

مجلة

بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط



دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة - العدد الرابع - يوليو / سبتمبر ٢٠١٤

ملخصات بحوث بلغات أجنبية:

- الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة
أ.د. سعيد لوصيف (جامعة الجزائر ٣) ... ص ٩
- مشكلات الحجاج وأنماط الاتصال في حج عام ١٤٣٤ هـ: دراسة في البيئة الاتصالية لحجاج مجموعة جمهورية مصر العربية
د. عثمان بن بكر قزاز (جامعة أم القرى) ... ص ١٣

البحوث العربية:

- شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي: دراسة ميدانية على عينة من جمهور سعيد مصر
د. محمد زين عبد الرحمن (جامعة بني سويف) ... ص ١٧
- فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية لجمعية الفجيرة الخيرية في دولة الإمارات العربية المتحدة
د. شعبان حسن حمادة الناصري (جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا) ... ص ٥٣
- دور أجهزة العلاقات العامة في إدارة الأزمات الداخلية بالوزارات المصرية: دراسة ميدانية
د. ماجدة عبد المنعم مخلوف (المعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال ب ٦ أكتوبر) ... ص ١٠١
- العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي
السيد عبد الرحمن علي (مجمع اللغة العربية بالقاهرة) ... ص ١٣٣
- سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الإعلام والاتصال قراءة في التمثلات والاستخدام والتملك
إسماعيل بن ديبلي (جامعة الجزائر ٣) ... ص ١٧١

ملخصات الرسائل العلمية:

- معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون المصري
دعاء أحمد محمد البنا (الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات) ... ص ١٨٧

(ISSN 2314-8721)
الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)
جميع الحقوق محفوظة ٢٠١٤ @ EPRA
www.cpra.org.eg

هيئة التحكيم العلمية للبحوث

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication - University of Vienna

أ.د/ منى سعيد الحديدي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون المتفرغ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ ياس خضير البياتي

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د/ انشراح الشال

أستاذ الإعلام المتفرغ بكلية الإعلام جامعة القاهرة (دكتوراه الدولة فى الآداب والعلوم الإنسانية من فرنسا)

أ.د/ حسن عماد مكايي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - عميد كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ نسمة يونس

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام بجامعة سيناء

أ.د/ سامي السيد عبد العزيز

أستاذ العلاقات العامة والاتصالات التسويقية المتفرغ - العميد السابق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ عبد الرحمن بن حمود العناد

أستاذ العلاقات العامة والإعلام بقسم الإعلام كلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ محمود يوسف مصطفى عبده

أستاذ العلاقات العامة ووكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د/ سامي عبد الرؤوف محمد طايح

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د/ بسيوني إبراهيم حمادة

أستاذ الإعلام السياسي والرأي العام بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
عميد شعبة الإعلام بالأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام ٦ أكتوبر

أ.د/ شريف درويش مصطفى اللبان

أستاذ الصحافة - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ حسن علي محمد علي

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة المنيا

أ.د/ عابدين الدردير الشريف

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د/ محمود حسن إسماعيل

أستاذ ورئيس قسم الإعلام وثقافة الأطفال - معهد الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس

أ.د/ حمدي حسن أبو العينين

أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام والألسن نائب رئيس جامعة مصر الدولية

أ.د/ عثمان بن محمد العربي

أستاذ العلاقات العامة والرئيس السابق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د/ وليد فتح الله مصطفى بركات

أستاذ الإذاعة والتلفزيون - كلية الإعلام جامعة القاهرة

أ.د/ تحسين منصور رشيد منصور

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام جامعة اليرموك - الأردن

أ.د/ محمد عبد الستار البخاري

بروفيسور متفرغ بقسم العلاقات العامة والدعاية، كلية الصحافة، جامعة ميرزة أولوغ بيك القومية الأوزبكية

أ.د/ علي قسايسية

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د/ رضوان بو جمعة

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

(JPRR.ME)

دورية علمية محكمة

العدد الرابع - يوليو / سبتمبر ٢٠١٤

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د/ حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د/ علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د/ سامي طايح

أستاذ العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة القاهرة

مساعدو التحرير

أ.د/ رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة

جامعة مصر الدولية

أ.م.د/ الصادق راجح

أستاذ الإعلام المشارك بالكلية الإماراتية الكندية
بالإمارات العربية المتحدة العميد الأسبق لكلية المعلومات
والعلاقات العامة بجامعة عجمان

د/ السيد عبد الرحمن علي

باحث (مدرس) بمجمع اللغة العربية بالقاهرة

المراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية

الجيزة - الدقي

بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

Www.epra.org.eg

Jpr@epra.org.eg

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة
للجمعية المصرية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأي وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوغرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-8723X)

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة على العنوان التالي:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Giza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - chairman@epra.org.eg

موقع ويب: www.epra.org.eg

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

التعريف بالمجلة :

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيم هذه الأبحاث من قبل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، وهي تابعة للجمعية المصرية للعلاقات العامة أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة.

- المجلة معتمدة ولها ترقيم دولي ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، ومصنفة من لجنة الترفقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تُقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تُقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترفقيات العلمية – وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية – الإنجليزية – الفرنسية) على أن يكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوب باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكون البحوث قد تم تقييمها من قبل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته ويراعى الكتابة ببنط Simplified Arabic (١٤) والعناوين الرئيسية والفرعية Bold.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.

- يقدم الباحث عدد (٢) نسخ مطبوعة من البحث ونسخة إلكترونية على CD مكتوبة بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية مختصره عنه.
- فى حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمى بقبول البحث للنشر. أما فى حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمى وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له فى أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديلاً بسيطاً فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال أسبوع من استلام ملاحظات التعديل وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالى أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ١٥ يوم من إرسال الملاحظات له.
- قيمة نشر البحث ٨٥٠ جنيه مصرى للمصريين من داخل مصر وللمصريين المقيمين بالخارج والأجانب ٤٥٠ \$.
- يتم رد مبلغ ٢٥٠ جنيه للباحثين من داخل مصر ورد مبلغ ١٣٠ \$ للباحثين المصريين المقيمين بالخارج والأجانب فى حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٥) صفحة A4- فى حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٢٠ جنيه مصرى للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب ٥ \$.
- يتم تقديم خصم خاص من قيمة النشر العلمى لعضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى بنسبة ١٠٪ ولأى عدد من المرات خلال العام.
- يُرسل للباحث عدد (٣) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٣) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٢٥٠ للمصريين ولغير المصريين ١٥٠ \$.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٣٥٠ جنيه للمصريين ولغير المصريين ١٨٠ \$.
- على أن لا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات. ويتم تقديم خصم ١٠٪ لمن يشترك فى عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة . ويتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولى.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين ٣٠٠ \$.
- يتم إرسال عدد (٣) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولى السريع. ويتم تقديم خصم ١٠٪ لمن يشترك فى عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة .
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه ومن خارج مصر ٣٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ٨٥٠ جنيه ومن خارج مصر ٤٥٠ \$ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أى دخل بها.
- ترسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الجمعية المصرية للعلاقات العامة- جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقى - بين السرايات - ٢ شارع أحمد الزيات، والإمیل المعتمد من الجمعية jpr@epra.org.eg بعد تسديد قيمة النشر وإرسال صورة الإيصال التى تفيد ذلك.

الافتتاحية

تتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام منذ بداية إصدارها في ديسمبر من العام ٢٠١٣م - ليصدر ثلاثة أعداد تضم أبحاثاً ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم. والآن نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال العدد الرابع من المجلة وهو يتضمن بحوثاً ورؤى علمية للأساتذة والمساعدات والمدرسين وكذلك لطلبة مرحلة الدكتوراه.

وباعتراف اللجنة العلمية (تخصص الإعلام) لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى أساتذة وأساتذة مساعدين بالمجلة بعد أن اطلعت على العدد الأول وتم تقييمها بنفس درجة المجالات العلمية لأقسام الإعلام في الجامعات المصرية؛ أتاحت مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط الفرصة للنشر العلمي بها كنافذة جديدة لنشر بحوث طلبة وطالبات مرحلة الدكتوراه - ولبحوث أعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ. ولكونها أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط. وجد الأساتذة الراغبون في تقديم انتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته الفرصة للنشر على نطاق العالم العربي وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وأيضاً من خلال موقعها الإلكتروني.

ففي البداية نجد دراسة باللغة الفرنسية قدمها الدكتور سعيد لوصيف أستاذ الإعلام بجامعة الجزائر ٣ عن: "الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة" حيث يوضح الباحث دور الثقة كأداة لتحليل وفهم العلاقات العامة باعتبارها مكوناً من مكونات رأس المال الاجتماعي، وفي توطيد وتقوية علاقات الثقة بين المؤسسة وأطرافها المعنية.

كما يتضمن العدد بحوثاً مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من شباب أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية من عدة دول مختلفة وهم: د. عثمان بن بكر قزاز من (المملكة العربية السعودية) الذي تقدم بورقة علمية باللغة الإنجليزية تناولت: "مشكلات الحجاج وأنماط الاتصال في حج عام ١٤٣٤هـ دراسة في البيئة الاتصالية لحجاج مجموعة جمهورية مصر العربية"، د. محمد زين عبد الرحمن من (مصر) في موضوع: "شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تفعيل الحراك السياسي: دراسة ميدانية علي عينة من جمهور صعيد مصر"، د. شعبان حسن حمادة الناصري من (العراق) حول: "فاعلية العلاقات العامة الإلكترونية لجمعية الفجيرة الخيرية في دولة الإمارات العربية المتحدة"، أما د. ماجدة عبد المنعم مخلوف من (مصر) فقدمت ورقة علمية حول: "دور أجهزة العلاقات العامة في إدارة الأزمات الداخلية بالوزارات المصرية: دراسة ميدانية".

وأخيراً تأتي البحوث المقدمة من الطلبة المسجلين لدرجة الدكتوراه لاستيفاء شرط النشر لبحثين من الرسالة قبل مناقشتها. والبحوث المقدمة للنشر في هذا العدد هي: "أثر الشائعات في الرأي العام في ضوء نظرية الفوضى الخلاقة" قدمها د. حاتم محمد عاطف من (مصر)، "سوسيولوجيا الاستخدامات وأطر مقاربتها في علوم الإعلام والاتصال قراءة في التمثلات والاستخدام والتملك"، للباحث إسماعيل بن ديبلي من دولة (الجزائر).

ومن (مصر) تقدم الباحث السيد عبد الرحمن علي بورقة علمية بعنوان: "العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي".

وللاستفادة من الرسائل العلمية تقدمت الباحثة دعاء أحمد محمد البنا من (مصر) لنشر ملخص دراستها للدكتوراه بعنوان: "معالجة مفهوم الوطنية في الدراما السياسية في التلفزيون المصري".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقاً للقواعد المتبعة للنشر العلمي في المجالات العلمية. أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقية للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجة الدكتوراه فتخضع جميعها للتحكيم من قبل الأساتذة المتخصصين.

وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

رئيس تحرير المجلة

أ.د/ علي عجوة

العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي⁽¹⁾

إعداد

السيد عبدالرحمن علي

باحث دكتوراه بكلية الإعلام – جامعة القاهرة

العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي

السيد عبد الرحمن علي

باحث دكتوراه بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

مقدمة:

إن أحد أهم ملامح الكون والحياة التي نعيش فيها هو حالة التغير والتحول التي تتشكل نتيجةً لحركة الحياة الدائبة المستمرة؛ فالقانون المسيطر على حركة الكون هو التغير^(١)، والتغير هو الثابت الوحيد في حياتنا^(٢)، وقد قال الفلاسفة قديماً: إن التغير هو قانون الوجود، وإن الاستقرار موت وعدم؛ ومن ثمَّ فإنَّ الإنسان يعيش في جماعات، والجماعات تسير وتتطور وتنمو، وتحكمها في كل ذلك عوامل ومتغيرات متعددة متداخلة، وترتبط بعضها ببعض شبكةً دقيقةً مترابطة من العلاقات المتداخلة، وتأخذ هذه العلاقات والصِّلات صورتها في شكل أفعال وأقوال واتصالات تؤثر وتتأثر بالنظم الفرعية للمجتمعات التي تنتمي إليها هذه الجماعات؛ كالنظام السياسي، والاقتصادي، والإعلامي، والاجتماعي... إلخ.

ويُلاحظ في هذا المقام أن هناك علاقةً عضويةً وطيدة بين الاقتصاد والسياسة والاتصال في كل مجتمع من هذه المجتمعات؛ حيث تعكس وسائل الإعلام طبيعة النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي السائد، وتعمل وفقاً لقوانينه، ولهذا فقد أصبحت وسائل الإعلام أدواتٍ ضروريةً لخدمة السوق في المجتمعات الرأسمالية^(٤). فقد أصبح الاقتصاد عصب الحياة، وبات يشكل القوى الفاعلة في التأثير في أجندة القنوات الفضائية المتخصصة وخططها البرمجية، بل يتحكم في خطابها الإعلامي ونشاطاتها الاتصالية^(٥).

ولأهمية هذه العلاقة فإنَّ هناك نظرية خالصة متأصلة للاقتصاد السياسي، والذي يعرفه أحد العلماء المتخصصين قائلاً: "إن الاقتصاد السياسي بالمعنى الضيق هو دراسة العلاقات الاجتماعية، وبشكل خاص علاقات السلطة، التي تمنح بشكل متبادل سلطة إنتاج الموارد وتوزيعها واستهلاكها، بما في ذلك موارد الاتصال"^(٦).

وقد ذهب البعض إلى القول بأن الأيديولوجية التي تتحكم في وسائل الإعلام المختلفة هي تتبع الأساس الاقتصادي لها؛ أي أن الاعتبارات الاقتصادية هي التي تتحكم في القرارات الخاصة بهذه الوسائل، وفي أدائها الإعلامي، والسياسي، وسياساتها، وتوجهاتها، ومعالجتها لمختلف القضايا، وأن من بين هذه الاعتبارات الاقتصادية كلاً من اعتبارات النشر وثبات النظام السياسي - الاقتصادي؛ حيث إنه كلما كان النشر أكبر كان الربح المادي أكثر، ولذا نجد اعتبارات النشر تقرر المضامين التي تُمرر أو التي لا تُمرر في وسائل الإعلام؛ حيث إن ارتباط وسائل الإعلام بالمولين ورجال الأعمال يحدد نوع المضامين وطريقة عرضها في وسائل الإعلام.

وعليه، فإن أصحاب هذا الرأي - وهم أتباع ومؤيدو نظرية الاقتصاد السياسي - ينظرون إلى وسائل الإعلام كشركة اقتصادية هدفها الربح فقط، ومن ثم فإن وسائل الإعلام تقرر بث مضامين محددة، بسبب اعتبارات لها فائدة اقتصادية؛ حيث إن وسائل الإعلام ترتبط ارتباطاً مباشراً بنمط ملكيتها ومصادر تمويلها. فمنظور الاقتصاد السياسي للاتصال يركز بشكل أساسي على القضايا البنوية الخاصة بوسائل الإعلام، مثل: ملكية وسائل الإعلام، وممارسات العمل، والأخلاق المهنية... إلخ، وكذلك وسائل إنتاج المواد الإعلامية لتلك الوسائل الإعلامية، ومن ثم للمجتمع بشكل عام^(٧).

ومن المؤكد أن التعامل مع المحتوى الإعلامي باعتباره سلعة يُروَّج لها في السوق، أي في الجمهور، هو الاتجاه السائد الآن في التعامل مع الإعلام، بسبب الفروق الشديدة في قدرات "الميديا" على تحريك الناس، وبسبب التقدم "التكنولوجي" الرهيب، وبسبب التوظيف السياسي القاسي للإعلام في غزو الآخر والتأثير فيه لكسب المعارك العسكرية والحضارية، وبسبب طغيان العامل الاقتصادي في العملية الإعلامية، حيث صار الربح وكسب الأموال هما الهدف البارز، كما صارت معه المؤسسات الإعلامية، وبالتالي الإذاعيون والصحفيون يعملون وكلاء، وربما عملاء لصاحب الرغبة في التسويق! وهي وضعية لا تمثل مصدراً للقلق على المستوى العلمي فحسب، بل تمثل قلقاً على المستوى الثقافي والاجتماعي العام، خوفاً من أن يصبح الإعلام أداة للبيع والشراء، ويصبح الجمهور البسيط سلعة تُباع وتُشتري في سوق المتحكمين في الاتصال^(٨).

وتشير دراسات الاقتصاد السياسي للإعلام إلى هذه الحقيقة، فالإعلام صناعة قبل أن يكون مهنة أو رسالة من أجل الاستنارة أو التغيير المجتمعي، فهو صناعة هدفها المال وزيادة المبيعات وتحقيق الربح، مثله في ذلك مثل صناعة السيارات، أو الكمبيوتر، أو غيرها من الصناعات - هدفه الربح وتعظيم العائد على الاستثمار، وهذا هو شأن القنوات الخاصة والإعلام الخاص في مصر، والذي يسمونه خطأ الإعلام المستقل، ودليل ذلك أنه مملوك لرأس المال الموالي للنظام، وكأنها صفقة بين طرفين، أحدهما يعظم ثروته عن طريق الاستثمار الاقتصادي، والثاني يعظم ثروته عن طريق الاستثمار السياسي، وكلاهما في أمس الحاجة إلى الثاني، ولا وجود لأحدهما في غياب الآخر ... هكذا تقول المدرسة النقدية للإعلام، وهكذا تشير دراسات الاقتصاد السياسي للإعلام^(٩).

أما بالنسبة لثبات (استقرار) النظام السياسي الاقتصادي - وفقاً لهذه النظرية - فإنه من الممكن أن يضمن عائداً اقتصادياً آمناً لأصحاب وسائل الإعلام؛ ومن ثم فإن هدف أصحاب وسائل الإعلام هو الحفاظ على الوضع السياسي القائم دون تغيير، إذ إن تعثر النظام السياسي وعدم ثباته سيؤثر بشكل سلبي في مصالحهم الاقتصادية، وبالتالي فإن مالكي وسائل الإعلام وأصحاب رؤوس الأموال يسعون للحفاظ على ثبات النظام السياسي واستقراره؛ حيث إنه من الطبيعي أن يمثل التمويل (العائد الاقتصادي) الشرط الداخلي الأساسي للنظام، فمعظم مكونات النظام عبارة عن عناصر وظيفية يحرك المال أفرادها، ولكي يحصلوا على المال فإنهم يعتمدون جميعاً في النهاية على أكثر العناصر أهمية وهو الجمهور، وإذا لم تكن قراراتهم لصالح الاهتمام بالجمهور فإن النظام قد يعاني من "إجهاد" شديد وبنهار في النهاية، وقد يؤدي أي تغيير "درامي" في سلوك الجمهور إلى حدوث انفصام شديد في نظام أية وسيلة إعلامية، وهذا

الانفصام غير شائع ولكنه يحدث فعلاً. ويكمن مفتاح التخلص من التغيرات الدرامية في سلوك الجمهور في تقديم المحتوى الترفيهي الذي يشبع ويثير أكبر عدد ممكن من أفراد الجمهور لكي يقوموا بدورهم وفقاً لاحتياجات النظام، وبمعنى آخر يحافظ هذا المحتوى على استقرار النظام^(١٠).

كما أنه يتعين ملاحظة أن نظم الاتصال الوطنية لا تضم وسائل اتصال جماهيرية فقط، بل تضم أيضاً إعلاميين لهم توجهات وأفكارٌ سياسية مختلفة، وأحياناً متصارعة، وهؤلاء يلعبون أدواراً مختلفة في عملية التحول الديمقراطي؛ فالبعض منهم يظل على ولائه للنظم غير الديمقراطية ومؤيداً لبقائها، وبعضهم يطالب بالتغيير نحو الديمقراطية، ويبقى فريق ثالث بعيداً عن هذا الصراع. وبالطبع يعبر هذا الاختلاف في المواقف عن حالة مختلفة عن الحالة التي كانت قائمة من قبل، وكانت السلطة السياسية تحرّم وتجرم فيه أي تباين في الآراء والاتجاهات^(١١)، وفي ظل هذا الجدل يظهر العديد من التعقيدات والتناقضات بين المطالبة بالإصلاح الديمقراطي والعجز عن إنجازه بالفعل، وبين الرغبة في التغيير ووجود قوى تقليدية راسخة تستخدم سطوتها لدعم واستمرار الواقع المملوء بالتناقض حمايةً لمصالحها، وبين الجيل القديم والجيل الجديد، وبين التقليدي والحديث، والموروث والوافد^(١٢).

ويُعدُّ التحول الديمقراطي من الموضوعات المهمة التي شغلت اهتمام العديد من الباحثين والمفكرين السياسيين منذ الربع الأخير من القرن العشرين حتى الآن، وقد تعددت الدراسات والبحوث والكتب التي حاولت دراسة هذه الظاهرة، سواء على مستوى العالم ككل أو على مستوى مناطق معينة من العالم شهدت محاولات للتحول الديمقراطي أو في نطاق بعض الدول التي بدأت فيها إرهابات أولية للتحول الديمقراطي^(١٣).

ومن ثمّ، فإن الباحثين في مجال الإعلام والاتصال السياسي يؤكدون - في هذا الصدد - على أن التحول الديمقراطي في مجتمع من المجتمعات يستلزم وجود وسائل إعلامية فعالة وقوية، بحيث تكون قادرة على تعقب الفساد، وطرح النقد البناء للسياسات الحكومية، وتسهيل الضوء على القضايا والتحديات المصيرية في المجتمع، فضلاً عن تعبئة الرأي العام وصقل خبراته الديمقراطية عبر الزمن^(١٤).

وحيث إن مصر تمرُّ بظروف بالغة الحساسية، أصبح تحقيق التحول الديمقراطي مطلباً من المطالب الأساسية المطروحة على الساحة السياسية في مصر، مما يستوجب على الباحثين القيام بإجراء العديد من الدراسات والبحوث العلمية لإعادة استكشاف العلاقة بين الاقتصاد والسياسة والاتصال. ومن هنا، كان اهتمام الباحث بدراسة العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من عدة اعتبارات ومبررات من أهمها:

- أن مصر الثورة بدأت أولى خطواتها نحو التحول الديمقراطي، وإن كانت متعثرة، حيث إنها تتقدم خطوة ويراها الآخر تراجعاً، ومن جانبها تمارس وسائل الإعلام دورين أساسيين، أحدهما أنها في حد ذاتها أحد عناصر التحول الديمقراطي، والثاني أنها عامل مساعد لعمليات التحول ذاته، والتي تنطوي على طابع سياسي واجتماعي واقتصادي... إلخ. ومن ثم، فإن هذا البحث يرتبط بمعرفة ماهية

العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي.

- محاولة اختبار مدى صحة فروض بعض المداخل النظرية في المجتمعات العربية بشكل عام وفي المجتمع المصري بشكل خاص، وسيكون مدخل الاقتصاد السياسي للاتصال هو المعنى بالدراسة في هذا الصدد.
- يُعدُّ التحول الديمقراطي وقضاياها من أبرز الموضوعات المطروحة على الساحة السياسية والإعلامية في الوقت الراهن، ومن ثم فينبغي التعرف على أهم هذه القضايا.
- الإسهام في معالجة النقاط البحثية التي يتضمنها فرع التخصص والتي تحتاج إلى المزيد من البحوث والدراسات الجادة والمتنوعة.
- أهمية موضوع الدراسة باعتباره من الموضوعات ذات الطبيعة الجماهيرية من جهة والأكاديمية من جهة أخرى، فهو من جهة في قائمة اهتمامات الجماهير المصرية والعربية - والعالمية أيضًا - لاسيما في الفترة الأخيرة، وهو من الموضوعات التي تثير كثيرًا من النقاش العلمي من جهة أخرى.
- أهمية توقيت إجراء الدراسة، حيث تم إجراؤها تزامنًا مع الأحداث الخاصة بقضايا التحول الديمقراطي.
- الزخم الإعلامي الذي أحاط بعملية التحول الديمقراطي في مصر، والذي اكتسب بعدًا عالميًا أبرزته وسائل الإعلام المختلفة.

الدراسات السابقة:

قام الباحث في بادئ أمره - وقبل شروعه في إجراء هذا البحث - بعمل مسح للدراسات والبحوث العلمية السابقة التي تناولت أو اقتربت من تناول موضوع "المعالجة الإعلامية لقضايا التحول الديمقراطي في ضوء تحليل الخطاب الإعلامي"، وقد كشف هذا المسح محدودية الدراسات والبحوث العلمية التي اهتمت به بشكل مباشر، وأنه لا توجد دراسات تناولت هذا الموضوع على وجه التحديد؛ مما دفع الباحث إلى الخوض في هذا المجال البحثي.

وقد استفاد الباحث بصفة عامة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة البحث، والتعرف على الكثير من أبعاد الإطار النظري، كما استفاد من المناهج العلمية المتبعة في هذه الدراسات، والنتائج التي توصلت إليها، وقد قسم الباحث الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور أساسية، هي كالتالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت العلاقة بين الاقتصاد والسياسة والإعلام.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت ملكية وسائل الإعلام.

المحور الثالث: الدراسات التي تناولت معالجة وسائل الإعلام لقضايا التحول الديمقراطي.

ويمكن تناول هذه الدراسات بشيء من التفصيل على النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت العلاقة بين الاقتصاد والسياسة والإعلام.

بالبحث في قواعد بيانات المكتبات العربية والأجنبية وعلى شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) يمكن ملاحظة الوفرة النسبية للدراسات الأجنبية وندرة الدراسات العربية التي تناولت مدخل الاقتصاد السياسي للاتصال، ويمكن عرض هذه الدراسات على الوجه التالي:

أ) الدراسات العربية:

بصفة عامة، تنوعت وجهات نظر الدارسين والباحثين في الدراسات العربية التي تناولت المدخل الاقتصادي السياسي للاتصال أو العلاقة بين وسائل الإعلام والاقتصاد والسلطة السياسية، فمن الدراسات التي تناولت أو أشارت إلى هذا المدخل دراسة "ثريا البدوي"، ٢٠٠٥^(١٥)، حيث استندت هذه الدراسة إلى ثلاثة نماذج رئيسية، هي: نموذج العلوم الاجتماعية، والنموذج التفسيري، والنموذج النقدي؛ ومن ثم تناولت هذه الدراسة - في إطار هذا النموذج - مدخل الاقتصاد السياسي.

أما الدراسات التي تناولت العلاقة بين المؤسسات الإعلامية والاقتصادية والسياسية في المجتمع فمنها دراسات "سامي طابع، ٢٠٠٠^(١٦)، و"شيم محمد، ٢٠٠٥^(١٧)، فقد تناولت الدراسة الأولى أهم التطورات التي مرت بها بحوث الإعلام منذ مطلع القرن العشرين، وقد خلصت الدراسة إلى أن المرحلة الأولى من هذه التطورات بدأت مع بدء ظهور اهتمام علماء الاجتماع بوسائل الإعلام منذ مطلع القرن العشرين، وانتهت مع نهاية العقد الثالث من هذا القرن، وقد بدأت المرحلة الثانية من عام ١٩٤٠م حتى بداية عام ١٩٦٠م، أما المرحلة الثالثة فقد بدأت منذ أوائل عام ١٩٦٠م، وتستمر حتى الوقت الحاضر، وشهدت البحوث الإعلامية خلالها العديد من التغيرات، فلم تعد البحوث الإعلامية تركز على تأثيرات وسائل الإعلام في المدى القصير، ولكن أصبح التركيز على موضوعات أكثر شمولية تتعلق بعلاقة المؤسسات الإعلامية مع غيرها من المؤسسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية في المجتمع.

أما الدراسة الثانية فقد توصلت إلى وجود ارتباط بين مسار ظاهرة الصحافة الحزبية في التجربة الأولى بعوامل سياسية واقتصادية ومجتمعية، كما أكدت الدراسة أن هناك العديد من المعوقات التي تقف في وجه الصحف الحزبية، لعل أكثرها خطورة العوامل الاقتصادية والسياسية.

ب) الدراسات الأجنبية:

تنوعت أيضاً وجهات نظر الدارسين والباحثين في الدراسات الأجنبية التي تناولت مدخل الاقتصاد السياسي للاتصال، فهي متعددة ومتشعبة في مجالات مختلفة، ومن هذه الدراسات "Robin Mansell، ٢٠٠٣^(١٨)، و"Vincent Mosco، ٢٠٠٨^(١٩)، و"Fei. Shen، ٢٠٠٩^(٢٠)، و"Carlos Pereira، ٢٠٠٩^(٢١)، و"Hanlong Fu، ٢٠١١^(٢٢).

فقد أوضحت دراسة "Robin Mansell، ٢٠٠٣" أنه على الرغم من الرؤى المستخلصة من الدراسات المختلفة من كل وجهات النظر المفضلة للعلوم الاجتماعية حول وسائل الإعلام الجديدة، إلا أنه ليس هناك سوى صورة مجتزأة للطريقة التي يتم بها تشكيل خبرتنا حول الوسائط التكنولوجية، ويشير الإهمال النسبي لتحليل الاقتصاد السياسي في الدراسات التي أجريت حول هذه الوسائل إلى أن "الديناميكيات" الاجتماعية والاقتصادية الشاملة الخاصة بإنتاج هذه الوسائل واستهلاكها لا تزال من الموضوعات

المتضاربة الشائكة، وقد أسهمت الزيادة في عدد الدراسات التي تناولت إمكانية استخدام تطبيقات هذه الوسائل ومحتواها في نمو الدراسات الملمة بعلم الاجتماع الخاصة بهذه الوسائل، وقد أدى ذلك في السنوات الأخيرة إلى الاتجاه نحو فهم تطورات هذه الوسائل من منظور الاقتصاد السياسي.

وتعالج دراسة "Vincent Mosco، ٢٠٠٨" خمسة اتجاهات رئيسية في منظور الاقتصاد السياسي للاتصال: عولمة المجال، والتوسع في التركيز الدائم على إجراء البحوث التاريخية، ونمو الأبحاث القائمة على وجهات النظر البديلة، والتحول من التركيز على وسائل الإعلام التقليدية إلى الحديثة، ونمو الأنشطة المتصلة بتعاليم الاقتصاد السياسي، وأشارت الدراسة إلى أنه منذ منتصف التسعينيات وحتى وقتنا هذا، يتواصل اتجاه الدراسات نحو متابعة التحليل التاريخي من منظور الاقتصاد السياسي، والأهم من ذلك أنه خرج من هذا الاتجاه أكثر الأشكال التقليدية للتحليل التاريخي في الدراسات الاتصالية.

ومن جانبها تشير دراسة "Carlos Pereira، ٢٠٠٩" إلى أن الاقتصاد السياسي قد أسهم بشكل كبير في الدراسات الخاصة بوسائل الإعلام، وذلك من خلال الكشف عن كيفية عمل العمليات الاجتماعية والضغط المؤسسية، وأسهم الاقتصاد السياسي كذلك في جعل عملية الاتصال سهلة المنال وقابلة للتداول لعدد أكبر من المشاهدين.

وحاولت دراسة "Fei. Shen، ٢٠٠٩" أن تبرهن أن الاقتصاد السياسي يُنظر إليه باعتباره عنصرًا مهمًا سياقيًا، وأنه قادر على تنسيق عملية الاتصالات السياسية ونتائجها، واقتُرحت الدراسة نموذجًا نظريًا يربط النتائج الفردية على المستوى الجزئي "الميكرو" بالأداء الاجتماعي على المستوى الكلي "الماكرو"، وذلك للعمل على الاستفادة من البيئة "الديناميكية" الخاصة بالتعلم السياسي للمواطنين.

وقد اهتمت دراسة "Hanlong Fu، ٢٠١١" اهتمامًا خاصًا بالدراسة السابقة وبمؤدجها المقترح، حيث أشارت إلى أنه في ضوء التطور السريع للمشهد الإعلامي، وظهور دعوات كثيرة جدًا من قِبل علماء الاتصال تنادي بوضع نظريات جديدة تضع في الاعتبار التغييرات الأخيرة "الدراماتيكية" الحادثة في نظام الاتصال الجماهيري، ومن ثم - وبناء على هذه الخلفية - فإن هذه الدعوات تنادي ببناء نظرية جديدة تأخذ في الاعتبار كلاً من العوامل الجزئية والكلية، والتي قد تقدم أشياء كثيرة مفيدة.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت ملكية وسائل الإعلام.

تعددت الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت نمط ملكية وسائل الإعلام، وإن اختلف هذا التداول فيما بين هذه الدراسات بصورة أو بأخرى، ويمكن عرض عدد من هذه الدراسات على النحو التالي.

أ) الدراسات العربية:

بصفة عامة، تنوعت وجهات نظر الدارسين والباحثين في الدراسات العربية التي تناولت ملكية وسائل الإعلام، ويمكن تقسيم هذه الدراسات إلى دراسات قامت برصد خطاب وسائل الإعلام وتحليله وعلاقته بنمط الملكية وكيفية معالجة هذه الوسائل للقضايا المختلفة ودراسات أخرى اهتمت بنمط ملكية وسائل الإعلام وتأثيره في هذه الوسائل وطرق معالجتها للقضايا التي تتناولها دون تحليل خطابها. أما بالنسبة للدراسات التي اهتمت بوصف خطاب وسائل الإعلام وتحليله، مع الإشارة إلى نمط الملكية وتأثيره في

وسائل الإعلام ومعالجتها للقضايا، فمنها دراسات "هشام عطية، ١٩٩٥" (٢٣)، و"محمود منصور، ٢٠٠٧" (٢٤)، و"أماني رضا، ٢٠٠٩" (٢٥)، و"منى المراغي، ٢٠٠٩" (٢٦)، و"أميرة ناجي، ٢٠١١" (٢٧).

فقد توصلت دراسة "هشام عطية، ١٩٩٥" إلى أن موقف جريدة الأهرام جاء منسقاََ دائماً ومروجاََ لمواقف السلطة المصرية. وكشفت دراسة "محمود منصور، ٢٠٠٧" أن صحيفة الأهرام غلب عليها الاهتمام بنشر خطاب مرشح الحزب الوطني، وأن الخطابين الصحفيين في الوفد والغد اتفقا في الدعاية والترويج لمرشحيهما، وتجاهلت الصحيفتان باقي المرشحين. وأوضحت دراسة "أماني رضا، ٢٠٠٩" توجه القناة الحكومية إلى تقديم الأخبار الإيجابية بنسبة أكبر من اهتمامها بالأخبار السلبية، بينما تركز الفضائية المعارضة على الأخبار السلبية التي توضح المأساة والحالة السيئة التي يعيشها المواطنون في دولتي الدراسة. وأظهرت دراسة "منى المراغي، ٢٠٠٩" أن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام في المجتمع يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمتغيرات سياسية واجتماعية واقتصادية متعددة - منها نمط الملكية - تؤثر فيها وتتأثر بها. وأوضحت دراسة "أميرة ناجي، ٢٠١١" بعض الدلالات التي تربط أهداف النشر لقضايا الفساد في الصحف المصرية بنمط ملكية الصحيفة وأيديولوجيتها وسياستها التحريرية.

ومن جانبها فقد تعددت الدراسات التي لم تقم برصد خطاب وسائل الإعلام وتحليله، وقد تناولت هذه الدراسات من جانبها نمط ملكية وسائل الإعلام وتأثيره في هذه الوسائل ومعالجتها للقضايا، فمن هذه الدراسات دراسات اهتمت بقوة تأثير نمط الملكية على مستوى وسائل الإعلام والتلفزيون دراسات "أشرف جلال، ٢٠٠٥" (٢٨)، و"مصطفى محمد عبد الوهاب، ٢٠٠٥" (٢٩)، و"علاء محمد عبد العاطي، ٢٠٠٦" (٣٠)، فخلصت دراسة "أشرف جلال، ٢٠٠٥" إلى أنه رغم خضوع جميع القنوات الحكومية والخاصة للنظام الحكومي المصري إلا أن هناك مساحة حرية ملحوظة في القنوات الخاصة مقارنة بالقنوات الحكومية. وأظهرت دراسة "مصطفى محمد عبد الوهاب، ٢٠٠٥" اهتمام القنوات الحكومية بالأخبار الإيجابية، في حين اهتمت القنوات الخاصة بالسلبية منها. وقد أظهرت دراسة "علاء محمد عبد العاطي، ٢٠٠٦" أن النتائج الخاصة بالقضايا التي تناولتها النشرة في القناتين محل الدراسة قد عكست طبيعة كل قناة، حيث إن هناك اختلافاً بين القناتين ربما يرجع إلى اختلاف نمط الملكية.

كما أن من الدراسات التي لم تقم بتحليل الخطاب، ولكنها تناولت قوة تأثير نمط الملكية في مجال الصحافة، دراسات "محمد سعد إبراهيم، ١٩٩٤" (٣١)، و"جمال عبد العظيم، ١٩٩٨" (٣٢)، و"هشام عطية، ١٩٩٨" (٣٣)، و"السيد البهنسي، ٢٠٠١" (٣٤)، و"نوال عبد العزيز، ٢٠٠٢" (٣٥)، و"أشرف جلال، ٢٠٠٣" (٣٦)، و"جمال عبد العظيم، ٢٠٠٣" (٣٧)، و"محرز غالي، ٢٠٠٣" (٣٨)، و"محمود منصور، ٢٠٠٥" (٣٩)، و"محمد محمود، ٢٠٠٥" (٤٠)، و"إيمان نعمان، ٢٠٠٥" (٤١)، و"عبد الجواد سعيد، ٢٠٠٦" (٤٢)، و"محرز غالي، ٢٠١٠" (٤٣).

فأظهرت دراسة "محمد سعد إبراهيم، ١٩٩٤" أن الوظيفة الرئيسية لمضامين الصحف القومية السياسية تمثلت في تسجيل الوقائع السياسية وتبريرها، في حين تمثلت الوظيفة الرئيسية للصحف الحزبية في النقد والرقابة على أعمال السلطة السياسية. وتوصلت دراسة "جمال عبد العظيم، ١٩٩٨" إلى أن نمط ملكية

الصحيفة يؤثر بشكل قوي في طبيعة الجهات التي تتوجه إليها. وأشارت دراسة "جمال عبد العظيم، ٢٠٠٣" إلى اهتمام جريدة الأهرام بالحكومة ووزرائها، ورغم اتفاق صحيفة الوفد معها في إعطاء الأولوية الأولى للحكومة ووزاراتها إلا أنها اهتمت بالهيئات الرقابية والحكومية ورؤسائها كجزء من هدف الصحيفة الحزبية التي تقدم السلبيات والأخبار المعارضة. وأظهرت دراسة "السيد البهنسي، ٢٠٠١" وجود ارتباطات إيجابية قوية كل من أجنادات الأهرام والبرنامج العام والقناة الأولى من ناحية وكل من الوفد والأهالي من ناحية أخرى.

ومن الدراسات التي أكدت أيضاً قوة تأثير نمط الملكية في السياسات التحريرية دراسات "هشام عطية، ١٩٩٨"، و"محرز غالي، ٢٠٠٣"، و"محرز غالي، ٢٠١٠". ومن جانبها أكدت دراسة "عبد الجواد سعيد، ٢٠٠٦" أن نمط الملكية يؤثر في المصادر الصحفية. في حين أكدت دراسات "نوال عبد العزيز، ٢٠٠٢" و"أشرف جلال، ٢٠٠٣" و"إيمان نعمان، ٢٠٠٥" قوة تأثير نمط ملكية الصحيفة وأيديولوجيتها في طرق معالجتها للقضايا المختلفة.

(ب) الدراسات الأجنبية:

من جانبها تنوعت وجهات النظر في الدراسات الأجنبية التي تناولت نمط ملكية وسائل الإعلام وتأثيره في هذه الوسائل معالجتها للقضايا المختلفة، ومن هذه الدراسات دراسات "Fradgley & Nierbauer، ١٩٩٥"^(٤٤)، و"Moehler and Singh، ٢٠٠١"^(٤٥)، و"Reynolds and Hicks، ٢٠٠١"^(٤٦)، و"Lu Shi، ٢٠٠٣"^(٤٧)، و"Chomsky، ٢٠٠٤"^(٤٨)، و"Huang and Sylive، ٢٠٠٦"^(٤٩)، و"Schejter and Obar، ٢٠١١"^(٥٠).

فقد أظهرت دراسة "Fradgley & Nierbauer، ١٩٩٥" أن الصحف المملوكة لجهات مستقلة (جهات تمتلك صحيفة واحدة) تقوم بتغطية القصص الخبرية التي تتطلب بذل المزيد من الجهود الخبرية أكثر من الصحف التي تمتلكها المجموعات الصحفية (التي تمتلك سلسلة صحف). وأشارت دراسة "Moehler and Singh، ٢٠٠١" إلى ثقة المواطنين - في الديمقراطيات الإفريقية ما بعد أنظمة الحكم السلطوية - في وسائل الإعلام (الإذاعة والتلفزيون) المملوكة للحكومة أكثر من ثقتهم في وسائل الإعلام الخاصة. في حين أظهرت دراسة "Chomsky، ٢٠٠٤" سيطرة ملاك وسائل الإعلام في تغطية هذه الوسائل ونوعية المعلومات السياسية التي تقدمها. وأشارت دراسة "Huang and Sylive، ٢٠٠٦" إلى أن أنماط ملكية الصحف ونمط الإدارة ومجموعة القيم (الصحفية والتنظيمية والاجتماعية...) والمعايير المهنية التي تحكم توجهات العمل تؤثر في قدرة مديري التحرير ورؤساء الأقسام على اتخاذ القرارات الخاصة بهم.

وقد اختلفت نتائج دراسة "Reynolds and Hicks، ٢٠٠١" مع نتائج الدراسات السابقة المعنية بنمط الملكية ونفوذها وتأثيرها، حيث أشارت الدراسة إلى أن نمط الملكية لم يكن مؤثراً في التغطية الانتخابية. وتشابهت دراسة "Lu Shi، ٢٠٠٣" مع الدراسة السابقة، حيث سعت إلى التعرف على تأثير ملكية وسائل الإعلام وقناة الاتصال (وسائل الإعلام التقليدية مقابل الجديدة) في درجة انسجام وسائل الإعلام

مع أيديولوجية الحزب الرسمي في الصين، وأظهرت أن نوع قناة الاتصال (تقليدية - جديدة) كان له تأثير أساسي كبير في درجة انسجام وسائل الإعلام مع أيديولوجية الحزب الرسمي، في حين أن الملكية لم يكن لها هذا التأثير الكبير.

المحور الثالث: الدراسات التي ترتبط بمعالجة وسائل الإعلام لقضايا التحول الديمقراطي.

تعددت الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت التحول الديمقراطي وقضاياها وما يرتبط به من قضايا سياسية واقتصادية واجتماعية وقضايا الإصلاح السياسي وحقوق الإنسان والديمقراطية والتعدلات الدستورية والانتخابات البرلمانية والرئاسية... إلخ، ويمكن عرض بعض هذه الدراسات على النحو التالي:

أ) الدراسات العربية:

بشكل عام تعددت جهات نظر الدارسين والباحثين في الدراسات العربية التي تناولت معالجة وسائل الإعلام لقضايا التحول الديمقراطي، فمن الدراسات التي اهتمت وركزت على وصف وتحليل خطاب وسائل الإعلام المختلفة نحو القضايا المرتبطة بالتحول الديمقراطي دراسات "سلام أحمد، ٢٠٠١"^(٥١)، و"راسم الجمال وخيرت معوض، ٢٠٠٥"^(٥٢)، و"ماهيناز رمزي، ٢٠٠٦"^(٥٣)، و"خيرت معوض، ٢٠٠٦"^(٥٤)، و"نشوة سليمان، ٢٠٠٦"^(٥٥)، و"هشام عطية، ٢٠٠٧"^(٥٦)، و"عبد الجواد سعيد، ٢٠٠٨"^(٥٧)، و"عيسى عبد الباقي، ٢٠٠٨"^(٥٨)، و"خالد صلاح الدين، ٢٠٠٩"^(٥٩).

فقد أشارت دراسة "خالد صلاح الدين، ٢٠٠٩" إلى أنه كلما زاد اعتماد الرأي العام على الخطاب الإعلامي للوسيلة الإعلامية المعنية زادت احتمالات تبنيه لأطروحات تلك الوسيلة وتفسيراتها للواقع السياسي في تشكيل اتجاهاته وتحديد موقفه إزاء قضايا الديمقراطية وتحدياتها. وأظهرت دراسة "راسم الجمال وخيرت معوض، ٢٠٠٥" أنه فيما يتعلق بإطار تسويق قضية الإصلاح السياسي في ضوء مدخل بناء المعنى أن ثمة خطابين واضحين في الصحافة المصرية، ويتضح الأول في صحيفتي الأهالي والوفد، وقد طُرحت هذه القضية في إطار المشكلات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي رآها الخطاب مبرراً لضرورة الإصلاح السياسي، ويتضح الخطاب الثاني في صحيفة الجمهورية، الذي رفض في البداية مفهوم التغيير منطلقاً من أن الإصلاح السياسي يحدث في مصر منذ تولي الرئيس مبارك. وتوصلت دراسة "ماهيناز رمزي، ٢٠٠٦" إلى أن الموضوعات المطروحة للإصلاح السياسي قد تنوعت، ولكن تمثلت الفكرة المحورية في إحداثه هي التغيير، وأن الخطاب اعتمد على الأمثلة الواقعية بشكل إنشائي ومجازي، ولم يتفاعل المشاركون معاً. وأبرزت دراسة "عيسى عبد الباقي، ٢٠٠٨" عدم وجود ارتباطات بين الخطاب الإعلامي حول قضايا الإصلاح واهتمامات كل من الجمهور والنخبة بتلك القضايا، وأن الصحف لم تقم بالدور المنوط بها في تكريس الديمقراطية في المجتمع المصري.

كما قامت بعض الدراسات بتحليل الخطاب الإعلامي المتعلق بالتعدلات الدستورية بالإضافة إلى الخطاب الخاص بالانتخابات، ومن هذه الدراسات دراسة "نشوة سليمان، ٢٠٠٦"، التي أظهرت وجود ارتباط إيجابي بين الخطاب الإعلامي بشأن التعديل الدستوري للمادة (٧٦) والاتجاهات نحو البرلمان بوصفه الفاعل في التشريع وإصدار القوانين في مصر. أما دراسة "عبد الجواد سعيد، ٢٠٠٨" فقد أبرزت

اعتماد أطروحات الخطاب الخاص بالتعديلات الدستورية داخل مدونات الدراسة على الشواهد والأمثلة من الواقع، وأن ممارسة السياسة على المدونات يهدف إلى إحداث تغيير اجتماعي وحراك سياسي. واهتمت بعض الدراسات بالخطاب الإعلامي الخاص بقضايا الحقوق السياسية والحقوق المدنية وحقوق الإنسان، ومنها دراسة "هشام عطية، ٢٠٠٧"، التي أظهرت أن الخطابات الصحفية عكست موقف قوى سياسية مختلفة من قضية حقوق الإنسان، فقد عكس بعضها (الأهرام المملوكة للدولة) موقف السلطة التنفيذية، وعكس بعضها الآخر مواقف ثلاث قوى سياسية مهمة: حزب الوفد بتوجهاته الليبرالية، وتيار اليسار المصري (صحيفة الأهالي الناطقة باسم حزب التجمع)، وجماعة الإخوان المسلمين (صحيفة آفاق عربية).

وأما الدراسات التي تناولت معالجة وسائل الإعلام لقضايا التحول الديمقراطي دون تحليل الخطاب، والتي تناولت التحول الديمقراطي بشكل عام وعلاقته بوسائل الاتصال فمنها دراستا "راسم الجمال، ٢٠٠٦"^(٦٠)، و"حازم أنور وإبراهيم محمد، ٢٠٠٨"^(٦١).

وهناك دراسات تناولت الديمقراطية بشكل عام وعلاقتها بوسائل الإعلام المختلفة، ومنها دراسات "ياسر إسماعيل، ٢٠٠١"^(٦٢)، و"بسيوني حمادة، ٢٠٠٣"^(٦٣)، و"جمعة أحمد، ٢٠٠٥"^(٦٤)، و"سليمان صالح، ٢٠٠٦"^(٦٥)؛ فقد أكدت نتائج الدراسة الأولى أن الصحف الحزبية المدروسة التزمت في معالجتها للقضايا المختلفة بنصوص برامج الأحزاب التي تصدرها.

وحاولت دراسة "بسيوني حمادة، ٢٠٠٣" التحقق من صحة فرض أساسي يقوم على أن الإنترنت ليس فقط وسيلة اتصالية وإنما وسيلة يمكن استخدامها لإحداث التحول والتغيير السياسي من خلال زيادة المشاركة السياسية وتعزيز دور الأفراد في التأثير في القرارات السياسية، وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مهمة هي أن الإنترنت قد تكون لها تأثيرات مختلفة، بل ومتناقضة في العملية الديمقراطية، وذلك في سياقات سياسية واجتماعية اقتصادية مختلفة.

وقد خلصت دراسة "جمعة أحمد، ٢٠٠٥" إلى أن مشكلة الديمقراطية تظهر عند وجود فئة ما تريد الاستحواذ على السلطة، والتحكم بعموم المجتمع ومقدراته وثرواته وخياراته المستقبلية، ذلك الأمر الذي يجعل من بيده السلطة يستخدم كل ما يمكن من أساليب، بدءاً من القوة إلى الخداع والمناورة، إلى الكذب والتضليل... وليست أجهزة الإعلام سوى أداة من هذه الأدوات السلطوية.

وأوضحت دراسة "سليمان صالح، ٢٠٠٦" أن هناك قدرًا من الاتفاق على قوة العلاقة بين الديمقراطية وحرية الإعلام، وأنه لا يمكن أن تتحقق الديمقراطية دون وجود وسائل إعلام حرة توفر إمكانية إدارة المناقشة الحرة بين الاتجاهات السياسية والفكرية المختلفة وتوفير المعرفة للجمهور، وأظهرت الدراسة أن هناك حاجة لدمقرطة وسائل الإعلام كنظام وكمؤسسات ولإقامة بُنى إعلامية واتصالية جديدة ذات أشكال جديدة من الملكية تقوم فيها عملية صنع القرار على أسس ديمقراطية.

ومن الدراسات التي تناولت الإصلاح السياسي وعلاقته بوسائل الإعلام والمعالجة الإعلامية والصحفية لهذه القضايا دراسات "ثرثيا البدوي، ٢٠٠٥"^(٦٦)، و"حنان أحمد سليم، ٢٠٠٦"^(٦٧)، و"رياب عبد الرحمن، ٢٠٠٨"^(٦٨).

وهناك دراسات من جانبها تناولت قضايا حقوق الإنسان وحرياته المختلفة والمعالجة الإعلامية لها، ومنها على سبيل المثال دراستا "هناء السيد، ٢٠٠٦" (٦٩)، و"قذري علي، ٢٠٠٧" (٧٠).

وهناك دراسات تناولت الانتخابات والمعالجة الإعلامية لها، ومنها دراسات "حنان محمد، ١٩٩٦" (٧١)، و"إيمان نعمان، ٢٠٠١" (٧٢)، و"هويدا مصطفى، ٢٠٠١" (٧٣)، و"جمال عبدالعظيم، ٢٠٠١" (٧٤)، و"نائلة إبراهيم، ٢٠٠٦" (٧٥)، و"عبد العزيز السيد، ٢٠٠٦" (٧٦)، و"محمد محفوظ، ٢٠٠٦" (٧٧)، و"صفا فوزي، ٢٠٠٨" (٧٨).

كما أن هناك دراسات تناولت التعديلات الدستورية والمعالجة الإعلامية لها، ومنها دراسات "حسني محمد نصر، ٢٠٠٦" (٧٩)، و"شيماء ذو الفقار، ٢٠٠٨" (٨٠)، و"وفاء عبد الخالق، ٢٠٠٨" (٨١).

ب) الدراسات الأجنبية:

تزخر قواعد بيانات المكتبات العالمية بالعديد من هذه الدراسات، والتي تتناول العلاقة بين وسائل الإعلام وقضايا التحول الديمقراطي، ومنها دراسات "Winfield and Peng، ٢٠٠٤" (٨٢)، و"Wilkins، ٢٠٠٤" (٨٣)، و"Pasek، ٢٠٠٦" (٨٤)، و"Vultee، ٢٠٠٧" (٨٥)، و"Loveless، ٢٠٠٧" (٨٦)، و"Loveless، ٢٠٠٧" ب (٨٧)، و"Kulikova، ٢٠٠٨" (٨٨)، و"Sparks، ٢٠٠٩" (٨٩).

فقد اهتمت دراسة "Winfield and Peng، ٢٠٠٤" بتسليط الضوء على وسائل الإعلام الصينية في مرحلة التحول الديمقراطي، بالبحث عن نظرية ارتكازية أساسية لمناقشة ودراسة التغييرات التي وقعت في نظام هذه الوسائل في السنوات العشرين الأخيرة، الناجمة عن الإصلاحات الاقتصادية في الصين، وقد أشارت الدراسة إلى أن النموذج الغربي للصحافة "الليبرالية" يكاد يكون قابلاً للتطبيق، من خلال الالتفاف على خط الحزب والحدود المسموح بها هناك، ومن ثم فإن نظام وسائل الإعلام الصينية ينتقل من النظام الشمولي إلى استبدادية السوق.

وقد انتقدت دراسة "Wilkins، ٢٠٠٤" التدخل التنموي الحديث للولايات المتحدة باستخدام تكنولوجيات الاتصال والأدبيات الأكاديمية في مجال الاتصال والتحول في منطقة الشرق الأوسط. وأظهرت دراسة "Pasek، ٢٠٠٦" وجود علاقات إيجابية بين حرية وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي. أما دراسة "Vultee، ٢٠٠٧" فقد أشارت إلى أن العوامل القانونية والاقتصادية هي الأكثر تأثيراً في نتائج التحولات الناجحة، مع العوامل السياسية الأكثر تأثيراً في كمية التغيير الديمقراطي.

وأوضحت دراسة "Loveless، ٢٠٠٧" أ أن الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام أثناء مرحلة التحول الديمقراطي للبقاء على إطلاع ومعرفة بالسياسة. وتناولت دراسة "Loveless، ٢٠٠٧" ب استخدام المواطنين لوسائل الإعلام الإستراتيجية في الدول المتحولة نحو الديمقراطية، وأظهرت أن وسائل الإعلام هي العنصر البارز حتى الآن. وأشارت دراسة "Kulikova، ٢٠٠٨" إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين حرية الصحافة واستقلالية وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي الشامل وقصر فترات التحول الديمقراطي. وألقت دراسة "Sparks، ٢٠٠٩" الضوء على وسائل الإعلام في جنوب أفريقيا، بدايةً من نظام الفصل العنصري حتى وقتنا الحاضر، وعلاقتها بالتحول الديمقراطي.

وحاولت من جانبها بعض الدراسات التركيز على قضايا الانتخابات الرئاسية أو البرلمانية وشؤون الأحزاب والإصلاح السياسي والمشاركة، ومنها دراسات "White"، ١٩٩٥^(٩٠)، و "Lichter and Smith"، ١٩٩٦^(٩١)، و "Tedesco" وآخرين، ١٩٩٦^(٩٢)، و "Pfau&Eveland"، ١٩٩٦^(٩٣)، و "Brettschneider"، ١٩٩٧^(٩٤)، و "Reynolds"، ١٩٩٧^(٩٥)، و "Norris&Curtice"، ١٩٩٨^(٩٦)، و "Kleinnijenhuis and Fan"، ١٩٩٩^(٩٧)، و "Larson"، ١٩٩٩^(٩٨)، و "Shaw and Ragland"، و "Jaeho Cho"، ٢٠٠٧^(٩٩)، و "Nwagbara"، ٢٠٠٧^(١٠٠).

* ملاحظات عامة على الدراسات السابقة:

- من خلال استعراض الدراسات السابقة يمكن ملاحظة ما يلي:
- اعتمدت الدراسات السابقة على العديد من المناهج العلمية كالمنهج التاريخي والتجريبي والمقارن والمسحي، إلا أن الأغلب الأعم من هذه الدراسات اعتمد على منهج المسح، وذلك بوصفه الأقدر منهجياً على رصد العلاقات بين متغيرات الدراسة من منظور يتسم بالانتساع والشمول في توصيف وتحليل قيم تلك المتغيرات وأوزانها النسبية في الواقع البحثي، فضلاً عن الرصد الموضوعي والمنظم للمتغيرات الوسيطة التي تؤثر إيجاباً أو سلباً في قوة العلاقات القائمة بين المتغيرات الرئيسية للدراسة، ومن ثم فقد اعتمدت الدراسة الحالية عليه أيضاً، بالإضافة إلى المنهج المقارن.
- يتضح من التراث العلمي السابق قلة الدراسات العربية - وتوافر الدراسات الأجنبية نسبياً - التي تعالج منظور الاقتصاد السياسي للاتصال، وفي المقابل يمكن ملاحظة تعدد وتنوع الدراسات العربية والأجنبية التي ترتبط بنمط ملكية وسائل الإعلام، والتي تتناول قضايا التحول الديمقراطي وعلاقتها بوسائل الإعلام.
- كذلك يتضح أن هناك اختلافاً ملحوظاً نسبياً في درجة الاهتمام والتناول بين الدراسات الاتصالية والإعلامية العربية والأجنبية السابقة فيما يتعلق بقضايا وموضوعات الاقتصاد السياسي ونمط ملكية وسائل الإعلام وقضايا التحول، حيث يمكن ملاحظة أن نسبة الدراسات الأجنبية المهمة بدراسة هذه الموضوعات أكبر من نسبة الدراسات العربية المهمة بها وأفضل تناولاً.
- بشكل عام تنوعت وتعددت وجهات نظر واهتمامات الدارسين والباحثين في الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت ملكية وسائل الإعلام؛ فمنهم من أعطى أولوية خاصة لرصد تأثير نمط الملكية، سواء على مستوى التلفزيون أو الصحافة، وتأثيره في مصادر وسائل الإعلام والصحافة والأجندة والسياسة التحريري ... إلخ.
- اتفقت نتائج دراسات سابقة على قوة تأثير الاقتصاد السياسي على الاتصال ووسائل الإعلام، وكذلك اتفقت دراسات أخرى على قوة تأثير نمط ملكية وسائل الإعلام في الوسائل نفسها وأدائها وتغطيتها ومعالجتها للقضايا المختلفة ونوعية المعلومات المقدمة من خلالها.

- أظهرت نتائج غالبية الدراسات السابقة الخاصة بالتحول الديمقراطي أن وسائل الإعلام تلعب دورًا مهمًا وحيويًا في عملية التحول الديمقراطي.
- تشير الدراسات السابقة إلى أن عملية التحول الديمقراطي قد واجهت العديد من المشاكل والإخفاقات في العديد من دول العالم.
- يُلاحظ من الدراسات السابقة أن عددًا كبيرًا من الدراسات الأجنبية الخاصة بالتحول الديمقراطي وقضاياها قد تم إجراؤها في الدول النامية والديمقراطيات الناشئة.

الإطار النظري للبحث:

يستند البحث إلى نظرية الاقتصاد السياسي (Economy Political Theory) كبناء/إطار نظري، ويمكن استعراض هذه النظرية على النحو التالي:

يلعب الاقتصاد دورًا بارزًا في السلطة السياسية ومجال القرار السياسي، فقرارات السلطة السياسية تصدر بالضرورة متأثرة باقتصاديات المجتمع^(١٠٢)، فقد اتفق العلماء بشكل كبير على أهمية وتداخل وتشابك العلاقات بين الاقتصاد والسياسة؛ حيث تتغذى السياسة على الاقتصاد من خلال حبل سري هو نقد الاقتصاد السياسي، الذي يسلط الضوء على أسلوب الإنتاج السائد والعلاقات التي يفرزها، وقد اعتُبر النصف الثاني من القرن التاسع عشر حقًا العصر الذهبي لنقد الاقتصاد السياسي، لذلك كان هو العصر الذي اجتذب إلى دائرته السياسية جميع المشتغلين بالفكر والثقافة على مختلف أجناسها^(١٠٣).

وتتنمي نظرية الاقتصاد السياسي إلى النظريات النقدية، التي هي على عكس رؤية أصحاب النظريات البنائية الوظيفية الذين يرون أن العلاقة بين وسائل الإعلام في المجتمع وباقي النظم الاجتماعية الأخرى هي علاقة متوازنة تقوم على الاعتماد المتبادل، وأن المحتوى الذي تنشره أو تذيعه هذه الوسائل يحافظ على توازن واستقرار المجتمع الكلي، لأنه يلبي حاجات الجماهير التي تُعتبر العنصر الأساسي من عناصر النظام الإعلامي. على عكس هذه الرؤية فإن النظريات النقدية ترى أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على دعم الوضع القائم، ولذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية (mass culture) بديلاً عن الثقافة الراقية أو الرفيعة التي ترقى بأذواق الجماهير، لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع. ويُعتبر (S. Hall) من رواد المفكرين في هذه الاتجاهات التي ظهرت في أوروبا الغربية معتمدة على نظريات السياق الاجتماعي والنظريات التأملية التي تحاول أن تفسر وتتنبأ باتجاهات الثقافة والمجتمع^(١٠٤)، ومع أنه توجد صلة عضوية بين النظرية النقدية والنظرية الاجتماعية لكنها تؤدي وظيفة مختلفة^(١٠٥).

والواقع أن النظرية النقدية تمثل سعيًا علميًا ملحا لتحرير العقل الجمعي في المجتمعات الرأسمالية كي يتمكن الأفراد من تحقيق إنسانيتهم، ولذا فهي تتضمن نقداً للنظام المؤسسي، وفي الوقت ذاته تمهد لاستبدال النظام المؤسسي بنظام آخر لا يحتوي على معوقات وعراقيل تعوق حركة الأفراد ومشاركتهم في

بناء مجتمعاتهم، فالبعد المعرفي لهذه النظرية يهدف إلى تضيق أو تحجيم سطوة النظام القائم كي تتحسن أوضاع البشر الذين يعيشون في ظله^(١٠٦).

وتقترب اتجاهات هذه النظريات كثيرًا من النظرية الماركسية في جوانبها الخاصة بسيطرة البنية الفوقية للمجتمع على الثقافة، التي تستخدمها الصفوة لتخدير الطبقات الدنيا وتوجيههم للعمل ضد اهتماماتهم حتى ترتفع قوة الصفوة وتتحدر حياتهم إلى الأسوأ، ولذلك يُطلق على هذه الاتجاهات المدارس المعاصرة للنظرية الماركسية الجديدة، والتي شكلت العديد من الأفكار التي اعتُبرت أساسًا للكثير من البحوث والنظريات الاجتماعية في أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية، وتُعتبر امتدادًا لمحاولات تبرير ما فشلت الماركسية في تفسيره وقتئذٍ من أحداث ووقائع في كل من ألمانيا وعدم قدرة الطبقة العاملة على مقاومة النازية، وكذلك عدم قيام حركة ثورية في الولايات المتحدة على الرغم من انتشار البطالة الشديدة في فترة الكساد الاقتصادي في نهاية الثلاثينيات^(١٠٧).

ورغم أن الماركسية تُعتبر الإطار المرجعي الرئيسي الذي ألهم جميع النظريات النقدية، إلا أن النظرية النقدية تختلف مع بعض المقولات الأساسية للنظرية الماركسية، مثل الموقف من العنف الثوري وطبيعة الحلول التي تقدمها لأزمة النظام الرأسمالي^(١٠٨).

من جهة أخرى، فإن هناك تقسيمات مختلفة للنظريات النقدية، منها أنه يمكن تقسيمها إلى اتجاهين رئيسيين، الاتجاه الأول الذي يستعير من الماركسية مفهوم الصراع من أجل بقاء الوضع كما هو وسيطرة الطبقات أو الفئات أو أصحاب المصالح المسيطرة وهيمنتها على وسائل الإعلام وتوجيهها في الاتجاه الذي يضمن استمرار هذه الهيمنة أو السيطرة دون ارتباط بين السيطرة أو السلطة والثورة، ويتبنى هذا الاتجاه أصحاب النظريات التي تنتمي إلى مدرسة "فرانكفورت" والنظريات الثقافية النقدية، أما الاتجاه الثاني فهو الذي يربط بين الثروة والسيطرة على وسائل الإعلام^(١٠٩)، وتنتمي إلى هذا الاتجاه نظرية الاقتصاد السياسي.

ويعرّف أحد الباحثين الاقتصاد السياسي قائلاً إنه دراسة كيفية إنتاج الأشياء القيمة من جميع الأنواع وتوزيعها وتبادلها واستهلاكها (الجانب الاقتصادي)، وكيفية إنتاج السلطة وتوزيعها وتبادلها وممارستها (الجانب السياسي)، وكيفية ترابط هذه الجوانب من العالم الاجتماعي في أي مكان محدد وأي وقت في التاريخ، ومن ثم فإن الاقتصاد السياسي للاتصال يهتم بفهم كيفية التواصل في الأبنية الاقتصادية السياسية بشكل أكثر عمومية^(١١٠)، ويعرّف باحثون آخرون الاقتصاد السياسي بأنه منهج شامل يعالج "الواقع الاجتماعي"، وأشار هؤلاء الباحثون أيضًا إلى ضرورة "دراسة المجموعات الاجتماعية"^(١١١).

وهناك تعريف أكثر عمومية وطموحًا للاقتصاد السياسي هو أنه دراسة التحكم والبقاء في الحياة الاجتماعية، ويشير "التحكم" تحديدًا إلى كيفية تنظيم المجتمع لنفسه وإدارته لشؤونه وتكيفه معها، أو فشله في هذا التكيف، مع التغيرات الحتمية التي تواجه كل المجتمعات، ويعني "البقاء" كيف يمكن للناس إنتاج ما يحتاجونه لاستمرار نسلهم والحفاظ على استمرارية مجتمعهم، ووفقًا لهذا التفسير فإن هذا "التحكم" هو عملية سياسية؛ لأنه يحدد شكل العلاقات داخل المجتمع، وأما "البقاء" فهو عملية اقتصادية بشكل

أساسي؛ لأنه ينطوي على عملية الإنتاج وإعادة الإنتاج، ومن جانبه يعتقد الاقتصاد السياسي دائماً أن هناك صورة كبيرة للمجتمع، وأنه ينبغي علينا أن نحاول أن نفهمها^(١١٢).

ويذكر أحد الباحثين المتخصصين أن الاقتصاد السياسي للاتصال يسعى إلى تحقيق هدفين رئيسيين: أولهما بحث كيفية تأثير وتأثر بنية وتكنولوجيا ومحتوى وسائل الإعلام ونظم الاتصال في/بالعلاقات السياسية والاجتماعية في السياق الأوسع للمجتمع، مع التركيز بشكل خاص على العوامل الاقتصادية، أما الهدف الثاني فهو التركيز على كيفية تأثير الأبعاد البنوية (الهيكلية) والمؤسسية لملكية وسائل الإعلام، وتكنولوجيات الاتصال، والسياسات التنظيمية في المجتمع بشكل عام^(١١٣).

ويحدد باحث آخر بعدين بارزين للإنتاج المتعلق بالاتصال، أولهما أن الاتصال يخدم المؤسسات السياسية والاقتصادية الأخرى في عملياتها "السلعية"، أما البعد الثاني فهو أن الاتصال يتأثر بدوره بهذه العمليات في العمل وفي المجتمع بشكل عام، حيث إن العمل ووسائل الإنتاج هي البؤرة المركزية لاهتمام الاقتصاديين السياسيين^(١١٤).

ويؤكد أحد الباحثين أن المداخل النظرية للاقتصاد السياسي الخاصة بوسائل الإعلام تُعتبر المنظور الرئيسي في مجال بحوث ودراسات الاتصال، فمنذ الأربعينيات وهي تعمل كمنارة تسترشد بنورها أعمال العلماء في جميع أنحاء العالم، ويستمر توسعها العالمي حتى يومنا هذا^(١١٥)، ويدعم باحث آخر هذا الكلام قائلاً إن الاقتصاد السياسي قد ساهم بشكل كبير في بحوث وسائل الإعلام من خلال الكشف عن كيفية عمل ومساهمة الضغوط الاجتماعية والمؤسسية في جعل عملية الاتصال سهلة المنال وقابلة للتداول لعدد أكبر من جمهور المشاهدين، وإن كان تطبيق هذا الفرض النظري قد تعرض للنقد مع ظهور وانتشار استخدام شبكة الإنترنت وغيرها من وسائل الاتصال شبه المتزامنة^(١١٦).

ويميل الاقتصاد السياسي إلى أن يولي اهتماماً كبيراً لوصف وتحليل الرأسمالية، النظام الذي يحول الموارد - مثل: العمال والمواد الخام والأراضي والمعلومات - إلى سلع قابلة للتسويق، والتي تعود بالربح لأولئك الذين يستثمرون رأس المال في النظام، وقد ركّز المعنيون بالاقتصاد السياسي للاتصال على وسائل الإعلام والمعلومات والجمهور بوصفهم موارد، ومهدوا الطرق لتعبئتها وتجهيزها كسلع للبيع^(١١٧).

كما تركز هذه النظرية على دراسة العوامل التاريخية والسياسية والاقتصادية والمواد المكونة لصناعة الاتصال داخل المجتمعات الرأسمالية، كما أنه ينظر - في الوقت نفسه - للاتصال باعتباره جزءاً لا يتجزأ من العمليات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية الأساسية في المجتمع^(١١٨).

من جهة أخرى فقد أكد أحد الباحثين تبعية وانتماء نظرية الاقتصاد السياسي للنظرية "الماركسية" (والنيوماركسية) قائلاً: "لم تضيف نظرية الاقتصاد السياسي شيئاً إلى ما كان "ماركس" قد كتبه في الربع الثالث من القرن التاسع عشر، وإلى القليل الذي أضافه "لينين" في الربع الأول من القرن العشرين"^(١١٩).

المشكلة البحثية:

أكدت نسبة كبيرة من الدراسات العلمية العربية والأجنبية السابقة على أن ملكية وسائل الإعلام تؤثر في هذه الوسائل وطرق معالجتها للقضايا المختلفة وسياساتها التحريرية وأجندة قضاياها... إلخ، وكذلك اتضح تأثير الاقتصاد السياسي في وسائل الإعلام من خلال استعراض الدراسات المعنية بذلك.

ولمّا كانت مصر قد شهدت في الآونة الأخيرة أحداثاً كبيرة وضعتها على أعتاب التحول الديمقراطي، فقد تفاعلت وسائل الإعلام بمختلف أنماط ملكيتها، وباختلاف توجهات ملاكها، مع هذه الأحداث، وانبرت هذه الوسائل للدفاع - بشكل مباشر أو غير مباشر - عن مصالحها ومصالح مالكيها ومكتسباتهم الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، وذلك من خلال تناولها ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي، ومن خلال هذا التناول وهذه المعالجة حاولت من جانبها بعض وسائل الإعلام الحفاظ على الوضع الراهن والتمسك به، حفاظاً على مصالحها الخاصة ومكتسباتها من النظام القديم، ومن جهة أخرى دعا البعض الآخر من وسائل الإعلام إلى تغيير الوضع الحالي وإلى التغيير السياسي والاجتماعي، ومن ثم فقد تمخضت تلك الأحداث وهذا التناول وهذه المعالجة عن صدور عدد من القوانين والمراسيم والإعلانات الدستورية التي تعالج عدداً من قضايا التحول الديمقراطي في مصر، مثل: صدور الإعلان الدستوري، وقانون الانتخابات البرلمانية، وقانون الانتخابات الرئاسية، وقانون معايير انتخاب الجمعية التأسيسية للدستور، وقانون التظاهر... إلخ.

في إطار ذلك يمكن بلورة المشكلة البحثية على وجه التحديد في التساؤل التالي: "ما العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي في مصر؟ فهل أثر نمط ملكية وسائل الإعلام في طرق معالجة هذه الوسائل لقضايا التحول الديمقراطي؟ وإلى أي مدى كان هذا التأثير؟

أهداف البحث:

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف على النحو التالي:
- ١- الوقوف على طبيعة وحدود الدور الذي لعبته وسائل الإعلام في التعريف بقضايا التحول الديمقراطي في مصر.
 - ٢- التعرف على تقييم المبحوثين عينة الدراسة للدور الذي لعبته وسائل الإعلام في التعريف بقضايا التحول الديمقراطي في مصر، مقارنة ببعض وسائل الإعلام العربية والدولية.
 - ٣- معرفة إلى أي مدى تميل الوسائل الإعلامية إلى معالجة قضايا التحول الديمقراطي من منظور اقتصادي يخدم مصالح مالكيها.
 - ٤- الوقوف على العلاقة بين المعالجة الإعلامية والالتزام الأخلاقي والتحول الديمقراطي.
 - ٥- رصد وتحليل الطابع السياسي لممارسة الإعلاميين للإعلام في مصر.
 - ٦- معرفة هل تختلف المعالجة الإعلامية لقضايا التحول الديمقراطي باختلاف الفترة الزمنية للمعالجة.
 - ٧- الوقوف على مؤشرات وسمات وسائل الإعلام المصرية في ظل مسار التحول الديمقراطي.

٨- رصد المعوقات التي تحول دون التحول الديمقراطي في مصر.

تساؤلات البحث:

يهدف هذا البحث إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:

- ١- ما طبيعة وحدود الدور الذي لعبته وسائل الإعلام في التعريف بقضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة؟
- ٢- ما تقييم الباحثين عينة الدراسة للدور الذي لعبته وسائل الإعلام في التعريف بقضايا التحول الديمقراطي في مصر، مقارنة ببعض وسائل الإعلام العربية والدولية؟
- ٣- إلى أي مدى تميل الوسائل الإعلامية إلى معالجة قضايا التحول الديمقراطي من منظور اقتصادي يخدم مصالح مالكيها؟
- ٤- ما العلاقة بين المعالجة الإعلامية والالتزام الأخلاقي والتحول الديمقراطي؟
- ٥- هل هناك طابع سياسي لممارسة الإعلاميين للإعلام في مصر؟
- ٦- هل تختلف المعالجة الإعلامية لقضايا التحول الديمقراطي باختلاف الفترة الزمنية للمعالجة؟
- ٧- ما أهم مؤشرات وسمات وسائل الإعلام المصرية في ظل مسار التحول الديمقراطي؟
- ٨- ما أبرز المعوقات التي تحول دون التحول الديمقراطي في مصر؟

المفاهيم المستخدمة في الدراسة:

يمكن عرض توضيحاً لبعض المفاهيم المستخدمة في البحث على النحو التالي:

- **نمط ملكية وسائل الإعلام:** هو تصنيف وسائل الإعلام وفقاً للجهة التي تملكها، ومن ثم فيمكن تصنيف هذه الأنماط في دول العالم المختلفة إلى: الملكية الحكومية، والملكية الخاصة، والملكية المختلطة (حكومية/خاصة)، وملكية جماعات المجتمع المدني، وملكية الأحزاب السياسية^(١٢٠)، والنمط هو النوع أو النموذج المستخدم لتصنيف وسائل الإعلام، ويرصد الباحث في هذه الدراسة أنماط ملكية وسائل الإعلام المصرية: الحكومية/القومية، والحزبية، والخاصة.
- **المعالجة الإعلامية:** تعني كلمة المعالجة إعادة صياغة الرسالة الإعلامية وصبغها بتوجهات معينة تختلف من وسيلة لأخرى، كما تعني الطريقة التي يتم تناول القضايا والأحداث والموضوعات بها من خلال الوسيلة الإعلامية^(١٢١)، ويُقصد بالمعالجة الإعلامية في الدراسة الحالية الطريقة والكيفية التي تقوم من خلالها وسائل الإعلام المصرية محل الدراسة بمعالجة قضايا التحول الديمقراطية في مصر، ومدى تأثير نمط ملكية هذه الوسائل في تلك المعالجة، وتأثر هذه المعالجة بعوامل وسيطة أخرى، وعلاقة هذه المعالجة بعملية صنع القرار السياسي الخاص بقضايا التحول الديمقراطي، وذلك من خلال تحليل خطاب وسائل الإعلام محل الدراسة.

- **التحول الديمقراطي:** يتمثل التحول الديمقراطي في الانتقال المقصود بنظام سياسي ما من موضعه الحالي إلى موضع جديد أقرب من الموضع السابق إلى النموذج الديمقراطي، وهذه العملية عادة ما تكون نتاجاً لتفاعل العوامل الداخلية والخارجية المحيطة ببيئة النظام السياسي، والتي قد تشمل على إقناع القائمين على النظام السياسي بضرورة اتخاذ الإجراءات التي تحقق هذا الانتقال أو تشتمل على ضغوط قوية داخلية أو خارجية تدفع للاتجاه إلى هذا التحول، ومن ثم فالتحول الديمقراطي يتضمن قدرًا نحو التقدم؛ حيث إنه يشتمل على توجيه نحو بعض القيم التي يرغب في ترسيخها كالعدالة والمساواة والحرية السياسية، كما أنه في جوهره عملية تغيير للواقع القائم وتطوير للنظام السياسي فكرياً ومؤسسياً ووظيفياً لزيادة قدرته على التعامل الفعال مع هذا الواقع، والأفضل أن تتم عملية التحول الديمقراطي من خلال الوسائل والأدوات السلمية، والتي يكون الإصلاح السياسي في موقع مهم منها^(١٢٢).

التصميم المنهجي للبحث^(١٢٣):

* **نوع البحث:** يُعتبر هذا البحث من نوع الدراسات والبحوث الوصفية والتفسيرية.

* **منهج البحث:** يعتمد هذا البحث على منهجين هما:

- **المنهج المسحي:** حيث يُعتبر هذا المنهج جهداً علمياً منظماً يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي تتم دراستها، ولفترة زمنية كافية للدراسة، وسوف يتم توظيف هذا المنهج من خلال مسح عينة من النخبة السياسية والإعلامية والجامعية/الأكاديمية المصرية، بهدف سبر أغوار بيانات الدراسة والإجابة بموضوعية عن تساؤلاتها العلمية، وتنطوي الدراسة الحالية منهجياً وإجرائياً على شقٍ رئيسي يتضمن مسحاً لعينة من النخبة المصرية، لرصد وقياس معارفهم واتجاهاتهم نحو قضايا التحول الديمقراطي في مصر، واتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام المصرية محل الدراسة، وذلك للوصول إلى طبيعة ومستوى العلاقة بين نمط ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي في ضوء نظرية الاقتصاد السياسي.

- **المنهج المقارن:** ويتم استخدام هذا المنهج باعتباره من المناهج المساعدة في إجراء مقارناتٍ كميّةٍ وكيفيةٍ، ورصد أوجه الشبه والاختلاف بين أنماط وسائل الإعلام وطرق معالجتها لقضايا التحول الديمقراطي... إلخ.

* **طرق وأدوات جمع البيانات:** تعتمد الدراسة على عدد من الطرق والأدوات الخاصة بجمع البيانات، وهي على النحو التالي:

- **المقابلة المقننة:** تعتمد المقابلة المقننة على فكرة المقابلات المقيدة بأسئلة مقننة محددة حول موضوع أو مشكلة معينة، ويتم استخدامها لجمع المعلومات التي تخدم أهداف الدراسة، من خلال صياغة مجموعة من الأسئلة المعنية بقضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة، ويتم وضع هذه الأسئلة في دليل المقابلة.

- **الملاحظة المباشرة:** تدوين الملاحظات المختلفة التي يمكن ملاحظتها عند إجراء المقابلة الخاصة بجمع المعلومات من خلال المقابلات الشخصية، والاستدلال بها عند استخلاص النتائج.

*** مجتمع الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في النخبة المصرية: السياسية والإعلامية والجامعية والأكاديمية، وقد شملت النخبة السياسية أعضاء سابقين في مجلسي الشعب والشورى، وأعضاء في أحزاب سياسية وحركات شبابية، في حين اشتملت النخبة الإعلامية على رؤساء ومديري تحرير ومحررين قدامى ومعدّي ومقدمي برامج ومخرجين، أما النخبة الجامعية والأكاديمية فقد شملت أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية والمراكز البحثية ومعاونيهم.

*** عينة الدراسة:** تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة مقدارها (١٠٠) مفردة من النخبة المصرية: السياسية والإعلامية والجامعية والأكاديمية.

*** اختبارات الصدق والثبات:**

(أ) اختبارات الصدق / الصلاحية:

- **مراعاة الصدق الظاهر:** هو القيام بتقييم الاستمارة (دليل المقابلة) من قِبَل مجموعة من المحكمين، فيقومون بمراجعتها، ويقررون إذا ما كانوا يعتقدون أنها سوف تقيس الظاهرة أو المتغير محل الدراسة؛ وللتأكد من الصدق الظاهر لأداء القياس عرض الباحث الاستمارة (دليل المقابلة) على مجموعة من السادة المحكمين والخبراء في الإعلام ومناهج البحث للحكم على مدى صلاحية الاستمارة في قياس متغيرات الدراسة وتلبيتها لأهدافها^(١٢٤)، وقد تم إجراء بعض التعديلات على الاستمارة/الدليل في ضوء توجيهات هؤلاء السادة المحكمين ومقترحاتهم.

- **مراعاة صدق المحتوى / صدق المضمون:** وهو ما يُسمى «الصدق المنطقي» في بعض الأحيان، ويستهدف التأكد من أداة جمع البيانات تتضمن كافة الجوانب والمتغيرات والأبعاد الخاصة بالمشكلة البحثية، ومدى شمولها وتمثيلها لموضع الدراسة والمواقف والجوانب التي تقيسها. وقد عمل الباحث على مراعاة صدق المحتوى في الاستمارة/الدليل؛ من خلال التأكد من أن الدليل يغطي جميع أبعاد المشكلة موضع البحث.

- **مراعاة صدق البناء:** قام الباحث بمراجعة الإطار النظري للدراسة بعناية للتأكد من أن العلاقات بين مفاهيم الدراسة ومتغيراتها واضحة طبقاً للإطار النظري للدراسة.

(ب) اختبارات الثبات: يُقصد بالثبات الوصول إلى النتائج نفسها بتكرار تطبيق المقياس على الأفراد أنفسهم في الموقف أو الظروف نفسها، ومن ثمّ فإن كافة الإجراءات يجب أن تتسم بالدقة والاتساق والثبات للوصول إلى ثبات النتائج.

*** الإطار الزمني للدراسة:** تم إجراء المقابلات المقننة مع المبحوثين محل الدراسة في نهاية عام

٢٠١٣م.

*** القضايا الخاضعة للدراسة (الإطار الموضوعي):**

بدايةً قام الباحث برصد عدد من المحددات يتم على أساسها اختيار القضية التي يخضعها للدراسة، وهي محددات تتفق ومشكلة الدراسة، وهي: أن تكون القضية معنية بالتحول الديمقراطي في مصر، ولها أهميتها المتمثلة في تكوين بيئة جدلية للخطابات الإعلامية الخاصة بمختلف أنماط ملكية وسائل الإعلام في مصر (القومية والحزبية والخاصة)، وأن تشغل القضية اهتمام القطاع الأكبر من الرأي العام، وأن تحظى بتغطية إعلامية منتظمة ومركزة في وسائل الإعلام بمختلف أنماط ملكيتها؛ بمعنى أن القضية تقع على قمة أولويات اهتمامات نظام الاتصال، وأن تكون القضية مثار جدل وانقسام في الرأي بين القوى السياسية والاجتماعية المختلفة في المجتمع المصري، وأن يكون هناك ردُّ فعل من جانب السلطة السياسية، سواء تمثّل في صدور قرار سياسي حاسم يحمل رؤية صانعي القرار للتعامل مع القضية، أو تمثّل في انشغال وحدات صنع القرار - سواء داخل السلطة التنفيذية أو السلطة التشريعية أو كليهما - بالتفكير الجدي والدراسة المتعمقة الهادفة لإصدار قرار يحسم الموقف، وأن تكون القضية موضع الدراسة مثار اهتمام النظامين كليهما: السياسي والاتصالي عبر فترة زمنية طويلة، تسمح باكتشاف تطور العلاقة بين متغيرات الدراسة^(١٢٥)، وأن يكون للقضية تواجدتها المكثف الذي يسمح بالرصد والمتابعة، وأن تحتوي هذه القضايا على تطورات موقفية أو قضايا خلاقية تحتاج لطرح بشأنها مؤيد أو معارض^(١٢٦).

ومن ثم فقد اتضح اهتمام هذه الوسائل بعدد من القضايا المعنية بالتحول الديمقراطي في مصر، كان على رأسها وضع وصياغة الدستور والانتخابات البرلمانية والرئاسية وقانون الحق في الظاهر... إلخ.

نتائج الدراسة الميدانية (الكيفية):

• طبيعة وحدود الدور الذي لعبته وسائل الإعلام المصرية في التعريف بقضايا التحول الديمقراطي:

خلصت الدراسة فيما يتعلق بطبيعة وحدود الدور الذي لعبته وسائل الإعلام المصرية في التعريف بقضايا التحول الديمقراطي إلى أن هذه الوسائل لعبت دورًا حيويًا في التعريف بهذه القضايا، ومن ثم فقد كانت أبرز هذه القضايا، والتي شغلت الساحة السياسية والإعلامية خلال الإطار الزمني للدراسة، وفقًا لوجهات نظر الباحثين محل الدراسة كالتالي: ظهرت قضية صياغة ووضع الدستور (في دستوري ٢٠١٢، و ٢٠١٤) كأبرز وأهم قضية من قضايا التحول الديمقراطي في مصر، فقد كانت قضية جوهرية ومحورية في الشأن المصري، وكذلك ما يتعلق بالدستور من اختيار وانتخاب الجمعية التأسيسية وتشكيلها في مراحلها ونسخها المختلفة، ولجنة الخمسين، والاستفتاء على الدستورين... إلخ. وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة (ثريا أحمد البدوي، ٢٠٠٥) حول إدراك النخبة لأهمية تعديل الدستور، كضرورة لتحقيق الإصلاح السياسي في مصر.

وقد زاحمت قضية الانتخابات بوجه عام قضية الدستور في الأهمية لدى الباحثين محل الدراسة، سواء أكانت هذه الانتخابات هي انتخابات برلمانية أو رئاسية، وإن ظهرت الانتخابات البرلمانية بشكل أكبر من الرئاسية، وما يرتبط بهذه الانتخابات من صدور قوانين، وتعديل لهذه القوانين، واعتراض أعضاء الحركات والأحزاب السياسية وغيرهم عليها، ورفع دعاوى قضائية، وبطلان هذه القوانين أو بعضها دستوريًا، وتبعيات ذلك على البرلمان بشكل عام، ومجلس الشعب بشكل خاص... إلخ.

ثم ظهر بعد هاتين القضيتين قضية الحق في التظاهر (قانون التظاهر)، وقد ارتبطت بهذه القضية قضايا فرعية أخرى، مثل: حرية التعبير، وحرية الرأي، وحرية النقد، والحق في الاعتصام والاضراب، وإنهاء مظاهر العنف...إلخ.

وقد جاء بعد هذه القضايا من حيث الأهمية عدد من القضايا الأخرى، كان من أبرزها: قانون العزل السياسي، وقانون الإرهاب، وحرية تكوين الأحزاب السياسية، وكل ما يتعلق بقضايا العدالة الاجتماعية.

• تقييم المبحوثين عينة الدراسة للدور الذي لعبته وسائل الإعلام في التعريف بقضايا التحول الديمقراطي في مصر مقارنة ببعض وسائل الإعلام العربية والدولية؟

أقرت نسبة كبيرة من المبحوثين محل الدراسة - (٧٩٪) من النسبة العامة لعينة الدراسة - أن بعض وسائل الإعلام المصرية، في الإطارين الزمني والموضوعي للدراسة، يفتقر إلى الالتزام بالموضوعية والشفافية والأصول المهنية، التي تعني التكامل والتوازن في طرح الوقائع والأحداث والآراء والاتجاهات وعدم عرض الجوانب الكاملة للحدث، بل عرض الجانب الذي يخدم مصالحه وسياساته فقط، وقلّة المصادر التي يعتمد عليها، كما يفتقر إلى الالتزام بمنظومة القيم الأخلاقية، مقارنة بالحرفية والموضوعية في وسائل الإعلام الغربية والدولية، مما أدى إلى تدني المصداقية في هذه الوسائل، فلا يوجد التزام بعدم الانحياز، ولا يوجد التزام ووضوح في تقديم المعلومات السليمة الصحيحة للمشاهدين، حتى تكون بها شفافية ومعلومات كاملة، إضافة إلى افتقار أسس قواعد المهنية التي تفرق بين الخبر والرأي، فأصبحت الأخبار تُساق وفقاً لتوجه الوسيلة الإعلامية، وليس حقيقة الخبر، وحلّ فيها الرأي بصورة كبيرة.

كذلك أشار هؤلاء المبحوثون إلى أن ظاهرة الجعجعة - بدلاً من الطرح العقلاني الهادئ - التي صارت تهيمن على برامج "التوك شو"، خير شاهد على ذلك في الإعلام المرئي، بينما على صعيد الإعلام المقروء نجد الانحياز الممنهج لمقالات الرأي، كلّ حسب الصحيفة التي ينشر بها، بحيث صارت في مجملها نسخاً باهتة من مقالة رئيس التحرير (أو الافتتاحية)، التي تعبر عن رأي الصحيفة أكثر من تعبيرها عن وجهات نظر أصحابها التي من المفترض أنها متباينة.

وقد يرجع سبب تدني المصداقية في هذه الوسائل الإعلامية إلى عدم القدرة على الحصول على المعلومات من مصادرها الأصلية، وضعف التدريب والاحتكاك بثقافات وأفكار جديدة، وعدم التطوير منذ فترة بعيدة، وسيطرة قيادات لا تحفل بفكرة التطوير والارتقاء بمهنية الإعلاميين.

من ناحية أخرى، أكدت النسبة الأخرى من المبحوثين محل الدراسة - (٢١٪) من النسبة العامة لعينة الدراسة - أن هناك وسائل إعلامية كثيرة تفتقر إلى المهنية، وليست المصرية فقط، وأن الإعلام المصري لديه مهنية، لكن الظروف التي كانت تمر بها البلاد أثرت في بعض وسائله والعاملين فيه سلباً مثل باقي القطاعات الأخرى في البلاد.

وعليه، فإن التحول الديمقراطي في مصر مرهون بقدرة هذه الوسائل الإعلامية على الحصول على المعلومات من مصادرها الأصلية، سواء المعلومات الرسمية أو غير الرسمية، ونشرها وبنائها وتداولها بمصداقية وشفافية وحيادية وموضوعية وبحرية. وهذا ما تؤكدته نتائج دراسة "سليمان صالح، ٢٠٠٦"،

التي خلصت إلى أنه لا يمكن أن تتحقق الديمقراطية دون وجود وسائل إعلام حرة، توفر إمكانية إدارة المناقشة الحرة بين الاتجاهات السياسية والفكرية المختلفة، وتوفير المعرفة للجمهور، وتؤكد ذلك نتائج دراستي "Pasek ، ٢٠٠٦" و "Kulikova ، ٢٠٠٨"، فلقد أشارتا إلى أن هناك علاقات إيجابية بين حرية وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي، وأنه يبدو أن وسائل الإعلام تلعب دورًا مهمًا في عملية التحول الديمقراطي، وكذلك فإن الديمقراطية ترتكز عليها حرية وسائل الإعلام.

• ميل الوسائل الإعلامية إلى معالجة قضايا التحول الديمقراطي من منظور اقتصادي يخدم مصالح مالكيها؟

اتفق معظم الباحثين عينة الدراسة - (٧٠٪) من النسبة العامة للعينة - على وجود اختلاف في المعالجة الإعلامية لقضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة باختلاف نمط ملكية الوسيلة الإعلامية، وذلك أثناء الإطار الزمني للدراسة، حيث إنه مما لا شك فيه توجد اختلافات بين الإعلام الرسمي التابع للدولة، وإعلام رجال الأعمال والقوى الاقتصادية المتحكمة في السوق، وإعلام الأحزاب، وأن ذلك كان واضحًا بشكل كبير في معالجة الصحف ووسائل الإعلام الخاصة، حيث نزعت إلى لون من النقد المُقنَّع تفاوتت درجته حدةً وشحوبًا يظهر بوضوح عن ذلك التطييل الأعمى من جانب الصحف القومية.. فالمعالجة كانت غالبًا ترتبط بمصالح المؤسسة، ومن منظور يخدم مصالح مالكي الوسيلة الإعلامية، بغض النظر عن الموضوعية.

كما أن الاختلاف يصب إلى حد كبير في مصلحة وسائل الإعلام الخاصة، التي تسعى دائمًا إلى تطوير أدواتها، وتحاول بقدر المستطاع عرض جميع الآراء - وبخاصة صحيفتي (الشرق) و(المصرى اليوم) - وأن تكون معالجتها لقضايا التحول الديمقراطي حيادية. بكلمات أخرى، فإن بعض هذه الوسائل موضوعي وبعضها يباهي السلطة، ولكنها أكثر موضوعية من الأنماط الأخرى الموجودة في مصر، أما الصحف الحزبية والقومية فهي لا تزال أسيرة طرق تقليدية وبالية في المعالجة، وغالبًا ما تسير على نهج لا يتغير، فالصحف الحزبية لا يمكنها عرض الآراء المخالفة لخط الحزب السياسي، أم الصحف القومية فهي تعبر عن النظام الموجود بالسلطة، دون تفكير أو تمحيص أو تدبر.

وعليه، فإن كل وسيلة من هذه الوسائل تتناول القضية من منظورها الشخصي، ومصالح مالكيها، فالتى تؤيد فكرة ما تروج لها، وتحاول هدم فكرة الآخر، وكلُّ تختلف مصالحها تجاه قضية ما، فتتناولها حسب أهوائها الخاصة. لذا فمن الطبيعي أن توجد علاقة ولو بسيطة بين ملكية الوسيلة والمعالجة الإعلامية، وفقًا لمصالح ملاك هذه الوسيلة، والتي تنعكس على سياستها التحريرية وطبيعتها تناولها الإعلامي واتجاهها نحو قضية ما دون القضايا الأخرى، وهو ما يعكس ذاتيتها، ولكن - وبصفة عامة - فإن هذا الأمر من الممكن تفهمه وإدراك أسبابه بسهولة لدى وسائل الإعلام ذات الملكية الخاصة، التي تراعي مصالحها مع الحكومات المتعاقبة وأرباحها التجارية ومصالح من يمولها، وكذلك الحال بالنسبة للصحف الحزبية التي تعلن صراحة أهدافها وبرامجها، وفي نهاية الأمر فهي تسير في طريق وصولها إلى الحكم، وبالتالي فإن معالجتها وأداءها المهني يغلب عليه الطابع السياسي. ومن ثم، فهي تُعتبر غير مؤثرة في

مصر، وليس لها شيوع بين الجماهير، فكلّ حزب توجهه الذي يخدم مصالحه الخاصة. ويتفق هذا القول مع نتائج دراسة (ياسر إسماعيل، ٢٠٠١)، التي أكدت أن الصحف الحزبية المدروسة التزمت في معالجتها للقضايا المختلفة بنصوص برامج الأحزاب التي تصدرها.

أما الحال بالنسبة إلى وسائل الإعلام المملوكة للدولة فهي تراعي ضمان استمرارية صدورها وبثها، وبقاء المسؤولين على إصدارها وبثها في مناصبهم، خوفاً على أرزاقهم وطموحهم المهني في شغل منصب إداري أو قيادي بهذه الوسيلة القومية. وبالتالي، قلّما تجد محتوى وسيلة إعلامية حكومية تعارض أداء الحكومة أو رئاسة الدولة، لذا فيغلب على أدائها منهج التعزيز والدعم الإعلامي لمن يعتلي كرسي الحكم، فوسائل الإعلام القومية تتبنى وجهة نظر السلطة أياً كانت، وتغشى السلطة. ومن ثم، تظل المؤسسات الإعلامية الرسمية تتبع إشارات الحكام، وتعتمد إلى تبني آرائهم.

وقد اتفقت هذه النتيجة مع نتائج عدد من الدراسات السابقة، فيما يتعلق بقوة تأثير نمط ملكية الوسيلة الإعلامية في معالجتها وتناولها للقضايا المختلفة، وفي صياغة خطابها تجاه هذه القضايا... إلخ^(١٢٧).

وعلى الجانب الآخر، أكد فريق من المبحوثين محل الدراسة - (٢٠٪) من النسبة العامة لعينة الدراسة - أن الاختلاف قائم بالفعل، ولكن الاختلاف شكلي وليس في المضمون، فالمضمون واحد باختلاف نمط الملكية، وهي تعبر عن إعلام الصوت الواحد، فكل منها دور لا تحيد عنه، فوسائل الإعلام الخاصة من يملكها في الأساس هم رجال الأعمال المرتبطة بمصالحهم مع النظام الذي تتألفه الصحف القومية، فوسائل الإعلام الخاصة مجرد نسخة من الصحف القومية، ولكنها نسخة معدلة، يصفون عليها قشرة من الحيادية لتجميل وجه النظام، وإضفاء قدر من الديمقراطية على الصورة.

في حين أكد فرق ثالث من المبحوثين محل الدراسة - (١٠٪) من عينة الدراسة - أنه لا توجد اختلافات بين وسائل الإعلام المذكورة في المعالجة الإعلامية في قضايا التحول الديمقراطي. ومن ثم، فإن المعالجة الإعلامية تكاد تكون واحدة لهذه القضايا، ولم يكن هناك أي مجال للتنوع. وتتفق هذه النتيجة نسبياً مع نتائج بعض الدراسات، التي أشارت إلى ضعف ومحدودية تأثير نمط ملكية الوسيلة الإعلامية في معالجتها وتناولها للقضايا المختلفة... إلخ^(١٢٨).

• العلاقة بين المعالجة الإعلامية والالتزام الأخلاقي والتحول الديمقراطي:

اتفق معظم المبحوثين محل الدراسة - (٧٥٪) من النسبة العامة للعينة - على ارتفاع عدد من وسائل الإعلام المصرية، وافتقارها إلى المهنية، إلى حد بعيد، في معالجتها لقضايا التحول الديمقراطي، خلال الإطار الزمني للدراسة، وغياب الالتزام الأخلاقي عنها، وتزييفها للحقائق، وانسياقها وراء الشائعات المغرضة، وترويجها للأكاذيب والشائعات والأخبار المضللة وأنصاف الحقائق، التي هي أنصاف أكاذيب، ومبالغتها في تدعيم من تفضله وتأييده، ومحاربة من تعارضه، وتحولت إلى أبواق للدعاية، ووسائل للحشد، وتحولت إلى ساحات من التشهير، وتبادل الاتهامات والتخوين. وعليه، فقد فقدت هذه الوسائل الإعلامية المهنية والحيادية والالتزام الأخلاقي، مما أدى إلى إعاقة التحول الديمقراطي وتأخر مساره.

كما أن وسائل الإعلام تحاول نقل الحقائق والوقائع والمعلومات لجمهورها إلا أن أداء بعضها أفتقر إلى المهنية في تغطية بعض الأحداث، نتيجة عدم الوعي بعلاقة الإعلام بالأمن القومي واقتحام بعض الصحفيين لمجال الإعلام الفضائي، وعدم التدريب على الحيادية، وطرح الآراء ووجهات النظر الشخصية فيما يقدمون، والتعامل باعتبارهم مواطنين، وليسوا أصحاب مهنة، لها قواعد وسلوكيات يجب اتباعها، وحوّل هؤلاء الإعلاميون هذه الوسائل الإعلامية إلى ساحات للقتال بين الضيوف، والذي قد يصل إلى الشتائم والاتهام بالعمالة والخيانة والكفر... إلخ، وتحول الإعلامي إلى طرف في العراك السياسي، بهدف جذب النجومية والشعبية لنفسه، وأصبح من السهل على الإعلامي أن يخصص عدة حلقات من برنامجه اليومي للهجوم على أحدهم، لمجرد خلاف شخصي، وكاد الإعلامي الموضوعي المحايد النزيه أن يختفي من الساحة الإعلامية.

كذلك فإن بعض وسائل الإعلام لها أجنداتها الخاصة التي تختلف تمامًا عن فكرة السياسة التحريرية، أي أن هذه الوسائل افتقرت إلى الموضوعية وليس الحيادية؛ لأن الحياد غير موجود. وعليه، فقد ذهبت هذه الوسائل في عرض قضايا التحول الديمقراطي وفقًا لأهوائها ومصادر تمويلها، سواء الداخلية أو الإقليمية أو الدولية، ووضعت في مقدمة اهتماماتها مصلحة صاحب هذه الوسيلة الإعلامية، ونسبة الريح العائد، بغض النظر عن أهمية القضية محل المعالجة، حتى لو كان ذلك على حساب استقرار المجتمع وتحوله الديمقراطي، مما أثر تأثيرًا سلبيًا في التحول الديمقراطي في مصر.

فالإعلام ابتعد عن المهنية، نظرًا لسيطرة رجال الأعمال أصحاب المصلحة لوجود فصيل بعينه، أي يخدم مصالحهم ولا يخدم الدولة، كما يلعب الإعلام دورًا بارزًا في توجيه الرأي العام إلى ما يريده، كذلك فإن المستوى الأخلاقي والقيمي تراجع بصورة كبيرة في وسائل الإعلام، فالإعلام المصري - إلى حد كبير - لا يزال أسيرًا بين نمطين: أولهما يعمل لصالح السلطة الحاكم، والثاني يعمل لصالح رجال الأعمال ومصالح السوق، أي أن وسائل الإعلام هذه قد أخلت بميثاق الشرف الأخلاقي أيًا إخلال؛ ولا أدلّ على هذا من التشويش والتشويه المتعمد للحقائق الذي تقوم بها هذه الوسائل، فلم تعد تكفي باستخدام الأساليب التقليدية في تغيير الرأي العام؛ من قبيل: التكرار والملاحقة، والإثارة العاطفية، وتحويل الانتباه؛ بل صارت تتوسل بما يُصطلح عليه باسم "الحرب النفسية"؛ بألياتها الثلاث: الشائعات، وافتعال الأزمات، وإثارة الرعب والفوضى، وكل هذا عقبة من أخطر عقبات التحول الديمقراطي المنشود.

• الطابع السياسي لممارسة الإعلاميين للإعلام في مصر:

كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن عددًا كبيرًا من المبحوثين محل الدراسة - (٨٣٪) من النسبة العامة لعينة الدراسة - قد أشاروا إلى أن ممارسة بعض الإعلاميين - الصحفيين والمذيعين ومقدمي البرامج - للإعلام غلب عليها الطابع السياسي، خلال الفترة الزمنية للدراسة والإطار الموضوعي للدراسة (قضايا التحول الديمقراطي)، فهؤلاء الإعلاميون تحولوا إلى ساسة، ومن ثم فإنهم يدافعون عن مصالحهم الخاصة أكثر من دفاعهم عن مصالح الوطن، وأن هؤلاء الإعلاميين مجرد أدوات في أيدي القوى التي تتحكم اقتصاديًا في وسائل الإعلام، فضلًا عن السيطرة السلطوية على الإعلام الرسمي، فهؤلاء الإعلاميون قد

تغيرت نبراتهم وتحولوا إلى تقنين ازدواجية المعايير، بما يخدم مصالحهم ومصالح مؤسساتهم، ومارسوا السياسة، وهو ما يتنافى مع طبيعة عملهم، فمن حق الإعلامي أن يكون له وجهة نظر في القضايا السياسية المختلفة، لكنه مطالب في الأساس بعرض جميع وجهات النظر المختلفة، ولكن الثابت أن هؤلاء الإعلاميين دافعوا عن مصالحهم وارتباطاتهم أكثر من التركيز على أداء مهنتهم بحرفية وموضوعية، وهو ما يعكس ضعف أداء بعض الإعلاميين، وتوهمهم بأنهم قادة رأي يستطيعون توجيه الرأي العام تجاه ما يعتقدون فيه من رؤى وأفكار، وقد يرجع ذلك لغياب مرجعيتهم حول فنون التلقي، ومعرفتهم العميقة بسلوكيات الجماهير، فالتعامل مع الجمهور باعتباره ضعيف الذاكرة (ذاكرة السمكة) أو ذوي قدرات معرفية وعقلية محدودة من أسباب فشل أداء أي إعلامي.

كما أنهم كانوا يدافعون عن رجال الأعمال وأصحاب المصلحة، وأن بعضهم لديه انتماءات حزبية أو مشترك في حزب من الأحزاب، وأن بعض الإعلاميين يميلون إلى الانحياز لأغراض ومصالح شخصية، وتحولوا إلى نجوم سينمائية وقضاة وسياسيين وأحياناً واعظين، مع عدم إنصافهم في معاملة الضيوف المشاركين في البرامج، والميل إلى اتجاه واحد والتنظير له، وقد يكون أبسط مثال لهذا هو تحول برامج رياضية إلى مناقشة أمور سياسية.

• اختلاف المعالجة الإعلامية لقضايا التحول الديمقراطي باختلاف الفترة الزمنية للمعالجة؟

أقرت الغالبية من المبحوثين محل الدراسة - بنسبة (٧٣٪) من النسبة العامة لعينة الدراسة - وجود اختلاف في معالجة بعض وسائل الإعلام لقضايا التحول الديمقراطي باختلاف الفترة الزمنية للمعالجة، وذلك وفقاً للإطار الزمني للدراسة، وأنه قد أصبح من المألوف في هذه الوسائل الإعلامية أن تجد من كان يمدح النظام بالأمس يذمه ويسبه اليوم، كما أنه قد تغيرت آراء كثير من الصحفيين ومقدمي البرامج التليفزيونية مع تغير السلطة وموازن القوة.

في حين لم يقر البعض الآخر من المبحوثين محل الدراسة - بنسبة (٢٧٪) - وجود اختلاف في معالجة بعض وسائل الإعلام لقضايا التحول الديمقراطي باختلاف الفترة الزمنية للمعالجة، وأن المعالجة كانت ثابتة ولم تتغير.

• مؤشرات وسمات وسائل الإعلام المصرية في ظل مسار التحول الديمقراطي؟

أشار عدد كبير من المبحوثين عينة الدراسة - (٧١٪) من النسبة العامة لعينة الدراسة - أن وسائل الإعلام المصرية ليست مستقلة بشكل عام، خلال الفترة الزمنية للدراسة، وليس لديها استقلالية القرار، بل هي تابعة إلى حد كبير، كما أنها غير متنوعة ويغلب عليها الجمود، وتمثل صوتاً وحداً هو صوت النظام السياسي ومالكها المؤيدين والداعمين للنظام السياسي. وفي المقابل، أكد الفريق الآخر من هؤلاء المبحوثين - بنسبة (٢٩٪) - أن وسائل الإعلام المصرية مستقلة، حيث لديها استقلالية في اتخاذ القرار إلى حد كبير، كما إنها متنوعة، ولا يغلب عليها الجمود.

كما أقرت النسبة الأكبر من المبحوثين محل الدراسة - بنسبة (٧٠٪) - أن معظم وسائل الإعلام ليست متحررة، فلا يوجد حرية إعلامية بالشكل المأمول والمرغوب فيه. وعلى الجانب الآخر أقر الفريق الثاني من هؤلاء المبحوثين - بنسبة (٣٠٪) - أن لدى وسائل الإعلام المصرية حرية كبيرة وبالشكل المطلوب. وقد أكد عدد كبير من المبحوثين عينة الدراسة - بنسبة (٦٥٪) - أن وسائل الإعلام المصرية تقدم معلومات مغلوبة وغير مكتملة، وأن هذه المعلومات غالباً ما تكون متضاربة وغير متسقة وغير دقيقة، وأنها تتصف بالغموض في مقابل الوضوح. في حين، أكد الفريق الآخر من هؤلاء المبحوثين - بنسبة (٣٥٪) - أن وسائل الإعلام المصرية تقدم معلومات صحيحة وكاملة ومتسقة ودقيقة وواضحة وغير متضاربة.

وقد اتفق معظم مبحوثي الدراسة - (٧٥٪) من النسبة العامة لعينة الدراسة - على أن بعض وسائل الإعلام المصرية ليست مهنية بالدرجة الكافية، حيث تغلب عليها الارتجالية والانحيازية والتعظيم والخضوع وغياب الثقة، وأنها غير موضوعية وغير متوازنة، وتغيب عنها الشفافية والمصداقية والجرأة. وفي المقابل، أكد الفريق الآخر من هؤلاء المبحوثين - بنسبة (٢٥٪) - أن وسائل الإعلام المصرية مهنية بدرجة كافية، ولا تغلب عليها الارتجالية والانحيازية والتعظيم والخضوع وغياب الثقة، بل تغلب عليها الموضوعية والتوازن الشفافية والمصداقية والجرأة.

• المعوقات التي تحول دون التحول الديمقراطي في مصر:

- عَدَد المبحوثون محل الدراسة أبرز وأهم المعوقات التي قد تحول دون التحول الديمقراطي في مصر، وذلك خلال الإطار الزمني للدراسة، فكانت على الوجه التالي:
- تتمثل أولى معوقات التحول الديمقراطي في مصر في افتقاد ثقافة الديمقراطية، وفكرة الاختلاف مع الآخر، وتقبل الرأي والرأي الآخر، واحترام آراء الآخرين.
- غياب الوعي بأهمية الديمقراطية لدى قطاعات متعددة من الشعب.
- غياب ثقافة التغيير، مما يحدث خطأ لدى الشعب يفقده القدرة على التمييز بين الصالح والأصلح.
- الجهل بقواعد اللعبة السياسية، والتمسك بالسلطة. ويتفق هذا الرأي مع ما خلصت إليه دراسة (جمعة أحمد قاجة، ٢٠٠٥) إلى أن مشكلة الديمقراطية تظهر عند وجود فئة ما تريد الاستحواذ على السلطة، والتحكم بعموم المجتمع ومقدراته وثرواته وخياراته المستقبلية...إلخ.
- عدم الاستقرار السياسي في هذه الفترة الزمنية، واستمرار النمط الاستبدادي الأحادي الاتجاه الذي لا يؤمن حقاً بالتعددية السياسية.
- فقدان الثقة بين فصائل الشعب وطوائفه، وحملات التخوين والتشويه من الجميع وللجميع.
- ضعف بعض الحركات والأحزاب السياسية، وتواضع خبرتها في الحكم والسياسة، وغيابها عن الواقع.
- التعصب والتحزب المسيطر على التعامل بين كل الأطراف، فالكل يرفع شعار: "إن لم تكن معي فأنت

عدوي".

- البيروقراطية المسيطرة على كل شبر في الوطن، والتي يصعب القضاء عليها في أمد قريب.
- المشاكل الاقتصادية التي تنقل كاهل الدولة.
- المستوى التعليمي المتدني المستشري بين عدد كبير من أبناء المجتمع المصري، والجهل المنقشي بين جموع غفيرة من أبناء الوطن، نُخبًا وأفرادًا عاديين.
- الفساد، وهو المعوق الأكبر والأهم، ويتمثل في فساد الضمير والسلطة والثروة والفكر والرأي... إلخ.
- السعي وراء المصالح الشخصية والحزبية والسياسية، لا المصالح العليا للبلاد.
- ومن جانبها، تُعدّ وسائل الإعلام من أخطر المعوقات التي تحول دون التحول الديمقراطي - بشكل خاص وسائل الإعلام الموجهة - وذلك بسبب عدم مصداقية بعضها، وافتقادها إلى المهنية والحرفية بصورة كبيرة، وعدم شفافية المعالجة الإعلامية لقضايا التحول الديمقراطي، وهيمنة رأس المال على هذه الوسائل، والتركيز على العرض "الشو" الإعلامي، دون التأكيد على طبيعة الواقع على الأرض الفعلية، وكذلك تواضع أداء بعض الإعلاميين وتحيزهم وقلة خبرتهم... إلخ. وهذا ما أشارت إليه نتائج دراسة (بسيوني حمادة، ٢٠٠٣)، التي توصلت إلى أن وسائل الإعلام، بشكل خاص الإنترنت، قد تكون لها تأثيرات مختلفة، بل ومتناقضة في العملية الديمقراطية.

كما ذكر عدد كبير من المبحوثين محل الدراسة - (٦٨٪) من النسبة العامة لعينة الدراسة - أن وسائل الإعلام ذات الصوت الواحد (الاتجاه الواحد) - صوت النظام السياسي ومالكيها المؤيدين له - يعمل على إعاقة التحول الديمقراطي، بسبب فقدان هذه الوسائل للحيادية والمهنية، ولأن هذا لا يبني ثقافة الاختيار عن المتلقي، بل بالعكس يبني فيه ثقافة التلقي، ومن ثم يكون عرضة للتأثر من أية جهة، فمعظم وسائل الإعلام الحالية لا تجيد غير تبرير وتدعيم السلطة والتعبئة العامة.

وإن كان في المقابل، ذكر فريق آخر من المبحوثين محل الدراسة - بنسبة (٣٢٪) - أن هناك اختلافًا وتنوعًا في اتجاهات وسائل الإعلام، ولا يمكن القول إنها ذات صوت واتجاه واحد تمامًا، ولو بدرجة كبيرة، والاتجاه الواحد والصوت الواحد يعيق التحول الديمقراطي، فوسائل الإعلام المصرية بها تنوع وليست اتجاه واحد، ولا يمكن وضعها جميعًا في سلة واحدة، ومن ثم فلا يوجد في ذلك إعاقة للديمقراطية المنشودة، كما أن وعي الشارع السياسي أصبح له واقع وتأثير كبير.

تعليق على نتائج الدراسة:

تعليقًا على النتائج السابقة في ضوء المدخل الاتصالي لنظرية الاقتصاد السياسي يتضح إمكانية تطبيق هذه النظرية على وسائل الإعلام المصرية إلى حد بعيد، فقد كشفت هذه النتائج أن الإعلام في مصر صناعة قبل أن يكون مهنة ذات رسالة ومسؤولية اجتماعية وتنويرية وتنقيفية، فالوسيلة الإعلامية تتبنى وجهة نظر مالكيها واتجاهاتهم نحو مختلف القضايا، وعلى رأسها قضايا التحول الديمقراطي، وفقًا لما ذكره معظم المبحوثين عينة الدراسة، كما تحمي هذه الوسائل المصالح الاقتصادية لمالكيها وتدافع عن تلك

المصالح، وتتبنى رؤى وأفكار مالكيها ومساندتهم للنظام السياسي الحاكم، فمالكو الوسائل الإعلامية يعظمون ثروتهم عن طريق الاستثمار الاقتصادي، والحفاظ على ثبات النظام واستقراره، والنظام الحاكم يعظم ثروته عن طريق الاستثمار السياسي، وكلاهما في أمس الحاجة إلى الآخر، وفقاً لما تتادي به نظرية الاقتصاد السياسي.

وعليه، فإن وظيفة وسائل الإعلام في المجتمع هي مساعدة ومساندة أصحاب السلطة على فرض نفوذهم وسلطتهم في هذا المجتمع، والعمل على دعم الوضع القائم، فهذه الوسائل تخدم المؤسسات السياسية والاقتصادية الأخرى في عملياتها "السلعية"، باعتباره جزءاً لا يتجزأ من العمليات الاقتصادية والسياسية الأساسية في المجتمع.

فبالرغم من اختلاف المعالجة الإعلامية لقضايا التحول الديمقراطي محل الدراسة باختلاف نمط ملكية الوسيلة الإعلامية، إلا أنه اختلاف نوعي وشكلي في الشكل وليس الهدف، فالمعالجة مختلفة باختلاف نمط الملكية، ولكن الهدف والغاية واحد، وهي الحفاظ على مصالح مالكيها، وعلاقتهم بالسلطة الحاكمة. ومن ثم، فإن كل وسيلة من الوسائل الإعلامية المصرية تتناول وتعالج القضية الخاصة بالتحول الديمقراطي من منظورها الشخصي، ومصالح مالكيها، فالتى تؤيد هذه القضية تروج لها، وتؤيد من يساندها، وفي الوقت ذاته تحاول مهاجمة معارضي ومنتقدي هذه القضية، وهدمه شخصياً إن تمكنت من فعل ذلك.

ويمكن ملاحظة أن بعض وسائل الإعلام الخاصة موضوعي في معالجته وتناوله لقضايا التحول الديمقراطي في مصر، وبعضها تباهي السلطة، وتراعي مصالحها مع الحكومات المتعاقبة، وأرباحها التجارية، ومصالح من يمولها. أما الصحف الحزبية فلا يمكنها عرض الآراء والاتجاهات ووجهات النظر المخالفة لخط الحزب السياسي وسياساته، فهي تعلن أهدافها وبرامجها بشكل صريح، وفي نهاية الأمر فهي تسير في طريق وصولها إلى الحكم، وبالتالي فإن معالجتها وأداءها المهني يغلب عليه الطابع السياسي. أم وسائل الإعلام القومية فهي تعبر عن النظام الموجود بالسلطة، دون تفكير في ماهية من يحكم؛ لأنها تراعي ضمان استمرارية صدورها وبثها، وبقاء المسؤولين على إصدارها وبثها في مناصبهم، خوفاً على أرزاقهم وطموحهم المهني في شغل منصب إداري أو قيادي بهذه الوسيلة القومية.

المراجع:

- (١) استعان الباحث ببعض بيانات مشروع رسالة الدكتوراه الخاصة به، وهي تحت عنوان: "العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام ومعالجتها لقضايا التحول الديمقراطي وصنع القرار السياسي".
- (٢) بسبوني إبراهيم حمادة، وسائل الإعلام والسياسة: دراسة في ترتيب الأولويات (القاهرة: مكتبة نهضة الشرق، ١٩٩٦)، ص ١٢.
- (3) Harry Woodward and Steve Buchholz, **Aftershock: Helping People through Corporate** (New York: John Wiley & Sons, inc, 1987), p2.
- (٤) عواطف عبد الرحمن، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، ط ٢ (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٧)، ص ١٠٦.
- (٥) حسين دبي الزويني، القنوات الفضائية والإعلامية الاقتصادية (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢)، ص ٧.
- (6) Vincent Mosco, **The Political Economy of Communication**, Second Edition (Canada: Queen's University, SAGE Publications Ltd, 2009), p.2.
- (7) Elizabeth Van Couvering, **New Media? The Political Economy of Internet Search Engines**, A paper presented to **The Communication Technology Policy section 2004 Conference of the International Association of Media & Communications Researchers (IAMCR) Porto Alegre, Brazil, July 2004**, p.2.
- (٨) رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، ط ٢ (مدينة ٦ أكتوبر: المكتبة العالمية للنشر والتوزيع، ٢٠٠٩)، ص ص ٢٣٩-٢٤٠.
- (٩) بسبوني حمادة، في بسبوني حمادة (محرراً)، حرية الإعلام والتحول الديمقراطي في مصر، ط ١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٣)، ص ٢٢.
- (١٠) ملفين ل. ديفلير وساندرا بول - روكيتش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، ط ٥ (القاهرة: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، ٢٠٠٤)، ص ص ٢٠٣-٢٠٤.
- (١١) راسم محمد الجمال، وسائل الإعلام والتحول الديمقراطي في الدول العربية، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر، الإعلام وتحديات المجتمعات العربية، ج ١، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢-٤ مايو ٢٠٠٦، ص ص ٣٧٧-٣٧٨.
- (١٢) شريف منصور وآخرون، تقارير المجتمع المدني والتحول الديمقراطي والأقليات في الوطن العربي (القاهرة: مركز ابن خلدون، ٢٠٠٣)، ص ٨، في: حازم أنور محمد البنا وإبراهيم محمد أبو المجد فرج، تقييم الصفة المصرية للتغطية الإعلامية في الصحافة والتلفزيون لأحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي والثلاثون، ٢٠٠٨، ص ٧٥.
- (١٣) محمد سعد أبو عامود، الرأي العام والتحول الديمقراطي (الأسكندرية: دار الفكر العربي، ٢٠١٠)، ص ٢٧.
- (١٤) خالد صلاح الدين حسن، دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية وتحدياتها في مصر: في إطار تحليل الخطاب الإعلامي ونظرية الاعتماد، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢٠٠٩، ص ٨٢٢.
- (١٥) ثريا أحمد البدوي، الإعلام والإصلاح السياسي في مصر: دراسة مسحية وفنومولوجية مقارنة بين الجمهور والنخبة، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، ج ١، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥.
- (١٦) سامي عبد الرؤوف محمد طابع، بحوث الإعلام بين الماضي والحاضر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السابع، يناير- يوليو ٢٠٠٠.
- (١٧) شيم محمد عبد الحميد قطب، العوامل المؤثرة على مستقبل الصحافة الحزبية في مصر، رسالة دكتوراه، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٥).
- (18) Robin Mansell, **Political Economy, Power and New Media**, **New Media & Society**, Vol.6, No.1, 2003.
- (19) Vincent Mosco, **Current Trends in the Political Economy of Communication**, **Global Media Journal**, Canadian Edition, Vol.1, Issue1, 2008.

- (20) Fei. Shen, A Cross-Level Theory of Media Effects: How the Economy Conditions Political Learning, Paper Presented at the annual meeting of the International Communication Association, Marriott, Chicago, IL, May 2009.
- (21) Carlos Pereira, Inequalities on the Web: Strengths and Weaknesses of a Political Economy Analysis, **Media, Culture & Society**, Vol. 31, No.2, 2009.
- (22) Hanlong Fu, An Extended Economic Theory of Political Communication Effects, Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, May 2011.
- (٢٣) هشام عطية عبد المقصود محمد، تأثير السياسة الخارجية للدولة في المعالجة الصحفية للشئون الدولية: دراسة تحليلية مقارنة للصحافة المصرية خلال الفترة من ١٩٩٠ حتى ١٩٩٢، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩٥).
- (٢٤) محمود منصور هيبية، الخطاب الصحفي لانتخابات الرئاسة ٢٠٠٥ في الصحف المصرية: دراسة تحليلية على الأهرام والوفد والغد، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والعشرون، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠٧.
- (٢٥) أماني رضا عبد المقصود مصطفى، معالجة القضايا السياسية الداخلية في المضمون الإخباري بالقنوات الفضائية العربية الرسمية والمعارضة، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٩).
- (٢٦) منى المراغي أحمد محمد، محددات تشكيل أطر مضمون الخطاب السياسي بالصحف القومية والحزبية والخاصة: دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٩).
- (٢٧) أميرة ناجي محمد، الخطاب الصحفي تجاه قضايا الفساد في الصحف المصرية في الفترة من ٢٠٠٤ حتى ٢٠٠٧، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠١١).
- (٢٨) أشرف جلال حسن، العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة: دراسة مقارنة لبرامج الرأي في القناتين الأولى والثانية مقارنة بدريم والمحور، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، ج٢، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥.
- (٢٩) مصطفى محمد عبد الوهاب، النشرة الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والحكومية والخاصة، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٥).
- (٣٠) علاء محمد عبد العاطي، تأثير نمط الملكية في القنوات التلفزيونية الفضائية الإخبارية العربية على وظيفتها السياسية: دراسة تحليلية مقارنة، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر التعليم النوعي ودوره في التنمية البشرية في عصر العولمة، كلية التربية النوعية بجامعة المنصورة، إبريل ٢٠٠٦.
- (٣١) محمد سعد إبراهيم، الدور التنموي للصحافة المصرية في إطار التعددية الحزبية خلال الفترة ١٩٧٧-١٩٨٨، رسالة دكتوراه، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩٤).
- (٣٢) جمال عبد العظيم، المتغيرات المؤثرة على دور الصحافة في تكوين الرأي العام في مصر: دراسة تطبيقية على الحملات الصحفية في عامي ١٩٩٥-١٩٩٦، رسالة دكتوراه، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩٨).
- (٣٣) هشام عطية عبد المقصود، علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينيات، رسالة دكتوراه، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩٨).
- (٣٤) السيد بهنسي حسن، مدى تأثير الاتجاه السائد بوسائل الإعلام المصرية على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو قضايا التحول الاقتصادي، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثالث عشر، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠١.
- (٣٥) نوال عبدالعزيز الصفتي، التوظيف السياسي لقضية تطوير التعليم في الصحف الحزبية المصرية: دراسة تحليلية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الرابع عشر، يناير- مارس ٢٠٠٢.
- (٣٦) أشرف جلال، اتجاهات الصحافة المصرية نحو معالجة أحداث الحادي عشر من سبتمبر والحرب الأمريكية ضد أفغانستان، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد العشرون، يوليو - سبتمبر ٢٠٠٣.
- (٣٧) جمال عبد العظيم، بناء الأجندة الإخبارية في الصحف المصرية اليومية: دراسة تطبيقية على صحفتي الأهرام والوفد، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الرابع، العدد المزدوج، يناير- ديسمبر ٢٠٠٣.
- (٣٨) محرز حسين غالي، العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٣).
- (٣٩) محمود حسن هيبية، أثر نمط ملكية الصحف المصرية على أجندة القضايا التي تتناولها: دراسة تحليلية، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، ج٢، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥.

- (٤٠) محمد محمود عبد الفتاح نصر الدين، الصحف المصرية الصادرة عن شركات مساهمة: دراسة تقييمية للفن الصحفي والأداء المهني، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٥).
- (٤١) إيمان نعمان جمعة، اتجاهات المعالجة الصحفية لحملة الانتخابات الرئاسية وأثرها على معارف واتجاهات الناخبين، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الخامس والعشرون، يوليو - ديسمبر ٢٠٠٥.**
- (٤٢) عبد الجواد سعيد محمد ربيع، استخدامات الشباب الجامعي للصحف المحلية والإشباع المتحققة منها: دراسة ميدانية وتحليلية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الأول، يناير - يونيو ٢٠٠٦.**
- (٤٣) محرز حسين غالي، أساليب تنظيم وإدارة الجهاز التحريري بالصحف المصرية وعلاقتها بالاستقلال المهني للمحررين ومدى شعورهم بالرضا الوظيفي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثاني، يوليو- ديسمبر ٢٠١٠.**
- (44) Kimberley E. Fradgley and Walter E. Nierbauer Jr., **London's "Quality" Newspapers: Newspaper Ownership and Reporting Patterns, Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol.72, No.4, December 1995.**
- (45) Devra C. Moehler and Naunihal Singh, Whose News Do You Trust? Explaining Trust in Private versus Public Media in Africa, **Political Research Quarterly, Vol.64, No.2, June 2011.**
- (46) Amy Reynolds and Gary Hicks, Civic Journalism influence on Local T.V. News Coverage, **AEJMC Conference Papers, 2001.**
- (47) Lu Shi, The Policy Deviation in China's New Media: A Comparative Content Analysis, **Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, Marriott Hotel, San Diego, CA, May 2003.**
- (48) Daniel Chomsky, An Interested Reader: Measuring Ownership Control at the NewYork Times, **Paper Presented at the Annual Meeting of the Western Political Science Association, Marriott Hotel, Portland, 2004.**
- (49) J. Sonia Huang and George Sylive, Decision-Making by Newspaper Editors: Understanding Values and Change, **Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association, 2006.**
- (50) Amit Schejter and Jonathan Obar, Comparing Media Ownership Regimes: The Fine Contours That Differentiate Among the American, British, and Canadian Media Systems, **Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, 25 May, 2011.**
- (٥١) سلام أحمد عبده، الخطاب الصحفي الانتخابي لأحزاب المعارضة: دراسة تحليلية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب ٢٠٠٠، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر - ديسمبر ٢٠٠١.**
- (٥٢) راسم محمد الجمال وخيرت معوض محمد عياد، وسائل الإعلام والتسويق السياسي: دراسة على قضية الإصلاح السياسي في مصر، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، **مستقبل وسائل الإعلام العربية، ج٣، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥.**
- (٥٣) ماهيناز رمزي، بنية أطروحات خطاب الإصلاح السياسي داخل ساحات النقاش على المواقع الإذاعية والتلفزيونية بشبكة الإنترنت، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الأول، يناير - يونيو ٢٠٠٦.**
- (٥٤) خيرت معوض محمد عياد، الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية المصرية في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٥، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الثاني، يونيو- ديسمبر ٢٠٠٦.**
- (٥٥) نشوة سليمان محمد عقل، المعالجة التليفزيونية والصحفية للقضايا البرلمانية ودورها في تشكيل اتجاهات الجمهور العام نحو البرلمان، **رسالة دكتوراه، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٦).**
- (٥٦) هشام عطية عبد المقصود محمد، التوظيف السياسي لقضايا حقوق الإنسان في الصحافة المصرية: دراسة لبنية وأطر الخطاب المقدم في سياق مدخل التحليل الثقافي، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثامن، العدد الثالث، يوليو - سبتمبر ٢٠٠٧.**

- (٥٧) عبد الجواد سعيد محمد ربيع، المدونات كأداة اتصال تفاعلي في المشاركة السياسية: دراسة تحليلية لأطروحات خطاب التعديلات الدستورية في مصر، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد التاسع، العدد الأول، يناير - يوليو، ٢٠٠٨.
- (٥٨) عيسى عبد الباقي موسى، انعكاسات الخطاب الصحفي على تشكيل اتجاهات الجمهور العام والنخبة في مصر نحو قضايا الإصلاح السياسي: دراسة مسحية، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة (جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب بقنا، قسم الإعلام، ٢٠٠٨).
- (٥٩) خالد صلاح الدين حسن، **مرجع سابق**.
- (٦٠) راسم محمد الجمال، **مرجع سابق**.
- (٦١) حازم أنور محمد البنا وإبراهيم محمد أبو المجد فرج، تقييم الصفوة المصرية للتغطية الإعلامية في الصحافة والتلفزيون لأحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الحادي والثلاثين، ٢٠٠٨.
- (٦٢) ياسر إسماعيل محمود، المفهوم الحزبي للديمقراطية وانعكاساته على معالجات الصحف الحزبية للقضايا الاجتماعية: دراسة تحليلية لصحف أهالي الوفد والشعب خلال الفترة من ١٩٨٩ - ١٩٩٢، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠١).
- (٦٣) بسبوني حمادة، تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والديمقراطية: دور الإنترنت في جعل الوطن العربي ديمقراطي، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن عشر، يناير - مارس ٢٠٠٣.
- (٦٤) جمعة أحمد قاجمة، التشريعات الإعلامية ومستقبل العمل الإعلامي الرسمي: مستقبل وسائل الإعلام العربية الرسمية في ظل متغيرات العصر، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، **مستقبل وسائل الإعلام العربية**، ج٣، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥.
- (٦٥) سليمان صالح، وسائل الإعلام والديمقراطية في الوطن العربي، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر، **الإعلام وتحديات المجتمعات العربية**، ج١، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢-٤ مايو ٢٠٠٦.
- (٦٦) ثريا أحمد البدوي، الإعلام والإصلاح السياسي في مصر: دراسة مسحية وفنومولوجية مقارنة بين الجمهور والنخبة، **مرجع سابق**.
- (٦٧) حنان أحمد سليم، علاقة الفضائيات الإخبارية والصحف والجماعات المرجعية بتشكيل الاهتمامات نحو قضايا الإصلاح السياسي، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر، **الإعلام وتحديات المجتمعات العربية**، ج١، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢-٤ مايو ٢٠٠٦.
- (٦٨) رباب عبد الرحمن هاشم خليفة، المعالجة التلفزيونية والصحيفة لقضايا الإصلاح السياسي في المجتمع المصري ودورها في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحوها، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٨).
- (٦٩) هناء السيد محمد علي، معالجة الصحف المصرية لأحداث محرم بك الطائفية عام ٢٠٠٥: دراسة تحليلية مقارنة، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، المجلد السابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، يونيو - ديسمبر ٢٠٠٦.
- (٧٠) قدرى علي عبد المجيد عبد النبي، تأثير المعالجة الإعلامية لقضايا حقوق الإنسان على معارف واتجاهات الجمهور المصري، **رسالة دكتوراه**، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٧).
- (٧١) حنان محمد إسماعيل يوسف، دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى، **رسالة ماجستير**، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ١٩٩٦).
- (٧٢) إيمان نعمان جمعة، تأثير التغطية الإعلامية لمجلس الشعب على صورته الذهنية وانعكاساتها على المشاركة في الانتخابات البرلمانية ٢٠٠٠، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير - مارس ٢٠٠١.
- (٧٣) هويدا مصطفى، استطلاع آراء عينة من النخبة السياسية والإعلانية حول التغطية التلفزيونية لانتخابات مجلس الشعب لعام ٢٠٠٠، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير - مارس ٢٠٠١.
- (٧٤) جمال عبدالعظيم، دور الصحافة المصرية في المشاركة السياسية لدى قادة الرأي: دراسة ميدانية بالتطبيق على انتخابات مجلس الشعب عام ٢٠٠٠، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني، العدد الأول، يناير - مارس ٢٠٠١.
- (٧٥) نائلة إبراهيم عمارة، دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية في مصر، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر، **الإعلام وتحديات المجتمعات العربية**، ج١، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢-٤ مايو ٢٠٠٦.

- (٧٦) عبد العزيز السيد عبد العزيز، دور الصحف المصرية في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المشاركة في الانتخابات الرئاسية سبتمبر ٢٠٠٥، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر، الإعلام وتحديات المجتمعات العربية، ج١، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٢-٤ مايو ٢٠٠٦.
- (٧٧) محمد محفوظ الزهري، معالجة الصحف المصرية (القومية والخاصة) لانتخابات رئاسة الجمهورية لعام ٢٠٠٥: دراسة تحليلية مقارنة، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الثاني، يونيو- ديسمبر ٢٠٠٦.
- (٧٨) صفا فوزي، دور وسائل الاتصال في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور المصري نحو الانتخابات الرئاسية الأمريكية نوفمبر ٢٠٠٨: دراسة في إطار مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثاني، المجلد التاسع، يوليو- ديسمبر ٢٠٠٨.
- (٧٩) حسني محمد نصر، دور بريد القراء في التعبير عن الرأي العام في ضوء نظرية دوامة الصمت: دراسة تحليلية لرسائل القراء الخاصة بتعديل المادة ٧٦ من الدستور المصري في صحيفة الأهرام خلال عام ٢٠٠٥، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد السابع، العدد الأول، يناير- يونيو ٢٠٠٦.
- (٨٠) شيماء ذو الفقار، التغطية التليفزيونية للتعديلات الدستورية وعلاقتها باتجاهات الرأي العام المصري نحو شرعية النظام السياسي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد التاسع، العدد الأول، يناير - يوليو ٢٠٠٨.
- (٨١) وفاء عبد الخالق ثروت، دور البرامج الحوارية في التليفزيون المصري في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التعديلات الدستورية: دراسة في إطار نظرية دوامة الصمت، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد التاسع، العدد الثاني، يوليو- ديسمبر ٢٠٠٨.
- (82) Betty Winfield and Zengjun Peng, Marketplace or Party Controls? The Chinese Media in Transition, Paper Presented at **the Annual Meeting of the International Communication Association**, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA, May 2004.
- (83) Karin Gwinn Wilkins, Communication and Transition in the Middle East: A Critical Analysis of US Intervention and Academic Literature, **International Communication Gazette**, Vol. 66, No.6, December 2004.
- (84) Joshua Pasek, Fueling or Following Democracy? Analyzing the Role of Media Liberalization in Democratic Transition, **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association**, Marriott, Loews Philadelphia, and the Pennsylvania Convention Center, Philadelphia, PA, August 2006.
- (85) Frederick Vultee, Press Power, People Power: Dimensions of Media Freedom and Their Effect on Democratization, **Paper presented at the Annual Meeting of the International Communication Association**, TBA, San Francisco, CA, May 2007.
- (86) P. Loveless , A Multi-Level Model of Strategic Media Use in Democratizing Countries, **Paper Presented at the Annual Meeting of the Midwest Political Science Association**, Palmer House Hotel, Chicago, IL, Apr. 12, 2007.
- (87) P. Loveless, Citizens' Strategic Media Use in Democratizing Countries: Determinants and Implications for Political Socialization, **Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association**, Hyatt Regency Chicago and the Sheraton Chicago Hotel and Towers, Chicago, IL, Aug. 30, 2007.
- (88) Svetlana Kulikova, Press Freedom in Transitional Regimes as a Contributor to Democratic Processes, **Paper presented at the annual meeting of the ISA's 49th Annual Convention**, Bridging Multiple Divides, Hilton San Francisco, San Francisco San Francisco, CA, USA, March 2008.
- (89) Colin Sparks, South African Media in Transition, **Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association**, Marriott, Chicago, IL, May 2009.
- (90) James B. White, Intercity Competition and Local Election Coverage: a Case Study, **Paper Presented at Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) Annual Meeting**, Washington, D.C., August 1995.

- (91) Robert Lichter and Ted Smith, Why Elections are Bad News: Media and Candidate Discourse in the 1996 Presidential Primaries, **The International Journal of Press Politics**, Vol.1, No.4, September 1996.
- (92) John C. Tedesco, Lori Melton Mckinnon, and Lynda Lee Kaid, Advertising Watchdogs: A Content Analysis of Print and Broadcast Ad. Watched, **The International Journal of Press Politics**, Vol.1, No.4, September 1996.
- (93) Michael Pfau and William P. Eveland, Influence of Traditional and Non-traditional News Media in the 1992 Election Campaign, **Western Journal of Communication**, Vol.60, Issue3, Summer 1996.
- (94) Frank Brettschneider, The Press and the Polls in Germany, 1980-1994: Poll Coverage as an Essential Part of Election campaign Reporting, **International Journal of Public Opinion Research**, Vol.9, No.3, Autumn 1997.
- (95) Amy Reynolds, The 1996 Presidential Campaign, Civic Journalism and Local T.V. News: Does Doing Civic Journalism Make Any Difference, Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) **Conference Papers**, 1997.
- (96) Pippa Norris and John Curtice, The News Media and Civic Engagement, paper presented at the **European Consortium for Political Research (ECPR) Joint Sessions**, University of Warwick, March 1998.
- (97) Jan Kleinnijenhuis and David P. Fan, Media Coverage and the Flow of Voters in Multiparty System: The 1994 National Elections in Holland and Germany, **International Journal of Public Opinion Research**, Vol.11, Issue 3, Fall 1999.
- (98) Stephanie Greco Larson, Public Opinion in Television Election News: Beyond Polls, **Political Communication**, Vol.16, Issue 2, 1999.
- (99) Greg M. Shaw and Amy S. Ragland, The Polls-Trends: Political Reform, **Public Opinion Quarterly**, Vol.64, Issue 2, 2000.
- (100) Jaeho Cho, Political Ads and Citizen Communication, **Paper Presented at the Annual Meeting of the International Communication Association**, TBA, San Francisco, CA, May 2007.
- (101) Augustine U. Nwagbara, Rhetoric of Power, Power of Rhetoric: Discourse Implications of Mass Media Reports of Election Campaign and the Sustenance of Democracy in Nigeria, **African Journal of International Affairs**, Vol.10, No.1&2, 2007.
- (١٠٢) حسن عبدالحميد أحمد رشوان، في القوة والسلطة والنفوذ: دراسة في علم الاجتماع السياسي (الأسكندرية: مركز الأسكندرية للكتاب، ٢٠٠٦)، ص ١٧٩.
- (١٠٣) فؤاد النمري، جديد الاقتصاد السياسي (عمان، الأردن: بدون ناشر، ٢٠٠٣)، ص ٢.
- (١٠٤) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط ٣ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤)، ص ٢٠٩-٢١٠.
- (١٠٥) عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، ط ١ (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢)، ص ١٥.
- (١٠٦) المرجع السابق، ص ١٥.
- (١٠٧) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢١١.
- (١٠٨) عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص ١٥.
- (١٠٩) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص ٢١١-٢١٢.
- (110) Phil Graham, Political economy of communication: A Critique, **Critical perspectives on international business**, Vol.3 Issue3, 2007, p.p.2-3.
- (111) E. R. Meehan, Vincent Mosco, and J. Wasko, Rethinking Political Economy: Change and Continuity, In: M. Levy & M. Gurevitch (eds.), **Defining Media Studies: Reflections on The Future of The Field** (Oxford: Oxford University Press, 1994), p.347.
- P. Golding & G. Murdock, Culture, Communications, and Political Economy, In: J. Curran & M. Gurevitch (eds.), **Mass Media and Society** (London: Edward Arnold, 1991), p.15.

- (112) Vincent Mosco, **The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal** (London: SAGE, 1996), p.p. 3-4.
- (113) R. McChesney, Making a Molehill out of a Mountain: The Sad State of Political Economy in U.S. Media Studies, In: A. Calabrese & C. Sparks (eds.), **Toward A Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in The twenty-first Century** (Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2004), p.2.
- (114) Vincent Mosco, **The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal**, **op. cit**, p.71.
- (115) Oliver Boyd-Barrett, The Political Economy Approach, In: Oliver Boyd-Barrett and C. Newbold (eds.), **Approaches to Media Approaches to Media** (Oxford: Oxford University, 1995), p.186.
- Jin Cao and Yuezhi Zhao (eds.), **The political economy of communication: A Reader** (Shanghai: Fudan University Press, 2007), p.106.
- Robert W. McChesney, **Communication Revolution** (New York: The Free Press, 2007), p.78, In: Vincent Mosco, **The Political Economy of Communication**, Second Edition (Queen's University, Canada: SAGE Publications Ltd, 2009), p.1.
- (116) Carlos Pereira, Inequalities on the Web: Strengths and Weaknesses of a Political Economy Analysis, **Media, Culture & Society**, Vol.31, No.2, 2009, p.326.
- (117) Vincent Mosco, Current Trends in the Political Economy of Communication, **op. cit**, p.55.
- (118) Vincent Mosco, **The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal**, **op. cit**, p.71.

(١١٩) فؤاد النمري، مرجع سابق، ص ٣.

(١٢٠) ماهيناز رمزي، العوامل المؤثرة في مستقبل أنماط ملكية القنوات التلفزيونية المصرية الخاصة، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، مستقبل وسائل الإعلام العربية، ج١، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ٣-٥ مايو ٢٠٠٥، ص ٣٢٥.

(١٢١) أماني رضا عبد المقصود مصطفى، معالجة القضايا السياسية الداخلية في المضمون الإخباري بالقنوات الفضائية العربية الرسمية والمعارضة، رسالة ماجستير، غير منشورة (كلية الإعلام: جامعة القاهرة، ٢٠٠٩)، ص ٣٣.

(١٢٢) محمد سعد أبو عامود، مرجع سابق، ص ١٣٤.

(١٢٣) تم الاستعانة في هذا الجزء من الدراسة بالكتب الآتية:

- سامي طابع، **بحوث الإعلام** (القاهرة: دار النهضة العربية، ٢٠٠١).

- سمير محمد حسين، **بحوث الإعلام: دراسات في البحث العلمي**، ط٣ (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٩).

- عاطف عدلي العبد، **تصميم وتنفيذ استطلاعات وبحوث الرأي العام والإعلام: الأسس النظرية والنماذج التطبيقية** (القاهرة: دار الفكر العربي، ٢٠٠٢).

- فرج الكامل، **بحوث الإعلام والرأي العام: تصميمها وإجراؤها وتحليلها** (القاهرة: دار النشر للجامعات المصرية، ٢٠٠١).

- محمد عبد الحميد، **البحث العلمي في الدراسات الإعلامية**، ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٠).

(١٢٤) قام بتحكيم استمارتي تحليل الخطاب والمقابلة المقننة السادة الأساتذة التالية أسماؤهم، ولهم مني خالص الشكر والتقدير:

- أ. د. عواطف عبدالرحمن، الأستاذة بقسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة (رئيسة قسم الصحافة ووكالة كلية الإعلام للدراسات العليا سابقاً).

- أ. د. بركات عبدالعزيز، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- أ. د. سليمان صالح، أستاذ ورئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- أ. د. محمد شومان، عميد المعهد الدولي للإعلام بأكاديمية الشروق.

- أ. د. خالد صلاح الدين، الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- د. محرز حسين غالي، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- د. عبدالرحيم درويش، الأستاذ المساعد بقسم الإعلام كلية التربية النوعية، جامعة دمياط.

- د. فاطمة الزهراء محمد، المدرسة بقسم الصحافة بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(١٢٥) بسبوني إبراهيم حمادة، **الصحافة وصنع القرار السياسي في الوطن العربي**، ط١ (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠١٢)، ص ص ٥٥-٥٦.

(١٢٦) هشام عطية عبد المقصود محمد، تأثير السياسة الخارجية للدولة في المعالجة الصحفية للشؤون الدولية، **مرجع سابق**، ص٥٦.

(١٢٧) من هذه الدراسات: هشام عطية، تأثير السياسة الخارجية للدولة في المعالجة الصحفية للشؤون الدولية، **مرجع سابق**. وإيمان نعمان جمعة، اتجاهات المعالجة الصحفية لحملة الانتخابات الرئاسية وأثرها على معارف واتجاهات الناخبين، **مرجع سابق**. وهشام عطية، علاقة النخب السياسية المصرية بالصحافة وتأثيرها في أنماط الأداء الصحفي في التسعينات، **مرجع سابق**. وسها فاضل، **مرجع سابق**. وثريا أحمد البدوي، دور الإعلام في دعم المواطنة في مصر، **مرجع سابق**. ومحمود منصور، **مرجع سابق**. ومنى المراغي، **مرجع سابق**. وأميرة ناجي محمد، **مرجع سابق**. وأشرف جلال حسن، العلاقة بين ملكية وسائل الإعلام وطبيعة ومستوى الحرية في القنوات المصرية الحكومية والخاصة، **مرجع سابق**. ومحمد سعد إبراهيم، **مرجع سابق**. وجمال عبدالعظيم، المتغيرات المؤثرة على دور الصحافة في تكوين الرأي العام في مصر، **مرجع سابق**. ومحرز حسين غالي، العوامل الإدارية المؤثرة على السياسة التحريرية في الصحف المصرية، **مرجع سابق**. وأشرف جلال، اتجاهات الصحافة المصرية نحو معالجة أحداث الحادي عشر من سبتمبر والحرب الأمريكية ضد أفغانستان، **مرجع سابق**.

Kimberley E. Fradgley and Walter E. Nierbauer Jr., **op. cit.** Devra C. Moehler and Naunihal Singh, **op. cit.** Daniel Chomsky, **op. cit.**

(١٢٨) من هذه الدراسات: شيماء ذو الفقار، التغطية التلفزيونية والصحفية للقضايا العامة في مصر وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو هذه القضايا، **مرجع سابق**.

Lu Shi, **op. cit.** Amy Reynolds and Gary Hicks, **op. cit.**

The Relationship between Media Ownership and their Manipulation of Democratic Transformation Issues

El-Sayed Abdel-Rahman Ali

Researcher

Academy of the Arabic Language in Cairo

Abstract:

This study aimed to monitor and analyze the relationship between media ownership and their manipulation of democratic transformation issues in Egypt. It is a descriptive and explanatory study, moreover it used a survey method.

The field study was conducted on a sample of the Egyptian elite: political, media, and academic elite.

The study emphasized that Egyptian media played a vital role in defining the democratic transformation issues in Egypt.

Otherwise, the study concluded that there is a difference in the media manipulation of democratic transformation issues according to ownership patterns of media.

Moreover, it concluded that media is one of the most serious obstacle to democratic transformation in Egypt, side by side to the lack of culture of democracy, political instability, weakness of the political parties, intolerance, partisanship, bureaucracy, corruption, economic problems, and the low level of education... etc.

Copyright © EPRA 2014

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of Use of Egyptian public Relations Association, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-8723X)

To request such permission or for further enquires, please contact:

EPRA Publications

Egyptian Public Relations Association, Gizza, Egypt
Dokki, Ben Elsarayat -2 Ahmed Elzayat St.

chairman@epra.org.eg Email: - jpr@epra.org.eg

Web: www.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 850 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 450 \$.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 250 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 130 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- The manuscript does not exceed 35 pages of A4 size. 20 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 5 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 10 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Three copies of the journal and three Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 250 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 350 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations. Three copies of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- Three copies of the journal are sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Society of Public Relations.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Egyptian Association for Public Relations.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Egyptian Public Relations Association,
 Arab Republic of Egypt, Gizza, El-Dokki, Bein El-Saray, 2 Ahmed El-zayat Street.
 And also to the Association email: jpr@epra.org.eg, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of public relations research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of specialized Professors.

The journal is affiliated to the Egyptian Public Relations Association, the first Egyptian specialized scientific association in public relations.

- The journal is accredited, Classified internationally for its printed and electronic version from the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo And classified by the Committee of Scientific Promotion Specialization media - Supreme Council of Universities.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.
- The author should present a printed copy and an electronic copy of his manuscript on a CD written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.



Journal of Public Relations Research Middle East
(JPRR.ME)

Scientific Refereed Journal

Fourth issue - July / September 2014

Founder & Chairman

Dr. Hatem Saad

Chair of EPRA

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty of Mass Communication - Cairo University
Chairman of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Samy Taya

Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Dr. Sadek Rabeh (Algeria)

Associate Professor of mass communication - Emirati
Canadian faculty - United Arab Emirates - the former dean
of Faculty of information and Public Relations - Ajman
University

El-Sayed Abdel-Rahman Ali

Senior editor - Academy of The Arabic Language
Ph.D. candidate - Faculty of mass communication - Cairo University

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt
Giza - Dokki

Ben Elsarayat - 2 Ahmed Zayat Street

Mobile: +201141514157

Tel : +2237620818

www.epra.org.eg

jpr@epra.org.eg

Scientific Board **

JPRR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Mona Al-Hadedy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Enshirah el SHAL (Egypt)

Professor of Media at the Faculty of Mass Communication, Cairo University (State Doctorate in Arts and Humanities from France)

Prof. Dr. Hassan Mekawy (Egypt)

Professor of radio and television – Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Nesma Younes (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Adly Reda (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University and dean of the Institute of High Aljazeera Media Sheroq Academy

Prof. Dr. Samy Abd Elaziz (Egypt)

Professor of public relations and marketing communications for the former Dean of the Faculty of Information, Cairo University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations Department of the Faculty of Media Arts - King Saud University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Basyouni Hamada (Egypt)

Professor of media and public opinion, political - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Hassan Aly (Egypt)

Professor of Radio & Television and Head of Mass Communication Department – Faculty of Arts - Mina University

Prof. Dr. Mahmoud Hassan Ismael (Egypt)

Media professor & Head of Department of Culture Media and Children at Ain Shams University

Prof. Dr. Hamdy Abo Alenen (Egypt)

Media professor and dean of the Faculty of Al-Asun and Mass Communication, Vice President of the International University of Egypt

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts – King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharif (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations at the Faculty of Mass Communication, Yarmouk University

Prof. Dr. Mohamed Elbokhary (Syria)

Professor, Department of Public Relations and Publicity, School of Journalism, University of MF Uzbek national Ulugbek Beck

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Journal



of P R research

Middle East

Journal of Public Relations Research Middle East

Scientific Refereed Journal - Published by Egyptian Public Relations Association – Fourth Issue – July / September 2014

Researches in French:

- *Professeur Said LOUCIF - Université d'Alger3*
La Confiance Comme Instrument d'analyse et de Compréhension des Relations Publiques 7

Researches in English:

- *Dr. Osman B. Gazzaz - Umm al-Qura University*
Pilgrim Problems and their Communication Patterns in the Hajj 1434 (H): A Study of the Communicative Ecology of the Pilgrim Community from Egypt 24

Abstracts Researches in Arabic:

- *Dr. Mohamed Zen Abd Elrahman - Minia University*
Social Networks and their Role in the Activation of the Political Movement: A Field Study on A Sample of Public Upper Egypt 62
- *Dr. Shaban Hasan Hamada - Ajman University*
Effective Electronic Public Relations at Fujairah Charity Foundation in United Arab Emirates 64
- *Dr. Magda Abd El- Monem Makhlouf - Higher Institute for Media and Communication Arts*
The Role of the Public Relations Department of Internal Crises Management in Egyptian Ministries: A field study 66
- *El-Sayed Abdel-Rahman Ali - Academy of the Arabic Language in Cairo*
The Relationship between Media Ownership and their Manipulation of Democratic Transformation Issues 68
- *Ismail Bin Debeli - University of Algiers 3*
Sociology uses frames its Approach in Information and Communication Sciences Read the Representations and Use and Ownership 69

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical
Information Network
(ENSTINET)

Copyright ©2014 EPRA
www.epra.org.eg