينة كان اتجاهها محايداً، بمعنى أن هؤلاء لم يعبروا عن اتجاه محدد سواء بالرفض أو بالقبول. في مقابل ذلك يوضح الجدول أن (3.2%) يعارضون جوانب المجلس الوطني للإعلام، كما أن (0.8%) يعارضونه بشدة. خلاصة ذلك أن الاتجاه الغالب هو أن (تأييد) المجلس الوطني للإعلام، إنما هو تأييد نسبي، وإذا علمنا أن مجمل درجة كل بند من هذه البنود هو (5 درجات)، ومع الأخذ بالاعتبار أن الدرجة المرتفعة تدل على شدة التأييد والعكس صحيح، فإنه يمكننا تبين أن هناك أربعة جوانب فقط هي التي جاءت بمتوسط (2.5 درجة فأكثر)، وهذه الجوانب هي:

- المجلس الوطني للإعلام بين التقليد والإبداع (م = 2.7)، بمعنى أن المبحوثين يرون أن المجلس الوطني للإعلام إنما هو إبداع أكثر منه تقليد في إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري.

- تأثير المجلس الوطني على العاملين في وسائل الإعلام الحكومية (م = 2.7)، بمعنى أن المبحوثين يرون أن المجلس الوطني للإعلام له تأثير إيجابي على العاملين في وسائل الإعلام الحكومية.

- الثقة في المجلس الوطني للإعلام في ظل المناخ السائد (م = 2.6)، بمعنى أن المبحوثين يرون أن المجلس الوطني للإعلام سيكون محل ثقة الإعلاميين وذلك في ظل المناخ السائد.

- الاستفادة من التجارب الأجنبية في إنشاء المجلس الوطني للإعلام (م = 2.5)، بمعنى أن المبحوثين يرون أن المجلس الوطني للإعلام ارتكز على الاستفادة من التجارب الأجنبية في هذا الخصوص.

هذا يعنى أن اتجاهات المبحوثين إنما ليست مطلقة، وإنما نسبية وذلك في تعبيرهم عن إيجابية إعادة هيكلة منظمة الإعلام المصري من خلال المجلس الوطني للإعلام. أما بقية البنود المبينة بالجدول فإنها حصلت على متوسطات كمية تقل عن نصف الدرجة الكلية لكل بند. وتتراوح هذه الدرجات ما بين (1.5 درجة إلى 2.4 درجة). وتوضح هذه الفكرة أيضاً في النسب التي تعكس الاستجابة (اتفق بشدة) والتي يتضمنها العمود الأول حيث لم تتعد أكبر نسبة (56.8%).

أما على مستوى مجمل هذه البنود مجتمعة فقد تصنيف الاستجابات حسب طبيعة الاتجاه الإجمالي (إيجابي، محايد، سلبي)، وعند تقصى العلاقة بين طبيعة الاتجاه نحو المجلس الوطني للإعلام من جهة وكل من الخصائص الديموغرافية والمهنية

للمبحوثين من جهة ثانية، كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن النتيجة المجملة في هذا الجدول:

جدول رقم (20)

العلاقة بين الاتجاهات نحو إعادة تنظيم الإعلام بعد ثورة 30 يونيو

وكل من الخصائص الديموجرافية والمهنية

مؤشرات إحصائية	طبيعة الاتجاه			ن	الخصائص الديموجرافية والمهنية	
	الدالة	كا ²	سليبي			محايد
0.2	3.7	14.7 26	40 26	45.3 48	75 50	النوع: ذكور إناث
0.2	3.1	15.4 27.5	34 35	50.6 37.5	85 40	السن: 18-35 أكثر من 35
0.5	1.4	19 20	32.8 46.7	48.2 33.3	110 15	التعليم: جامعي فوق الجامعي
0.3	4.6	28	30	42	50	الوسيلة مجال العمل: وسيلة حكومية وسيلة مستقلة وسيلة حزبية
		12	40	48	50	
		16	32	52	25	
0.4	2.1	13.3	33.3	53.3	45	عضوية الأحزاب: نعم لا
		22.5	35	42.5	80	
0.4	1.8	17.6	28.6	54.8	42	الخبرة في العمل: أقل من 10 سنوات 10 سنوات فأكثر
		20.5	37.3	42.2	83	
		19.2	34.4	46.4	125	المجموع

خلاصة هذا الجدول أنه لا توجد علاقة بين طبيعة الاتجاه نحو المجلس الوطني للإعلام من جهة وأي من المتغيرات الديموجرافية والمهنية من جهة ثانية ($p < 0.05$) وهذا يعني أنه إذا كان الاتجاه يغلب عليه صفة الإيجابية فإن القائمين بهذه الصفة لا يختلفوا عددهم باختلاف النوع أو السن أو التعليم أو الوسيلة مجال العمل أو عضوية الأحزاب السياسية أو الخبرة في مجال العمل، فهذه الصفة (الإيجابية) تتخذ صفة العمومية بصرف النظر عن الاختلافات بين الإعلاميين من حيث هذه المتغيرات.

التحقق من فروض الدراسة:

الفرض الأول: "يوجد ارتباط طردي موجب بين الرضا عن الممارسات المهنية وإيجابية المناخ العام للممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو" .. للتحقق من هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لرصد قيمة الارتباط بين مجمل الرضا عن الممارسات المهنية من جهة، وعناصر إيجابية المناخ العام للممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو من جهة ثانية. تلك العناصر التي تتمثل في: حرية وديمقراطية

الإعلام ، التعددية وتنوع المعالجات الإعلامية للقضايا، دور الإعلام في ثورتي يناير ويونيو، استقلالية الإعلام عن الحكومة، حياد الإعلاميين، دور الإعلام تجاه الرأي العام، دور الإعلام في إبراز الرأي والرأي الآخر، المهنية والاحتراف في الممارسة الإعلامية ثم مجمل عناصر إيجابية المناخ المهني. وقد كشف تحليل البيانات عن النتيجة الموضحة بالجدول الآتي:

جدول رقم (21)

معامل الارتباط بين الرضا عن الممارسات المهنية وعناصر إيجابية المناخ العام

للممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	عناصر إيجابية المناخ المهني للممارسة الإعلامية
0.001	0.34	- حرية وديمقراطية الإعلام
0.001	0.395	- التعددية وتنوع المعالجات
0.2	0.121	- دور الإعلام في ثورتي يناير ويونيو
0.001	0.381	- استقلالية الإعلام عن الحكومة
0.3	0.094	- حياد الإعلاميين
0.01	0.23	- دور الإعلام تجاه الرأي العام
0.001	0.263	- دور الإعلام في إبراز الرأي والرأي الآخر
0.001	0.387	- المهنية والاحتراف في الممارسة الإعلامية
0.001	0.399	مجمل عناصر إيجابية المناخ المهني

يوضح الجدول أن جميع قيم معامل الارتباط موجبة، وتتراوح ما بين (0.09) إلى (0.399)، ومعظمها ذو دلالة إحصائية ($p < 0.05$)، غير أن هناك بندين من بنود إيجابية المناخ الإعلامي لا يرتبطان بالرضا عن الممارسة المهنية، وهما دور الإعلام في ثورتي يناير ويونيو، وكذلك حياد الإعلاميين ($p > 0.05$)، وهذا يعني أن استجابات الباحثين على هذين البندين لا ترتبط بمدى رضائهم عن الممارسة الإعلامية. وعلى مستوى مجمل الاستجابات على بنود إيجابية المناخ الإعلامي يوضح الجدول أنه يرتبط ارتباطاً موجباً بالرضا عن الممارسات المهنية ($r = 0.399$) وهذه القيمة ذات دلالة إحصائية ($p = 0.001$)، معنى ذلك أنه كلما زاد رضا الإعلاميين عن الممارسات المهنية زاد رضاهم عن مجمل عناصر إيجابية المناخ العام للممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو. وعلى هذا الأساس نقبل الفرض القائل بأنه "يوجد ارتباط طردي موجب بين الرضا عن الممارسات المهنية وإيجابية المناخ العام للممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو"

الفرض الثاني: "يزداد الاتجاه الإيجابي لدى الإعلاميين في المؤسسات الحكومية بفروق جوهرية عن الإعلاميين في كل من المؤسسات الحزبية والخاصة وذلك فيما يخص: إدراك طبيعة المناخ الإعلامي بعد 30 يونيو، الممارسات المهنية في العمل

الإعلامي، الاتجاه نحو إعادة تنظيم الإعلام". للتحقق من هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين أحادي الاتجاه (ANOVA) لمعرفة معنوية الفروق بين مجموعات العينة حسب جهة العمل الإعلامي (حكومية، حزبية، مستقلة) وذلك من حيث متوسط الدرجة على مجمل بنود كل من: إدراك طبيعة المناخ الإعلامي بعد 30 يونيو، الممارسات المهنية في العمل الإعلامي، الاتجاه نحو إعادة تنظيم الإعلام. وقد كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن النتيجة الموضحة بالجدول الآتي:

جدول رقم (22)

معنوية الفروق بين مجموعات العينة حسب جهة العمل الإعلامي من حيث

إدراك طبيعة المناخ الإعلامي، الممارسات المهنية، الاتجاه نحو إعادة تنظيم الإعلام

مؤشرات إحصائية	مؤسسات إعلامية خاصة (ن=50)		مؤسسات إعلامية حزبية (ن=25)		مؤسسات إعلامية قومية (ن=50)		المقاييس الفرعية
	ع	م	ع	م	ع	م	
F=16.9 p<0.01	6.1	17.9	5.6	25.8	6.2	22.9	طبيعة المناخ الإعلامي
F=3.9 p<0.05	3.1	9.1	2.8	11.2	3.4	10.2	الممارسات المهنية
F=2.5 p>0.05	8.1	52.5	9.3	54.6	9.4	49.9	إعادة تنظيم الإعلام

فيما يخص إدراك طبيعة المناخ الإعلامي بعد 30 يونيو، يوضح ارتفاع متوسط استجابات الإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية حزبية (م = 25.8) مقارنة بالإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية قومية (م = 22.9)، ويأتي في الترتيب الأخير الإعلاميون العاملون في مؤسسات إعلامية خاصة (م = 17.9) ، وهذا يعني أن الإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية حزبية هم الأكثر تأكيداً على إيجابية المناخ الإعلامي بغد ثورة 30 يونيو، يليهم الإعلاميون العاملون في مؤسسات إعلامية قومية، وأخيراً الإعلاميون العاملون في مؤسسات إعلامية خاصة. وقد كشف اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة Scheffe Multi-Comparison Test عن أن الفروق الجوهرية توجد بين:

- مجموعة الإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية حزبية وكل من مجموعة الإعلاميين العاملين في مؤسسات قومية ومجموعة الإعلاميين العاملين في مؤسسات خاصة
- مجموعة الإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية قومية ومجموعة الإعلاميين العاملين في مؤسسات خاصة

أما فيما يخص " الممارسات المهنية في العمل الإعلامي "، فإن الجدول يوضح أيضاً أنها تأخذ الاتجاه نفسه، بمعنى ارتفاع متوسط استجابات الإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية حزبية (م = 11.2) مقارنة بالإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية قومية (م = 10.2)، ثم الإعلاميون العاملون في مؤسسات إعلامية خاصة (م = 9.2)، وهذا يعني أن الإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية حزبية لديهم اتجاه أشد إيجابية بشأن الممارسات المهنية في العمل الإعلامي، وقد كشف اختبار شيفيه للمقارنات المتعددة Scheffe Multi-Comparison Test عن أن الفروق الجوهرية توجد بين مجموعة الإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية حزبية ومجموعة الإعلاميين العاملين في مؤسسات خاصة (لصالح الإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية حزبية).

أما فيما يتعلق بالاتجاه نحو "إعادة تنظيم الإعلام" حسب الدستور (والموضحة بياناته في الصف الأخير من الجدول)، فإنه لا توجد فروق جوهرية بين المجموعات الثلاث (مجموعة الإعلاميين العاملين في مؤسسات إعلامية قومية، أو حزبية أو خاصة)، وهذا يعني أنه لا توجد اختلافات بين هذه المجموعات الثلاث (F= 2.6, p>0.05).

بناءً على ذلك نرفض الفرض القائل بأنه يزداد الاتجاه الإيجابي لدى الإعلاميين في المؤسسات الحكومية بفروق جوهرية عن الإعلاميين في كل من المؤسسات الحزبية والخاصة وذلك فيما يخص: إدراك طبيعة المناخ الإعلامي بعد 30 يونيو، الممارسات المهنية في العمل الإعلامي، الاتجاه نحو إعادة تنظيم الإعلام"، إذ إن الإعلاميين العاملين في المؤسسات الحكومية لا يزداد لديهم الاتجاه الإيجابي بشأن أي من هذه الجوانب الثلاث مقارنة بالإعلاميين العاملين في مؤسسات حزبية أو خاصة.

الفرض الثالث:

" لا يوجد ارتباط بين أهمية وجود ميثاق شرف إعلامي من جهة وتقييم واقع الحريات الإعلامية في مصر من جهة ثانية ". للتحقق من هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط سبيرمان للرتب للتعرف على شدة واتجاه الارتباط بين أهمية ميثاق الشرف الإعلامي لضبط قواعد وأخلاقيات الممارسة الإعلامية (غير مهم، مهم إلى حد ما، مهم جداً) من جهة وتقييمهم لحالة حرية الإعلام المصري حالياً (ضعيفة، مقبولة، جيدة، ممتازة) من جهة ثانية، وقد كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن النتيجة المبينة بالجدول الآتي:

جدول رقم (23)

معامل الارتباط بين أهمية ميثاق الشرف الإعلامي وتقييم حالة حرية الإعلام المصري

أهمية ميثاق الشرف			حالة حرية الإعلام
مهم جداً (%)	مهم إلى حد ما (%)	غير مهم (%)	
63.6	27.3	9.1	ضعيفة/ متدنية
69.8	28.3	1.9	مقبولة
65	28	7	جيدة
85.7	-	14.3	ممتازة
85	33	7	المجموع: ك %
68	26.4	5.6	

(R=0.212, p>0.05)

يكشف هذا الجدول عن أن أكثرية المبحوثين أفادوا بأن ميثاق الشرف الإعلامي "مهم جداً" بصرف النظر عن تقييمهم لحالة حرية الإعلام المصري أي ما إذا كانت هذه الحالة ضعيفة، أو مقبولة، أو جيدة أو ممتازة. ومن الواضح انخفاض نسبة الذين أفادوا بأن ميثاق الشرف الإعلامي "غير مهم" أيما كان تقييمهم لحالة حرية الإعلام المصري. وقد عكست ذلك قيمة معامل الارتباط بين أهمية ميثاق الشرف الإعلامي من جهة وتقييم حالة حرية الإعلام المصري من جهة ثانية (R=0.212, p>0.05)، أي أن الإعلاميين يرون أن ميثاق الشرف الإعلامي ذو أهمية بصرف النظر عن رؤيتهم لحالة حرية الإعلام المصري. وعلى هذا الأساس نقبل الفرض القائل بأنه: "لا يوجد ارتباط بين أهمية وجود ميثاق شرف إعلامي من جهة وتقييم واقع الحريات الإعلامية في مصر من جهة ثانية".

الفرض الرابع: " إن الاتجاه الإيجابي بشأن هيكلية الإعلام المصري حسب الدستور يزداد بفروق جوهرية لدى الإعلاميين الذين يتابعون تقارير رصد الممارسات الإعلامية المصرية مقارنة بالإعلاميين الذين لا يتابعون هذه التقارير".
للتحقق من هذا الفرض تم استخدام اختبار T (T. test) لرصد معنوية الفروق بين مجموعة الإعلاميين الذين يتابعون تقارير رصد الممارسات الإعلامية المصرية من جهة ومجموعة الإعلاميين الذين لا يتابعون هذه التقارير من جهة ثانية، وذلك من حيث متوسط الدرجة على مقياس الاتجاه نحو تنظيم الإعلام المصري حسب الدستور. وقد كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن النتيجة الموضحة بالجدول الآتي:

جدول رقم (24)

معنوية الفروق بين الإعلاميين الذين يتابعون تقارير رصد الممارسات الإعلامية ومجموعة الإعلاميين الذين لا يتابعون هذه التقارير من حيث الاتجاه نحو تنظيم الإعلام

متابعة تقارير الرصد	ن	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة T	الدلالة
نعم	94	53	9.1	0.2	0.8
لا	31	51.2	8.6		
المجموع	125	51.9	8.9		

من حيث متوسط الدرجة على مقياس الاتجاه نحو تنظيم الإعلام المصري حسب الدستور يتضح من هذا الجدول أن مجموعة الإعلاميين الذين يتابعون تقارير رصد الممارسات الإعلامية المصرية حققوا متوسطاً قدره (53) ، أما مجموعة الإعلاميين الذين لا يتابعون هذه التقارير فقد حققوا متوسطاً قدره (51.2) ، أي أن هناك تقارباً شديداً بين المجموعتين ، هذا التقارب يعني أن متابعة أو عدم تقارير رصد الممارسات الإعلامية المصرية لم تحدث تأثيراً جوهرياً في مجمل الاتجاه نحو تنظيم الإعلام المصري حسب الدستور (T= 0.2, p=0.8). فسواء كان الإعلاميون يتابعون هذه التقارير أو لا يتابعونها فإن لديهم اتجاهات متقاربة بشأن تنظيم الإعلام ، وبناء على ذلك نرفض الفرض القائل بأن " الاتجاه الإيجابي بشأن هيكلية الإعلام المصري حسب الدستور يزداد بفروق جوهريّة لدى الإعلاميين الذين يتابعون تقارير رصد الممارسات الإعلامية المصرية مقارنة بالإعلاميين الذين لا يتابعون هذه التقارير "

الفرض الخامس: " يوجد ارتباط طردي موجب بين الرضا عن المواد الدستورية التي تنظم الإعلام والاطلاع على هذه المواد". للتحقق من هذا الفرض تم استخدام معامل ارتباط "بيرسون" للتعرف على شدة واتجاه الارتباط بين الاطلاع على المواد الدستورية التي تنظم الإعلام المصري (نع م & لا) من جهة، والرضا عن هذه المواد (غير راضي، لم يحدد، راضي إلى حد ما، راضي تماماً) من جهة ثانية، وقد كشف التحليل الإحصائي للبيانات عن النتيجة المبينة بالجدول الآتي:

جدول رقم (25)

معامل الارتباط بين الاطلاع على المواد الدستورية التي تنظم الإعلام والرضا عن هذه المواد

الاطلاع على المواد الدستورية		الرضا عن المواد الدستورية
لا (%)	نعم (%)	
3	12	غير راضي
88	-	لم يحدد
9.1	69.6	راضي إلى حد ما
-	18.4	راضي تماماً
33	92	المجموع: ك
100	100	%

(R=0.48, p<0.001)

يتضح من هذا الجدول أن " جميع " الإعلاميين الراضين تماماً عن المواد الدستورية المنظمة للإعلام قد اطلعوا على تلك المواد. في الوقت نفسه، فإن "جميع" الذين لم يحددوا رأياً بشأن رضاهم عن المواد الدستورية لم يطلعوا هذه المواد. أما الذين أفادوا بأنهم راضون "إلى حد ما" عن تلك المواد فإن قرابة (70%) منهم طالعوها. أخيراً، فإن 12% من الإعلاميين غير الراضين عن المواد الدستورية قد اطلعوا على تلك المواد. لكن هذه النسبة منخفضة كما هو واضح مقارنة بنسبة الذين أفادوا بأنهم "راضون إلى حد ما" ، وكذلك الذين أفادوا بأنهم "راضون تماماً". أي أن الإعلاميين الذين اطلعوا على المواد الدستورية المعنية بالإعلام هم الأكثر رضاً عن هذه المواد، وقد عكس ذلك معامل الارتباط بين الاطلاع على تلك المواد من جهة والرضا عنها من جهة ثانية (R=0.48, p<0.001)، وبناءً على ذلك نقبل الفرض القائل بأنه "يوجد ارتباط طردي موجب بين الرضا عن المواد الدستورية التي تنظم الإعلام والاطلاع على هذه المواد".

خلاصة الدراسة ومناقشة النتائج:

توضح هذه الدراسة أن إعادة هيكلة الإعلام المصري حسب دستور 2014 تشكل قيمة مضافة للإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية الحكومية والحزبية والمستقلة على السواء، لقد تبين عدم وجود فروق جوهرية بين هذه الفئات الثلاث من حيث الاتجاه نحو إعادة تنظيم الإعلام حسب دستور 2014 ، ولا توجد فروق جوهرية بين الإعلاميين في المؤسسات الحكومية والحزبية والمستقلة من حيث الاتجاه نحو طبيعة المناخ الإعلامي، وكذلك الممارسات المهنية في العمل الإعلامي بعد 30 يونيو. أما عن الاتجاه نحو المجلس الوطني للإعلام تحديداً، فقد تبين من

هذه الدراسة أن قرابة تسعين بالمائة من العينة عبرت عن اتجاه إيجابي بدرجة أو بأخرى، أما النسبة الباقية فقد عبرت إما عن اتجاه محايد، أو عن اتجاه سلبي (معارضة إنشاء المجلس الوطني للإعلام)، ويعني ذلك أن (تأييد) المجلس الوطني للإعلام، إنما هو تأييد نسبي (غير مطلق)، وقد أكد بعض الإعلاميين عينة البحث أن مجرد وجود مجلس وطني للإعلام – وجوده بحد ذاته- يشكل تطوراً في مسيرة الإعلام المصري، وإن كانوا قد أكدوا في الوقت نفسه على أن قيمته الحقيقية ستحدد في ضوء فاعليته في ضبط وتنظيم الإعلام المصري والارتفاع بمستوى المؤسسات الإعلامية مهنياً وتقنياً ومادياً. وقد تجسد الاتجاه الإيجابي بصورة أكثر وضوحاً في التعبير عن أن المجلس الوطني للإعلام إنما هو إبداع أكثر منه تقليد في إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري، وأنه سيكون له تأثير إيجابي على الإعلاميين كما سيكون محل ثقتهم خاصة في ظل المناخ السائد الذي في ميسس الحاجة إلى كيان تنظيمي قوي، وأن المجلس الوطني للإعلام قد ارتكز على الواقع المصري بالاستفادة من التجارب الأجنبية في هذا الخصوص. وفي ضوء نتائج هذه الدراسة، فإنه إذا كان الاتجاه الغالب نحو المجلس الوطني للإعلام هو اتجاه إيجابي، فإن الذين عبروا عن هذا الاتجاه لا يختلف عددهم باختلاف النوع أو السن أو التعليم أو الوسيلة مجال العمل أو عضوية الأحزاب السياسية أو الخبرة في مجال العمل، فهذه الصفة (الإيجابية) تتخذ صفة العمومية بصرف النظر عن الاختلافات بين الإعلاميين من حيث هذه المتغيرات.

هذه النتيجة لا تنفصل عن تفاعل الإعلاميين مع معطيات الممارسة الإعلامية سواء في الحدود التي تقصتها هذه الدراسة أو غيرها من العوامل مثل الخبرة المباشرة، والتعامل اليومي مع الواقع، وخبرة الضغوط. غير أنه من منظور أهمية متابعة الإعلاميين لتقارير رصد أداء الإعلام المصري، فقد تبين أن معظم الإعلاميين عينة البحث قد تابعوا تقارير الممارسة الإعلامية التي ترصد أجواء الإعلامي في مصر، ولا تختلف متابعة هذه التقارير باختلاف المتغيرات المهنية ممثلة في الوسيلة مجال العمل، عضوية الأحزاب السياسية، الخبرة في مجال العمل، أي أن متابعة التقارير التي ترصد أجواء الإعلام في مصر، إنما هي سلوك عام من الإعلاميين الذين شملتهم الدراسة الحالية، فالإعلاميون الذين يعملون في الوسائل الحكومية مثلاً لا يختلفون من حيث مطالعة تقارير رصد أجواء الإعلامي عن العاملين في الوسائل الحزبية أو الوسائل المستقلة أو الوسائل الحكومية. ومع التسليم بأهمية – بل وضرورة- أن يتابع الإعلاميون تقارير رصد أجواء الإعلامي في مصر، إلا أن هذه المتابعة ليست العامل الوحيد الذي يفسر الاتجاه نحو إعادة هيكلة الإعلام المصري حسب الدستور، حيث عدم وجود فروق جوهرية بين الإعلاميين الذين

يتابعون تقارير رصد الممارسات الإعلامية المصرية والإعلاميين الذين لا يتابعون هذه التقارير من حيث الاتجاه الإيجابي نحو إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصري. هذا يعني أن هناك (عوامل أخرى) تفسر هذا الاتجاه، قد تتمثل هذه العوامل في الخبرة المباشرة، والتعامل اليومي مع الواقع، وخبرة الضغوط.

وإذا كانت موثيق الشرف الإعلامية تشكل مرتكزاً أساسياً للحرية والمسئولية، فقد كشفت هذه الدراسة عن أن الطابع الإيجابي هو الغالب على الاتجاه نحو ميثاق الشرف الإعلامي، كما لا توجد علاقة بين الأهمية المدركة لميثاق الشرف الإعلامي من جهة ومتغير الوسيلة، ومتغير الخبرة في العمل من جهة ثانية، وإن كانت هذه الأهمية تتأثر بعضوية الأحزاب السياسية. في الوقت نفسه لا توجد علاقة بين أهمية وجود ميثاق شرف إعلامي من جهة وتقييم واقع الحريات الإعلامية في مصر من جهة أخرى. أما فيما يخص حالة الحريات الإعلامية في مصر، فقد خلصت نتائج الدراسة محدودية التطرف في التقييم الإيجابي والتقييم السلبي لواقع هذه الحريات، بمعنى انخفاض نسبة الإعلاميين الذين عبروا عن تقييم إيجابي جداً وكذلك الذين عبروا عن تقييم سلبي جداً بشأن حالة الحريات الإعلامية في مصر بعد ثورة 30 يونيو، وقد أفادت أكثرية العينة (42.4%) بأن هذه الحالة مقبولة، أي أنها ليست سيئة وليست جيدة أو ممتازة، وترتفع نسبة التقييم الإيجابي لحالة الحريات الإعلامية بين العاملين في الوسائل الحكومية مقارنة بالعاملين في الوسائل الحزبية والوسائل المستقلة..

من النتائج المهمة التي كشفت عنها الدراسة أيضاً أن الرضا عن الممارسات المهنية يزداد كلما زاد الإدراك الإيجابي للمناخ العام للممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو، وقد عبر قرابة نصف العينة عن إيجابية المناخ العام للممارسة الإعلامية في مصر بعد ثورة 30 يونيو، كما عبر قرابة ثلث العينة عن اتجاه سالب، في حين عبر قرابة (20%) عن اتجاه محايد. وإذا كان ذلك فيما يخص (مناخ الممارسة الإعلامية في مصر)، إلا أن الأمر يختلف بشأن واقع الممارسة الإعلامية بعد ثورة 30 يونيو حيث تبين الانخفاض الواضح للذين عبروا عن اتجاه إيجابي، خاصة فيما يتعلق بالمرتبات والأجور، ولا توجد علاقة بين طبيعة الاتجاه نحو واقع الممارسة الإعلامية من جهة وأي من متغيرات التعليم وعضوية الأحزاب السياسية ومدة الخبرة في مجال العمل من جهة ثانية، في حين توجد علاقة بين طبيعة الاتجاه نحو واقع الممارسة الإعلامية ومتغيرات السن والوسيلة مجال العمل على النحو الذي أوضحتها الدراسة.

وعلى الرغم من أن قرابة ثلاثة أرباع الإعلاميين عينة البحث قد اطلعوا على المواد الدستورية التي تنظم الإعلام في مصر، إلا أن الذين لم يطلعوها (كنصوص) أفادوا أنهم يتابعون النقاش الدائر حولها تأييداً أو معارضة، ولا توجد علاقة بين مطالعة مواد الدستور المعنية بتنظيم الإعلام من جهة والمتغيرات المهنية ممثلة في الوسيلة وعضوية الأحزاب والخبرة في العمل من جهة ثانية، وقد عبر قرابة تسعين بالمائة من الإعلاميين عينة البحث عن رضائهم عن المواد الدستورية المعنية بتنظيم الإعلام، ولا توجد علاقة بين الرضا عن مواد الدستور المعنية بالإعلام من جهة وكل من عضوية الأحزاب السياسية ومدة الخبرة في مجال العمل من جهة ثانية في حين توجد علاقة بين الرضا عن هذه المواد ومتغير الوسيلة مجال العمل، كما أن الرضا عن المواد الدستورية التي تنظم الإعلام يزداد لدى الإعلاميين الذين اطلعوا على تلك المواد مقارنة بالذين لم يطلعوا عليها.

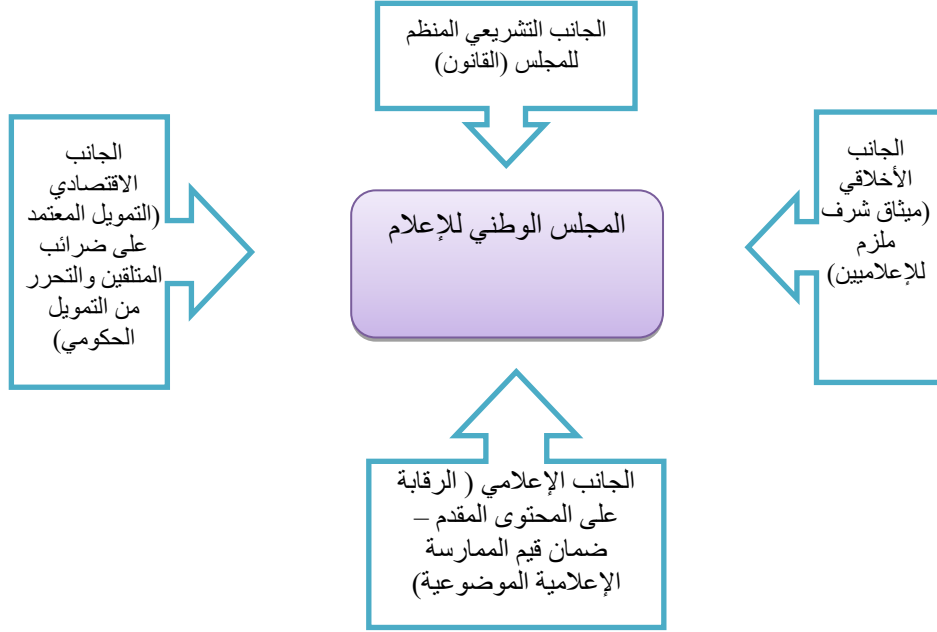
ومن أبرز النتائج ذات الدلالة تلك المتعلقة بالضغوط المهنية (Job Stress)، فقد تبين أن نصف الإعلاميين عينة البحث يعانون من الضغوط في العمل الإعلامي، ويُعد ذلك مؤشراً على ارتفاع الضغوط، خاصة وأن نسبة القائمين بأنهم يقعون تحت طائلة الضغوط لا تختلف باختلاف أي من المتغيرات المهنية، أي أنها تتخذ صفة العمومية، وتأتي الضغوط الناجمة عن عدم كفاية المرتبات في المرتبة الأولى، بمعنى أن عدم كفاية الدخل المالي يشكل عامل الضغط الأول على الإعلاميين، ومن أهم الضغوط أيضاً القيود المفروضة على المعلومات وصعوبة الحصول عليها في الكثير من الأحيان، وقد تكون هذه القيود بصفة رسمية أو غير رسمية، كما أن صعوبة الحصول على المعلومات قد تكون ناتجة عن قصد أو ناتجة عن إهمال من جانب المسؤولين عن إتاحة تلك المعلومات للإعلاميين. ومن الضغوط التي يقع الإعلاميون تحت طائلتها أيضاً عدم تفعيل التشريعات التي تنظم العمل الإعلامي وكذلك عدم تفعيل ميثاق أخلاقي لهذا العمل باعتبار أن عدم تفعيل التشريعات والمواثيق يجعلها غير ذات قيمة حقيقية. ومن الضغوط كذلك تعرض الإعلاميين للمساءلة القانونية والمحاكمات والاضطهاد الأمني بسبب عملهم، وكذلك تعرضهم للمخاطر وانتهاك حقوقهم.

خاتمة: عناصر نموذج مقترح للتطوير:

في نهاية هذه الدراسة وما توصلت إليه من نتائج، وبالاستفادة من التجارب الدولية في تنظيم إعلام الخدمة العامة (تمت الإشارة إلى تلك النماذج في الدراسات السابقة)، ومن واقع قانون المجلس الوطني للإعلام بمصر والتشريعات الإعلامية المفصلة له، وفي ضوء خصائص الواقع الإعلامي في مصر، تقترح الدراسة نموذجاً

مبسّطاً لتدعيم وتطوير مهام المجلس ووظائفه وتمكينه من ضبط مسار الإعلام المصري باستمرار. تتلخص عناصر هذا النموذج في أربعة جوانب أساسية يوضحها هذا الشكل:

رسم توضيحي لبنية النموذج المقترح لتطوير ودعم المجلس الوطني للإعلام بمصر:



وتتمثل توضيحات هذا الشكل فيما يلي:

- تقييم قانون المجلس الوطني للإعلام في ضوء التطبيق ، وتطوير هذا القانون إذا اقتضى الأمر .
- التمسك بتنفيذ القوانين التي يختص بها المجلس بحيث تتأسس رؤية ورسالة وقيم مؤسسية تحكم يلتزم بها أعضاء المجلس

2-الجانب الإعلامي:

- أن يتسع نطاق إشراف المجلس بحيث يشمل إصدار التراخيص الإعلامية لكل الوسائط والخدمات الإعلامية التي قد تظهر خاصة في ضوء تطور وسائل وممارسات الاتصال.
- أن يكون للمجلس موقف صارم وواضح بشأن أي عقبة تواجه الصحفيين والإعلاميين في سياق عملهم أو بسببه .

- أن يسعى المجلس إلى إثراء وتطوير الإعلام المصري (من ذلك على سبيل المثال طرح باقات لخدمات إخبارية مدفوعة مثل باقات البى بى سي وغيرها).
- أن يتولى المجلس وضع وتنفيذ إجراءات تضمن ضبط كافة محتويات وسائل الإعلام بحيث تكون حسب المعايير المقررة في القانون دون التدخل قبل البث.
- أن يضع المجلس ضوابط عملية تضمن حرية تناول الإعلامي والاستقلالية والشفافية والحياد وعدم المحاباة للنظام السياسي أو السلطة التنفيذية .
- أن يفتح المجلس باستمرار على واقع الإعلام في الدول المختلفة ويعمل على تطوير برامج التبادل الثقافي بما ينسجم مع هوية مصر وخصوصيتها الثقافية .
- أن يضع المجلس برامج مستمرة لتثقيف الإعلاميين وتنمية مهاراتهم وتدريبهم وتوعيتهم بمفاهيم السلام والعدالة والتنوع وحقوق الإنسان وثقافة قبول الآخر والرأي الآخر، وأن يتعاون مع وسائل الإعلام المصرية ذات الثقل في توسيع مجال المشاركة التفاعلية والقضايا العامة التي تفسح مجالاً واسعاً للأفكار الجديدة والآراء المغايرة والرؤى الشعبية بشمول يغطي كل المجالات والقطاعات، مع ضمان تنوع المضامين الإعلامية، ومشاركة الجمهور في الرسائل الإعلامية لتحقيق ديمقراطية الاتصال.

3- الجانب الاقتصادي والتمويل :

- الاعتماد في التمويل على نظام الخدمة العامة بحيث يتحرر الإعلام من قبضة السلطة التنفيذية ليتحول إلى الضرائب المأخوذة من المتلقين بنظام الخدمة المدفوعة بجانب مصادر التمويل الأخرى في حدود القانون والضوابط المهنية .

4- الجانب الأخلاقي :

- مع التسليم بضرورة ميثاق الشرف الأخلاقي، إلا أنه من الضروري وجود الإجراءات القانونية التي تضمن تنفيذ المعايير الأخلاقية في كل ما يقدم بوسائل الإعلام المصرية حفظاً للهوية من جهة والانفتاح على العالم من جهة ثانية
- إلزام وسائل الإعلام بالارتقاء بالمستوى الأخلاقي ومراعاة الأخلاقيات العامة والحفاظ على الخصوصية الثقافية والدينية للمجتمع بما في ذلك الحفاظ على الوحدة الوطنية والسلم المجتمعي ومشاركة وسائل الإعلام في التنمية الحقيقية بأبعادها المختلفة.

مراجع الدراسة:

- 1-بسيوني حمادة، "مستقبل النظام الإعلام في مصر بعد الثورة"، في "حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر"" تحرير:بسيوني حمادة،ط1،(القاهرة:عالم الكتب،2013)، ص ص 15-55.
- 2-صابر حارص محمد،"حول مستقبل الصحافة المصرية بعد ثورة 25 يناير"، في "حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر"" تحرير:بسيوني حمادة،ط1،(القاهرة:عالم الكتب،2013)، ص ص56-71.
- 3-على بلال،"مصداقية بحوث الجمهور:خطوة أساسية نحو تليفزيون أكثر تطوراً وتنوعاً وديمقراطية في مصر"، في "حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر"" تحرير:بسيوني حمادة،ط1،(القاهرة:عالم الكتب،2013)، ص ص150-155.
- 4-Ruper, Verica & Pesic, Milici، ترجمة : الاميرة سماح فرج، في "حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر"" تحرير:بسيوني حمادة،ط1،(القاهرة:عالم الكتب،2013)، ص ص156-172.
- 5- Phelan, Sean."[Media Democracy and the Paradoxes of Neoliberalization](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 23, 2012.
- 6-Coman, Mihai,"When Saying Means Not Doing: Journalists Fight for Imposing Their Power on Media and Politics", paper presented at the international conference held in Cairo in March,13-15,2011.
- 7- Sakr,Naomi," Democratization of Egyptian State – Owned Media", paper presented at the international conference held in Cairo in March,13-15,2011.
- 8- Lukosiunas,Marius,"UNESCO's Media Development Indicators Framework", paper presented at the international conference held in Cairo in March,13-15,2011.
- 9- McCann, Kim."[Normative and Pragmatic Approach to Media Contribution in Democracy: The Analysis of Critical and Expressive Dimensions of Media Diversity](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott, Chicago, IL, May 21, 2009.
- 10- Rittenberg, Jason., Tewksbury, David. and Casey, Shanna."[Media Preferences and Democracy: Refining the 'Relative Entertainment Preference' Hypothesis](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott, Chicago, IL, May 20, 2009.
- 11- McCann, Kim."[Public Interest, Media Diversity, and the Meaning of Media Democracy: Integrated Paradigm of Media](#)

[Diversity](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Montreal, Quebec, Canada, May 21, 2008.

- 12- McCann, Kim. "Media toward the Ethical Dimension of Democratic Performance: Proposition of an Integrated Paradigm of Media Diversity" Paper presented at the annual meeting of the NCA 93rd Annual Convention, TBA, Chicago, IL, Nov 15, 2007.
- 13- Sarikakis, Katharine. and Rodriguez-Amat, Joan Ramon. "[Towards a Critical Media Governance: Exploring the Change of Paradigm in Public Service Media](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014.
- 14- Hulten, Gunilla. "[A Vulnerable Diversity: Perspectives on Cultural Diversity Policies in Swedish Public Service Media](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014.
- 15- Hong, Yu. "[Between Corporate Development and Public Service: The Cultural System Reform in the Chinese Media Sector](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014 .
- 16- Plaisance, Patrick. "[Virtuous People Doing Noble Work: Professionalism and Public Service Among U.S. Media Exemplars](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Hilton Metropole Hotel, London, England, Jun 17, 2013.
- 17- Smith, Elizabeth ، "تحويل الإعلام المملوك للدولة إلى إعلام ديمقراطي في مصر" خارطة طريق لتحويل الإعلام الرسمي إلى خدمة بث عامة"، ترجمة: ياسين لاشين، وسارة خاطر، في "حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر" تحرير: بسيوني حمادة، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 2013)، ص ص 98-102.
- 18- Jain, Savyasaachi ، "كيفية التحول من وسائل الإعلام الحكومية إلى وسائل إعلام الخدمة العامة"، ترجمة: الاميرة سماح فرج، في "حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر" تحرير: بسيوني حمادة، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 2013)، ص ص 173-176.
- 19- رامى على، "الاعداد الإعلامي للأمة: تحويل البث الحكومي إلى بث لخدمة المواطن والمجتمع"، ترجمة: احمد صقر، في "حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر" تحرير: بسيوني حمادة، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 2013)، ص ص 177-185.

- 20-Barnett, Steven," Broadcasting in the Public Interest: From State Control to Public Service", Paper presented at the international conference held in Cairo in March,30-31,2011.
- 21- Horsti, Karina. and Hultén, Gunilla. "[Diverse Directions: Managing Diversity Media Policy in Finnish and Swedish Public Service Broadcasting](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott, Chicago,IL, May20,2009 Online at:http://citation.allacademic.com/meta/p297572_index.html>
- 22- Park, Namsu."[Challenge of the Public Service Broadcasting to New Media Era: The Case of Korean Broadcasting System \(KBS\)](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, San Francisco, CA, May 24, 2007.
- 23- Reilly, Katherine. "Media and Multilateralism in Latin America: How the International Matters to Domestic Media Reform" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014.
- 24-بسيوني حمادة ، مرجع سابق.
- 25-امانى فهمى، ابي مدحت،"إصلاح الإعلام المصري بعد ثورة 25 يناير"،"حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر"" تحرير:بسيوني حمادة،ط1،(القاهرة:عالم الكتب،2013)، ص ص103-118.
- 26- محرز حسين غالى،"نحو رؤية بديلة لانماط ملكية الصحف القومية في مصر"، "في"حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر"" تحرير:بسيوني حمادة،ط1،(القاهرة:عالم الكتب،2013)، ص ص78-97.
- 27-Buckley,Steve، "تنمية الإعلام الإذاعي المستقل والمتعدد"،ترجمة:بسيوني حمادة، أمل السيد حمادة،"، في"حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر"" تحرير:بسيوني حمادة،ط1،(القاهرة:عالم الكتب،2013)، ص ص211-214.
- 28- Klinger, Ulrike. "Manufacturing Media Reforms: Towards a Model of Corporate Influence on Media Policy-Making" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, May 25, 2011.
- 29- Steyn, Elanie. andSteyn, Derik."[Aligning media organizations with environmental changes: The role of strategic action as a managerial competency in South Africa' s mainstream media newsrooms](#)" Paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Sheraton Boston, Boston, MA, Aug 05, 2009.

- 30- Chung, Jae Eun. "Political Economy of Media Reform in Taiwan and South Korea in the 1990s: With a Focus on the Development of Cable Television" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Montreal, Quebec, Canada, May 22, 2008.
- 31- Rohlinger, Deana. "Navigating the Minefield: The Effects of Competition, Opposition, and Social Movement Organization Media Strategies on Media Coverage Outcomes in the Abortion Debate" Paper presented at the annual meeting of the American Sociological Association, Marriott Hotel, Loews Philadelphia Hotel, Philadelphia, PA, Aug 12, 2005.
- 32- Mai, Li-Chuan Evelyn. "[Establishing a Corporate Cultural Model and Measurement of Media Organization](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton New York, New York City, 2005.
- 33- Hannah, Mark. "Media Reform in Argentina: A Case Study of International Influences on National Media Law" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Seattle Sheraton Hotel, Seattle, Washington, May 21, 2014.
- 34- Rhonda Jolly, "Media reform: in shallows and miseries ,Parliament of Australia", Department of Parliamentary Services, 2013.
- 35- Duncan, Jane, "أشكاليات التحول الإعلامي في جنوب إفريقيا"، ترجمة: نرمين خضر، حياة بدر ، 1 في "حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر" تحرير: بسيني حمادة، ط1، (القاهرة: عالم الكتب، 2013)، ص ص197-210.
- 36- Brooten, Lisa, " [The Right to Communicate in the Midst of Political Violence: Media Reform and Social Change in Thailand](#)" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, London, England, Jun 14, 2013 Online at: http://citation.allacademic.com/meta/p642090_index.html
- 37- Vaira Vīķe & Herta Däubler, "A free and pluralistic media to sustain European democracy", Article 11.2 of the Charter of Fundamental Rights of the European Union, 2013.
- 38- Noami hunt report of press freedom & media regulations in Zambia, freedom house , USA, (October 2010) .
- 39- Gehlbach, Scott. and Sonin, Konstantin "Government Control of the Media" Paper presented at the annual meeting of the APSA Annual Meeting, Hynes Convention Center, Boston, Massachusetts, 2008.

40- SIMEON DJANKOV& others WHO OWNS THE MEDIA, Journal of Law and Economics, vol. XLVI .The University of Chicago, ,(October 2003):

41-Christian S. Nissen,” Public service media in the information society”, Report prepared for the Council of Europe’s Group of Specialists on Public Service Broadcasting in the Information Society (MC-S-PSB),2006, pp.20-23.

* من واقع الاطلاع على قانون الإعلام الموحد.