



تحديات الإعلام المحلى (صحافة – إذاعة – تليفزيون)

أثناء المرحلة الانتقالية

إعداد

عبدا لله أبو الحمد حسن

إعلامي وباحث

تحرير

سعيد عبد الحافظ

ديسمبر ٢٠١٢

تقرير ملتقى الحوار للتنمية وحقوق الانسان

برج ١٠١ ، امتداد الامل أوتوستراد المعادي ، الدور الثانى شقة ٢٤، القاهرة.

مقدمة

يلعب الاعلام المحلي دورا مهما في التعبير عن اهتمامات واحتياجات المجتمع المحلي وتعزيز الوعي بين المواطنين بالقضايا التي تعاني منها البيئة المحلية على المستوى السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي مما اوجد ارتباطا بين دور الاعلام والتنمية والمشاركة الشعبية تعرف بالإعلام التنموي الذي يشارك فيه المواطنين بجهودهم وهو ما يمتد بدورة الى توعيتهم بالمشاركة السياسية في صناعة القرار والمشاركة في ادارة الشأن العام بهذه الاقاليم وهى نفس الاسباب التي دفعت الدولة الى التوسع في انشاء الاذاعات والقنوات الاقليمية منذ عام ١٩٨١.

لكن لم تؤدي هذه الاذاعات والقنوات الاقليمية دورا ملموسا في المجتمعات المحلية رغم زيادتها بسبب القيود المفروضة على عملها وأصبحت أداة اضافية للمحافظين في سيطرة السلطة التنفيذية على الاعلام الاقليمي من خلال نقل انشطتهم التقليدية والرسمية بدلا من قيامه بدور فعال في التنقيف والتنوير للرأي العام المحلي والتصدي للمشاكل التي تواجهه هذه المجتمعات وهو ما أدى الى عدم التعويل عليه في المساهمة بتطوير تلك المجتمعات خاصة في ظل مرحلة الاصلاح الحالية التي تم فيها الاهتمام بقضايا الديمقراطية وحقوق الانسان وتأثر بشدة الاستماع والمشاهدة للإذاعات والقنوات الاقليمية و وصلت الى ادنى مستوى لها بعد انطلاق الفضائيات والاذاعات التخصصية منذ عام ١٩٩٠ ولم تقلح محاولاتها لجذب المستمعين والمشاهدين مرة اخرى.

وواجهت الصحافة الاقليمية تحديات كبيرة من عدم توافر رأس المال المنتظم والكوادر الصحفية والمهنية المدربة من خريجي الجامعات لضمان استمرارها سواء التي تصدر بتراخيص من المجلس الأعلى للصحافة والتابعة في غالبيتها لملكية ورئاسة المحافظين والمجالس الشعبية المحلية ، وكذلك الصحف الصادرة بتراخيص أجنبية من قبرص وانجلترا وفرنسا واتجهت معظمها الى استخدام طرق تحريرية في اعداد المواد الصحفية أقرب للنشرات الرسمية أكثر منها صحف بسبب تركيز اهتمامها على مجاملة السلطة التنفيذية أكثر من تعبيرها عن هموم المواطن ومشاكله لضمان بقائها وخوفا من تأثير السلطات الامنية على صدورها ومنع طباعتها ، بالإضافة الى عدم قيد غالبية المحررين بهذه الصحف في نقابة الصحفيين وعملهم في القطاع غير المنتظم في الصحافة الذي لا يلقى اي رعاية مهنية او مادية تضمن دخول شهرية ثابتة لهم مما جعل غالبيتهم يخطط بين العمل الاعلامي والاعلاني لمحاولة ايجاد دخل له و الاستمرار في العمل الصحفي و اتجهوا الى قيد أنفسهم في نقابة العاملين في الصحافة والطباعة والنشر لإيجاد غطاء اداري لنشاطهم في مجال الصحافة .

ورغم اهتمام المجلس الاعلى للصحافة الذي يعتبر اعلى سلطة في تنظيم العمل الصحفي في مصر عام ١٩٨٦ لتنظيم عدة لقاءات لدعم الصحف الاقليمية لم تنفذ توصيتها حتى الآن وتركت الصحف الاقليمية تموت تدريجيا او تتوقف عن الصدور .

غالبا ما ينظر الناس إلى وسائل الإعلام باعتبارها أدوات تعكس العالم المحيط بهم حيث تستخدم المادة الإخبارية في الحصول على المعلومات كما تعكس الدراما قيم المجتمع وعاداته و أنماط سلوكه وتعد وسائل الإعلام وفق هذا المفهوم بمثابة النافذة التي نطل من خلالها على العالم الخارجي وينظر بعض الناس لوسائل الإعلام بصورة مختلفة حيث يرون أنها تختار التركيز على بعض الموضوعات والقضايا ليس لكونها تعكس الواقع الاجتماعي، وإنما لتحقيق بعض هذا الواقع، ونتيجة تراكم التعرض لوسائل الإعلام يبدوا العالم الذي صنعه تلك الوسائل حقيقيا في أذهاننا ، وقد لا يستطيع بعض الناس أن يميز بين هذا العالم المصطنع والعالم الحقيقي ويرى هؤلاء أن وسائل الإعلام لا تعكس ما يحدث في العالم الخارجي ، وإنما تنمي عالما يبدوا حقيقيا للمتلقين .

ويرتبط محتوى الرسالة بالقدرة علي الإقناع حيث يرى سقراط البلاغة على أنها : " القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها " و قد كان أفلاطون يعرف البلاغة بأنها : " كسب عقول الناس بالكلمات " و سوف نلاحظ أن القائم بالاتصال عليه اتخاذ عدة قرارات مثل تحديد الأدلة التي سوف يستخدمها وتلك التي سوف يستبعدها ، والحجج التي يسهب في وصفها وتلك التي يجب أن يختصرها ، ونوعية الإستمالات. التي يجب أن يستخدمها ومدى قوتها. فكل رسالة إقناعية هي نتاج للعديد من القرارات بالنسبة لشكلها ومحتواها ، وأغلب تلك القرارات لا يملئها الهدف الإقناعي للرسالة فقط ، ولكن تملئها أيضا خصائص المتلقي ومهارات القائم بالاتصال وتتميز وسائل الإعلام خاصة المرئي منه والمسموع بقدرة على مخاطبة كل الطوائف والفئات بمختلف مستوياتها فيزداد تأثيرها على المجتمعات الأقل حظا في التعليم والثقافة من خلال التفاعل والمشاركة بين جمهور المستمعين والمشاهدين

وفي احدث بحث ميداني أجراه برنا مج تطوير الإعلام التابع للوكالة الأمريكية للتنمية حول اتجاه المستخدمين لوسائل الإعلام في محافظتي القاهرة والجيزة عام ٢٠١٠ أعدت هذا المسح الميداني شركة ايبسوس ستات مصر و مقرها القاهرة تحت إشراف شركة دى ثرى سيستمز و مقرها فيينا بولاية فيرجينيا بالولايات المتحدة الأمريكية لصالح

برنامج تطوير الإعلام . و شركتا دى ثري سيستمز و ايبسوس ستات مصر من أعضاء منظمة ايزومار . و عند تنفيذ هذا البحث ميدانيا روعي إتباع كود اى سى سى / ايزومار الدولي لممارسات التسويق و الأبحاث الاجتماعية ، و تمت المقابلات شخصيا و باللغة العربية مع عينة تم اختيارها عشوائيا من ٣٠٠٠ شخص من المقيمين بالقاهرة الكبرى تزيد أعمارهم عن ١٥ سنة و ذلك في الفترة من ٦ يوليو الى ٣١ يوليو ٢٠٠٩ . أما الدراسة التي أعدت عام ٢٠٠٧ فتمت في الفترة من ٤ ابريل إلي ٦ مايو ٢٠٠٧ . و كان هامش الخطأ في العينات +/- ٢ بالمائة مع نسبة مستوى ثقة بنسبة ٩٥% و كان مستوى الاستجابة ٤٢% .

الصحف تحتفظ بمكانتها في سوق الإعلام المتغير :-

استمر التلفزيون في احتلال صدارة اختيارات القاهريين كمصدر لمعلومات المفضل لديهم و ذلك بالإضافة إلى شبكات المعلومات الغير رسمية مثل الأصدقاء و الأسرة و المساجد ، و مع هذا فان التغييرات التي طرأت على عادات مشاهدي التلفزيون في الفترة من ٢٠٠٧ و حتى ٢٠٠٩ أثرت على كافة أشكال الإعلام الأخرى .

و ينتقل المشاهدون الذين يتابعون الأخبار مرة أو أكثر أسبوعيا من قنوات الأرضية ٤٣% إلى القنوات المصرية ٧٨% و إلى القنوات الدولية غير ناطقة بالعربية ٤٤% و القنوات المشفرة ٣٢% لمعرفة احدث الأخبار و الأحداث الجارية ، كما إن القنوات الإخبارية الدولية الناطقة بالعربية ٦٧% حافظت على موقعها كمصدر للإخبار .

و استمرت الأخبار في جذب معظم المشاهدين بشكل كبير على الرغم من انخفاض النسبة . حيث أشار ٥٣% من المشاهدين أنهم ينتبهون أكثر عند إذاعة الأخبار . و مع إن الثقة في التلفزيون على انه مصدر للإخبار ظلت مرتفعة كما كانت عام ٢٠٠٧ إلا أن الثقة في بعض البرامج الإخبارية بعينها استمرت في الانخفاض . فمثلا انخفضت نسبة القاهريين في قناة الجزيرة التي تعتبر أكثر المصادر الموثوقة من ٥٣% إلى ٣٥% كما انخفضت نسبة الثقة في القنوات الأولى و الثانية من ٢٧% إلى ١١% و على عكس التلفزيون الذي شهد زيادة في قاعدة المشاهدين شهدت الإذاعة انخفاض حادا في إعداد المستمعين

. فمثلا انخفضت نسبة أهل إسكندرية الذين ذكروا إنهم يسمعون الإذاعة بحوالي ٢١% من عام ٢٠٠٧ إلى ٢٠٠٩ و ذكروا أكثر من نصف السكان ٥٥% إنهم لا يسمعون الإذاعة إلا إذا سمعوها في مكان معين مثل السيارة أو المقهى أو

غيرها. وانخفضت نسبة الاستماع إلى إذاعة القرآن الكريم بنسبة ٥% عما كانت عليه عام ٢٠٠٧ لتصبح ٨٠% من مجموع المستمعين ، أما إذاعة نجوم اف أم فقد سجل الاستماع إليها أكبر نسبة زيادة من عام ٢٠٠٧ إلى عام ٢٠٠٩ لتصل إلى ٦٨% من مجموع المستمعين و ذلك منذ بداية العام و حتى وقت إجراء المسح الميداني. و لم تزد نسبة المستمعين لأي قناة أخرى لأكثر من نصف المبحوثين ، و يشير السلوك الاسبوعي للاستماع إلى الإذاعة إلى إن أكثر من ثلاثة أرباع القاهريين يستمعون للإذاعة على موجة اف أم ٧٨% و اقل من نصفهم يستمع للموجة المتوسطة ٤٠% .

و أهم الموضوعات التي يستمع إليها القاهريون في الإذاعة هي البرامج الدينية ٨٠% و الموسيقى ٦٠% و الأخبار المحلية للمدينة أو المحافظة ٣٣% و الرياضة ٣١% و الأخبار المحلية لمصر ٣١%. كما إن أهم المصادر الموثوقة للإخبار الإذاعية في القاهرة هي الشرق الأوسط ٢٢% و البرنامج العام ١٧% و لكن تم اختيارهما من جانب نسبة قليلة و متناقصة من القاهريين .

أما عدد القاهريين الذين يقرؤون الصحف مرة على الأقل كل أسبوع فظل تقريبا عند نفس المعدلات خلال السنتين الماضيتين ٤٢% عام ٢٠٠٩ أما عدد القراء الذين أشاروا إلى أنهم يقرؤون صحيفة الأهرام و الأخبار و الجمهورية خلال العام فظل ثابتا تقريبا من سنة ٢٠٠٧ إلى ٢٠٠٩ بينما ارتفع عدد قراء صحيفة المصري اليوم إلى ثلاثة أضعاف ليصل إلى ٢٩% كما إن صحيفة الدستور اليومي الوافد الجديد على سوق الصحافة المصرية يقرأها اليوم ١٠% من أهل القاهرة الذين يطالعون الصحف .

و مع هذا فقد انخفضت نسبة القراءة اليومية للأهرام ٣٤% و الأخبار ٣٠% و ذلك بنسبة ٦% لكل منهما منذ عام ٢٠٠٧

و استمر قراء الصحف في شراء أكثر من صحيفة واحدة، حيث ذكر قارئو الصحف أن الاعتياد على صحيفة معينة هو السبب الأكثر شيوعا وراء شراء أكثر من صحيفة ٧٦% فيما يعتقد ٥٩% انه لا توجد صحيفة واحدة قادرة على التغطية الكاملة للإخبار المحلية . و بالإضافة لذلك فان الكثير من القراء يشترون عدة صحف للحصول على معلومات متخصصة أو تسلية معينة بزيادة ١٠% لتصل النسبة إلى ٣٨% في ٢٠٠٩ و الآن أصبحت صحيفة المصري اليوم مثلها مثل الجمهورية تستخدم كصحيفة ثانية في القاهرة .

مصادر المعلومات و الاهتمامات :-

تتحكم في سوق الأخبار في القاهرة شبكات إخبارية غير رسمية (مثل الأقارب و المساجد) و كذلك التلفزيون و بخاصة القنوات الفضائية المصرية و الدولية الناطقة بالعربية. و أصبح القاهريون بصفة عامة أكثر معرفة بمرور الوقت و مع النمو المطرد في سوق الأخبار و مصادره مثل القنوات الفضائية المصرية و المساجد و القنوات الدولية الناطقة بالعربية و الأصدقاء و الأسرة.

ومع هذا فان القنوات المشفرة و القنوات الفضائية الدولية غير الناطقة بالعربية تمثل أسرع وسائل الإعلام نموًا في العامين الماضيين ، فالاشتراك في القنوات المشفرة زادت بنسبة ٢٣٪ بينما زادت نسبة مشاهدة القنوات الفضائية غير العربية بنسبة ٣٥٪ و من ناحية أخرى فان قنوات التلفزيون الأرضية و الإذاعة المصرية تمثلان السوقين اللذين عانيا من انخفاض ملحوظ في شعبيتهما، كما أن شعبية الانترنت شهدت زيادة كبيرة حيث تضاعفت ثلاث مرات في العامين الماضيين، و بصفة عامة

ويتضح من تلك الدراسة المأزق الذي يعاينه الإعلام المصري الحكومي المقروء منه والمسموع والمرئي حيث تشير الأرقام إلي تراجع حساب الإعلام المصري الخاص والفضائيات العربية والأجنبية وان الأزمة تزداد حدة و خطورة في الإعلام المحلي مع ملاحظة أن تلك الدراسة كانت قبل ثورة ٢٥ يناير لكني اعتقد أننا لو أجرينا دراسات مسحية متعمقة علي مصداقية ومتابعة الإعلام المصري الحكومي بعد الثورة اعتقد أنها ستعطينا نتائج متدنية وربما سلبية خاصة بعد تغطية أحداث ماسبيرو في شهر مارس الماضي والتي صنفتها اللجنة الإعلامية المستقلة التي شكلها وزير الإعلام إنها تغطية غير مهنية وتحض علي التحريض ضد فئة من فئات المجتمع وهذا يؤثر علي السلام الاجتماعي داخل الوطن الواحد وهذا يستوجب تشخيصا متعمقا لأسباب هذا التراجع للإعلام الحكومي المصري واقترح حلول غير تقليدية لأزمة إعلام يبحث عن ريادته المفقودة .

تغطية الإعلام القومي (الحكومي) لثورة ٢٥ يناير

ولأن النظام كان يدرك قيمة الإعلام في صياغة وجدان الناس لجأ إلي اضعف الكوادر واقلمهم مهنية ووضعهم علي رأس المؤسسات الإعلامية الحكومية ومن ثم خرجت الرسالة ماسخة بلا طعم ولا لون ولا هوية و صار التضيق علي الكفاءات بالإقصاء أو التجاوز في الترقية هو للدستور سيما أن جهاز امن الدولة كان والحاكم الفعلي وتقاريره فاصلة في اختيار تلك القيادات فان تلك الثورة أسقطت معها الكثير من الرموز الفاسدة والمفسدة وكشفت الكثير من الأئنة الزائفة وفضحت عورات نظام ظل جاسم علي صدر الوطن علي مدي ثلاثة عقود استخدم فيه الإعلام أسوأ استخدام فبدلا من مناقشة قضايا الناس وتعرية المفسدين تستر عليهم وتواطأ معهم فصارت وسائل الإعلام الحكومي(صحافة-إذاعة-تلفزيون) لا تكثرث إلا بقارئ ومستمع ومشاهد واحد هو السيد الرئيس إما الشعب المالك الفعلي لا يهتم وقد ظهر ذلك جليا اعتبارا من يوم الاثنين ٢٤ يناير من الاستنفار الإعلامي بعرض الأفلام التسجيلية والبرامج الإذاعية التي تتحدث عن انجازات الرئيس السابق وأهمية الاستقرار لقد تعامل التلفزيون المصري مع مشاهده، وكأنه يقف وحده على خارطة العمل الإذاعي، وكأنه لا وجود لما يسمى بالدش والقنوات العربية والأجنبية التي تنقل دقائق الأمور وهو ما ينبع بلا شك من غياب الوعي بكارثية الأداء الذي أداه والنتائج التي ترتبت عليه والذي كان يتابع أي قناة عربية محترمة للحظات ثم يقوده سوء حظه للوقوف أمام التلفزيون المصري، لاشك كان يؤمن أن مصر هادئة من أي صخب ثوري وأنا لسنا أمام عمل جلل وخطير يحدث في الشارع المصري حتى أن الشعار الذي صار منتشرا في تلك الفترة بين الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وتويتر، أصبح يقول " الكذب حصري على التلفزيون المصري " وطوال تلك الأيام لم يستضف التلفزيون ضيفا واحدا يقول كلمة حق في هؤلاء الشباب، أو يذكر الشهداء الذين سقطوا بلا جريرة، سوي المطالبة بالعيش والحرية والكرامة الإنسانية على الرغم من أن السيد عمر سليمان نائب رئيس الجمهورية والسيد أحمد شفيق رئيس الحكومة قد أقرأ بمشروعية مطالب هؤلاء الشباب، وقالوا إنهم أحدثوا ثورة حقيقية وغير مسبوقة في تاريخ الوطن وهو تكرر لما حدث من قبل في نكسة ١٩٦٧ عندما كانت الإذاعة المصرية تصدح وتقول إننا أسقطنا عشرات الطائرات الإسرائيلية، وحططنا عشرات الدبابات الإسرائيلية، ولكن الحقيقة تكشفت في النهاية عن هزيمة إعلامية قبل أن تكون عسكرية ومع بدايات الثورة استقال الإعلامي محمود سعد من برنامج "مصر النهارده" بعد رفضه إجراء حوار مع الفريق /احمد شفيق رئيس الوزراء آنذاك، وفي أيام متتابعة استقالت مذيعتان أخريان من قنوات النيل للأخبار، احتجاجا على التغطية

غير المتوازنة التي قام بها التلفزيون، وافتقارها للحد الأدنى للمهنية، وصرحت إحداهما - سها النقاش - التي عملت لمدة عشرين عاما كاملة بالتلفزيون المصري، أنها كانت تُطمئن الناس في نشرة الأخبار، وتقلل من قيمة ما يحدث، وفي فترة الاستراحة، تسارع إلي قناة الجزيرة لرؤية الأخبار الحقيقية! أن هذا ليس غريبا على الإعلام المصري، الموجه دائما وفق أهواء القائمين عليه، والذين لا يراعون إلا مصالحهم بعيدا عن مصالح المواطن المالك الفعلي لهذا الإعلام مع مصادرة الحريات والرقابة على حرية الرأي و التعبير المنصوص عليها في المواثيق الدولية والموقعة والمصدقة عليها الحكومة المصرية ثم ما لبث هذا الإعلام أن قام بتغيير نبرته والتعامل مع شباب ٢٥ يناير على أنهم ثوار، بعد أن فُضح كذبه وتضليله المقيت لجموع الشعب المصري، وبدأت التغطية الإعلامية الحكومية المصرية في تغيير نهجها الإعلامي، من خلال السعي للتواصل مع بعض هؤلاء الشباب الثائرين في ميدان التحرير الذي رفض الكثير من جانبهم التعامل معه، لاعتقادهم بأنه يسعى للحط من إنجازاتهم والتقليل منها. ومع استمرار الثورة، وبعدما تبين أنه لا مفر سوى التواصل التام، بل والتضامن مع أنصارها بدأ التلفزيون المصري في فتح أبوابه لثوار شباب مصر، لعرض آرائهم ومواقفهم على شاشات التلفزيون أو الإذاعة المصرية وبعد تولي المجلس العسكري إدارة شئون البلاد ومع تزايد حدة النقد الشعبي لأداء المجلس عاد الإعلام الحكومي المقروء والمسموع والمرئي يمارس نفس طقوسه القديمة فاستبدل نفاقه للرئيس السابق بنافقة للمجلس العسكري الحاكم حتى ولو كان ذلك علي حساب الانحياز للحقيقة والمواطن الذي يدفع رواتب هؤلاء الصحفيين والإعلاميين من ضرائبه ومن قوت يومه.



القسم الاول (الاعلام المحلي في مصر)

مفهوم وفلسفة الإعلام المحلي

الإعلام المحلي هو الإعلام الذي يخدم مجتمعا محدودا ومتناسقا من النواحي الجغرافية والاقتصادية والاجتماعية. مجتمع له خصائصه البيئية والاقتصادية والثقافة المتميزة على أن تحده حدود جغرافية حتى تشمله رقعة الإرسال المحلي

فالإذاعة المحلية (راديو-TV) كوسيلة اتصال جماهيري مرتبطة أساسا بمجتمع خاص محدد المعالم والظروف وقد يكون هذا المجتمع مدينة أو مجموعة قرى أو مدنا صغيرة متقاربة تجمعها وحدة اقتصادية وثقافة متميزة ، وتكون هذه الإذاعة هي مجالهم الطبيعي للتعبير عن مصالحهم وتعكس فهمهم وتراثهم وأذواقهم وأفكارهم بل وحتى لهجتهم المحلية ،، وهكذا تصبح الإذاعة المحلية هي الإذاعة التي تخاطب مستمعا محدد له مصالحه وارتباطاته الاجتماعية المعروفة وتراثه وعاداته بالإضافة إلى إحساس المستمع بالانتماء لهذه الإذاعة التي تقدم له الأخبار التي تهتمه وتقدم الأسماء والشخصيات المعروفة لديه والقريبة منه وتقدم ألوان الفنون التي يرتح لها أكثر من غيرها وتناقش المشكلات التي تمس حياته اليومية وتوفر له المشاركة المباشرة وغير المباشرة من خلال برامجها.

الإذاعة المحلية احد روافد الإعلام المحلي الذي ينبثق من بيئة معينة ومحددة ويوجه إلى جماعات بعينها بحيث يصبح الإعلام مرتبطا ارتباطا وثيقا بحاجة هؤلاء الناس ومتصلا بثقافة البيئة المحلية وظروفها الواقعية مما يجعله انعكاسا للتراث الثقافي والقيمي في هذه البيئة و يعتمد اعتمادا كليا على كل ما فيها من أفكار بحيث تكون هناك الأفكار السائدة بين الجمهور المستهدف وتصبح القيم الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والعادات والتقاليد هي التي تكون في النهاية أسلوب وشكل ومضمون الإعلام المحلي لان الهدف الرئيس من الإعلام المحلي هو أن يلعب دورا تنويريا لأبناء أقاليم مصر وحل مشاكلهم والحفاظ علي الهوية المصرية.

الصحافة المحلية هي وسيلة مهمة من وسائل الاتصال الجماهيري على المستوى المحلي وتعبّر عنه وعن قضاياها وإيجاد الحلول المناسبة لمشكلاته وقضاياها ودورها في تنمية المجتمعات المحلية هو خلق الرغبة في التغيير والانتقال من حالة التخلف إلى حالة التنمية .

تطور الصحافة المحلية

ثمة ملاحظة جديرة بالاهتمام وهي إن الصحف التي كانت تصدر في مصر إما من القاهرة عاصمة البلاد ومقر الحاكم وحكومته وإما من الإسكندرية صنو القاهرة والعاصمة الثانية لمصر وقد يكون هذا الأمر طبيعياً بسبب توافر المدارس وانتشار التعليم - إلي حد ما - في هاتين المدينتين ومن ثم تواجد المتعلمين والمتقنين يهما إلي جانب تركيز المطابع فيهما ...

ولقد استمر هذا الوضع حتى أوائل العام ١٨٨٦ عندما صدرت مجلة النزهة في مدينة أسيوط كأول صحيفة إقليمية تصدر خارج مدينتي القاهرة والإسكندرية ومن جانب آخر كانت أولي صحف الصعيد لتبدأ من هنا مرحلة النشأة والتكوين في صحافة مصر عموماً وصحافة الصعيد خصوصاً ومن الملاحظ سيطرة نمط الملكية الفردية على أنماط ملكية معظم هذه الصحف ، و إن لم يمنع ذلك من ظهور أشكال أخرى من الملكية منها الملكية الثنائية :-

مثلاً صحيفة (الحكمة) التي صدرت سنة ١٨٩٩ في بني سويف لصاحبها مرسى محمود السكندري و حسن عيسى ، و (الصعيد) التي صدرت في طهطا سنة ١٩٠٤ لصاحبها عبد الحق احمد الانصارى و محمد عبد الرحيم الطهطاوي ، و (المرصد) في بني سويف سنة ١٩٢١ لعبد العزيز الحبالى و فاطمة موسى ، و (الصعيد الأقصى) التي صدرت سنة ١٩٣٦ بأسوان لصاحبها محمد مكي و عبد الكريم ناصر .

ملكية المؤسسات :- (مدرسة - كنيسة - اتحادات)

مثلاً مجلة مدرسة أسيوط الثانوية التي أصدرتها إدارة المدرسة في سنة ١٩٢٦ و المثال المسيحي أصدرتها كنيسة المثال الأمريكية بطهطا سنة ١٩٢٧ ومجلة مدرسة بني سويف الثانوية أصدرتها إدارة المدرسة سنة ١٩٢٧ و كلية أسيوط التي صدرت سنة ١٩٢٨ و مجلة المدرسة الأميرية للبنين بأسوان و قد صدرت عن إدارة المدرسة سنة ١٩٢٩ ومجلة مدرسة الفيوم الثانوية التي أصدرتها إدارة المدرسة سنة ١٩٣٩ وصوت الحق عن دير الآباء الفرنسيين بأسسيوط سنة ١٩٤٧ وأسيوط التعاونية عن الحركة التعاونية بأسيوط سنة ١٩٥١ ومجلة كلية أسيوط الأمريكية و صدرت عن الكلية سنة ١٩٧٥ و مجلة مدرسة الفيوم الإعدادية عن إدارة المدرسة سنة ١٩٥٧ والوحدة التي أصدرتها مدرسة أسيوط الإعدادية للبنين سنة ١٩٥٧ و الشعلة التي صدرت عن مدرسة البنات الإعدادية



بأسبوع سنة ١٩٥٨ و صحيفة مدرسة أبو تيج الثانوية للبنين و صدرت عن إدارة المدرسة سنة ١٩٥٨ و صوت أسبوع عن كلية المعلمين سنة ١٩٥٨ ومجلة مدرسة أبو تيج الإعدادية عن إدارة المدرسة سنة ١٩٥٨ ، و مختارات علمية أصدرتها المدرسة الإسلامية الإعدادية بأسبوع سنة ١٩٥٨ تنوعت الصحف التي صدرت في صعيد مصري شكلها ما بين قطع جرائد (ستاندرد) و قطع مجلات و قطع نصفى (تابلويد) كما أنها تنوعت في مضمونها بين صحف عامة و أخرى متخصصة و تنوعت الصحف المتخصصة بدورها إلى صحف : ثقافية - أدبية - اجتماعية - مدرسية - طلابية - نسائية - دينية ولا نستطيع معرفة عدد الصحف المحلية التي تصدر في مصر في الفترة الراهنة وذلك لعدم استقرار وديمومة الصدور وعدم وجود سجلات لتلك الصحف بالمجلس الاعلي للصحافة لان معظم تلك الصحف تصدر بتراخيص أجنبية من خارج مصر سواء من قبرص صاحبة النصيب الأكبر من تلك التراخيص أو لندن .

شبكة الإذاعات الإقليمية

في العيد الأول للثورة تم إنشاء إذاعة الإسكندرية المحلية وبالتحديد في ٢٦/٧/١٩٥٤م وهي أول إذاعة محلية في تاريخ الإعلام المصري لخدمة محافظات الإسكندرية والبحيرة ، ويقع مقرها بمدينة الإسكندرية ، إذاعة القاهرة الكبرى ١/٤/١٩٨١ تهتم بإقليم القاهرة الكبرى (القاهرة / الجيزة / القليوبية / حلوان 6 / أكتوبر) ، لخدمة إقليم شمال الصعيد(بني سويف-الفيوم-المنيا-أسيوط)، ويقع مقرها بمدينة المنيا - إذاعة وسط الدلتا ٢٢/٧/١٩٨٢ إذاعة شمال سيناء ٢٥/٤/١٩٨٤ لخدمة سكان محافظة شمال سيناء إذاعة جنوب سيناء ٢٣/٤/١٩٨٥ لخدمة سكان جنوب سيناء - إذاعة القناة ٢٥/١٠/١٩٨٨ لخدمة إقليم قناة السويس (الإسماعيلية- بورسعيد -السويس) - إذاعة الوادي الجديد ١٩٩٠ إذاعة مرسى مطروح ١٩٩١ لخدمة سكان محافظة مطروح- الإذاعة التعليمية عام ١٩٩٠ وهي نموذج للخدمة الإعلامية التعليمية - إذاعة جنوب الصعيد ١٩٩٢ لخدمة إقليم جنوب الصعيد(سوهاج-قنا -الأقصر -أسوان -البحر الأحمر) ويقع مقرها بمدينة أسوان بالإضافة لمد الخدمة الإذاعية لحلايب وشلاتين ١٩٩٥

شبكة تليفزيون المحروسة

هي إحدى الشبكات الإعلامية التابعة لاتحاد الإذاعة والتليفزيون المصري كانت تسمى في السابق قطاع القنوات الإقليمية، تم إنشائه لخدمة سكان الأقاليم المصرية المختلفة، وتضم الشبكة ست قنوات مختلفة ، وتبث القنوات الست



منفصلة على الترددات الأرضية والفضائية، وتقوم الشبكة بدور تنموي يوظف في خدمة تنمية المجتمعات المحلية ومعالجة كافة قضايا ومشكلات المجتمعات في هذه الأقاليم التي يغطيها بث هذه القنوات وذلك بالتعاون مع المحليات وكافة الأجهزة التنفيذية المعنية إلى جانب تبنيها لمختلف الحملات القومية والتنويرية التي تستهدف النهوض بالمجتمعات المحلية.

قناة القاهرة عرفت سابقاً بالقناة الثالثة، وبدأت إرسالها في أكتوبر ١٩٨٥ لخدمة محافظات القاهرة الكبرى (القاهرة/ الجيزة / القليوبية)، وتبث القناة من مقر التلفزيون بالقاهرة

قناة القنال :عرفت سابقاً بالقناة الرابعة، بدأت إرسالها في أكتوبر ١٩٨٨ لخدمة إقليم قناة السويس (الإسماعيلية- بورسعيد -السويس - شمال سيناء - جنوب سيناء ويغضى إرسالها كذلك محافظة الشرقية ويقع مقر القناة بالإسماعيلية

قناة إسكندرية عرفت سابقاً بالقناة الخامسة، بدأت إرسالها في ١٢ ديسمبر ١٩٩٠ لخدمة محافظات الإسكندرية والبحيرة ومطروح ويقع مقرها بمدينة الإسكندرية

قناة الدلتا عرفت سابقاً بالقناة السادسة، بدأت إرسالها في مايو ١٩٩٤ لخدمة إقليم الدلتا (الغربية - المنوفية - الدقهلية - كفر الشيخ - دمياط) ويقع مقرها بمدينة طنطا) قناة الصعيد عرفت سابقاً بالقناة السابعة، بدأت إرسالها في يوليو ١٩٩٤ لخدمة إقليم شمال الصعيد (بني سويف-الفيوم-المنيا-أسيوط) ويقع مقرها بمدينة المنيا

قناة طيبة عرفت سابقاً بالقناة الثامنة، بدأت إرسالها في ١٦ يونيو ١٩٩٦ لخدمة إقليم جنوب الصعيد (سوهاج-قنا - الأقصر -أسوان -البحر الأحمر - الوادي الجديد) ويقع مقرها بمدينة أسوان

قطاع الإعلام الداخلي بالهيئة العامة للاستعلامات

الهيئة العامة للاستعلامات هي هيئة حكومية تتبع لوزارة الإعلام المصرية وتضطلع بدورها " كجهاز الإعلام الرسمي والعلاقات العامة للدولة يقوم قطاع الإعلام الداخلي بالهيئة بدور اساسى في الإعلام التنموي وهو يعد أيضاً من أهم وسائل الاتصال الجماهيري المباشر في جميع محافظات مصر، وتطور أهم محاور العمل في مراكز الإعلام الداخلي حول القضايا المحلية وذلك من خلال مراكز الإعلام الداخلية المنتشرة في جميع المحافظات والبالغ عددها (٦٤

مجمعاً ومركزاً) و(٢٧) مركز نيل و(٤٤) نادياً للطفل و(٤٩) نادياً للاستماع والمشاهدة و(٣٦) فصل لمحو الأمية وتعليم الكبار و(٦٠) مركز لتنظيم الأسرة و(٣٨) مكتبة عامة و(٦٣) وحدة رأى عام و(٣٠) نادي للتكنولوجيا و(٣٦) نادي أصدقاء البيئة و(٤٠) نادي أصدقاء الإعلام.

شروط الاعلام المحلي :

١. النهج العلمي: والمقصود به حضور البعد العلمي في الأداء الإعلامي والصحافي، الذي من شأنه أن ينظم المعرفة الإعلامية فيجنبها السقوط في الإسفاف والعشوائية، لاسيما وأن أغلب ما ينشر ويبث في وسائل الإعلام يفتقد العلمية والتنظيم والدقة.

٢. الحس الموضوعي: ويعني طلب الموضوعية باعتبارها "دراسة الظواهر كأشياء لها وجودها الواقعي الخارجي ومنفصلة عن كل ما هو ذاتي شخصي كالآراء المسبقة والرغبات والنزعات والأهواء الشخصية".

٣. تحري المصادقية: وكلمة المصادقية مشتقة من الصدق، وهي تعني مطابقة القول للعمل، أي أن ما يقوله الإنسان وما يعد به، ينعكس في أعماله وسلوكاته، وما ينطبق على الإنسان ينطبق كذلك على الإعلام، الذي يتحتم عليه أن يكون صادقاً في نقله لقضايا الواقع.

٤. الرؤية المتوازنة: ويراد بها أن يشمل الإعلام جوانب الحياة ومجالاتها كلها، فلا يهتم بمجال معين على حساب مجال آخر، كالرياضة أو السياسة أو الأخبار اليومية وذلك يعني به التوازن الذاتي لكل وسيلة إعلام على حده، سواء أكانت جريدة أم إذاعة أم قناة أم موقع رقمي أم غير ذلك.

٥. بصيرة الاستشراق: إن الإعلام لا يقف عند وصف الكائن ونقله فحسب، وإنما يضيف إلى ذلك خاصية أساسية وهي التوقع بما سوف يحصل، واستشراق الممكن، ولا تتأتى هذه الخاصية إلا لذلك الإعلام الموجه والمتمكن، الذي يكتسب مع مرور الأيام وتراكم التجارب، بصيرة استشراقية تستشعر بناء على أحداث الواقع ومعطياته، كيف سوف يكون المستقبل القريب أو المتوسط، وبنسبة أقل المستقبل البعيد.

أهمية الاعلام المحلي :

١. يعد مصدرًا مهمًا من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والأكاديمية والاجتماعية.
٢. تقوم بعملية بناء المجتمعات، وفي المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات.
٣. تشكيل الرأي العام وخاصة عندما تكون الصورة غير واضحة.
٤. هو المصدر الأساسي للقادة السياسيين والدبلوماسيين وكل من لهم صلة بالعملية السياسية في المجتمع.
٥. ويلعب الإعلام دوراً مهماً في عملية التفاوض حيث يوفر رؤية أولية للأطراف المشاركة في عملية التفاوض.

دور الاعلام المحلي

١. معرفة العلاقة بين الوسائل الاعلامية والجمهور المستهدف والعمل على تغيير نمط المعالجات الإعلامية لكافة القضايا المحلية مع الانفجار الذي حدث في مجال البث المباشر الأمر الذي يؤدي إلى هروب المتلقي إلى الخيارات الأخرى المتاحة.
٢. فاعلية الدور الرقابي على المستوي الداخلي و مصداقية الوسائل المحلية حتى لا تعطى الفرصة للمتلقي يهرب مباشرة إلى وسائل خارجية للحصول على الحقائق التي قد تكون في أحيان كثيرة ملونة وغير دقيقة .
٣. عمل الوسائل الإعلامية المحلية بوضعها الراهن على تشكيل رأي عام تجاه أي موضوع أو قضية ، فالتلفزيون مثلاً يبيت الكثير من الموضوعات الأمر الذي يحول دون تركيز إنتباه الرأي العام على زوايا بعينها ، فالحاجة ماسة إلى وجود وسائل متخصصة لتخاطب كل وسيلة فئة أو قطاع محدد .
٤. توفر فرص التعامل مع الأزمات عبر وسائط متعددة ومن أهمها وسائل الإعلام الدولية بأشكالها وأنواعها المختلفة حيث انه تستطيع وسائل الإعلام الدولية من الإنحراف بالمشكلة عن مسارها الموضوعي إلى مسارات أخرى تنسجم مع سياستها وخططها تجاه المنطقة.
٥. إستخدام الانترنت لأغراض نشر المعلومات والحقائق وان يكون الخطاب الاعلامي في الوسائل المقروءة والمرئية والمسموعة دولي وليس محلي فقط ان تعدد الحدود الجغرافية.
٦. من الأمور المؤثرة ايجابياً في عمل الوسائل الإعلامية المحلية توحيد الخطاب السياسي والإعلامي حتى يحدث التناغم المنشود ولا بد من التركيز على المعلومات والحقائق التي تكشف المؤامرة وتوحد الشعب أكثر

ولاشك أن هذا الخطاب السياسي والإعلامي الناضج، هو الذي يفتح الطريق لتوحد القوى السياسية وتضامنها وتعاونها، وسيخلع الجميع الرداء الحزبي الضيق لأن القضية بتصبح قضية وطن بكامله مستهدف .

٧. العمل على إستعادة ثقة المتلقين في وسائل الإعلام المحلية بحيث تصبح تلك الوسائل مصدراً موثقاً به في أمداد جمهور المتلقين بالمعلومات الدقيقة بالسرعة المطلوبة حتى ينتقل الإعلام من مرحلة الدفاع إلى الهجوم.

٨. إنشاء العديد من القنوات المتخصصة سواء في مجال الأخبار والسياسة والفن والرياضة بحيث يتم التنسيق فيما بينها في مخاطبة القطاعات المختلفة من المتلقين.

وضع الاعلام المحلي في مصر

باتت أوضاع وسائل الاعلام المصرية بعد ثورة ٢٥ يناير مثيرة لتساؤلات بقدر ماتتوالى ارهاصات الأمل في مناخ الحرية مع مؤشرات واضحة تؤكد حالة من الارتياح العام في سياق التغييرات الأخيرة والسعي لتحقيق نقلة نوعية في الأداء المهني تعيد لمصر ريادتها الصحفية في المنطقة وتعزز قوتها الناعمة وفيما تتوالى قصص تنشرها الصحف المصرية عن الأوضاع التي أدت للتراجع المهني في ظل نظام الحكم السابق ويجتر بعض أصحاب الأقلام التي غيبت عن المشهد طويلاً ذكريات مريرة عما حدث من وقائع مثيرة للأسى داخل المؤسسات الصحفية لتفضى لهذا التراجع فان عديداً من الطروحات والمقالات تبشر في الوقت ذاته بأن ربيع الحرية سيعني تفتح كل الزهور وابداع كل القادرين على الابداع في الصحافة ووسائل الاعلام المصرية؛ وعلى مدى سنوات كانت اشارات عديدة تنطلق من أصحاب أقلام في الصحافة العربية من العارفين بفضائل مصر وفضل صحافتها لتبدي انزعاجاً حيال التراجع الواضح في مستوى الصحافة المصرية بينما كانت قضايا الصحافة والاعلام ككل ظاهرة بوضوح في مطالب الشعب المصري في غمار ثورة ٢٥ يناير .

ومن المثير للتأمل أن الجدل الراهن حول أوضاع الصحافة المصرية يأتي في سياق حالة عالمية ومناقشات مستفيضة حول التحديات المطروحة امام الصحافة في القرن الحادى والعشرين بينما يتعرض صحفيون في بعض الدول والأنظمة للموت دفاعاً عن الحق والحقيقة وبات الصحفى الذى يحرص على التمسك بالقيم المهنية فى ظل غياب الحرية كالقابض على الجمر .

منذ سقوط نظام الرئيس حسني مبارك في ١١ فبراير ووسائل الإعلام في مصر في حالة اضطراب" الصحفيون يشعرون بحرية أكبر الآن" ، ولكن بالرغم من ذلك فإن الإعلام المصري يمر في الوقت الحالي بمرحلة صعبة لأنه يعكس حال المجتمع المصري، خاصة وأنه ظل خاضعاً طوال ٣٠ عاما مضت لهيمنة السلطة الحاكمة التي كانت تسعى لتحقيق أهدافها الشخصية وطرح أساتذة وخبراء الإعلام عدة سيناريوهات للنهوض بإعلام المصري وتطويره بعد الثورة، حيث أن الأزمة التي يمر بها الإعلام في الوقت الحالي هي أزمة ثقة بين وسائل الإعلام والجمهور أي أنه لا بد أن تتوحد الجهود الإعلامية من أجل صياغة مستقبل الإعلام في مصر.

ولا بد أن يتم تشكيل مجموعة من الإعلاميين تسمى مجموعة "مستقبل الإعلام في مصر" تضم خبراء الإعلام في مصر لطرح الحوار الإعلامي المجتمعي وتدرس هذه المجموعة عدة مقترحات لصياغة إعلامية لمستقبل الإعلام المصري بعد الثورة ودعوة جميع الإعلاميين للمشاركة بالأفكار والمقترحات، وتكون مهام هذه المجموعة رصد واقع الإعلام المصري ووضع المرجعيات المهنية والأخلاقية والمواثيق الصحفية التي يسير عليها الإعلام المصري في المرحلة القادمة.

ونحتاج إلي صياغة منظومة إعلامية قائمة علي ضمان الحريات من خلال إلغاء العقوبات وإصدار قانون لإتاحة المعلومات وحق إصدار وسائل الإعلام بالإخطار وليس عن طريق الحصول علي التراخيص، ولذلك فإن الإعلام المصري في الوقت الحالي في حاجة ماسة لهيئة ضابطة ولكنها ليست هيئة رقابية تقوم بضبط العملية الإعلامية.

ولإعادة هيكلة وتنظيم وسائل الإعلام وتحريرها من الهيمنة الحكومية والعمل علي التنظيم الذاتي للإعلام يجب خلق إعلام يساعد علي تحقيق الدولة المدنية الديمقراطية وإعادة النظر في الاطر الدستورية والقانونية لحرية الصحافة والاعلام وأن تقوم اللجنة التأسيسية لكتابة الدستور بإصدار قوانين غير مقيدة لحرية الإعلام وتعديل كافة القوانين التي تهدد حرية الإعلام وذلك من خلال صياغة دستور جديد يحكم الإعلام المصري بشقيه العام والخاص وينقلنا من مرحلة البحث عن سيد يحكم الإعلام الحكومي أو البحث عن عدو يعارضه مناخو الإعلام الخاص إلي مرحلة تقديم خدمة خبرية وحوارية شاملة تهدف فقط إلي نقل الأخبار بشكل مجرد ثم فتح مجال عام لسبر كل ما يعتمل داخل المجتمع من آراء مشيرة إلي أن الإعلام يمر بمرحلة نتخلص فيها من الانتقالية في نقل أحداث تنجح فقط في جذب انتباه المشاهدين من دون أن تنقلهم خطوة واحدة من أريكة المشاهد الضيقة إلي ساحة المواطن الرحبة وأيضاً إنشاء

كيان مستقل كالمجلس القومي للإعلام بديل عن وزارة الإعلام ويتم تمويله من الشركات المساهمة والإعلاميين المساهمين وأن يتم تخصيص له جزء من الضرائب أو الدمغات.

مع الأخذ في الاعتبار أن الإعلام المصري بعد الثورة تغير كثيرا عن قبل الثورة وإن كانت هناك مساحة للحرية فهي مساحة ملوثة ورفضت وجود لواء من الجيش يتحكم في مقدرات الإعلام، لذلك تتطلب الظروف الحالية التي تمر بها مصر نظرة موضوعية لاداء الإعلام بجميع وسائله باعتباره احد أهم العوامل المؤثرة في تشكيل الرأي العام بشأن التطورات التي يشهدها الوطن حاليا للوقوف علي أهم ملامح الاداء الإعلامي لفترة ما بعد الثورة لاستخلاص رؤية مستقبلية تسهم في تطوير اداء الإعلام المصري خلال الفترة المقبلة خاصة أن هذه الفترة سوف تشهد تطورات سياسية واقتصادية واجتماعية كثيرة لاستكمال تحقيق اهداف الثورة ليصبح الإعلام عاملا مساعدا لتحقيق هذه الأهداف وليس مقوضا لها.

ويدرك المتتبع لمجريات ثورة يناير وتطوراتها في وسائل الإعلام الوطنية والعربية والدولية ان وسائل الإعلام الوطنية لم تنفرد بتشكيل الرأي العام المصري بل ساهمت الفضائيات الاخبارية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية بدور بارز في امداد الجمهور المصري بالمعلومات خلال فترة الثورة وما بعدها، يضاف إلي ذلك الاعتماد المتنامي علي شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات خاصة بين الشباب ودورها البارز عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تبادل الآراء والأفكار.

ويستدل من التغطية الإعلامية لاحداث الثورة وتطوراتها أن النظام السياسي السابق وضع جميع وسائل الإعلام القومية في حرج شديد ولم تنجح قناة مصر الاخبارية في منافسة الفضائيات الاخبارية العربية والأجنبية رغم انها تقع علي بعد أمتار من ميدان التحرير!! في ظل التزامها بالتوجه الرسمي للنظام السياسي السابق وجاء ادائها خلال فترة احداث الثورة فاقتدا للمهنية والحرفية، وأثرت الملكية الخاصة لبعض الصحف والفضائيات في تغطية احداث الثورة حيث كان عليها أن توازن بين حق الجمهور في المعرفة والحفاظ علي المصالح الاقتصادية لملاك بعض الصحف والفضائيات مع دوائر صنع القرار؛ كما يستدل من متابعة وسائل الإعلام المصرية عقب الثورة تصدر اخبار الجريمة والبلطجة صدر الصفحات الأولى للجرائد اليومية كما تصدرت أجندة برامج التوك شو التلفزيونية اليومية مع وجود ربط في بعض الكتابات بين الثورة وحدث الفوضى.

ويتصل بضعف الاداء المهني لبعض الصحف والفضائيات المصرية في معالجتها لتوابع ثورة يناير نشر اخبار كثيرة تفنقد للتدقيق المهني ونشر تصريحات غير صحيحة واخراج بعض التصريحات من سياقها والتضخيم في تقديمها للقراء والمشاهدين ونسب تصريحات لاشخاص هم منها براء وتقديم اشاعات علي أنها اخبار وتقديم آراء علي أنها حقائق وتغليب السبق الإعلامي علي القيم المهنية ذات العلاقة بضرورة التدقيق في الاخبار قبل نشرها.

وسيطرت اخبار بروز التيارات الدينية بقوة علي الساحة السياسية علي مساحات صحفية وتلفزيونية مبالغ فيها إضافة إلي تصدرها الصفحات الأولى بالجرائد والأوقات المتميزة في البرامج التلفزيونية مع تكرار استضافة رموز التيارات الدينية في برامج التوك شو التلفزيونية الأكثر شهرة وأثار ذلك تساؤلات كثيرة في اوساط الرأي العام المصري تتعلق بدلالات الظهور المكثف لهذه التيارات وأهدافه الآجلة والعاجلة؛ وبالغت بعض الصحف والفضائيات في المعالجة الإعلامية للوضع الاقتصادي في مصر بعد الثورة فأخذت تروج لآراء غير مسئولة حول احتمالات إفلاس مصر واحتمالات حدوث ثورة جياع وأن القادم أسوأ بكثير وان مصر مقبلة علي مستقبل غامض.

وتكمن خلاصة ما تقدم في أن بعض الصحف والفضائيات اسهمت في الترويج لمناخ عام سلبي في فترة ما بعد الثورة وحدث هذا المناخ آثاراً نفسية واجتماعية سلبية لدي قطاع عريض من المواطنين تمثل أهمها في ملامح الإحباط واليأس والاكئاب الذي اصاب البعض نتيجة المبالغة في معالجة التطورات السلبية المتلاحقة التي شهدتها المجتمع خلال هذه الفترة.

ولقد أكد الإعلاميون أن المعايير المهنية وميثاق الشرف الأخلاقي كانا السبيل لخروجهم من مأزق معالجة الأحداث أثناء اندلاع ثورة ٢٥ يناير خاصة وأن الإعلام في الفترة السابقة كان يحكمه النظام القديم بكل مفرداته وأدواته وكان أمن الدولة وضع رقبة كل إعلامي يخرج على النظام ويقول الصدق تحت المقصلة وجاءت الجلسة تحت عنوان الإعلام المصري بعد ٢٥ يناير وسلطت الضوء على واقع التغيير في المؤشر الإعلامي المصري بعد أحداث ٢٥ من يناير الماضي والتي ساهمت في تغيير ملامح التركيبة السياسية والإعلامية والثقافية في مصر ولوحظ انطلاق حرية الإعلام المصري بعد ثورة ٢٥ يناير حيث ترافقت بأحاديث عن استرداد مصر لمكانتها وريادتها ونفوذها الثقافي في المنطقة العربية والعالم وامتداد طموح الاسترداد إلى الإعلام المصري الذي تراجع حضوره في ساحاته إلى درجات متدنية مقابل صعود مشاريع إعلامية عربية أخرى وسيطرتها على الفضاء العربي .

ولذلك يمكن القول أن الإعلام الحكومي عاني بعد الثورة حالة من التخبط الشديد بدأت منذ إلغاء وزارة الإعلام وتعيين اللواء طارق المهدي والذي لم يكمل شهرا حتي سلم مبني ماسبيرو إلي سامي الشريف وواجه هذا القرار ثورة داخل ماسبيرو وطلبوا بعودة اللواء طارق المهدي مجددا وهو ماتم بالفعل وتبعه تشكيل مجلس أمناء ماسبيرو والذي ضم مجموعة من الإعلاميين المستقلين ثم جاء قرار عودة وزير الإعلام من جديد لتبدأ الثورة داخل ماسبيرو؛ ولوحظ أن الحوارات التي تُدار علي شاشة التلفزيون المصري بدت وكأنها تبحث عن سيد جديد فأطلت علي استحياء شبهة انحياز لرغبات القائمين علي أمر حكم مصر حالياً في قضايا مثل وقف التظاهرات الفئوية والترحيب بعودة الشرطة إلي الشارع وكذلك في إقرار التعديلات الدستورية وفي أحداث جمعتي الغضب الثانية و ٨ يوليو ونفي أن يكون المجلس العسكري قد تدخل أو بأخر لتمير هذه الرغبة فالسماح بإبداء الرأي والرأي الآخر يكفي لتبرئة ساحة الإعلام الحكومي حتي لو مالت الكفة قليلا لرأي السلطة الحاكمة مشيرة إلي أن صناع القرار في ماسبيرو تعاطفوا مع رغبات الحاكم الجديد لأنهم غير قادرين علي العيش في فضاء لا يقيد حركتهم فيه حاكم أو سلطة.

ولذلك تكمن المشكلة الأساسية في وجود إعلاميين يقومون بدور الأمن وهذه المشكلة تمثل تحدياً كبيراً خلال الفترة المقبلة منتقداً أسلوب الإعلام المصري في تصوير بعض المسؤولين المتهمين في بعض قضايا الفساد بشكل غير لائق فلا بد أن يكون هناك احترام للأفراد والعمل بمبدأ المتهم بريء حتي تثبت إدانته؛

ولذلك من الضروري التمهّل قبل أن نتخذ أي نظام إعلامي جديد للإذاعة والتلفزيون حتي لا نجد أنفسنا في المستقبل أمام صيغة غير مناسبة فهناك إعلاميون ومنتقون كثر في مصر يعتقدون أن الثورة لم تصل إلي الإعلام وهم لذلك يرون أن هذا الإعلام ما زال جزءا من الماضي وأنه يسعى للسيطرة علي الثورة وامتصاص زخمها بل إجهاضها.

إعادة «هيكلية» إعلام مصر

إعادة «هيكلية الإعلام المصري» مطلب استراتيجي وضروري لأن مصر في فترة مبارك أدمنت تسويق الصورة ونسيت الأصل ومصر بعد الثورة يجب أن تعود إلي الأصل وتنسى موضوع التركيز على الصورة ومحاكمة الناس على أنهم يشوهون الصورة ولكن على ما يبدو «مافيش فايده» فقد فهم القائمون على الحكم إعادة الهيكلية بمفهوم جديد؛ يبدو أن رئيس الوزراء قلب في تاريخ وزراء الإعلام المصريين فوجد أن أكثرهم نجاحا كان الأستاذ محمد حسنين هيكل الذي كان آخر وزير إعلام لجمال عبد الناصر وكان وزيرا ناجحا في الدعاية لنظام سيئ وبما أن هيكل كان ناجحا فلا بد من إعادة «هيكلية» الإعلام وحسب ما رأت حكومة عصام شرف في مصر على ما يبدو أن إعادة الهيكلية هي الإتيان

بواحد اسمه «هيكل يمسخ الوزارة» ولهذا على ما يبدو تم اختيار أسامة هيكل رئيس تحرير جريدة «الوفد» وزيرا لإعلام مصر.

ولذلك طالب الناس بعد الثورة في التحرير بتفكيك وزارة الإعلام؛ فهي من أول رموز الديكتاتورية السابقة وكما ذكرت ربما كان الإعلام المصري سببا من أسباب الثورة البعض لم يطالب بهدم وزارة الإعلام برمتها بل طالب المجلس العسكري بإعادة هيكلية الإعلام ويبدو أن الجماعة في الحكم لم يعرفوا معنى إعادة الهيكلية فقرروا أن يأتيوا بوزير آخر للإعلام اسمه «هيكل» فاختاروا أول هيكل قابلهم أو آخر هيكل متيق فاختاروا الأستاذ أسامة هيكل وزيرا وبهذا نكون قد حققنا مطلب إعادة «الهيكلية» من أقصر الطرق وأوسع الأبواب.

الإعلام ليس مجرد بشر وأجهزة ومطابع الإعلام مهنة وقواعد وأخلاقيات مهنة لها أصول ومحترفون؛ الإعلام المصري الخاص منه والعام يحتاج إلى نفضه يحتاج إلى المهنية والعودة إلى قيم صحافة المعلومة لا صحافة المداينة والتلميع والترويج أو حتى المعارضة الفجة التي كانت تمارسها قلة في عهد مبارك نقد الإعلام مكلف فمتى ما تحدثت عن «الإعلام المصري» شمر أحدهم عن ذراعه وأعلن أنه حامي شرف الإعلام ليزعق بصوت جهوري، وهو حامل قلمه أو مديته فقد اختلط الإعلام بالبلطجة معلنا بلغة القذافي: «من أنتم كي تتجرأوا على الإعلام المصري؟»، نقد الإعلام المصري مكلف، وربنا يستر.

ولأن العلاقة بين الصحافة والسياسة غنية عن البيان فان الصحافة لا بد وأن تتأثر بقوة بطبيعة النظام القائم فيما بدا أن الصحافة القومية في مصر التي يفترض حسب اطارها النظري أن تعبر عن المجتمع ككل قد دفعت غالبا ثمن استبداد النظام السياسي.

ورغم أن هذا الاطار النظري ينطوي بالفعل على صيغة متقدمة تتيح للصحافة لو خلصت النوايا أن تعبر بصدق عن المجتمع بكل أطرافه بعيدا عن اى سيطرة للمال الخاص او اجندات غير وطنية لأن المجتمع هو الذي يمتلك حسب هذه الصيغة صحافته القومية ويفوض ممثليه الشرعيين فى الاشراف على تلك الصحف مثلما اوضح ببساطة وعمق الفقيه القانونى الراحل جمال العطيفى فى كتاب شهير حول تشريعات الصحافة كان يدرسه طلاب كلية الاعلام منذ اكثر من ثلاثة عقود.

غير أن نظام الحكم الاستبدادى الذى اختزل ارادة الشعب فى شخص الحاكم كان لا بد وان يستنسخ ذاته فى المؤسسات الصحفية القومية ، وأن تتحول صحف ذات تاريخ عريق وتقاليد وطنية ثرية الى مجرد أبواق تروج لرغبات ونزوات



هذا النظام الذى عمد حتى فى اختيار القيادات الصحفية لممارسة مايسمى "بالعناد" تكريسا لاحتقار ارادة الجماهير فى كل المواقع وواجه الحياة المصرية .

القسم الثاني (الإعلام المحلي و ثورة ٢٥ يناير)

- لم يكن هناك دور يذكر للإعلام المحلي (راديو و تليفزيون) أثناء ثورة ٢٥ يناير حيث اقتصر الدور على تعليمات تليفونية إلى رؤساء و مديري المحطات الإذاعية و التليفزيونية اعتبارا من ٢٤ يناير بتوجيه رسائل واضحة عن أهمية الاستقرار و دور المواطن في عملية الاستقرار و عدم الخروج للشوارع للتظاهر و التأكيد على مخاطر التظاهر على الاقتصاد القومي و زعزعة الأمن .

- يوم ٢٥ يناير كانت التعليمات التليفونية لكل القيادات الإعلامية بالتأكيد على أهمية الاستقرار و دور الرئيس مبارك في استقرار الوطن و المنطقة و التأكيد على انحيازه لمطالب المواطنين مع التقليل من حجم التظاهرات في المحافظات وفي محطات الراديو المحلية علي سبيل المثال تم تغيير البرنامج اليومي المعد سلفا واستبداله بأغنيات وطنية مع التأكيد والتحذير علي عدم إذاعة الأغاني التي تذكر اسم الرئيس مبارك .

- يوم ٢٦ يناير كانت التعليمات بالاتصال بكل المحافظين مع تحديد نقاط المناقشة على الوضع الامنى بكل محافظة و نصائح المحافظين بعدم الانجرار للمخططات الأجنبية و الخروج في المظاهرات التي تهدد الممتلكات العامة و الدور الغير وطني الذي يقوم به المتظاهرون كما استمرت التعليمات للإذاعات المحلية بعدم إذاعة الاغاني العاطفية و إذاعة الاغاني الوطنية و الوصفية مع تجنب الاغاني التي يذكر فيها اسم الرئيس مبارك .

- يوم ٢٧ يناير كانت التعليمات بالتأكيد على أهمية الاستقرار و الحفاظ على الممتلكات العامة مع تغيير اللهجة إلى احترام حرية حق الناس في التظاهر السلمي و لكن دون نقل ما يجرى في ميادين المحافظات التي كانت تمتلئ بالمتظاهرين .

و اقتصر دور الإعلاميين على المشاركة في تلك المظاهرات من البعض و مراقبتها من البعض الآخر و قام البعض الثالث بتسجيل و توثيق تلك اللحظات لإضافتها لأرشيفه الشخصي .

- يوم ٢٨ يناير صدرت التعليمات بانضمام كل الإذاعات المحلية إلى شبكة البرنامج العام . و كل قنوات شبكة المحروسة إلى قناة الأخبار . و اعتبارا من هذا التاريخ و حتى ٤ فبراير ظل العاملون في المحطات المحلية بلا عمل يتابعون أحداث الثورة عبر الفضائيات كغيرهم ، و كانت فرصة لبعض الإعلاميين للعمل كمراسلين للقنوات الفضائية



المصرية الخاصة و العربية من خلال تقارير مسجلة و حية على الهواء من المحافظات و كان الكثير من هؤلاء حريص على أن يقدم نفسه باسم مستعار حتى لا يقع تحت طائلة المساءلة القانونية .

- اعتبارا من ٥ فبراير و حتى ١١ فبراير كانت التعليمات بالتأكيد على حق التظاهر مع الحفاظ على المرافق العامة و التنبيه على الإعلاميين بعدم نقل المظاهرات في الميادين و عدم الإشارة إلى حجمها و مطالبها و الشعارات التي ترفعها و نوعية الهتافات التي يطلقها المتظاهرون .

- و قد قام العديد من الإعلاميين المحليين بإصدار بيانات تستهجن و تتبرأ من الإعلام المصري الذي يزيّف الحقائق كما هو الحال ببعض الإعلاميين بالقناة الثامنة و إذاعة جنوب الصعيد حيث تلي ٧ من الإعلاميين المشاركين في المظاهرات يوم ١٢ بيانهم بميدان المحطة الذي يتبرءون فيه من الإعلام المصري المزيف . بعدها تم نشر البيان عبر موقع إخوان اون لاين رغم عدم انتماء أصحاب البيان لجماعة الإخوان المسلمين فما كان من انس الفقى وزير الإعلام إلا أن طالب بالتحقيق مع الأسماء الواردة في البيان إلا أن الأحداث المتلاحقة حالت دون إجراء التحقيقات .

القسم الثالث (الإعلام المحلي بعد ثورة ٢٥ يناير)

في ١١ فبراير تلي عمر سليمان نائب رئيس الجمهورية خطاب تنحي الرئيس مبارك عن رئاسة الجمهورية و كانت تلك لحظة فاصلة حيث توقفت التعليمات الفوقية من ماسبيرو للمحطات الإقليمية حيث أصبح الإعلام الاقليمي يناقش كل القضايا و الموضوعات بحرية كاملة و لكن جاءت الحرية دون استعداد لدى قطاع كبير من العاملين بالمحطات الإقليمية لاستثمار تلك الحرية نظرا لظروف كثيرة نستعرضها لاحقا .

ثم ظهرت مطالب الإعلاميين بتطهير الإعلام سواء على مستوى المحطات الرئيسية أو الإقليمية و كانت الدعوة للتخلص من القيادات الإعلامية التي أفسدت الإعلام ، و لكن تلك المطالب لم تجد آذان صاغية من المجلس العسكري الذي سمح فقط بتغيير بعض رؤساء القطاعات مثل قطاع التلفزيون و الأخبار و الإذاعة و القنوات الإقليمية مع الإبقاء على باقي القيادات العليا و الوسيطة كما هي .

و ظلت مطالب الإعلاميين مستمرة لتطهير الإعلام مع المطالبة بالعدالة في الأجور في ظل حصول رؤساء القطاعات و الوظائف العليا بوزرة الإعلام على دخل شهري يتجاوز ال ٢٠٠ ألف جنيه في ظل تدنى دخول شباب الإعلاميين بالقنوات و المحطات العامة ، و يزداد الأمر سوءا لاعلامى الأقاليم ، و ما زال طرح العديد من ال لوائح الموحدة للأجور يقف في مكانه في ظل عدم وجود إرادة حقيقية في تطبيق الحد الأقصى للأجور الذي يطالب به كل قطاعات الشعب دون استجابة من القيادات لأنهم أول الخاسرين رغم انه في حال تطبيقه ستردم تلك الهوة السحيقة في الأجور بين العاملين بقطاعات الاتحاد المختلفة و بين العاملين بالقطاع الواحد للتفرغ لتطوير أداء الإعلام المصري الذي أصابته الشيخوخة نتيجة عوامل متنوعة و متراكمة .

الإعلام المحلي و مخاوف الإقصاء :-

يعد تظاهر اعلامى الأقاليم بالراديو و التلفزيون البالغ عددهم ١٤ ألف عامل للمطالبة بعدالة الأجور احد أسباب غضبهم و لكن المخاوف الحقيقية للإعلام الاقليمي من التسريبات التي تخرج من مكاتب قيادات ماسبيرو بإعادة هيكله قطاع الإقليمية أو بمعنى أدق التخلص منه من خلال إما دمج مع هيئة الاستعلامات التي فقدت دورها المخبراتي و الامنى بعد ثورة ٢٥ يناير و تلك إشكالية كبيرة من الناحية الفنية حيث سيتم دمج وسائل إعلام

جماهيري ممثلة في المحطات الإذاعية و التلفزيونية مع وسيلة إعلام تعتمد علي الاتصال المباشر متمثلة في هيئة الاستعلامات مما سيؤدي لاختلاف المعالجات الإعلامية لاختلاف الوسائل بالاضافه إلي غلبه المنظور الأمني الذي يصبغ هيئة الاستعلامات علي الأداء المهني للمحطات الإعلامية المحلية مما سيؤثر بالسلب على القطاعين معا و ليس تطويرهما .

- و من ضمن التسريبات التي تقلق الإعلاميين المحليين ضم الإعلام المحلي إلى وزارة التنمية المحلية و بالتالي تبعية المحطات الإذاعية و التلفزيونية بكل محافظة من المقرات التي تقع فيها تلك المحطات إلى محافظ الإقليم ، و هذا التخوف له ما يبرره حيث انه في حال تطبيقه سيفقد الإعلام المحلي الجزء اليسير المتبقي من استقلاليته حيث سسيتحول الإعلام المحلي من إعلام تنموي يهدف تطوير و تنمية المجتمعات المحلية إلى بوق للمحافظين و كبار المسؤولين و ستتلاشى نبرة النقد المتواضعة خشية من بطش المحافظين بالإضافة إلى التلويح برفع القنوات الإقليمية من القمر الصناعي نايل سات لعدم وجود مردود اقتصادي لتلك القنوات مع إغفال دور تلك القنوات في الحفاظ على الهوية المصرية و ربط المصريين العاملين بالخارج بالوطن الأم من خلال نقل نبض تلك الأقاليم التي ينتمون إليها و قد تحولت تلك المخاوف إلى صورة ذهنية سلبية لدى مشاهدي و مستمعي تلك المحطات باعتبار أن هذا الإعلام غير مفيد لذا يسعى المسئولون للتخلص منه و لكن الاختلاف على الوسيلة و الطريقة و تلك الأفكار والأطروحات التي تتسرب من مكاتب صانع و متخذ القرار في الإعلام تشير إلي انه غير مدرك لقيمة و رسالة الإعلام المحلي الذي يمثل ركيزة أساسية في المجتمعات المتقدمة فجريدة واشنطن بوست و نيويورك تايمز صحف محلية و اكتسبتا شهرتهما من محليتهما ، و تجريه الإعلام المحلي بألمانيا خير شاهد على أن الإعلام المحلي إذا توافرت له الإرادة و النية الصادقة و أحسن استغلاله لشارك بفاعلية في نهضة الأمة من خلال تنمية الفرد.

القسم الرابع (الإعلام المحلي الإشكاليات والتوصيات)

إشكاليات الإعلام المحلي (شبكة الإذاعات الإقليمية - قنوات المحروسة)

حرمان الإعلاميين من إنشاء نقابة تحافظ علي حقوقهم و ترعي مصالحهم وتكون مرجعية عند الخروج علي المهنية وذلك بسبب القيود القانونية على حرية التنظيم النقابي وقد سعي الإعلاميون بشكل جدي في السنوات العشر الأخيرة لإنشاء نقابة لهم قوبلت بالرفض أولاً من وزير الإعلام ثم الموافقة علي إنشاء نقابة ولكن وفق رؤية أمنية تفرغ النقابة من مضمونها من خلال أشخاص مضمون ولاء هم للأمن كالجولة التي قام بها الإعلامي توفيق عكاشة لمحطات الإقليمية لحشدها لإنشاء نقابة شكلية للإعلاميين تهتم بالجانب الاجتماعي للإعلاميين علي حساب الحماية القانونية والمهنية للإعلامي من خلال ضم كل من يعمل في اتحاد الإذاعة والتلفزيون من إعلاميين وفنيين وأفراد امن للنقابة لتفريغها من محتواها الضامن لحرية الإعلامي وحمايته من بطش السلطة بالإيقاف عن العمل أو الحرمان من حقوقه المادية أو الفصل التعسفي إذا ما تناول قضية ما بشكل مهني وفيه شبهة انتقاد للنظام .

معاونة الإعلام الإقليمي كغيره من وسائل الإعلام من نقص المعلومات وانعدام الشفافية لدي الجهات الرسمية في تقديم المعلومات حيث يتم تقديم المعلومات التي تركز علي الانجازات مع تجنب المعلومات الاخرى مثل :

١ - حصول الإداريين بالقنوات الإقليمية على أجور مرتفعة قد تفوق اجر الإعلاميين أحيانا من خلال إضافتهم علي البرامج في وظائف فنية مثل(مساعد مخرج ومساعد إنتاج)علي الرغم من أن ساعات العمل التي يقضيها الموظف الإداري لا تتجاوز ساعتين يوميا في حين يستمر عمل الاعلامى حتى بعد مغادرته القناة من خلال الاتصالات التليفونية بالضيوف وجمع المعلومات وغيرها من التفاصيل .

٢ - عدم وضوح الرؤية من خلال إستراتيجية واضحة للإعلام المحلي مبنية على احتياجات فعلية نابعة من المواطنين أنفسهم و ذلك من خلال استطلاعات رأى و استبيانات تحدد احتياجات المواطنين و يتم بناء عليها اقتراح البرامج و شكل المعالجة و مدة البرنامج و مواعيد إذاعتها .

٣ - بشبكة المحروسة الخريطة البرمجية فوقية من القاهرة مع حرمان الاعلامى من حقه في اختيار اسم البرنامج أو فريق العمل أو حتى الفكرة التي سيقدمها في ظل الحزم البرمجية المستحدثة بقنوات المحروسة وكل حزمة تحمل

اسما فضفاضا لا يوحي بموضوع البرنامج ولا الجمهور المستهدف منه مثل برامج (بلدي - بلاد طيبة) بالقناة الثامنة مع حرمان المواطنين من الاستفادة من خدمات القناة في مجال معين لتخصيص ساعة كاملة لموضوع معين و عدم توزيع تلك الساعة على البرنامج اليومي الذي يتناسب مع مواعيد المستخدمين للوسيلة الإعلامية.

٤- يعاني الإعلام المحلي من المجاملة والواسطة في التعيين حيث إن أكثر من ٨٥٪ من العاملين بالقنوات الإقليمية الذين التحقوا بالعمل في تلك القنوات كانوا من خلال تأشيرات من وزير الإعلام أو رئيس الاتحاد أو رؤساء القطاعات بعيدا عن المسابقات الرسمية ومعظم تلك التأشيرات كانت علي وظائف المعد والمخرج والرقيب حيث لا تتطلب تلك الوظائف لاختبار ولتغيير التصنيف لوظيفة مذيع فتلك لجنة داخلية يكفي أن تعرف احد يعرف احد أفراد اللجنة لتنجح في اختبار التصنيف أو حتى في المسابقات الرسمية ومعظم هذه الأمور كانت تجري بقابل مادي أو مقابل خدمات أخرى وهذا ينطبق علي محطات الراديو الإقليمية حيث استطاع عدد من الإعلاميين القدامى من تعيين عدد ضخم من أقربائهم وأبناء بلدتهم في محطات الراديو والتلفزيون المحلي سواء في الدلتا أو الصعيد وكان ذلك من قبيل الرشاوى الانتخابية التي يقدمها هؤلاء الإعلاميون الكبار لأهالي دوائرهم للنجاح في الانتخابات البرلمانية ونوع من المكافأة لأنصارهم بعد فوزهم بمقعد البرلمان مع افتقاد معظم تلك الكوادر للمهارة والاستعداد للعمل في الإعلام و صارت تلك الفئة معوقة للإعلام المحلي نتيجة تضخم بند الأجور لوجود أعداد زائدة عن الحد

٥ - عدم التنسيق بين فريق العمل بالقنوات الإقليمية الذي يتكون من كل حذب و صوب خاصة في البرامج التي تنتج في غير محافظة مقر القناة مما يعوق سرعة نقل الحدث .

٦- إصابة الإذاعيين العاملين بالشبكات الرئيسية والإقليمية علي السواء بالإحباط بسبب اهتمام وزراء الإعلام علي مدار العقود الثلاثة الأخيرة بالتلفزيون مع تجاهل الإذاعة و تدني دخولهم مقارنة ببقية قطاعات اتحاد الإذاعة والتلفزيون حيث يعد دخل مذيع الإذاعة ثلث دخل مذيع التلفزيون فعلي سبيل المثال يحصل مذيع أول الإذاعة المحلية (الدرجة الأولى) علي ما يسمي البرنامج المتميز بحد أقصى 700 جنية في حين يحصل مذيع التلفزيون بالقناة المحلية بنفس الدرجة علي برامج إنتاج 1900 جنية رغم الاعتصامات والاحتجاجات التي استفاد منها كل العاملين بالقطاعات الأخرى باستثناء قطاع الإذاعة مع وعود المسؤولين بقرب تطبيق لائحة موحدة للأجور لامتناس الغضب دون أي زيادة علي الأرض تقلل تلك الفجوة وهذا يشير إلي قصور في الرؤية لدي هؤلاء حيث

مازال الاهتمام كبيرا بالراديو في الدول المتقدمة فالحديث الأسبوعي الذي يوجهه الرئيس الأمريكي للشعب يكون عبر الراديو

٧ - تفاوت الأجور بين العاملين بقطاع القنوات المحلية و القطاعات الأخرى مثل قطاع التلفزيون و القطاع الفضائي و المتخصصة ويكفي أن نعلم أن مذيع الدرجة الأولى بالقناة الإقليمية يحصل علي اقل من 2000 جنيه إنتاج في مقابل أكثر من 20,000 جنيه لمذيع القناتين الأولى والثانية ويزيد هذا الرقم لمذيعي الفضائية المصري والمتخصصة

٨ - التفاوت في الأجور ينعكس على رؤية الاعلامى المحلى لنفسه الذي يرى نفسه اقل من زملائه بالقطاعات الأخرى و تعامل الإعلاميين من القطاعات الأخرى عند تغطيتهم لإحداث بالأقاليم بفوقية تجاه الإعلاميين المحليين ، و هذه النظرة تنسحب على الإذاعيين بالشبكات الرئيسية المركزية و الإعلاميين بالمحطات الإقليمية .

٩ - تدنى الخدمات الإنتاجية لخدمة برامج الهواء لعدم وجود ميزانية لاستضافة ضيوف من خارج محافظة المقر كبدل سفروا قامة لهم مما أدى الي الاستعانة بضيوف محافظة المقر وتكرار ظهورهم بالإضافة إلي الفقر الإنتاجي للصرف علي إنتاج البروموهات و التنويهات

١٠ - قلة الكوادر القيادية اباتحاد الإذاعة والتلفزيون من الإعلام المحلي .

١١ - تقييد حرية البرامجيين بالقنوات المحلية لوجود إدارة للرقابة بكل قناة مع نقص تأهيل العاملين بتلك الإدارة

١٢ - عدم جدوى برامج التدريب التي يتبناها معهد التدريب الإذاعي لتنفيذها برامج تدريبية لا تلبى احتياجات الإعلاميين بسبب تخلف تلك البرامج عن التطور العالمي الكبير في صناعة الإعلام واختيار كوادر تدريبية تقليدية حيث يخصص المعهد دورتين تدريبيتين كل عام علي الأقل لكل محطة إقليمية يحاول البرامجيون الهروب منها بأشكال عدة منها تقديم شهادات مرضية أو حتى القبول بالتحقيق من قبل الشئون القانونية في مقابل عدم الحضور لشعور الإعلاميين بروتينية تلك التدريبات و أن المستفيد منها هم المدربون و العاملون بالمعهد .

١٣ - ضعف الإمكانيات الفنية و التقنية مثل عدد الكاميرات فعلي سبيل المثال يوجد ٤ كاميرات بمقر القناة الثامنة في أسوان وكاميرا واحدة في بقية المحافظات التي تغطيها القناة باستثناء محافظتي الوادي الجديد والبحر الأحمر لا



توجد كاميرات ثابتة فيهما ر غم أهمية هاتين المحافظتين الحدوديتين بالنسبة للسيارات فان القناة الثامنة لا يوجد بها سوي ٣ سيارات متهالكة لنقل فريق العمل داخل حدود مدينة أسوان وأقصى مسافة يمكن أن تتحرك بها تلك السيارات هي مدينة كوم امبو علي بعد ٤٠ كم أما التغطية خارج هذا النطاق فعلي فريق العمل تأجير سيارة أجرة مقابل ١٠٠ جنيه تدفعها إدارة القناة كحد أقصى في حين إيجار السيارة يتجاوز ال ٢٥٠ جنيه يضطر فريق العمل علي ذلك الفرق من جيوبهم وفي المناطق التي تدخل في ولاية محافظة أسوان وتبعد عن مدينة أسوان أكثر من ٢٨٠ كم مثل مدينة أبو سمبل السياحية ومشروع توشكي فان فريق العمل يضطر لطلب سيارة من المحافظة إذا كانت التغطية الإعلامية تتعلق بجولة للمحافظ إلي تلك المناطق خاصة في حدث تعامد الشمس علي وجه الملك رمسيس الثاني بابو سمبل الذي يتكرر مرتين كل عام أما اذ كان فان فريق متوجه لمشروع توشكي فيتم طلب سيارة من المشروع لنقل فريق العمل وإعادتهم مرة أخرى ويترتب علي ذلك التركيز علي الجوانب الايجابية وعدم طرح أي مشاكل بمشروع توشكي

١٤ - عدم التحديث في الأجهزة الفنية والتي ظهرت بعدها أجيال من التكنولوجيا الحديثة في تقنيات هندسة الصوت و الصورة

١٥- ضعف قنوات الاتصال بين المحطات الإقليمية و أقسام الصحافة و الإعلام بكليات الآداب وكليات معاهد الخدمة الاجتماعية بالأقاليم للاستفادة العلمية من تلك الكليات والمعاهد حيث أوقف الاتحاد التدريب العملي لطلبة كليات الإعلام و أقسام الإعلام بكليات الآداب بماسبورو والمحطات الإقليمية مع عدم الالتفات إلي الدراسات الاستطلاعية والمسحية التي تجريها تلك المؤسسات العلمية المتخصصة

١٦- ضعف بدل السفر اليومي (٤٠ جنيه) لمأموريات الإعلاميين للتغطية الإعلامية خارج محافظة المقر والمطلوب من الإعلامي أن يتناول ثلاث وجبات ويقوم خارج المباني الحكومية ويتنقل للمواقع المختلفة كل ذلك ب٤٠ جنيه مما يضطر الإعلاميين المحليين إلي الأتي:

- الإقامة باستراحات المحافظات

- استخدام سيارات المحافظة في التنقل

- محاولة إنتاج أكبر عدد من الحلقات (استوك) يكفي لشهر أو شهرين في الأمورية الواحدة

ويترتب علي ذلك

أ- التركيز علي انجازات المحافظ وعدم رصد أي مشاكل أو جوانب تقصير وإذا حدث ذلك يكون الحرمان من الاستراحات وسيارات المحافظة ومثال علي ذلك ما قام به عادل لبيب محفظ قنا في ولايته الأولى للمحافظة قام احد الزملاء بالقناة الثامنة بتصوير مشكلة في قرية بالمحافظة فما كان من المحافظ إلا أن نبه علي رئيس القناة بعدم تغطية هذا الزميل لأي نشاط إعلامي بالمحافظة وقد استجيب له

ب - بالنسبة للمحافظات البعيدة عن محافظة المقر كما هو الحال لمحافظة البحر الأحمر والوادي الجديد بالقناة الثامنة للأخبار عدم اخذ الوقت الكافي لدراسة القضية أو الموضوع وتسجيل المتاح فقط وتسجيل الأخبار المصورة علي مدي شهر ويتم إذاعتها تباعا مع مراعاة الصياغة الإخبارية المناسبة وذلك علي حساب أنية الخبر

١٧- ضعف قنوات الاتصال بين المحطات الإقليمية و مؤسسات المجتمع المدني و الاكتفاء بالاتصال الشخصي بين تلك المؤسسات و الإعلاميين مما يفقد تلك المحطات رافد أساسي من روافد الرصد المجتمعي للقضايا المحلية .

١٨- افتقار الإعلام المحلي إلى التدريب المتخصص الذي يلبي احتياجات فعلية فبالرغم من اعتماد الإعلام (راديو - تلفزيون) في الفترة الأخيرة علي برامج الهواء إلا أن هناك قصور واضح في التدريب علي التقارير الإخبارية القصيرة

١٩ - تعقيد الإجراءات للإعلان بالإذاعة و التلفزيون المحلي حيث يتطلب من المعلن التوجه للقاهرة للتعاقد مع القطاع الإقتصادى بسبب عدم وجود وحدات مالية مستقلة بالمحطات الإقليمية مما يؤدي إلى هروب صغار المعلنين من أبناء الإقليم و الاعتماد فقط على الإعلانات المركزية التي توزع على المحطات المحلية لإذاعتها و حرمان تلك المحطات من موارد مالية كان يمكن أن تحسن دخل العاملين

٢٠- تأثر التغطية الإعلامية خاصة الصحف القومية و المحطات الحكومية باتجاه الدولة نحو القضايا المطروحة مثل قضية السيول بأسوان حيث تمت المعالجة الإعلامية لها عبر جهود الحكومة في التصدي لهذه المشكلة مع

إهمال الواقع الفعلي الذي عاشه المضارون من تلك الأزمة مما خلق شرخا على مستوى المصادقية لتلك الوسائل الإعلامية

٢١- يفتقر الإعلام المحلي للدراسات التسويقية للتعرف على الاحتياجات الحقيقية للمستخدم مما يؤثر على ضعف الرسالة الإعلامية و بالتالي على القوة التسويقية للمنتج الإعلامي وذلك بسبب ضعف الدراسات الخاصة ببحوث المستمعين و المشاهدين حيث يفتقر القائمون على تلك الأبحاث للمهارات و الخبرة اللازمة لهذا النوع من النشاط مما يترتب عليه نتائج مشوهة حول احتياجات المستمعين و المشاهدين و يؤدي في النهاية إلى رسالة إعلامية غير واضحة و غير ملبية لاحتياجات أبناء كل إقليم وفقا لثقافته وتراثه.

٢٢- بث معظم محطات الراديو في شبكة الإذاعات الإقليمية علي الموجات المتوسطة مما يحرم قطاع كبير من المستمعين من متابعتها نتيجة الشوشرة وضعف تلك الموجات فعلي سبيل المثال إذاعة جنوب الصعيد التي تخدم خمس محافظات يستقبل إرسالها علي الموجات المتوسطة التي تعاني الشوشرة والتداخل من المحطات الاخرى خاصة في الفترة المسائية ورغم المطالبات المستمرة من قبل الإدارات المتعاقبة إلا ان الاستجابة لم تأتي إلا من ثلاث سنوات فقط ولمحافظة واحدة (سوهاج تم نقل إرسال الإذاعة فيها علي موجات FM) من بين خمس محافظات بما فيها أسوان محافظة المقر التي تعاني من ضعف الإرسال حتى في المناطق التي لا تبعد عن الإذاعة سوي ٤٠ كم كمركز كوم امبو .

إشكاليات الصحافة المحلية

١- تقييد صدورا لصحافة المحلية برئيس تحرير مقيد بجدول المشتغلين بنقابة الصحفيين مما أدى إلى اللجوء لإصدار تراخيص صحفية من الخارج غير أنها تخضع لموافقات جهاز الرقابة على المطبوعات و امن الدولة المختص بالمحافظة .

٢ - غياب معايير العمل المهني بالصحافة المحلية : الصحف المحلية الموالية للمحافظين و المدعومة (إعلانيا) أصبح دورها في إحاطة الجماهير بمشروعات المحافظة و سياسة الحكومة دون اعتبار لحق المواطن في المعرفة و الحق في التعبير و النقد .

٣ - ملكية الصحف المحلية تنقسم لثلاثة أقسام:

- القسم الأول ملكية الصحفيين النقابيين للصحف المحلية وهم في الغالب مراسلو الصحف العامة (قومية - حزبية - مستقلة) أو بعض الصحفيين النقابيين بالقاهرة ويمتلكون تلك الصحف المحلي إما من باب إيمانهم بأهمية وقيمة الصحافة المحلية في تنمية المجتمع أو من باب خدمة عائلته وأبناء مدينته عبر الضغط علي المسؤولين أو صناع القرار وإما من باب الوجاهة والانتشار الذي يمكن أن يوظف في المستقبل في صورة ترشح في المجالس النيابية وإما الثالثة لتحسين الدخل من خلال الإعلانات بالصحيفة وهم يعلنون بل ويفاخرون بملكيتهم لتلك الصحف

- القسم الثاني ملكية بعض البرلمانيين ورجال الأعمال المحليين للصحف المحلية حيث يسعون من خلالها إلي تلميع صورتهم أمام الرأي العام واستخدام تلك الصحف في الترويج لأنفسهم واستخدامها في الدعاية الانتخابية المجانية لهم وبمقابل للمرشحين الآخرين وهم في الغالب ينكرون ملكيتهم لتلك الصحف

- القسم الثالث محبو الصحافة وراغبو الثراء وراغبو الشهرة هناك فئة تسعى لملكية الصحف المحلية لإيمانها بدور الصحافة في تنوير وتنمية المجتمع وهناك فئة تمتلك الصحف المحلية رغبة منها في تحقيق الثراء وهؤلاء يعتمدون علي الابتزاز وتشويه السمعة للضغط والحصول علي الإعلانات و يستغلون فتيات معظمهن من نوات المؤهلات المتوسطة كمندوبات إعلان وهناك فئة تري في ملكيته لصحيفة محلية يحقق لهم الشهرة داخل مجتمعاتهم المحلية وتسمح لهم بمقابلة كبار المسؤولين بالمحافظة وتسمح لهم بكتابة مقال بالصفحة الأخيرة مثل كبار الصحفيين

٤ - اختزال الصحيفة المحلية في صاحبها باعتباره صاحب الامتياز و رئيس مجلس إدارتها و موضع ثقة الأمن مقابل التبرج من الإعلانات ، و قد أدى ذلك إلى التفریط في المصالح العامة و تزايد مظاهر و أسباب فساد الصحافة المحلية

٥- النظرة الدونية التي ينظر بها مراسلو الصحف القومية والمستقلة لصحفي الصحافة المحلية بحجة أن معظمهم تعليم متوسط وأنهم ليسوا أعضاء نقابة الصحفيين

٦ - الصراع بين بعض مراسلي الصحف القومية والمستقلة بالمحافظات الذين يمتلكون صحف محلية علي الإعلانات

- ٦- ضغط بعض أصحاب الصحف المحلية على بعض الصحفيين لجلب الإعلانات مقابل نشر موضوعاتهم.
- ٧- افتقار العاملين بالصحف المحلية إلي التدريب المهني وقد حاول برنامج الإعلامي الممول من الوكالة الأمريكية للتنمية تطوير أداء الصحفيين المحليين في الثلاث سنوات الأخيرة إلا انه فشل في تحقيق ذلك الهدف بسبب نزوله إلي الإعلاميين بأجندة تدريبية مسبقة وليس بناء علي تحديد الاحتياجات الفعلية للإعلاميين المحليين
- ٨- افتقار المنتج الصحفي في أحيان كثيرة للمعايير الاحترافية حيث تؤثر الأهواء على بعض الإعلاميين مما يؤثر على إنتاجهم وهذا يعود أحيانا إلى قلة دخل الصحفي المحلي مما يجعله عرضة للتأثر بالإغراءات المادية
- ٩- لجوء بعض الصحفيين المحليين إلى ابتزاز المسؤولين ورجال الأعمال للحصول على إعلانات أو تحقيق مصلحة شخصية له حيث يتم توجيه الصحيفة وفقا لظروف الزبون .حيث يقوم الصحفي بمهاجمة الشخص ويعدد مخالفاته ومساوئه و عندما يتم الاتفاق علي الإعلانات تتغير النبرة في العدد التالي من الصحيفة وربما تجد بعض العذر لأصحاب الصحف المحلية لعدم وجود موارد مالية ثابتة لصدور تلك الصحف.

إشكاليات الإعلام الداخلي بهيئة الاستعلامات

- ١- تدني دخول العاملين البالغ عددهم أكثر من ٥٠٠٠ موظف بهذا القطاع مقارنة بالعاملين باتحاد الإذاعة والتلفزيون حيث لا يتجاوز دخل من قضي في العمل ١٥ سنة خدمة ١٥٠٠ جنية
- ٢- إجراء معظم الندوات والأنشطة بمكاتب الهيئة بالمدن والمحافظات وعدم الانتقال للجمهور المستهدف بالتوعية لعدم وجود وسيلة او بدل انتقال للمحاضرين والعاملين
- ٣- ضعف تعاون المحاضرين المتخصصين لتواضع المقابل المادي للندوة حيث لا تتجاوز قيمة المحاضرة مئة جنية بعد خصم الضرائب تصل الي ٨٩ جنيها
- ٤- لجوء العاملين إلي الاتصال بالمحمول علي حسابهم الشخصي للاتصال والترتيب مع المحاضرين



- ٥- افتقار معظم فروع الهيئة للمعينات التدريبية ووسائل الإيضاح مثل الفيديو والملصقات والداثا شو ورغم وجود قاعة تدريب ومحاضرات في مكان مناسب بمركز إعلام أسوان إلا أن أجهزة التكيف بها قديمة جدا ومعطلة وتحتاج إلي كراسي مريحة ودهانات ومعينات تدريبية مناسبة مثل اللاب توب والداثا شو وسبورة ضوئية الخ
- ٦- يشعر ٦١٢ من موظفي هيئة الاستعلامات بعدم الاستقرار لكونهم يعملون بعقود مؤقتة اجر (مقابل عمل) باجر لايتجاوز ٢٤٠ جنيه ويخضم أي يوم غياب
- ٧ - احتياج العاملين للتدريبات النوعية لتنمه مهاراتهم ورفع قدراتهم
- ٨- اشتراط الهيئة أن يكون المحاضرون من وكلاء الوزارة بالمصالح وأساتذة الجامعات بصرف النظر عن قدراتهم التدريبية

التوصيات

- ١ - إلغاء وزارة الإعلام وإنشاء هيئة إعلامية مستقلة (قطاعات اتحاد الإذاعة والتلفزيون) تكون محمية تماما من تدخلات وضغوط السلطة التنفيذية و تكون تحت إشراف المجالس التمثيلية المستقلة (البرلمان) التي من شأنها أن تعزز التعددية والتنافسية و الموضوعية والسعي لتغيير القانون المنظم لأنشطة اتحاد الإذاعة والتلفزيون (قانون ١٠٣) حيث لم يعد مناسباً لمرحلة ما بعد الثورة ولا مواكبا لتطور الإعلام في العالم
- ٢- التخلص من التخطيط المركزي للإعلام الذي يظن أن القاهرة تكفى بتركيز القدرات والإمكانات كلها في نقطة واحدة تحقيق العدالة الإعلامية عبر تواجد إعلام اقليمي قوي يعبر عن كل محافظات مصر
- ٣- استعادة مبالغ (بدل راديو) التي تحصلها إدارات المرور مع تجديد ترخيص السيارات وتوجيهها لتطوير الإذاعة وتحسين دخول العاملين بالإذاعات المحلية
- ٤- تنمية موارد المحطات الإقليمية بإضافة جنيه واحد على كل إيصال كهرباء
- ٥- إنشاء مستشفى خاص للإعلاميين خارج المبنى, وإنشاء نظام جيد للرعاية الطبية بحيث تمتد إلى كل العاملين بالاتحاد دون استثناء وان تشمل كذلك اسر العاملين,
- ٦- إبقاء القنوات الإقليمية علي النابل سات بعد التطوير، لأن ثقافة"الايريال" لم تعد موجودة وبالتالي يجب استخدام"الميديا" السائدة حتى تصل تلك القنوات للمشاهد المستهدف.حيث أن رفعها من النابل سات أدى لتراجع المشاهدة
- ٧- انفتاح المحطات الإقليمية علي أقسام الصحافة و الإعلام بكليات الآداب والخدمة الاجتماعية بالأقاليم للاستفادة العلمية من دراسات تلك الكليات للتعرف علي الاحتياجات الفعلية لمستخدمي تلك الوسائل .
- ٨- تطوير معهد التدريب الازاعي لتنفيذ برامج تدريبية تلبي احتياجات الإعلاميين وفقا للتطور العالمي الكبير في صناعة الإعلام واختيار كوادر تدريبية جديدة تتفق وطموح الإعلاميين في الفترة القادمة
- ٩- ضرورة تحميل محطات الراديو الإقليمية علي شبكة الانترنت حيث تشير الدراسة السابقة التي أجراها برنامج تطوير الإعلام عام ٢٠١٠ تضاعف استعمال الانترنت من عام ٢٠٠٧ ليصبح مستخدما من قبل ٣٠٪ من السكان

في عام ٢٠٠٩ و لا يزال مستخدمو الانترنت بالقاهرة يتميزون بأنهم اقل سنا بالمقارنة بالمستخدمين الآخرين
لوسائل الإعلام

١٠- دعم وتقوية المجالس الاستشارية بقنوات المحروسة لتكون حلقة الوصل بين إدارات القنوات والعاملين من ناحية
والمجتمع المدني من ناحية أخرى مع التوسع في تطبيق تلك التجربة لتشمل محطات الراديو الإقليمية

١١- ضرورة تقوية الإرسال الإذاعي وتوفير وحدات نقل بث مباشر وإمداد الإذاعات بالتكنولوجيا الحديثة وتوفير
إذاعات FM داخل الأقاليم

١٢ - تأييد المطالبة والاعتراف (بنقابة الصحفيين المصرية المستقلة) التي قامت بإيداع أوراقها في يوليو ٢٠١١
وجعلت العضوية مفتوحة للمشتغلين بالصحافة بدون قيد من قيود نقابة الصحفيين و المجلس الأعلى للصحافة
وإنهاء احتكار المهنة في إطار التعددية النقابية اتفاقا مع المادة (٤) من الإعلان الدستوري المؤقت الصادر
٢٠١١/٣/٢٣ على حق إنشاء نقابات و المادة (١٢) على حرية الرأي و التعبير مكفولة و المادة (١٣) على
حرية الصحافة و الطباعة و النشر ، و هو ما يتفق مع الإعلان العالمي لحقوق الإنسان ١٩٤٨ في إنشاء نقابات و
عدم إرغام احد على الانتماء إلى جمعية أو نقابة) و ما جاء في العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية و السياسية
١٩٦٦ بشأن حق إنشاء النقابات ، و إعلان أمريكا اللاتينية بشأن الصحافة المستقلة الذي صدر بالاشتراك مع
اليونسكو و برنامج الأمم المتحدة و البرنامج الدولي لتنمية الاتصال باليونسكو ١٩٩٢ حيث تضمن : احترام التعددية
و التنوع الثقافي و إفساح المجال لمهنة الصحافة و الاشتغال بالعمل الصحفي يجب أن يكون حرا و بدون قيد بعد
تقييم موضوعي للإنتاج الصحفي .

١٣ - التأكيد على الصحافة المهنية و توفير الحماية القانونية للمشتغلين بشكل مهني في المحليات كمراسل أو
صحفي مستقل أو كاتب رأى مستقل ١٦ - تبني مشاريع تجميعية للصحف المحلية كمؤسسات إقليمية للمحافظات
المتجاورة و مشاريع للطباعة و النشر ووكالات إعلانية مجمعة للتنسيق في توزيع مواردها لتمويل المؤسسات
الصحفية المحلية لضمان الصدق و عدم الانحياز للمصادر الإعلانية أو النفوذ الحكومي .

١٤ - الترتيب لعقد الدورات التدريبية المناسبة التي تستهدف تعزيز الأداء المهني و الإدارة الصحفية



١٥- الاتفاق علي مدونة سلوك للعاملين بالصحف المحلية لأخلاقيات المهنة و محكمة شرف صحفي .

١٦ - توطيد العلاقة بين الصحف المحلية و مواقعها الالكترونية بمسئولية معتمدة لجمع الأخبار لصالح المحطات الإقليمية.

١٧- توفير وسيلة أو بدل انتقال للمحاضرين والعاملين بهيئة الاستعلامات لتنفيذ الندوات والأنشطة للوصول للجمهور المستهدف بالتوعية مع رفع قدرات العاملين بالتدريب الجيد

١٨- تثبيت أو إجراء عقود مميزة موظفي هيئة الاستعلامات الذين يشعرون بعدم الاستقرار لكونهم يعملون بعقود مؤقتة اجر (مقابل عمل)

الخاتمة

الإعلام بكل أشكاله وعلي رأسه الإعلام الإقليمي رسالة وأمانة يجب تقديمها للمشاهد والمستمع والقارئ دون تحريف أو تشويه، وبعيداً عن التحريض والتضليل وتبني وجهة نظر أو موقف طرف عن الآخر لكي يحقق غايته وأهدافه السامية في توصيل الحقيقة المطلقة دون مراوغة أو تشويه ولتكن ثورة ٢٥ يناير المباركة بداية انطلاق لإعلام مصري حقيقي يخدم المواطن ويكون معبرا عن آماله ومستقبله.