

رؤية الصحفيين والإعلاميين المصريين لتأثير النزعات الإحتكارية على مناخ التعددية والتنوع السائد في ممارسات وسائل الإعلام الخاصة وفي كفاءة السياسات المالية والإدارية لهذه الوسائل وتطورها.

د. محرز حسين غالي

أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة

مقدمة :

ما زالت قضية نمو الاحتكارات وتزايدها في مجال صناعة الإعلام تمثل واحدة من أهم الإشكاليات التي تواجه هذه الصناعة؛ إذ تحولت صناعة الإعلام بفضل هذه النزعات والتوجهات الإحتكارية التي يغلب عليها الطابع الاقتصادي، من كونها صناعة ذات طابع ثقافي واجتماعي في المقام الأول، إلى صناعة - شأنها في ذلك شأن الصناعات الأخرى - تتحكم فيها وتحركها الإعتبارات الاقتصادية والإدارية لحملة الأسهم وأصحاب رأس المال، وهو الأمر الذي أفقد صناعة الصحافة والإعلام عموماً خصوصيتها، المستمدة من اعتبارات مسئوليتها الاجتماعية والثقافية إزاء الجمهور وقضايا المجتمع، وأصبحت مجرد عملية التفكير في مسألة تحقيق التوازن هذه بين هذين النوعين من الاعتبارات (المادية / والثقافية والاجتماعية) في ظل سيطرة الاحتكارات أمراً أشبه بالمستحيل، الأمر الذي أدى إلى تراجع هامش التعددية والتنوع في مجال الإعلام، وتراجع استقلالية الصحافة ووسائل الإعلام عموماً في مواجهة ضغوط الملاك ومصالحهم وتوجهاتهم ورؤاهم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والفكرية؛ حيث تشير الدراسات ونتائج البحوث العلمية وتقارير الهيئات والمنظمات المعنية بأوضاع صناعة الصحافة والإعلام إلى أن النموذج الاقتصادي والإداري الذي يحكم صناعة الإعلام، والذي تعمل في إطاره هذه الصناعة، مازال يدور في فلك ذلك النموذج العولمي القائم على سيطرة الشركات ومؤسسات الإعلام العابرة للقوميات Multinational Ownership Model، تلك الشركات المختلطة Conglomerates التي تحكمها قناعات واضحة بأن صناعة الصحافة والإعلام لابد أن تخضع لرؤيتها وتوجهاتها وتكون بمثابة أذرع إعلامية للدفاع عن رؤيتها ومصالحها واستثماراتها والتسويق لقيمتها وأفكارها وتوجهاتها. (١)

هذه الوسائل ، وأصبحت وسائل الإعلام في ظل هذا النموذج أكثر ميلا للطابع الاستهلاكي التجاري المحكوم بنزعات السوق وتوجهاته ، الأمر الذي أدى إلى تراجع قيم التعددية والتنوع والاستقلالية ، وقيم المهنة وأخلاقياتها ، بالإضافة إلى تراجع دور الصحافة ووسائل الإعلام في ممارسة أهم وظائفها وأدوارها ، وهو الدور الرقابي والنقدي إزاء مؤسسات الدولة ومؤسسات المال والأعمال التي أصبحت تتحكم في الصحافة ووسائل الإعلام نتيجة لطبيعة الإرتباطات والمصالح القائمة مع ملاكها . (٣)

وتؤكد الكثير من الدراسات والأدبيات أن سوق صناعة الصحافة والإعلام في الغرب الأمريكي و الأوروبي قد أصبحت تسيطر عليه الآن مجموعة محدودة من الشركات والسلاسل الاحتكارية الضخمة ، التي تتفاوت في طبيعة قدراتها المالية وطبيعة استثماراتها ، وهذه السلاسل وفقا لعائدها المالية وأرباحها السنوية يمكن ترتيبها على النحو التالي (٤) :

- Walt Disney (وولت ديزني) التي تعمل في مجال صناعة الترفيه والإنتاج السينمائي والتلفزيوني ، والتي تقدر أرباحها السنوية بحوالي ١٣,٧ مليار دولار ، ومؤسسة Time Warner (تايم وارنر) المتخصصة في مجال صناعة الصحافة والنشر ، والتي تبلغ أرباحها السنوية ١٢,٤ مليار دولار ، ومؤسسة (نيوز كوربوريشن) ، ومؤسسة NBC Universal للإنتاج الإذاعي والتلفزيوني وتقدر أرباحها السنوية بحوالي ١١,٢ مليار دولار ، ومؤسسة Viacom التي تعمل في مجال صناعة السينما والإنتاج التلفزيوني النشرا لالكتروني وتقدر أرباحها بحوالي ١٠,٤ مليار دولار سنويا ، ويليها شركة Google لخدمات الإنترنت وصناعة الإعلام الرقمي وتقدر أرباحها بحوالي ٨,٦ مليار دولار ، ومؤسسة Advanced Publication ، وتعمل في مجال صناعة النشر وإصدار الصحف والمجلات ، وتقدر عائدها السنوية بحوالي ٦,٧ بليون دولار . ومؤسسة Gannett : والتي تصدر صحيفة الـ وول ستريت جورنال ، وتعمل في مجال صناعة الصحافة والنشر وإصدار الصحف والمجلات ، وتقدر عائدها السنوية بحوالي ٤,٨ بليون دولار ، إضافة إلى مؤسسة Sony/ Columbia ، وهي مؤسسة ضخمة تعمل في مجال الإنتاج السينمائي والتلفزيوني وتقدر عائدها وأرباحها السنوية بحوالي ٤ بليون دولار ، ويليها شركة YAHOO لخدمات الإنترنت وتقدر أرباحها السنوية بحوالي ٣,٧ بليون دولار ، وسلسلة New York Times Co ، وتعمل في مجال صناعة الصحافة والنشر ، وتقدر أرباحها السنوية بحوالي ٣,٢ بليون دولار ، ويليها مؤسسة Tribune Co ، وتعمل

وبالرغم من أن ظاهرة الاحتكارات في مجال صناعة الصحافة ووسائل الإعلام قد بدأت تتبلور بشكل واضح كأحد نتائج وتداعيات الأزمة الاقتصادية العالمية ، التي ضربت العالم مع نهاية العشرينيات وعلى مدار عقد الثلاثينيات من القرن الماضي ، وفرضت على أصحاب الصحف - خاصة الصحف الصغيرة والمتوسطة منها - الإندماج مع المشروعات الصحفية الكبرى خوفا من التوقف والإفلاس ، إلا أن هذه التحولات التي بدأت تشهدها صناعة الصحافة في المجتمع الغربي الأمريكي والأوروبي ، ظلت مقيدة نسبيا ، ولم تتحول المؤسسات الإعلامية الإحتكارية التي كانت سائدة إبان هذه المرحلة إلى حالة السيطرة الكاملة على السوق الصحفية ، حيث استمرت هذه السوق - خاصة بعد مرحلة الأزمة الاقتصادية - تشهد نموا ورواجا كبيرا للصحف المملوكة للأفراد والعائلات والصحف المستقلة المملوكة لشركات صغرى ومتوسطة ، ولا تخضع لسيطرة وتوجهات المشروعات التجارية والإستثمارية ، إلى أن جاء عام ١٩٦٤ ليشهد المجتمع الأمريكي وتشهد صناعة الصحافة والإعلام تحولا دراماتيكيًا بإعلان ملاك صحيفة الواشنطن بوست اندماجها وسيطرتها على عدد من الصحف والمشروعات الصحفية المستقلة وخضوع الأخيرة لتوجهاتها وأسلوب إدارتها ، ثم تلاها بعد ذلك إعلان صحيفة النيويورك تايمز في عام ١٩٦٩ اندماجها مع عدد آخر من المشروعات ، وتبني الأخيرة لتوجهاتها وسياساتها ، ثم إعلان صحيفة الـ وول ستريت جورنال اندماجها هي الأخرى وسيطرتها على عدد من المشروعات والمؤسسات الصحفية عام ١٩٧٢ ، ومجيء عام ١٩٧٥ تحولت ملكية ما يقرب من ٧٥٪ من إجمالي الشركات ومؤسسات الصحافة والإعلام في المجتمع الأمريكي والبريطاني ، وكثير من المجتمعات الغربية الأخرى من نمط ملكية الصحف والمشروعات المستقلة ، وملكية الأفراد والعائلات إلى نمط ملكية السلاسل والإحتكارات الكبرى Chain Ownership (٢) . وهي التحولات التي ترتبت عليها كثير من النتائج المتعلقة بأساليب إدارة هذه المؤسسات الإعلامية ، وسياسات تحريرها وطبيعة القيم المهنية الحاكمة لتوجهاتها ، حيث أصبحت الصحافة ووسائل الإعلام في ظل ملكية السلاسل والإحتكارات الجديدة أكثر بيروقراطية ومركزية على مستوى أساليب الإدارة ، وأصبحت أكثر اهتماما بتحقيق الأهداف الاقتصادية مثل تعظيم الإيرادات والأرباح من المصادر المختلفة على حساب القيم والاعتبارات المهنية ، وكذلك أصبحت سياسات تحريرها أقل حرصا على التعبير عن توجهات ورؤى كافة القوى السياسية والاجتماعية والفكرية السائدة في المجتمع وإتاحة الفرصة لها في

، وسيطرتها على جميع الصحف التي خضعت لأحكام قانون تنظيم الصحافة المشار إليها في وقتها والتي صدرت بعد ذلك . واستمر الوضع على هذه الصورة من احتكار الدولة لوسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة والمرئية حتى جاء عام ١٩٧٧ ، وأصدرت الدولة في إطار توجهاتها السياسية والاقتصادية الجديدة قانونا يسمح بقيام الأحزاب السياسية ، ويسمح لهذه الأحزاب وفق ضوابط معينة بإصدار الصحف التي تعبر عنها ، مع استمرار حرمان رأس المال الخاص من تملك الصحف وإصدارها ، إلى أن جاء عام ١٩٩٥ ، وأصدر البرلمان قانونا يسمح بذلك ، بل إن مجلس الوزراء في عام ١٩٩٨ قد أصدر قرارا يسمح لأصحاب رؤوس الأموال الخاصة الاستثمار في مجال القنوات الفضائية ومحطات الإذاعة ذات الترددات القصيرة ، وبدأت السوق الإعلامية منذ منتصف التسعينيات وحتى الآن تتبدل ملامحها تماما ، وبدأ الإعلام الخاص مع مرور الوقت يخلق لنفسه مكانة ونفوذ متزايدا في هذه السوق على حساب الإعلام القومي ، نتيجة لمساحة الحرية التي يتمتع بها ، ونتيجة للقدرات المالية والتقنية الهائلة التي أصبحت تتمتع بها هذه القنوات والصحف نتيجة لدعم ملاكها ، حتى أصبحت هذه الوسائل الخاصة تتمتع بنفوذ احتكاري داخل منظومة الإعلام المصري .

والحقيقة فإن المتابع لطبيعة تحولات المشهد الإعلامي في مصر سيدرك لأول وهلة أن سوق صناعة الإعلام قد بدأت تشهد تحولات جذرية واضحة ، وأن هناك ثمة قوى ورؤوس أموال معينة بدأت تسعى بكل جهدها إلى محاولة الاستحواذ على النصيب الأكبر من هذا السوق ، بل إن المتأمل جيدا لهذه التحولات سيدرك على وجه اليقين أن هذه القوى قد استغلت حالة السيولة والانفلات السائد في المجتمع ، وتراخي يد الدولة نتيجة انشغالها بقضايا أخرى أكثر أهمية مثل مواجهة الإرهاب والأزمة الاقتصادية الكبرى التي تواجهها مصر ، في محاولة فرض واقع إعلامي معين ، وإعادة هيكلة السوق الإعلامية في ضوء تصورات ومخططات معينة ، قبل صدور القوانين الجديدة المنظمة لعمل الهيئات والمؤسسات الإعلامية ، وهو الأمر الذي أدى إلى بروز ظاهرة الإحتكار من جديد في مجال صناعة الصحافة ووسائل الإعلام ، ولكن بشكل أكثر قوة وأكثر وضوحا وأكثر خطورة مقارنة بتلك النزعات التي كانت محكومة باعتبارها مهنية وتنافسية في الأساس في مرحلة ما قبل ثورة يوليو ، وهو الأمر الذي يسعى هذا البحث إلى دراسته والكشف عن كافة جوانبه والمخاطر التي يمكن أن تترتب عليه على صعيد استقلالية وسائل الإعلام ، وقيم الديمقراطية والتعددية

في مجال صناعة الصحافة والنشر وإصدار الصحف والمجلات ، وتقدر إجمالي أرباحها وعائداتها بحوالي ٢,٤ بليون دولار . وتؤكد الدراسات أن مؤسسات الإعلام الأمريكية الكبرى السابق الإشارة إليها ، مازالت وفقا لتقارير المؤسسات والمنظمات المعنية برصد مؤشرات السيطرة والاستحواذ على أسواق الصناعة تأتي في المرتبة الأولى عالميا في ضوء بيانات وتقارير عام ٢٠١٦ ، مقارنة بوسائل الإعلام المنافسة لها في المجتمعات الغربية الأخرى ، خاصة بريطانيا وفرنسا وألمانيا ، وهو ما يشير في التحليل الأخير إلى أن هذه الوسائل تتجاوز أدوارها المحلية الخاصة بتحديد أجندة الأولويات والاهتمامات لدى الجمهور الأمريكي ، لممارسة هذا الدور على مستوى السياسات والعلاقات الخارجية وفقا لطبيعة مصالح ملاك هذه الوسائل وارتباطاتهم بدوائر صناعة القرار في المؤسسات الأمريكية .

ويشير الدكتور سليمان صالح في مؤلفه المهم حول أزمة حرية الصحافة في مصر إلى أن المجتمع المصري لم يسلم من محاولة تكريس هذه الظاهرة في مجال الصحافة ، حيث شهدت الصحافة المصرية خلال الفترة بين عامي ١٩٤٥ - ١٩٥٢ بداية إرهابات واضحة لنمو ظاهرة الإحتكار ، من خلال سيطرة عدد معين من المؤسسات على سوق الصحافة والنشر وإنتاج الأخبار وتوزيعها ، حيث أصبحت توجد عائلات محددة تتمتع بنفوذ ووضع احتكاري معين في مجال الصحافة : مثل آل أبو الفتح أصحاب المصري ، وآل تقلا أصحاب الأهرام ، وآل أمين أصحاب أخبار اليوم وإصداراتها ، وآل زيدان أصحاب دار الهلال وإصداراتها ، وغيرهم ، إلا أنه في الجانب الآخر قد أكد أن هذا الوضع الاحتكاري كان أقرب لتلك النزعات التي بدأت تظهر في مجال صناعة الصحافة في أوروبا في الربع الأخير من القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين ، ولم يترتب عليها أية مخاطر كتلك المخاطر التي عرفتها الصحافة ووسائل الإعلام بعد ذلك في المجتمعات الغربية بعد ذلك منذ ستينيات القرن الماضي . (٥) .

ومع صدور قانون تنظيم الصحافة رقم ١٥٦ لسنة ١٩٦٠ ، وانتقال ملكية معظم الصحف المهمة التي كانت تصدر قبل ثورة يوليو ١٩٥٢ (وهي صحف مؤسسات الأهرام وأخبار اليوم ودار الهلال وروزا اليوسف وملحقاتها) من ملكية أصحابها إلى ملكية الدولة ؛ متمثلة في الاتحاد القومي ومن بعده الإتحاد العربي الاشتراكي ، اختفت هذه الظاهرة تماما ، بل إن الدولة نفسها تحولت إلى ممارسة الإحتكار في مجال صناعة الصحافة والإعلام بقيامها بإلغاء تراخيص الصحف الحزبية التي كانت تصدر قبل الثورة وإلغاء الأحزاب السياسية نفسها

والتنوع التي يفترض أن تحكم سياساتها التحريرية والإعلامية .
مشكلة الدراسة وأهميتها :

لا شك أن سوق صناعة الصحافة في مصر - والسوق الإعلامية عموماً - قد شهدت خلال العقد الأخير نمواً هائلاً في حجم الاستثمارات بها ، وفي عدد المشروعات الصحفية والإعلامية التي ظهرت للوجود ، حيث زادت أعداد الصحف الصادرة عن الشركات الخاصة ، خلال العقد الأخير مقارنة ببدايات عودة هذه التجربة ، رغم ضغوط الظروف والأوضاع الاقتصادية ، بل إن معظم الصحف الصادرة أصبحت تميل إلى نمط الصحف اليومية ، بعد أن استمرت تجربة الإصدار الأسبوعي تسيطر على المشهد الإعلامي قرابة عشر سنوات خلال الفترة من ١٩٩٥-٢٠٠٤ ، وحتى صدور صحيفة المصري اليوم ، وما تلاها بعد ذلك من الصحف اليومية الأخرى ، وزاد عدد القنوات والمحطات التلفزيونية الفضائية الخاصة ، بل إن هذه القنوات - وخلال فترة وجيزة - استطاعت أن تؤسس لنفسها شبكات إعلامية تضم عدداً من القنوات المتباينة في خدماتها وجمهورها ، وفي الجانب الآخر فإننا إذا ما أخذنا في الاعتبار أن المؤسسات الإعلامية القومية المملوكة للدولة رغم ظروفها ومشكلاتها المالية والإدارية والمهنية مازالت قائمة وتمارس نفس دورها الإعلامي ، حتى لو اختلفنا مع بعض سياساتها وأسلوب إدارتها ، وأن هذه المؤسسات تمتلك من عناصر الاستثمار ومقومات الإنتاج ما يفوق وسائل الإعلام المملوكة للقطاع الخاص بمراحل ، سندرك دون شك أننا أمام سوق وصناعة إعلامية قوية وراسخة من حيث عناصرها ومؤشراتها الكمية ، إلا أنه في الجانب الآخر لا أحد يستطيع أن ينكر حجم التحديات والتهديدات التي تواجهها صناعة الإعلام في مصر ، حيث تؤكد بعض الدراسات والمؤشرات أن صناعة الإعلام في مصر عموماً تعاني من نزيف الخسائر المستمرة ، ومن انخفاض معدلات الربحية ، كما تعاني من عزوف الجماهير عنها لصالح الإعلام البديل وشبكات التواصل الاجتماعي ، ونتيجة لتراجع مستوى الأداء المهني والإعلامي ، وسيادة حالة من الفوضى والإنفلات الأخلاقي في أداء كثير من هذه الوسائل ، وعدم وجود سياسات إعلامية وتحريرية واضحة لمعظم هذه الوسائل ، وفشل إدارات هذه المؤسسات الإعلامية في تطوير أساليب الإدارة والمداخل الاقتصادية والسوقية التي تستطيع من خلالها تحقيق الإيرادات وتعظيم الأرباح من المصادر المختلفة ، وهو الأمر الذي أدى بكثير من أصحاب رؤوس الأموال وأصحاب هذه المؤسسات الإعلامية الخاصة إلى ضرورة التفكير في إعادة هيكلة هذه الوسائل ، ومحاولة البحث عن نماذج اقتصادية وإدارية بديلة لتلك النماذج

التقليدية الموروثة ، فاتجه البعض منهم إلى تبني سياسة التحالفات والإندماجات الإعلامية ، وإلى تبني مفاهيم تركيز الملكية بدلا من مفاهيم واستراتيجيات توسيع قاعدة الاستثمار ، وإلى تغليب النزعات الاحتكارية على السوق بدلا من تطوير سياسات هذه الوسائل وتطوير وظائفها على المستوى النوعي ، ومحاولة الحفاظ على حرية المنافسة ، وحرية السوق وتنظيم المنافسة وفق آليات مشروعة ، وهو الأمر الذي أثار معه الكثير من التساؤلات المهمة التي تعكس طبيعة مشكلة هذه الدراسة ، ولعل أبرزها : هل تمثل محاولات أصحاب رؤوس الأموال وملاك المؤسسات والمشروعات الإعلامية الخاصة في مصر - فيما يتعلق بتوجهاتهم نحو التحالفات والإندماجات وتركيز الملكية - محاولة لإعادة هيكلة السوق وتصحيحه نتيجة الأزمات المالية السائدة ، وهل هم في ذلك مدفوعين باعتبارات اقتصادية وإدارية ، أم أن هذه المحاولات المستميتة لا تعدو كونها مجرد محاولة للسيطرة على سوق صناعة الإعلام في مصر ، وفي فرض رؤى وتصورات سياسية واقتصادية واجتماعية معينة ، تتوافق مع مصالحهم وتوجهاتهم ، بغض النظر عن كافة الاعتبارات المهنية والأخلاقية ، وإعتبرات حرية وسائل الإعلام واستقلاليتها وضمان التعددية والتنوع بها ؟ وهذا ما سوف تبحث فيه هذه الدراسة وتجيّب عنه على مدار مباحثها .
أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها في ضوء مجموعة من الاعتبارات والمنطلقات التي حددها الباحث فيما يلي :
- أهمية الحفاظ على حرية السوق الإعلامية في مصر وحرية المنافسة بها ، وإبراز كافة أشكال المخاطر التي تعترض لها هذه السوق ووسائل الإعلام العاملة بها نتيجة تزايد النزعات الاحتكارية ومحاولة بعض القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية السيطرة على هذه السوق لخدمة مصالحها ، بما يسهم في تراجع تعددية وسائل الإعلام وتنوعها على أهميتها الكبيرة ، ويضر بمسئوليتها تجاه الجمهور وقضايا المجتمع .

- محاولة تقديم رؤية علمية لتطوير أساليب الممارسة الإدارية في مؤسسات الإعلام في مصر ، وتنظيم أوضاع السوق الإعلامية بالشكل الذي يمكن أن يسهم في تطوير صناعة الإعلام وفي قدرته على مواجهة مشكلاته وأزماته .

- كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها الدراسة العربية الأولى التي تطرقت إلى هذه الإشكالية البحثية المهمة على المستوى التطبيقي والنظري والفكري ، ومن مواكبتها لطبيعة التحولات الجديدة التي

بدأت تشهدها صناعة الإعلام في مصر والسوق التي يعمل بها .
أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في تحليل أبعاد رؤية الصحفيين والإعلاميين المصريين العاملين في الصحف والقنوات الخاصة ، ومواقفهم واتجاهاتهم بشأن تزايد نزعات ملاك هذه الوسائل نحو تطبيق سياسة الاندماج وتركيز الملكية وأثرها في مناخ التعددية والتنوع السائد في ممارسات وسائل الإعلام ، ويتحقق هذا الهدف من خلال مجموعة من الأهداف الفرعية التي حددها الباحث فيما يلي :

- رصد وتحليل وتفسير مؤشرات نمو ظاهرة الإحتكار وتركيز الملكية في سوق صناعة الإعلام المصري ؛ على مستوى أماط الملكية ومصادر الإيرادات والتمويل ، ورؤية الصحفيين والإعلاميين لمؤشرات التحول وإعادة الهيكلة التي بدأت تشهدها هذه الأسواق .

- رصد وتحليل وتفسير توجهات الصحفيين والإعلاميين أفراد عينة الدراسة إزاء هذه التحولات وما إذا كانت تمثل من وجهة نظرهم أحد مداخل تصحيح أوضاع السوق ومواجهة الأزمات المالية والإدارية التي تشهدها صناعة الإعلام ، في مقابل كونها مجرد نزعات تستهدف إحتكار السوق والسيطرة عليه ، وأهم منطلقاتهم التي يستندون عليها في تفسير ذلك .

- تحليل مواقف الصحفيين والإعلاميين أفراد عينة الدراسة ورؤيتهم بشأن تأثير زيادة توجه نحو الأخذ بسياسة الاندماج وتركيز الملكية ، وتزايد النزعات الإحتكارية في أسواق صناعة الإعلام في مصر على مناخ التعددية والتنوع السائد في ممارسات هذه الوسائل وفي المجتمع .

- التعرف على رؤية الصحفيين والإعلاميين من أفراد عينة البحث لأهم مظاهر تضيق وتقييد مناخ التعددية والتنوع السائد ، والتي أفرزتها سياسة التحالفات والاندماجات والميل إلى تركيز الملكية في أيدي قلة من المستثمرين ورجال المال والأعمال .

- الكشف عن مدى إدراك الصحفيين والإعلاميين لوجود علاقة بين هذه التحولات الإدارية والاقتصادية ، وبين توجهات سياسات تحرير الصحف والوسائل الإعلامية التي خضعت لهذه الممارسات الإحتكارية ومدى استقلاليتها .

- رصد وتحليل وتفسير رؤية الصحفيين والإعلاميين - عينة الدراسة - لتأثير هذه النزعات والتوجهات الإحتكارية على أساليب إدارة المؤسسات الصحفية والإعلامية ، وعلى طبيعة المداخل والنماذج الاقتصادية والسوقية التي تتبناها وتأثيرها على الأوضاع الإدارية والتنظيمية والمالية لهذه المشروعات .

- التعرف على رؤية الصحفيين والإعلاميين أفراد عينة الدراسة بشأن تطوير استراتيجيات الإدارة وأساليب تنظيم العمل السائدة في المؤسسات الصحفية والإعلامية ، وكذلك تحليل رؤيتهم حول كيفية تحقيق التوازن بين الاعتبارات المالية والإدارية للمشروعات الإعلامية وإعتبرات الاستقلال المهني وحماية التعددية والتنوع .

تساؤلات الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن مجموعة من التساؤلات التي تبلور عناصر مشكلتها البحثية ، وتمثل ترجمة لأهم أهدافها ومنطلقاتها ، وقد صاغ البحث تساؤلات دراسته على النحو التالي :

- كيف يرى الصحفيون والإعلاميون المصريون العاملون في الصحف والقنوات الفضائية الخاصة مظاهر التحول التي تشهدها سوق صناعة الإعلام ، ومدى وجود مؤشرات واضحة - من وجهة نظرهم - تدل على تزايد هذه النزعات الإحتكارية لدى بعض الملاك والمستثمرين للسيطرة على هذه السوق ؟

- إلى أي مدى يرى هؤلاء الصحفيين والإعلاميين أفراد عينة البحث في تزايد هذه النزعات والتوجهات الإحتكارية ، والأخذ بسياسة الاندماج والتحالفات مدخلا لتصحيح أوضاع السوق ، في مقابل إعتبره مدخلا للسيطرة عليه من قبل قوى بذاتها ، لتحقيق مصالحها وفرض رؤيتها الخاصة ؟

- إلى أي مدى يرى الصحفيون والإعلاميون أفراد عينة البحث أن هذه التحولات الإدارية والاقتصادية التي بدأت تشهدها وسائل الإعلام ، خاصة التي أخذ ملاكها وأصحابها بهذه السياسات ، قد أثرت على مناخ التعددية والتنوع بها وأثرت على استقلاليتها ، وما أهم مظاهر تقييد وتضييق مناخ التعددية والتنوع الناشئة عن حدوث هذه التحولات ؟

- كيف يرى الصحفيون والإعلاميون أفراد عينة البحث أهم ضمانات حماية التعددية والتنوع في المجال الإعلامي ، وآليات تطبيق هذه الضمانات ؟

- هل يرى الصحفيون والإعلاميون أفراد عينة الدراسة أن تزايد هذه التوجهات نحو الأخذ بسياسة الاندماج والتحالفات الإعلامية وتركيز الملكية قد أدى إلى تطور أساليب إدارة المؤسسات الإعلامية واستراتيجياتها السوقية ، وما أهم مظاهر هذا التطور ، وأهم تأثيراته وتداعياته السلبية ؟

- ما تصورات الصحفيين والإعلاميين العاملين في الصحف والقنوات الفضائية الخاصة بشأن أهم أساليب واستراتيجيات تطوير إدارة

التحولات في بريطانيا، في مقابل دول أوروبا الشرقية - التي تحولت من النظام السياسي والاقتصادي الشيوعي، إلى النظام الرأسمالي والليبرالي منذ سقوط الشيوعية ١٩٨٩ - . وانتهت نتائج الدراسة إلى أن النموذج الرأسمالي العولمي السائد في مجال صناعة الإعلام multinational model ، مازال هو النموذج الأقرب للتطبيق في المجتمع البريطاني ، حيث مازالت قلة من الشركات والسلاسل المملوكة لرجال أعمال ومستثمرين، من مختلف الجنسيات تحتكر ملكية وسائل الإعلام في بريطانيا، ويأتي روبرت ميرودخ صاحب سلسلة news corporation ، والذي يمتلك وحده ٣٩٪ من حجم السوق الإعلامية البريطانية في مقدمة هؤلاء الملاك ، على خلاف دول أوروبا الشرقية التي مرت عملية إعادة هيكلة وسائل الإعلام بها بثلاث مراحل أساسية: المرحلة الأولى وهي المرحلة يمكن أن نطلق عليها مرحلة الإمبريالية الأبوية التسلطية ، "paternalist commercialism" ، والتي جاءت في أعقاب ، حيث بدأت وسائل الإعلام التي كانت مملوكة للحكومات أو الأحزاب الشيوعية ، تتحول إلى نمط المؤسسات والسلاسل والاحتكارات الكبرى ، وبالرغم من ذلك فإنها فشلت بشكل كبير في تحقيق أي قدر من "structural differentiation" « التمايز الهيكلي » ، وظلت خاضعة لتوجهات وسيطرة النخب السياسية التقليدية الحاكمة ولسيطرة الدولة والنظم السياسية ، الأمر الذي أدى إلى تكريس نفس السياسات السابقة ، وإلى تراجع مساحة الحرية والاستقلالية التي تتمتع بها وسائل الإعلام ، وعدم قدرتها على التعبير عن حالة التعددية والتنوع السائدة في المجتمع . المرحلة الثانية وقد بدأت منذ عام ١٩٩٢ وفيها بدأت تشهد السوق الإعلامية دخول استثمارات أجنبية كثيرة ، وبدأ نموذج الشركات متعددة الجنسيات يسيطر على الأسواق السائدة ، ويفرض قواعده وسياساته الخاصة . وفي هذه المرحلة أيضا استمرت وسائل الإعلام أيضا تعاني من نفس عملية التقييد والسيطرة وإن كان لصالح قوى أخرى . أما المرحلة الثالثة فقد بدأت خلال الفترة ما بين عامي ٢٠٠٨-٢٠٠٩ ، وهي المرحلة التي بدأت تشهد تفاقم الأزمة الاقتصادية العالمية ، وتزايد تدهور الأوضاع الاقتصادية لمؤسسات الإعلام ، وفيها بدأت تسحب الاستثمارات الأجنبية تدريجيا من السوق ، وبدأت تحل محلها استثمارات محلية التي تديرها كيانات اقتصادية كبرى وعلاقة tycoons ، وليدة تحالفات قوية بين النخب السياسية والاقتصادية ، وهو الأمر الذي أدى إلى تكريس نفس الأوضاع ، وتقييد مساحة الحرية التي تتمتع بها وسائل الإعلام ، وتراجع استقلاليتها ، ومسئوليتها الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع .

المؤسسات الإعلامية ، وتطوير مداخلها السوقية والاقتصادية ومصادر الإيرادات والتمويل بها ؟

مراجعة الدراسات السابقة :

قام الباحث بمراجعة الدراسات السابقة في مجالي بحوث أنماط ملكية وسائل الإعلام والتحويلات التي شهدتها في المجتمعات المعاصرة وتأثيراتها على حرية الصحافة ووسائل الإعلام واستقلاليتها، وبحوث تجارب إعادة الهيكلة وعلاقتها بالأداء الإداري والمالي للمشروعات الصحفية والإعلامية ، وقد أسفر المسح عن عدد مهم من الدراسات سوف نقوم باستعراضها في إطار كل محور على النحو التالي :

• المحور الأول الدراسات التي ركزت على التحويلات التي شهدتها أنماط ملكية ووسائل الإعلام وتأثيراتها على حرية هذه الوسائل واستقلاليتها وقيم التعددية والتنوع بها .

- دراسة Micheal Parenty حول (الإحتكارات الإعلامية في الولايات المتحدة وتأثيراتها على استقلالية وسائل الإعلام) monopoly media manipulation ، ٢٠١٦ ، وقد استهدفت الدراسة التعرف على أثر زيادة التوجه نحو تركيز الملكية في المجتمع الأمريكي على أداء وسائل الإعلام . وقد انطلقت الدراسة من فرضية رئيسية مؤداها أن معظم وسائل الإعلام الأمريكية تعكس الأيديولوجية الرسمية السائدة في الدولة ، وأن استقلالية هذه الوسائل وقدرتها على تكريس قيم التعددية والتنوع في المجتمع يعد من قبيل الوهم . وأشار الباحث إلى أن وسائل الإعلام الأمريكية لا تتمتع بأية استقلالية ، ولكنها تؤدي عملها بطريقة احترازية توحى أن هناك ثمة قدر من الاستقلالية . وأكدت نتائج الدراسة أن زيادة توجه المؤسسات الإعلامية الكبرى في الولايات المتحدة إلى مزيد من تطبيق سياسة الاحتكار وتركيز الملكية قد ترتب عليه تراجع الأداء المهني إلى حد كبير ، وتزايد الاهتمام باليات الإثارة والتهويل ، وكذلك تطبيق سياسة المراوغة evasive ، وعدم وضوح الأهداف والسياسات .

- دراسة Vaclav Stetka ، حول « التحويلات في أوضاع ملكية الصحافة ووسائل الإعلام في دول شرق وغرب أوروبا وتأثيراتها المالية والإدارية والمهنية » From Multinationals to Business Tycoons Media Ownership and Journalistic Autonomy in Central and Eastern Europe ، ٢٠١٦) وقد سعت هذه الدراسة إلى تحليل أثر التغيرات التي طرأت في أوضاع ملكية الصحافة ، ووسائل الإعلام في دول وسط وشرق أوروبا ، على التعددية والتنوع وعلى استقلالية الصحف ، ودرجة الحرية التي تتمتع بها . وقد قام الباحث من خلال دراسته بقياس أثر هذه

الاحتكار وتركيز الملكية ، قد بدأت تتبلور كظاهرة فعلية في المجتمع الأمريكي منذ فترة مبكرة من بدايات القرن العشرين ، وأنها قد بدأت تتضخم بفعل الأزمة الاقتصادية العالمية في ثلاثينيات القرن العشرين ، واستمرت تتنامى حتى بلغت ذروتها خلال الفترة بين عامي ١٩٦٤ - ١٩٧٢ ، وهي الفترة التي شهدت اندماج الكثير من الصحف والمشروعات الصحفية الكبرى مثل الواشنطن بوست - نيويورك تايمز - وول ستريت جورنال ، وغيرها من الصحف في إطار سلاسل واحتكارات واستثمارات كبرى . وقد أكدت الدراسة على أنه بحلول عام ١٩٧٢ ، تحولت ٧٥٪ من إجمالي الصحف والقنوات وشركات الإنتاج التلفزيوني والسينمائي من نمط ملكية الشركات المستقلة عن مشروعات استثمارية مختلطة ، ونمط ملكية الأفراد والملكية العائلية إلى نمط ملكية السلاسل والاحتكارات الكبرى ، الأمر الذي ترتب عليه زيادة اهتمام الصحف بالجوانب الاقتصادية والاستثمارية في حياة المشروع الصحفي على حساب الاعتبارات والقيم المهنية ، كما أدى وقوع كل هذه النسبة الكبيرة من المؤسسات الصحفية والإعلامية ، تحت هيمنة الاحتكارات الكبرى متعددة الجنسيات ، إلى تراجع قدرة هذه المؤسسات على التعبير عن حالة التعددية السياسية والاجتماعية والثقافية والفكرية السائدة في المجتمع ، وتراجع معدلات حرية وسائل الإعلام واستقلاليتها .

- دراسة Azmat Rasul & Stephen D. McDowell حول « الإحتكارات الإعلامية في باكستان ودور التشريعات المنظمة للاستثمار في المجال الإعلامي في مواجهتها »: Consolidation in the Name of Regulation The Pakistan Electronic Media Regulatory Authority (PEMRA) and the

Concentration of Media Ownership in Pakistan) ، وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير توجه الحكومات الباكستانية المتعاقبة - منذ ستينيات القرن الماضي ، وحتى صدور التعديلات الأخيرة على قانون تنظيم ملكية وسائل الإعلام الالكترونية ٢٠٠٢ ، - على تنظيم ملكية وسائل الإعلام المطبوعة والالكترونية بها ، وعلى أوضاع السوق ، وسياسات وسائل الإعلام القائمة . حيث أشارت الدراسة إلى أن نمط ملكية وسائل الإعلام في باكستان كان يغلب عليه نمط ملكية المشروعات المستقلة حتى عام ١٩٤٧ ، ومنذ هذا التاريخ بدأت وسائل الإعلام تميل إلى نمط ملكية السلاسل والاحتكارات الكبرى ، على غرار النموذج البريطاني تحديدا ، حيث أسهم التطور الذي شهدته باكستان في بنية وتكنولوجيا الاتصالات وكذلك في المجال الإعلامي ، إلى دخول كثير من المستثمرين الأجانب في مجال صناعة الإعلام ، وبدأت

- دراسة Laura Beth Daws حول « تزايد النزعات الإحتكارية في ملكية وسائل الإعلام وإدارتها في الولايات المتحدة الأمريكية (Media Monopoly: Understanding Vertical and Horizontal Integration) ، وقد سعت هذه الدراسة للتعرف على تأثير زيادة التوجه نحو تركيز ملكية الصحف ووسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية على سياسات هذه الوسائل ، وذلك من خلال تحليل اتجاهات أسهم ملكية الشركات والسلاسل الإعلامية ، من واقع بيانات البورصة وأسواق المال ، وكذلك من خلال تحليل بيانات تقارير غرفة الصناعة والتجارة الأمريكية ، بالإضافة إلى مسح اتجاهات الصحفيين ومديري غرف الأخبار في عدد من السلاسل الكبرى إزاء هذه التحولات ، وذلك بالتطبيق على مجموعات News Corporation , Lee Enterprises , New York Times , Dow Jones ، ، خلال السنوات من ٢٠٠٣ - ٢٠٠٨ ، وقد انتهت نتائج الدراسة إلى أن الاحتكارات الإعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية قد بدأت تأخذ منحى جديدا ، لا يقتصر فقط على مجرد تركيز ملكية وسائل الإعلام في أيدي عدد قليل من المؤسسات والسلاسل ، وسيطرة ملاكها على صناعة سياساتها الإعلامية وتوجهاتها السياسية والفكرية ، وإنما تجاوز الأمر حدود ذلك بكثير ، من خلال زيادة توجه المؤسسات الإعلامية إلى الاندماج في ملكية ما يسمى بالمشروعات المختلطة Conglomerates ، التي تعمل في مجالات أخرى غير المجالات الإعلامية ، وخضوع المؤسسات الإعلامية لنمط من الإدارة المركزية التي تتولى رسم سياسات هذه المجموعات والسلاسل الكبرى دون تمييز . وقد انتهت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن المحررين ومديري غرف الأخبار قد اتفقوا على أن تزايد ظاهرة الاحتكار واندماج المؤسسات الإعلامية مع نمط المشروعات الاستثمارية المختلطة ، قد ترتب عليه تراجع عملية الإستقلال المهني للصحف ووسائل الإعلام المملوكة لهذه الاستثمارات ، وتراجع هامش الحرية ومساحة التعددية والتنوع بهذه الوسائل .

- دراسة Russ Maloney حول « تأثير التحولات في أنماط ملكية الصحافة ووسائل الإعلام في المجتمع الأمريكي حالة التعددية والتنوع في المجال الإعلامي (Channels and No Choice: How Media ٥٠٠ Companies Support the Status Quo) ، ٢٠١٥) ، وقد سعت هذه الدراسة المهمة إلى رصد مراحل التحول التي شهدتها أنماط ملكية الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية ، وتحليل علاقة هذه التحولات بسياسات الصحف ومدى قدرتها على التعبير عن حالة التعددية والتنوع السائدة في المجتمع . وقد انتهت نتائج الدراسة إلى أن ظاهرة

الحرية والاستقلالية التي تتمتع بها هذه الوسائل . وقد أكد الباحثان أنه بالرغم من قيام الدولة بإنشاء هيئة لتنظيم ملكية وسائل الإعلام الاليكترونية ، وأن مثل هذه الهيئات تعد من أهم آليات السيطرة على السوق في الدول النامية ، إلا أن كل المؤشرات تؤكد بما لا يدع مجالاً للشك ، أنها لم تستطع التصدي للنزعات الاحتكارية المتزايدة في مجال صناعة الإعلام في باكستان .

- دراسة Toby D. Couture حول تأثير الإحتكارات الصحفية على أوضاع حرية الصحافة واستقلاليتها في كندا ، Without Favour: The Concentration of Ownership in New Brunswick's Print Media Industry ٢٠١٤

وقد سعت هذه الدراسة لرصد وتوصيف أوضاع ملكية الصحافة المطبوعة في كندا ، والتعرف على تطور النزعات الاحتكارية التي باتت تسيطر على ملكية الصحافة المطبوعة بها وتأثيرها على أوضاع السوق ، وحالة التعددية والتنافسية السائدة بها ، وذلك من خلال دراسة حالة لمجموعة Brunswick News Inc (المسماة باسم إحدى المقاطعات الكندية). وقد انتهت نتائج الدراسة إلى أن سلسلة برونزفيك للإعلام وصناعة الأخبار ، تعد من أهم السلاسل والمجموعات الاحتكارية في كندا ، كونها تتمتع بوضع احتكاري متميز ، جعلها تسيطر على ملكية كل الصحف التي تصدر باللغة الإنجليزية في كندا ، كما أنها استطاعت من خلال سياساتها أن تسيطر على أسهم كل الشركات المملوكة ملكية عائلية ، بالإضافة إلى استثماراتها في منات المشروعات التجارية الأخرى في كثير من القطاعات المختلفة ، وقد انتهت نتائج الدراسة إلى أنه من خلال تحليل أوضاع المجموعة وسياساتها المالية والإدارية والإعلامية ، فقد تبين أنها تركز الاتجاهات الاحتكارية في سوق صناعة الصحافة المطبوعة في كندا ، وأنها قد أضرت بحالة التنافسية والتعددية التي كانت من أهم ملامح سوق صناعة الصحافة ، حيث بدأت تراجع وجهات النظر المختلفة في مقالات الرأي ، وبدأت الصحف تعبر بشكل فج عن توجهات ومصالح ملاكها . كما بدأت الصحف تقلل من اهتمامها بالأخبار والمضامين الجادة لصالح المواد المثيرة ، كما بدأ يقل اهتمامها بالمشكلات المحلية ونقد سياسات الحكومة .

• المحور الثاني : الدراسات التي ركزت على إعادة هيكلة وسائل الإعلام وعلاقتها بطبيعة الأسواق السائدة وسياسات هذه الوسائل : وقد تضمن هذا المحور مجموعة من الدراسات ، سوف نستعرض أبرزها فيما يلي :

- حيث قدم Jinbong Choi (٢٠٠٤) ، دراسته حول « توجهات

تظهر على الساحة الإعلامية مجموعات وكيانات كبرى (على سبيل المثال Waqt Media Group) ، أخذت تتوسع في عملية الاستثمار في المجال الإعلامي ، من خلال الحصول على عدد متزايد من تراخيص المحطات الإذاعية والتليفزيونية ، ومن شراء ودمج الصحف والمشروعات الإعلامية القائمة ، وتسيطر على الحصة الأكبر من سوق الإعلانات وسوق التوزيع ، وهو الأمر الذي جعل الحكومات تشعر بمزيد من القلق ، خاصة مع ارتباط هذه الاحتكارات بعلاقات سياسية ، وعلاقات مصالح مع كيانات اقتصادية خارجية ، فبدأت الحكومات المتعاقبة تعدل من القوانين التي تنظم حرية تملك وتأسيس وبث وصدار الصحف والمحطات الإذاعية والتليفزيونية . وقد انتهت نتائج الدراسة من خلال تحليل أوضاع وممارسات الشركات والسلاسل الاحتكارية القائمة ، إلى أنه بالرغم من قيام الحكومة بإنشاء هيئة لتنظيم ملكية وسائل الإعلام الإليكترونية (PEMRA) ، إلا أنها قد فشلت في السيطرة على تلك النزعة الاحتكارية ، نتيجة تزايد نفوذها وارتباطاتها السياسية ، وهو الأمر الذي ترتب عليه استمرار نفس الكيانات والسلاسل الاحتكارية الكبرى ، في الاستحواذ على السوق ، والسيطرة عليه ، مما أدى في النهاية إلى تراجع مساحة التعددية والتنوع السائدة في قطاعات وسائل الإعلام .

- دراسة Azmat Rasul and Jennifer M. Proffitt حول « تأثير التحولات في أطم ملكية الصحافة ووسائل الإعلام في باكستان على التعددية والتنوع » Diversity or homogeny: concentration of ownership and media diversity in Pakistan , ٢٠١٤ . ، وقد سعت هذه الدراسة إلى رصد وتوصيف أثر التحولات التي شهدتها أطم ملكية الصحف ووسائل الإعلام في باكستان التعددية وعلاقتها بدرجة التنوع السائدة في وسائل الإعلام ، من خلال تساؤل رئيس طرحه الباحثان مؤداه : هل أدت عملية تركيز ملكية وسائل الإعلام في باكستان إلى الحد من درجة التعددية الإعلامية القائمة ، وهل أدى ذلك بالتبعية إلى تضيق هامش التنوع في مقابل التجانس الإعلامي أو الأحادية ؟ وقد استخدم الباحثان نظرية المشاركة الديمقراطية كإطار نظري مفسر لنتائج هذه الدراسة . وانتهت النتائج إلى أن التحولات التي شهدته ملكية وسائل الإعلام في باكستان قد أدى إلى تزايد توجه المؤسسات والمشروعات الإعلامية إلى نمط ملكية المشروعات المختلطة ، وأن الضغوط الاقتصادية التي تواجه صناعة الإعلام قد أدت إلى تراجع معدلات النمو في ملكية وسائل الإعلام وفي الاستثمار بها ، وفي تزايد معدلات اندماجها ، وهو الأمر الذي أثر سلباً في المجال العام ، وفي درجة

النتائج شديدة الأهمية أهمها : أن التوجه الكووني نحو عولمة وسائل الإعلام والعولمة الاقتصادية ، قد أثرا بدرجة كبيرة على طبيعة الأسواق الإعلامية السائدة في الدول المدروسة ، حيث أشارت النتائج إلى أن اتجاه الدول إلى تحرير نظمها الإعلامية صاحبه موجة من الانفلات في السوق ، تمثلت أهم مظاهرها في عدم القدرة على السيطرة على الاستثمارات الأجنبية ودورها وضغوطها في تحويل توجهات وسياسات وسائل الإعلام ، دون التزام بضوابط السوق المحلية وخصائصها ومتطلبات المجتمعات المحلية واحتياجاتها .

- دراسة Angelika W. Wyka (٢٠٠٦) حول « اتجاهات الصحف ووسائل الإعلام في دول شرق أوروبا لتطبيق نموذج بيرلسكويني التجاري » ، وقد استهدفت هذه الدراسة رصد وتوصيف وتحليل مؤشرات الأداء الاقتصادي لوسائل الإعلام في دول شرق ووسط أوروبا ، ذات التوجه الشيوعي السابق ، حيث أكدت الدراسة على أن وسائل الإعلام في دول شرق أوروبا - خاصة التلفزيون - كانت تخضع لسيطرة وإدارة الأحزاب الشيوعية المهيمنة على السلطة وأنها كانت - نتيجة لنمط ملكيتها وأساليب إدارتها والسيطرة عليها - تعكس توجهات هذه الأحزاب وتعتبر عنها فقط دون ممارسة أي دور نقدي على أداء السلطة والأحزاب الحاكمة ، وأضافت الدراسة أن هذه الوسائل كانت تعتمد في تمويلها بدرجة رئيسية على المساعدات والدعم الذي كانت تقدمه مؤسسات الدولة والحزب الحاكم لها ، ألا أنه ومع سقوط النموذج الشيوعي بانحيار الاتحاد السوفيتي ، وفشل التجربة الاقتصادية والسياسية لهذه الدول في النهوض بها ، فقد بدأت هذه الدول تشهد الكثير من القلاقل والاضطرابات التي دفعتها للأخذ بمنهج الإصلاح والتحول السياسي والاقتصادي والإعلامي ، وقد بدأت هذه الدول تجربتها مع الإصلاح منذ مطلع التسعينيات من القرن الماضي ، وكانت أهم مظاهر ذلك وتداعياته ، تخفيف الدولة والنظام الحاكم قبضته على وسائل الإعلام وتحريرها والسماح للقطاع الخاص بالاستثمار في المجال الإعلامي ، وقد أدى ذلك إلى ممارسة وسائل الإعلام دورا مهما في عمليات التحول السياسي والاقتصادي والاجتماعي ، وظهرت وسائل إعلام جديدة تبنى مفهوم نموذج إعلام الخدمة العامة ، كما ظهرت وسائل إعلام تخضع لنمط ملكية السلاسل والاحتكارات الكبرى ، وقد أكدت نتائج الدراسة أن وسائل الإعلام في دول مثل بولندا ولاتفيا وسلوفاكيا أصبحت تدار الآن بمنطق السوق ، وأن معدلات أداءها الاقتصادي بدأت تنمو بقوة ، للدرجة التي جعلت البعض يشير بأصابع الاتهام إلى أن طبيعة الاستثمارات التي يضحها ويديرها رئيس الوزراء الإيطالي السابق »

الإصلاح السياسي في كوريا وعلاقتها بزيادة توجه نحو نموذج صحافة الخدمة العامة » ، مستهدفا تحليل الأداء الاقتصادي والمهني للصحف الكورية التي تصدر عن شركات واستثمارات واحتكارات إعلامية كبرى ، منذ بدء الأخذ بسياسة إعادة هيكلة النظام الإعلامي والسماح للاستثمارات الخاصة بالعمل وإدارة وتملك المشروعات الصحفية والإعلامية ، وبين أداء الصحف العامة التي تمويلها الدولة وتدعمها وتصدرها عبر الفضاء الإلكتروني الافتراضي ، وقد أشارت الدراسة إلى أن الصحف ووسائل الإعلام المملوكة لاحتكارات واستثمارات تجارية كبرى ، بدأت تميل إلى تغليب الاعتبارات الاقتصادية المتمثلة في زيادة معدلات الربحية والإيرادات ، والسيطرة على السوق ، على مجموعة الاعتبارات والقيم المهنية ، وهو الأمر الذي دفع الدولة ونظام الحكم القائم إلى ضرورة التفكير في إطلاق بعض الخدمات الصحفية العامة ، الممولة من قبل الخزنة العامة لتحقيق قدر من التوازن بين نمط الصحف التجارية السائدة الموجهة باحتياجات السوق ، وبين نمط الصحف الموجهة بالاحتياجات الفعلية والحقيقية للجماهير .

- كما قدم الباحثان Björn Jindra , Igor Filatotchev (٢٠٠٦) دراستيهما حول « تأثير أوضاع ملكية الصحف وأساليب السيطرة والتمويل الأجنبي الخارجي للمؤسسات الصحفية على صناعة القرار التحريري بها » وقد استهدفت هذه الدراسة التعرف على أثر عمليات التحول والإصلاح السياسي والاقتصادي والإعلامي الذي تشهده خمس من دول شرق أوروبا هي دول : بولندا هنغاريا - سلوفاكيا - سلوفينيا - استونيا ، واتجاه هذا الدول إلى تحرير نظمها الإعلامية من سيطرة الدولة والسماح للقطاع الخاص ورؤوس الأموال الأجنبية بالاستثمار في المجال الإعلامي ، مقابل النموذج التقليدي القديم ، الذي كانت في ظله ترفض أنظمة الحكم التي كانت سائدة في هذه الدول السماح للقطاع الخاص بالتوسع في مجالات الاستثمار الأجنبي ، وتحظر فيه على رؤوس الأموال الأجنبية الاستثمار المباشر وغير المباشر في هذا المجال أو غيره من مجالات الاستثمار الأخرى ، وقد قام الباحثون بتحليل أوضاع ملكية الصحف وطبيعة ملاكها وحملة أسهمها ، وكذلك قاموا بدراسة مصادر تمويلها وتدخل الملاك وحملة الأسهم في دعم هذه المشروعات الإعلامية اقتصاديا ، وتأثير هذه التحولات في أنماط ملكية الصحف ووسائل الإعلام الأخرى وأساليب تمويلها على صناعة القرار التحريري بها ، ومدى قدرة هذه الوسائل على التعبير عن قضايا مواطنها ومجتمعاتها المحلية باستقلالية بعيدا عن تدخلات أصحاب حملة الأسهم والممولين ... وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من

تأثر إلى حد كبير بطبيعة التحول في بنية النظام الاقتصادي وغلبة قيم وتوجهات الربحية وتعظيم الموارد على اعتبارات المصلحة العامة والخدمة الصحفية والاعتبارات المهنية .

- دراسة Daniela Stockmann (٢٠٠٩) حول « تأثير هيمنة النظم الشمولية على وسائل الإعلام وسياسات تحريرها اقتصاديا » ، وقد سعت هذه الدراسة إلى اختبار فرضية أساسية مؤداها عدم وجود علاقة حقيقية بين اتجاه بعض الأنظمة السياسية الشمولية لتحرير نظمها الإعلامية ، والسماح للقطاع الخاص بالاستثمار في المجال الإعلامي ، وبين إيمان هذه الدول بحرية الإعلام وبأهمية الإصلاح السياسي ، وذلك من خلال دراسة وتحليل تجارب العديد من الدول في شمال أفريقيا وأفريقيا جنوب الصحراء ، مثل دول : بتسوانا وبوروندي ، الكاميرون ، تشاد ، مصر ، تونس ، موريتانيا ، أثيوبيا ، كينيا ، ليبيا ، سوريا ، السودان ، إضافة إلى نموذج الصين ، وهي الدول و التجارب التي تطبق نظام حكم الحزب الواحد ، وذلك من خلال تحليل نتائج الدراسات والتقارير الصادرة بشأن أوضاع وسياسات الإعلام في هذه الدول ، وقد انتهت نتائج الدراسة إلى أن الفرضية الرئيسية التي سادت الأوساط السياسية والأكاديمية حول وجود احتمالية بدرجة أو بأخرى لإمكانية تأثر النظم الشمولية بعمليات التحول الاقتصادي وإعادة الهيكلة وإصلاح النظم الإعلامية السائدة بها ، وتحقيق إصلاح سياسي يتوافق مع توجهات الإصلاح الاقتصادي والإعلامي السائدة ، حيث أثبتت الدراسة عدم وجود علاقة تذكر بين عمليات الإصلاح الاقتصادي والإعلامي التي شهدتها هذه النظم وبين عملية الإصلاح السياسي ، وانتهت النتائج إلى أن عمليات الإصلاح الإعلامي ترتب عليها توسيع السوق الإعلامية في هذه الدول ، وإلى وجود أمطاط جديدة لم تكن موجودة من وسائل الإعلام التي تدار بأساليب واستراتيجيات مغايرة عن الوسائل المملوكة للدولة ، وأنه بالرغم من كون هذه الوسائل تدار بأسلوب تجاري وتستهدف تحقيق الربح ، إلا أنها في الجانب الآخر خلقت درجة من التعددية والتنوع في السوق وفي طبيعة الخدمات الموجهة للجمهور ، كما أنها تلعب دورا مهما في دعم توجهات الإصلاح وفي ممارسة دور محوري دعم المنافسة والأداء المهني لوسائل الإعلام الأخرى ، كما انتهت الدراسة إلى أنه بالرغم من أهمية الإصلاح الإعلامي واتجاه وسائل الإعلام في كثير من النظم الشمولية نحو التحرر ، إلا أن معظم هذه الدول مازالت تتدخل في النشاط الصحفي وفي تمويل الصحف ، وانتهت الدراسة إلى أن معظم الصحف الخاصة الجديدة لا تراعي اعتبارات التوازن بين القيم والأهداف

بيرلسكوني » في الكثير من هذه الدول والشركات والمشروعات ، مسئولة بدرجة كبيرة عن تزايد توجهات هذه الوسائل التجارية و النفعية والاقتصادية على حساب الاعتبارات المهنية .. وأكدت الدراسة أن تحرر وسائل الإعلام التي كانت تخضع لسيطرة الأحزاب الشيوعية من سيطرة هذه الأحزاب أدى إلى نمو اقتصادياتها وتفوق أدائها الاقتصادي عن الوسائل التي مازالت تخضع لسيطرة الدولة .

- دراسة Roberto Saba ، Genaro Arriagada (٢٠٠٨) ، حول « تأثير الإصلاح السياسي في دول أمريكا اللاتينية على عملية الإصلاح والتحول في بيئة العمل الإعلامي السائدة » ، وقد استهدفت هذه الدراسة تحليل مؤشرات التحول السياسي والاقتصادي والاجتماعي في بعض دول أمريكا اللاتينية ودول منطقة الكاريبي على سياسات وتجارب الإصلاح الإعلامي وتجارب إعادة الهيكلة في بعض هذه الدول ، وتأثير هذه التحولات على الأداء الاقتصادي للمؤسسات الإعلامية ، وقد توصلت نتائج الدراسة أنه بالرغم من قيام نظم الحكم السائدة في الكثير من دول أمريكا اللاتينية ودول منطقة الكاريبي بإجراء إصلاحات سياسية واقتصادية واجتماعية طالت منظومة الإعلام بها ، واتجاه الكثير من هذه الدول إلى تحرير ملكية وسائل الإعلام وأساليب إدارتها من هيمنة السلطة ، إلا أن ثمة مؤشرات قوية وواضحة تؤكد أن النظم الحاكمة مازالت تتدخل في سياسات وسائل الإعلام عبر القوانين والتشريعات المقيدة لحريتها وآليات عملها وتنظيمها ، وعبر السيطرة عليها من خلال الإعلانات العامة والحكومية ، فقد أوضحت النتائج أن نسبة لا يستهان بها من قيادات الصحف ووسائل الإعلام ومديريها يؤكدون أن الحكومات المختلفة مازالت تلعب دورا في السيطرة وفي توجيه وسائل الإعلام عبر تراخيص الإصدار والمساعدات المالية والإعلانات وعبر التحكم والسيطرة على نطاقات وترددات البث الفضائي والتلفزيوني وعدم إسناده إلى هيئة مستقلة حتى الآن . وقد انتهت نتائج الدراسة إلى أن الضغوط والمنافسة والتحديات الاقتصادية التي تواجهها وسائل الإعلام في دول أمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي ، أدى إلى زيادة توجه هذه الوسائل إلى نمط ملكية الاحتكارات والسلاسل الكبرى ، الأمر الذي أدى إلى غلبة النزعات الاقتصادية والتجارية على أهداف هذه الوسائل وإدارتها ، كما انتهت نتائج الدراسة إلى أن تراجع قيم التعددية والتنوع في خطاب وسائل الإعلام نتيجة لغلبة النزعات التجارية عليها ، ونتيجة لتراجع أعداد الصف ووسائل الإعلام نتيجة لسياسات الاندماج والاحتكارات المعروفة . وانتهت الدراسة إلى أن طبيعة الأداء الاقتصادي للمؤسسات الصحفية في هذه الدول قد

الاقتصادية وبين القيم والاعتبارات المهنية .

- دراسة Arne Hintz (٢٠١٠)، حول « تجارب الإصلاح السياسي والاقتصادي وعلاقتها بإعادة هياكل وسائل الإعلام في دول أوروبا الشرقية » ، وقد استهدفت هذه الدراسة تحليل العلاقة بين التحول السياسي والاقتصادي الذي شهدته دول وسط وشرق أوروبا منذ نهايات الثمانينات وبداية التسعينيات وحتى الآن ، وأثر ذلك على تجارب إعادة الهيكلة والإصلاح الإعلامي بها ، وتأثير ذلك على الأداء الاقتصادي والإداري والمهني للصحف الصادرة بعد مرور أكثر من عقدين على هذه التجارب وعمليات الإصلاح والتحول ، وقد انتهت نتائج هذه الدراسة إلى أن سياسات الإصلاح الاقتصادي والاجتماعي التي أخذت بها قد أدت إلى تحولات مشابهة في إصلاح النظم الإعلامية السائدة في هذه الدول ، حيث بدأت السوق الصحفية تشهد أمطاط مختلفة من الملكية ، وبدأت تشهد نمو توجهات تجارية واستثمارية متصاعدة في المجال الإعلامي ن وأصبح المناخ والمجال الإعلامي أكثر تحررية مقارنة بالفترات السابقة ، الأمر الذي أدى إلى قيام وسائل الإعلام بممارسة أدوار ووظائف حيوية في عمليات الإصلاح السياسي والاجتماعي ... كما أكدت نتائج الدراسة على أن توجه الدول مثل بلغاريا وتركيا وغيرها إلى الأخذ بنمط الأسواق المفتوحة و إتاحة درجة أكبر من الحرية لوسائل الإعلام قد أدى إلى تطور أدائها المهني والاقتصادي مقارنة بدولة مثل باكستان ، برغم زيادة التوجه نحو الأخذ بالملكية الخاصة والفردية بها ، إلا أن استمرار تدخل الدولة وهيمنتها على الصحف عبر الآليات التشريعية والاقتصادية ، أدى إلى تراجع أداء الصحف ووسائل الإعلام .

- دراسة Elizabeth Fox and Silvio Waisbord (٢٠١٠) حول « تجارب الإصلاح السياسي في دول أمريكا اللاتينية وعلاقتها بالتحولات السائدة في سوق المنافسة الإعلامية » ، وقد استهدفت هذه الدراسة تحليل تجارب إعادة الهيكلة والإصلاح الإعلامي في دول أمريكا اللاتينية ، خاصة كولومبيا والبرازيل وشيلي والأرجنتين والمكسيك ، وتحليل أوضاع سوق المنافسة بها وتأثيرها على الأداء الاقتصادي لوسائل الإعلام وسوق المنافسة الصحفية ، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن معظم تجارب الإصلاح الإعلامي التي شهدتها دول أمريكا اللاتينية قد حققت نجاحا ملحوظا على صعيد سياسات وسائل الإعلام وتحريرها من هيمنة السلطة السياسية إلى حد كبير مقارنة بالمراحل التاريخية السابقة ، إلى أن النتائج تشير في الجانب المقابل إلى وقوع معظم وسائل الإعلام في هذه الدول في برائن الاحتكارات العملاقة الكبرى ، وغلبة النزعات التجارية والاقتصادية على أدائها ، للدرجة التي جعلت كثير من النقاد

والباحثين يميلون إلى الاعتقاد بأن نمط ملكية وسائل الإعلام في دول أمريكا اللاتينية وأساليب إدارتها واستراتيجيات تنظيم وإدارة أسواقها أصبح يمثل نسخة كربونية من نمط ملكية وسائل الإعلام الأمريكية واقتصادياتها وأساليب تنظيمها ، وتشير نتائج الدراسة انه بالرغم من وجود توجه ملحوظ في معظم دول أمريكا اللاتينية لتحرير وإعادة هيكلة وسائل الإعلام بها ، إلا أن الأنظمة الحاكمة مازالت تمارس تدخلا ورقابة وسيطرة على سياسات وسائل الإعلام من خلال تحكمها في منح التراخيص ومن خلال التحكم في توجيه الإعلانات الحكومية ... وقد انتهت نتائج الدراسة إلى أن وسائل الإعلام في معظم دول أمريكا اللاتينية تتأثر في نزعاتها التجارية وسياساتها الاقتصادية بظغوط العولمة وسيطرة الاحتكارات الكبرى ... إلا انه بالرغم من ذلك فإنها تؤدي دورا

مهما في دعم التحول السياسي والديمقراطي في هذه المجتمعات .
- دراسة Asia Insight (٢٠١٠) حول «علاقة التغيير السياسي في دول شرق آسيا بالتحولات الراهنة في البيئة الإعلامية وتجارب الإصلاح الإعلامي » ، وقد سعت هذه الدراسة لتحليل أوضاع ومؤشرات الأداء الاقتصادي لعدد من أسواق المنافسة الإعلامية في عدد من تجارب الإصلاح الإعلامي والسياسي والاقتصادي في آسيا بالتركيز على النموذجين الصيني والهندي ، وقد قامت الدراسة بتحليل أوضاع وأمطاط ملكية وسائل الأعلام ومصادر تمويلها واستراتيجياتها السوقية ، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة مهمة من النتائج أبرزها أنه بالرغم من عمليات التحول السياسي والاقتصادي التي تشهدها دولة مثل الصين ، ونجاح تجربة الإصلاح الإعلامي بها إلى درجة ملحوظة ، إلا أن الواقع يؤكد بما لا يدع مجالا للشك أن الدولة لا تزال تتدخل في سياسات وسائل الإعلام من خلال تقييد حق منح التراخيص ومن خلال التدخل في النشاط الاقتصادي للصحف ، وأكدت النتائج أن الصين كمجتمع هائل ومترامي يسوده نمطان من وسائل الإعلام ، الأول نمط ملكية وسائل الإعلام ذات النزعات التجارية والسوقية الواضحة ، و تأخذ شكل الاحتكارات والسلاسل الكبرى ، وتلتزم بتطبيق استراتيجيات السوق ومفاهيم ومبادئ العولمة الاقتصادية وهذا النمط تديره وتتحكم فيه الاستثمارات الخاصة كاملة ، والنمط الآخر من الوسائل والتي تخضع لنمط ما يسمى بالملكية العامة ، التي تدير نمطا من وسائل الإعلام التي يغلب توجهات طابع المهنية والنزعة غير الهادفة للربح ، كما تؤكد نتائج الدراسة أن الهند تمثل في الجانب الآخر نمطا أكثر انفتاحا على المستوى الاقتصادي ومستوى ملكية وسائل الإعلام واستثماراتها مقارنة بالصين ، حيث تسمح الهند وفق قوانينها بحرية رأس المال

بدراسة اقتصاديات الإعلام الإلكتروني وتأثيرها على اقتصاديات صناعة الصحافة المطبوعة وغيرها ، وهي لاش مجالات وقضايا مهمة يمكن أن يستفيد منها الباحثون - ليس فقط في التعرف على خبرات وتجارب الشعوب ونظم الإعلام المقارن - وإنما يمكن أن تكون مصدرا حيويًا وجادا لاستكشاف طبيعة التحولات في بنية وأولويات الأجندة البحثية السائدة عالميا في هذا الحقل من حقول المعرفة .

وبالرغم من أهمية هذا التراث الأجنبي وتطوره المستمر وانفتاحه على مختلف التجارب والقضايا والإشكاليات البحثية ، بالشكل الذي أدى إلى إفادة الباحث كثيرا فيما يتعلق بتحديد موضوع الدراسة واشكالياتها البحثية والمتغيرات المتصلة بها ، وكذلك في تحديد وإثراء أطرها النظرية والمنهجية ، إلا أن هذا التراث العلمي إجمالا ، يؤخذ عليه بعض الملاحظات والانتقادات الموضوعية والتي يمكن إبرازها على النحو التالي :

- الوقوع في أسر التقليد وإعادة الإنتاج العلمي والمعرفي ، حيث يلاحظ الباحث من جراء تحليل هذا التراث قيام عدد كبير من الباحثين وفي فترات زمنية متقاربة بتطبيق وإجراء نفس الدراسات بنفس القضايا وعناوين البحوث تقريبا ، حتى على نفس المجتمعات والعينات ، الأمر الذي يؤدي على المدى القصير والمتوسط إلى عدم وجود أي قيمة علمية مضافة للتخصص ولهذا الحقل ، وهي مسألة لا بد من التحذير منها ، حتى في واقعنا العربي الذي يشهد نفس هذه السمة في الأداء وإن كانت في إطار تخصصات وحقول أخرى .

- الاهتمام بالجوانب والأطر المعرفية ، دون حرص كاف بتطوير الجوانب والأطر النظرية والمنهجية ، وبشكل أو بدرجة قد توحى بنوع من الاستعلاء على الضوابط العلمية ، ومحاولة الهروب من فكاكها ، وهي سمة من أهم السمات التي بدأت تجد لنفسها صدى ملحوظا لدى كثير من الباحثين والتيارات العلمية ، خاصة ممن يتبنون ويؤمنون بمفاهيم وأفكار ما بعد الحداثة ، وقيمها في إطار محاولة التحرر من التقاليد العلمية والضوابط .

- استغراق معظم الدراسات في رصد وتوصيف المشكلات والقضايا البحثية والظواهر المطروحة للتحليل العلمي ، دون محاولة تذكر ، إلا في استثناءات قليلة - ل طرح الرؤى البديلة ، والتصورات العلمية المعنية بالتوصل إلى الحلول والسبل التي يمكن من خلالها مواجهة هذه المشكلات والتصدي لهذه الظواهر ، واستشعار الباحث بوجود حالة بين معظم الباحثين ، قوامها أن العلم والبحث العلمي ليس منوطا بهما البحث عن حلول للمشكلات ، وإنما تقتصر مهمتهما

الأجنبي في الاستثمار في المجال الإعلامي ، وهو الأمر الذي أدى بدرجة أو بأخرى إلى سيادة النموذج الاقتصادي الغربي على أداء وسائل الإعلام الهندية ، خاصة التي يشكل رأس المال الأجنبي عنصرا أساسيا بها . فحتى عام ١٩٩١ كانت الحكومة فقط وحدها تمتلك خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني ومع بداية عام ١٩٩٢ حدث تحول رهيب في سياسات الدولة ، وأصبح بقدوم ٢٠٠٧ هناك أكثر من ٤٠٠ قناة تلفزيونية مملوكة للقطاع الخاص وتبث بأكثر من ١٨ لغة .

• تعليق عام على نتائج الدراسات السابقة :

لا شك أن أي باحث منصف وموضوعي ، لن يجد أدنى حرج أو غضاظة من الاعتراف بوجود فجوة هائلة ، وتمايز فارق بين أداء المدرستين الأكاديميتين العربية والغربية ، فيما يتصل بدراسة موضوع « اقتصاديات الإعلام عموما ، واقتصاديات صناعة الصحافة على وجه خاص ، فالباحث المتأمل في الإنتاج المعرفي والأكاديمي العربي ، سيجد وبدون أدنى جهد يذكر تراجع ملحوظا في مدى الاهتمام بهذا المجال الحيوي والخطير ، الذي يمثل عصب صناعة الصحافة والإعلام عموما ، بعد سنوات وجهود محترمة بذلها رواد من أساتذة الإدارة والاقتصاد والإعلام في التأصيل لهذا الحقل البحثي ومواكبة أهم ما يطرحه من قضايا وإشكاليات ، بدءا من عقد السبعينيات وحتى نهاية الثمانينيات ، إلا أنه وبالرغم من ذلك ، فقد شهد هذا المجال تراجعا ملحوظا ، وندرة كبيرة في طبيعة الدراسات التي تتطرق إليه ، سواء الدراسات ذات الصلة المباشرة ، أو حتى غير المباشرة ، وهي نتيجة سبق الإشارة إليها والتحذير من خطورتها في بحوث ودراسات سابقة ، نظرا لأهمية هذا التخصص ، ونظرا لضعف الإقبال على دراسته في ضوء الصعوبات والتحديات التي تواجه الباحثين ، والتي سبق الإشارة إليها .

والحقيقة أن الباحث المدقق في إنتاج المدرسة الأكاديمية الغربية ، على وجه التحديد ، سيجد أن في إنتاج هذه المدرسة من البحوث والدراسات ما يتسم بالوفرة النسبية ، والتنوع والثراء الهائل ، حيث تشير عملية التحليل النقدي للقضايا والمجالات والإشكاليات البحثية التي ركزت عليها هذه البحوث والدراسات ، إلى حقيقة في غاية الأهمية مفادها ، حرص هذه الدراسات الكامل على ارتياد مجالات وقضايا بحثية غير تقليدية ، مثل اهتمامها على سبيل المثال بتحليل وتفسير العلاقة بين عمليات التحول السياسي والديمقراطي في عدد كبير من التجارب والمجتمعات الغربية وغير الغربية ، على عمليات واستراتيجيات إعادة الهيكلة وتخطيط السوق ، وكذلك رصد وتوصيف وتحليل أنماط الأسواق السائدة وخصائصها واستراتيجيات المنافسة بها ، وكذلك اهتمامها

على الرصد والتوصيف والتحليل فقط ، في حين أن الوصول إلى النتائج المتعلقة بالحلول والرؤى والتصورات البديلة منوطة بجهات أخرى ، وهي نتيجة مردها غلبة الطابع الاميريقي على هذه الدراسات وغلبة توظيفها للنماذج والأطر النظرية الوظيفية .

الإطار النظري للدراسة :

• الإطار النظري للدراسة : نظرية المنافسة السوقية market competition approach :

تعد نظرية المنافسة السوقية ، واحدة من أهم النظريات التي تستخدم في تفسير وتحليل طبيعة وخصائص وسمات وأنماط الأسواق السائدة التي تعمل في إطارها الصناعات والخدمات المختلفة ، وكذلك في تحليل أهم الضوابط والآليات التي تحكم المنافسة بين المشروعات والمؤسسات الخدمية والإنتاجية السائدة و بين العناصر والأطراف والقوى المتصلة بحركة السوق وحركة السلع والخدمات به (أصحاب المشروع وحملة الأسهم - العاملين في المشروع - العملاء والمستهلكين للخدمات والسلع السائدة) . وبالرغم من كون هذه النظرية من النظريات القديمة والمعروفة في الفكر الاقتصادي ، إذ اكتمل بناؤها الفكري ومنطلقاتها النظرية والأيدولوجية الأساسية مع نهايات القرن التاسع عشر على يد Lyon flare مع زيادة المد الذي شهدته ثورة التصنيع في العالم المتقدم ، نتيجة للتطور التكنولوجي الذي شهدته هذه المرحلة ، ونتيجة للنمو الهائل الذي شهدته الأسواق وحركة الإنتاج ، إلا أنها مازالت من أقوى النظريات السائدة والمؤثرة في فهم حركة الأسواق ، وفي استيعاب المتغيرات الكثيرة المتشابكة والمعقدة التي تطرأ عليها بشكل دراماتيكي ملحوظ (٦)

وتشير الدراسات والأدبيات إلى أن نظرية « المنافسة السوقية » قد مرت في تطورها بثلاثة مراحل أساسية ، المرحلة الأولى ، وهي المرحلة التي بلور خلالها Lyon ورفاقه من بعده هذه النظرية و منطلقاتها الأساسية ، وقد امتدت هذه المرحلة منذ نهايات القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين ، وحتى الثلث الأول من القرن العشرين ، وقد انطلقت هذه النظرية من فرضية رئيسية مؤداها « أن المنافسة السوقية بين المشروعات ومؤسسات الإنتاج والخدمات المختلفة ، وإطلاق حرية السوق وحرية المنافسة دون قيود ، ستؤدي بالضرورة إلى تحقيق قدر من التوازن المنشود والمستهدف بين حجم العرض المتاح من السلع والخدمات وحجم ومعدلات الطلب عليها ، الأمر الذي سيؤدي في النهاية إلى انتعاش الأسواق والى خدمة مصالح واحتياجات جميع الأطراف ، والأهم من ذلك سيؤدي إلى تراجع معدلات الاحتكار

والهيمنة السائدة في الأسواق الغربية .. ، أما المرحلة الثانية من مراحل تطور هذه النظرية فتنسب بالكامل لمجموعة من الباحثين وعلماء الاقتصاد النمساويين ، وفي مقدمتهم Fredrich hick ، وقد امتدت هذه المرحلة حتى نهايات النصف الأول من القرن العشرين ، واتسمت بقدر كبير من التطور في منطلقاتها ، مقارنة بالمرحلة الأولى ، حيث قام «هايك » ورفاقه بصياغة منطلقات جديدة لهذه النظرية قوامها ، أن نجاح أي نمط من الأسواق في تفعيل معدلات نجاح الاستثمارات السائدة به وحمايتها ، وضبط آليات المنافسة السائدة بينها ، يتوقف إلى حد كبير على مدى قدرة هذه الأسواق والمشروعات ومؤسسات الإنتاج السائدة على تحقيق قدر من التوازن بين الاعتبارات الاقتصادية والأهداف الربحية للمشروع ، وبين الاعتبارات الاجتماعية ، وضرورات أن يمارس رأس المال دورا اجتماعيا غير معزول عن سياقه السياسي والاقتصادي الذي يعمل في إطاره ، وهي المرحلة التي التفت فيها الباحثون وفلاسفة الاقتصاد إلى أهمية البعد الاجتماعي لرأس المال ، وأهمية أن يتجاوز رأس المال مفهوم الاستثمار التقليدي في المشروعات التقليدية السائدة ، إلى نمط جديد من الاستثمارات ذات الطابع المجتمعي ، والتي ينظر فيها إلى تحقيق الربحية من منظور مختلف عن المنظور التقليدي السائد .. وبالنسبة للمرحلة الثالثة من مراحل تطور هذه النظرية ، فقد بدأت منذ نهايات الخمسينيات ، ومازالت تسود حتى الآن ، ويعد Joseph schumpeter أحد أهم الرواد الذين لعبوا دورا هائلا في تطور منطلقات هذه النظرية وفرضياتها ، حيث بلور شومبيتر ورفاقه التصور النهائي السائد لهذه النظرية المهمة وقوامه أطروحتهم ورؤيتهم المركزية تتناقض مع رؤية رواد المرحلة الثانية ، وتفترض هذه الرؤية أن « الأسواق السائدة لأية صناعة من الصناعات أو مشروع من المشروعات ، تعمل على تصحيح نفسها بنفسها ، رغم كل الضغوط والتحديات ، ومن ثم فإن جوهر الممارسة الاقتصادية بين المشروعات المختلفة لابد أن تستند على عنصر المنافسة الكاملة دون أية قيود أو اعتبارات ، باعتبار أن المنافسة هي الضمانة الرئيسية لتطور المشروعات وتحديث حركة الإنتاج والتكنولوجيا بشكل مستمر ، ومن ثم فإنها تعد السبيل الوحيد للنمو الاقتصادي وللتطور في حركة الأعمال والإنتاج (٧) . وبالرغم من التناقض الظاهر في منطلقات هذه النظرية ، وإغفالها - عمدا - اعتبارات البعد الاجتماعي لرأس المال ، ولخصوصية كثير من المشروعات ، وتباينها في أهدافها ومنطلقاتها ، إلا أنها تعكس في هذه المنطلقات ، جوهر التناقض في الفكر الرأسمالي الغربي ، وسيادة النزعة النفعية والمادية على توجه الرأسمالية العالمية وأسواقها الموجهة

العرض ، والتسعير ، ومستوى الجودة ، وفي هذا النمط من الأسواق لا تؤخذ اهتمامات الجماهير وتطلعات العملاء والمستهلكين في الحسبان ، وهذا النمط من الأسواق كان ولا يزال معمولاً به في بعض النظم الشيوعية ونظم الحكم في دول العالم الثالث ، التي تأخذ بمبدأ السيطرة والتخطيط الاقتصادي المركزي ، وان كان قد بدأ يتراجع بشكل كبير على مستوى ملكية وسائل الإعلام وإدارتها في هذه النظم . (تجربة احتكار الدولة في الحقبة الناصرية لوسائل الإعلام ، وكذلك في بعض الدول مثل الصين وكوريا ودول شرق أوروبا قبل تجارب الإصلاح الاقتصادي التي شهدتها وتحرير السوق منذ بدايات التسعينيات من القرن الماضي) - سوق المنافسة الاحتكارية : Limited Competition، ويجمع هذا النمط من الأسواق ما بين بعض خصائص سوق المنافسة الكاملة وسوق الاحتكار الكامل ، إذ يوجد في إطار هذا النمط من الأسواق عدد لا بأس به نسبياً من المشروعات العاملة في نفس المجال ، مقارنة بسوق الاحتكار الكامل ، ولكنها تتنافس مع بعضها البعض في تقديم نفس المنتج وبنفس الخصائص والسمات ، وبالتالي تصبح آلية محدودية العرض والسعر هي أهم الآليات التي توظفها المشروعات القائمة لضمان الوصول إلى العملاء والمستهلكين وضمان الاستحواذ على حصة مناسبة من السوق ، والحقيقة أن صناعة الإعلام لا تندرج في إطار هذا السوق أيضاً ولا تنطبق عليها شروطه .

- سوق احتكار القلة مع تمايز المنتج : Oligopoly ، وهذا النمط من الأسواق هو أكثر أمثاط الأسواق توافقاً مع شروط صناعة الصحافة والإعلام عموماً ، إذ يتسم هذا النمط من الأسواق بعدد من الخصائص والشروط أهمها : قلة عدد المشروعات الإعلامية التي تسيطر على السوق نسبياً - مقارنة بحجم السكان - مع تمايز طبيعة المنتج الذي تقدمه هذه المؤسسات ، ووجود اختلافات قد تصل لدرجة الاختلافات الجوهرية في توجهات المؤسسات ورسالتها وأهدافها وطبيعة المنتج الذي تقدمه وأولوياتها . والحقيقة أن الباحث المدقق والمتأمل سيكتشف منذ الوهلة الأولى أن صناعة الإعلام - نظراً لخصوصيتها وكونها صناعة ذات طابع ثقافي واجتماعي وفكري في المقام الأول ، تنتمي إلى هذا النمط من الأسواق ، مع وجود حقيقة أساسية ثابتة مؤداها أن صناعة الصحافة والإعلام عموماً محكومة أيضاً باعتباريات السوق والمنافسة من أجل تحقيق الربح والوفورات الاقتصادية ، إلا أنها في الجانب المقابل ، تنظر لمفهوم الربح نظرة مختلفة ومتمايزة عن غيرها من المشروعات ومؤسسات الأعمال والإنتاج الأخر . ومن هنا فقد اختار الباحث هذه النظرية ، رغم تحفظاته على

باعتبارات الربح وتعظيم المنفعة ، كما أنها بالرغم من ذلك تمثل أحد النظريات المهمة التي يمكن توظيفها في تحليل سلوك وحركة أصحاب المشروعات والاستثمارات ، خاصة في ظل واقع سياسي واقتصادي يؤكد بما لا يدع مجالاً للشك أن نفس تلك المنطلقات التي تتبناها النظرية وتدافع عنها تجد لها صدى كبيراً في الواقع المعاصر في كثير من الدول ، ولدى كثير من مؤسسات ومشروعات الإنتاج والخدمات بما فيها مؤسسات الصحافة والإعلام

وتشير نتائج الدراسات والأدبيات المعنية بهذا المجال الحديث من مجالات دراسات إدارة المؤسسات الصحفية واقتصادياتها إلى أن صناعة الإعلام عامة وصناعة الصحافة على وجه الخصوص ، قد استفادت - خاصة في المجتمعات الغربية المتقدمة بأفكار وأطروحات هذه النظرية وجوانب تطورها المختلفة ، وان ثمة تيار عريض من الباحثين أصبحت لديه قناعة كبيرة بأهمية الاستفادة من فروض هذه النظرية ومنطلقاتها في فهم حركة السوق الصحفية وتفاعلاتها والعوامل المؤثرة فيها وفي مجمل الأداء الاقتصادي والإداري للمشروعات الصحفية السائدة ، حيث أشارت الدراسات إلى أن صناعة الصحافة في العالم المعاصر تعمل في إطار سوق رئيسية من أربعة أسواق شائعة ، تعمل في ظلها مؤسسات الأعمال والإنتاج المختلفة تتمثل في : (٨)

- سوق المنافسة الكاملة full competition market : وفي ظل هذا النمط من الأسواق ، لا توجد أية أنواع من القيود على ملكية وسائل الإعلام أو مشروعات الإنتاج المختلفة ، ويتسم هذا النمط من أمثاط الأسواق بكثرة وتعددية وتنوع المشروعات العاملة فيه ، وعدم وجود فروق نوعية وجوهرية في خصائص السلع والخدمات الإعلامية والثقافية التي يتم تقديمها ، ومن ثم ترتكز استراتيجيات المنافسة المعتمدة - في إطار هذا النمط من الأسواق - على ثلاث آليات أساسية تتمثل في : أسعار المنتج والخدمات المقدمة ، والمزايا النسبية المصاحبة للسلعة (كالتخفيضات على الاشتراكات - والهدايا والمنح مثلا) ، وقبل هذا وذاك جودة المنتج وخصائصه . والحقيقة أن معظم الدراسات التي أجريت حول اقتصاديات الإعلام تؤكد بما لا يدع مجالاً للشك أن صناعة الإعلام لا تدخل في إطار هذا النمط من الأسواق ، رغم انطباق بعض شروطها على هذه الصناعة

- سوق الاحتكار الكامل : monopoly وهو نمط من الأسواق يختلف جذرياً عن النمط السابق ، ويتسم هذا النمط من الأسواق بوجود منتج وحيد محتكر للخدمة أو السلعة أياً ما كانت ، وبالتالي يتحكم هذا المنتج : فرداً كان أو مؤسسة ، في السوق من حيث معدلات

حدوثها ، وكذلك تحليل تأثيراتها وتداعياتها وربطها بطبيعة السياقات المجتمعية التي أسهمت في إفرازها ، وعليه فإن هذه الدراسة تعد دراسة استكشافية من حيث أسبقيتها في تناول الموضوع ، ودراسة ووصفية تحليلية من حيث طبيعة أهدافها وعمق تناولها للظاهرة وربطها بسياقاتها المختلفة .

- مناهج الدراسة وأساليبها البحثية : استخدمت هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي باعتباره أكثر المناهج والأساليب البحثية ملاءمة للدراسات الاستكشافية ، والدراسات الوصفية التحليلية ، وكذلك فقد استخدمت أسلوب الدراسات الارتباطية باعتباره من أكثر الأساليب التي تستخدم في إطار المسوح ، والتي تمكن الباحث من قياس وتحليل العلاقات الارتباطية القائمة بين متغيرات الدراسة إحصائياً ، وإبراز قيمة تأثير كل متغير، بالشكل الذي يمكن الباحث في النهاية من تقديم رؤية تحليلية تفسيرية متعمقة لتساؤلاته وفروجه ، وقد استخدم الباحث أسلوب المسح الإعلامي في مسح آراء واتجاهات الصحفيين والإعلاميين أفراد عينة الدراسة وتصورتهم حول ظاهرة الإحتكار في سوق صناعة الإعلام في مصر وتأثيرها في مناخ التعددية والتنوع السائد في المجتمع ، كذلك فقد استخدم الباحث أسلوب المقارنة المنهجية ، بهدف المقارنة بين استجابات المبحوثين المختلفة ، بشأن كافة عناصر وتفصيل الظاهرة المدروسة وفقاً لمتغيرات الدراسة التي تم تحديدها .

- أدوات جمع البيانات : اعتمدت هذه الدراسة على صحيفة الاستقصاء كأداة رئيسية في جمع بياناتها ومعلوماتها من أفراد العينة من الصحفيين والإعلاميين العاملين في الصحف والقنوات الفضائية الخاصة ، وقد قام الباحث بترجمة مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها في عدد من المحاور الموضوعية التي تعكس جوانب الظاهرة المدروسة وحدودها ، ثم قام بصياغة مجموعة من التساؤلات المختلفة في طبيعتها ونوعيتها بهدف الحصول على أقصى قدر ممكن من البيانات والمعلومات والآراء من قبل العينة المدروسة ، وقد بلغ عدد تساؤلات الإستمارة ١٣ سؤالاً ، اشتملت على عدد كبير من المقاييس الإحصائية ، وتم توزيع هذه الأسئلة في إطار المحاور الموضوعية الثلاثة التالية :

- المحور الأول : رؤية الصحفيين والإعلاميين لطبيعة التحولات التي تشهدها ملكية وسائل الإعلام في مصر .

- المحور الثاني : رؤية الصحفيين والإعلاميين لتأثير التوجه نحو الأخذ بسياسة الإدماج على عملية التعددية والتنوع في خطاب وسائل الإعلام .

- المحور الثالث : رؤية الصحفيين والإعلاميين لتأثير التوجه نحو الأخذ

كثير من منطلقاتها وفرضياتها الحديثة التي لا تأخذ في اعتبارها البعد الاجتماعي لرأس المال وخصوصية كثير من الصناعات والخدمة المقدمة ، في مقابل مراعاة اعتبارات مصلحة القوى الاقتصادية المسيطرة على حركة السوق ، دون اعتبار يذكر لمصالح وأهداف واعتبارات العاملين في التنظيم والعاملين والمستهلكين للخدمات والسلع المطروحة ، كإطار فكري وفلسفي ، يمكن من خلاله فهم حركة الواقع الاقتصادي السائد للمشروعات الصحفية ، ومدى إدراك القيادات الصحفية السائدة لطبيعة السوق وخصائصه وآليات تنظيم المنافسة السائدة به ، وطبيعة الظروف والعوامل المحيطة بالسوق الصحفية السائدة في مصر وتفاعلاتها ، وتأثيرها على الأداء الاقتصادي للمؤسسات الصحفية ، في ضوء الأزمات الاقتصادية الراهنة التي تكاد تعصف بها ، وفي ضوء تراجع دور الدولة إلى حد كبير فيما يتعلق بتنظيم حركة السوق الصحفية ، والتدخل في جوانب النشاط الاقتصادي لصناعة الصحافة ، وزيادة التوجه نحو التحرير الكامل لهذه الصناعة ومحاولة التخلص من أعبائها بدلا من التفكير في إعادة تنظيمها بما يحقق التوازن المنشود بين الاعتبارات الاقتصادية والإدارية والاعتبارات المهنية والأخلاقية التي ينبغي أن تحكم أداء هذه الصناعة ومؤسساتها .

الإطار المنهجي والإجرائي للدراسة :

- نوع الدراسة : تقع هذه الدراسة في إطار نمطين من الدراسات ، الأول وهو نمط الدراسات الاستكشافية ، كونها تعد أولى الدراسات التي تناولت ظاهرة الإحتكار في إطار صناعة الصحافة والإعلام في مصر ، ولكون هذه الظاهرة نفسها لم تتبلور بشكل كاف إلا منذ فترة قريبة ، رغم وجود المؤشرات السابقة الواضحة التي تدل عليها ، خاصة بعد ثورة يناير ٢٠١١ ، وتزايد الحديث عن دخول كثير من القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية ، القديمة والجديدة ، بل وبعض الدول وبعض التنظيمات في الخارج في سباق تمويل وسائل الإعلام ، خاصة الإلكترونية والرقمية منها ، وكثرة الحديث عن تأثير المال السياسي في توجهات وسياسات وأجندة أولويات وسائل الإعلام في مصر وارتباطاتها ، والثاني : وهو نمط الدراسات الوصفية التحليلية ؛ حيث لم يكتفي البحث في دراسته بمحاولة استكشاف عناصر الظاهرة المدروسة وتجلياتها في الواقع ، ومحاولة تحديد ملامحها وجوانبها ، وإنما تجاوز ذلك في ضوء إستفادته من مراجعة التراث العلمي السابق في هذا المجال ، وإلمامه - من خلال دراساته وبحثه في هذا التخصص - بتفاصيل وعناصر الظاهرة في الواقع الغربي : البريطاني والأمريكي تحديداً ، إلى مرحلة توصيف الظاهرة وتحليل العوامل والأسباب التي أدت إلى

جدول رقم (ب) يوضح توزيع العينة وفقا لمتغير النوع

النوع	المهنة		الإجمالي
	صحفي	إعلامي	
ذكر	ك	63	113
	%	77.8%	61%
أنثى	ك	18	50
	%	22.2%	39%
الإجمالي	ك	81	163
	%	100%	100%

جدول رقم (ج) يوضح خصائص العينة وتوزيعها وفقا لطبيعة الموقع الوظيفي

الوظيفة	المهنة		الإجمالي
	صحفي	إعلامي	
يشغل موقع قيادي	ك	35	72
	%	43.2%	45.1%
لا يشغل موقع قيادي	ك	46	91
	%	56.8%	54.9%
الإجمالي	ك	81	163
	%	100%	100%

جدول رقم (د) يوضح توزيع العينة وخصائصها وفقا لمتغير سنوات الخبرة

السن	المهنة		الإجمالي
	صحفي	إعلامي	
١٠ سنوات فأقل	ك	46	87
	%	56.8%	50%
أكثر من ١٠ سنوات	ك	35	76
	%	43.2%	50%
الإجمالي	ك	81	163
	%	100%	100%

بسياسة الإدماج على كفاءة سياسات الوسائل الإعلامية؛ إداريا وماليا. وبعد أن قام الباحث بتحكيم الاستمارة واختبار صدقها وثباتها، قام بتدقيقها وتطويرها بحيث أصبحت صالحة للتطبيق.

مجتمع الدراسة وعينة البحث: يمثل الصحفيون والإعلاميون من العاملين في الصحف والقنوات الفضائية الخاصة مجتمع هذه الدراسة، ونظرا لتزايد أعداد الصحف والقنوات الفضائية القائمة في مصر وتزايد حجم أعداد العاملين بها فقد قام الباحث باختيار عينة حصرية من هؤلاء الصحفيين والعاملين، وفقا لبعض المتغيرات المهمة مثل المستوى القيادي - طبيعة الوظيفة - سنوات الخبرة - النوع وغيرها، وقام في إطار كل فئة من هذه الفئات باختيار عدد من المبحوثين بأسلوب العينة المتاحة، وقد بلغ إجمالي هذه العينة ١٦٣ مفردة هي تلك المفردات التي استجابت للباحث من إجمالي ٢٠٠ استمارة تم توزيعها، وفيما يلي نوضح بعض سمات هذه العينة وخصائصها:

جدول رقم (أ) يوضح توزيع العينة وفقا للوسائل الإعلامية التي يعلمون بها

الوسيلة الإعلامية	التكرارات	%
مصرياوي	٢٥	١٥.٣
اليوم السابع	٣٥	٢١.٥
صوت الأمة	٢١	١٢.٩
On TV	٣٠	١٨.٤
النهار	٢٥	١٥.٣
CBC	٢٧	١٦.٦
الإجمالي	١٦٣	١٠٠

(٢١٦=١٩,٨٨٧، درجة الحرية=١، مستوى المعنوية=٠,٠٠٠، قيمة معامل التوافق=٠,٣٣٠)

وتشير نتائج التحليل الاحصائي باستخدام معامل ٢١، لاختبار مدى وجود علاقة بين طبيعة مجال عمل أفراد العينة من الفئتين، و بين رؤيتيهما ومدى إدراكهما لوجود هذه النزعة الاحتكارية، إلى وجود علاقة متوسطة القوة، بلغت شدتها ٣٣٠٪، بدرجة ثقة ١٠٠٪، لصالح العاملين في القنوات الفضائية الخاصة، مقارنة الصحفيين بالصحف الخاصة، حيث ذكرت نسبة ٩٦,٣٪ من إجمالي الإعلاميين، أنهم يدركون حدوث هذا التوجه الاحتكاري في القنوات الفضائية الخاصة بدرجة كبيرة، في مقابل نسبة ٧٠,٤٪ من إجمالي الصحفيين، وهي نتيجة تتسق كثيرا مع طبيعة التحولات الكبيرة التي بدأت تشهدها السوق الإعلامية في مصر، واتجاه عدد محدود من رجال الأعمال مثل: (أحمد أبو هشيمة - نجيب ساويرس - محمد الأمين - عمرو الكحكي) إلى السيطرة على سوق صناعة الصحافة المطبوعة، والقنوات الفضائية الخاصة والوكالات الإخبارية التابعة، وكذلك الوكالات الإعلامية التي تتولى تدبير موارد تمويلها، وليس أدل على ذلك من سيطرة رجل الأعمال أحمد أبو هشيمة خلال الفترة الأخيرة على صحيفة اليوم السابع وموقعها الإلكتروني، وقناة أون تي في، والسيطرة على ٥٠٪ من أسهم شركة مصر للسينما، التي يمتلكها رجل الأعمال كامل أبو علي، وكذلك مساهمته في عدد من القنوات والمواقع الأخرى مثل جريدة الجريدة اليومية، وصوت الأمة وموقع دوت مصر وغيرها، وكذلك اتجاه رجل الأعمال محمد الأمين وعمرو الكحكي إلى إعلان تحالف واندماج شبكتي النهار و CBC، ردا على توجهات أبو هشيمة ورغبته في الإنفراد بسوق صناعة الإعلام في مصر وغيرها من مؤشرات تؤكد على وجود مثل هذه النزعة الاحتكارية والرغبة في تركيز الملكية وزيادة التوجه نحو تطبيق سياسة الاندماج والتحالفات الإعلامية.

• وبالنسبة لأهم المؤشرات التي استطاع من خلالها الإعلاميون والصحفيون - أفراد عينة الدراسة - الحكم على مثل هذه التوجهات والمحاولات، فقد انتهت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن ثمة مجموعة متعددة ومتنوعة من المؤشرات الدالة على وجود نزعات احتكارية تسيطر على سوق صناعة الإعلام في مصر، والجدول التالي يوضح هذه النتائج.

انتهت نتائج الدراسة الميدانية حول رؤية الصحفيين والإعلاميين المصريين، لطبيعة التحولات التي تشهدها سوق صناعة الإعلام في مصر، ومدى وجود نزعات وتوجهات احتكارية تسيطر على هذه السوق، وأهم ملامحها ومؤثراتها وتأثيراتها السلبية على حرية وسائل الإعلام واستقلاليتها، وعلى قيم التعددية والتنوع السائدة بها، وكذلك على مدى كفاءة السياسات المالية والإدارية التي تطبقها هذه الوسائل، إلى مجموعة مهمة من النتائج، سوف نستعرضها في إطار محاور الدراسة، وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: رؤية الصحفيين والإعلاميين لطبيعة التحولات التي تشهدها أوضاع ملكية وسائل الإعلام في مصر.

• أولا بالنسبة لمدى إدراك الصحفيين والإعلاميين من أفراد عينة الدراسة لوجود محاولات من بعض الملاك والمستثمرين، للسيطرة على المشروعات الصحفية والإعلامية القائمة وتركيز الملكية في أيديهم، من واقع معاشتهم وخبراتهم العملية خلال السنوات الأخيرة، فقد انتهت نتائج الدراسة الميدانية وتحليلاتها الإحصائية، إلى أن النسبة الغالبة من أفراد عينة الدراسة - من الصحفيين والإعلاميين معا - والتي بلغت ٨٣,٤٪ من إجمالي العينة، قد ذكرت أنها تدرك حدوث ذلك بدرجة كبيرة، في حين ذكرت نسبة ١٦,٦٪ منهم أنهم يدركون حدوث ذلك إلى حد ما، وهو ما يعني في التحليل الأخير أن نسبة ١٠٠٪ من إجمالي أفراد العينة من الصحفيين والإعلاميين يدركون حدوث ذلك خلال السنوات الأخيرة. والجدول التالي يوضح هذه البيانات والنتائج.

جدول رقم (١) يوضح مدى إدراك الصحفيين والإعلاميين لوجود نزعات احتكارية في سوق صناعة الإعلام في مصر.

مدى الإدراك	طبيعة الوظيفة		الإجمالي
	صحفيين	إعلاميين	
إلى حد كبير	ك	57	136
	%	70.4%	83.4%
إلى حد ما	ك	24	27
	%	29.6%	16.6%
الإجمالي	ك	81	163
	%	100%	100%

جدول رقم (٢) يوضح مؤشرات النزعات الإحتكارية التي بدأت تسيطر على سوق صناعة الإعلام في مصر

المؤشرات	صحفيين						إعلاميين						طبيعة الوظيفة						
	١	٢	٣	٤	٥	٦	١	٢	٣	٤	٥	٦							
سيطرة عدد محدود من رجال الأعمال على ملكية وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة؛ صحف مطبوعة وإلكترونية وقنوات وشبكات تلفزيونية	32	2	21	8	10	8	74	-	-	3	5	-	473	-	-	3	5	-	74
قيام تحالفات بين هؤلاء الملاك الجدد والمستثمرين القدامى، ترتب عليها مزيد من تركيز الملكية في أيديهم	10	16	18	14	21	2	-	6	9	2	2	65	372	-	3.7%	5.5%	1.2%	39.9%	
احتكار عدد محدود من الشركات الإعلامية لسوق الإعلانات وتحكمها في مصادر تمويل المشروعات الصحفية والإعلامية	3	29	13	14	18	4	4	2	4	60	11	4	336	1	2	4	60	11	4
السوقية بين المشروعات المندمجة، وبين المشروعات الإعلامية الأخرى القائمة	10	10	13	18	16	14	3	2	10	11	2	3	212	2	54	10	11	2	3
تزايد خسائر المشروعات الصحفية والإعلامية التي تعمل خارج هذه التحالفات الجديدة وعدم استقرار أوضاعها	6	14	20	21	11	9	-	56	16	6	1	3	125	34.4%	9.8%	3.7%	.6%	1.8%	-
التزايد المستمر في عدد الصفقات التي يتم إبرامها عاما بعد الآخر	22	10	8	6	17	18	21	21	6	50	3	1	206	21	6	50	3	1	1
	13.5%	6.1%	4.9%	3.7%	10.4%	11%	12.9%	30.7%	1.8%	1.8%	.6%	.6%		12.9%	3.7%	30.7%	1.8%	.6%	.6%

حيث تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى أن أفراد عينة الدراسة، من الإعلاميين العاملين في القنوات الفضائية والصحف الخاصة، قد ذكروا مجموعة من المؤشرات الرئيسية، التي تؤكد على وجود نزعات إحتكارية، لدى بعض ملاك الصحف والقنوات الفضائية الخاصة من رجال الأعمال، تسهم بشكل كبير في زيادة التحولات التي شهدتها سوق صناعة الإعلام في مصر، وتتمثل هذه المؤشرات في « سيطرة عدد محدود

من رجال الأعمال على ملكية وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة؛ صحف مطبوعة وإلكترونية وقنوات وشبكات تلفزيونية » بوزن مرجح بلغ ٤٧٣ نقطة بين أفراد العينة من الإعلاميين، وبوزن مرجح بلغ ٣٢٨ نقطة بين أفراد العينة من الصحفيين، يليه « قيام تحالفات بين هؤلاء الملاك الجدد والمستثمرين القدامى، ترتب عليها مزيد من تركيز الملكية في أيديهم » بوزن مرجح بلغ ٣٧٢ نقطة بين الإعلاميين، وبوزن مرجح بلغ ٢٩٨ نقطة بين أفراد العينة من الصحفيين، ثم « احتكار عدد محدود من الشركات الإعلامية لسوق الإعلانات، وتحكمها في مصادر تمويل المشروعات الصحفية والإعلامية » بوزن مرجح بلغ ٣٣٦ نقطة، وفقا لرؤية أفراد العينة من الإعلاميين، وبوزن مرجح بلغ ٢٩٧ نقطة وفقا لرؤية أفراد العينة من الصحفيين، يليها « احتكار سوق الانتاج والتوزيع والتوزيع، وتضييق هامش المنافسة السوقية بين المشروعات المندمجة، وبين المشروعات الإعلامية الأخرى القائمة »، بوزن مرجح بلغ ٢١٢ نقطة، وفقا لتقديرات أفراد العينة من العاملين بالقنوات الفضائية، وبوزن مرجح بلغ ٢٦٢ نقطة، وفقا لتقديرات الصحفيين من العاملين في الصحف الخاصة، ثم «

التزايد المستمر في عدد الصفقات التي يتم إبرامها عاما بعد الآخر » بوزن مرجح بلغ ٢٠٦ نقطة، وفقا لرؤية العاملين في القنوات الفضائية الخاصة، وبوزن مرجح بلغ ٢٨٤ نقطة، وفقا لرؤية الصحفيين، وأخيرا « تزايد خسائر المشروعات الصحفية والإعلامية التي تعمل خارج هذه التحالفات الجديدة وعدم استقرار أوضاعها » بواقع ١٢٥ نقطة، وبواقع ٢٨٠ نقطة على التوالي.

وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى وجود اتفاق كبير نسبيا بين أفراد العينة من الفئتين، فيما يتعلق برؤيتهما للمؤشرات الرئيسية الثلاثة الأولى، الدالة على وجود مثل هذه النزعات والتوجهات الإحتكارية، والمتمثلة في سيطرة عدد محدود من رجال المال والأعمال والمستثمرين في مجال صناعة الإعلام، على حصة الأسهم الرئيسية لهذه الوسائل، وقيام تحالفات بين عدد محدود منهم تستهدف تعزيز سيطرتهم على هذه الوسائل والأسواق التي تعمل بها، ثم سيطرتهم على الوكالات الإعلانية الرئيسية، التي تمثل مصدر الدخل والإيرادات الرئيسية لهذه المؤسسات، فيما تباينت آراء وتصورات أفراد العينة من الفئتين، فيما يتعلق ببقية المؤشرات الأخرى ومدى تحققها في الواقع، حيث مال أفراد العينة من الصحفيين إلى أن وجود مثل هذه التوجهات والنزعات الإحتكارية قد صحبه تراجع ملحوظ في هامش المنافسة السوقية بين هذه الوسائل، وتزايد معدلات الخسائر التي تحققها الصحف والقنوات والمؤسسات، التي تعمل خارج هذه التحالفات والإندماجات، فيما رأيت النسبة الأكبر من الإعلاميين - من أفراد عينة البحث - أن هذه التوجهات قد صحبتها مؤشرات ومظاهر أخرى أكثر أهمية

جدول رقم (٣) يوضح مدى اعتقاد أفراد العينة بكون هذه التوجهات الإحتكارية محاولة لإعادة تخطيط السوق الإعلامية وت

مدى الاعتقاد	قطاع العمل		الإجمالي
	صحف خاصة	قنوات خاصة	
أعتقد ذلك إلى حد كبير	3	3	6
%	3.7%	3.7%	3.7%
أعتقد ذلك إلى حد ما	12	4	16
%	14.8%	4.9%	9.8%
لا أعتقد ذلك	66	75	141
%	81.5%	91.5%	86.5%
الإجمالي	81	82	163
%	100%	100%	100%

(٢٣=٤,٥٦٩، درجة الحرية=٢، مستوى المعنوية=٠,١٠٢)

حيث تشير بيانات ونتائج الجدول السابق إلى أن النسبة الغالبة من أفراد العينة من الفئتين ، والتي بلغت ٨٦,٥% ، قد ذكرت أنهم لا يعتقدون ذلك ، وهو ما ذكرته نسبة ٩١,٥% من إجمالي أفراد العينة من العاملين في القنوات الفضائية الخاصة ، وما ذكرته نسبة ٨١,٥% من إجمالي أفراد العينة من العاملين في الصحف الخاصة ، في حين ذكرت نسبة ١٣,٥% المتبقية - من إجمالي أفراد العينة - أنهم يعتقدون إمكانية ذلك بدرجات متباينة . وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى أن أفراد العينة من الإعلاميين العاملين في القنوات الفضائية الخاصة ، أكثر إدراكا لحدوث مثل هذه التوجهات والنزعات الإحتكارية في سوق صناعة الإعلام ، مقارنة بالصحفيين ، وأنهم أكثر رفضا لكون مثل هذه التوجهات الإحتكارية ، محاولة لإعادة تخطيط السوق وتنظيمها ، بعد حالة الفوضى والعشوائية التي شهدتها ومازالت تشهدها حتى الآن ، وهي نتيجة تتسق بشكل كبير مع زيادة حدة هذه التحولات والنزعات الإحتكارية في إطار صناعة الإعلامي التلفزيوني الفضائي والشبكات الإعلامية ، واتجاه كثير من القنوات والشبكات لتطبيق سياسة الاندماج ، وتغيير هيكلها الإدارية والمالية ، وكذلك لوجود حالة من الإضطراب وعدم الإستقرار بين العاملين ، نتيجة عدم قدرتهم على توقع سياسات الإدارة الجديدة ، والملاك الجدد ، وهي ظواهر تبدو أكثر وضوحا حتى الآن في القنوات الفضائية وصناعة الإعلام المرئي ،

تتمثل في سيطرة هذه الشركات والمؤسسات والمجموعات الإحتكارية على سوق الإنتاج والتسويق والإعلانات ، وكذلك تزايد مؤشرات التحالفات والإندماجات وعقد الصفقات ، التي تهدد أوضاع المنافسة السوقية ، وهي جميعها مؤشرات - تؤكد بما لا يدع مجالاً للشك - على تزايد إدراك الصحفيين والإعلاميين العاملين في الصحف والقنوات الفضائية الخاصة ، لوجود مثل هذه النزعات والتوجهات بشكل أصبح أكثر وضوحا خلال السنوات الأخيرة . في الوقت الذي رفضت فيه نسبة ١٠٠% من أفراد عينة الدراسة كثير من المقولات والأفكار التي طرحها الباحث ، كمنطلقات لدحض فكرة وجود نزعات إحتكارية لدى بعض رجال الأعمال والمستثمرين في المجال الإعلامي ، للهيمنة على سوق صناعة الإعلام في مصر ، وتتمثل أهم هذه المنطلقات فيما يلي :

- أن القوانين والتشريعات الموجودة تنص صراحة على حماية المنافسة ، ومنع أية ممارسات احتكارية .

- أن التحالفات الجديدة التي بدأت تشهدها الأوساط الإعلامية ، تحدث بين مشروعات تتمتع بنفس القدرات والمراكز الاقتصادية .

- أن سياسات هذه الوسائل الإعلامية الخاصة بتشابهها إلى حد كبير في توجهاتها وأجندة أولوياتها ومصالحها ، ومن ثم فإن اندماجها لا يمثل تضيقا لها من التعددية والتنوع .

- ولأن أصحاب رأس المال أنفسهم يعلنون أنهم مدفوعون لذلك باعتبارات اقتصادية وإدارية في الأساس ، وليس اعتبارات سياسية أو اعتبارات تتعلق برغبتهم في تقييد حرية الصحف ووسائل الإعلام التي يمتلكونها .

- لأن هذا التوجه نحو تطبيق سياسة الاندماج بين المشروعات الصحفية والإعلامية المختلفة ، توجه عالمي ، تفرضه أوضاع السوق والأزمات الاقتصادية الحادة التي تشهدها صناعة الإعلام . وهي جميعها مؤشرات ونتائج تؤكد ما سبق وأن انتهينا إليه في التحليل .

• وفيما يتصل برؤية أفراد العينة من الصحفيين والإعلاميين ، ومدى اعتقادهم بكون مثل هذه التوجهات ذات النزعة الإحتكارية ، يمكن أن تكون محاولة لتصحيح سوق صناعة الصحافة والإعلام في مصر ، بعد حالة الفوضى والتخبط التي كانت ولازالت تشهدها ، فقد توصلت نتائج الدراسة الميدانية ، إلى وجود إتفاق شبه كامل بين أفراد العينة ، على عدم صحة هذا الطرح ، ورفضهم لكون مثل هذه التوجهات تمثل توجهات إصلاحية في الأساس . والجدول التالي يوضح هذه البيانات والنتائج .

مقارنة بالصحافة المطبوعة والإلكترونية .

• وقد توصلت نتائج التحليل الإحصائي حول رؤية الصحفيين والإعلاميين ، العاملين في الصحف والقنوات الفضائية الخاصة ، ممن يرون أن هذه النزعات والتوجهات الإحتكارية محكومة بعوامل سوقية وإدارية موضوعية في الأساس ، إلى أن هناك مجموعة من الأسانيد والمنطلقات التي اعتمدوا عليها في تشكيل تصوراتهم وقناعاتهم بشأن هذه الرؤية ، والتي تكشف في حد ذاتها أبعاد هذه الأزمة . الجدول التالي يوضح هذه الأسانيد والمنطلقات بشكل أكثر تفصيلا .

جدول رقم (٤) يوضح رؤية أفراد العينة من الصحفيين والإعلاميين لأهم المنطلقات والأسباب التي شكلت رؤيتهم وقناعاتهم بشأن ظاهرة الإحتكار

أسباب تشكيل هذا التصور	طبيعة الوظيفة	صحفيين					إعلاميين						
		١	٢	٣	٤	٥	الوزن المرجح	١	٢	٣	٤	٥	الوزن المرجح
تزايد عدد المشروعات الصحفية والإعلامية، دون حاجة السوق لها، ودون وجود دراسات جدوى اقتصادية حقيقية لهذه المشروعات	ك	4	2	6	3	4	٥٦	-	4	3	-	-	١٧
تزايد خسائر معظم المشروعات الصحفية والإعلامية، نتيجة انخفاض معدلات الربحية وتراجع عائدات الإعلانات والتسويق بها	ك	5	4	2	2	2	٥٣	3	-	1	-	3	٢١
أن معظم المشروعات الصحفية والإعلامية التي اندمجت تتشابه مع بعضها في نفس السياسات ونفس المراكز والأوضاع الاقتصادية والمالية	%	18.2%	9.1%	27.3%	13.6%	18.2%	٤٨	-	4	-	-	3	٢٠
وجود غرفة لصناعة الإعلام الخاص ، تتولى مسألة تخطيط هذه الصناعة وإدارة أزماتها هذا القطاع وحمايته من التقلبات السوقية	ك	2	2	-	6	7	٣٨	-	1	2	1	3	٢٧
وجود هيئات مؤسسية تابعة للدولة معنية بشئون الإعلام وتنظيم السوق الإعلامية (مثل المجلس الأعلى للصحافة، هيئة الاستثمار، المجلس الوطني للإعلام)	%	9.1%	9.1%	-	27.3%	31.8%	٣٧	-	4.5%	9.1%	4.5%	13.6%	٢٤
الإذاعة والتلفزيون، تستطيع أن تتدخل لمنع هذه التوجهات إن كانت ترى فيها خطورة	%	18.2%	-	4.5%	-	18.2%		-	9.1%	4.5%	13.6%	4.5%	

، بوزن مرجح بلغ ٣٨ نقطة ، وأخيرا « وجود هيئات مؤسسية تابعة للدولة معنية بشئون الإعلام وتنظيم السوق الإعلامية (مثل المجلس الأعلى للصحافة، هيئة الاستثمار، المجلس الوطني للإعلام المزعم إنشاؤه والمنصوص عليه دستوريا) ، تستطيع أن تتدخل من خلالها لمنع هذه التوجهات إن كانت ترى فيها خطورة » بوزن مرجح بلغ ٣٧ نقطة . فيما أشارت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن أفراد العينة من العاملين في القنوات الفضائية الخاصة ، قد ذكروا أن هذه الإعتبارات والمنطلقات يأتي في مقدمتها « وجود غرفة لصناعة الإعلام الخاص ، تتولى مسألة تخطيط هذه الصناعة وإدارة أزماتها هذا القطاع وحمايته من التقلبات السوقية » بوزن مرجح بلغ ٢٧ نقطة ، يليه « وجود هيئات مؤسسية تابعة للدولة معنية بشئون الإعلام وتنظيم السوق الإعلامية (مثل المجلس الأعلى للصحافة، هيئة الاستثمار، المجلس الوطني للإعلام المزعم إنشاؤه والمنصوص عليه دستوريا ، تستطيع أن تتدخل لمنع هذه

حيث تشير نتائج وبيانات الجدول السابق إلى أن الصحفيين من أفراد عينة الدراسة قد ذكروا أن أهم الأسانيد والمنطلقات ، التي شكلوا من خلالها رؤيتهم يأتي في مقدمتها : « تزايد عدد المشروعات الصحفية والإعلامية، دون حاجة السوق لها، ودون وجود دراسات جدوى اقتصادية حقيقية لهذه المشروعات » بوزن مرجح بلغ ٥٦ نقطة ، يليها « تزايد خسائر معظم المشروعات الصحفية والإعلامية، نتيجة انخفاض معدلات الربحية وتراجع عائدات الإعلانات والتسويق بها » بوزن مرجح بلغ ٥٣ نقطة ، ثم « أن معظم المشروعات الصحفية والإعلامية التي اندمجت تتشابه مع بعضها في نفس السياسات ونفس المراكز والأوضاع الاقتصادية والمالية » ، بوزن مرجح بلغ ٤٨ نقطة ، يليه « وجود غرفة لصناعة الإعلام الخاص ، تتولى مسألة تخطيط هذه الصناعة وإدارة أزماتها هذا القطاع وحمايته من التقلبات السوقية »

وجبهة ومنطقية ، فإن أفراد عينة البحث من الإعلاميين يركزون على وجود غرفة لصناعة الإعلام الخاص تستطيع أن تتدخل لإعادة تنظيمه وتخطيطه وإدارة أزماته ، وكذلك وجود الكثير من الآليات التي تمتلكها الدولة والتي تستطيع من خلالها التدخل للحد من أية نزعات احتكارية في حالة شعورها بالخطر ، ثم تزايد خسائر هذه المشروعات بمعدلات واضحة ، وتشابه سياساتها والمراكز المالية لملاكها ، وهي نتائج تشير في تحليلها الأخير إلى أن ثمة قنوات - لدى شريحة محدودة من الصحفيين والإعلاميين - بلغت ١٣,٥ ٪ من إجمالي العينة ، بأن هذه النزعات والتوجهات الاحتكارية ، هي محاولة لتصحيح أوضاع السوق الإعلامية وضبطها ، بعد أن عانت - ولاتزال - من كثير من مظاهر الإضطراب والفوضى ، وهي نتيجة أيضا تشير في الجانب الآخر إلى إدراك الصحفيين والإعلاميين إلى وجود مثل هذه الفوضى والعشوائية ، التي تحكم سوق صناعة الإعلام في مصر ، وتؤثر عليها سلبا .

• وفي الجانب الآخر ، فقد توصلت نتائج التحليل الإحصائي ، فيما يتعلق برؤية النسبة الغالبة من الصحفيين والإعلاميين - والتي بلغت ٨٦,٥ ٪ من إجمالي العينة - وقناعاتهم بأن هذه التوجهات التي يتبناها بعض ملاك الوسائل الإعلامية ، من رجال الأعمال والمستثمرين ، لا تستهدف تصحيحا لأوضاع السوق السائدة ، أن هناك مجموعة من المنطلقات والأسانيد التي اعتمدوا عليها في تشكيل هذه التصورات والقناعات ، يوضحها الجدول التالي :

التوجهات إن كانت ترى فيها خطورة « بوزن مرجح بلغ ٢٤ نقطة ، يليه « تزايد خسائر معظم المشروعات الصحفية والإعلامية، نتيجة انخفاض معدلات الربحية وتراجع عائدات الإعلانات والتسويق بها » بوزن مرجح بلغ ٢١ نقطة ، ثم « أن معظم المشروعات الصحفية والإعلامية التي اندمجت تتشابه مع بعضها في نفس السياسات ونفس المراكز والأوضاع الاقتصادية والمالية » ، بوزن مرجح بلغ ٢٠ نقطة ، وأخيرا « تزايد عدد المشروعات الصحفية والإعلامية، دون حاجة السوق لها، ودون وجود دراسات جدوى اقتصادية حقيقية لهذه المشروعات » بوزن مرجح بلغ ١٧ نقطة .

وتشير النتائج في تحليلها الأخير ، إلى وجود قدر كبير وواضح من التباين بين الصحفيين والإعلاميين ، فيما يتعلق برؤيتيهما لقوة والأوزان النسبية لكل من هذه العوامل ؛ ففي الوقت الذي يركز فيه أفراد العينة من الصحفيين - ممن يعتقدون أن هذه النزعات الاحتكارية مدفوعة بتوجهات تستهدف إصلاح أوضاع السوق وتنظيمها - على اعتبار أن أهم العوامل التي تفرض مثل هذه النزعة تتمثل في تزايد عدد المشروعات الصحفية والإعلامية دون تخطيط مسبق لها ودون حاجة السوق إليها ، وتزايد خسائر هذه المشروعات وتراجع أرباحها بشكل ملحوظ ، يضاف إلى ذلك وجود تشابه كبير في سياسات هذه الوسائل الإعلامية والمراكز المالية لأصحابها وملاكها ، وهي اعتبارات

جدول رقم (٥) يوضح رؤية الصحفيين والإعلاميين لأهم الأسانيد والمنطلقات التي تؤكد طبيعة النزعة والتوجهات الاحتكارية في سوق صناعة الإعلام في مصر ، وكونها ليست توجهات إصلاحية لضبط أوضاع السوق وتنظيمها .

الأسباب	مؤسسات العمل					صحف خاصة					قنوات فضائية خاصة						
	١	٢	٣	٤	٥	الوزن النسبي	١	٢	٣	٤	٥	الوزن النسبي	١	٢	٣	٤	٥
لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين يحدون السبب الرئيسي في حالة الفوضى التي تشهدها السوق الإعلامية، نتيجة عدم حرصهم على دراسة السوق واحتياجاته ومشكلاته	6	-	14	12	34	80.6	2	3	6	4	60	1.4%	2.1%	4.3%	2.8%	42.6%	٩١.٢
لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين غير مدبرين في توجهاتهم باعتمادهم على تصوراتهم فقط، وإنما باعتبارها سياسية واجتماعية، هدفها تدعيم سيطرتهم على وسائل الإعلام والمجال العام، وكخدمة مصالحهم	2	-	15	12	37	84.8	-	-	2	2	71	1.4%	1.4%	1.4%	50.4%	98.4	
لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين، أصحاب المشروعات، استمروا بأخذون بنفس أساليب الإدارة الإعلامية القائمة، دون أي جهد حقيقي لتطويرها وإصلاح هيكلها الإدارية والتمويلية	6	12	29	9	10	61.5	2	2	2	3	12	4.3%	8.5%	20.6%	7.1%	65.6	
لأن سياسة الاحتكار والتكتلات الإعلامية تؤدي في النهاية، إلى تراجع التنوع والتجديد، ودرجة الحرية المسموح بها، بما يضر بصناعة الإعلام ومسئولياته الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع	2	10	12	10	32	78.2	-	1	6	51	17	1.4%	7.1%	8.5%	36.2%	82.4	
عدم وجود تخطيط حقيقي مسبق لهذا النوع، وكيفية إعادة هيكلة سوق صناعة الصحافة والإعلام، ومن ثم فإيه من المتوقع تكريس نفس الأوضاع القائمة	4	8	20	11	23	72.4	-	-	1	11	51	2.8%	5.7%	14.2%	7.8%	79.7	
تجاهل الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والفكرية للصحفيين والإعلاميين العاملين في هذه المشروعات، وعدم مشاركتهم في التخطيط لها وفي رسم سياساتها، والانتعاش عن أعداد كبيرة منهم تخفيضاً للنفقات	6	6	18	8	28	73.9	3	-	3	52	17	4.3%	4.3%	12.8%	5.7%	68.3	
انخفاض معدلات شعور الصحفيين والإعلاميين بالاستقرار والأمان والرضا الوظيفي، الأمر الذي يهدد بظلال وأزمات متوقعة	2	12	14	7	31	76.1	2	-	2	5	15	1.4%	8.5%	9.9%	5.0%	81.1	

المجتمع » ، بوزن نسبي بلغ ٨٢,٤٪ ، يليها « انخفاض معدلات شعور الصحفيين والإعلاميين بالاستقرار والأمان والرضا الوظيفي، الأمر الذي يهدد بقلقل وأزمات متوقعة » ، بوزن نسبي بلغ ٨١,١٪ ، يليه « عدم وجود تخطيط حقيقي مسبق لهذا التوجه، وكيفية إعادة هيكلة سوق صناعة الصحافة والإعلام، ومن ثم فإنه من المتوقع تكريس نفس الأوضاع القائمة » ، بوزن نسبي بلغ ٧٩,٧٪ ، ثم « تجاهل الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والفكرية للصحفيين والإعلاميين العاملين في هذه المشروعات، وعدم مشاركتهم في التخطيط لها وفي رسم سياساتها، والاستغناء عن أعداد كبيرة منهم تخفيضاً للنفقات » بوزن نسبي بلغ ٦٨,٣٪ ، وأخيراً « لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين، أصحاب المشروعات، استمروا يأخذون بنفس أساليب الإدارة الإعلامية القائمة، دون أي جهد حقيقي لتطويرها واصلاح هياكلها الإدارية والتمويلية » ، بوزن نسبي بلغ ٦٥,٦٪ .

وتشير نتائج الدراسة في تحليلها الأخير ، إلى وجود قدر كبير من الاتفاق بين المجموعتين - أفراد عينة البحث - فيما يتعلق برؤيتيهما لأهم الأسانيد والمنطلقات والشواهد الموضوعية الدالة على غلبة النزعة الإحتكارية ، لدى عدد من رجال الأعمال والمستثمرين في المجال الإعلامي ، وأن هذه النزعة يغلب عليها الطابع السلبي لمفهوم الإحتكار والإندماجات والتكتلات ، وليس الجانب الإيجابي ، حيث اتفق أفراد العينة من الجانبين على وجود أربعة أسانيد رئيسية قد حظيت بنفس المراتب الأولى المتقدمة لديهما ، وإن اختلفت أوزانها النسبية ، وقد تمثلت هذه الأسانيد والمنطلقات في : « أن هؤلاء الملاك والمستثمرين غيرمدفوعين في توجهاتهم باعتبارات اقتصادية فقط ، وإنما باعتبارات سياسية واجتماعية، هدفها تدعيم سيطرتهم على وسائل الإعلام والمجال العام، وخدمة مصالحهم » ، يليها « أن هؤلاء الملاك والمستثمرين يعدون السبب الرئيسي في حالة الفوضى التي تشهدها السوق الإعلامية، نتيجة عدم حرصهم على دراسة السوق واحتياجاته ومشكلاته » ثم « لأن سياسة الاحتكار والتكتلات الإعلامية تؤدي في النهاية، إلى تراجع التعددية والتنوع، ودرجة الحرية المسموح بها، بما يضر بصناعة الإعلام ومسئولته الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع » ، يليها « انخفاض معدلات شعور الصحفيين والإعلاميين بالاستقرار والأمان والرضا الوظيفي، الأمر الذي يهدد بقلقل وأزمات متوقعة » ، ثم « عدم وجود تخطيط حقيقي مسبق لهذا التوجه، وكيفية إعادة هيكلة سوق صناعة الصحافة والإعلام، ومن ثم فإنه من المتوقع تكريس نفس الأوضاع القائمة » ، وهي نتائج تشير إلى أن

حيث أوضحت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة من الصحفيين ، قد أشاروا إلى مجموعة من الأسانيد والمنطلقات التي يعززون من خلالها رؤيتهم وقناعاتهم ، يأتي في مقدمتها « أن هؤلاء الملاك والمستثمرين غيرمدفوعين في توجهاتهم باعتبارات اقتصادية فقط، وإنما باعتبارات سياسية واجتماعية، هدفها تدعيم سيطرتهم على وسائل الإعلام والمجال العام، وخدمة مصالحهم » ، بوزن نسبي بلغ ٨٤,٨٪ ، يليها « أن هؤلاء الملاك والمستثمرين يعدون السبب الرئيسي في حالة الفوضى التي تشهدها السوق الإعلامية، نتيجة عدم حرصهم على دراسة السوق واحتياجاته ومشكلاته » بوزن نسبي بلغ ٨٠,٦٪ ، ثم « لأن سياسة الاحتكار والتكتلات الإعلامية تؤدي في النهاية، إلى تراجع التعددية والتنوع، ودرجة الحرية المسموح بها، بما يضر بصناعة الإعلام ومسئولته الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع » ، بوزن نسبي بلغ ٧٨,٢٪ ، يليه « انخفاض معدلات شعور الصحفيين والإعلاميين بالاستقرار والأمان والرضا الوظيفي، الأمر الذي يهدد بقلقل وأزمات متوقعة » ، بوزن نسبي بلغ ٧٦,١٪ ، ثم « تجاهل الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والفكرية للصحفيين والإعلاميين العاملين في هذه المشروعات، وعدم مشاركتهم في التخطيط لها وفي رسم سياساتها، والاستغناء عن أعداد كبيرة منهم تخفيضاً للنفقات » ، بوزن نسبي بلغ ٧٣,٩٪ ، يليه « عدم وجود تخطيط حقيقي مسبق لهذا التوجه، وكيفية إعادة هيكلة سوق صناعة الصحافة والإعلام، ومن ثم فإنه من المتوقع تكريس نفس الأوضاع القائمة » ، بوزن نسبي بلغ ٧٢,٤٪ ، وأخيراً « لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين، أصحاب المشروعات، استمروا يأخذون بنفس أساليب الإدارة الإعلامية القائمة، دون أي جهد حقيقي لتطويرها واصلاح هياكلها الإدارية والتمويلية » ، بوزن نسبي بلغ ٦١,٥٪ . وفي الجانب الآخر انتهت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن أفراد عينة الدراسة من الإعلاميين ، قد أشاروا إلى أن أهم هذه الأسانيد والمنطلقات يأتي في مقدمتها « أن هؤلاء الملاك والمستثمرين غيرمدفوعين في توجهاتهم باعتبارات اقتصادية فقط ، وإنما باعتبارات سياسية واجتماعية، هدفها تدعيم سيطرتهم على وسائل الإعلام والمجال العام، وخدمة مصالحهم » ، بوزن نسبي بلغ ٩٨,٤٪ ، يليها « أن هؤلاء الملاك والمستثمرين يعدون السبب الرئيسي في حالة الفوضى التي تشهدها السوق الإعلامية، نتيجة عدم حرصهم على دراسة السوق واحتياجاته ومشكلاته » ، بوزن نسبي بلغ ٩١,٢٪ ، ثم « لأن سياسة الاحتكار والتكتلات الإعلامية تؤدي في النهاية، إلى تراجع التعددية والتنوع، ودرجة الحرية المسموح بها، بما يضر بصناعة الإعلام ومسئولته الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا

جدول رقم (٦) يبين رؤية أفراد العينة لمدى تأثير ظاهرة تركيز ملكية وسائل الإعلام على هامش التعددية والتنوع بها

مدى الاعتقاد	طبيعة الوظيفة		
	صحفيين	إعلاميين	الإجمالي
أعتقد ذلك إلى حد كبير	55	76	131
%	67.9%	92.7%	80.4%
أعتقد ذلك إلى حد ما	22	6	28
%	27.2%	7.3%	17.2%
لا أعتقد ذلك	4	-	4
%	4.9%	-	2.4%
الإجمالي	81	٨٢	163
%	100%	100%	100%

(٢١٦=١٦,٥٠٤، درجة الحرية=٢، مستوى المعنوية=٠,٠٠٠، قيمة معامل التوافق=٠,٣٠٣)

حيث توضح بيانات الجدول السابق أن نسبة ٨٠,٤% من إجمالي العينة من المجموعتين، قد أكدوا أنهم يعتقدون حدوث ذلك إلى حد كبير، وأشارت نسبة ١٧,٢% منهم إلى أنهم يعتقدون حدوث ذلك إلى حد ما، في حين ذكرت نسبة ضئيلة لم تتجاوز ٢,٤% من إجمالي العينة، أنهم لا يعتقدون ذلك. وتكشف نتائج التحليل الإحصائي أن فئة الإعلاميين من العاملين في القنوات الفضائية الخاصة، كانوا أكثر إدراكا لحدوث مثل هذه التأثيرات، مقارنة بنظرائهم من العاملين في الصحف الخاصة، حيث أكدت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام معامل كاي، إلى وجود علاقة ارتباطية متوسطة الشدة، بلغت قوتها (٠,٣٠٣)، بدرجة ثقة ١٠٠%، تشير إلى ثمة علاقة ارتباطية بين نوعية الوسيلة التي يعمل

ثمة قنوات كبيرة وواضحة، وثمة اتفاق كبير بين الصحفيين والإعلاميين - من العاملين في الصحف والقنوات الفضائية الخاصة - على أن هذه التوجهات والنزعات الإحتكارية محكومة في الأساس بدوافع واعتبارات تجارية واستثمارية، ودوافع واعتبارات سياسية واجتماعية، قوامها التعبير عن مصالح الملاك وتوجهاتهم السياسية والفكرية والاجتماعية، وليست محكومة بدوافع إصلاحية، تستهدف إعادة تنظيم سوق هذه الصناعة وضبطها، وهو الأمر الذي رفضته النسبة الغالبة من أفراد العينة، مؤكدين أن هذه التوجهات غير مخططة بدقة، وأنها ستكون سببا في مزيد من الأزمات والاضطرابات، التي ربما تشهدها صناعة الإعلام، إضافة إلى كونها محاولة حقيقية مخططة للسيطرة على سوق صناعة الإعلام، وتقليص مساحة وهوامش المنافسة السائدة بها، وكذلك تقييد حرية وسائل الإعلام وتضييق هامش التعددية والتنوع بها. وهي نتيجة تتفق مع كثير من نتائج الدراسات السابقة التي تؤكد على أن هيمنة عدد قليل من المستثمرين ورجال الأعمال على ملكية وسائل الإعلام، يؤدي في النهاية إلى تكريس النزعة الإحتكارية، وفرض قيود صارمة على حرية المنافسة، وعلى تعددية وسائل الإعلام وتنوعها، وهو الأمر الذي يضر بمسئوليتها الاجتماعية والمهنية، لصالح الاعتبارات الاقتصادية والمالية والسياسية الأخرى.

المحور الثاني: رؤية الصحفيين والإعلاميين لتأثير التوجه نحو الأخذ بسياسة الاندماج على عملية التعددية والتنوع في خطاب وسائل الإعلام.

• وبالنسبة لرؤية الصحفيين والإعلاميين - من أفراد عينة الدراسة - حول مدى اعتقادهم بأن ظاهرة تركيز الملكية، في أيدي عدد قليل من المستثمرين ورجال الأعمال، قد أدت إلى غياب التعددية والتنوع، في خطاب ومعالجات الصحف والقنوات التي يعملون بها، فقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن النسبة الغالبة من المجموعتين، قد أكدت على حدوث ذلك بدرجات كبيرة، والجدول التالي يوضح هذه النتائج، على نحو أكثر تفصيلا.

نظراتها المملوكة للأحزاب السياسية، وأن تكون معبرا عن مشكلات الجماهير وهمومها في مواجهة السلطة، وفي مواجهة جماعات المصالح، وأن تعبر عن كافة القوى السياسية والفكرية والاجتماعية السائدة، وأن تدعم حالة التعددية والتنوع السائدة في المجتمع، سرعان ما تحولت خلال فترة زمنية قصيرة من تاريخ نشأتها، إلى أدوات وقنوات تعبر عن مصالح ملاكها وتوجهاتهم، على حساب قيم ومعايير المسؤولية المهنية، الأمر الذي أدى بهذه الوسائل في نهاية الأمر، إلى فقدان مصداقيتها وتأثيرها، وانصراف الجمهور عنها.

وتوصلت نتائج التحليل الإحصائي بشأن رؤية الصحفيين والإعلاميين لأهم أسباب هذا التضييق والتقييد، الذي يمارسه ملاك الوسائل الإعلامية، لحرية هذه الوسائل، وعدم قدرتها على التعبير عن حالة التعددية والتنوع السائدة في المجتمع، إلى وجود مجموعة مهمة من الأسباب والعوامل، التي يوضحها الجدول التالي على نحو أكثر تفصيلا

بها أفراد عينة الدراسة، وبين معدلات إدراكهم لهذه التأثيرات السلبية، وذلك لصالح أفراد العينة من العاملين في القنوات الفضائية الخاصة، وهي نتيجة تشير في تحليلها الأخير، إلى اتفاق الصحفيين والإعلاميين على أن تزايد النزعة والتوجهات الإحتكارية، التي بدأت تسود سوق صناعة الإعلام في مصر، وتركيز الملكية في أيدي عدد قليل من المستثمرين ورجال الأعمال، قد أدى في نهاية الأمر إلى تراجع مساحة التعددية والتنوع في معالجات هذه الوسائل، وإن جاءت قناعاتهم حول هذا الأمر متباينة نسبيًا في شدتها، وهي النتيجة التي تتسق بشكل كبير مع واقع ممارسات هذه الوسائل الإعلامية، والتحويلات التي بدأت تشهدها في سياساتها والقيم والمعايير الحاكمة لها، حيث تؤكد نتائج الدراسات ومؤشرات الواقع الفعلي، أن معظم وسائل الإعلام الخاصة، التي كان يفترض بها إبان مراحل نشأتها وتطورها، أن تكون طريقًا ثالثًا بين الصحف ووسائل الإعلام القومية المملوكة للدولة، وبين

جدول رقم (٧) يوضح رؤية الصحفيين والإعلاميين لأهم الأسباب التي تقف خلف تقييد حرية وسائل الإعلام وتضييق هامش التعددية والتنوع بها

الأسباب	طبيعة الوظيفة					صحفيين					إعلاميين						
	١	٢	٣	٤	٥	الوزن النسبي	١	٢	٣	٤	٥	الوزن النسبي	١	٢	٣	٤	٥
لأن ملاك الوسائل الإعلامية هم من يضعون سياسات تحريرها وليس الصحفيون والإعلاميون كما ينبغي أو يعتقد البعض	ك	4	4	15	14	40	٨١,٣	1	1	6%	1	1	5	-	75	47.2%	٩٥,٩
	%	2.5%	2.5%	9.4%	8.8%	25.2%		٦%	٦%		٦%	٦%	3.1%				
لأن الملاك هم من يقومون باختيار رؤساء تحرير الصحف ورؤساء القنوات التلفزيونية، ومن يلتزم الأخيرون بتوجهاتهم وتصوراتهم، حفاظًا على أوضاعهم ومكاسبهم	ك	3	-	14	21	39	٨٤,٢	1	2	1.3%	٨٤,٢	1	24	55	1	47.2%	٨٤,٦
	%	1.9%	-	8.8%	13.2%	24.5%		٦%	٦%		٦%	٦%	15.1%				
نتيجة حرص رجال الأعمال وملاك الصحف والوسائل الإعلامية على تغييب الهياكل والتنظيمات الداخلية (مجالس الإدارة - الجمعيات العمومية - مجالس التحرير) التي تتولى إدارة شؤون هذه المشروعات على المستوى الإداري والمهني، وهو الأمر الذي يمكنهم من تحقيق السيطرة وفرض رؤية واحدة	ك	2	3	31	18	23	٧٤,٨	-	4	1.3%	٧٤,٨	-	8	55	15	47.2%	٧٩,٨
	%	1.3%	1.9%	19.5%	11.3%	14.5%		-	2.5%		-	-	5.0%				
لاتزام هذه الصحف والوسائل الإعلامية بالدفاع عن توجهات ملاكها ومصالحهم في مواجهة خصومهم ومعارضهم ومنافسهم	ك	6	26	10	10	25	٦٥,٧	-	-	6%	٦٥,٧	-	6	8	68	42.8%	٩٥,١
	%	3.8%	16.4%	6.3%	6.3%	15.7%		-	-	3.8%		-	3.8%				
لعدم وجود كيان نقابي قوي يدافع عن قيم المهنة وأخلاقياتها واستقلاليتها، ويحمي مصالح الإعلاميين وحقوقهم في مواجهة الملاك وتدخلاتهم	ك	4	4	33	14	22	٧١,٩	3	3	1.9%	٧١,٩	3	53	24	24	42.8%	٨٣,٢
	%	2.5%	2.5%	20.8%	8.8%	13.8%		1.9%	1.9%		1.9%	1.9%	33.3%				
وجود قدر كبير من التناقل، والملاقات والمصالح، بين رجال الأعمال والسلطة السياسية، تحول دون وجود هوامش حقيقية للتعددية والتنوع في وسائل الإعلام التي يمتلكونها	ك	8	6	11	27	25	٧٤,٣	1	3	1.9%	٧٤,٣	1	55	3	20	12.6%	٦٩,٣
	%	5.0%	3.8%	6.9%	17.0%	15.7%		٦%	٦%		٦%	٦%	34.6%				

، بوزن نسبي بلغ ٨٤,٢٪، من إجمالي تكرارات العينة، يليه « لأن ملاك الوسائل الإعلامية هم من يضعون سياسات تحريرها وليس الصحفيين والإعلاميين كما يشاع أو يعتقد البعض »، بوزن نسبي بلغ ٨١,٣٪، ثم « نتيجة حرص رجال الأعمال وملاك الصحف والوسائل الإعلامية، على تغييب الهياكل والتنظيمات الداخلية (مجالس الإدارة - الجمعيات العمومية - مجالس التحرير)، التي تتولى إدارة شؤون هذه المشروعات على المستوى الإداري والمهني، وهو الأمر الذي يمكنهم من

حيث توضح نتائج وبيانات الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة من الصحفيين، قد أشاروا إلى أن ثمة مجموعة رئيسية الأسباب والعوامل، التي تقف خلف تراجع مساحات وهوامش الحرية والتعددية والتنوع، في معالجات وخطابات وسائل الإعلام المملوكة لرجال الأعمال، يأتي في مقدمتها « أن الملاك هم من يقومون باختيار رؤساء تحرير الصحف ورؤساء القنوات التلفزيونية، ومن ثم يلتزم الأخيرون بتوجهاتهم وتصوراتهم، حفاظًا على أوضاعهم ومكاسبهم »

الأسباب الرئيسية التي تقف خلف تراجع مساحات الحرية، وقيم التعددية والتنوع في معالجات وسائل الإعلام، والقنوات الفضائية التي يعملون بها، يأتي في مقدمتها أن ملاك هذه القنوات هم من يضعون سياساتها، وأن هذه السياسات تلتزم بالتعبير عن مصالحهم ووجهات نظرهم، ورؤاهم وتوجهاتهم السياسية والفكرية، وأنهم من يختارون رؤساء تحرير ومديري هذه القنوات، بعيدا عن أية اعتبارات مهنية، ودون مشاركة الإعلاميين والمحرفين في صناعة القرارات ورسم السياسات، تشير النتائج في الجانب الآخر إلى أن أفراد العينة من الصحفيين يعتقدون أن شخصيات رؤساء التحرير الذين يتم اختيارهم مباشرة من الملاك، وحدود قدراتهم وإمكاناتهم، ورغبتهم في حماية مكاسبهم ومراكزهم، ومدى قدرتهم على الحفاظ على استقلاليتهم، واستقلالية السياسات التحريرية للصحف التي يتولون مسؤوليتها، ثم قيام ملاك الصحف والوسائل الإعلامية برسم سياساتها، والتدخل في صناعة القرارات التحريرية بها، وتغييب الهياكل التنظيمية الداخلية، التي تتولى إدارة شؤون الصحف والمؤسسات مهنيا وماليا وإداريا بهدف السيطرة على صناعة القرار، تأتي في مقدمة هذه العوامل التي تقف خلف تراجع مساحات الحرية وهوامش التعددية والتنوع في معالجات الصحف التي يعملون بها. وقد انتهت النتائج إلى أن عدم وجود / أو ضعف الكيانات النقابية القائمة، وعدم قدرتها على حماية مصالح الإعلاميين والصحفيين والدفاع عن حقوقهم، وكذلك وجود ارتباطات قوية ومصالح مشتركة بين ملاك الوسائل الإعلامية، من المستثمرين ورجال الأعمال، وبين دوائر السلطة المختلفة، تعد من أهم الأسباب والعوامل التي تقف خلف تنامي هذه الظاهرة في سياق الإعلام المصري بمختلف وسائله وقنواته، وهي نتائج تشير في تحليلها الأخير، إلى أن عدم الفصل بين الملكية والإدارة، وبين ما هو سياسي واقتصادي وإعلامي، يؤدي في النهاية إلى تفاقم حدة هذه الأزمة وتداعياتها وتأثيراتها السلبية على حرية وسائل الإعلام واستقلاليتها، وقيم التعددية والتنوع السائدة بها.

• وقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي حول رؤية بعض أفراد العينة - من الصحفيين تحديدا، والذين قد بلغت نسبتهم ٤,٩٪ - وذكروا أن زيادة التوجه نحو الأخذ بسياسة الاندماج، وتركيز الملكية في أيدي عدد قليل من رجال الأعمال، قد لا يؤدي بالضرورة إلى تراجع قيم التعددية والتنوع في وسائل الإعلام التي يمتلكونها، إلى أن ثمة مجموعة من الأسباب والمنطلقات التي طرحها أفراد العينة، يوضحها الجدول التالي على نحو أكثر تفصيلا.

تحقيق السيطرة وفرض رؤية وحيدة»، بوزن نسبي بلغ ٧٤,٨٪، يليها «وجود قدر كبير من التداخل، والعلاقات والمصالح، بين رجال الأعمال والسلطة السياسية، تحول دون وجود هوامش حقيقية للتعددية والتنوع في وسائل الإعلام التي يمتلكونها»، بوزن نسبي بلغ ٧٤,٣٪، ثم «لعدم وجود كيان نقابي قوي يدافع عن قيم المهنة وأخلاقياتها واستقلاليتها، ويحمي مصالح الإعلاميين وحقوقهم في مواجهة الملاك وتدخلاتهم»، بوزن نسبي بلغ ٧١,٩٪، وأخيرا «للتزام هذه الصحف والوسائل الإعلامية بالدفاع عن توجهات ملاكها ومصالحهم في مواجهة خصومهم ومعارضهم ومنافسيهم»، بوزن نسبي بلغ ٦٥,٧٪. وبالنسبة لرؤية الإعلاميين من العاملين في القنوات الفضائية الخاصة، فقد توصلت نتائج التحليل الإحصائي، إلى أن أفراد العينة قد ذكروا أن ثمة مجموعة من الأسباب والعوامل، التي تقف خلف تضييق هامش التعددية والتنوع ومساحة الحريات المسموح بها في القنوات التي يعملون بها، يأتي في مقدمتها «لأن ملاك الوسائل الإعلامية هم من يضعون سياسات تحريرها وليس الصحفيين والإعلاميين كما يشيع أو يعتقد البعض»، بوزن نسبي بلغ ٩٥,٩٪، يليها «للتزام هذه الصحف والوسائل الإعلامية بالدفاع عن توجهات ملاكها ومصالحهم في مواجهة خصومهم ومعارضهم ومنافسيهم»، بوزن نسبي بلغ ٩٥,١٪، ثم «لأن الملاك هم من يقومون باختيار رؤساء تحرير الصحف ورؤساء القنوات التلفزيونية، ومن يلتزم الأخيرون بتوجهاتهم وتصوراتهم، حفاظا على أوضاعهم ومكاسبهم»، بوزن نسبي بلغ ٨٤,٦٪، يليه «لعدم وجود كيان نقابي قوي يدافع عن قيم المهنة وأخلاقياتها واستقلاليتها، ويحمي مصالح الإعلاميين وحقوقهم في مواجهة الملاك وتدخلاتهم»، بوزن نسبي ٨٣,٢٪، ثم «نتيجة حرص رجال الأعمال وملاك الصحف والوسائل الإعلامية على تغييب الهياكل والتنظيمات الداخلية (مجالس الإدارة - الجمعيات العمومية - مجالس التحرير)، التي تتولى إدارة شؤون هذه المشروعات على المستوى الإداري والمهني، وهو الأمر الذي يمكنهم من تحقيق السيطرة وفرض رؤية وحيدة»، بوزن نسبي بلغ ٧٩,٨٪، وأخيرا «وجود قدر كبير من التداخل، والعلاقات والمصالح، بين رجال الأعمال والسلطة السياسية، تحول دون وجود هوامش حقيقية للتعددية والتنوع في وسائل الإعلام التي يمتلكونها»، بوزن نسبي بلغ ٦٩,٣٪.

وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى وجود قدر واضح من التباين في ترتيب أولوية وأوزان هذه العوامل، بين أفراد العينة من المجموعتين. ففي الوقت الذي يعتبر فيه أفراد العينة من الإعلاميين، أن

جدول رقم (٨) يوضح أهم الأسباب والمبررات التي طرحها بعض أفراد العينة لتفسير قناعاتهم بأن تركيز الملكية قد لا يؤدي إلى غياب التعددية والتنوع بالضرورة

الأسباب	طبيعة الوظيفة	صحفي				
		١	٢	٣	٤	٥
لأن معظم سياسات الصحف ووسائل الإعلام التي يملكها رجال الأعمال، والتي تم دمجها، تتشابه كثيرا في توجهاتها وأولويات اهتمامها	ك	-	-	-	-	4
	%	-	-	-	-	100%
لأن ثمة ضرورة تفرض على الملاك إتاحة الفرصة لكل صحيفة وكل وسيلة لأن يكون لها شخصيتها المميزة، التي تضمن لها تعظيم قدراتها التنافسية ومكانتها السوقية	ك	-	-	4	-	-
	%	-	-	100%	-	-
لأن الجهاز التحريري في كل صحيفة وكل قناة، يستطيع أن يعكس رؤيته المهنية لقضايا الواقع بشكل احترافي، دون تعارض مع توجهات الملاك ومصالحهم	ك	-	-	-	4	-
	%	-	-	-	100%	-
لأن ثمة تجربة واقعية تؤكد أن سياسات الصحف ووسائل الإعلام الخاصة، تتمتع عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى بالاستقلالية، وبالتعددية والتنوع في خطاباتها	ك	-	-	4	-	-
	%	-	-	100%	-	-
لأن الصحف ووسائل الإعلام الخاصة في مصر من أكثر أنماط ملكيات وسائل الإعلام التي تعمل وتدار وفقا لمنظور السوق ومتطلباته، وهو الأمر الذي سوف يفرض عليها تلبية احتياجات الفئات المختلفة من القراء	ك	-	-	-	-	4
	%	-	-	-	-	100%
لأن بعض هؤلاء الملاك والمستثمرين من ملاك الوسائل الإعلامية، لديهم قناعة وإيمان حقيقي بأهمية حرية الصحافة ووسائل الإعلام، وأهمية دورها في المجتمع	ك	-	-	4	-	-
	%	-	-	100%	-	-

ومكانتها السوقية « و » لأن ثمة تجربة واقعية تؤكد أن سياسات الصحف ووسائل الإعلام الخاصة، تتمتع عن غيرها من وسائل الإعلام الأخرى بالاستقلالية، وبالتعددية والتنوع في خطاباتها « و » لأن بعض هؤلاء الملاك والمستثمرين من ملاك الوسائل الإعلامية، لديهم قناعة وإيمان حقيقي بأهمية حرية الصحافة ووسائل الإعلام، وأهمية دورها في المجتمع « وقد أشارت نسبة ١٠٠% من أفراد هذه العينة أن هذه البدائل والمؤشرات تتحقق في واقع الممارسة الإعلامية بدرجة متوسطة (٣ درجات) . وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى وجود ثمة قناعات لدى شريحة محدودة من الصحفيين أن زيادة النزعة الإحتكارية ، وزيادة التوجه نحو تركيز الملكية في السوق الصحفية والإعلامية ، يأتي نتيجة ضرورات اقتصادية وإدارية ، وأن التجربة الحقيقية تؤكد أن ملاك هذه الوسائل - نتيجة هذه الضرورات ، ونتيجة للضغوط السوقية ، وضغوط المنافسة مع شبكات التواصل الاجتماعي ، سيضطرون لترك هوامش من الحريات الصحفية والإعلامية لها، حتى تبلور لنفسها شخصيات متميزة تدعم مكانتها السوقية ، وأن الجهاز التحريري في كل وسيلة من هذه الوسائل يستطيع من خلال قدراته وخبراته ، أن يحقق لها

حيث تشير نتائج وبيانات التحليل الإحصائي ، إلى أن هذه الشريحة المحدودة من الصحفيين ، قد طرحت بصدد تفسير قناعاتها الخاصة ، بكون زيادة التوجه نحو تركيز الملكية في أيدي عدد قليل من المستثمرين ورجال الأعمال ، قد لا يؤدي بالضرورة إلى تراجع مساحات الحرية ، وهوامش التعددية والتنوع السائدة بها ، يأتي في مقدمة هذه المبررات والأسباب « أن معظم سياسات الصحف ووسائل الإعلام التي يملكها رجال الأعمال، والتي تم دمجها، تتشابه كثيرا في توجهاتها وأولويات اهتمامها » ، وقد أشارت نسبة ١٠٠% من إجمالي هذه العينة (٤ مفردات من إجمالي ٨٢) أن هذا المؤشر ينطبق على واقع وسائل الإعلام الخاصة بدرجة كبيرة (٥ درجات على مقياس القوة المستخدم) ، يليه « لأن الجهاز التحريري في كل صحيفة وكل قناة، يستطيع أن يعكس رؤيته المهنية لقضايا الواقع بشكل احترافي، دون تعارض مع توجهات الملاك ومصالحهم » ، وقد أشارت نسبة ١٠٠% من العينة أنه يتحقق في الواقع بدرجة كبيرة (٤ درجات على مقياس القوة) ، يليه « لأن ثمة ضرورة تفرض على الملاك إتاحة الفرصة لكل صحيفة وكل وسيلة لأن يكون لها شخصيتها المميزة، التي تضمن لها تعظيم قدراتها التنافسية

قدرا من الاستقلالية وأن يوازن بين اعتبارات مصالح الملاك وتوجهاتهم ، وبين اعتبارات المسؤولية الاجتماعية والمهنية ، وهي كلها اعتبارات ومنطلقات أثبت الواقع إمكانية تحقيقها بدرجات ، وهي وجهة نظر لا تجد ما يساندها في الواقع .

• وفيما يتعلق برؤية الصحفيين والإعلاميين - من أفراد عينة الدراسة - لأهم الأساليب والآليات التي يمكن من خلالها حماية التعددية والتنوع في وسائل الإعلام المصرية ، في ظل زيادة توجه نحو هذه النزعات الاحتكارية ، وضمان تعظيم الاستفادة منها، فقد توصلت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن ثمة مجموعة متعددة ومتنوعة من هذه الرؤى والأساليب ، يوضحها الجدول التالي ، على نحو أكثر تفصيلا .

جدول رقم (٩) يوضح رؤية أفراد العينة من الصحفيين والإعلاميين لأهم الأساليب التي يمكن من خلالها دعم وحماية التعددية والتنوع في سياسات ومعالجات وسائل الإعلام المصرية .

الأسباب	صحفيين					إعلاميين					طبيعة الوظيفة		
	١	٢	٣	٤	٥	١	٢	٣	٤	٥			
من خلال إتاحة الفرصة لكل القوى السياسية والاجتماعية للتعبير عن نفسها وعن مشروعاتها في خطابات وسائل الإعلام المختلفة	4	10	14	18	35	6	3	5	-	71	٩١.٧	ك	من خلال إتاحة الفرصة لكل القوى السياسية والاجتماعية للتعبير عن نفسها وعن مشروعاتها في خطابات وسائل الإعلام المختلفة
من خلال إتاحة الفرصة لكل أصحاب الرأي والكتاب، في التعبير عن رؤاهم وتصوراتهم، دون منع أو تقييد أو فرض محظورات معينة	6	-	30	17	28	-	-	6	-	20	٨٣.٤	ك	من خلال إتاحة الفرصة لكل أصحاب الرأي والكتاب، في التعبير عن رؤاهم وتصوراتهم، دون منع أو تقييد أو فرض محظورات معينة
من خلال حماية استقلالية المحررين، وعدم تدخل الإدارة لفرض توجهاتها عليهم بما يخالف ضمائرهم	4	10	14	11	42	4	10	14	11	69	٩٤.١	ك	من خلال حماية استقلالية المحررين، وعدم تدخل الإدارة لفرض توجهاتها عليهم بما يخالف ضمائرهم
ضرورة وجود تدخل من قبل الدولة لتنظيم السوق الإعلامية، وضبط عملية المنافسة والحد من الممارسات الاحتكارية	16	15	21	11	18	16	15	21	11	10	٧٤.٤	ك	ضرورة وجود تدخل من قبل الدولة لتنظيم السوق الإعلامية، وضبط عملية المنافسة والحد من الممارسات الاحتكارية
من خلال ضمان حماية حقوق الصحفيين والإعلاميين واستقلاليتهم	2	4	23	6	46	2	4	23	6	71	٩٢.٢	ك	من خلال ضمان حماية حقوق الصحفيين والإعلاميين واستقلاليتهم
تقديم عملية الالتزام بقيم وأخلاقيات الممارسة المهنية، على أية اعتبارات أخرى؛ سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية	6	10	19	15	31	6	10	19	15	21	٨١.٥	ك	تقديم عملية الالتزام بقيم وأخلاقيات الممارسة المهنية، على أية اعتبارات أخرى؛ سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية
تخفيف القيود القانونية والإدارية والمالية اللازمة لإصدار الصحف وتأسيس المشروعات الإعلامية، لضمان وكالة حقوق كافة القوى السياسية والاجتماعية غير القادرة اقتصاديا على تأسيس مشروعاتها الإعلامية الخاصة	12	19	17	8	25	12	19	17	8	11	٧٦.١	ك	تخفيف القيود القانونية والإدارية والمالية اللازمة لإصدار الصحف وتأسيس المشروعات الإعلامية، لضمان وكالة حقوق كافة القوى السياسية والاجتماعية غير القادرة اقتصاديا على تأسيس مشروعاتها الإعلامية الخاصة
	7.4%	11.7%	10.4%	4.9%	15.3%	7.4%	11.7%	10.4%	4.9%	6.7%			

والكتاب، في التعبير عن رؤاهم وتصوراتهم، دون منع أو تقييد أو فرض محظورات معينة » ، بوزن نسبي بلغ ٧٥,١% ، ثم « تقديم عملية الالتزام بقيم وأخلاقيات الممارسة المهنية، على أية اعتبارات أخرى؛ سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية » ، بوزن نسبي بلغ ٧٣,٦% ، يليه « تخفيف القيود القانونية والإدارية والمالية اللازمة لإصدار الصحف وتأسيس المشروعات الإعلامية، لضمان وكالة حقوق كافة القوى السياسية والاجتماعية غير القادرة اقتصاديا على تأسيس مشروعاتها الإعلامية الخاصة » ، بوزن نسبي بلغ ٦٣,٧% ، وأخيرا « ضرورة وجود تدخل من قبل الدولة لتنظيم السوق الإعلامية، وضبط عملية المنافسة والحد من الممارسات الاحتكارية » ، بوزن نسبي بلغ ٦٠% .

وبالنسبة لتصورات أفراد العينة من الإعلاميين ، فقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي إلى أنهم قد أشاروا إلى أن أهم هذه الأساليب

حيث توضح بيانات ونتائج الجدول السابق ، أن أفراد العينة من الصحفيين ، قد أشاروا إلى أن هناك مجموعة من الأساليب والرؤى التي يمكن من خلالها حماية قيم التعددية والتنوع السائدة في معالجات الصحف ووسائل الإعلام التي يعملون بها ، يأتي في مقدمتها « ضرورة تدخل الكيانات النقابية والتنظيمية المسؤولة عن المهنة، كطرف رئيسي في هذه الصفقات، بشكل يضمن حماية حقوق الصحفيين والإعلاميين واستقلاليتهم

واستقلاليتهم » ، بوزن نسبي بلغ ٨٢,٢% ، يليها « من خلال وضع ضوابط قانونية لحماية استقلالية المحررين، وعدم تدخل الإدارة لفرض توجهاتها عليهم بما يخالف ضمائرهم » بوزن نسبي بلغ ٧٩% ، ثم « من خلال إتاحة الفرصة لكل القوى السياسية والاجتماعية للتعبير عن نفسها وعن مشروعاتها في خطابات وسائل الإعلام المختلفة » بوزن نسبي بلغ ٧٧,٣% ، يليه « من خلال إتاحة الفرصة لكل أصحاب الرأي

، للتعبير عن نفسها وبرامجها بعدالة في محتوى وسائل الإعلام ، وكذلك إتاحة الفرصة أمام كتاب الرأي والمثقفين والمفكرين للتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم دون تضييق أو تقييد ، تأتي في مقدمة هذه الوسائل والأساليب التي يمكن من خلالها حماية حرية وسائل الإعلام واستقلاليتها ، ودعم تعددية محتوى هذه الوسائل وتنوعه ، ثم يأتي بعد ذلك بعض الوسائل والأساليب الأخرى مثل « ضرورة تدخل الدولة في الحد من ظاهرة الاحتكارات وتقييد حرية سوق المنافسة من خلال تطبيق القوانين والتشريعات الموجودة فعلا » ، وكذلك من خلال ضرورة التزام الإعلاميين وقيادات والقنوات والصحف التي يعملون بها ، ويتولون شؤونها ، بأخلاقيات وقيم الممارسة المهنية ، وضوابط واعتبارات المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع ، وعدم تغليب الاعتبارات السياسية والمالية ، مع ضرورة عدم تدخل الدولة في شؤون المؤسسات الصحفية والإعلامية ، وتوجيه سياساتها التحريرية وممارسة كافة أشكال التقييد عليها ، وهي تصورات ورؤى لو تم الأخذ بها ، فإنه من المؤكد أن حال مؤسساتنا الصحفية والإعلامية سوف يتغير كثيرا ، في اتجاه يضمن لها إعادة الاعتبار لسمعتها ومصداقيتها وتأثيرها ودورها الريادي في المجتمع .

المحور الثالث: رؤية الصحفيين والإعلاميين لتأثير التوجه نحو الأخذ بسياسة الاندماج على كفاءة سياسات الوسائل الإعلامية؛ إداريا وماليا: وعلى صعيد رؤية الصحفيين والإعلاميين من أفراد عينة الدراسة ، ومدى اعتقادهم بأن توجه بعض كبار ملاك الصحف ووسائل الإعلام الخاصة ، نحو الأخذ بسياسة الاندماج والتكتلات الإعلامية، قد أدى إلى تطوير سياسات هذه الوسائل على المستوى الإداري والمالي ، فقد توصلت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن النسبة الأكبر من إجمالي أفراد العينة من المجموعتين (٥٥,٩٪) قد أشارت إلى أنها تعتقد حدوث ذلك إلى حد ما ، في حين ذكرت نسبة ٦,٧٪ من نفس إجمالي أنهم يعتقدون حدوث ذلك إلى حد كبير ، فيما رفضت نسبة ٣٧,٤٪ منهم القبول بحدوث ذلك ، والجدول التالي يوضح هذه البيانات والنتائج بشكل أكثر تفصيلا .

والرؤى ، يأتي في مقدمتها « من خلال وضع ضوابط قانونية لحماية استقلالية المحررين، وعدم تدخل الإدارة لفرض توجهاتها عليهم بما يخالف ضمائرهم » ، بوزن نسبي بلغ ٩٤,١٪ ، يليه « ضرورة تدخل الكيانات النقابية والتنظيمية المستولة عن المهنة، كطرف رئيسي في هذه الصفقات، بشكل يضمن حماية حقوق الصحفيين والإعلاميين واستقلاليتهم » ، بوزن نسبي بلغ ٩٢,٢٪ ، ثم « من خلال إتاحة الفرصة لكل القوى السياسية والاجتماعية للتعبير عن نفسها وعن مشروعاتها في خطابات وسائل الإعلام المختلفة » ، بوزن نسبي بلغ ٩١,٧٪ ، يليه « من خلال إتاحة الفرصة لكل أصحاب الرأي والكتاب، في التعبير عن رؤاهم وتصوراتهم، دون منع أو تقييد أو فرض محظورات معينة » ، بوزن نسبي بلغ ٨٣,٤٪ ، ثم « تقديم عملية الالتزام بقيم وأخلاقيات الممارسة المهنية، على أية اعتبارات أخرى؛ سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية » ، بوزن نسبي بلغ ٨١,٥٪ ، يليه « تخفيف القيود القانونية والإدارية والمالية اللازمة لإصدار الصحف وتأسيس المشروعات الإعلامية، لضمان وكفالة حقوق كافة القوى السياسية والاجتماعية غير القادرة اقتصاديا على تأسيس مشروعاتها الإعلامية الخاصة » ، بوزن بلغ ٧٦,١٪ ، وأخيرا « ضرورة وجود تدخل من قبل الدولة لتنظيم السوق الإعلامية، وضبط عملية المنافسة والحد من الممارسات الاحتكارية » ، بوزن بلغ ٧٤,٤٪ . وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى وجود قدر كبير من الاتفاق بين المجموعتين في تحديد أولويات هذه الأساليب والرؤى ، التي يمكن الإستناد إليها في مواجهة مثل هذه المخاطر والتداعيات السلبية لظاهرة تركيز الملكية وزيادة التوجه نحو الاندماجات والتكتلات الإعلامية ، حيث أعتبرت المجموعتان أن تدخل التنظيمات النقابية ، والاتحادات والمجالس الممثلة للدولة ، طرفا في مثل هذه الصفقات ، بهدف حماية أوضاع العاملين بالصحف والقنوات التي تخضع للدمج ، والرقابة عليها ، وكذلك من خلال وضع ضوابط قانونية ولائحية تكفل حماية استقلالية الصحفيين والإعلاميين ، في مواجهة ضغوط الإدارة وضغوط ملاك الوسائل الإعلامية، وكذلك إتاحة الفرصة أمام كافة القوى السياسية والاجتماعية والقوى الفكرية السائدة في المجتمع

نتائج التحليل الإحصائي باستخدام معامل كاي^٢، إلى وجود علاقة ارتباطية متوسطة القوة، بين نمط الوسيلة التي يعمل بها أفراد العينة (صحف - قنوات)، وبين رؤية كل من أفراد المجموعتين، بدرجة ثقة ١٠٠٪، ولصالح العاملين في القنوات الفضائية الخاصة، الذين كانوا أكثر قبولا وميلا إلى الإعتقاد بأن مثل هذه التوجهات الإحتكارية وسياسة التكتلات والاندماجات التي بدأ يتبناها بعض كبار الملاك والمستثمرين ورجال الأعمال، قد يؤدي إلى تطوير وزيادة كفاءة هذه الوسائل على المستوى الإداري والمالي.

وتشير النتائج في تحليلها الأخير، إلى أن ثمة قنوات واضحة لدى قطاع كبير من أفراد العينة، بأن هذه التوجهات - رغم كونها تؤثر سلبا على استقلالية وسائل الإعلام وحريتها، وعلى قيم التعددية والتنوع السائدة بها - إلا أنها في الجانب الآخر يمكن أن تؤدي إلى إعادة هيكلة هذه الوسائل وضبط أدائها الإداري والمالي، في ضوء تزايد خسائرها، وانخفاض معدلات أرباحها، وما لا يتفق معهم فيه الباحث لعدة إعتبارات: الأول: أن صناعة الإعلام مشروع ثقافي واجتماعي في المقام الأول، ومن ثم فإن مفهوم الربح واعتبارات تعظيم الإيرادات يجب أن لا تقدم على غيرها من الإعتبارات الأخرى، ثانيا: أن مسألة الفصل بين ما هو إعلامي ومهني، وبين ما هو اقتصادي وإداري، توجه تجازوته ممارسات كل رجال الإدارة ونظرياتها الحديثة في كل دول المتقدم، بل إنهم على العكس من ذلك يعتبرون أن تكامل هذه الجوانب التي تمثل عناصر الصناعة المختلفة، هو أحد أهم سبل تطويرها وإعادة هيكلتها.

• وانتهت نتائج التحليل الإحصائي حول رؤية الصحفيين والإعلاميين - من أفراد عينة البحث - للكيفية التي يرون من خلالها أن مثل هذه التوجهات، قد أدت إلى تطوير سياسات وسائل الإعلام الخاصة، التي دخلت في إطار هذه التحالفات والاندماجات على المستويات الإدارية والمالية، إلى وجود مجموعة كبيرة من المؤشرات والملامح التي عكست هذا الإصلاح والتطوير، والجدول التالي يوضح هذه البيانات والنتائج بشكل أكثر تفصيلا.

جدول رقم (١٠) يوضح مدى اعتقاد أفراد العينة بأن توجهات الملاك والمستثمرين نحو الأخذ بسياسات الإندماج وتركيز الملكية قد أدى إلى تطوير أوضاع المؤسسات ماليا وإداريا

الإجمالي	إعلامي	صحفي	المهنة	
			مدى الاعتقاد	
11	3	8	ك	أوافق على ذلك إلى حد كبير
6.7%	3.7%	9.8%	%	
91	63	28	ك	أوافق على ذلك إلى حد ما
55.9%	76.8%	34.6%	%	
61	16	45	ك	لا أوافق على ذلك
37.4%	19.5%	55.6%	%	
163	82	81	ك	الإجمالي
100%	100%	100%	%	

(كا^٢=٢٩,٥١٦، درجة الحرية=٢، مستوى المعنوية=٠,٠٠٠، قيمة معامل التوافق=٠,٣٩٢)

حيث توضح نتائج وبيانات الجدول السابق، أن النسبة الغالبة من الإعلاميين من أفراد عينة العاملين في القنوات الفضائية الخاصة ٧٦,٨٪، قد ذكرت أنهم يعتقدون في إمكانية حدوث ذلك إلى حد ما، وذكرت نسبة ٣,٧٪ منهم أنهم يعتقدون إمكانية حدوث ذلك بدرجة كبيرة، فيما ذكرت النسبة الأكبر من أفراد عينة الصحفيين من العاملين في الصحف الخاصة،

٥٥,٦٪ من إجمالي أفراد العينة، أنهم لا يعتقدون إمكانية حدوث ذلك، فيما ذكرت نسبة ٣٤,٦٪ أنهم يرون إمكانية حدوث ذلك بدرجة متوسطة، ونسبة ٩,٨٪ منهم إمكانية حدوث ذلك بدرجة كبيرة. وتشير

جدول رقم (١١) يوضح رؤية أفراد العينة من الصحفيين والإعلاميين لأهم مؤشرات أساليب تطوير أوضاع القنوات والصحف الخاصة ماليا وإداريا .

الترجيحات	صحفي						إعلامي							
	١	٢	٣	٤	٥	٦	الوزن المرجح	١	٢	٣	٤	٥	٦	الوزن المرجح
ك	6	8	12	8	2	-	152	5	-	3	1	53	4	155
%	5.9%	7.8%	11.8%	7.8%	2%	-		4.9%	-	2.9%	1%	52%	3.9%	
ك	5	8	7	8	4	-	142	4	51	2	1	5	3	350
%	4.9%	7.8%	6.9%	7.8%	3.9%	-		3.9%	50%	2%	1%	4.9%	2.9%	
ك	2	9	4	8	13	-	123	4	-	6	55	1	-	211
%	2%	8.8%	3.9%	7.8%	12.7%	-		3.9%	-	5.9%	53.9%	1%	-	
ك	8	10	9	-	6	3	149	1	-	60	4	-	1	258
%	7.8%	9.8%	8.8%	-	5.9%	2.9%		-	-	58.8%	3.9%	-	1%	
ك	5	2	8	6	15	-	120	6	51	-	3	6	-	312
%	4.9%	2%	7.8%	5.9%	14.7%	-		5.9%	50%	-	2.9%	5.9%	-	
ك	6	13	4	6	2	5	144	4	5	-	1	-	56	108
%	5.9%	12.7%	3.9%	5.9%	2%	4.9%		3.9%	4.9%	-	1%	-	54.9%	

ومتطلبات المنافسة القائمة « ، بوزن مرجح بلغ ٣٥٠ نقطة ، يليه « إعادة تخطيط السوق والاستحواد على النصيب الأكبر منه، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات المتحققة من الإعلانات والتسويق « ، بوزن مرجح بلغ ٣١٢ نقطة ، ثم « تعظيم الاستفادة من عناصر الإنتاج المختلفة، في خدمة وتلبية متطلبات العمل بمختلف المشروعات المندمجة « ، بوزن مرجح بلغ ٢٥٨ نقطة ، يليه « من خلال تعظيم الاستفادة من العنصر البشري الموجود، وتوجيهه لتلبية احتياجات كافة هذه المشروعات ومتطلبات العمل بها « ، بوزن مرجح بلغ ٢١١ نقطة ، ثم « من خلال الحرص على تطوير أساليب تنظيم العمل وتطوير نمط الإدارة السائدة « ، بوزن مرجح بلغ ١٥٥ نقطة ، وأخيرا « تعزيز القدرات المالية والاستثمارية للمشروعات الإعلامية المدمجة، مما يؤدي إلى زيادة قدرتها على مواجهة مخاطر وتقلبات السوق « ، بوزن مرجح بلغ ١٠٨ نقطة . وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى وجود قدر من التباين في رؤية أفراد المجموعتين لأهم ملامح الإصلاح المالي والإداري التي بدأت تشهدها هذه المؤسسات والمشروعات التي يعملون بها ، ففي الوقت الذي يرى فيه أفراد العينة من الصحفيين أن هذه المؤشرات يأتي في مقدمتها « تطوير أساليب تنظيم العمل وتطوير نمط الإدارة السائدة « ، ثم « تعظيم الاستفادة من عناصر الإنتاج المختلفة ، في خدمة وتلبية متطلبات العمل بمختلف المشروعات المندمجة « ، ثم « تعزيز القدرات المالية والاستثمارية للمشروعات الإعلامية المدمجة ، مما يؤدي إلى زيادة

حيث توضح بيانات الجدول السابق أن أفراد عينة الدراسة من الصحفيين ، قد أشاروا إلى وجود مجموعة متعددة ومتنوعة من مؤشرات وملامح التطوير المالي والإداري يأتي في مقدمتها : « من خلال الحرص على تطوير أساليب تنظيم العمل وتطوير نمط الإدارة السائدة « ، بوزن مرجح بلغ ١٥٢ نقطة ، يليها « تعظيم الاستفادة من عناصر الإنتاج المختلفة، في خدمة وتلبية متطلبات العمل بمختلف المشروعات المندمجة « ، بوزن مرجح بلغ ١٤٩ نقطة ، ثم « تعزيز القدرات المالية والاستثمارية للمشروعات الإعلامية المدمجة، مما يؤدي إلى زيادة قدرتها على مواجهة مخاطر وتقلبات السوق « ، بوزن مرجح بلغ ١٤٤ نقطة ، يليها « من خلال تطوير سياسات واستراتيجيات وسائل الإعلام، وربطها باحتياجات السوق ومتطلبات المنافسة القائمة « ، بوزن مرجح بلغ ١٤٢ نقطة ، ثم « من خلال تعظيم الاستفادة من العنصر البشري الموجود، وتوجيهه لتلبية احتياجات كافة هذه المشروعات ومتطلبات العمل بها « بوزن مرجح بلغ ١٢٣ نقطة ، وأخيرا « إعادة تخطيط السوق والاستحواد على النصيب الأكبر منه، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات المتحققة من الإعلانات والتسويق « بوزن مرجح بلغ ١٢٠ نقطة . وبالنسبة لتصورات الإعلاميين العاملين في القنوات الفضائية الخاصة ، فقد توصلت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن أفراد العينة قد ذكروا أن هذه الأساليب والآليات وبرامج العمل يأتي في مقدمتها « من خلال تطوير سياسات واستراتيجيات وسائل الإعلام، وربطها باحتياجات السوق

العينة من المجموعتين - أن هناك محاولات وجهود حقيقية واضحة تبذلها إدارات هذه المؤسسات الصحفية والإعلامية الخاصة، لإصلاح هيكلها الإدارية والمالية وتطويرها، وهي الجهود التي لا نرفضها أو نقلل من أهميتها، بقدر ما نتحفظ على مسألة اعتبارها الأهداف والأولويات الرئيسية لهذه الإدارات والمشروعات، على حساب الإعتبارات المهنية، واعتبارات المسؤولية الاجتماعية لهذه المؤسسات تجاه الجمهور وقضايا المجتمع، كما أسلفنا سابقا .

• وفي الجانب الآخر، انتهت نتائج التحليل الإحصائي بشأن رؤية أفراد العينة - ممن ذكروا أنهم لا يعتقدون أن هذه التوجهات قد ترتب عليها أية إصلاحات إدارية ومالية واضحة - نتيجة الأخذ بسياسة التكتلات والاندماجات الإعلامية، إلى أن أفراد العينة من المجموعتين قد أشاروا إلى وجود مجموعة متعددة ومتنوعة من المؤشرات والشواهد التي تؤكد وجهة نظرهم وصواب قناعاتهم، والجدول التالي، يوضح هذه البيانات والنتائج .

قدرتها على مواجهة مخاطر وتقلبات السوق «، يليها « تطوير سياسات واستراتيجيات وسائل الإعلام، وربطها باحتياجات السوق ومتطلبات المنافسة القائمة «، يرى أفراد العينة من العاملين في القنوات الفضائية الخاصة أن هذه المؤشرات والملامح يأتي في مقدمتها: « من خلال تطوير سياسات واستراتيجيات وسائل الإعلام، وربطها باحتياجات السوق ومتطلبات المنافسة القائمة «، يليه « إعادة تخطيط السوق والاستحواذ على النصيب الأكبر منه، بما يؤدي إلى زيادة الإيرادات المتحققة من الإعلانات والتسويق «، ثم « تعظيم الاستفادة من عناصر الإنتاج المختلفة، في خدمة وتلبية متطلبات العمل بمختلف المشروعات المندمجة «، يليه « من خلال تعظيم الاستفادة من العنصر البشري الموجود، وتوجيهه لتلبية احتياجات كافة هذه المشروعات ومتطلبات العمل بها « ثم « تطوير أساليب تنظيم العمل وتطوير نمط الإدارة السائدة «، وهي مؤشرات مهما تباينت في أوزانها وفي معدلات تحققها في الواقع، تؤكد بما لا يدع مجالاً للشك - وفقا لرؤية وتصورات أفراد

جدول رقم (١٢) يوضح رؤية أفراد العينة لأهم أسباب تعثر جهود الإصلاح المالي والإداري، في إطار سياسة الإندماج والتكتلات والتحالفات الإعلامية

الأسباب	صحفيين					إعلاميين					المهنة	
	١	٢	٣	٤	٥	١	٢	٣	٤	٥		
ك	2	4	10	10	19	-	-	-	-	12	ك	لأن ملاك هذه المشروعات أبقوا على نفس أساليب ونمط الإدارة التقليدية التي كانت سائدة من قبل، وكذلك على نفس القيادات السابقة، بما يعني استمرار نفس الجمود الإداري
%	3.3%	6.6%	16.4%	16.4%	31.1%	-	-	-	-	19.7%	%	
ك	4	2	12	14	13	-	-	-	-	7	ك	عدم تطوير سياسات الصحف والقنوات الإعلامية المدمجة بما يتواءم مع احتياجات سوق المنافسة ومتطلباتها
%	6.6%	3.3%	19.7%	23.0%	21.3%	-	-	-	-	11.5%	%	
ك	8	8	10	4	15	4	6	2	4	4	ك	عدم قدرة هذه المشروعات على توليد فرص استثمار إضافية نتيجة ظروف السوق وطبيعة الأمانة الاقتصادية الراهنة
%	13.1%	13.1%	16.4%	6.6%	24.6%	6.6%	9.8%	3.3%	6.6%	6.6%	%	
ك	4	6	11	10	14	8	5	3	8	8	ك	تؤدي سياسة الإندماج إلى تنميط أساليب الإدارة، وتنميط سياسات وسائل الإعلام، ونقل من فرص التعددية والتنوع والمنافسة الحقيقية
%	6.6%	9.8%	18%	16.4%	23%	13.1%	8.2%	4.9%	13.1%	13.1%	%	
ك	12	2	27	4	-	7	-	3	7	7	ك	عدم تجانس العنصر البشري من العاملين في المشروعات المختلفة، بما يؤدي إلى حدوث خلل في منظومة العمل وعدم استقرارها
%	19.7%	3.3%	44.3%	6.6%	-	11.5%	-	4.9%	11.5%	11.5%	%	
ك	8	6	13	2	16	4	7	3	4	4	ك	زيادة نسبة المخاطرة، نتيجة تركيز الملكية في أيدي عدد قليل من المساهمين والملاك
%	13.1%	9.8%	21.3%	3.3%	26.2%	6.6%	11.5%	4.9%	6.6%	6.6%	%	

يعني استمرار نفس الجمود الإداري «، بوزن نسبي بلغ ٧٧,٨%، يليه « عدم تطوير سياسات الصحف والقنوات الإعلامية المدمجة بما يتواءم مع احتياجات سوق المنافسة ومتطلباتها « بوزن نسبي بلغ ٧٣,٣%، ثم « لأن سياسة الإندماج تؤدي إلى تنميط أساليب الإدارة، وتنميط سياسات وسائل الإعلام، وتقلل من فرص التعددية والتنوع والمنافسة الحقيقية «، بوزن نسبي بلغ ٧٠,٧%، يليه « زيادة نسبة المخاطرة، نتيجة تركيز الملكية في أيدي عدد قليل من المساهمين والملاك «،

حيث تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أفراد العينة من الصحفيين - والذين يمثلون النسبة الأكبر من الراضين لفكرة أن هذه التوجهات الاحتكارية والتكتلات الإعلامية قد ترتب عليها إصلاحات جوهرية على المستويين المالي والإداري - قد ذكروا أن ثمة مجموعة متعددة ومتنوعة من الأسباب والعوامل التي تقف خلف قناعاتهم، يأتي في مقدمتها « لأن ملاك هذه المشروعات أبقوا على نفس أساليب ونمط الإدارة التقليدية التي كانت سائدة من قبل، وكذلك على نفس القيادات السابقة، بما

وتقلل من فرص التعددية والتنوع والمنافسة الحقيقية « ، وهو ما اتفق عليه أفراد العينة من المجموعتين بنسب متفاوتة ، إضافة إلى تأكيدهما على أهمية العوامل والأسباب الأخرى التي سبق الإشارة إليها ، مثل عدم قدرة هذه المشروعات على توليد استثمارات إضافية ، نتيجة الأوضاع والأزمات المالية المستمرة « ، وكذلك تزايد معدلات ونسب المخاطرة التي قد تتعرض لها هذه المشروعات ، نتيجة تركيز ملكيتها في أيدي عدد قليل من رجال الأعمال ، سواء كانت هذه المخاطر مخاطر اقتصادية ، قد يترتب عليها إغلاق أو تعطيل بعض هذه المشروعات ، أو مخاطر مهنية ، تتمثل في فرض رؤية معينة ، وتوجهات معينة ، ومصالح معينة ، على حساب التعددية والتنوع ، وعلى حساب حرية وسائل الإعلام واستقلاليتها المفترضة .

اختبارات الفروض والعلاقات الإحصائية :

أولاً : اختبارات الفروق بين المجموعتين أفراد العينة ، بحسب طبيعة الوظيفة أو المهنة :

جدول رقم (١٣) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين الصحفيين والإعلاميين فيما يتعلق بمدى إدراكهما لوجود نزعات إحتكارية في سوق صناعة الإعلام .

المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
				ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
صحفي	81	1.30	.459	4.709	106.02	.000
إعلامي	82	1.04	.189			

وتشير نتائج التحليل الإحصائي باستخدام معامل (ت) T-Test ، إلى وجود فروق نوعية بين المجموعتين بدرجة ثقة ١٠٠٪ ، عند درجة حرية ١٠٦,٠٢ ، وحيث بلغت قيمة معامل (ت) ٤,٧٠٩ ، وهو ما يشير إلى أن درجة التباين كانت متوسطة ، وذلك لصالح أفراد العينة من الصحفيين ، الذين كانوا أكثر إدراكاً لوجود هذه النزعات والتوجهات الإحتكارية ، مقارنة بنظرائهم من أفراد المجموعة الأخرى ، رغم أن هذه النزعات الإحتكارية قد بدت أكثر وضوحاً حتى الآن في مجال صناعة الإعلام التليفزيوني ، وهي نتيجة يمكن تفسيرها في ضوء مسلمة رئيسية ، مؤداها أن نسبة كبيرة من الصحفيين ، أصبحوا يعملون إلى جانب عملهم في الصحف ، في الكثير من القنوات الفضائية ؛ كمعدين ومحررين ورؤساء تحرير للبرامج بها ، وهو الأمر الذي جعلهم أكثر

بوزن نسبي بلغ ٦٥,٣٪ ، ثم « عدم قدرة هذه المشروعات على توليد فرص استثمار إضافية نتيجة ظروف السوق وطبيعة الأزمة الاقتصادية الراهنة » ، بوزن نسبي بلغ ٦٤,٤٪ ، وأخيراً « عدم تجانس العنصر البشري من العاملين في المشروعات المختلفة، مما يؤدي إلى حدوث خلل في منظومة العمل وعدم استقرارها » ، بوزن نسبي بلغ ٥٠,٢٪ . وبالنسبة لأفراد العينة من العاملين في القنوات الفضائية الخاصة ، فقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي إلى أنهم أشاروا إلى أن هذه الأسباب والعوامل يأتي في مقدمتها « لأن ملاك هذه المشروعات أبقوا على نفس أساليب ومط الإدارة التقليدية التي كانت سائدة من قبل، وكذلك على نفس القيادات السابقة، مما يعني استمرار نفس الجمود الإداري » ، بوزن نسبي بلغ ٩٠٪ ، يليه « أن سياسة الإندماج تؤدي إلى تضييق أساليب الإدارة، وتضييق سياسات وسائل الإعلام، وتقلل من فرص التعددية والتنوع والمنافسة الحقيقية » ، بوزن نسبي بلغ ٨٢,٥٪ ، ثم « عدم تطوير سياسات الصحف والقنوات الإعلامية المدمجة بما يتلاءم مع احتياجات سوق المنافسة ومتطلباتها » ، بوزن نسبي بلغ ٧٧,٥٪ ، يليه « زيادة نسبة المخاطرة ، نتيجة تركيز الملكية في أيدي عدد قليل من المساهمين والملاك » ، بوزن نسبي بلغ ٧٣,٥٪ ، ثم « عدم قدرة هذه المشروعات على توليد فرص استثمار إضافية نتيجة ظروف السوق وطبيعة الأزمة الاقتصادية الراهنة » ، بوزن نسبي بلغ ٦٧,٥٪ ، وأخيراً « عدم تجانس العنصر البشري من العاملين في المشروعات المختلفة، مما يؤدي إلى حدوث خلل في منظومة العمل وعدم استقرارها » ، بوزن نسبي بلغ ٦٢,٥٪ .

وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى وجود قدر من التوافق النسبي الواضح بين أفراد المجموعتين ، فيما يتعلق برؤيتهما لأهم الأسباب والعوامل ، التي تقف خلف قناعاتهم بأن زيادة التوجهات والنزعات الإحتكارية التي أصبحت تهيمن على سوق صناعة الإعلام في مصر ، لا يمكن أن تؤدي إلى إصلاح أوضاع هذه الصناعة ، وتطوير أوضاع هذه المؤسسات ماليا وإداريا ومهنيا ، حيث اتفق أفراد العينة من المجموعتين على أن أهم الأسباب التي تقف خلف ذلك تتمثل في « أن ملاك هذه المشروعات أبقوا على نفس أساليب ومط الإدارة التقليدية التي كانت سائدة من قبل، وكذلك على نفس القيادات السابقة، مما يعني استمرار نفس الجمود الإداري » ، ثم نتيجة لعدم تطوير سياسات الصحف والقنوات الإعلامية المدمجة ، مما يتلاءم مع احتياجات سوق المنافسة ومتطلباتها « يليه « لأن سياسات الإندماج والتكتلات المطبقة تؤدي إلى تضييق أساليب الإدارة ، وتضييق سياسات وسائل الإعلام،

حيث تشير نتائج وبيانات الجدول السابق ، إلى أن الصحفيين والإعلاميين قد تباينت رؤاهما حول المؤشرات الدالة على وجود هذه النزعات والتوجهات الاحتكارية ، ففي الوقت الذي أشار فيه أفراد العينة من الصحفيين إلى أن أهم هذه المؤشرات تتمثل في « سيطرة عدد محدود من رجال الأعمال على ملكية وسائل الإعلام بأتماطها المختلفة ؛ صحف مطبوعة والبيكترونية وقنوات وشبكات تلفزيونية » بمتوسطات بلغت (٢,٨٣- ١,٢٣) بين المجموعتين على التوالي ، و« قيام تحالفات بين هؤلاء الملاك الجدد والمستثمرين القليلين، ترتب عليها مزيد من تركيز الملكية في أيديهم » بمتوسطات بلغت (٣,٣٢ - ٢,٤٦) بين المجموعتين على التوالي ، ثم « احتكار عدد محدود من الشركات الإعلانية لسوق الإعلانات وتحكمها في مصادر تمويل المشروعات الصحفية والإعلامية » ، بمتوسطات بلغت (٣,٣٣ - ٢,٩٠) للمجموعتين على التوالي ، فقد أظهرت نتائج التحليل أن أفراد العينة من الإعلاميين ، قد أشاروا إلى أن أهم هذه المؤشرات تتمثل في « احتكار سوق الانتاج والتسويق والتوزيع، وتضييق هامش المنافسة السوقية بين المشروعات المندمجة، وبين المشروعات الإعلامية الأخرى القائمة » ، بمتوسطات بلغت (٤,٤١ - ٣,٧٧) بين المجموعتين على التوالي ، ثم « تزايد خسائر المشروعات الصحفية والإعلامية التي تعمل خارج هذه التحالفات الجديدة وعدم استقرار أوضاعها » بمتوسطات بلغت (٥,٤٨ - ٣,٥٤) بين أفراد المجموعتين على التوالي ، ثم « التزايد المستمر في عدد الصفقات التي يتم إبرامها عاما بعد الآخر » بمتوسطات بلغت (٤,٤٩ - ٣,٤٩) بين المجموعتين على التوالي . وهو ما يشير في التحليل الأخير إلى وجود فروق نوعية بين المجموعتين ، بدرجات ثقة كبيرة جدا بلغت ١٠٠% في كل الحالات تقريبا ، فيما يتعلق برؤيتهما لأهم مؤشرات وظاهر هذه التوجهات في الواقع العملي .

• وفيما يتعلق بمدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين من أفراد العينة ، تتصل بمدى اعتقادهما بأن مثل هذه التوجهات ذات النزعة الاحتكارية ، يمكن أن تكون محاولة لتصحيح سوق صناعة الصحافة والإعلام في مصر ، بعد حالة الفوضى والتخبط التي كانت - ولا زالت تشهدا - فقد انتهت نتائج التحليل الاحصائي باستخدام معامل (T-Test) لاختبار مدى وجود فروق نوعية بين مجموعتين ، إلى عدم

وعيا بأبعاد الظاهرة في النمطين من وسائل الإعلام ، وكذلك لدخول هؤلاء الملاك والمستثمرين بقوة إلى مرحلة الجمع بين هذه الوسائل ، في إطار اندماجات وتكتلات أصبحت واضحة ، مقارنة بالمرحلة السابقة ، التي كان أهم مميزاتا وسماتها الرئيسية ، أن معظم هؤلاء الملاك والمستثمرين ، كانوا يركزون استثماراتهم الإعلامية في أحد قطاعات هذه الصناعة دون غيرها .

• وبالنسبة لمدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين ، فيما يتعلق بقدرتيهما على رصد أهم مؤشرات ، ومظاهر هذه النزعات والتوجهات الاحتكارية السائدة في الواقع ، فقد انتهت نتائج التحليل الاحصائي ، إلى وجود ثمة تباينات وفروق جوهرية واضحة بين المجموعتين . والجدول التالي يوضح هذه البيانات والنتائج .

جدول رقم (١٤) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين الصحفيين والإعلاميين فيما يتعلق بتحديد مؤشرات النزعة والتوجهات الاحتكارية السائدة .

التغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	مؤشرات إحصائية		
				الانحراف المعياري	ت	درجة الحرية
مستوى الدلالة						
سيطرة عدد محدود من رجال الأعمال على ملكية وسائل الإعلام بأتماطها المختلفة؛ صحف مطبوعة والبيكترونية وقنوات وشبكات تلفزيونية	صحفيين	81	2.83	1.759	7.553	106.15
	إعلاميين	82	1.23	.725		
قيام تحالفات بين هؤلاء الملاك الجدد والمستثمرين القليلين، ترتب عليها مزيد من تركيز الملكية في أيديهم	صحفيين	81	3.32	1.430	4.491	139.57
	إعلاميين	82	2.46	.958		
احتكار عدد محدود من الشركات الإعلانية لسوق الإعلانات وتحكمها في مصادر تمويل المشروعات الصحفية والإعلامية	صحفيين	81	3.33	1.387	2.452	124.05
	إعلاميين	82	2.90	.764		
احتكار سوق الانتاج والتسويق والتوزيع، وتضييق هامش المنافسة السوقية بين المشروعات المندمجة، وبين المشروعات الإعلامية الأخرى القائمة	صحفيين	81	3.77	1.622	-3.006	138.81
	إعلاميين	82	4.41	1.077		
تزايد خسائر المشروعات الصحفية والإعلامية التي تعمل خارج هذه التحالفات الجديدة وعدم استقرار أوضاعها	صحفيين	81	3.54	1.415	-10.197	140.49
	إعلاميين	82	5.48	.959		
التزايد المستمر في عدد الصفقات التي يتم إبرامها عاما بعد الآخر	صحفيين	81	3.49	1.982	-4.008	120.17
	إعلاميين	82	4.49	1.033		

جدول رقم (١٦) يوضح رؤية أفراد العينة من المجموعتين ، لأهم العوامل والأسباب التي تقف خلف تشكيل قناعاتهم ، بكون هذه التوجهات ليست محاولة لتصحيح أوضاع السوق .

المتغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	مؤشرات إحصائية		
				الانحراف المعياري	ت	درجة الحرية
لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين يحدون السبب الرئيسي في حالة الفوضى التي تشهدها السوق الإعلامية، نتيجة عدم حرصهم على دراسة السوق واحتياجاته ومشكلاته	صحفيين	66	4.03	1.252	-2.760	123.35
	إعلاميين	75	4.56	.990		
لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين يريدون في توجهاتهم باعترافهم الاقتصادية فقط، وإنما باعترافهم سياسية واجتماعية، هدفها تدعيم سيطرتهم على وسائل الإعلام والمجال العام، وخدمة مصالحهم	صحفيين	66	4.24	1.009	-5.177	79.409
	إعلاميين	75	4.92	.359		
لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين، أصحاب المشروعات، استمروا يأخذون بنفس أساليب الإدارة الإعلامية القائمة، دون أي جهد حقيقي لتطويرها وإصلاح هيكلها الإدارية والتبويلية	صحفيين	66	3.08	1.141	-1.207	139
	إعلاميين	75	3.28	.863		
لأن سياسة الاحتكار والتكتلات الإعلامية تؤدي في النهاية، إلى تراجع التعددية والتنوع، ودرجة الحرية المسموح بها، بما يضر بصناعة الإعلام ومسئوليته الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع	صحفيين	66	3.91	1.249	-1.305	139
	إعلاميين	75	4.12	.592		
عدم وجود تخطيط حقيقي مسبق لهذا التوجه، وكيفية إعادة هيكلة سوق صناعة الصحافة والإعلام، ومن ثم فإنة من المتوقع تكريس نفس الأوضاع القائمة	صحفيين	66	3.62	1.250	-2.164	91.076
	إعلاميين	75	3.99	.604		
تجاهل الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والفكرية للصحفيين والإعلاميين العاملين في هذه المشروعات، وعدم مشاركتهم في التخطيط لها وفي رسم سياساتها، والاستغناء عن أعداد كبيرة منهم تخفيضاً للتكاليف	صحفيين	66	3.70	1.347	1.416	116.83
	إعلاميين	75	3.41	.974		

حيث تشير نتائج وبيانات الجدول السابق إلى عدم وجود أية فروق نوعية بين المجموعتين من الصحفيين والإعلاميين فيما يتعلق برؤيتيهما حول أن أهم مظاهر هذه الأزمة التي تقف خلف تشكيل قناعاتيهما يتمثل في « انخفاض معدلات شعور الصحفيين والإعلاميين بالاستقرار والأمان والرضا الوظيفي، الأمر الذي يهدد بقلقل وأزمات متوقعة » و« تجاهل الملاك والمستثمرين للاعتبارات الاجتماعية والثقافية والفكرية للصحفيين والإعلاميين العاملين في هذه المشروعات، وعدم مشاركتهم في التخطيط لها وفي رسم سياساتها، والاستغناء عن أعداد

وجود أية فروق نوعية بين المجموعتين . والجدول التالي يوضح هذه البيانات والنتائج على نحو أكثر تفصيلا .

جدول رقم (١٥) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين فيما يتعلق بكون هذه النزعات الإحتكارية يمكن أن تكون محاولة لتصحيح أوضاع السوق من عدمه .

المجموعة	العدد	المتوسط	مؤشرات إحصائية		
			الانحراف المعياري	ت	درجة الحرية
صحفيين	81	2.78	.500	-1.376	156.56
إعلاميين	82	2.88	.427		

حيث توضح نتائج وبيانات الجدول السابق أن أفراد العينة من المجموعتين ، قد اتفقا بنسبة كبيرة على رفض هذه المقولة ، والفرضية الخاصة بكون هذه التوجهات والنزعة الاحتكارية ، يمكن أن تكون محاولة تصحيحية ، لضبط أوضاع السوق شديدة الفوضى والاضطراب ، حيث أثبتت نتائج التحليل عدم وجود فروق نوعية بين المجموعتين ، وأشارت النتائج إلى أن أفراد العينة من المجموعتين قد اتفقا بنسبة كبيرة ، على أن هذه التوجهات هي توجهات محكومة بنزعات احتكارية واستثمارية في الأساس ، ولا تستهدف تحقيق أي محاولة لضبط أوضاع السوق ، باعتبار أن هؤلاء المستثمرين والملاك وسياساتهم المطبقة ، تمثل سببا رئيسيا في هذه الأزمة .

وبالنسبة لرؤية أفراد العينة من المجموعتين ، لأهم الشواهد والمؤشرات التي تعكس مثل هذه النزعات والتوجهات الإحتكارية ، والتي تكشف ملامح الأزمة الاقتصادية والمهنية للوسائل الإعلامية الخاصة ، التي وقعت تحت سيطرة هذه الإحتكارات ، وأبعادها ومظاهرها ، فقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام اختبار (ت) إلى وجود قدر من التباين والاتفاق بين المجموعتين ، فيما يتعلق برؤيتيهما لهذه المؤشرات والعوامل والأسباب ، والجدول التالي يوضح هذه البيانات والنتائج على نحو أكثر تفصيلا .

وسائل الإعلام المختلفة ، فقد انتهت نتائج التحليل الاحصائي باستخدام معامل اختبار (T-Test) ، إلى وجود فروق نوعية بين المجموعتين ، والجدول التالي يوضح هذه البيانات والنتائج .

جدول رقم (١٧) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين الصحفيين والإعلاميين فيما يتعلق برؤية المجموعتين لمدى تأثير التوجهات الاحتكارية السائدة على مناخ التعددية والتنوع وحالة الحريات الإعلامية المسموح بها .

المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
				ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
صحفيين	81	1.37	.580	4.209	111.07	.000
إعلاميين	82	1.07	.262			

حيث تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق نوعية بين المجموعتين ، لصالح الصحفيين مقارنة بالإعلاميين ، بدرجة ضعيفة ، وبدرجة ثقة ١٠٠٪ ، وبتوسطات بلغت (١,٣٧ - ١,٧) بين أفراد المجموعتين على التوالي ، حيث توضح النتائج أن أفراد العينة من الصحفيين كانوا أكثر إدراكا واقتناعا بأن هذه التوجهات والنزعات الاحتكارية من شأنها التأثير على حرية وسائل الإعلام وعلى مناخ التعددية والتنوع بها .

• وانتهت نتائج التحليل الاحصائي ، فيما يتعلق بمدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين ، في رؤيتهما لأهم العوامل والأسباب ، التي تقف خلف تراجع هوامش الحريات وحالة التعددية والتنوع في معالجات وسائل الإعلام الخاصة ، خاصة تلك التي خضعت منها

كبيرة منهم تخفيضا للنقبات « وكذلك » لأن سياسة الاحتكار والتكتلات الإعلامية تؤدي في النهاية، إلى تراجع التعددية والتنوع ، ودرجة الحرية المسموح بها، بما يضر بصناعة الإعلام ومسئولياته الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع « و » لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين، أصحاب المشروعات، استمروا يأخذون بنفس أساليب الإدارة الإعلامية القائمة، دون أي جهد حقيقي لتطويرها واصلاح هياكلها الإدارية والتمويلية « ، في الوقت الذي أكدت فيه النتائج أن ثمة فروق نوعية بين المجموعتين في تقديراتيهما لبعض العوامل والمؤشرات الخاصة بأبعاد هذه الأزمة ، والتي تتمثل في « أن هؤلاء الملاك والمستثمرين يعدون السبب الرئيسي في حالة الفوضى ، التي تشهدها السوق الإعلامية ، نتيجة عدم حرصهم على دراسة السوق واحتياجاته ومشكلاته « بمتوسطات بلغت بين المجموعتين (٤,٥٦ - ٤,٣) لصالح الإعلاميين والصحفيين على التوالي « ولأن هؤلاء الملاك والمستثمرين ، غيرمدفوعين في توجهاتهم باعتبارات اقتصادية فقط ، وإنما باعتبارات سياسية واجتماعية ، هدفها تدعيم سيطرتهم على وسائل الإعلام والمجال العام ، وخدمة مصالحهم « بمتوسطات بلغت (٤,٩٢ - ٤,٢٤) لصالح المجموعتين على التوالي ، وكذلك « لعدم وجود تخطيط حقيقي مسبق لهذا التوجه ، وكيفية إعادة هيكلة سوق صناعة الصحافة والإعلام، ومن ثم فإنه من المتوقع تكريس نفس الأوضاع القائمة « وذلك لصالح العاملين في القنوات الفضائية الخاصة بشكل أكثر وضوحا ، بمتوسطات بلغت (٣,٩٩ - ٣,٦٢) على التوالي .

• وعلى صعيد مدى وجود فروق نوعية بين أفراد العينة من المجموعتين ، بشأن رؤيتهما لمدى تأثير التوجهات والنزعات الاحتكارية ، التي بدأت تشهدها سوق صناعة الإعلام في مصر ، على هامش التعددية والتنوع ، ومساحة الحرية السائدة والمسموح بها في معالجات

، وحالة التعددية والتنوع في وسائل الإعلام الخاصة ، خاصة التي خضعت لسياسة التكتلات والإندماجات الإعلامية خلال الفترة الأخيرة ، والتي تتمثل في « التزام الصحف والقنوات والوسائل الإعلامية بالدفاع عن توجهات ملاكها ومصالحهم في مواجهة خصومهم ومعارضهم ومنافسيهم » ، حيث بلغت المتوسطات بين المجموعتين (٤,٧٦ - ٣,٢٩) لصالح مجموعة الإعلاميين ، ثم « لأن ملاك هذه الوسائل الإعلامية هم من يضعون سياسات تحريرها وليس الصحفيون والإعلاميون كما يشيع أو يعتقد البعض ، متوسطات بلغت (٤,٧٩ - ٤,٠٦) بين المجموعتين على التوالي ، وذلك لصالح مجموعة الإعلاميين أيضا ، يليها « نتيجة حرص رجال الأعمال وملاك الصحف والوسائل الإعلامية على تعيين الهياكل والتنظيمات الداخلية (مجالس الإدارة - الجمعيات العمومية - مجالس التحرير)، التي تتولى إدارة شؤون هذه المشروعات على المستوى الإداري والمهني، وهو الأمر الذي يمكنهم من تحقيق السيطرة وفرض رؤية وحيدة ، متوسطات بلغت (٣,٩٩ - ٣,٧٤) بين أفراد المجموعتين على التوالي ، وأخيرا « لعدم وجود كيان نقابي قوي يدافع عن قيم المهنة وأخلاقياتها واستقلاليتها، ويحمي مصالح الإعلاميين وحقوقهم في مواجهة الملاك وتدخلاتهم » ، متوسطات بلغت (٤,١٦ - ٣,٦٠) بين أفراد المجموعتين ، وهي نتائج تشير إلى أن أفراد المجموعة من الإعلاميين كانوا أكثر تقديرا لأهمية تأثير هذه العوامل من واقع خبراتهم وممارساتهم ، مقارنة بعناصر وأفراد المجموعة من الصحفيين . وتشير نتائج التحليل الإحصائي إلى اتفاق أفراد المجموعتين من المبحوثين فيما يتعلق ببقية الأسباب والعوامل الأخرى ، وعدم وجود أية فروق جوهرية ذات دلالة إحصائية بينهما .

• أما على مستوى نتائج التحليل الخاصة ، بمدى وجود فروق نوعية ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين ، فيما يتعلق برؤيتهما لأهم الأساليب التي يمكن من خلالها حماية مساحة الحرية ، وحالة التعددية والتنوع داخل الصحف ووسائل الإعلام ، فقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي إلى مجموعة البيانات والنتائج التي يوضحها الجدول

لهذه التكتلات والاحتكارات ، إلى وجود فروق نوعية بين المجموعتين في تقديراتهما لهذه الأسباب والعوامل ، على النحو الذي يبينه الجدول التالي .

جدول رقم (١٨) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين الصحفيين والإعلاميين فيما يتعلق برؤيتهما لأهم العوامل التي تقف خلف تراجع حالة التعددية والتنوع في معالجات وسائل الإعلام

المتغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
لأن ملاك الوسائل الإعلامية هم من يضعون سياسات تحريرها وليس الصحفيون والإعلاميون كما يشيع أو يعتقد البعض	صحفيين	77	4.06	1.185	-4.652	123.40	.000
	إعلاميين	82	4.79	.716			
لأن الملاك هم من يقومون باختيار رؤساء تحرير الصحف ورؤساء القنات التلفزيونية، ومن يلزم الآخرين بتوجهاتهم وتصوراتهم، حفاظا على أوضاعهم ومكاسبهم	صحفيين	77	4.21	1.004	-1.180	124.40	.858
	إعلاميين	82	4.23	.615			
نتيجة حرص رجال الأعمال وملاك الصحف والوسائل الإعلامية على تعيين الهياكل والتنظيمات الداخلية (مجالس الإدارة - الجمعيات العمومية - مجالس التحرير) التي تتولى إدارة شؤون هذه المشروعات على المستوى الإداري والمهني، وهو الأمر الذي يمكنهم من تحقيق السيطرة وفرض رؤية وحيدة	صحفيين	77	3.74	1.018	-1.780	132.98	.077
	إعلاميين	82	3.99	.694			
لاتزام هذه الصحف والوسائل الإعلامية بالدفاع عن توجهات ملاكها ومصالحهم في مواجهة خصومهم ومعارضهم ومنافسيهم	صحفيين	77	3.29	1.422	-8.440	99.217	.000
	إعلاميين	82	4.76	.579			
لعدم وجود كيان نقابي قوي يدافع عن قيم المهنة وأخلاقياتها واستقلاليتها، ويحمي مصالح الإعلاميين وحقوقهم في مواجهة الملاك وتدخلاتهم	صحفيين	77	3.60	1.115	-3.636	136.44	.000
	إعلاميين	82	4.16	.793			
وجود قدر كبير من التداخل، والعلاقات والمصالح، بين رجال الأعمال والسلطة السياسية، تحول دون وجود هياكل حقيقية للتعددية والتنوع في وسائل الإعلام التي يمتلكونها	صحفيين	77	3.71	1.286	1.394	139.08	.166
	إعلاميين	82	3.46	.945			

حيث تشير بيانات الجدول السابق إلى أن ثمة فروق نوعية بين الإعلاميين والصحفيين من أفراد عينة البحث ، فيما يتعلق بتقديراتهم لأهم الأسباب والعوامل ، التي تقف خلف تراجع مساحة الحريات

التالي :

جدول رقم (١٩) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين مجموعتي الصحفيين والإعلاميين ، فيما يتعلق برؤيتيهما لأهم الأساليب التي يمكن من خلالها حماية التعددية والتنوع داخل الصحف ووسائل الإعلام المختلفة .

المؤشرات	المجموعة	العدد	المتوسط	مؤشرات إحصائية		
				الانحراف المعياري	ت	درجة الحرية
من خلال إتاحة الفرصة لكل القوى السياسية والاجتماعية للتعبير عن نفسها وعن مشروعاتها في خطابات وسائل الاعلام المختلفة	صحفيين	81	3.86	1.243	-3.888	158.92
	إعلاميين	82	4.59	1.122		
من خلال إتاحة الفرصة لكل أصحاب الرأي والكتاب، في التعبير عن رؤاهم وتصوراتهم، دون منع أو تقييد أو فرض محظورات معينة	صحفيين	81	3.75	1.157	-2.948	112.96
	إعلاميين	82	4.17	.540		
من خلال حماية استقلالية المحررين، وعدم تدخل الإدارة لفرض توجهاتها عليهم بما يخالف ضمائرهم	صحفيين	81	3.95	1.284	-4.521	133.05
	إعلاميين	82	4.71	.793		
ضرورة وجود تدخل من قبل الدولة لتنظيم السوق الاعلامية، وضبط عملية المنافسة والحد من الممارسات الاحتكارية	صحفيين	81	3.00	1.423	-3.749	142.16
	إعلاميين	82	3.72	.985		
ضرورة تدخل الكيانات الفئوية والتنظيمية المستقلة عن المهنة، كطرف رئيسي في هذه الصفقات، بشكل يضمن حماية حقوق الصحفيين والإعلاميين واستقلاليتهم	صحفيين	81	4.11	1.129	-2.859	160.72
	إعلاميين	82	4.61	1.097		
تقديم عملية الالتزام بقيم وأخلاقيات الممارسة المهنية، على أية اعتبارات أخرى؛ سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية	صحفيين	81	3.68	1.302	-2.315	133.88
	إعلاميين	82	4.07	.813		
تحفيف القيود القانونية والإدارية والمالية اللازمة لإصدار الصحف وتأسيس المشروعات الاعلامية، لضمان وكفالة حقوق كافة القوى السياسية والاجتماعية غير القادرة اقتصاديا على تأسيس مشروعاتها الاعلامية الخاصة	صحفيين	81	3.19	1.467	-3.306	126.85
	إعلاميين	82	3.80	.838		

يوضحها الجدول السابق ، في حماية التعددية والتنوع ، وفي دعم حالة الحريات الصحفية والإعلامية بالمأمولة .

وبالنسبة لمدى وجود فروق نوعية ذات دلالة احصائية بين المجموعتين ، فيما يتعلق برؤيتيهما لمدى إمكانية تأثير التوجهات الاحتكارية السائدة ، وزيادة التوجه نحو الأخذ بسياسة التكتلات والاندماجات ، على تطوير سياسات هذه الصحف والقنوات ماليا وإداريا ، فقد انتهت نتائج التحليل الاحصائي إلى وجود فروق نوعية بين المجموعتين يوضحها الجدول التالي :

جدول رقم (٢٠) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين الصحفيين والإعلاميين ، فيما يتعلق برؤيتيهما لمدى إمكانية تأثير التوجهات

المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
				ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
صحفيين	81	2.46	.672	3.310	140.85	.001
إعلاميين	82	2.16	.457			

الاحتكارية السائدة ، وزيادة التوجه نحو الأخذ بسياسة التكتلات والاندماجات ، على تطوير سياسات هذه الصحف والقنوات ماليا وإداريا .

حيث تشير نتائج وبيانات الجدول السابق إلى وجود فروق نوعية ذات دلالة احصائية بين المجموعتين لصالح الصحفيين ، بدرجة ثقة بلغت ٩٩٪ ، وبمتوسطات قيم بلغت بين المجموعتين (٢,٤٦ - ٢,١٦) لصالح الصحفيين ، وهي نتيجة يمكن تفسيرها في ضوء رفض النسبة الأكبر من الصحفيين - والتي بلغت ٥٦٪ من إجمالي عينتهم - لفكرة أن زيادة التوجه نحو تطبيق سياسات الاندماج وتركيز الملكية ، قد يترتب عليه تطوير أوضاع هذه المؤسسات الصحفية والإعلامية وسياساتها ماليا وإداريا ، على خلاف النسبة الأكبر من الإعلاميين ، وقد بلغت حوالي ٧٠٪ من إجمالي عينتهم ، والتي وافقت على هذه المقولة . والجدول التالي رقم (٢١) يوضح طبيعة الفروق الجوهرية ، بين المجموعتين ممن وافقا على أن هذه التوجهات يمكن أن تؤدي إلى تطوير أوضاع المؤسسات وسياساتها الإدارية والمالية .

حيث تشير نتائج وبيانات الجدول السابق إلى وجود فروق جوهرية ذات دلالة احصائية بين مجموعتي الصحفيين والإعلاميين ، فيما يتعلق بمدى تقدير كل من المجموعتين لأهمية هذه الأساليب ، وذلك لصالح مجموعة الإعلاميين من العاملين في القنوات التلفزيونية الخاصة ، وهي نتيجة ربما يمكن تفسيرها في ضوء زيادة القيود المفروضة على هذه القنوات وطبيعة سياساتها الإعلامية ، مقارنة بالصحف المطبوعة التي تشهد قدرا أكبر من الحريات والتعددية والتنوع بها ، حيث أشار أعضاء المجموعتين إلى أهمية هذه العوامل السابق الإشارة إليها ، والتي

فروق نوعية بين المجموعتين في رؤيتهما لبقية مؤشرات ومظاهر التطور الأخرى .

• أما بالنسبة لمدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين ، فيما يتعلق بالمؤشرات والملاحم التي تقف خلف قناعتيهما بعدم تطور أداء هذه المؤسسات والمشروعات وسياساتها الإدارية والمالية ، فقد انتهت نتائج التحليل الاحصائي إلى عدم وجود أية فروق نوعية ، ذات دلالة احصائية بين المجموعتين ، في إدراكهما لوجود هذه المؤشرات في واقع الممارسة الفعلية ، والجدول التالي يوضح هذه البيانات والنتائج .

جدول رقم (٢٢) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين الصحفيين والإعلاميين ، فيما يتعلق برؤيتهما لأسباب عدم تطور سياسات المشروعات الصحفية والإعلامية الخاصة ماليًا وإداريًا .

مؤشرات احصائية	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	المجموعة	مؤشرات احصائية		
					ت	درجة الحرية	مسوى الدلالة
لأن ملك هذه المشروعات أبقرا على نفس أساليب ونمط الإدارة التقليدية التي كانت سائدة من قبل، وكذلك على نفس القيادات السابقة، مما يعني استمرار نفس النموذج الإداري	3.89	4.50	45	صحفيين	-1.869	59	.067
عدم تطوير سياسات الصحف والقنوات الإعلامية المنمجة بما يتلاءم مع احتياجات سوق المنافسة ومتطلباتها	3.67	3.88	45	صحفيين	-.601	59	.550
عدم قدرة هذه المشروعات على توليد فرص استثمار إضافية نتيجة ظروف السوق وطبيعة الأزمة الاقتصادية الراهنة	3.22	3.38	45	صحفيين	-.344	59	.732
تؤدي سياسة الاندماج إلى تهميش أساليب الإدارة، وتهميش سياسات وسائل الإعلام، ونقل من فرص التعددية والتنوع والمنافسة الحقيقية	3.53	4.13	45	صحفيين	-1.602	59	.114
عدم تجانس الخبر البشري من العاملين في المشروعات المختلفة، بما يؤدي إلى حدوث خلل في منظومة العمل وعدم استقرارها	2.51	3.13	45	صحفيين	-1.260	18.129	.224
زيادة نسبة المخاطرة ، نتيجة تركيز الملكية في أيدي عدد قليل من المساهمين والملاك	3.27	3.69	45	صحفيين	-.996	59	.323

حيث تشير نتائج وبيانات الجدول السابق إلى أنه لا توجد أية فروق نوعية ، ذات دلالة احصائية بين المجموعتين ، فيما يتعلق برؤيتهما لأهم أسباب ومظاهر عدم تطور سياسات هذه المشروعات الإعلامية ، التي خضعت لسياسات تركيز الملكية والاندماجات والتكتلات الإعلامية خلال الفترة الأخيرة ، حيث أشار أفراد المجموعتين إلى أن أهم العوامل التي اتفق عليها أعضاء المجموعتين وتحكم رؤيتهما حول هذا الشأن تتمثل في « عدم تطوير سياسات الصحف والقنوات الإعلامية المدمجة بما يتلاءم مع احتياجات سوق المنافسة ومتطلباتها ، وعدم قدرة هذه المشروعات على توليد فرص استثمار إضافية نتيجة

جدول رقم (٢١) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين من الصحفيين والإعلاميين ممن وافقوا على إمكانية أن تؤدي عملية تركيز الملكية وسياسة الاندماج والاحتكارات إلى تطوير أوضاع المؤسسات الإعلامية ماليًا وإداريًا .

المؤشرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات احصائية		
					ت	درجة الحرية	مسوى الدلالة
من خلال الحرص على تطوير أساليب تنظيم العمل وتطوير نمط الإدارة السائدة	صحفيين	36	2.78	1.149	-7.777	100	.000
من خلال تطوير سياسات واستراتيجيات وسائل الإعلام، وربطها باحتياجات السوق ومتطلبات المنافسة القائمة	صحفيين	36	3.06	1.264	4.639	100	.000
من خلال تعظيم الاستفادة من العنصر البشري الموجود، وتوجيهه لتلبية احتياجات كافة هذه المشروعات ومتطلبات العمل بها	صحفيين	36	3.58	1.360	-.927	41.598	.359
تعظيم الاستفادة من عناصر الإنتاج المختلفة، في خدمة وتلبية متطلبات العمل بمختلف المشروعات المنمجة	صحفيين	36	2.86	1.624	-.831	38.023	.411
إعادة تخطيط السوق والاستحواذ على النصيب الأكبر منه، بما يؤدي إلى زيادة الإيرادات المتحققة من الإعلانات والتسويق	صحفيين	36	3.67	1.434	5.167	54.578	.000
تعزيز القدرات المالية والاستثمارية للمشروعات الإعلامية المدمجة، بما يؤدي إلى زيادة قدرتها على مواجهة مخاطر وتقلبات السوق	صحفيين	36	3.00	1.656	-7.168	100	.000

وتشير نتائج التحليل الاحصائي التي يوضحها الجدول السابق ، إلى وجود فروق نوعية ذات دلالة احصائية ، بين مجموعتي الإعلاميين والصحفيين ، فيما يتعلق برؤيتهما لأهم مظاهر وعوامل التطور في السياسات المالية والإدارية ، التي بدأت تطبقها هذه المؤسسات وملاكها ، كنتيجة لسياسات الاندماج والتحالفات التي بدأوا يأخذون بها ، وتتمثل هذه المؤشرات والملاحم في « تعزيز القدرات المالية والاستثمارية للمشروعات الإعلامية المدمجة، بما يؤدي إلى زيادة قدرتها على مواجهة مخاطر وتقلبات السوق » و « إعادة تخطيط السوق والاستحواذ على النصيب الأكبر منه ، بما يؤدي إلى زيادة الإيرادات المتحققة من الإعلانات والتسويق » ، و « من خلال تطوير سياسات واستراتيجيات وسائل الإعلام ، وربطها باحتياجات السوق ومتطلبات المنافسة القائمة » ، ثم « من خلال الحرص على تطوير أساليب تنظيم العمل وتطوير نمط الإدارة السائدة » وذلك لصالح مجموعة الإعلاميين من أفراد عينة الدراسة ، وبدرجة ثقة بلغت ١٠٠٪ ، حيث أظهرت نتائج أنهم كانوا أكثر إدراكا لوجود هذه الملاحم ومؤشرات التطور مقارنة بنظرائهم من الصحفيين ، في الوقت الذي انتهت فيه نتائج التحليل إلى عدم وجود

بين المجموعتين ، وهي نتيجة يمكن تفسيرها - ليس فقط في ضوء تزايد هذه النزعة وهذه الصفقات - بقدر ما يمكن ردها إلى مسألة حرص الملاك والمستثمرين على الإعلان عنها مقارنة بالفترات السابقة ، التي كانت تشهد قدرا كبيرا من التكتم بشأن ماهية ملاك هذه الوسائل وحملة الأسهم ، وطبيعة تمويلها وحقيقة ارتباطاتهم الداخلية والخارجية .

• أما بالنسبة لمدى وجود فروق بين المجموعتين ، فيما يتعلق برؤيتهما لأهم ملامح ومؤشرات هذه النزعة والتوجهات الاحتكارية ، كما يدركها أفراد العينة البحث ، فقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام معامل اختبار (ت) إلى وجود تباين وفروق جوهرية بين المجموعتين في تقديراتيهما لهذه المؤشرات ، والجدول التالي يوضح هذه النتائج .

جدول رقم (٢٤) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين ، فيما يتعلق برؤيتهما لأهم مظاهر ومؤشرات هذه النزعة الاحتكارية السائدة في السوق .

التغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
سيطرة عدد محدود من رجال الأعمال قيادي على ملكية وسائل الإعلام بأعمالها المختلفة؛ صحف مطبوعة وإلكترونية وقنوات وشبكات تلفزيونية	قيادي	٧٢	1.89	1.632	-988	161	.325
	غير قيادي	٩١	2.13	1.500			
قيام تحالفات بين هؤلاء الملاك الجدد والمستثمرين القليلين، ترتب عليها مزيد من تركيز الملكية في أيديهم	قيادي	٧٢	2.78	1.165	-1.006	160.19	.316
	غير قيادي	٩١	2.98	1.374			
احتكار عدد محدود من الشركات الإعلامية لسوق الإعلانات وتحكمها في مصادر تمويل المشروعات الصحفية والإعلامية	قيادي	٧٢	2.88	.804	-2.588	152.13	.011
	غير قيادي	٩١	3.31	1.314			
احتكار سوق الإنتاج والتسويق والتوزيع، وتضييق هامش المنافسة السوقية بين المشروعات المنفجة، وبين المشروعات الإعلامية الأخرى القائمة	قيادي	٧٢	4.35	1.177	2.144	160.78	.034
	غير قيادي	٩١	3.89	1.545			
تزايد خسائر المشروعات الصحفية والإعلامية التي تعمل خارج هذه التحالفات الجديدة وعدم استقرار أوضاعها	قيادي	٧٢	4.94	1.433	3.246	161	.001
	غير قيادي	٩١	4.18	1.553			
التزايد المستمر في عدد الصفقات التي يتم إبرامها علما بعد الآخر	قيادي	٧٢	3.69	1.589	-2.082	161	.039
	غير قيادي	٩١	4.23	1.667			

حيث انتهت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن أفراد العينة من مجموعتي - القيادات وغير القيادات - قد اتفقوا على وجود مؤشرين

ظروف السوق وطبيعة الأزمة الاقتصادية الراهنة ، يضاف إلى ذلك أن سياسة الإندماج المطبقة تؤدي إلى تضييق أساليب الإدارة، وتنميط سياسات وسائل الإعلام، وتقلل من فرص التعددية والتنوع والمنافسة الحقيقية ، وكذلك زيادة نسبة المخاطرة ، نتيجة تركيز الملكية في أيدي عدد قليل من المساهمين والملاك ، وعدم تجانس العنصر البشري من العاملين في المشروعات المختلفة، مما يؤدي إلى حدوث خلل في منظومة العمل وعدم استقرارها ، ولأن ملاك هذه المشروعات أبقوا على نفس أساليب وغط الإدارة التقليدية ، التي كانت سائدة من قبل، وكذلك على نفس القيادات السابقة، مما يعني استمرار نفس الجمود الإداري ، وهي مؤشرات ونتائج تؤكد توافق المجموعتين على وجود هذه الملامح والمؤشرات ، وكونها متحققة بدرجة كبيرة في الواقع ، وأن هذه المؤسسات والمشروعات لم تستطع حتى الآن أن تقدم نموذجا بديلا ومتطورا في أساليب إدارتها وفي تعزيز هيكلها الاستثمارية والتمويلية .

• ثانيا: اختبارات الفروق بين مجموعتي الصحفيين والإعلاميين ، وفقا لطبيعة المستوى الوظيفي والقيادي لأفراد العينة :

جدول رقم (٢٣) يوضح مدى وجود فروق بين مجموعتي الصحفيين والإعلاميين في معدلات إدراكهما لمدى وجود نزعات احتكارية في سوق صناعة الإعلام في مصر

المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
				ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
قيادي	٧٢	1.17	.375	.031	161	.975
غير قيادي	٩١	1.16	.373			

حيث تشير بيانات الجدول السابق ، ونتائج التحليل الإحصائي باستخدام معامل اختبار (T-Test) ، إلى عدم وجود فروق نوعية ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين ، من العناصر القيادية وغير القيادية ، فيما يتعلق برؤيتهما وإدراكهما لمدى وجود توجهات ونزعات احتكارية تستهدف السيطرة على سوق صناعة الإعلام ، وتركيز ملكية وسائل الإعلام في أيدي عدد قليل من رجال الأعمال والمستثمرين في مصر ، وهي النتيجة التي تؤكد اتفاق أفراد المجموعتين بنسبة كبيرة على تزايد معدلات حدوث هذه الظاهرة ، في هذه السوق خلال السنوات الأخيرة ، وأن متغير طبيعة مستوى الخبرة والمستوى الوظيفي للمبحوثين ، لم يلعب دورا جوهريا يذكر في تباين معدلات الإدراك

جدول رقم (٢٥) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين في رؤيتهما مدى كون هذه التوجهات السوقية محاولة لتصحيح أوضاع سوق صناعة الإعلام في مصر .

المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
				ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
قيادي	٧٢	2.89-	.316	1.575	147.72	.117
غير قيادي	٩١	2.78	.554			

حيث تشير بيانات الجدول السابق إلى عدم وجود فروق نوعية بين المجموعتين ، واتفقهما بنسبة كبيرة - كم أشارت نتائج التحليل الإحصائي سابقا - على رفض هذه المقولة ، واعتبار أن زيادة النزعة والتوجهات الاحتكارية السائدة في سوق صناعة الإعلام في مصر ، محاولة لتصحيح أوضاع السوق ، حيث طرح المبحوثون مجموعة من الأسباب والرؤى والأسانيد التي يؤكدون من خلالها على صحة موقفهم ، أهمها : أن هؤلاء الملاك والمستثمرين يعدون السبب الرئيسي في حالة الفوضى التي تشهدها السوق الإعلامية ، نتيجة عدم حرصهم على دراسة السوق واحتياجاته ومشكلاته ،

وأنهم غير مدفوعين في توجهاتهم باعتباريات اقتصادية فقط ، وإنما باعتباريات سياسية واجتماعية ، هدفها تدعيم سيطرتهم على وسائل الإعلام والمجال العام ، وخدمة مصالحهم ، وكذلك لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين ، أصحاب المشروعات ، استمروا يأخذون بنفس أساليب الإدارة الإعلامية القائمة ، دون أي جهد حقيقي لتطويرها واصلاح هيكلها الإداري والتمويلية ، يضاف إلى ذلك لأن سياسة الاحتكار والتكتلات الإعلامية تؤدي في النهاية ، إلى تراجع التعددية والتنوع ، ودرجة الحرية المسموح بها ، بما يضر بصناعة الإعلام ومسئولياته الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع ، وعدم وجود تخطيط حقيقي مسبق لهذا التوجه ، وكيفية إعادة هيكلة سوق صناعة الصحافة والإعلام ، ومن ثم فإنه من المتوقع تكريس نفس الأوضاع القائمة ، وكذلك انخفاض معدلات شعور الصحفيين والإعلاميين بالاستقرار والأمان والرضا الوظيفي ، الأمر الذي يهدد بقلقل وأزمات متوقعة .

والجدول التالي يوضح ما انتهت إليه نتائج التحليل الإحصائي ، باستخدام معامل اختبار (ت) ، ومدى وجود فروق نوعية ذات دلالة احصائية بين مجموعتي القيادات الصحفية والإعلامية ،

رئيسيين يؤكدان بما لا يدع مجالا للشك على تزايد النزعة والتوجهات الاحتكارية في سوق صناعة الإعلام في مصر الأول وهو سيطرة عدد محدود من رجال الأعمال على ملكية وسائل الإعلام بأغلبها المختلفة؛ صحف مطبوعة والالكترونية وقنوات وشبكات تليفزيونية ، والثاني ويتمثل في قيام تحالفات بين هؤلاء الملاك الجدد والمستثمرين القليلين، ترتب عليها مزيد من تركيز الملكية في أيديهم ، فيما انتهت النتائج إلى تباين رؤية المجموعتين ووجود فروق ذات دلالة معنوية بينهما في بقية هذه المؤشرات ، فعلى سبيل التحديد ترى النسبة الأكبر من الصحفيين والإعلاميين ممن لا يتولون مواقع قيادية أن « احتكار عدد محدود من الشركات الإعلانية لسوق الإعلانات وتحكمها في مصادر تمويل المشروعات الصحفية والإعلامية » ، يمثل أحد أهم مؤشرات وملامح هذه النزعة الاحتكارية في سوق صناعة الإعلام في مصر ، ، يليه « التزايد المستمر في عدد الصفقات التي يتم إبرامها عاما بعد الآخر » يرى أفراد العينة ممن يتولون مواقع قيادية أن ذلك لا يحدث بدرجة كبيرة في الواقع ، وذلك بمتوسطات بلغت (٣,٣١ - ٢,٨٨) ، و (٤,٢٣ - ٣,٦٩) بين المجموعتين على التوالي ، في الوقت الذي ترى فيه النسبة الأكبر من هذه القيادات أن أهم هذه المؤشرات تتمثل في « تزايد خسائر المشروعات الصحفية والإعلامية ، التي تعمل خارج هذه التحالفات الجديدة وعدم استقرار أوضاعها » واحتكار سوق الانتاج والتسويق والتوزيع ، وتضييق هامش المنافسة السوقية بين المشروعات المندمجة ، وبين المشروعات الإعلامية الأخرى القائمة » وذلك بمتوسطات بلغت (٤,٩٤ - ٤,١٨) - (٤,٣٥ - ٣,٨٩) على التوالي ، وهي نتائج تشير في تحليلها الأخير إلى تزايد تركيز واهتمام القيادات الصحفية والإعلامية بأبعاد هذه الأزمة على المستوى الاقتصادي ، وعلى تداعياتها على مستوى حرية المنافسة السوقية بشكل يفوق بقية أفراد العينة ، وكذلك اتفاق المجموعتين على وجود مؤشرات حقيقية واضحة ، تؤكد تنامي هذه الظاهرة واتساع رقعتها في السوق المصرية .

وتشير نتائج التحليل الإحصائي باستخدام معامل اختبار (T-Test) ، حول مدى وجود فروق جوهرية ذات دلالة احصائية ، بين مجموعتي القيادات وغير القيادات ، من أفراد العينة ، من الصحفيين والإعلاميين ، بشأن رؤيتهما مدى كون هذه النزعة وهذه التوجهات يمكن أن تكون محاولة لتصحيح أوضاع السوق الإعلامية ، التي تشهد حالة من الفوضى والاضطراب ، إلى عدم وجود فروق نوعية ذات دلالة احصائية بين المجموعتين في هذا الصدد ، والجدول التالي يوضح هذه النتائج والبيانات .

وبقية أفراد المجموعة ممن لا يشغلون مواقع قيادية ، فيما يتعلق برؤيتيهما لهذه العوامل والرؤى .

جدول رقم (٢٦) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين (القيادات - غير القيادات) ، فيما يتعلق بتقديراتيها لهذه العوامل .

المتغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين يعدون السبب الرئيسي في حالة الفوضى التي تشهدها السوق الإعلامية، نتيجة عدم حرصهم على دراسة السوق واحتياجاته ومشكلاته	قيادي	٧٢	4.55	.942	2.309	137.38	.022
	غير قيادي	٩١	4.12	1.267			
لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين غير مدفوعين في توجهاتهم باعتراف اقتصادية فقط، وإنما باعتراف سياسية واجتماعية، هدفها تنمية سيطرتهم على وسائل الإعلام والمجال العام، وخدمة مصالحهم	قيادي	٧٢	4.69	.833	1.133	139	.259
	غير قيادي	٩١	4.53	.788			
لأن هؤلاء الملاك والمستثمرين، أصحاب المشروعات، استمروا بأخذ نفس أساليب الإدارة الإعلامية القائمة، دون أي جهد حقيقي لتطويرها وإصلاح هيكلها الإداري والتربوي	قيادي	٧٢	3.08	.965	-1.147	139	.253
	غير قيادي	٩١	3.27	1.034			
لأن سياسة الاحتكار والتكامل الإعلامية تؤدي في النهاية، إلى تراجع التعددية والتنوع، ودرجة الحرية المسموح بها، بما يضر بصناعة الإعلام ومستقبله الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع	قيادي	٧٢	4.09	.750	.845	133.93	.400
	غير قيادي	٩١	3.96	1.106			
عدم وجود تخطيط حقيقي مسبق لهذا التوجه، وكيفية إعادة هيكلة سوق صناعة الصحافة والإعلام، ومن ثم فإنه من المتوقع تكريس نفس الأوضاع القائمة	قيادي	٧٢	3.66	1.072	-1.782	139	.077
	غير قيادي	٩١	3.95	.872			
تجاهل الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والفكرية للصحفيين والإعلاميين العاملين في هذه المشروعات، وعدم مشاركتهم في التخطيط لها وفي رسم سياساتها، والاستغناء عن أعداد كبيرة منهم تخفيضاً للتلفات	قيادي	٧٢	3.25	1.069	-2.841	138.23	.005
	غير قيادي	٩١	3.79	1.196			
انخفاض معدلات شعور الصحفيين والإعلاميين بالاستقرار والأمان والرضا الوظيفي، الأمر الذي يهدد بظلال وأزمات متوقعة	قيادي	٧٢	4.09	.771	1.732	131.52	.086
	غير قيادي	٩١	3.81	1.193			

حيث انتهت نتائج التحليل الإحصائي - كما يبين الجدول السابق - إلى وجود قدر كبير من الاتفاق بين أفراد المجموعتين ، في تحديدهما لمعظم العوامل والأسباب ، التي تقف خلف رؤيتيهما الخاصة بكون هذه التوجهات والنزعات الاحتكارية ، لا تمثل أية محاولة لتصحيح أوضاع السوق ، في حين تباينت رؤى المجموعتين فيما يتصل بعاملين

رئيسيين فقط يتمثلان في : أن هؤلاء الملاك والمستثمرين يعدون السبب الرئيسي في حالة الفوضى التي تشهدها السوق الإعلامية، نتيجة عدم حرصهم على دراسة السوق واحتياجاته ومشكلاته ، وهو العامل الذي أشارت إليه مجموعة القيادات الصحفية والإعلامية ، بشكل يفوق نظرائهم من أفراد المجموعة الأخرى ، بمتوسطات بلغت (٤,١٢ - ٤,٥٥) بين أفراد المجموعتين على التوالي ، ثم « تجاهل الاعتبارات الاجتماعية والثقافية والفكرية للصحفيين والإعلاميين العاملين في هذه المشروعات، وعدم مشاركتهم في التخطيط لها وفي رسم سياساتها، والاستغناء عن أعداد كبيرة منهم تخفيضاً للتلفات » وهو ما أشارت إليه النسبة الأكبر من الصحفيين والإعلاميين - ممن لا يشغلون مواقع قيادية - بشكل يفوق نظرائهم ، وذلك بمتوسطات بلغت (٣,٧٩ - ٣,٢٥) على التوالي ، وهي نتيجة تشير في تحليلها الأخير إلى وجود قدر كبير من التوافق في الرؤى بين المجموعتين .

• وبالنسبة لمدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين (من يشغلون مواقع قيادية - ومن لا يشغلون مثل هذه المواقع) فيما يتعلق برؤيتيهما لمدى تأثير زيادة التوجه نحو تركيز الملكية وسياسة الاحتكارات على حالة الحريات الإعلامية ، وقيم التعددية والتنوع السائدة في المعالجات الصحفية والإعلامية ، فقد انتهت نتائج التحليل الإحصائي باستخدام معامل اختبار (ت) لقياس مدى وجود فروق نوعية بين مجموعتين ، إلى النتائج والبيانات التي يوضحها الجدول التالي .

جدول رقم (٢٧) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين القيادات الصحفية والإعلامية ، وأفراد العينة ممن لا يشغلون مواقع قيادية ، فيما يتعلق برؤيتيهما لمدى تأثير سياسة الاحتكارات على التعددية والتنوع .

المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
				ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
قيادي	٧٢	1.25	.550	.700	161	.485
غير قيادي	٩١	1.20	.401			

حيث توضح بيانات الجدول السابق أنه لا توجد أية فروق معنوية

لأهم العوامل التي تقف خلف تراجع مستوى الحريات الصحفية والإعلامية ، وتراجع قيم التعددية والتنوع السائدة .

مؤشرات إحصائية	الانحراف المعياري		المتوسط	العدد	المجموعة	المتغيرات
	ت	درجة الحرية				
.055	155.23	1.935	915	4.62	٧٢	قيادي
			1.102	4.31	٩١	غير قيادي
.296	149.99	1.049	575	4.29	٧٢	قيادي
			.969	4.16	٩١	غير قيادي
.098	157	-1.667	785	3.74	٧٢	قيادي
			.924	3.97	٩١	غير قيادي
.712	157	.370	1.231	4.09	٧٢	قيادي
			1.354	4.01	٩١	غير قيادي
.021	157	-2.325	937	3.68	٧٢	قيادي
			1.021	4.04	٩١	غير قيادي
.011	157	-2.573	953	3.32	٧٢	قيادي
			1.209	3.78	٩١	غير قيادي

ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين في هذا الصدد ، ووجود قدر كبير من الاتفاق بينهما في أن مثل هذه التوجهات والنزعات الاحتكارية من شأنها الإضرار بحرية المنافسة السوقية ، وحرية وسائل الإعلام وقيم التعددية والتنوع السائدة في معالجاتها ، لصالح سيطرة وهيمنة توجه محدد ، يعكس مصالح معينة ، لقلّة من المستثمرين والمحتكرين ، الذين يتبنون هذه التوجهات ، غير مدفوعين باعتبارات اقتصادية واستثمارية فقط ، وإنما باعتبارات سياسية وفكرية واجتماعية ، يؤمنون بها ويسعون لتكريسها ، بغض النظر عن الاعتبارات والقيم المهنية ، واعتبارات المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع .

وتوصلت نتائج اختبارات الفروض والعلاقات الإحصائية ، فيما يتعلق بمدى وجود فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين أفراد المجموعتين ، في رؤيتهما لأهم العوامل التي تقف خلف تراجع هامش الحريات الصحفية والإعلامية ، وتراجع قيم التعددية والتنوع السائدة ، في ظل سياسات التحالفات والاندماجات والنزعة الاحتكارية ، التي بدأت تسود سوق صناعة الإعلام في مصر ، إلى وجود قدر من الاتفاق والتباين بين المجموعتين في تقديراتهما لهذه العوامل ، والجدول التالي يوضح هذه النتائج .

جدول رقم (٢٨) يوضح مدى وجود فروق بين المجموعتين في رؤيتهما

بين أفراد المجموعتين في تقديراتيهما لهذه الأساليب والضمانات ، والجدول التالي يوضح هذه البيانات والنتائج على نحو أكثر تفصيلا . جدول رقم (٢٩) يوضح مدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين في رؤيتهما لأهم ضمانات حماية حرية وسائل الإعلام وقيم التعددية والتنوع السائدة بها .

المتغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
من خلال إتاحة الفرصة لكل القوى السياسية والاجتماعية للتعبير عن نفسها وعن مشروعاتها في خطابات وسائل الإعلام المختلفة	قيادي	٧٢	4.50	1.075	2.615	160.79	.010
	غير قيادي	٩١	4.01	1.312			
من خلال إتاحة الفرصة لكل أصحاب الرأي والكتاب، في التعبير عن رؤاهم وتصوراتهم، دون منع أو تقيد أو فرض محظورات معينة	قيادي	٧٢	3.81	.944	-1.958	161	.052
	غير قيادي	٩١	4.09	.890			
من خلال حماية استقلالية المحررين، وعدم تدخل الإدارة لفرض توجهاتها عليهم بما يخالف ضمائرهم	قيادي	٧٢	4.29	1.131	-.398	161	.691
	غير قيادي	٩١	4.36	1.131			
ضرورة وجود تدخل من قبل الدولة لتنظيم السوق الإعلامية، وضبط عملية المنافسة والحد من الممارسات الاحتكارية	قيادي	٧٢	3.47	1.126	1.008	160.79	.315
	غير قيادي	٩١	3.27	1.375			
ضرورة تدخل الكيانات النقابية والتنظيمية المسؤولة عن المهنة، كطرف رئيسي في هذه الصفقات، بشكل يضمن حماية حقوق الصحفيين والإعلاميين واستقلاليتهم	قيادي	٧٢	4.61	.972	2.596	160.99	.010
	غير قيادي	٩١	4.16	1.223			
تقديم عملية الالتزام بقيم وأخلاقيات الممارسة المهنية، على أية اعتبارات أخرى؛ سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية	قيادي	٧٢	3.72	.953	2.596	160.99	.010
	غير قيادي	٩١	4.00	1.193			
تخفيف القيود القانونية والإدارية والمالية اللازمة لإصدار الصحف وتأسيس المشروعات الإعلامية، لضمان وكفاءة حقوق كافة القوى السياسية والاجتماعية غير القادرة اقتصاديا على تأسيس مشروعاتها الإعلامية الخاصة	قيادي	٧٢	3.53	1.210	.284	161	.777
	غير قيادي	٩١	3.47	1.250			

حيث انتهت نتائج التحليل باستخدام معامل اختبار (ت) لقياس مدى وجود فروق نوعية بين مجموعتين ، إلى اتفاق أفراد المجموعتين بنسبة كبيرة على وجود مجموعة من الضمانات التي من شأنها حماية هوامش الحريات الصحفية والإعلامية ، وقيم التعددية والتنوع السائدة بها ، وتمثل هذه الضمانات من وجهة نظر أفراد العينة من المجموعتين في : وضع ضمانات قانونية لحماية استقلالية المحررين، وعدم تدخل الإدارة لفرض توجهاتها عليهم بما يخالف ضمائرهم ، وضرورة وجود تدخل من قبل الدولة لتنظيم السوق الإعلامية، وضبط عملية المنافسة والحد من الممارسات الاحتكارية ، وكذلك تخفيف القيود القانونية والإدارية والمالية اللازمة لإصدار الصحف وتأسيس المشروعات

حيث تشير نتائج التحليل الإحصائي باستخدام معامل اختبار (ت) لاختبار مدى وجود فروق بين مجموعتين ، إلى وجود اتفاق كبير بين المجموعتين ، فيما يتعلق بوجود مجموعة من العوامل والأسباب الرئيسية التي تقف خلف تراجع مساحة الحريات وحالة التعددية والتنوع في معالجات وخطاب وسائل الإعلام المصرية ، وتمثل هذه العوامل في : التزام هذه الصحف والوسائل الإعلامية بالدفاع عن توجهات ملاكها ومصالحهم ، في مواجهة خصومهم ومعارضهم ومنافسيهم ، ونتيجة حرص رجال الأعمال وملاك الصحف والوسائل الإعلامية على تخييب الهياكل والتنظيمات الداخلية (مجالس الإدارة - الجمعيات العمومية - مجالس التحرير)، التي تتولى إدارة شؤون هذه المشروعات على المستوى الإداري والمهني ، وهو الأمر الذي يمكنهم من تحقيق السيطرة وفرض رؤية وحيدة ، يضاف إلى ذلك أن ملاك هذه الوسائل الإعلامية هم من يقومون باختيار رؤساء تحرير الصحف ورؤساء القنوات التلفزيونية، ومن ثم يلتزم الأخيرون بتوجهاتهم وتصوراتهم، حفاظا على أوضاعهم ومكاسبهم . في حين انتهت نتائج التحليل الإحصائي إلى أن ثمة فروق نوعية ذات دلالة إحصائية بين المجموعتين في تقديرهما للعوامل الأخرى ، والتي تتمثل في : « أن ملاك الوسائل الإعلامية هم من يضعون سياسات تحريرها وليس الصحفيون والإعلاميون كما يشيع أو يعتقد البعض » ، حيث كان أفراد العينة من القيادات الصحفية والإعلامية أكثر إدراكا وتقديرا لوجود هذا العامل مقارنة بنظرائهم ، وبتوسطات بلغت « ٤,٦٢ - ٤,٣١ » بين المجموعتين على التوالي ، ثم « لعدم وجود كيان نقابي قوي ، يدافع عن قيم المهنة وأخلاقياتها واستقلاليتها، ويحمي مصالح الإعلاميين وحقوقهم في مواجهة الملاك وتدخلاتهم و» وجود قدر كبير من التداخل، والعلاقات والمصالح، بين رجال الأعمال والسلطة السياسية ، تحول دون وجود هوامش حقيقية للتعددية والتنوع في وسائل الإعلام التي يمتلكونها » وهي العوامل التي أشارت إليها النسبة الأكبر من أفراد المجموعة - ممن لا يشغلون مواقع قيادية - مقارنة بنظرائهم . وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى وجود قدر كبير من الوعي بين الصحفيين والإعلاميين بهذه الأسباب والعوامل ، رغم أية تباينات نسبية بينهما في تقدير أهمية وأوزان ومدى تأثير هذه العوامل في الواقع .

• وتوصلت نتائج التحليل الإحصائي حول مدى وجود فروق بين المجموعتين ، فيما يتعلق برؤيتهما لأهم الأساليب والضمانات التي يمكن من خلالها حماية هامش الحرية والتعددية والتنوع في معالجات وخطابات وسائل الإعلام المصرية ، إلى وجود قدر من التباين والاتفاق

التالي يوضح هذه النتائج والبيانات .
جدول رقم (٣٠)

• والجدول التالي يوضح ما سبق الإشارة إليه بأن ثمة اتفاق كبير بين أفراد المجموعتين ، حول رؤيتهما لأهم العوامل والأسباب التي يرونها تقف خلف قناعتيهما ، بكون هذه التوجهات والنزعات لا يمكن أن تؤدي إلى تطوير أوضاع المؤسسات الصحفية والإعلامية على المستويات الإدارية والمالية .

المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
				ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
قيادي	٧٢	2.32	.526	243	161	.808
غير قيادي	٩١	2.30	.641			

جدول رقم (٣١) يوضح أهم الأسباب والعوامل التي تؤكد عدم وجود ارتباط بين التوجهات والنزعات الاحتكارية السائدة في أسواق صناعة الإعلام ، وبين أية إمكانية لتطوير أوضاع هذه المؤسسات على المستوى المالي والإداري .

المتغيرات	المجموعة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	مؤشرات إحصائية		
					ت	درجة الحرية	مستوى الدلالة
لأن ملاك هذه المشروعات أبقوا على نفس أساليب ونمط الإدارة التقليدية التي كانت سائدة من قبل، وكذلك على نفس القيادات السابقة، بما يعني استمرار نفس الجود الإداري	قيادي	٧٢	3.80	1.291	-1.427	59	.159
	غير قيادي	٩١	4.22	1.017			
عدم تطوير سياسات الصحف والقنوات الإعلامية المدمجة بما يتواءم مع احتياجات سوق المنافسة ومتطلباتها	قيادي	٧٢	3.48	1.159	-1.334	59	.187
	غير قيادي	٩١	3.89	1.190			
عدم قدرة هذه المشروعات على توليد فرص استثمار إضافية نتيجة ظروف السوق وطبيعة الأزمات الاقتصادية الراهنة	قيادي	٧٢	2.92	1.706	-1.422	43.53	.162
	غير قيادي	٩١	3.50	1.342			
تؤدي سياسة الاندماج إلى تهميش أساليب الإدارة، وتهميش سياسات وسائل الإعلام، وتقليل من فرص التنوع والمفاضة الحقيقية	قيادي	٧٢	3.48	1.327	-1.057	59	.295
	غير قيادي	٩١	3.83	1.254			
عدم تجانس العنصر البشري من العاملين في المشروعات المختلفة، بما يؤدي إلى حدوث خلل في منظومة العمل وعدم استقرارها	قيادي	٧٢	2.20	1.323	-2.433	47.57	.019
	غير قيادي	٩١	3.00	1.171			
زيادة نسبة المخاطرة ، نتيجة تركيز الملكية في أيدي عدد قليل من المساهمين والملاك	قيادي	٧٢	3.40	1.323	.102	59	.919
	غير قيادي	٩١	3.36	1.552			

الإعلامية، لضمان وكفالة حقوق كافة القوى السياسية والاجتماعية غير القادرة اقتصاديا على تأسيس مشروعاتها الإعلامية الخاصة ، فيما انتهت نتائج التحليل إلى وجود ثمة تباينات وفروق نوعية ذات دلالة احصائية بين أفراد العينة من المجموعتين ، في تقديراتيهما للعوامل الأخرى ، حيث تشير النتائج إلى أن أفراد العينة من القيادات الصحفية والإعلامية ، قد ذكروا أن هناك مجموعة من الأساليب والضمانات الأخرى أهمها « إتاحة الفرصة لكل القوى السياسية والاجتماعية للتعبير عن نفسها وعن مشروعاتها في خطابات وسائل الإعلام المختلفة » ، يمثل أحد الضمانات الرئيسية لذلك بنسبة أكبر من نظرائهم ، ومتوسطات بلغت (٤,٥٠ - ٤,٠١) بين أفراد المجموعتين على التوالي ، وكذلك « ضرورة تدخل الكيانات النقابية والتنظيمية المسؤولة عن المهنة، كطرف رئيسي في هذه الصفقات، بشكل يضمن حماية حقوق الصحفيين والإعلاميين واستقلاليتهم » ، متوسطات بلغت (٤,٦١ - ٤,١٦) على التوالي ، في حين أشار فيه أفراد العينة ممن لا يشغلون مواقع قيادية إلى أن أهم هذه الضمانات الأخرى يتمثل في « إتاحة الفرصة لكل أصحاب الرأي والكتاب، في التعبير عن رؤاهم وتصوراتهم، دون منع أو تقييد أو فرض محظورات معينة » متوسطات بلغت (٤,٠٩ - ٣,٨١) بين أفراد المجموعتين على التوالي ، ثم « تقديم عملية الالتزام بقيم وأخلاقيات الممارسة المهنية، على أية اعتبارات أخرى؛ سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية » ، متوسطات بلغت (٤,٠٠ - ٣,٧٢) ، بين أفراد المجموعتين على التوالي ، وهي نتائج تشير في تحليلها الأخير إلى تركيز أفراد العينة من القيادات الإعلامية والصحفية على الجوانب والاعتبارات السياسية والتنظيمية والنقابية في حماية حالة الحريات الصحفية والإعلامية ، في الوقت الذي يركز فيه أفراد العينة - من غير القيادات - على اعتبارات حرية الرأي والتعبير المكفولة دستوريا وقانونيا ، وعلى الاعتبارات المنهية والأخلاقية التي تحكم هذه المهنة ، جنبا إلى جنب مع الآليات والضمانات الأخرى التي اتفق عليها أفراد العينة من المجموعتين ، والسابق الإشارة إليها .

• وانتهت نتائج التحليل الاحصائي ، فيما يتعلق بمدى وجود فروق نوعية بين المجموعتين في رؤيتهما ، ومدى إمكانية أن تؤدي مثل هذه التوجهات والنزعات الاحتكارية ، وتركيز ملكية وسائل الإعلام في أيدي قلة من المستثمرين ، إلى تطوير أوضاع هذه المؤسسات الصحفية والإعلامية على المستويات الإدارية والمالية ، إلى عدم وجود أية فروق نوعية ذات دلالة احصائية بين مجموعتي القيادات الصحفية والإعلامية ، وبقية أفراد العينة - ممن لا يشغلون أية مواقع قيادية . والجدول

سوق صناعة الإعلام في مصر، وأن ثمة مؤشرات واضحة تؤكد على ذلك، وتتمثل هذه المؤشرات في « سيطرة عدد محدود من رجال الأعمال على ملكية وسائل الإعلام بأتماطها المختلفة؛ صحف مطبوعة والإلكترونية وقنوات وشبكات تليفزيونية » وكذلك « قيام تحالفات بين هؤلاء الملاك الجدد والمستثمرين القليلين المسيطرين على صناعة الإعلام، ترتب عليها مزيد من تركيز الملكية في أيديهم إضافة إلى « احتكار عدد محدود من الشركات الإعلانية لسوق الإعلانات، وتحكمها في مصادر تمويل المشروعات الصحفية والإعلامية ثم « احتكار سوق الانتاج والتسويق والتوزيع، وتضييق هامش المنافسة السوقية بين المشروعات المندمجة، وبين المشروعات الإعلامية الأخرى القائمة »، وكذلك» التزايد المستمر في عدد الصفقات التي يتم إبرامها عاما بعد الآخر «، وأخيرا « تزايد خسائر المشروعات الصحفية والإعلامية التي تعمل خارج هذه التحالفات الجديدة وعدم استقرار أوضاعها » وهي نتيجة تتفق مع معظم الدراسات السابقة التي تم استعراضها، وتتفق مع فرضية رئيسية من فرضيات نظرية المنافسة السوقية، والتي تفترض أن حرية السوق وحرية المنافسة تمكن المؤسسات والمشروعات الاقتصادية الأكثر قدرة والأكثر تنظيما من تحقيق السيطرة على السوق وفرض تصوراتها.

- وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى أن أفراد العينة من الإعلاميين العاملين في القنوات الفضائية الخاصة، أكثر إدراكا لحدوث مثل هذه التوجهات والنزعات الإحتكارية في سوق صناعة الإعلام، مقارنة بالصحفيين، وأنهم أكثر رفضا لكون مثل هذه التوجهات الإحتكارية، محاولة لإعادة تخطيط السوق وتنظيمها، بعد حالة الفوضى والعشوائية التي شهدتها ومازالت تشهدها حتى الآن، وهي نتيجة تتسق بشكل كبير مع زيادة حدة هذه التحولات والنزعات الإحتكارية في إطار صناعة الإعلامي التليفزيوني الفضائي والوكالات الإعلانية، واتجاه كثير من القنوات والشبكات لتطبيق سياسة الإندماج، وتغيير هيكلها الإدارية والمالية، وكذلك لوجود حالة من الإضطراب وعدم الإستقرار بين العاملين، نتيجة عدم قدرتهم على توقع سياسات الإدارة الجديدة، والملاك الجدد، وهي ظواهر تبدو أكثر وضوحا حتى الآن في القنوات الفضائية

حيث تشير بيانات ونتائج الجدول السابق إلى أن أفراد العينة من المجموعتين، قد اتفقوا على أن ثمة عوامل وضحة ومحددة تقف وراء ذلك، وتتمثل هذه العوامل في: زيادة نسبة المخاطرة، نتيجة تركيز الملكية في أيدي عدد قليل من المساهمين والملاك، ولأن ملاك هذه المشروعات أبقوا على نفس أساليب ومط الإدارة التقليدية التي كانت سائدة من قبل، وكذلك على نفس القيادات السابقة، بما يعني استمرار نفس الجمود الإداري، وعدم تطوير سياسات الصحف والقنوات الإعلامية المدمجة، مما يتلاءم مع احتياجات سوق المنافسة ومتطلباتها، وكذلك لأن سياسة الإندماج وتركيز الملكية تؤدي إلى تنميط أساليب الإدارة، وتنميط سياسات وسائل الإعلام، وتقلل من فرص التعددية والتنوع والمنافسة الحقيقية، يضاف إلى ذلك عدم قدرة هذه المشروعات على توليد فرص استثمار إضافية نتيجة ظروف السوق وطبيعة الأزمة الاقتصادية الراهنة، وهي نتائج ومؤشرات تؤكد على ما سبق أن انتهينا إليه من قبل، حول وجود كثير من التخوفات، ومظاهر القلق والترقب لدى شريحة كبيرة من الصحفيين، نتيجة تزايد هذه التوجهات، وعدم الاطمئنان إلى تداعياتها وتأثيراتها على طبيعة الصناعة ذاتها، وعلى حرية أسواق المنافسة السائدة وضماناتها، وكذلك على مهنتهم وأوضاعهم، ومركزهم الاجتماعية والقانونية التي حققوها، وهي تخوفات لا بد من احترامها وتفهمها في ضوء كثير من المؤشرات السلبية، التي تؤكد على صدق هذه التخوفات والقلق.

خاتمة الدراسة ومناقشة النتائج في ضوء منطلقات النظرية المستخدمة ونتائج الدراسات السابقة:

انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج شديدة الأهمية، والتي تؤكد بما لا يدع مجالا للشك أن سوق صناعة الصحافة والإعلام في مصر تشهد مجموعة من التحولات الجذرية في أتماط ملكية وسائل الإعلام وفي أساليب تنظيمها وإدارتها وفي سياساتها المالية والإدارية، ولعل أبرز هذه النتائج ما يلي:

- فقد انتهت نتائج الدراسة الميدانية وتحليلاتها الإحصائية، إلى أن النسبة الغالبة من أفراد عينة الدراسة - من الصحفيين والإعلاميين معا - والتي بلغت ٨٣,٤% من إجمالي العينة، قد ذكرت أنها تدرك وبدرجة كبيرة وجود نزعات إحتكارية لدى بعض ملاك الصحف والقنوات الفضائية الخاصة من رجال الأعمال، تسهم بشكل كبير في زيادة التحولات التي شهدتها

الإحتكارية محكومة في الأساس بدوافع واعتبارات تجارية واستثمارية، ودوافع واعتبارات سياسية واجتماعية، قوامها التعبير عن مصالح الملاك وتوجهاتهم السياسية والفكرية والاجتماعية، وليست محكومة بدوافع إصلاحية، تستهدف إعادة تنظيم سوق هذه الصناعة وضبطها، وهو الأمر الذي رفضته النسبة الغالبة من أفراد العينة، مؤكدين أن هذه التوجهات غير مخططة بدقة، وأنها ستكون سببا في مزيد من الأزمات والاضطرابات، التي ربما تشهدها صناعة الإعلام، إضافة إلى كونها محاولة حقيقية مخططة للسيطرة على سوق صناعة الإعلام، وتقليص مساحة وهوامش المنافسة السائدة بها، وكذلك تقييد حرية وسائل الإعلام وتضييق هامش التعددية والتنوع بها. وهي نتيجة تتفق مع كثير من نتائج الدراسات السابقة التي تؤكد على أن هيمنة عدد قليل من المستثمرين ورجال الأعمال على ملكية وسائل الإعلام، يؤدي في النهاية إلى تركيز النزعة الإحتكارية، وفرض قيود صارمة على حرية المنافسة، وعلى تعددية وسائل الإعلام وتنوعها، وهو الأمر الذي يضر بمسئوليتها الاجتماعية والمهنية، لصالح الاعتبارات الاقتصادية والمالية والسياسية الأخرى.

كما انتهت النتائج إلى اتفاق النسبة الغالبة من المبحوثين على أن تزايد التوجه نحو سياسة الإندماج وتركيز الملكية في أيدي عدد قليل من رجال الأعمال والمستثمرين قد أدى إلى تراجع هامش التعددية والتنوع في الممارسة الإعلامية، وإن جاءت قناعاتهم حول هذا الأمر متباينة نسبيا في شدتها، وهي النتيجة التي تتسق بشكل كبير مع واقع ممارسات هذه الوسائل الإعلامية، والتحولات التي بدأت تشهدها في سياساتها والقيم والمعايير الحاكمة لها، حيث تؤكد نتائج الدراسات ومؤشرات الواقع الفعلي، أن معظم وسائل الإعلام الخاصة، التي كان يفترض بها إبان مراحل نشأتها وتطورها، أن تكون طريقا ثالثا بين الصحف ووسائل الإعلام القومية المملوكة للدولة، وبين نظيراتها المملوكة للأحزاب السياسية، وأن تكون معبرا عن مشكلات الجماهير وهمومها في مواجهة السلطة، وفي مواجهة جماعات المصالح، وأن تعبر عن كافة القوى السياسية والفكرية والاجتماعية السائدة، وأن تدعم حالة التعددية والتنوع السائدة في المجتمع، سرعان

وصناعة الإعلام المرئي، مقارنة بالصحافة المطبوعة والإلكترونية. وهي نتيجة تتفق مع نتائج معظم الدراسات السابقة التي أكدت أن زيادة التوجه نحو الأخذ بسياسة الإندماج وتركيز الملكية يؤدي إلى تراجع معدلات الرضا الوظيفي لدى العاملين في المؤسسات الإعلامية نتيجة لعدم شعورهم بالاستقرار وتزايد حدة قلقهم من سياسات الإدارة الجديدة.

-وتشير نتائج الدراسة في تحليلها الأخير، إلى وجود قدر كبير من الاتفاق بين المجموعتين - أفراد عينة البحث - فيما يتعلق برؤيتهما لأهم الأسانيد والمنطلقات والشواهد الموضوعية الدالة على غلبة النزعة الإحتكارية، لدى عدد من رجال الأعمال والمستثمرين في المجال الإعلامي، وأن هذه النزعة يغلب عليها الطابع السلبي لمفهوم الإحتكار والإندماجات والتكتلات، وليس الجانب الإيجابي، حيث اتفق أفراد العينة من الجانبين على وجود أربعة أسانيد رئيسية قد حظيت بنفس المراتب الأولى المتقدمة لديهما، وإن اختلفت أوزانها النسبية، وقد تمثلت هذه الأسانيد والمنطلقات في: « أن هؤلاء الملاك والمستثمرين غيرمدفوعين في توجهاتهم باعتبارات اقتصادية فقط، وإنما باعتبارات سياسية واجتماعية، هدفها تدعيم سيطرتهم على وسائل الإعلام والمجال العام، وخدمة مصالحهم»، يليها « أن هؤلاء الملاك والمستثمرين يعدون السبب الرئيسي في حالة الفوضى التي تشهدها السوق الإعلامية، نتيجة عدم حرصهم على دراسة السوق واحتياجاته ومشكلاته» ثم « لأن سياسة الاحتكار والتكتلات الإعلامية تؤدي في النهاية، إلى تراجع التعددية والتنوع، ودرجة الحرية المسموح بها، مما يضر بصناعة الإعلام ومسئوليته الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع»، يليها « انخفاض معدلات شعور الصحفيين والإعلاميين بالاستقرار والأمان والرضا الوظيفي، الأمر الذي يهدد بقلقل وأزمات متوقعة»، ثم « عدم وجود تخطيط حقيقي مسبق لهذا التوجه، وكيفية إعادة هيكلة سوق صناعة الصحافة والإعلام، ومن ثم فإنه من المتوقع تكريس نفس الأوضاع القائمة»، وهي نتائج تشير إلى أن ثمة قناعات كبيرة وواضحة، وثمة اتفاق كبير بين الصحفيين والإعلاميين - من العاملين في الصحف والقنوات الفضائية الخاصة - على أن هذه التوجهات والنزعات

في مثل هذه الصفقات ، بهدف حماية أوضاع العاملين بالصحف والفنونات التي تخضع للدمج ، والرقابة عليها ، وكذلك من خلال وضع ضوابط قانونية ولائحية تكفل حماية استقلالية الصحفيين والإعلاميين ، في مواجهة ضغوط الإدارة وضغوط ملاك الوسائل الإعلامية، وكذلك إتاحة الفرصة أمام كافة القوى السياسية والاجتماعية والقوى الفكرية السائدة في المجتمع ، للتعبير عن نفسها وبرامجها بعدالة في محتوى وسائل الإعلام ، وكذلك إتاحة الفرصة أمام كتاب الرأي والمثقفين والمفكرين للتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم دون تضييق أو تقييد ، تأتي في مقدمة هذه الوسائل والأساليب التي يمكن من خلالها حماية حرية وسائل الإعلام واستقلاليتها ، ودعم تعددية محتوى هذه الوسائل وتنوعه ، ثم يأتي بعد ذلك بعض الوسائل والأساليب الأخرى مثل « ضرورة تدخل الدولة في الحد من ظاهرة الاحتكارات وتقييد حرية سوق المنافسة من خلال تطبيق القوانين والتشريعات الموجودة فعلا » ، وكذلك من خلال « ضرورة التزام الإعلاميين وقيادات والقنوات والصحف التي يعملون بها ، ويتولون شئونها ، بأخلاقيات وقيم الممارسة المهنية ، وضوابط واعتبارات المسؤولية الاجتماعية تجاه الجمهور وقضايا المجتمع ، وعدم تغليب الاعتبارات السياسية والمالية ، مع ضرورة عدم تدخل الدولة في شئون المؤسسات الصحفية والإعلامية ، وتوجيه سياساتها التحريرية وممارسة كافة أشكال التقييد عليها ، وهي تصورات ورؤى لو تم الأخذ بها ، فإنه من المؤكد أن حال مؤسساتنا الصحفية والإعلامية سوف يتغير كثيرا ، في اتجاه يضمن لها إعادة الاعتبار لسمعتها ومصداقيتها وتأثيرها ودورها الريادي في المجتمع .

-وتشير النتائج في تحليلها الأخير، إلى أن ثمة قناعات واضحة لدى قطاع كبير من أفراد العينة ، بأن هذه التوجهات - رغم كونها تؤثر سلبا على استقلالية وسائل الإعلام وحريتها ، وعلى قيم التعددية والتنوع السائدة بها - إلا أنها في الجانب الآخر يمكن أن تؤدي إلى إعادة هيكلة هذه الوسائل وضبط أدائها الإداري والمالي ، في ضوء تزايد خسائرها ، وانخفاض معدلات أرباحها ، وما لا يتفق معهم فيه الباحث لعدة اعتبارات : الأول : أن صناعة الإعلام مشروع ثقافي واجتماعي في المقام الأول ، ومن ثم فإن

ما تحولت خلال فترة زمنية قصيرة من تاريخ نشأتها ، إلى أدوات وقنوات تعبر عن مصالح ملاكها وتوجهاتهم ، على حساب قيم ومعايير المسؤولية المهنية ، الأمر الذي أدى بهذه الوسائل في نهاية الأمر ، إلى فقدان مصداقيتها وتأثيرها ، وانصراف الجمهور عنها . -وانتهت نتائج الدراسة إلى أن أفراد العينة من الصحفيين والإعلاميين ، قد أشاروا إلى أن هناك مجموعة من الأساليب والرؤى التي يمكن من خلالها حماية قيم التعددية والتنوع السائدة في معالجات الصحف ووسائل الإعلام التي يعملون بها ، يأتي في مقدمتها « ضرورة تدخل الكيانات النقابية والتنظيمية المسؤولة عن المهنة ، كطرف رئيسي في هذه الصفقات، بشكل يضمن حماية حقوق الصحفيين والإعلاميين واستقلاليتهم » ، يليها « من خلال وضع ضوابط قانونية لحماية استقلالية المحررين، وعدم تدخل الإدارة لفرض توجهاتها عليهم بما يخالف ضمائرهم » ، ثم « من خلال إتاحة الفرصة لكل القوى السياسية والاجتماعية للتعبير عن نفسها وعن مشروعاتها في خطابات ووسائل الإعلام المختلفة » ، يليه « من خلال إتاحة الفرصة لكل أصحاب الرأي والكتاب، في التعبير عن رؤاهم وتصوراتهم، دون منع أو تقييد أو فرض محظورات معينة » ، ثم « تقديم عملية الالتزام بقيم وأخلاقيات الممارسة المهنية، على أية اعتبارات أخرى؛ سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية » ، يليه « تخفيف القيود القانونية والإدارية والمالية اللازمة لإصدار الصحف وتأسيس المشروعات الإعلامية، لضمان وكفالة حقوق كافة القوى السياسية والاجتماعية غير القادرة اقتصاديا على تأسيس مشروعاتها الإعلامية الخاصة » ، وأخيرا « ضرورة وجود تدخل من قبل الدولة لتنظيم السوق الإعلامية، وضبط عملية المنافسة والحد من الممارسات الاحتكارية » ، بوزن نسبي بلغ ٦٠٪ .

-وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى وجود قدر كبير من الاتفاق بين المجموعتين في تحديد أولويات هذه الأساليب والرؤى ، التي يمكن الإستناد إليها في مواجهة مثل هذه المخاطر والتداعيات السلبية لظاهرة تركيز الملكية وزيادة التوجه نحو الاندماجات والتكتلات الإعلامية ، حيث أعتبرت المجموعتان أن تدخل التنظيمات النقابية ، والاتحادات والمجالس الممثلة للدولة ، طرفا

تطوير سياسات واستراتيجيات وسائل الإعلام، وربطها باحتياجات السوق ومتطلبات المنافسة القائمة»، يرى أفراد العينة من العاملين في القنوات الفضائية الخاصة أن هذه المؤشرات والملامح يأتي في مقدمتها: «من خلال تطوير سياسات واستراتيجيات وسائل الإعلام، وربطها باحتياجات السوق ومتطلبات المنافسة القائمة»، يليه «إعادة تخطيط السوق والاستحواذ على النصيب الأكبر منه، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات المتحققة من الإعلانات والتسويق»، ثم «تعظيم الاستفادة من عناصر الإنتاج المختلفة، في خدمة وتلبية متطلبات العمل بمختلف المشروعات المندمجة» ، يليه «من خلال تعظيم الاستفادة من العنصر البشري الموجود، وتوجيهه لتلبية احتياجات كافة هذه المشروعات ومتطلبات العمل بها» ثم «تطوير أساليب تنظيم العمل وتطوير نمط الإدارة السائدة»، وهي مؤشرات مهما تباينت في أوزانها وفي معدلات تحققها في الواقع، تؤكد بما لا يدع مجالاً للشك - وفقاً لرؤية وتصورات أفراد العينة من المجموعتين - أن هناك محاولات وجهود حقيقية واضحة تبذلها إدارات هذه المؤسسات الصحفية والإعلامية الخاصة، لإصلاح هيكلها الإدارية والمالية وتطويرها، وهي الجهود التي لا نرفضها أو نقلل من أهميتها، بقدر ما نحفظ على مسألة اعتبارها الأهداف والأولويات الرئيسية لهذه الإدارات والمشروعات، على حساب الإعتبارات المهنية، واعتبارات المسؤولية الاجتماعية لهذه المؤسسات تجاه الجمهور وقضايا المجتمع، كما أسلفنا سابقاً

- وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى وجود قدر من التوافق النسبي الواضح بين أفراد المجموعتين، فيما يتعلق برؤيتهما لأهم الأسباب والعوامل، التي تقف خلف قناعاتهم بأن زيادة التوجهات والنزعات الإحتكارية التي أصبحت تهيمن على سوق صناعة الإعلام في مصر، لا يمكن أن تؤدي إلى إصلاح أوضاع هذه الصناعة، وتطوير أوضاع هذه المؤسسات ماليا وإداريا ومهنيا، حيث اتفق أفراد العينة من المجموعتين على أن أهم الأسباب التي تقف خلف ذلك تتمثل في «أن ملاك هذه المشروعات أبقوا على نفس أساليب ومط الإدارة التقليدية التي كانت سائدة من قبل، وكذلك على نفس القيادات السابقة،

مفهوم الربح واعتبارات تعظيم الإيرادات يجب أن لا تقدم على غيرها من الإعتبارات الأخرى، ثانياً: أن مسألة الفصل بين ما هو إعلامي ومهني، وبين ما هو اقتصادي وإداري، توجه تجاوزته ممارسات كل رجال الإدارة ونظرياتها الحديثة في كل دول المتقدم، بل إنهم على العكس من ذلك يعتبرون أن تكامل هذه الجوانب التي تمثل عناصر الصناعة المختلفة، هو أحد أهم سبل تطويرها وإعادة هيكلتها.

- حيث انتهت نتائج الدراسة إلى أن أفراد عينة الدراسة من الصحفيين والإعلاميين قد أشاروا إلى وجود مجموعة متعددة ومتنوعة من مؤشرات وملامح التطوير المالي والإداري يأتي في مقدمتها: «من خلال الحرص على تطوير أساليب تنظيم العمل وتطوير نمط الإدارة السائدة»، يليها «تعظيم الاستفادة من عناصر الإنتاج المختلفة، في خدمة وتلبية متطلبات العمل بمختلف المشروعات المندمجة»، ثم «تعزيز القدرات المالية والاستثمارية للمشروعات الإعلامية المدمجة، مما يؤدي إلى زيادة قدرتها على مواجهة مخاطر وتقلبات السوق»، يليها «من خلال تطوير سياسات واستراتيجيات وسائل الإعلام، وربطها باحتياجات السوق ومتطلبات المنافسة القائمة»، ثم «من خلال تعظيم الاستفادة من العنصر البشري الموجود، وتوجيهه لتلبية احتياجات كافة هذه المشروعات ومتطلبات العمل بها»، وأخيراً «إعادة تخطيط السوق والاستحواذ على النصيب الأكبر منه، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات المتحققة من الإعلانات والتسويق».

- وتشير النتائج في تحليلها الأخير إلى وجود قدر من التباين في رؤية أفراد المجموعتين لأهم ملامح الإصلاح المالي والإداري التي بدأت تشهدها هذه المؤسسات والمشروعات التي يعملون بها، ففي الوقت الذي يرى فيه أفراد العينة من الصحفيين أن هذه المؤشرات يأتي في مقدمتها «تطوير أساليب تنظيم العمل وتطوير نمط الإدارة السائدة»، ثم «تعظيم الاستفادة من عناصر الإنتاج المختلفة، في خدمة وتلبية متطلبات العمل بمختلف المشروعات المندمجة»، ثم «تعزيز القدرات المالية والاستثمارية للمشروعات الإعلامية المدمجة، مما يؤدي إلى زيادة قدرتها على مواجهة مخاطر وتقلبات السوق»، يليها «

5- Azmat Rasul & Stephen D. McDowell : Consolidation in the Name of Regulation:

The Pakistan Electronic Media Regulatory Authority (PEMRA) and the

Concentration of Media Ownership in Pakistan , Global Media Journal . Volume 12, Issue 20 , Spring 2012

6- Azmat Rasul and Jennifer M. Proffitt : Diversity or homogeny: concentration of ownership and media diversity in Pakistan , Asian Journal of Communication, 2014 , Vol. 27, No. 10, 590_604

7- Toby D. Couture : Without Favour: The Concentration of Ownership in New Brunswick's Print Media Industry

Canadian Journal of Communication Vol38 (2013) 5781-

8- John O. Omachonu and Kevin Healey : Media Concentration and Minority Ownership: The Intersection of Ellul and Habermas , Journal of Mass Media Ethics, 24:90-109, 2009 .

9- Eli Noam, Media Ownership and Concentration in America , Reviewed by Benjamin M. Compaine , Journal of Media Economics, 23:180-185, 2010 .

10- SUNE TJERNSTRÖM : Ownership Concentration in the TV Industry - A Case Study on the Limitations of Media Policy , Nordicom Review 28 (2007) 1, pp. 7793-

11- Ping-Hung Chen : Who Owns Cable Television? Media Ownership Concentration in Taiwan , THE JOURNAL OF MEDIA ECONOMICS, 15, 2014(1), 41-55 .

12- Ben Scott : Profiteers, Pundits, and the Public Interest: The 2003 Congressional Fight Over Media Ownership , http://hraunfoss.fcc.gov/edocs_public/attachmatch/FCC-03127-A7.pdf, 2004

13- 26-Rene Chen and Stephen Lacy, The Impact of News Room Investment on Newspaper Revenues and Profits, 1998 to 2002, Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 82, No. 3, 2005, pp. 516532-

14-Wilson Lowery, Commitment to Newspaper- TV

بما يعني استمرار نفس الجمود الإداري » ، ثم نتيجة لعدم تطوير سياسات الصحف والقنوات الإعلامية المدمجة ، بما يتلاءم مع احتياجات سوق المنافسة ومتطلباتها « يليه « لأن سياسات الإدماج والتكتلات المطبقة تؤدي إلى تنميط أساليب الإدارة ، وتنميط سياسات وسائل الإعلام، وتقلل من فرص التعددية والتنوع والمنافسة الحقيقية » ، وهو ما اتفق عليه أفراد العينة من المجموعتين بنسب متفاوتة ، إضافة إلى تأكيدهما على أهمية العوامل والأسباب الأخرى التي سبق الإشارة إليها ، مثل عدم قدرة هذه المشروعات على توليد استثمارات إضافية ، نتيجة الأوضاع والأزمات المالية المستمرة » ، وكذلك تزايد معدلات ونسب المخاطرة التي قد تتعرض لها هذه المشروعات ، نتيجة تركيز ملكيتها في أيدي عدد قليل من رجال الأعمال ، سواء كانت هذه المخاطر مخاطر اقتصادية ، قد يترتب عليها إغلاق أو تعطيل بعض هذه المشروعات ، أو مخاطر مهنية ، تتمثل في فرض رؤية معينة ، وتوجهات معينة ، ومصالح معينة ، على حساب التعددية والتنوع ، وعلى حساب حرية وسائل الإعلام واستقلاليتها المفترضة .

مصادر الدراسة ومراجعتها :

1- Micheal Parenty : monopoly media manipulation , Mediterranean Quarterly, Volume 13, Number 2, Spring 2012, pp. 5666-

2- Vaclav Stetka: From Multinationals to Business Tycoons : Media Ownership and Journalistic Autonomy in Central and Eastern Europe , The International Journal of Press/Politics ,2016

3- Laura Beth Daws : Media Monopoly: Understanding Vertical and Horizontal Integration, newspaper & Communication research journal Vol. 27, No.8, October 2014, pp. 148_152

4- Russ Maloney : 500 Channels and No Choice: How Media Companies Support the Status Quo , Review of Communication, Vol. 5, Nos. 2-3, April-July 2015, pp. 119-127

Governance:

- A Reform Agenda in Latin America and the Caribbean ,
A Project of the Inter-American Dialogue, 2008
- 26- Daniela Stockmann*Leiden University : Media
Commercialization under Authoritarianism:
Does Regime Type Matter for Liberalization? Prepared for
delivery at the 2009 Annual Meeting of the
Midwest Political Science Association, Chicago, Illinois,
April 12009 ,5-
- 27- Arne Hintz: Media and Democratization – Experiences
from Eastern Europe, Turkey and Pakistan
An Introduction by Arne Hintz – McGill University,
Montreal, and
Central European University, Budapest , 2010
- 28- Elizabeth Fox and Silvio Waisbord : Latin American
Media:
A Long View of Politics and Markets , 2010
- 9- Asia Insight : Changing Channels: Asia's Shifting Media
Mix , June 2010
- 29 -Nyamnjoh , : Media Practices and Trends in West Africa
An Overview of Current Media Practices and Trends in West
Africa:
A Case Study Analysis of the Media of Ghana and Nigeria
, 2007
- 30- Cowan, Geoffrey & David Westphal (2010) : Can
Public Policy Save the News ?The Uncertain History and
Future of Public Service Journalism
- 31 - Herman Wasserman , Shakuntala Rao : Media
Globalization and Journalism Ethics: A View from the South
, Paper to be presented at the International Communication
Association conference in
Dresden, Germany, June 2006.
- 32 - Rick Edmonds : Change to Believe In? How Trade

- Partnering: A Test of the Impact of Institutional Isomorphism,
Journalism and Mass Communication Quarterly, Vol. 82,
2005.
- 15- 27- Shelly Rodgers, Internet Sponsorship Blur Bounds,
Hurt E-Newspaper Credibility, Available at: <http://aeJmc.org/Release/?p=2007>.
- 1629-- Association for education In Journalism and
Mass communication, Media Management, and Economic-
the Annual Report, Available at: <http://aeJmc.org/enevts/convention/abstracts/2007>.
- 17- Fred Fletcher , THE FUTURE OF NEWS IN THE
DIGITAL ERA ,July 7, 2007
- 18- محرز حسين غالي : اتجاهات النخب الصحفية المصرية نحو
مستقبل صناعة الصحافة في مصر خلال العقدين القادمين ، دكتوراه
، منشورة ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، 2008 .
- 19- Robert W. Machesney: The U.S. Media Reform
Movement: Going Forward, 2008 ,<http://www.monthlyreview.org/080915mccchesney.php>
- 20- Tuen-yu Lau , Katie Look ; Department of
Communication
University of Washington : Cross media ownership: An
analysis of regulations and practices in Australia, Hong Kong
and Singapore ,2010
- 21- James M. Ferguson : Daily Newspaper Advertising
Rates, Local Media Cross-Ownership, Newspaper Chains, and
Media Competition ,
<http://www.jstor.org/stable/725040> .Accessed: 062011/08/
- 22- Jinbong Choi : (University of Minnesota) Public
Journalism in Cyberspace: A Korean Case Study ,2004
- 23- Igor Filatotchev , Björn Jindra :Ownership Structure,
Strategic Controls and Exporting of Foreign-Invested Firms in
Transition Economies ,2006
- 24- Angelika W. Wyka (Frankfurt) : BERLUSCONIZATION
OF THE MASS MEDIA IN EAST CENTRAL EUROPE
The New Danger of Italianization? 2006
- 25- Roberto Saba - Genaro Arriagada : Media and

- 41- Benet lance: Making Journalistic Independence: official Dominance and Rule of product substitution in Swedish press coverage, 2009. at www.allacademic.com
- 36- Charles chowa: Individual and organizational Determinates, Management science, vol 52, feb, 2006, p1& 4g.
- 42- Daniel Chomsky: An Interested Reader: measuring ownership control at the new york time, paper presented at the annual meeting of the western political science association, 2004, at all.Academic.com
- 43 bdwin Locke: work Motivation and satisfaction, Chicago, Rand Mc, 1990.
- 44- George sylive and Sonia Haug: Decision-Making by news paper Editor: understanding values and change paper. Presented at the annual meeting of the international comm., association, Germany, 2006.
- 45-Robert Myers: Motivation and job satisfaction, management Decision, vol 36, march, 2008.
- 46-Teltand Meyer: Job satisfaction, organizational commitment, turnover Intention, Journal of Applied psychology vol 92, 2007.
- 80)Thomas Hanitz: Modeling perceived influences on journalism: Evidence from across National survey of Journalists, paper presented at the annual meeting of the International comm. Association, Chicago, 2009.
- 47-Brian Mussey and Tonni Haas: Does Making Journalism Mor public Make a Difference? A critical Review of Evaluative Research on public Journalism. J& Mass comm.. Quarterly, vol. 79, No. 3, 2002.
- 48-chin-chuan lee and Yu Haug: Chinese party publicity inc, conglomerated: the case of the shevzhen press group. Paper presented at the annual meeting of the international comm., association, Germany, 2006. at: www.Allacademic.com
- 49-Courteny Radsch: speaking truth to power: The Changing Role of Journalism In Egypt. Paper presented at the annual meeting of the international studies, association, Chicago, 2010.
- Press Portrayed the Creation and Popularity of USA Today ,2009
- 33 - Xi Chen : Media, Market, and Politics in China , ” Journal of Comparative Asian Development, 5, no. 1. (Spring 2006): 4964-.
- 34 - Zhang, X. : DANCING WITH HANDS CUFFED MEDIA COMMERCIALIZATION AND POLITICAL DEVELOPMENT IN CHINA
- 35- Robert W. McChesney : The U.S. Media Reform Movement
Going Forward , monthly review ,September 2008 Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/10.1086209640/>
- 36 - Donald R. Glover and Karen L. Hetland : The Effects of Circulation and Advertising Rates on Newspaper Advertising Linage: A Pilot Study ,
<http://www.jstor.org/stable/4188161> .Accessed: 062011/08/10:52Your
- 37- Randal Beam, Organizational Goals and Priorities and Job Satisfaction of U.S. Journalists, Journalism and Mass Communication Quarterly, Spring 2006, pp. 169182- No. 3, Autumn 2005, p. 495.
- 38-. Edward Fee and Charles J. Hadlock: Management Turnover and Product Market Competition: Empirical Evidence from the U.S. Newspaper Industry Source: The Journal of Business, Vol. 73, No. 2 (April 2000), pp. 205243-Published by: The University of Chicago Press Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/10.1086209640/>
- .39 - Tara S. Nair: Growth and Structural Transformation of Newspaper Industry in India: An Empirical Investigation: Economic and Political Weekly, Vol. 38, No. 39 (Sep. 27 - Oct. 3, 2003), pp. 41824189-Published by: Economic and Political Weekly Stable URL: <http://www.jstor.org/stable/4414083> .Accessed: 0611 2011/08/:
- 40- Wilson Lowery, Commitment to Newspaper-TV Partnering: A Test of the Impact of Institutional Isomorphism, Journalism and Mass Communication

conference papers at: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa,1999>
58-----:The cultural Transformation of U.S. Newspaper: A comparison of Management and Rand and file attitudes toward a conceptual model of organizational development, Aejmc conference papers, At: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa,2001>.

59-Randal A. Beam the characteristics of market – oriented daily newspaper, Aejmc conference papers 1999, at: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>.

60-----: Does it pay to be a market – oriented Daily Newspaper?, J& mass comm.. Q. vol, 78, No.3, 2001.

38- Richard gross & Patricia A. Curtin and Galen Cameron: Diversity Efforts in the Newsroom. Doing the Right thing or just a case of show me the money, Aejmc conference papers. At: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa>

61-Risto Kunelius & Laura Rusunoksa: professional Imagination in newspaper newsroom, paper presented at the annual meeting of the International comm., association, Canada, 2008.

62-William Anderson: why Does the beat Go on? An Examination of the role of beat structure In the newsroom, newspaper Research Journal, vol.21,no.4, 2000

63-Xin Xin: Structural change at local level and its impact upon journalistic practices: Xinhua News Agency, 1980-2005, paper presented at the annual meeting of international comm.- Association, sanfrancisco, 2007.

50-Fred F. Enders and others: Newsroom: A Baseline study of prevalence, Organization and Effectiveness. Aejmc Conference paper, At: <Http/ list. Msu. Edu/cgi-Bin/wa, 1999>.

51-----: Newsroom TEAM Enjoy Rapid Growth In Goes, Newspaper Research Journal, vol.22, No.3,2001.

52-Isabel Awad: Cultural Diversity In the News Media: A Democratic or a commercial need?. Paper presented at the annual meeting of the international comm., association, Canada, 2008.

53-Jane Singer: partnership and public service: Normative issues for journalists in converged Newsroom. Paper presented at the annual meeting of the international comm., association, neworleans, 2004.

54-John Russial: Topic – Team performance: A content study, Newspaper Research Journal, vol.18, No.12,1997-.

55-Kathleen Hansen: Newsroom Topic – team Journalists Assessments of Effects on News Routines and newspaper Quality, Aejmc Conference papers, at: <http://list.msu.edu/cgi-bin/wa,1997>.

56-Mark Deuze: cultural convergence in the creative Industries: understanding the changing nature of media work. Paper presented at the annual meeting of the international comm., Association, Germany 2010.

57-Peter Gade: Managing change newspaper's attitudes towards integrating marketing and journalism, Aejmc