

العنوان:	دور الإعلام في التنمية السياسية: دراسة حالة مصر (2014-2018)
المصدر:	مجلة الدراسات المستدامة
الناشر:	مؤسسة الدراسات المستدامة
المؤلف الرئيسي:	بكر، مروة محمد عبدالمنعم
المجلد/العدد:	مج2, ع1
محكمة:	نعم
التاريخ الميلادي:	2020
الصفحات:	33 - 63
رقم MD:	1044894
نوع المحتوى:	بحوث ومقالات
اللغة:	Arabic
قواعد المعلومات:	EduSearch
مواضيع:	الإعلام، التنمية السياسية، الاستقرار السياسي، المشاركة السياسية، مصر
رابط:	http://search.mandumah.com/Record/1044894

دور الإعلام في التنمية السياسية: دراسة حالة مصر (٢٠١٤ - ٢٠١٨)

د. مروة محمد عبد المنعم بكر / مدرس العلوم السياسية

كلية التجارة - جامعة أسيوط

qwasz666@yahoo.com

المستخلص:

يؤثر الإعلام في المجتمعات من نواحي تشكيل الرأي العام، وتغذية الاتجاهات والمواقف أو تحجيمها، وبالتالي في حفز عملية التغيير الاجتماعي والسياسي أو في إعاقتها، وتزايد هذا الدور تفرعاً وعمقاً، مع تجذر التعبير الذي شهدته منظومة الإعلام والاتصال في ضوء التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والتكنولوجية علي الصعيد العالمي، وتعدد أنماط ملكية المؤسسات الإعلامية ومصادر تمويلها ورسم سياساتها. بالنظر إلي العلاقة بين الإعلام والتنمية السياسية والتي تتمثل في الإعلام التنموي واعتباره محركاً أساسياً لعملية التنمية، حيث يهدف إلي تعظيم مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية وتحويله إلى مجتمع مساند للعملية التنموية، بل تحويل أفرادهِ إلى شركاء التنمية والتغيير، وذلك باستخدام أدوات المعرفة والوعي.
الكلمات المفتاحية: (الإعلام، التنمية السياسية، حالة مصر).

The Role of Media in Political Development: The Case of Egypt (2014 – 2018)

Dr. Marwa Mohamed Abdel Moneim Bakr / Political Science Teacher

Faculty of Commerce - Assiut University

Abstract:

Media affects societies in terms of shaping public opinion, nurturing or limiting attitudes and attitudes, and consequently in stimulating or hindering the process of social and political change. At the global level, there are many types of ownership of media institutions, their sources of funding and policy formulation. In view of the relationship between media and political development, which is the development media as a key driver of the development process, it aims at maximizing the participation of society in all development processes and transforming it into a supportive society for the development process, but transforming its members into development and change partners, using tools of knowledge and awareness.

Keywords: (Media, political development, the case of Egypt).

إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تدور إشكالية الدراسة حول واقع الإعلام، ودوره في التنمية السياسيّة، وهو الأمر الذي يدفع إلى التساؤل، عن طبيعة العلاقة، بين الإعلام والتنمية السياسيّة، وأثر الإعلام في التنمية السياسيّة ومداه، وإسهامها، في إيجاد الرأى العامّ والشعور السياسيّ الضروري، لدعم عمليّة التنمية السياسيّة. لذا تستعرض هذه الدراسة بشكل رئيس "دور وسائل الإعلام في التنمية السياسيّة وبالتركيز علي حالة مصر خلال الفترة من عام ٢٠١٤ إلى عام ٢٠١٨".

وتُطرح في هذه الدراسة مجموعة من التساؤلات البحثية، بدءاً من التساؤل الرئيسي الذي يعد محور الدراسة: إلى أي حد تسهم وسائل الإعلام في عمليّة التنمية السياسيّة؟.

ويتفرع عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات، من بينها:

١. هل للإعلام دور إيجابي أم سلبي، في عمليّة التغيرات السياسيّة؟
٢. كيف يمكن للتنمية السياسيّة، أن تجعل الإعلام، إحدى أدواتها في المجتمع؟.
٣. حرية الإعلام المفرطة، لها دور سلبي أم إيجابي على الاستقرار السياسي؟.
٤. كيف يمكن لوسائل الإعلام أن تسهم في زيادة الوعي، والمشاركة السياسيّة المحلية والوطنية، في المجتمع؟.
٥. ما واقع الإعلام المصري وتطوره ومؤسساته المنظمة لعمل الوسائل الإعلامية؟.
٦. ما الدور الفعلي لوسائل الإعلام في تحقيق التنمية السياسيّة في مصر؟.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة علي مقارنة منهجيّة تعدديّة في التحليل السياسي وتفسير ظاهرة العلاقة بين الإعلام والتنمية السياسيّة، لذا تستخدم المنهج البنائي الوظيفي، بهدف الكشف عن وظيفة وسائل الإعلام من زواياها المتعددة والمتنوعة، في صناعة التنمية السياسيّة، والوقوف على طبيعة ومصادر هذه التنمية السياسيّة، ودور وسائل الإعلام في تفعيل التنمية السياسيّة في المجتمعات، وبالتالي التعرّف علي وظائف الإعلام، وكيفية عملها، وما تقدمه من أجل التنمية السياسيّة والمجتمع، كما تستخدم أداة دراسة الحالة وتتناول

دور وسائل الإعلام التقليدية المرئية والمسموعة والمقروءة في بناء التنمية السياسية في مصر.

في ضوء ما سبق تنقسم الدراسة إلي عدة محاور نتناول:

- العلاقة بين الإعلام والتنمية السياسية كإطار تحليلي نظري.
- واقع الإعلام المصري وتطوره ومؤسساته المنظمة لعمل الوسائل الإعلامية.
- تحليل دور الإعلام في تحقيق التنمية السياسية في مصر.
- تقديم عدة توصيات ختامية في سبيل تفعيل هذا الدور في ضوء التحديات التي تشهدها مصر في الوقت الراهن.

أولاً: العلاقة بين الإعلام والتنمية السياسية:

تلعب وسائل الإعلام دوراً رئيساً وفاعلاً في تشكيل سياق التحول الديمقراطي والإصلاح السياسي وتحقيق التنمية السياسية في المجتمعات المختلفة، حيث تعكس طبيعة العلاقة بين الدولة والمجتمع، وبين النخبة والجماهير، ويتوقف إسهام ودور وسائل الإعلام في عملية بناء التنمية السياسية وتحقيقها على شكل ووظيفة تلك الوسائل في المجتمع وحجم الحريات، وتعدد الآراء والاتجاهات داخل هذه المؤسسات، بجانب طبيعة العوامل الثقافية والاجتماعية والسياسية المتأصلة في المجتمع.

فطبيعة ودور وسائل الإعلام في تدعيم الديمقراطية، وتعزيز قيم المشاركة السياسية وصنع القرار السياسي، يرتبط بفلسفة النظام السياسي الذي تعمل في ظله، ودرجة الحرية التي تتمتع بها داخل البناء الاجتماعي، ويركز هذا المحور من الدراسة على تعريف بشكل موجز لكلا من التنمية السياسية، والإعلام التنموي والتطرق إلي صياغة الإطار التحليلي لدور وسائل الإعلام في تحقيق التنمية السياسية وما ينتج عنها من تأثير في واقع المجتمعات.

١. تعريف التنمية السياسية Development Political:

يتعرض هذا المفهوم لنوع من الغموض والالتباس لتداخله الواسع مع العلوم الاجتماعية الأخرى، إلى جانب العلوم السياسية ومباحث النظم السياسية المقارنة، فهو يتداخل مع علم اجتماع المعرفة وعلم الاجتماع السياسي والأنثروبولوجيا السياسية وغيرها^(١).

ويلاحظ أن البيئة التي ظهر بها هذا المفهوم ترتبط بنتائج مرحلة ما بعد الحرب العالمية الثانية، وما أفضت إليه من واقع جديد في العلوم الاجتماعية، حيث توجهت أنظار الباحثين في العلوم الاجتماعية إلى دول الجنوب والتي كانت ساحة للصراع بين الأفكار والأيديولوجيات^(٢).

ولاحظت الأدبيات التي تقصت تعريفات التنمية السياسية خلال الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي أنها تعكس خصائص النظام السياسي في المجتمعات الغربية الديمقراطية التي تحققت فيها التنمية السياسية في ظروف مختلفة عن ظروف العالم النامي. فيما شهد عقد السبعينيات مراجعات واسعة لمفهوم التنمية السياسية بعد أن عكست التطورات في دول الجنوب عجز المفاهيم السابقة عن تفسير الوقائع، وقد عبر صمويل هنتجتون عن هذه التحولات واعتبر التنمية السياسية هي^(٣):

- بناء مؤسسات سياسية من جهة، والمشاركة السياسية من جهة أخرى.

- ترشيد السلطة، أي تحقيق سيادة القانون.

- عدم احتكار السلطة، والفصل بين السلطات والمشاركة السياسية.

في الخلاصة فإن الآراء التي تناولت تعريف التنمية السياسية تشترك في أنها تشير إلى عمليات النمو التاريخي والتحول في بنية الدولة والنظام السياسي نحو التعددية السياسية والمشاركة وترسيخ مفاهيم السيادة والولاء للدولة القومية، مما يعني ازدياد التخصص في الأبنية السياسية وترسيخ الإطار المؤسسي للحكم وتطور الثقافة السياسية وصولاً إلى الديمقراطية.

٢. تعريف الإعلام التنموي:

أصبح للإعلام دور بارز في التعامل مع الأزمات والقضايا الشائكة ومواجهتها، باعتباره أحد العناصر الرئيسية في احتوائها والحد من تأثيرها أو تأجيلها، وكما أن وسائل الإعلام يمكنها أن تؤثر في مسارات وتطورات هذه المشكلات، فهي تتأثر بها كذلك، حيث أن عملية الاتصال أساس كل التفاعلات الاجتماعية، ولا يمكن تصور السياسة بدون اتصال، وهو العمليات التي تتعلق بالسلوكيات أو الممارسات والتصرفات ذات الصلة بتبادل المعلومات (الرسائل) فيما بين الفاعلين السياسيين والرأى العام، وهكذا تشتمل

عملية الاتصال على قضايا: القنوات التي تتدفق من خلالها الالمعلومات (الرسائل) بين الفاعلين السياسيين بعضهم البعض وبين الجماهير، أنواع المعلومات أو الرسائل، القواعد والاجراءات التي تحكم الاتصال السياسى داخل النظام السياسى، حدة المشاعر المرابطة برسائل معينة، أنواع الاستجابات والتغذية العكسية التي يمكن توقعها من الذين يتلقون الرسائل، وعناصرها تتمثل فى: الرسالة، والمرسل أو القائم بالاتصال، وقناة الاتصال، والمستقبل أو متلقو رسائل الاتصال، ورجع الصداً أو التغذية الاسترجاعية. وتشير عمليتها نظريا وفقا لما أوضحه كارل دويتش رائد التحليل الاتصالى إلى: "تتلقى أجهزة الاستقبال المعلومات فى صورة رسائل وتتولى نقلها إلى مركز القرار، ويعتمد هذا الأخير فى التوصل إلى القرار على ذاكرته (أى المعلومات المخترنة فى العقل أو السجلات)، وقيمته (أى تفضيل قرار على آخر)، ويبحث بهذا القرار إلى الأبنية التنفيذية التي تتخذ الأفعال والاجراءات الكفيلة بتنفيذه، هذه القرارات والأفعال التنفيذية تشير إلى ردود أفعال مختلفة تتلقاها أجهزة استقبال المعلومات لتحولها بدورها إلى مركز القرار وتسمى هذه العملية بالتغذية الاسترجاعية أو العكسية. وهناك خمسة أبعاد يقوم عليها النظام الإعلامى، هى (٤) :

- الفلسفة الإعلامية التي يقوم عليها النظام الإعلامى، وهى مجموعة المبادئ والأسس الفكرية.

- السياسات الإعلامية، وهى البرامج التطبيقية للفلسفة الإعلامية.

- الإطار القانونى الذى يترجم الفلسفة الإعلامية إلى تشريعات تحكم عمل المؤسسات الإعلامية.

- البنية الاتصالية الأساسية، وتشمل مستوى تكنولوجيا الاتصال والكوادر البشرية والإمكانيات المادية.

- الممارسات الإعلامية فى الواقع الفعلى.

وثار كثيرا فى الآونة الأخيرة ما يمكن تسميته ظاهرة "ما بعد الحقيقة" والتي تتعلق بانتشار الشائعات وتجزئة الأخبار والأخبار الزائفة وبالتالي تغييب الحقيقة من جهة من يمتلكها، وله حق تعيينها، أو من قبل الجماعات أصحاب المصلحة بل من قبل السلطة

الحاكمة كجزء طبيعي من عملية الحكم والتعبئة وحشد التأييد في ظل ما يسود الرأي العام من تأثر بالخطاب العاطفي^(٥).

تجدر الإشارة إلى أن القصة الجيدة والمثيرة التي تقدم تفسيرات بسيطة ومتناسكة لأفعال الصراع بين الخير والشر وإدراك القضايا من خلال الانقسام بين معسكرين أو مجموعتين أو موقفين متعارضين مع تجاهل المساحات المشتركة، هذه القصص تحظى بقبول وانتشار أفضل من القصة الواقعية ويؤدي تكرارها عبر وسائل الإعلام إلى تصديقها وقبولها وشيوعها في النهاية، وقد تتأثر بمشاعر الخوف وتجنب الأذى والسلبية المفرطة واضطراب الحكم على الظواهر والأمور، ذلك يمثل خطرا على الديمقراطية وبناء السلام وتحقيق الاستقرار^(٦).

إن الإعلام التنموي فرع أساسي ومهم من فروع النشاط الإعلامي يعمل على إحداث التحول الاجتماعي بهدف التطوير والتحديث، أو بمعنى آخر هو العملية التي يمكن من خلالها توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا، وهدف الإعلام التنموي الأساسي هو تعظيم مشاركة المجتمع في كافة عمليات التنمية وتحويله إلى مجتمع مساند للعملية التنموية، وتحويل أفراد هذا المجتمع إلى وكلاء التنمية والتغيير، وذلك باستخدام أدوات المعرفة والوعي، كما يتمثل في الجهود الاتصالية المخطط لها والمقصودة التي تهدف إلى خلق مواقف واتجاهات إيجابية وصديقة للتنمية، وبذلك فإن الأعلام التنموي غير معني بصناعة التنمية ولكنه يهيئ الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من أجل أن يستجيبوا للخطة والبرامج التنموية بشكل فعال^(٧).

أ- ذن يمكن القول أن الإعلام التنموي يعد أحد الفروع الأساسية للنشاط الإعلامي الذي يهتم بقضايا التنمية، فهو إعلام هادف وشامل، ويفترض أن يكون إعلامًا واقعيًا. يهدف إلى تحقيق غايات اجتماعية تنموية. وهو مرتبط بالنواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتربوية، ويستند إلى الصدق والوضوح والصراحة في التعامل مع الجمهور^(٨).

مجمل القول، أن الإعلام التنموي هو أحد فروع الإعلام المتخصص ويهدف إلى الإسراع في تحول مجتمع ما من حالة الفقر إلى حالة ديناميكية من النمو الاقتصادي والاجتماعي والسياسي، وذلك عن طريق وسائل الاتصال المختلفة عن طريق التخطيط والتنسيق الجيد، وكذلك عمليات التثقيف والتعليم واكتساب المهارات والرغبة في التحديث ويجاد الاستراتيجيات والموارد المتاحة من أجل تحقيق التنمية عبر الرسائل الإعلامية التي تدعو إلي ذلك^(٩).

من هنا ينبغي علي وسائل الإعلام أن تؤدي على أكمل وجه الأدوار والمسئوليات التي تقع على عاتقها بشأن التنمية السياسية، حتى يحقق العمل الإعلامي النتائج المرجوة على هذا الصعيد، ولن يكون ذلك على النحو المأمول إلا إذا حددت وسائل الإعلام مسؤوليتها التنموية الوطنية تحديدا دقيقا منذ البداية، وأن تعمل علي نشر المعرفة التي تراعي السياق الثقافي، وهنا تظهر أهمية ايجاد مدخل إيجابي يعمل علي تفعيل دور الإعلام التنموي في عملية تحديث المجتمعات، يقوم علي عدة متطلبات، من أبرزها: توفير وسائل إعلام واتصال متطورة ومختلفة، ومن خلالها يمكن تعريف الناس بحقيقة مشاكلهم ونقل أفكارهم لتحقيق التطوير المنشود، وتحقيق العدالة الإعلامية الجغرافية بمعنى توزيع وسائل الإعلام المتعلقة بالتنمية بشكل جغرافي يتناسب مع مساحة البلد بحيث تشمل كل المناطق والنواحي والقرى ذات الكثافة السكانية العالية، فسخ المجال واسعا أمام مشاركة الجماهير وبشكل مباشر في طرح قضاياهم والمساءلة الإعلامية عبر حوارات جادة وعقلانية وشفافة وديمقراطية، مع أهمية التنسيق ما بين توجهات الدولة التنموية ومؤسسات الإعلام، كوضع الخطط والبرامج المشتركة لتحقيق الأهداف المطلوبة، وإبراز فلسفة التنمية وتوجهاتها، واستخدام أدوات البحث العلمي لزيادة المقدرات الإعلامية على التحليل والاستقراء، والمهنية والمصداقية واحترام الحرية الصحافية والاستقلالية في تحديد مشكلات وقضايا وتحديات التنمية، والاستفادة من العلم والتكنولوجيا الإعلامية والثورة التقنية، لبناء قاعدة معلومات وتحليلات يستفاد منها في وضع استراتيجيات وتحليل السياسات.

٣. وظائف الإعلام التنموي:

يعد الإعلام وسيلة المجتمع في نقل المعلومات، الأخبار والأحداث ومناقشة قضايا المجتمع الراهنة، وبالتالي فإن دور الإعلام عميق في حياة الأفراد والجماعات يحدث تراكمات معرفية تتشكل من المفاهيم والتصورات الشائعة والمعتقدات والآراء ومبنية على الحقائق، وهنا يحدث تشكل الوعي الاجتماعي لدى الأفراد تجاه التحديات التي تواجهها الدولة وآفاق التنمية المستدامة بكل أبعادها.

يوجد رابط قوي بين وسائل الإعلام والتنمية السياسية، خاصة في المجتمعات التي تمر بمرحلة التغيير والانتقال السياسي، حيث أن المعلومات والأفكار والقدرة على تفسير الوقائع والأحداث تشكل جانباً مهماً من مفهوم القوة المعاصرة وممارستها، وأنه في السابق كان من يمتلك القدرة على توجيه المعلومات والأفكار، وتفسير الأحداث يمتلك القوة وبالتالي السلطة، والإعلام المعاصر قد يقوم بتجزئة هذه القوة، ويحول دون احتكارها.

كما أن استقلالية وتحرر وسائل الإعلام يجعلها تلعب دوراً في تقويض النظم غير الديمقراطية، الأولى، تستند في تفسيرها لمفهوم النظرية الوظيفية للإعلام Functionalist Theory، والتي ترى أن التغييرات التي تطرأ على وسائل الاتصال الجماهيري أو على التقدم التقني لهذه الوسائل، يضعف من قدرة السلطة على السيطرة والتلاعب بهذه الوسائل كجزء من إستراتيجية إصلاح هذه المؤسسات بما يسهم في التحول الديمقراطي على المدى الطويل^(١٠).

بينما في ضوء الاعتماد على النظريات الثقافية في تفسير العلاقة بين الإعلام والتنمية السياسية فيمكن القول أن المواقف الإيديولوجية تقترض أن وسائل الإعلام تقوم بوظيفة مساندة السلطة في المجتمع على فرض نفوذها، والعمل على دعم الوضع القائم، وينظر لدور وسائل الإعلام في نشر الثقافة الجماهيرية التي تسهم في استمرار نفوذ الفئات المستفيدة في المجتمع، بما يعني عودة الدور التعبوي للإعلام الجديد تحت غطاء التعددية، ودعمت استمرار الوضع القائم، عليه فأن دور الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي، يتم من خلال الآتي^(١١):

١. دعم المجتمع وفعالياته: ومن ثمة فإن مهمة الوعي الاجتماعي تتجسد في دعم كل ما في المجتمع من نشاطات وفعاليات؛ وطنية، ثقافية، ويتكون عند الأفراد تعاطف نوعي عالي النشاط وقوي التأثير مع مكونات المجتمع والشعور بالانتماء إليه، حيث أن الجزء الكبير من ذلك الوعي هو نتيجة فاعلية الاعلام الايجابية، وعليه يتحقق ذلك بتشجيع وتقوية بعض الأنماط السلوكية المرغوب فيها والتي تتوافق مع قيم المجتمع وثقافته الأصلية في مقابل مقاومة وإحباط أنماط أخرى من السلوك غير المرغوب فيها ، وهنا يحدث توافق بين رغبات ودوافع الفرد الخاصة واهتمامات الآخرين والتي تكون ممثلة في البناء الثقافي الذي يعيش فيه الفرد والاستخدام المألوف للأساليب السلوكية الشائعة في المجتمع.

٢. توجيه التغيير الاجتماعي: وبالتالي فإن الفعل الاجتماعي السليم لأفراد المجتمع وجماعته الدال على الوعي الاجتماعي الراقي والسليم، يستدعي إحداث تغييرات إيجابية مدركة لمتطلبات الحياة الاجتماعية وما تحتويه من نسيج علاقات وتفاعلات، حيث تبدأ التغييرات وتنتهي عند التنمية البشرية بكل أبعادها ومضامينها وتأثيراتها العميقة والسطحية معاً، على اعتبار أن التغيير الاجتماعي هو تحول يطرأ على أي من جوانب الحياة الاجتماعية في المجتمع ومكوناته خلال فترة زمنية محددة ومن ثمة فإن دور الوعي الاجتماعي يتمثل في توجيه التغيير الاجتماعي في السياق الذي يحقق تقوية العلاقات الاجتماعية وضمان التنمية الاجتماعية تقلل من الفقر والبطالة ومختلف الأمراض الاجتماعية الأخرى.

٣. حماية المجتمع ومؤسساته: تمتلك مؤسسات المجتمع الشرعية القانونية القدرة التنظيمية والقوة لتحقيق العقد الاجتماعي الذي يحقق المساواة والعدالة الاجتماعية، وعليه تعد مؤسسات المجتمع ومنظّماته القناة الطبيعية التي يمر من خلالها صوت الجماعات الاجتماعية وتعبيرهم عن معنى العدالة، وهنا يتجلى دور الوعي الاجتماعي في النشاط لأجل إحلال الأمن للمجتمع في كل أجزاءه وحماية مكتسباته المادية والمعنوية، وذلك بالارتكاز على الفهم وسلامة الإدراك في تحديد كفاءات التحدي لتلك التناقضات والصراعات، حيث تتبنى المؤسسات العدالة والمساواة الاجتماعية في كل مواقفها

وعملياتها وإجراءاتها الإدارية حيال المجتمع الداخلي والخارجي لها وعليه فإن التزام مؤسسات المجتمع ومنظماته بالعقد الاجتماعي من خلال نسق المنظم للسلوك الفاعلين فيها وقراراتهم، اتجاهاتهم، معتقداتهم وقيمهم، ومنه تصل تلك المؤسسات إلى الإسهام في تحقيق سلامة المجتمع وقوة بنيانه ومدى تقدمه وازدهاره وتماسكه.

كما تجدر الإشارة إلى ضرورة توافر عدة محددات رئيسة حتى تتمكن وسائل الاتصال من القيام بوظائفها لتدعيم التنمية السياسية، وهي^(١٢):

- القدرة على تمثيل الاتجاهات المختلفة داخل المجتمع: حيث إنه توجد في كل مجتمع مجموعة من الجماعات ذات الأهداف والاحتياجات والإيديولوجيات المختلفة، وحتى تستطيع وسائل الإعلام أن تمثل المجتمع في تنوعه فإنها لا بد أن تتيح لكل هذه الاتجاهات فرصة الوصول إلى الجماهير، وأن تعرض أفكارها دون أية قيود من السلطة الحاكمة، وعندما يتحول استخدام وسائل الإعلام إلى نوع من الامتياز والاحتكار لبعض الأشخاص والجماعات والاتجاهات الفكرية والإيديولوجية المسيطرة تتراجع الديمقراطية، وتتنفي وظائف الإعلام الديمقراطي.

- المراقبة: وتعد هذه الوظيفة امتداداً لمفهوم السلطة الرابعة، أي أن وسائل الإعلام تسعى لأن تكون رقيباً على كل ما يدور في المجتمع من مدخلات ومخرجات قضاياها وأحداثها والآراء المطروحة، بما في ذلك مراقبة المؤسسات الاجتماعية والسياسية النافذة في المجتمع ضد إساءات استخدام السلطة، وكمراقب لمصالح المجتمع وحمايته من الفساد وتعارض المصالح، وتقويم أداء الحكومة، وهذا الدور الوقائي يتم بشكل أفضل بواسطة وسائل إعلام مستقلة تحكمها اهتماماتها ومعاييرها الخاصة.

- توفير المعلومات للجمهور: حيث إن توفير وسائل الإعلام للمعرفة يتم لصالح الأفراد والمجتمع في الوقت نفسه، ومن خلال ذلك يتكامل دور وسائل الإعلام مع دور المؤسسات التعليمية، فلكي يزدهر المجتمع الديمقراطي فإن أعضائه يجب أن يتقاسموا المعرفة، وتقاسم المعرفة هو شكل من أشكال التعليم الذي يضمن أن تكون عملية صنع القرار صحيحة وقائمة على المعرفة، بمعنى أن توفير المعرفة للجميع لكي يستطيعوا أن يتخذوا القرارات الصحيحة، ولكي تكون تلك القرارات في صالح المجتمع، وهذا لا يمكن

تحقيقه إلا إذا تم إتاحة تداول المعلومات، وأصبح هناك فهم مشترك بين المواطنين لهذه الأحداث، حيث أن وسائل الإعلام تجعل المواطنين يفهمون ما يحدث في العالم، بينما تعطيهم المدارس القدرات للتعامل مع هذه الأحداث.

-المساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية: فوسائل الإعلام تساهم عن طريق تقاسم المعرفة في تحقيق التماسك الاجتماعي والحفاظ علي تجانس المجتمع، كما تساعد حيث علي خلق ثقافة عامة مشتركة لكل أعضاء المجتمع، ووسائل الإعلام تقوم بنشر هذه الثقافة العامة المشتركة، فكلما شعر أعضاء المجتمع بهذا المشترك الثقافي زاد توحدهم وزادت قدرتهم على اتخاذ القرارات التي تحقق المصلحة العامة، فالمساهمة في تحقيق الوحدة الاجتماعية والتماسك تجاه البيئة الساسية وقضاياها، وتفسير ما يجري من أحداث وما يبرز من قضايا وتشكيل الرأي العام الذي به تتمكن الحكومات في المجتمعات الديمقراطية من أداء مهامها، ويساعد على بناء الاتجاهات وتعزيز السلوكيات الإيجابية.

إلا أن مقدرة وسائل الإعلام للقيام بالأدوار السابقة مرهون بتوافر مجموعة من الاشتراطات يجب أن توفرها الدولة لكل من الجمهور، ووسائل الإعلام، تتمثل في^(١٣):

- حق الجمهور في الوصول إلى وسائل الإعلام: ويعني ذلك الحق في التعرض لهذه الوسائل وإلغاء كل القيود على حق المواطنين في الوصول أو النفاذ إلى وسائل الإعلام واستخدامها، سواء ارتبطت تلك القيود بالموقع الجغرافي أو الطبقي أو التمويل أو أية عوامل أخرى، ويحقق ذلك زيادة قدرة الجمهور العام على اتخاذ القرارات الصحيحة فيما يتعلق بالتعرض لتلك الوسائل، واستخدامها والاستفادة منها، أي أن العدالة الإعلامية تؤدي إلي فهم الجماهير لمواد الوسائل الإعلامية وزيادة قدرتهم على أن يكونوا ناقدين لهذه الوسائل، ويهيأ لزيادة مشاركة المواطنين في شئون المجتمع.

- المناقشة الحرة: حيث يعد ذلك شرطا أساسيا لتحقيق مشاركة المواطنين الفعالة، عملية المشاركة واتخاذ القرارات الرشيدة تحتاج إلى فهم المناقشة حول هذه القضايا، ومعرفة وجهات النظر المختلفة، الأمر الذي يتبعه توضيح الأفكار، ويترك للجمهور حرية الأفكار والآراء التي يساندونها، ومن ثم نشر الوعي السياسي لدى المواطنين.

- استقلال وسائل الإعلام: فديمقراطية وسائل الإعلام، وضمان قيامها بدورها الفعال يتطلب أن تكون هذه الوسائل بعيدة ومستقلة عن السلطة وناقدة لها، فبقدر استقلال وسائل الإعلام عن السلطة يأتي تمثيلها للجماهير، وتوفر له المعرفة، وتدافع عن المصالح العامة في المجتمع، وتحدد الأولويات طبقاً لاهتمامات الجمهور، أي أن عملية الاستقلال تعني إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات، أو تقليص قدرتها على ذلك.

بالنظر إلى البيئة الإعلامية العربية، نجد أن الإعلام العربي بمختلف أنماطه ووسائله قد تزايدت أهميته وتحول، وبشكل خاص بعد الاحتجاجات الشعبية الواسعة والثورات التي شهدتها بعض الدول العربية أو النزاع الداخلي ذي الأبعاد الإقليمية إلى آلية مركزية يستخدمها غالبية الفاعلين سواء دول أو ميليشيات مسلحة أو تنظيمات إرهابية بما يعبر عن رؤيتها ويخدم أفكارها ويروج لأهدافها، على نحو يقود في التحليل الأخير إلى توسيع القاعدة المؤيدة لمالك أو ممول هذه الوسيلة الإعلامية أو تلك، الأمر الذي يؤدي إلى الانحراف بالإعلام من إطار الموضوعية والمهنية إلى سياق الاستقطاب والتسييس، بما يخدم مصالح حكومية أو أجنداث خاصة، تعمل على تشكيل توجهات الرأي العام في دولة ما أو منطقة ما، وتكوين اتجاه رئيسي فيما يخص القضايا الكبرى والتحولت المصيرية لاسيما فيما يخص بقاء دول واستقرار نظم أو توحش إرهاب عابر للحدود وصعود ميليشيات مسلحة، الأمر الذي قاد إلى سيولة إعلامية لم تشهدا المنطقة من قبل، تمثلت في تقاطع مصالح مالكي وممولي وسائل الإعلام مع أطراف الصراع^(١٤).

٤. تحديات الإعلام والتنمية السياسية في ظل العولمة:

إن عولمة الإعلام عملية تهدف أساساً إلى التعظيم المستمر والمتسارع في قدرات وسائل الإعلام والمعلومات على تجاوز الحدود السياسية والثقافية بين المجتمعات بفعل ما توفره التكنولوجيا الحديثة والتكامل والاندماج بين وسائل الاتصال والمعلومات على حساب تقليص سيادة الدولة في المجالين الإعلامي والثقافي من ناحية أخرى.

يجدر القول أن الإعلام يحفز ويعزز عمليات التنمية السياسية وكذلك التحول الديمقراطي، والتحول الديمقراطي ليس وليد اللحظة الراهنة لكن شأنه شأن العولمة نفسها،

عملية متجذرة قديمة مرت بما أطلق عليه علماء السياسة وصف الموجات وكان أحدثها الموجة الثالثة، وتظهر قدرات الإعلام على وضع وإبراز ومواكبة عناصر التحول الديمقراطي لحظة بلحظة بدءا من مرحلة تجاوز النظام السلطوي، فمرحلة التحول وإقامة بديل ديمقراطي، فالمرحلة الأخيرة والمتمثلة في تدعيم أسس البناء الديمقراطي البديل.

تتمثل أهم ملامح تغييرات تكنولوجيا الإعلام في مجال التنمية السياسية فيما يلي^(١٥):

- كان في إمكان الدولة التحدث سابقا عن مفهوم السيادة الإعلامية وعن التحكم شبه الكامل أو شبه المطلق في عملية تدفق المعلومات والعمل على تشكيل وعي المواطنين وضمان ولاءهم التام لمصلحتها، ومع تعاظم فرص الاتصال الحديثة أصبح من شبه المستحيل السيطرة التامة على نوع وكَم المعلومات التي تصل إلى عقول المواطنين.
- حدوث توحيد متزايد للعالم كونه مكاناً للاتصال والتبادل بين الثقافات والمجتمعات الإنسانية بفعل النقاء الأفراد بصورة متزايدة في حياتهم اليومية بثقافات أخرى يكتشفون قيما متميزة ومتغايرة ويتعرفون على تجارب إنسانية متعددة الأوجه بحيث صار العالم "قرية صغيرة"، إن للثورة المعرفية الجديدة تأثيرات على "الشعوب" كما أضحى الشعب من زاوية أخرى ليس مجرد مجموعة من البشر كما يوحي التعريف القانوني للمصطلح، وإنما امتلاك من جديد أهميته في ما له من تأثير مباشر في قوة الدولة وفي مدى تماسك هذا الشعب وإيمانه وولائه للدولة التي يقطنها وينتمي عمليا إليها، ونتيجة لتأثيرات الثورة المعرفية في استخدام مفاهيم جديدة للزمان والمكان، والتحكم في المسافات والقفز على الفواصل الجغرافية، يمكن أن يكون نوع من الإحساس بالولاء والمشاركة وهو ما يطلق عليه بالمجتمعات الالكترونية، ومن شأن ذلك أن يضعف من ولاء الشعوب لأنظمتها السياسية وللدول التي يتواجدون داخل حدودها.

- في الوقت الذي تسهم فيه الثورة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إحداث قدر عال من التوحيد والمركزة على نطاق دولي، وفق ما تقتضيه مصلحة دول المركز، فهي تتسبب وتحرض على مزيد من التفكك واللامركزية في دول المحيط والمصلحة دول المركز، وهو ما يُظهر لاحقا عجز الدولة الوطنية في علاج أزمة تغلغل النظام السياسي وتواجده داخل كافة مناطق الدولة، بل أكثر من ذلك إذ يساهم في إثارة "الهويات الهامشية"

أو "الهويات الفرعية" وتعد "أزمة التغلغل" أحد أهم الأزمات التي تعيق عملية التنمية السياسية، بل وقد تعصف بمكونات الدولة.

• كلما ذاعت قيم المركز (الغرب) في الأطراف من خلال وسائل الاتصال الحديثة ووسائل الإعلام انتشرت التغريب وازداد التحيز نحو الثقافات والمجتمعات في الأطراف إلى الغرب والميل نحو الإعجاب به وتقليده واعتباره. نموذجا للثقافة العالمية ونمطا للحدثة وانتشرت قيم الغرب في العنف والجريمة والجنس والشهرة والثروة والقوة، وانتشرت قيم الاستهلاك والوفرة والفردية والأنانية، وانحصرت قيم الإنتاج والتكثيف وروح الجماعة والتضحية، وهذا الأمر في مجمله ساهم ويسهم في خلق أعباء إضافية، وربما معضلات مستقبلية، أمام مؤسسات الثقافة الوطنية، ويمكن أن يقود إلى رد فعل على الغرب وحدثته قد تتجسد بعض صورته في النزعات الأصولية التي ترفض الغرب وتحقر الحدثة وتنفر من المعلومات وتفضل تراث الأنا على علم الآخر وحدثته.

وأمام هذه المظاهر تظهر عدة إشكاليات سياسية تعيق عملية التنمية السياسية في دول العالم النامي أو دول الجنوب ولعل أهم هذه الإشكاليات ما يلي^(١٦):

- أ- استمرار خضوع الدول النامية لعملية تدفق المواد الإعلامية المتزايدة.
 - ب- التعامل مع المواد الإعلامية في أحيان كثيرة على أنها من المصادر الأساسية للمعلومات وخصوصا من القائمين بالاتصال وخبراء السلطة وصانعي القرار السياسي.
 - ت- تحرير أجندة الموضوعات التي تحدها الدول العظمى وفق سلم المصالح لتجنب السياسة والصفوة، والتأثير على سلم الأولويات والاهتمامات.
 - ث- العمل على تعزيز منطق التبعية للعالم الخارجي مما يؤدي إلى ظهور بعض الأشكال المقيدة التابعة للنمو لأن المستوردين لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة وأيضا للسلع والمنتجات الثقافية، مما يؤثر على طبيعة ومحتوى وسائل الاتصال الوطنية.
- أذن الدولة القومية صارت على محك التنمية السياسية في ظل العولمة، حيث لا تبدو الدولة القومية ليست بمعزل عن تيارات العولمة، وهو ما يفرض عليها ضرورة تبني سياسات إصلاحية لإعادة تشكيل العلاقة مع المجتمع المدني، بفعل تزايد المتغيرات التالية^(١٧):

أ- عولمة قضية الديمقراطية وحقوق الإنسان: إذ لا يمكن للدول التسلطية إخفاء ممارستها غير الديمقراطية وهو ما يمثل ورقة ضغط تمارس عليها في تفاعلاتها الخارجية، لأنها قد تفقد شرعيتها في ضوء المعايير العالمية للديمقراطية.

ب- تنوع مصادر المعلومات المتاحة للمواطن ولهذه المصادر دور في تغذية الوعي وممارسة التنقيف السياسي.

ت- تنامي دور المنظمات الدولية غير الحكومية أو ما يعرف بالمجتمع المدني العالمي بشكل يساهم في تعزيز قدرات المجتمع المدني العربي، ولا يخفى أن هذه المصادر المعلوماتية غير الخاضعة للرقابة تزيد من وعي وفاعلية المواطن ولا سيما في تأسيس علاقته بالسلطة الحاكمة.

ث- الثورة الهائلة في تكنولوجيا الإعلام والمعلومات والاتصالات مما أفسح المجال أمام جماعات المعارضة والقوى المحجوبة عن الشرعية في استخدام هذه الأدوات والمسالك الحديثة للتعبير مواقفها الراضية تجاه نظم الحكم.

وبالتطرق لهذا الشأن وقبل ختام هذا الجزء من الدراسة، لا يمكن أن نغفل التأثير البالغ الذي يلعبه الإعلام في الحرب التي يواجهها العالم بصفة عامة والوطن العربي ومصر بصفة خاصة ضد الإرهاب والفكر المتطرف. حيث يعتبر أي فكر هدام ومتطرف من عوائق التنمية، فكيف إذا كان هذا التطرف يزعزع الأمن والاستقرار اللذان لا بد وأن يتلائما مع التنمية.

في ضوء ما سبق وبناء على الخبرات الدولية والدروس المستفادة، يمكن القول أنه يستخلص في ختام هذا الجزء من الدراسة أن هناك تعقد وتشابك في العلاقة بين الإعلام والتنمية السياسية في الدولة ما بين أنظمة الديمقراطيات القائمة والمستقرة وتلك الأخرى الناشئة أو في طور إعادة البناء، حيث أن وسائل الإعلام والتنمية السياسية كلاهما مساند للآخر بالتبادل في علاقة ثنائية الاتجاه. خاصة في ظل علاقة الاعتماد المتبادل بين النظامين السياسي والاقتصادي، وكلاهما يهدفان إلى ترسيخ نمط اجتماعي يسود المجتمع يعد هو مصدر التغيير في الثقافة، ولا يسمح بأي تغيير إلا في ضوء ما يخدم العلاقة بين النظام السياسي والنظام الاقتصادي ومن هنا، فإن وسائل الإعلام والمؤسسات

الثقافية هما أهم أداتين لاستمرار النمط الاجتماعي المسيطر. هكذا يقوم الإعلام بوظائف أساسية لدعم عملية التنمية السياسية، تشمل علي: الوفاء بحق الجماهير في المعرفة، والرقابة على مؤسسات المجتمع وحمايته من التطرف والفساد، والإسهام في تحقيق المشاركة السياسية، وإدارة النقاش الحر في المجتمع بين جميع القوى والتوجهات والأفكار للوصول إلى أفضل أفضل الخيارات والبدائل، والمساهمة في صنع القرارات، والتأثير في اتجاهات الرأي العام. وحتى تقوم وسائل الإعلام بأداء هذه الوظائف، يستلزم توافر عدة شروط، منها: التعددية والتنوع وتوافر وسائل الإعلام الكافية في المجتمع، وانعدام القيود علي وسائل الإعلام، وحرية الحصول على المعلومات ونشرها وتداولها. كما أن نجاح الإعلام التثموي، يتوقف على قدرته في دفع المواطنين إلى المشاركة السياسية، التي يسهم المواطن فيها بتحمل مسؤوليته تجاه مجتمعه المحلي والوطني، مما يعد تجسيد لمعنى التنمية السياسيّة الحقيقي، فمن خلال توفير العمليات السياسيّة، لقنوات العمل السياسي، من خلال وضع استراتيجيّة للقيادة السياسيّة، عن طريق التأكيد، على ديناميات، التغيير المتبعة التي تعزز عملية التغيير المخطط لها، أو المزمع تحقيقها.

ثانيا: واقع الإعلام المصري

تاريخياً، حافظت مصر على ريادتها العربية والإقليمية في إنتاج المحتوى الإعلامي، وهو السبب الرئيس الذي يجعل اللهجة المصرية مفهومة على نطاق واسع في جميع أنحاء العالم العربي، ويمكن تناول الاعلام المصري واقعه والتغييرات التي طرأت عليه من خلال استعراض الإطار الهيكلي والمؤسسي المنظم للوسائل الإعلامية، وأبرز ملامح النظام الإعلامي في مصر.

١. الإطار القانوني والمؤسسي المنظم للإعلام في مصر:

بعد إقرار دستور عام ٢٠١٤م، نشأت عدد من الكيانات الإعلامية الجديدة التي تولت مهمة الإشراف على المنظومة الإعلامية، تتمثل في^(١٨):

- المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام:

يعد الكيان الأهم المتحكم في المشهد الإعلامي المصري في الوقت الراهن، وهو بديل وزارة الإعلام بعد إلغائها، والتي كانت تسيطر على الفضاء الإعلامي منذ عشرات

السنيين. وقد أنشئ وفقاً للقانون رقم ٩٢ لسنة ٢٠١٦م، والذي حدد مهام المجلس في "تنظيم شؤون الإعلام المسموع والمرئي والرقمي بالصحافة المطبوعة والرقمية وغيرها" ويتم تشكيل المجلس بقرار من رئيس الجمهورية. ويتشكل من ١٣ عضواً، يمثلون كل من: رئيس المجلس، ونائب لرئيس مجلس الدولة، ورئيس جهاز حماية المنافسة ومنع الممارسات الاحتكارية، وممثل للجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، واثنان من الشخصيات العامة وذوي الخبرة، واثنان من الصحفيين، واثنان من الإعلاميين، واثنان من الشخصيات العامة وذوي الخبرة يرشحهما مجلس النواب، وممثل للمجلس الأعلى للجامعات.

وقد صدر التشكيل الأول للمجلس برئاسة الكاتب الصحفي ونقيب الصحفيين الأسبق "مكرم محمد أحمد" منذ أبريل ٢٠١٧م، ويتبع المجلس هيئتان هما: الهيئة الوطنية للصحافة، والهيئة الوطنية للإعلام. وهذه الهيئات الثلاث هي الهيئات البديلة عن الهيئات السابقة التي كانت تنظم عمل الإعلام المصري قبل ذلك، وهي: وزارة الإعلام، والمجلس الأعلى للصحافة، واتحاد الإذاعة والتلفزيون، وذلك وفقاً لدستور ٢٠١٤م، الذي نص على استبدال هذه الكيانات بالهيئات الثلاث الجديدة.

وتتولى الهيئة الوطنية للإعلام مهمة تنظيم وإدارة المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة وتقديم خدمات البث والإنتاج التلفزيوني والإذاعي والرقمي. فيما تختص الهيئة الوطنية للصحافة بإدارة المؤسسات الصحفية التابعة للدولة، وتنظيم عمل المؤسسات الصحفية الأخرى.

وقد تبنى المجلس تطبيق "كود أخلاقي" خاص بتناول القضايا الخلافية العربية، والذي نص على "التزام الإعلامي بألا تتضمن عباراته سباً أو قذفاً أو تجريحاً لأشخاص، وأن يكون الرأي والنقد محل الخلاف موجهاً إلى القرار محل الخلاف، ولا ينسحب على شخصه".

كما يقوم المجلس بإصدار تقارير تحت مسمى "الحالة الإعلامية" يعتمد فيها على ١٤ معياراً مهنيًا لتقييم المواقع الإخبارية، منها الاعتماد على المصادر غير المجتهدة والفصل بين الإعلان والتحرير والأخطاء الإملائية والحض على الكراهية وبث الفتن وغيرها. الهيئة العامة للاستعلامات :

إن الهيئة العامة للاستعلامات آلت تبعيتها لرئاسة الجمهورية، بعدما كانت تتبع وزارة الإعلام التي أُلغيت بصدور المجلس الأعلى للإعلام وهيئتي الصحافة والإعلام، وتختص بشكل أساسي بتنظيم عمل وسائل الإعلام الأجنبية داخل مصر، وإصدار تراخيص مزاولة العمل للمراسلين الأجانب. بالإضافة إلى مهام أخرى منها "تقديم صورة مصر إلى الرأي العام العالمية ونقل الحقائق عنها إلى وسائل الإعلام في مختلف أنحاء العالم" وكذلك "التثقيف السياسي والتوعية الاجتماعية للمواطنين وشرح السياسات الوطنية لهم والمساهمة في التوعية بالقضايا الوطنية.

التنظيمات النقابية :

ينظم عمل وسائل الإعلام في مصر تنظيمان نقابيان هما؛ نقابة الصحفيين والتي تعد إحدى أقدم الهيئات المنظمة للعمل الصحفي في مصر، وقد شهدت مواجهة غير مسبوقة مع السلطة السياسية عام ٢٠١٦م. وإلي جانب نقابة الصحفيين، ظهرت نقابة الإعلاميين والتي أنشئت وفقاً للقانون رقم ٩٣ لسنة ٢٠١٦م، والذي أصدره رئيس الجمهورية في ٣ يناير ٢٠١٧م، ووفقاً لذلك صدر قرار بتشكيل اللجنة التأسيسية، لمباشرة إجراءات تأسيس النقابة، إلا أنها لم تستطع أن تفرض نفسها باعتبارها أحد الهيئات المنظمة لعمل الإعلام.

٢. ملامح المنظومة الإعلامية في مصر:

لطالما تشابكت العلاقة بين السلطة السياسية والإعلام عبر الفترات السياسية والحكومات المتعاقبة التي مرت بها مصر وإلي الآن. في الوقت نفسه، ساهمت استثمارات الدولة في إنتاج المحتوى الإعلامي في جعل مصر أكبر منتج في العالم العربي لسنوات عديدة. فقد كان إنتاج البرامج والمسلسلات المصرية، ولا يزال اليوم، يُصدّر إلى معظم الدول العربية، ويشكّل في العموم العنصر الرئيس في المحتوى الذي يُبثّ على قنوات الإعلام العربي^(١٩).

يتم تنظيم البثّ في مصر أساساً من خلال الميثاق الإنشائي لاتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري. غير أن الميثاق الذي صيغ في العام ١٩٧٩، وعُدّل في العام ١٩٨٩، يبدو مهماً في جانبين^(٢٠):

بيّن اتحاد الإذاعة والتلفزيون أي شيء تطلب الحكومة منه بيّنه رسمياً، وهو نصّ قانوني يعني أن على اتحاد الإذاعة والتلفزيون أن يقف في جانب الدولة وأداته الإعلامية. حيث ينصّ الميثاق سالف الذكر على أن اتحاد الإذاعة والتلفزيون هو هيئة البثّ الوحيدة في مصر.

لايتيح حق البثّ في مصر لأي كيان آخر سوى اتحاد الإذاعة والتلفزيون، وعندما قررت مصر السماح لمحطات البثّ الفضائي الخاصة بدخول السوق، كان على الدولة أن تُعلن مدينة الإنتاج الإعلامي الخاصة بها منطقة حرة حتى يمكن منح هيئات البثّ العاملة هناك تراخيص للبثّ، كانت التراخيص تصدر عن الهيئة العامة للاستثمار في مصر.

لعب الإعلام المصري على الدوام دوراً مهماً في مصر والمنطقة العربية، وطرأت عليه تغييرات مهمة خلال العقد الماضي، بلغت ذروتها في دخول شبكات التواصل الاجتماعي التي استخدمتها القوى الثورية بصورة استراتيجية لدعم قضيتها، حيث شكّل الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي عاملاً ديمقراطياً جديداً في المنطقة، تجاوز في تأثيره القنوات الفضائية، وقد أوصلت شبكة الإنترنت، بإطارها اللامركزي والكمّ الهائل من المعلومات التي تحويها، فكرة المجال العام إلى مستوى جديد في مصر^(٢١).

ومنذ اندلاع الثورة في العام ٢٠١١، كانت التغييرات سريعة ومتكررة، مما انعكس علي وسائل الإعلام الرسمية وغير الرسمية وارتباكها في خضم التغييرات التي وعدت بها الحالة الثورية^(٢٢).

ومن حيث عامل الملكية، قد شهدت الوسائل الإعلامية في مصر وضعاً غير مسبوق، تمثلت أبرز ملامحه في تعظيم الاستثمارات الإعلامية، وظهور المجموعات الإعلامية وعمليات الاستحواذ علي شبكات إعلامية خاصة عبر مجموعة من الشركات، ويمكن تلخيص ملامح وسائل الإعلام المرئية والتي تعد الأكثر تأثيراً بحسب عامل الملكية فيما يلي^(٢٣):

أصبحت النسبة الأكبر من الإعلام المصري المرئي خاصة مملوكة لأربع شركات مرتبطة بشكل مباشر بالنظام، هي مجموعة إعلام المصريين "إيجل كابيتال"، وشركة "دي ميديا"، وشركة تواصل "فالكون"، وشركة "المتحدة للطباعة والنشر". بالإضافة إلى شبكات

وقنوات أخرى مملوكة لرجال أعمال، منها؛ قنوات "صدى البلد"، وقناة "المحور"، وقناة "دريم"، وقنوات "سي بي سي"، وقنوات "النهار"، وقناة "ten"، بالإضافة إلى قنوات "إم بي سي مصر" المملوكة لأحد رجال الأعمال السعوديين.

إن رؤية القيادة السياسية المصرية تنطلق من أهمية دور وسائل الإعلام في المجتمع، وأن تكون داعمة لدولة المصرية ولسياسات الإصلاح الاقتصادي ومكافحة الإرهاب وبناء وعي مجتمعي بالتحديات التي تواجهها مصر داخليا وخارجيا، مما أسس لوضع رؤية وتصور محدد لدور الإعلام في التنمية السياسية في مصر. وتجدر الإشارة هنا إلى تصريح الرئيس عبد الفتاح السيسي في إحدى لقاءاته مع الإعلاميين أن "الرأي العام في مصر يتشكل بالإعلام"^(٢٤).

نستلخص مما سبق إدراك السلطة السياسية عبر الفترات السياسية المتعاقبة منذ ثورة يوليو ١٩٥٢م، لأهمية وسائل الإعلام وقدرتها علي التأثير في بناء الوعي وتشكيل الرأي العام، وفي ظل حالة الارتباك التي شهدتها الإعلام المصري مع اندلاع ثورة يناير ٢٠١١م، إلا أن بعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣م، وبفعل وضوح وتحديد موقف النظام السياسي الحاكم من وسائل الإعلام وتصوره نحوها باعتبارها أداة تتحاز للدولة، ومن ثم وضعت سياسات جديدة تعبر عن هذه الرؤية.

ثالثا: الإعلام والتنمية السياسية في مصر

تنطلق الرؤية الإستراتيجية النظام السياسي المصري الراهن من كون "الإعلام شريكاً في التنمية"، وتبرز هنا عدة قضايا حول دور الإعلام كشريك في التنمية ومستقبل هذا الدور في ظل رؤية مصر ٢٠٣٠م، والتي تُعنى بالتنمية المستدامة، ويمكن تناول ذلك الدور على النحو الآتي :

١. أبرز قضايا الإعلام السياسي التنموي في مصر^(٢٥):

- تعزيز الانتماء وقيم المواطنة: أهمية التركيز على النماذج الإيجابية في المجتمع المصري وتسليط الضوء عليها لتعزيز قيم المواطنة لدى الشباب خاصة، والاهتمام على احترام القانون واللجوء إلى الطرق الشرعية في الحصول على حقوقهم ونبد العنف كوسيلة للحصول على هذه الحقوق، وتشجيع الشباب على المشاركة في العملية السياسية كمظهر

من مظاهر الديمقراطية في المجتمع المصري خصوصاً بعد ثورتي ٢٥ يناير و ٣٠ يونيو، وضرورة اهتمام الحكومة المصرية ببرامج تحقق الرفاه الاجتماعي للشعب المصري كجزء من مسؤولياتها تجاهه.

-توظيف الإعلام في مواجهة العنف والتعصب ونشر ثقافة التسامح: يمكن أن يقوم الإعلام في فترات الصراع السياسي والتحولات السياسية خاصة، بدور في نشر مفاهيم التسامح، ونبذ العنف أو التطرف. وضرورة اتباع المواد والأساليب التي يمكن أن يستخدمها الإعلام في مواجهة اتجاهات وسلوكيات عنيفة متعصبة في كافة المجالات، والتزام وسائل الإعلام بهذه القيم والمحددات في تناولها للصراعات المختلفة، والتفريق بين سياقي إزكاء النزاع السياسي أو تهدئته والبحث عن بدائل لنشر ثقافة التسامح ونبذ العنف والتعصب. وإيجاد توعية سليمة بالتحديات التي تواجه الدولة والمساعدة في تحقيق التنمية فوسائل الإعلام ينبغي أن تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع والتي تمكنها من تجاوز مراحل التنمية في كل قطاعات المجتمع. والتغلب علي الفجوة التي قد تنشأ بسبب ضعف تعاطي وسائل الإعلام أو انفصالها عن متطلبات التنمية السياسية في مصر.

-دعم قضايا التمكين السياسي للمرأة والشباب: حيث تعد مشاركة المرأة والشباب في الحياة العامة وصنع القرار واحدة من أهم القضايا التي تطرح نفسها بشكل دائم في الأوساط العلمية والسياسية، خاصة وأن الدستور المصري والقوانين المنظمة للعمل السياسي يؤكدان حق المرأة في التصويت والترشيح، كما يؤكد الدستور علي مساواة المرأة والرجل في ميادين الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية وعدم وجود أي تمييز بسبب الجنس أو الأصل أو اللغة أو الدين، ويمكن القول إن المشاركة السياسية في أي مجتمع هي محصلة نهائية لجملة من العوامل الاجتماعية والاقتصادية والمعرفية والثقافية والسياسية تتضافر في تحديد بنية المجتمع ونظامه السياسي، وتحديد نمط العلاقات الاجتماعية والسياسية ومدى توافقها مع مبدأ المشاركة الذي بات معلماً رئيسياً من معالم المجتمعات المدنية الحديثة، كما تهتم القيادة السياسية بمشاركة وتمكين الشباب وتعطي لهذه القضية أولوية كبرى. وتقر كل البحوث والدراسات التي تصدت لقضية

المشاركة السياسية للشباب والمرأة المصرية ضعف مستوى المشاركة في الانتخاب والترشح، خاصة قد لوحظ تباين في تمثيل الإناث في الهياكل الانتخابية منذ حصولها على حقوقها السياسية ودخولها البرلمان بموجب دستور ١٩٥٦م، وحتى مجلس الشعب ٢٠١٢م، إلا أنه بصفة عامة يدل الوضع علي تهميش دورها.

بينما مثلت الانتخابات البرلمانية التي انطلقت في أكتوبر ٢٠١٥م، الاستحقاق الثالث والأخير من خارطة الطريق التي أعلنت في أعقاب ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣م، وهي الأولى بعد إقرار دستور يناير ٢٠١٤م، ولعل أهم ما تميزت به تلك الانتخابات هو المنافسة بين مختلف القوى السياسية والحزبية والتي أفرزت واقعا سياسيا وتعددية غير مسبوقه حيث يوجد ١٩ حزبا سياسيا داخل مجلس النواب، وهذا إلى جانب المستقلين على اختلاف توجهاتهم السياسية، ومع ما أوجدته هذه الانتخابات من تمثيل ملائم نوعا ما لبعض مكونات المجتمع وبالأخص الشباب والمرأة. عليه يجب علي وسائل الإعلام أن تعمل علي تناول هذه التجربة وذلك بهدف تحقيق فهم أعمق لرؤى المرشحين الشباب والمرشحات إزاء تجربتهم الانتخابية والفرص والتحديات التي واجهتهم خلالها ومعرفة تصوراتهم لمستقبل المشاركة السياسية للشباب والمرأة المصرية بشكل عام، وكمشحيين في الانتخابات القادمة بشكل خاص، فضلا عن تعميم فوائد التحفيز للآخرين.

٢. الإعلام السياسي التنموي: إشكاليات وتحديات

إنَّ الإعلام ووسائله المختلفة هو الذي يمكن أن يلعب الدور الأساسي الذي لا غنى عنه في تحقيق أهداف التنمية السياسية لما تملكه من قوة وقدرة على التغيير الثقافي والاجتماعي، فالتنمية السياسية في جوهرها بمثابة عملية تغيير وتعبئة اجتماعية للمواطنين وكل هذا يتطلب قدرًا كبيرًا من الاهتمام بما يعرفه المواطنين عن التنمية وما يريدونه منها. من هنا تثار الحاجة إلى نشر خطط وأهداف التنمية على أوسع نطاق للعمل على خلق المشاركة الإيجابية من المواطنين للموافقة والمشاركة في تنفيذ هذه الخطط، والإعلام هو الذي يجب عليه أن يمارس هذا الدور بكل ما هو جديد ويخلق لدى المواطنين الرغبة في قبول الأهداف الجديدة والمواقف الجديدة، إلا أن الإعلام السياسي التنموي في دول

الجنوب بشكل عام وفي مصر بوجه خاص يواجه عدة تحديات، وما زال يتطور كما ونوعاً ببطء يجعله عاجزاً عن مواكبة الحياة التنموية في الدولة.

ولذا فعلى الإعلام الاضطلاع بدوره التنموي في مجال التنمية السياسية والتنمية الاجتماعية معا في ظل الظروف التي تواجهها مصر من تطورات وتحولات سياسية واجتماعية واسعة المجالات، حيث أن الإعلام - بوسائله المختلفة (المرئية والمسموعة والمقروءة) - يجب أن يزيد ويبرز دوره في تعزيز الوعي السياسي، وفي تدعيم قيم المشاركة السياسية لدى المواطنين، من خلال المعلومات والأفكار والتوجهات السياسية المنقولة لهم عبر مختلف البرامج المعروضة، وهذا بلا شك يحدث تنمية سياسية شاملة تساعد في تشكيل قاعدة من العلم والمعرفة، تعمل على تغيير سلوك الأفراد الواعين للسير على النهج الصحيح، وراذعاً لهم في الوقت نفسه للابتعاد عن الصيغ والأساليب التي لا تتفق مع مصالح المجتمع وأهدافه.

وينبغي الأخذ في الاعتبار المعوقات التي تواجه الإعلام التنموي أثناء قيامه بعملية التنمية والتي من أبرزها غياب التخطيط، وندرة التدريب، وقلة الخبرة، وعجز الإمكانيات المادية المتاحة أمامه وعدم التزامه بالموضوعية في الموضوعات المقدمة، ونقص وعدم شفافية المعلومات المتوفرة لوسائل الإعلام التنموي، وضيق الوقت وعدم تحديد المساحة الزمنية المتاحة للمعالجة، لتكون وسائل الإعلام داعمة لخطط التنمية في الدولة خاصة في ضوء التطورات التي تشهدها مصر في الوقت الراهن.

مما سبق يمكن تحديد عدة عوامل محفزة لتفعيل دور الإعلام السياسي التنموي وكيفية النهوض به في مصر، كما يلي^(٢٦) :

- تقييم التجارب المقارنة في علاقة الإعلام بالتنمية السياسية، والاستفادة من دروسها، والتي يمكن تطبيقها في الواقع المصري، مع مراعاة الخصوصية التي تتسم بها التجربة المصرية.

- إعادة النظر في مفهوم الإعلام السياسي التنموي، وتبني تعريف أكثر شمولاً بما يتفق مع متطلبات العصر والتحديات الراهنة، ونشر قيم الديمقراطية والتنمية.

- الاهتمام بدور الإعلام المحلى ومستقبله، حيث يمكن الاستفادة من مؤسسات الإعلام المحلى، في المساهمة في نشر الأفكار المتعلقة بالتنمية المستدامة والارتقاء بمعارف المواطنين وثقافتهم.
- تفعيل إدارات العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، كما هو الوضع في عدد من الدول العربية، يكون دورها التواصل مع الهيئات والجهات المختلفة من أجل سرعة التعامل مع الأحداث والأزمات المختلفة.
- الاهتمام بحملات التسويق السياسي في القضايا المختلفة التي تواجه الدولة، وتعزيز التعاون بين المؤسسات الحكومية والإعلامية بما يسهم في تنمية المجتمعات المحلية.
- ضرورة الاهتمام بـ "الإعلام التشاركي"، بحيث يكون المواطن شريكا في اختيار القضايا والمضامين التي تشغل اهتمامه، وتعبّر عن همومه.

٣. مستقبل الإعلام والتنمية السياسية في مصر:

إنّ الإعلام المصري عانى طوال السنوات الماضية التي أعقبت ثورة يناير ٢٠١١، ولمواجهة أعراض المشكلات والأزمات التي تشهدها وسائل الإعلام في مصر، لا بد من تقديم تصور حول مستقبل الإعلام والتنمية السياسية وذلك في إطار تشكيل الهيئات الإعلامية الثلاث، والتي يُعول عليها في ضبط المنظومة الإعلامية الراهنة، ومعالجة ما لحق بها من تشوهات خلال السنوات الماضية منذ ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، والتي أدت لحالة غير مسبوقه من الفوضى، بفعل استغلال البعض لحالة الانفلات الأمني، والتي أدت بدورها إلى انفلات الشارع وحالة غير مسبوقه من الانفلات الإعلامي مازال يلمس بعض تجلياتها حتى الآن، وربما تكون أحد الحلول المطروجة العودة مرة أخرى لأحياء وزارة الإعلام لضبط وتنظيم العملية والسياسات الإعلامية.

إنّ الإعلام هو انعكاسٌ لحالة المجتمع بكل دقائقها وتفصيلها، وبالتالي فانفلات الشارع والمجتمع والمؤسسات أدى إلى أمرين نستطيع أن ننتبينهما من على شاشات السينما والتلفزيون، وهما طُغيان أفلام ومسلسلات "البلطجة والعشوائيات"، وذلك في تجسيدٍ لانفلاتٍ أخلاقي وسيادة منطق القوة في إدارة أمور الحياة اليومية.

سُرْعَانَ ما انتقلَ ذلك إلى شاشاتِ التليفزيون في البرامج الحوارية "التووك شو"، التي زخرت بمشاداتٍ كلامية وعباراتٍ مُسيئة استهدفت رموزًا وشخصياتٍ ودولاً لها علاقات حيوية ومن أعلي درجات الارتقاء مع الدولة المصرية في الوقت الراهن، وانتقلت هذه البرامج إلى الخروج عن السلوكيات الإعلامية المنضبطة، وما يمكن الإشارة إلي الأزمات التالية التي تواجه الإعلام^(٢٧):

أزمة الازدواجية والانفصال عن الواقع في الإعلام المصري إن الإعلام المصري يعاني من حالة من الفُصام؛ فهو إعلامٌ يقدم الترفيه والتسلية والموضوعات المثيرة بُغْيَةً زيادة أرقام توزيع الصحف وزيادة معدلات المشاهدة للبرامج وزيادة المرور للمواقع الإخبارية على شبكة الإنترنت وزيادة العائدات الاعلانية تبعًا لذلك، دون أن يدرك أننا في دولةٍ تحاولُ أن تنهضَ بعد أن مرت بثورتين أثرتا على حجم الناتج القومي وزيادة البطالة وتراجع الاستثمار والسياحة وتوقف المصانع وتعطل عجلة الإنتاج. وباستثناء إعلام الدولة، الأقل تأثيرًا في الوقت الراهن، فإن الإعلام الخاص باختلاف وسائله تتم إدارته وفقًا لهذه المنظومة باستثناءاتٍ نادرة.

إن مِصرَ تواجه ثلاثة تحديات كبرى في وقتٍ واحد، وهي قضايا متعددة الجبهات، حروبٌ تجعل من اصطفاكِ كلِّ مقدراتِ وقوى الدولة الصلبة والناعمة واجب قومي، وخاصة دور وسائل الإعلام في تناول قضايا وموضوعات هذه التحديات، وتتمثلُ هذه التحديات التي تخوضها الدولة المصرية في الحرب ضد الإرهاب والحد ضد الفساد أو القضاء عليه، والتحول نحو التنمية المستدامة وإنجاز أهدافها، وهي تحديات لم تواجهها الدولة المصرية بهذه الحدة واتساع الجبهات وتعدد الأهداف والمقاصد منذ عصر الدولة القديمة ومرورًا بالدولة الحديثة حتى وقتنا الراهن. ولا بد أن يقوم الإعلام "المصري" بدعم الدولة في مواجهة هذه التحديات التي تخوضها، حيث أن الواقع الإعلامي الراهن يشير إلى ما يأتي:

- في مواجهة الإرهاب كان الإعلام يسارعُ بهدف السَّبْقِ والإثارة واجتذاب الزائرين للمواقع الإخبارية بالاعتماد على المعلومات التي يكون مصدرها الإرهابيون والجماعات

الإرهابية دونَ انتظارِ بياناتِ القواتِ المسلحةِ المصرية، وهذا ما تم تداركه والتزام الإعلام بالبيانات الرسمية ومساندة الدولة في حربها ضد الإرهاب.

- في مواجهة والحد من الفساد، يتم التركيز على الإثارة فقط من خلال حجم الأموال التي تم ضبطها أو من خلال التركيز على شهرة العناصر المقبوض عليها، فحين لا يتم التركيز على الرسالة الأساسية التي يريد جهاز الرقابة الإدارية توصيلها إلى الفاسدين وهي أنه "لا نجاة لفساد، وأن كلَّ الفاسدين ستتم ملاحقتهم إلى عُقر ديارهم".

- غياب شبه كامل للإعلام التنموي وعدم التركيز علي رؤية ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة، وفي دور الدولة المصرية من أجل التنمية المستدامة، وبرغم عظم ما تفقده في الحرب ضد الإرهاب من الرجال والعناد والأموال، ورغم عائدات التنمية التي تتآكل بفعل الفساد، فإننا نجد غياباً شبه كامل لمفهوم "الإعلام التنموي" الذي يسعى بكل ما لديه من طاقة للتركيز على مجهودات الدولة التنموية من رصف طرق وإنشاء كباري وأنفاق وتشبيد جسور وقناة سويس جديدة ومشروعات قومية كبرى في كل مكان على أرض مصر. ويكتفي الإعلام في أغلب الأحوال بتغطية زيارات الرئيس لهذه المشروعات دون أن يتابع التقدم الذي تُتجزه هذه المشروعات على أرض الواقع، ودون أن يحاول أن يُشرك المواطنين في مجهودات التنمية، فلا تنمية تتجح دون أن تتبناها جموع الشعب.

الخاتمة :

إنَّ التنمية السياسية هي عملية شاملة ومتكاملة يجب أن تتجدد لها كافة القطاعات ومختلف الهيئات والمؤسسات، من خلال الأداء الفاعل لأدوارها ووظائفها في انسجام وتناغم، وكذلك من خلال تجنيد ومشاركة كل فئات المجتمع تحقيقاً للمصلحة العامة. وعلى وسائل الاعلام من جهتها الحرص على أن تكون جهودها مخطط لها وتهدف إلى خلق مواقف واتجاهات إيجابية ومناسبة للتنمية، بحيث تهيئ الظروف الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد والجماعات من أجل أن يستجيبوا للخطة والبرامج التنموية بشكل فعال. ووفق هذا التصور فإن الإعلام التنموي يعمل على توفير المعرفة والوعي حيث يشكلان

- الاتجاهات التي تتعكس على سلوك الأفراد ومواقفهم بشكل ينسجم مع أهداف وأولويات التنمية. لعل ما ذكر آنفاً من تشخيص حالة الإعلام المصري المتردية وما يشهده من أعراض أزمات ومشكلات، لذا لا بد من النظر إلى المستقبل والتطرق إلى سبل تفعيل الإعلام المصري والخروج من أزمات المشهد الإعلامي الراهن، وذلك على النحو الآتي :
- إعادة الإعلام الرسمي "ماسبيرو" إلى الريادة والدور المؤثر: إعادة قاطرة الإعلام للعمل ولعل أول ما يمكن البدء فيه لعلاج الإعلام، هو أن تُعيد النظر إلى إعلام الدولة على أنه يجب أن يكون قاطرة الإعلام في الدولة المصرية الجديدة، ويجب أن نعود إلى الأصول والجزور المتمثلة في إعلام الدولة، ونبحث عن صيغة وصياغة جديدة لهذا الإعلام لكي نضعه في صدارة المشهد الإعلامي تارةً أخرى.
 - إيجاد صيغة جديدة للإعلام المصري: تستلزم تبني الدولة لهذا الإعلام والقيام بسداد ديونه أو إسقاطها، وإتاحة مزيد من الحرية في إدارته للهيئة الوطنية للإعلام. وبعبارة أخرى محاولة فصل الإدارة عن الملكية، بمعنى أن الدولة تمول والهيئة الوطنية للإعلام تتولى الإدارة، على أن يكون الهدف الأول هو المهنية الإعلامية وتقديم إعلام رصين غير مُسْفٍ أو متهافت بتقديم منافسةً متدنية للإعلام الخاص لا يُجيدها ولن يُفلح فيها.
 - سياسة إعلامية وطنية للدولة المصرية: أنه لا بد أن نضع سياسة إعلامية للدولة المصرية يتم التوافق عليها بوجود ممثلين للإعلام الدولة بما يضمنه من وسائل إعلامية مختلفة والإعلام الخاص والإعلام الحزبي، وتكون هذه السياسة الإعلامية مُلزِمة للجميع، ويكون هدفها الأول الالتزام بدعم الدولة المصرية في حريتها الضروس ضد الفساد والإرهاب، وتبني مفهوم الإعلام السياسي التنموي الذي يعمل على توعية المواطنين بأهمية المشروعات القومية الكبرى وتنمية الدولة المصرية وإعادة بنائها، وأهمية إصلاح الاقتصاد كخطوة أساسية للانطلاق نحو آفاقٍ أرحب في مجالات الاستثمار والسياحة وتوفير فرص العمل، علاوة على كبح جماح إعلام الإثارة والتحريض والدجل والشعوذة والتلاعب بالمزاج العام للشعب المصري وبث الإحباط في النفوس، وضرورة قيام المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام بدوره في هذا الصدد.

- الاهتمام ببرامج ومواد التنمية السياسية: أن يتم تحجيم هذا الكم الهائل من التسلية والترفيه والإثارة في الإعلام المصري، والتي يتم صرف مليارات الجنيهات عليها، وتستهدف إثارة انتباه الجمهور لموضوعات غير مفيدة، مع العلم أن الترفيه والتسلية صناعة ضخمة في العالم الغربي الذي وصل إلى مرحلة التقدم منذ أمم بعيد، ولكن مصر لا زالت في مرحلة النمو التي تتطلب تسخير كل الجهود في بناء الدولة، لا بأس أن يوجد قدرًا من الترفيه، ولكن يجب أن تستجمع الطاقات والجهود في الإعلام والدولة والحكومة والقطاع الخاص والشباب من أجل بناء الدولة.
- تنظيم حرية تداول المعلومات وتداولها: أنه لا بد من وجود سياسة لإدارة المحتوى، سواء المحتوى المقدم على شاشات القنوات التلفزيونية أو موجات المحطات الإذاعية أو صفحات الصحف أو المواقع الإخبارية أو الصحف الإلكترونية، فالمحتوى يبدو سيئًا ويعاني من قلة التنوع أو ندرته، وعدم تداول المعلومات بشكل جيد، كل هذا يحتم إصدار قانون تداول المعلومات ليتيح مصادر معلومات متعددة أمام الإعلاميين بدلاً من أن تصبح الوسائل الإعلامية المصرية نسخاً من نشرات إخبارية دعائية، لأن هذا أدى بالفعل إلى انصراف الجماهير عن الإعلام بصيغته الحالية وتحولهم إلى مواقع التواصل الاجتماعي، كما افتقدت وسائل الإعلام التقليدية القدرة على مواجهة الشائعات.

هوامش الدراسة :

١. صالح بلحاج، التنمية السياسية: نظرة في المفاهيم والنظريات، (الجزائر: جامعة الجزائر، د.ت)، ص ٣.
٢. علياء العزي، الإعلام العربي والتنمية السياسية، سلسلة دراسات، معهد البحرين للتنمية السياسية، ٢٠١٧، ص ١١.
٣. المرجع السابق نفسه، ص ص ١٧-١٨.
٤. كمال المنوفى، أصول النظم السياسية المقارنة، (الكويت: شركة الربيعان للنشر والتوزيع، ط١، ١٩٨٧)، ص ص ١١٧ - ١١٨.

٥. هناء عبید، افتتاحية: كثير من المعلومات قليل من الحقيقة، مجلة الديمقراطية، العدد ٧٢، أكتوبر ٢٠١٨، ص ٦.

٦. هناء عبید، لماذا وصلنا إلى ذروة الهراء: الانحيازات النفسية وراء تصديق الأفكار المغلوطة، مجلة الديمقراطية، العدد ٧٢، أكتوبر ٢٠١٨، ص ص ٦١ - ٦٦.
٧. أنظر:

Patric J. McConnell. and Lee B, Becker, The Role of the Media In Democratization, paper presented to the political Communication Section of the International Association for Media and Communication research at the Barcelona conference , July 2002 , Available at <http://www.Grady.Uga.edu/Coxcenter/activities/Activities0102/DemocratizationIAMCR.PDF>

٨. أنظر:

A, Milton. , “Bound but Gagged: Media Reform in Democratic Transition “ , Comparative Political Studies , vol , 34 , No, 5, 2001, pp. 493-527.

٩. عواطف عبد الرحمن، قضايا التنمية الإعلامية والثقافية في العالم الثالث، (القاهرة: دار الفكر العربي، ١٩٨٧)، ص ٢١.

١٠. عبد الغفار رشاد القسبي، الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي، (القاهرة: مكتبة الآداب، ٢٠٠٧)، ص ٤٣.

١١. مليكة عرعور، وسامية حميدي، دور الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي حيال محاربة الإرهاب، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بمدينة الشروق، العدد ١، يونيو ٢٠١٦، ص ص ٧٢ - ٧٥.

١٢. علياء العزي، مرجع سابق، ص ص ٣٠-٣٤.

١٣. أحمد قران الهزاني، السلطة السياسية والإعلام في الوطن العربي، مجلة المستقبل العربي، العدد ٤٣٤، ٢٠١٥، ص ص ٤٩-٥١.

١٤. محمد عز العرب، انحياز سياسات: تحولات وسائل الإعلام في ظل الاستقطاب السياسي، مركز الأهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية، ٢٨ / ٥ / ٢٠١٨، في الرابط الآتي:

<http://acpss.ahram.org.eg/ui/front/Search.aspx?Text=%D9%82%D8%A7%D9%86%D9%88%D9%86-%D8%AA%D9%86%D8%B8%D9%8A%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85>

١٥. سليم بوسقيعة، الثقافة السياسية ودور الإعلام في تنميتها، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد ١١، مارس ٢٠١٥، ص ص ١٠٧ - ١٠٩.

١٦. أنظر:

Brian McNair, An Introduction to Political Communication, 3rd ed. (London: Routledge, 2003). P.13.

١٧. أنظر:

Robert Hassan, Media, Politics and the Network Society (New York: Open University Press, 2004), p.17.

١٨. أسامة الرشيدى، السياسات الإعلامية بعد ٣ يوليو ٢٠١٣، سلسلة دراسات، المعهد المصري للدراسات، ٢٨ / ٥ / ٢٠١٨، ص ص ١١-١٧، في الرابط الاتي:

<https://eipss-eg.org/wp-content/uploads/2018/05/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A8%D8%B9%D8%AF-3-%D9%8A%D9%88%D9%84%D9%8A%D9%88-2013.pdf>

١٩. أنظر:

Douglas Boyd, Broadcasting in the Arab World: A Survey of the Electronic Media in the Middle East (3rd ed.) (Ames, Iowa: Iowa State University Press, 1999); Rasha Abdulla, "An Overview of Media Developments in Egypt: Does the Internet Make a Difference?" Global Media Journal—Mediterranean Edition 1 (2006): 88–100.

٢٠. أنظر:

Rasha Abdulla, "Precedents for Public Service Broadcasting in Egypt," Panos Institute Paris and the Mediterranean Observatory for Communication, 2013); Rasha Abdulla, Mapping Digital Media: Egypt (Open Society Foundations, August 2013), in: www.opensocietyfoundations.org/reports/mapping-digital-media-egypt.

٢١. أنظر:

Rasha Abdulla, "The Changing Middle East Media Over the Past 20 Years: Opportunities and Challenges," in The Changing Middle East, ed. B. Korany (Cairo: American University in Cairo Press, 2010).

٢٢. أنظر:

Rasha Abdulla, "The Revolution Will Not Be Tweeted," Cairo Review of Global Affairs 3 (2011), in: www.aucegypt.edu/gapp/cairoreview/Pages/articleDetails.aspx?aid=89

٢٣. أسامة الرشيدى، مرجع سابق، ص ص ٣٢-٣٣.

٢٤. سارة المصري، الإعلام المصري: استقلالية منقوصة ومهنية معيبة، مؤسسة حرية الفكر والتعبير، د.ت، ص ٧.

٢٥. شريف درويش اللبان، رؤية استراتيجية: الإعلام شريك فى التنمية فى مؤتمر جامعة الأهرام الكندية، ٢٨ / ٤ / ٢٠١٦، في الرابط التالي:

<http://www.acrseg.org/print.aspx?40492>

٢٦. شريف درويش اللبان، روثة مقترحة: نحو خارطة طريق للهيئات الإعلامية المشكلة، المركز العربي لبحوث والدراسات، ٢٥ / ٤ / ٢٠١٧، في الرابط التالي:

<http://www.acrseg.org/print.aspx?40145>

٢٧. شريف درويش اللبان، روثة مقترحة: نحو خارطة طريق للهيئات الإعلامية المشكلة، مرجع سابق.

