

أثر قرارات المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في ضبط الأداء الإعلامى فى مصر

دراسة تحليلية

د.داليا مصطفى السواح

مدرس بكلية الآداب - قسم الإعلام - جامعة حلوان

مقدمة:

الإعلام... السلطة الرابعة في المجتمع؛ لما له من قدرة على بث القيم والمبادئ ومواجهة أى انفلات أخلاقي، وقد تعرض الإعلام منذ بداية ثورات الربيع العربي لتغيرات جذرية؛ أدت في كثير من الأحيان إلى خروج الإعلام عن دوره الرئيسى، حيث أن مفهوم حرية إبداء الرأى في كثير من الأحيان قد استُخدم بطريقة تُسئ إلى فكرة حرية التعبير، وذلك إما عن جهل بمفهومه أو لتحقيق مصالح لأصحابها، وسيطرة النزعة الربحية للمستثمرين في المجال الإعلامى على الاعتبارات الإنسانية والحقوقية للأفراد، والاستعانة بكوادر غير مؤهلة للعمل الإعلامى وعلى جهل بأخلاقيته وضوابطه المهنية؛ وهو ما أدى إلى عزوف الجمهور عن متابعتها واهتزاز ثقته في الإعلام المصرى، لاسيما وأن تلك الفترة قد شهدت تطور تكنولوجى كبير دعمه تطور التطبيقات التقنية للأجهزة المختلفة: (حاسب آلى، هاتف ذكى، جهاز لوحي) والتي سهلت للمتلقى التوجه للإعلام الرقمنى، والذى يتميز - على سبيل المثال - بالتفاعلية الفورية، اللاتزامنية، التنوع فى المحتوى، المرونة، الانتشار، هدم الفواصل الجغرافية، المواكبة، وغيرها من المميزات التى مثلت تحدياً أمام باقى الوسائل الإعلامية - وهو ما لم يكن كله إيجابى - بل واكبه العديد من الانحرافات الأخلاقية والفكرية والسلوكية والثقافية وغيرها، وإزاء تلك التغيرات التى حدثت فى هذه الفترة؛ كان لزاماً على الدولة ممثلة فى أجهزتها التشريعية والتنفيذية إعادة تنظيم المشهد الإعلامى وما طرأ عليه من تطورات وتحديات. بدءاً من تطوير التشريعات والقوانين المنظمة، وتأسيس المجلس والهيئات والنقابات وتوكلها بمهمة التنظيم والضبط العام انطلاقاً من تحمل مبادئ المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

مقدمة:

وهو ما تم إقراره بالفعل من خلال محورين الأول : ويعنى بالتشريعات والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي، وهو ما يمكن رصده بدءاً من إصدار قانون التنظيم المؤسسي للصحافة والإعلام (قانون رقم 92 لسنة 2016)، والذي أُلغى بدوره (القانون رقم 13 لسنة 1979) في شأن اتحاد الإذاعة والتلفزيون، والباب الرابع من (القانون رقم 96 لسنة 1996) بشأن تنظيم الصحافة ، وكذلك إصدار (قانون رقم 93 لسنة 2016) الخاص بإصدار قانون نقابة الإعلاميين. وانتهاءً بصدر قانون تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام (قانون رقم 180 لسنة 2018) الذي أُلغى بدوره (القانون رقم 96 لسنة 1996) بشأن تنظيم الصحافة، و(القانون رقم 92 لسنة 2016) بإصدار قانون التنظيم المؤسسي للصحافة والإعلام .

والمحور الثاني ، الذي يعنى بتأسيس الجهات المنظمة للممارسات الإعلامية نفسها ، وضمان التزامها بالتشريعات والقوانين الإعلامية السالفة الذكر، وتتمثل في تأسيس المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام ، والهيئة الوطنية للإعلام ، والهيئة الوطنية للصحافة ، والذين تم تأسيسهم؛ إعمالاً للمواد (211-213) من الدستور المصري لسنة 2014 والتي تم تشكيلها بالقرارات الجمهورية (158 و 159 و 160) طبقاً لنصوص ومواد (القانون 92 لسنة 2016) حيث تم تحديد أهداف واختصاص كل جهة على النحو الذي يحقق كلاً من أهداف ومصالح الدولة الخارجية والداخلية، وأهداف المواطن في تلبية احتياجاته المعرفية ، مع مراعاة الطبيعة المتغيرة والمتجددة للإعلام الرقمي الحديث، حيث يهدف المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام: الى ضمان وحماية حرية الصحافة والاعلام في اطار المنافسة الحرة من خلال :- حماية حق المواطن في التمتع باعلام وصحافة حرة وعلى قدر رفيع من المهنية وفق معايير الجودة الدولية وبما يتفق مع الهوية الثقافية المصرية ،ضمان استقلال المؤسسات الصحفية والاعلامية وحيادها وتعددتها وتنوعها ،ضمان التزام الوسائل والمؤسسات الاعلامية والصحفية بمعايير واصول المهنة واخلاقياتها ،ضمان التزام الوسائل والمؤسسات الاعلامية والصحفية بمقتضيات الامن القومي ، ضمان احترام الوسائل والمؤسسات الاعلامية والصحفية لحقوق الملكية الفكرية والادبية ، ضمان ممارسة النشاط الاقتصادي في مجال الصحافة والاعلام على نحو لا يؤدي الى منع حرية المنافسة او تقييدها او الاضرار بها ، انقاذ المعايير البيئية والفنية في مجال البث المسموع والمرئي الرقمي والصحافة المطبوعة والرقمية وغيرها ،منع الممارسات الاحتكارية في مجال الصحافة والاعلام. ويختص المجلس بالعديد من الاختصاصات أهمها: إبداء الرأي في

مشروعات القوانين واللوائح المتعلقة بمجال عمله، تلقى الإخطارات بإنشاء الصحف، ومنح التراخيص اللازمة لإنشاء وسائل الإعلام وتوقيع الجزاءات والتدابير على من يخالف الالتزامات الواردة بالتراخيص أو التصريح، وضع الضوابط والمعايير اللازمة لضمان التزام الوسائل الإعلامية والصحفية بأصول المهنة وأخلاقياتها، تلقى وفحص الشكاوى عما ينشر بالصحف أو يبث بوسائل الإعلام، اعتماد قواعد الاستعانة بالخبرات الأجنبية في مجالي الصحافة والإعلام، وضع نظام مراقبة مصادر التمويل في الوسائل والمؤسسات الإعلامية والصحفية، منح التصاريح لممثلي الصحف، ووكالات الأنباء، ووسائل الإعلام الأجنبية، التراخيص لشركات التحقق من الانتشار والمشاهدة والاستماع، التحقق من سلامة مصادر تمويل المؤسسات الصحفية والإعلامية، رصد الأداء الصحفى والإعلامى، ومتابعته، وإعداد تقارير دورية. في حين تهدف الهيئة الوطنية للصحافة: إلى كفاءة الإدارة الرشيدة في أداء المؤسسات الصحفية بما يضمن تعظيم دورها وقدرتها على المنافسة، وتنمية الكوادر البشرية العاملة في المؤسسات الصحفية، وتطويرها، إضافة إلى دعم عمليات التحديث التكنولوجى، وتطوير البنية الأساسية للمؤسسات الصحفية، وتشجيع الانفتاح على التجارب الصحفية العالمية. ومن أبرز اختصاصاتها: الرقابة على الأداء الاقتصادى والإدارى للمؤسسات الصحفية القومية، إقرار برامج التعاون والشراكة بين المؤسسات الصحفية القومية، والمؤسسات الأخرى، تعيين رؤساء مجالس إدارات المؤسسات الصحفية القومية ورؤساء تحرير المطبوعات، مساءلة القيادات الإدارية والتحريرية للمؤسسات القومية، وضع اللوائح والنظم والمعايير لتقويم الأداء، إجراء تقويم دورى شامل واتخاذ إجراءات التصويب اللازمة، تلقى تقارير ربع السنوية من المؤسسات الصحفية القومية حول الأداء الاقتصادى والمالى للمؤسسة، اعتماد أسعار الإعلانات وأسعار بيع الصحف والمجلات الصادرة عن المؤسسات القومية، وضع قواعد إجراء انتخابات أعضاء مجالس الإدارة والجمعيات العمومية للمؤسسات الصحفية القومية. أما الهيئة الوطنية للإعلام: فقد تم تأسيسها بغرض تنمية أصول المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة، وضمان استقلالها، وحيادها، والتزامها بأداء مهني وإدارى واقتصادى رشيد، إضافة إلى التأكد من التزام المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة بمقتضات الأمن القومى، مع ضمان حق المستهلك فى الحصول على خدمات إعلامية بأجود المعايير وأفضل الشروط، وضمان التزام المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة بتطبيق معايير وضوابط المحتوى الإعلامى التى يضعها المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام. ومن أهم اختصاصات الهيئة الوطنية للإعلام: تعيين رؤساء مجلس إدارة المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة، العمل

على تنفيذ الضوابط اللازمة لتنظيم العمل في المؤسسات وإتباع أصول المهنة وأخلاقياتها، تنفيذ معايير تقييم المنتج الإعلامي أو الإعلان في المؤسسات، وضع الخطط والسياسات العامة والبرامج الكفيلة بصيانة الاستوديوهات المسموعة والمرئية والأخبار، ومتابعة تنفيذها، متابعة أنشطة المؤسسات الإعلامية وتقييم مدى نجاحها في أداء مهمتها، إجراء البحوث واستطلاعات الرأي التي تستهدف تقييم وتطوير البرامج، إعداد الدراسات والإحصائيات الخاصة باحتياجات الأسواق، وتنظيم أعمال الدعاية والإعلان، شراء الشركات أو إدماج شركاتها في غيرها، استثمار أموالها في الأوجه التي تتفق مع أهدافها.

من خلال هذا العرض المختصر والذي يعطى للدارسين صورة مختصرة عن الوضع الإعلامي والمسئوليات التي تختص بها كل جهة على حدة في تنظيم الساحة الإعلامية المصرية، وهو ما يمثل مجالاً بحثياً قيماً وثريراً لدارسي الإعلام، وتقييم الجهات القائمة في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية والتي تماثل في أبعادها أهداف تلك الجهات .

مشكلة الدراسة:

يتضح جوهر هذه الدراسة في رصد قدرة القوانين المنظمة للعمل الإعلامي في مصر- الممثلة في المجلس الأعلى للإعلام- في ضبط حالة التدفق المستمر والمتشعب والمعبر عن مختلف وجهات النظر في التناول للأحداث والأخبار والمعلومات، في الوسائل الإعلامية المختلفة، بغرض ضبط الأداء الإعلامي، وضمان التزام ممارسيه بالمعايير المهنية والأخلاقية، دون المساس بالحقوق الدستورية والتشريعية المكفولة لكل من المواطن والإعلامي، وبما يكفل حرية التعبير عن الرأي ومصالح الدولة؛ وذلك من خلال تحليل قرارات المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام والتي تم اتخاذها على مدار عامين (منذ بداية تأسيسه في أبريل 2017 - حتى منتصف أكتوبر 2019) ، وتتبع مردودها على المشهد الإعلامي بصفة عامة، ومدى التزام المؤسسات الإعلامية بتطبيق هذه قرارات المجلس بصفة خاصة؛ مما يقدم رؤية عامة عن أحد الأعمدة الإعلامية المختصة بضبط الأداء والممارسات الإعلامية.

الدراسات السابقة:

نظرًا لتعدد أبعاد الدراسة، ووفرة الأدبيات السابقة التي تتصل بموضوعها؛ فضلت الباحثة عرض أهم نتائج هذه الحصيولة العلمية فيما يتصل اتصالاً مباشراً بموضوعها من خلال محورين، يتناول الأول: تطبيق أسس ومبادئ المسؤولية الاجتماعية في

وسائل الإعلام، ويتناول الثاني: الأطر التشريعية والقانونية لوسائل الإعلام.

- المحور الأول: الدراسات التي تناولت أسس ومبادئ المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام

تطرق العديد من الدراسات الإعلامية لنظرية المسؤولية الاجتماعية كإطار نظري لتفسير الكثير من القضايا والموضوعات المتعلقة بالمبادئ والمعايير السلوكية الإيجابية والسلبية، منها دراسة (رانيا الكيلاني 2011)⁽¹⁾ التي سعت للتعرف على دور الإعلام المصري بعد ثورة 25 يناير والتي أنتجت إعلامًا منحازًا لم يعد يتسم بالحيادية المطلوبة في تناول القضايا، وإخلال الوسائل الإعلامية بدورها الأساسي لتطوير الأداء الحكومي، وإنما اكتفت بعرض المشكلة وسلبياتها فقط، إضافة إلى تغليب المصالح الشخصية والانتماء السياسي على الشرف المهني والإعلامي.

وهو ما رصدته (نشوة عقل 2017)⁽²⁾ في دراستها التي سعت للكشف عن الفجوة بين إدراك طلاب الإعلام لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية والمعايير المهنية للأداء الإعلامي، بين الدراسين (170 طالب من دارسي الإعلام في الكليات الحكومية والخاصة) والممارسين (30 مفردة من العاملين في المجال الإعلامي)، حيث ثبت وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طلبة الإعلام والممارسين للمهنة من حيث إدراكهم للمسؤولية الاجتماعية للإعلام وكذلك اتجاهاتهم نحو الممارسات غير المهنية المطروحة وكذلك إدراكهم للقيم المهنية في الأداء الإعلامي.

وباختلاف مجال التطبيق فقد أسفرت دراسة (ثرثيا البدوي 2013)⁽³⁾ التحليلية لخطابات النخبة نحو الآخر الديني خلال الانتخابات البرلمانية، عن اتفاق النخب متعددة الاتجاهات والأيدولوجيات على معاناة المنظومة الإعلامية في مصر من الهيمنة السياسية وعدم المهنية، وتأثر عملية الحوكمة الإعلامية بنمط الملكية والتوجهات الأيدولوجية.

ومسح البحوث العربية والأجنبية المنشورة للتعرف على الاتجاهات الحديثة في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام، فقد خلصت دراسة (منى عبد المقصود 2017)⁽⁴⁾ إلى وجود فجوة على المستوى العام ما بين الأخلاقيات النظرية والممارسة ترجع إلى قلة التدريب وغياب الأدلة الإرشادية للمعايير المهنية ومدونات السلوك الأخلاقية.

أما في مجال الإعلام المقروء، فقد سعت دراسة (نرمين خضر 2008)⁽⁵⁾ إلى التعرف على اتجاهات القائمين بالإتصال نحو مفهومي حرية الصحافة والمسؤولية الاجتماعية لها بالتطبيق على مجموعة من الصحف المصرية التي تتباين في نمط ملكيتها

قومية - حزبية - خاصة وتوجهها الأيديولوجي تمثلت في صحف (الأهرام والوفد والمصرى اليوم) ، وانتهت إلى عدم تأثير نمط الملكية على اتجاهات القائمين بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية بالاختلاف مع دراسة (ثريا البدوي 2013) ، كما كشفت الدراسة عن انخفاض نسبة القائمين بالاتصال الذين اطلعوا على ميثاق الشرف الصحفى لحوالى ربع العينة فقط (100 مفردة من العاملين بالصحف) ، وتمثلت قيم المسئولية من وجهة نظر عينة الدراسة في الالتزام بأداب المهنة من الدقة والموضوعية وتقديم المصلحة العامة على المصلحة الخاصة.

بينما سعت دراسة (إبراهيم فرح 2010)⁽⁶⁾ التعرف على اتجاهات الجمهور نحو تغطية الصحف المصرية (القومية - الحزبية - الخاصة) لقضايا حقوق الإنسان الاجتماعية، بالتطبيق على عينة عشوائية طبقية بلغ قوامها (450) مفردة، وتوصلت إلى تقلد الصحف القومية المرتبة الأولى في المتابعة بنسبة (55,3%)، بينما جاءت في كل من الصحف الخاصة في المرتبة الثانية بنسبة (41,6%)، و الاهتمام بالموضوعات والقضايا التي تتصل بمصر في مقدمة المجالات والموضوعات التي تغطيها قضايا حقوق الانسان لدى عينة الدراسة بنسبة (44,8%)، يليها الاهتمام بالموضوعات والقضايا التي تحدث في معظم الدول العربية بنسبة (33,7%).

استعرضت دراسة (ميرال العشري 2012)⁽⁷⁾ المدخل النظرية لدراسة المسئولية الاجتماعية للصحافة من الناحية التاريخية وجذور نشأتها وتطوراتها ومحدداتها ، كما تستعرض النظريات المعيارية الأخرى التي أصقلت من نظرية المسئولية الاجتماعية مثل النظرية السلطوية والشيوعية والليبرالية والتنموية والمشاركة الديمقراطية ، إضافة إلى تنفيذ الأسس والمبادئ التي قامت عليها كل نظرية ونقدها في التطبيق لتصل في النهاية إلى تطوير في الأسس التطبيقية لنظرية المسئولية الاجتماعية.

وناقشت دراسة (نانسى الحبشى 2016)⁽⁸⁾ كيفية موازنة الصحفى ما بين مهارته في الحصول على المعلومات من جهة وبين الالتزام بالضوابط الأخلاقية والقانونية من جهة أخرى، وسعت الدراسة لرصد وتحليل المعايير الأخلاقية والقانونية التي يتبناها الصحفيون في تعاملاتهم مع مصادرهم في كل من مصر والولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وتأثير السياسات التحريرية في قراراتهم المهنية ، و توصلت الدراسة إلى أن الانتهاكات التي يمارسها الصحفيون في أمريكا وبريطانيا لا يمكن ردها لجهلهم بأخلاقيات المهنة وقوانينها وإنما لوجود اعتقاد مؤكد بأن لديهم امتيازات خاصة تسمح لهم بممارسة تلك التجاوزات ، إضافة إلى وجود فجوة بين السياسات الأخلاقية التي تدعيها المؤسسات الصحفية وما تطبقه على أرض الواقع.

وفي مجال الإعلام المرئي والمسموع، فقد ناقشت دراسة (أحمد عثمان 2008)⁽⁹⁾ ما يمكن اتباعه لتحقيق التوازن بين حرية التعبير والمسئولية الاجتماعية في برامج المشاركة بالراديو، بما يحقق استمراريته ويمنع تحولها إلى ساحة للفوضى والترويج لأساليب التعبير الهابطة، والنماذج السلبية للحوار، ومن خلال تحليل المضمون لعينة من البرامج الإذاعية (إذاعة البرنامج العام - إذاعة الشباب والرياضة - إذاعة وسط الدلتا) والتي وصل عددها 23 برنامجًا أغلبها أسبوعي، وكذلك تطبيق استبانة رأى القائمين بالاتصال في هذه البرامج (15 معد برامج - 42 مقدم برنامج - 9 محررين)، توصلت الدراسة إلى عدم وجود تعارض بين الالتزام بأبعاد المسئولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي ومستوى ممارسة حرية التعبير، كما أفصحت نتائج الدراسة الميدانية عن وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين المستوى المهني للقائم بالاتصال ومستوى حرية التعبير.

هدفت دراسة (آمال الغزاوي 2009)⁽¹⁰⁾ التعرف على نوعية الموضوعات التي تتناولها البرامج الحوارية اليومية على القنوات الفضائية الحكومية والخاصة فيما يتعلق بالأداء الحكومي، وحدود وأبعاد المسئولية المهنية والأخلاقية للبرامج محل الدراسة، وطبقت الدراسة باستخدام العينة العمدية والتي بلغت (66) حلقة بواقع (22) حلقة لكل برنامج (شهر لكل برنامج) وقد توصلت نتائج الدراسة إلى أن انتماء القناة سواء حكومي أو خاص يؤثر على تناول الأداء الحكومي، إضافة إلى تعامل الحكومة بسلبية في كثير من المشكلات أبرزها الفساد واستغلال السلطة ثم التحرك لتحقيق مصالح فئات محددة.

سعت دراسة (إنجي أبو العز 2012)⁽¹¹⁾ رصد خصائص المعالجة الإعلامية في إذاعات الانترنت في البيئة المصرية وما تنطوي عليه من مضامين قد تؤثر بالإيجاب أو السلب على أداء الإذاعات المصرية التقليدية في إطار البيئة التنافسية التي تشهدها وسائل الإعلام خاصة بعد ثورات الربيع العربي، وقد انتهت الدراسة إلى عدم وجود قانون أو ميثاق ينظم عمل وسائل الإعلام عبر الانترنت بشكل عام، مما يترك الساحة الإعلامية منوطة بالالتزام الشخصي القائم بالاتصال ومسئوليته في تقديم المضمون الإعلامي.

وخلصت دراسة (مروى بسيوني 2012)⁽¹²⁾ التي سعت إلى الكشف عن مدى التزام الأداء الإعلامي بالبعد المجتمعي والمهني والأخلاقي، و مدى انعكاس ذلك على معالجة قضايا ثورة 25 يناير المصرية، من خلال المسح الإعلامي للبرامج الحوارية (مصر النهاردة - العاشرة مساءً)، إلى وجود فروق ذات دلالات إحصائية بين

نمط الملكية للقنوات عينه الدراسة ومدى التزام الأداء الإعلامى بالضوابط الأخلاقية المهنية.

بينما اهتمت دراسة (دينا يحيى 2015)⁽¹³⁾ بمحاولة التعرف على حدود قدرات التقييم لدى طلبة الإعلام بالمرحلة الجامعية في كليات الإعلام الخاصة والحكومية وذلك من خلال تقييمهم للبرامج الحوارية التليفزيونية وفق مجموعة من المعايير الوظيفية، وطبقت الدراسة على عينة قوامها (300 مفردة) من طلبة كليات الإعلام الحكومية والخاصة و توصلت الدراسة إلى نجاح البرامج الحوارية في خلق مجال للتفاعل الاجتماعى وتشكيل الاتجاهات نحو القضايا المثارة، ضرورة التزام مقدمى هذه النوعية من البرامج بالمظهر اللائق والثقة بالنفس والتأكد من المعلومة قبل تداولها، بينما ظهر الاختيار غير الموفق للشخصيات المستضافة وعدم تحقق سمة الحياد وافتقار المشاركة الجماهيرية إلى الصدق كأهم نقاط الضعف بالبرامج الحوارية.

ترصد دراسة (مى أبو السعود 2015)⁽¹⁴⁾ ما تحتويه الدراما التليفزيونية المذاعة في شهر رمضان من تجاوزات وعدم التزام بمبادئ المسئولية الاجتماعية، إضافة إلى رصد أبعاد المسئولية الاجتماعية من حيث السلوكيات الايجابية المدعمة لأبعاد المسئولية الاجتماعية والسلوكيات السلبية المعوقة لها، وقد عنت الدراسة بمسح عينة من الدراما الرمضانية (ابن حلال - سجن النسا - دلح البنات) بواقع 30 حلقة لكل مسلسل (51 ساعة درامية)، و توصلت إلى عدم التزام القائمين على الأعمال الدرامية بأبعاد المسئولية الاجتماعية ودعم تلك الأعمال للسلوكيات السلبية بالقول والفعل، كذلك نشر السلوكيات والأفكار السلبية التى تدعو إلى الانحراف المجتمعى مثل الجريمة والعنف، وأوصت الدراسة بوجوب إقرار معايير درامية للأعمال المعروضة لتنظيم السلوك الاجتماعى وفك التصادمات والحفاظ على الحقوق المشروعة لكل فرد.

عمدت دراسة (فاتن الطنبارى 2017)⁽¹⁵⁾ التعرف على البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية ودورها في تدعيم المسئولية الاجتماعية، و العلاقة بين مقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية والمسئولية الاجتماعية، بالإضافة إلى التعرف على المسئولية الاجتماعية و الجوانب المهنية والأخلاقية التي تعكسها تلك البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية، وقامت الباحثة بتحليل مضمون أربعة برامج حوارية على القنوات الفضائية (على مسئوليتي تقديم أحمد موسي، كل يوم تقديم عمرو أديب، صفحة جديدة تقديم أحمد سمير، من ماسبيرو تقديم عاطف كامل)، ظهرت نتائجها فى التزام مقدمي تلك البرامج بالمسئولية الاجتماعية خاصة فيما يختص بمناقشة الموضوعات (الاجتماعية) بنسبة 73.8 %، ثم فى موضوعات (الحوادث

والجريمة) بنسبة 27.2 %، ثم الموضوعات (الاقتصادية) بنسبة 11.7 %، ومن سلبيات تلك النوعية من البرامج اتجاه المعالجة الإعلامية للمشكلات المطروحة في البرامج محل الدراسة اعتمدت (التجهيل على مستوي المصدر) بنسبة 5.7 %، ثم (التجهيل بنشر الشائعات) بنسبة 1.1 %، ثم (التجهيل على مستوي الفاعل) بنسبة 0.8 %.

اهتمت دراسة (الأميرة سماح فرج عبد الفتاح 2017)⁽¹⁶⁾ برصد التحولات التي طرأت على مجال معارف الجمهور المصري ومدركاته بشأن المعلومات ذات الصلة بالتسريبات الإعلامية؛ باعتبارها شكلاً جديداً من أشكال توزيع المعرفة بممارسات الحكومات ومشاريعها وسياساتها، وقد أظهرت نتائج الدراسة بروز نفوذ وسائل الإعلام الجديدة (مواقع التواصل الاجتماعي، فيديوهات اليوتيوب)، ونظرة الجمهور للتسريبات الإعلامية كدافع للحكومات لتعيد النظر في سياساتها، واعتبار إذاعة تلك التسريبات كواجب من واجبات وسائل الإعلام الأساسية في المحاسبة الاجتماعية ارتبط بظهور نمط إعلامي جديد يصعب تجنبه، كما سلطت نتائج الدراسة الضوء على سهولة تجاوز الأنظمة الرقابية مما قد يؤدي إلى تزايد الأنظمة القمعية كنوع من الاحتراز ضد أي مصدر محتمل للتسريب، بينما ظهرت إشكالية مصداقية المعلومات المسربة وإن مالت غالبية الجمهور نحو تصديقها.

سعت دراسة (ميادة عبد العال 2018)⁽¹⁷⁾ للتعرف على مدى التزام البرامج الحوارية بالتلفزيون المصري (القناة الأولى وقناة صوت الشعب) والقنوات الخاصة (دريم-صدي البلد- cbc) بمبادئ الحرية والمسئولية الاجتماعية بالتطبيق على (400) مفردة من مشاهدي البرامج الحوارية على القنوات المذكورة، توصلت الدراسة إلى أن المسئولية الأولى للإعلام هي الحفاظ على الأمن والاستقرار والنهوض الثقافي بنسبة 78.9% والحفاظ على حدود الحريات بنسبة 77.1%، وجاء في مقدمة إيجابيات أداء القائم بالاتصال بالبرامج المذاعة على القنوات الحكومية «احترام المشاهد في تقديم المواد الإعلامية الجادة» بنسبة 95.8%، أما سلبيات أداء القائم بالاتصال بالبرامج المذاعة على القنوات الخاصة فقد ظهرت في طرح الأسئلة الإيحائية بنسبة 76.9%، ونشر أمور من شأنها التأثير بالسلب على المجتمع وترك إدارة الحوار للضيف بنسبة 36.7%.

وفي مجال العلاقات العامة والبحوث التسويقية، فقد تم تناول المسئولية الاجتماعية كبرامج يتم تبنيها من قبل مؤسسات الأعمال والشركات الكبرى بغرض كسب رضا العاملين والجمهور وهو ما تناولته دراسة (محمد ياسين 2008)⁽¹⁸⁾ والتي اهتمت

بدراسة واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية الدوائية للمسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر المديرين في شركات صناعة الأدوية البشرية ، وتكونت عينة الدراسة من (214 مفردة) حيث تم إثبات العلاقة بين تبني المسؤولية الاجتماعية ونمط المسؤولية الاقتصادية والاجتماعى والبيئى عند مستوى معنوية (0.05).

بينما هدفت دراسة (سلوى العوادلى 2009)⁽¹⁹⁾ إلى التعرف على تأثير ممارسات المنظمة لأنشطة المسؤولية الاجتماعية عبر الانترنت وبناء سمعتها لدى الجمهور، ومدى فعالية استخدام تلك البرامج على معارف المستهلكين نحو الشركة ونواياهم الشرائية ، تم استخدام منهجى دراسة الحالة والمسح لكل ما ينشر على الانترنت ويخص برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات المبحوثة والتي وصل عددها إلى (35 شركة)، وطبقت الدراسة على (200 مفردة) من الجمهور باستخدام العينة العمدية المتاحة على سكان القاهرة الكبرى التابع لشركات البحث (فودافون - مكدونالدز - بروكتر آند جامبل - وميكروسوفت) وقد أشارت الدراسة إلى الضغوط التي واجهت الشركات المبحوثة من التنظيمات الحكومية ووسائل الاتصال والجماعات المهنية للالتزام اجتماعياً في البيئة الدولية ، بحيث أصبحت الشركات ملزمة بالعمل في ضوء ومؤشرات وخصائص الحكم الرشيد ، كما أشادت الدراسة بتعاظم المسؤولية الاجتماعية للشركات المتعددة الجنسية من خلال التأكيد على الأدوار المحتملة لتلك الشركات من خلال شراكتها مع الدولة ومنظمات المجتمع المدني في مجال تحقيق الأهداف التنموية.

وربطت دراسة (أميرة فؤاد مهران 2013)⁽²⁰⁾ بين مدى اهتمام العملاء المصريين بأنواع المختلفة للمسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال، والتي تتضمن المسؤولية الخيرية، والبيئية، والأخلاقية، والنية الشرائية. وطبقت الدراسة على عينة قوامها 384 مفردة كعينة منتظمة من المترددين على هذه المراكز. وتوصلت النتائج لوجود تأثير معنوي للاتجاه نحو المنظمات التي تتبنى أياً من هذه المسؤوليات على نية شراء منتجاتها حيث وجدت علاقات ذات دلالة إحصائية بين تبني المنظمات لمسئولياتها الخيرية والأخلاقية والاتجاه الإيجابي نحو المنظمات التي تتبناها، ولكن لم تؤثر معنوياً على نية شراء منتجاتها.

وبالتطبيق في مجال الاتصالات المصرية سعت دراسة (حاتم محمد عاطف 2013)⁽²¹⁾ التعرف على المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة وأخلاقيات الممارسة بالمؤسسات العاملة في قطاع الاتصالات بمصر، والتعرف على معايير أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة بالقطاع الحكومى والخاص، باستخدام منهج المسح التحليلى لمواقع المؤسسات

الاتصالية الأربع (موبينيل - فودافون - اتصالات - الشركة المصرية للاتصالات)، وقد توصلت الدراسة إلى عدم وضوح أخلاقيات الممارسة المهنية، حيث تم ذكرها في قوانين استخدام الموقع ومسئولية الاستخدام فقط.

كما اهتم الباحثون بدراسة رضا العاملين للمؤسسات التي تتبنى برامج المسؤولية الاجتماعية مثل دراسة (عبدالراضي البلوشي 2017)⁽²²⁾ التي هدفت الدراسة إلى قياس جودة خدمات برامج المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة على رضا العاملين بشركات تكرير البترول من خلال أبعاد مقياس جودة الخدمة SERVPERF (الملموسية - المصدقية - سرعة الاستجابة - الأمان - والتعاطف) وتم التطبيق على (5%) من العاملين بشركات تكرير البترول المصرية بإجمالي 310 استمارة، وقد أرشدت الدراسة إلى قصر ممارسات المسؤولية الاجتماعية في خدمات محددة منها تنظيم الرحلات والمصايف، وإعانة أسر العاملين، وتوفير وسائل مواصلات أو بدل مواصلات، ثم تدريب العاملين لرفع الكفاءة الانتاجية، وهو ما استدل به الباحث على ضعف رضا العاملين بالشركات المبحوثة.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الأطر التشريعية والقانونية لوسائل الإعلام
بعد عرض الدراسات العربية التي اهتمت بدراسة المسؤولية الاجتماعية وما تقتضيه من الالتزام بمجموعة من المبادئ والمعايير المهنية لصالح المجتمع، يتناول هذا المحور مجموعة الدراسات العربية التي تناقش القوانين والتشريعات المنظمة للمشهد الإعلامي، من خلال بعدين، يتعلق الأول بالقوانين والتشريعات السارية على وسائل الإعلام بشكل عام، والثاني يناقش القوانين والتشريعات الحاكمة لوسائل الإعلام الحديث. من بداية الدراسات العربية التي تناولت القوانين والتشريعات في المجال الإعلامي بشكل عام (محمد نور فرحات 1993⁽²³⁾، 1995⁽²⁴⁾) حيث ناقشت كلا الدراستين التنظيم القانوني لحرية الصحافة والإعلام في تشريعات جمهورية مصر العربية، وعلاقة هذا التنظيم بالمعايير والمواثيق الدولية، وقد قسم فرحات القوانين المنظمة بعملية التعبير عن الرأي في الصحافة والإعلام إلى مصادر من: التشريع (عادى) منظم للإعلام بوجه عام، تشريع (عادى) منظم لمهنة الصحافة بوجه خاص، والنصوص التشريعية في قوانين العقوبات والمطبوعات، ومقارنة مدلولاتها وتوجهاتها مع المواثيق الدولية ومدى تماشيها أو تناقضها معها، وتوصلت كلا الدراستين إلى تعطيل الكثير من المواثيق الدولية ودحض الممارسات التي تم إقرارها بدعوى الحفاظ على الاستقرار والأمن العام، كما أوصت الدراستين بعدة توصيات أبرزها إلغاء

النصوص الجنائية المجرمة للتعبير عن الرأي والاكتفاء بالجزاء المدنية والنقابية. وهو ما أكدت عليه دراسة (ليلي عبد المجيد1994)⁽²⁵⁾ حيث تناولت الدراسة التشريعات المنظمة للصحافة المصرية وتأثيراتها على الصحف المحلية، ونوعية هذه التأثيرات، وإمكانية تطويرها من وجهة النظر الإعلامية، واعتمدت الدراسة على أسلوب التحليل المكتبي الوثائقي لنصوص ووثائق التشريعات والقوانين المصرية، وانتهت الدراسة إلى أن الجانب الأكبر من التأثيرات التشريعية للصحافة المحلية المصرية كانت تأثيرات سلبية تقوم على تقويض حرية الصحافة. وخلصت إلى نفس النتيجة الدراسة المسحية للمقالات الصحفية (إسماعيل صبرى 1995)⁽²⁶⁾ التي تم نشرها عن حرية الحصول على المعلومات والعقبات التي أقرها المشرعون في كلاً من قانون العقوبات، وقانون نقابة الصحفيين.

أما على نطاق التأصيل التاريخي، فقد استعرض (جابر نصار 1995)⁽²⁷⁾ في دراسته وضع حرية الصحافة في مصر، بعد صدور القانون رقم 96 لسنة 1996 وذلك عبر تناول العمل لحدود المنهج التشريعي لتنظيم تشريعات الصحافة في مصر، وتطورها، وتناول بالعرض، والتحليل قوانين تنظيم الصحافة في مصر بداية من القانون 156 لسنة 1960 والقانون رقم 148 لسنة 1980. تلاه العرض التفصيلي للقانون رقم 96 لسنة 1996، وذلك في إطار تناول كل عنصر ووضعه في إطار تاريخي.

و امتداداً للعرض التاريخي قام (محمد سعد إبراهيم 1996)⁽²⁸⁾ برصد وتحليل مراحل تطور تشريعات الصحافة المصرية منذ 1799، وحتى صدور قانون تنظيم الصحافة رقم 96 لسنة 1996 مع التركيز على تحديد ملامح السياسة التشريعية في كل مرحلة، وتحديد مدى مواكبة التنظيم القانوني الحالي للصحافة المصرية لمقتضيات التطور الديمقراطي.

ومن الدراسات التي ناقشت علاقة القوانين والتشريعات الإعلامية بفروع القانون الأخرى، دراسة (عصام الدين فرج 2005)⁽²⁹⁾ التي هدفت لعرض المواثيق الدولية والنصوص الواردة بها لكفالة حرية التعبير وما يقابلها من قوانين وتشريعات محلية حاكمة، إضافة إلى عرض تجربة المجلس الأعلى للصحافة ودور نقابة الصحفيين في حماية حرية الرأي والعقوبات التي تواجهها.

وكذلك دراسة (عبد الحكيم بوجائي 2014)⁽³⁰⁾ التي تطرقت إلى إبراز العلاقة بين القانون الدولي الإنساني أو كما يعرف بقانون حقوق الإنسان وقانون الإعلام، وناقشت الدراسة نشر وتطبيق هذا القانون وأهم المعوقات المتعلقة بنشره وتطبيقه على الصعيد الداخلي والدولي، لتعزيز دور الإعلام في نشر مبادئ القانون الدولي الإنساني.

وفي دراسة (إيمان سليمان 2017)⁽³¹⁾ حاولت الباحثة تقييم النخبة الإعلامية للإطار القانوني والتشريعي المنظم لوسائل الإعلام في مصر ، وتوجهاتهم نحو مشروع قانون الإعلام الموحد ، باستخدام المقابلات المتعمقة شبه المقننة مع عينة من النخبة الإعلامية المصرية وعددهم 12 مقابلة (من أكتوبر-فبراير 2017) ، وتوصلت الدراسة إلى أن كلاً من البيئة والنظام السياسي في مصر مازالا يلعبان دوراً مؤثراً سلبياً على فاعلية وسائل الإعلام ، وكذلك انتشار الرقابة الذاتية في أغلب وسائل الإعلام المصرية خوفاً من الحبس أو الغرامات المالية.

بينما قُسمت دراسة (هالة السيد الهلالي 2018)⁽³²⁾ في تناولها حرية التعبير في المواثيق الدولية والتشريعات المصرية ، إلى أربعة أجزاء رئيسية: يتناول الجزء الأول منها معالم التطور الحاصل في القانون الدولي لحقوق الإنسان ، والجزء الثاني التعريف بحرية الرأي وما يرتبط به من حقوق، ويتناول الجزء الثالث وضع حرية التعبير في المواثيق الدولية ، وأخيراً وضع حرية التعبير في مصر في ظل دستوري 1971 و 2014 ومدى التزام التشريعات والدساتير المصرية بتمكين المواطن من الحق في التعبير ، وقد استخدمت الدراسة كلاً من المنهج القانوني ومنهج دراسة الحالة ، وأسفرت الدراسة عن تناقض بين ما تلتزم به الدول في المواثيق والاتفاقات الدولية ، وما تسنه هذه الدول من تشريعات تقيد هذا الحق.

ومع ازدهار عصر الانترنت والإعلام الرقمي؛ بدء الاتجاه لدراسة القوانين والتشريعات المنظمة للممارسة الإعلامية على شبكة الانترنت حيث تناول (شريف اللبان 2002)⁽³³⁾ في دراسته عن حالة حرية التعبير والرقابة على شبكة الانترنت لكلاً من الولايات المتحدة الأمريكية والدول العربية من خلال دراسة التشريعات المنظمة للانترنت في كلا المجتمعين ، وقد توصلت الدراسة باستخدام المنهج المقارن ومنهج المسح الشامل للقوانين والتشريعات في الدول محل الدراسة ، إلى غياب أو ندرة التشريعات المنظمة للانترنت في المنطقة العربية على العكس من الولايات المتحدة الأمريكية ، بالإضافة إلى هيمنة الحكومات العربية على الممارسات الإعلامية عبر الانترنت.

وسعت دراسة (عبد الأمير مويت الفيصل 2007)⁽³⁴⁾ التعرف على تأثير الانترنت على قوانين التشهير التقليدية التي صدرت قبل ظهور الانترنت ، وما استحدثته الانترنت من قواعد وأنماط جديدة تتعلق بدهاوى التشهير ، وقد خلصت الدراسة إلى أن البدائل لتنظيم محتوى الانترنت تواجه إشكاليات تحد من فاعليتها في بسط السيطرة وردع المخالفين ، منها القوانين الجغرافية وتنازع السلطات القضائية ، بينما

تكمن مشكلة الاتفاقيات الدولية في عدم مواكبتها للتطور السريع في تكنولوجيا الاتصال، إضافة إلى عدم وجود نصوص تشريعية واضحة للمحتوى الرقمي تحقق التوازن بين حرية التعبير وحماية سمعة الأشخاص.

وناقش (عزوق الخير 2011)⁽³⁵⁾،⁽³⁶⁾ في كلتا دراستيه التأثيرات التي أحدثتها تكنولوجيا الإعلام الحديث في المظاهر القانونية للتدفق الإعلامي الحر، وعلاقة قانون الإعلام بمدونات ومواثيق وأخلاقيات المهنة وفق خمس مستويات: المعايير المهنية والأخلاقية، على مستوى الفر، المدونات الأخلاقية على مستوى الوسيلة، معايير المهنة أو الصناعة بوجه عام والتي تحددها الاتحادات والمنظمات المهنية، المذهب الإعلامي المتبع (السلطوي- الليبرالي- الشيوعي - المسؤولية الاجتماعية) وأخيراً الحدود المرسومة من قبل المستقبلين من الجمهور.

و تطرقت دراسة (شريف اللبان 2014)⁽³⁷⁾ للضوابط المهنية والمعايير التقنية والتكنولوجية للإعلام الجديد فيما يتعلق بالإطار الأخلاقي والمتمثل في مواثيق الشرف الأخلاقية أو التشريعات القانونية التي تحاول تأطير هذا النوع من الإعلام وذلك من خلال مسح الممارسات التقنية للعاملين في الإعلام من جهة ومسح الممارسات المهنية من جهة أخرى وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: غياب تشريع محدد يتعامل مع الصحافة الالكترونية بأبعادها المختلفة، وعدم وضوح علاقتها بنقابة الصحفيين، واقترحت الدراسة تأسيس اتحاد عربي للعاملين في الإعلام الالكتروني واتحاد مصر للإعلام الالكتروني.

كما طرحت (كرمة قلاعة 2016)⁽³⁸⁾ واقع التشريعات الإعلامية في الإعلام الالكتروني في الوطن العربي بصفة عامة وتداعيات انعدام التشريعات الخاصة بهذا المجال الإعلامي والآليات التي استخدمتها الدول العربية لحصار هذه التداعيات والمتمثلة في الرقابة الاقتصادية على خدمات الانترنت والرقابة التكنولوجية مثل برامج الحظر أو الحجب، والملاحقة القانونية، وأخيراً الجزاءات العقابية مثل القبض، الاعتقال، الحبس.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اهتمت الأدبيات السابقة بأبعاد ومفاهيم المسؤولية الاجتماعية، وتطبيقاتها في جميع الوسائل الإعلامية.

- اهتمت الدراسات في مجال الإعلام المرئي بالبرامج الحوارية؛ كشكل من أشكال تطبيق المسؤولية الاجتماعية بمشاركة الجمهور عن طريق المداخلات التليفونية، والتقارير المصورة.

- أسفرت معظم الدراسات التي تم تطبيقها في مجال الإعلام عن: عدم مراعاة الضوابط والمعايير المهنية في تناول، وكان أبرز التجاوزات المهنية استخدام ألفاظ خارجة عن الإطار الأخلاقي.
- اهتمت الدراسات في المجال التسويقي ببرامج المسؤولية الاجتماعية؛ كنوع من أنواع الترويج للمؤسسة نفسها أكثر من اهتمامها بنتائج التطبيق.
- اعتمدت أغلب الاتصالات التسويقية لبرامج وسياسات تطبيق برامج المسؤولية الاجتماعية على: وسائل الإعلام الرقمي؛ كوسيلة اتصال رئيسي مع إهمال الاتصالات الإدارية والتنظيمية.
- استخدمت معظم الدراسات التي طاعتها الباحثة منهج المسح الكمي بالعينة في الوصول للنتائج.
- اتفاق الجمهور العام والإعلاميين على أن الوسائل الإعلامية الخاصة تتخطى حدود القيم السائدة في المجتمع بتعرضها لموضوعات خاصة وغير معتادة من الناحية الأخلاقية، صاحبها استخدام الألفاظ الخارجة.
- ركزت أغلب الدراسات على حرية الرأي والتعبير كحق دستوري كمدخل نقدي للتشريعات والقوانين.
- ربطت العديد من الدراسات - خاصة في مجال الصحافة- بين القوانين والتشريعات لوسائل الإعلام وتعارضها مع مواثيق الشرف الدولية .
- أغلب الدراسات الإعلامية القانونية وصفت القوانين المصرية بالمبالغة وعرقلة الممارسين من الوفاء بمتطلبات المهنة.
- في حدود اطلاع الباحثة لم يتم الربط بين التجاوزات المهنية الإعلامية وآثارها بالتعدى على حرية الآخرين وحيواتهم الخاصة، أو تكرار التجاوز المهني والعقوبة الرادعة له؛ حيث تم تناول القانون بمنأى عن الأفعال المرتكبة .
- في حدود اطلاع الباحثة لم يتم التعرض إلى تنظيم الهيئات والنقابات الإعلامية وعلاقتها بضبط الأداء المهني.
- توجه العديد من الباحثين لدراسة الأطر التشريعية الحاكمة للإعلام الرقمي بالاستدلال بالتجارب الغربية والتي تختلف ممارساتها وأساليبها عن الواقع العربي بصفة عامة والمصرى بصفة خاصة.

أهمية الدراسة:

- تظهر أهمية هذه الدراسة في الحداثة النسبية لتشكيل المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والاعلام والقوانين والضوابط المنظمة للمشهد الإعلامى بوجه عام و آلية إنفاذ هذه القوانين والضوابط على مختلف المؤسسات الإعلامية بوجه خاص.
- معظم التقارير والأبحاث المنشورة عن أداء المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام صدرت إما عن المجلس نفسه ، وإما عن جهات بحثية مستقلة غلب عليها الطابع الهجومي والنقدي، وتصوير المجلس كسلطة قمعية.
- تزايد المطالب الرسمية والجماهيرية بإلزام الوسائل الإعلامية بالقيم المهنية والمعايير والضوابط الأخلاقية في ممارستها باستخدام أساليب الردع القانوني .
- ارتفاع الوعى الجماهيرى ، واعتناقه لمبادئ المسؤولية الاجتماعية المتبادلة ، وخاصة في ظل التعدى على سرية الحياة الخاصة.
- تعدد الوسائل الإعلامية وتعدد مصادرها وأساليب تناولها للمحتوى ، والتي مارست أسلوب نشر وترويج الفضائح والشائعات واختلاق المشاكل بين الأطراف لإعلاء نسب المتابعة .
- تُعد القرارات الصادرة من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام من باكورات المحاولات الفعلية لضبط أداء القائمين على وسائل الإعلام الرقى وحصرها؛ وذلك في ظل تأخر صدور قانون حرية تداول المعلومات.
- ضرورة متابعة التطور التشريعى والقانونى وتطبيقاته في مجال الإعلام ورصد التطور في الأداء الإعلامى العام.

أهداف الدراسة:

- تحليل الواقع الإعلامى بهدف الكشف عن التحديات التى تواجه المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام وملامح ردعها.
- رصد أهم التجاوزات الصادرة من الوسائل الإعلامية وتصنيفها.
- التعرف على حدود وأبعاد المسؤولية الاجتماعية للوسائل الإعلامية بالتزامها الوظيفى والأدائى والمهنى.
- الكشف عن توزيع الاختصاصات داخل المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام والاستدلال على كيفية اتخاذ القرارات.
- تصنيف تبعية الوسيلة الإعلامية المتجاوزة والوقوف على أسباب التجاوز.
- إظهار دور المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام فى تحقيق التوازن بين حرية

الممارسة والمسئولية المهنية عن طريق تحليل ظروف وملابسات وخلفيات القرارات الصادرة .

- متابعة وتيرة تصعيد القرارات الضبطية الصادرة من المجلس للوسائل المتجاوزة.
- الكشف عن أبعاد القرارات الصادرة من المجلس والتي يمكن الاستدلال عليها من خلال المواد المكونة للقرار.

تساؤلات الدراسة:

- ما نوعية القرارات التي اتخذها المجلس منذ تأسيسه ؟
- ما أكثر الوسائل الإعلامية ارتكابًا للتجاوزات الإعلامية؟
- ما آليات اتخاذ القرارات داخل المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام؟
- ما مدى التزام الوسائل الإعلامية بأبعاد المسئولية الاجتماعية في أداء وظيفتها ؟
- ما آليات الضبط والتنظيم التي اعتمدها المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام؟
- ما أبرز أوجه التعاون بين المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام والهيئات والنقابات الإعلامية الأخرى؟
- ما وتيرة تصاعد القرارات الجزائية للمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام لضبط الأداء الإعلامي في مصر؟
- ما أبرز القوانين والأسانيد القانونية التي تم استخدامها كمرجعية للقرارات الصادرة؟
- ما مدى إنجاز المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام للاختصاصات المنوطة به ؟
- ما مدى مشاركة الجمهور في ضبط الأداء الإعلامي للوسائل المختلفة؟

الاجراءات المنهجية للدراسة:

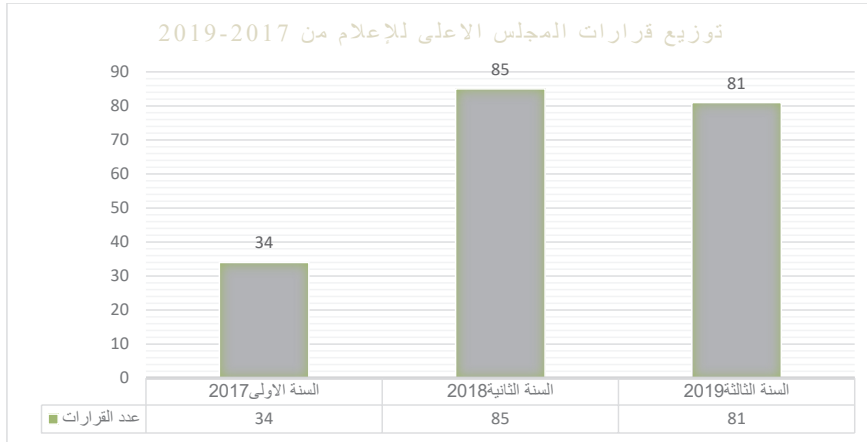
- نوع البحث ومنهجه:
- تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية ؛ لوصف وتحليل طبيعة الوضع الراهن لتطبيق القوانين والضوابط والمعايير الضابطة لممارسات المؤسسات الاعلامية والمنوط بها المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام في مصر .
- تم استخدام منهج المسح الشامل، لجميع القرارات الصادرة من المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام؛ وذلك باعتباره منهجًا معياريًا لجمع البيانات والمعلومات عن موضوع الدراسة.

- عينة الدراسة وأدوات جمع البيانات:

اعتمدت الباحثة على أسلوب التحليل الوثائقي كأداة لجمع البيانات والمعلومات لاستنتاج الأسباب الكامنة وراء القرارات الصادرة من المجلس ، ومتابعة الأثر الزمني لاستجابة المؤسسات الإعلامية لتلك القرارات.

وتبرر الباحثة اختيار تلك الأداة لملاءمتها لموضوع الدراسة ؛ نظراً لشموليتها إذ أنها أداة وصفية واستنتاجية في آن واحد. كذلك لما يمتاز به أسلوب التحليل الوثائقي من تلافي جوانب القصور التي تعترض بعض أنواع الدراسات الوصفية؛ حيث يتم الاستنتاجات والنتائج بناءً على وثائق كُتبت لا لغرض البحث، وإنما لتحقيق أغراض أخرى، وهذا يؤكد صدقها في توضيح الحقيقة، بالإضافة إلى إمكانية الرجوع إليها في أى وقت دون الخوف من تغير خصائصها.

تتكون عينة الدراسة من:- المصادر الوثائقية الأولية : وهى أساس التحليل للدراسة، وتشمل جميع القرارات الصادرة عن المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام منذ بداية تأسيسه في أبريل(2017)، وصدور أولى قراراته في(15 مايو 2017 وحتى 15 سبتمبر 2019)، والتي شملت (200) قرار رسمي صادر عن المجلس جاء توزيعاً كما يوضحه الشكل رقم (1).



شكل رقم(1) يوضح توزيع قرارات المجلس الأعلى للإعلام من (2017-2019)

- **المصادر الوثائقية الثانوية** : وهي البيانات والمعلومات المنقولة عن المصدر الأولي بشكل غير مباشر؛ وتتمثل في الأخبار والتقارير المنشورة على الموقع الرسمي للمجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام⁽³⁹⁾

التعريفات الإجرائية للدراسة:

- **المسئولية الاجتماعية للإعلام**: التزام الوسائل الإعلامية نحو الجمهور والمجتمع ، ويستمد هذا الالتزام حجته من خلال الشعور بالانتماء و اقتناع الوسيلة بدورها الوظيفي ؛ وبناءً على ذلك تتحمل الوسيلة الأعباء والالتزامات الملازمة للمهنة الإعلامية والمفروضة بموجب نصوص القانون، والمواثيق الأخلاقية، والمهنية ، ويمثل تجاوزها إخلالاً بالالتزام ؛ يستوجب التوجيه والعقوبة ، وذلك بهدف خدمة السياسة الإعلامية للوسيلة ، والسياسة الداخلية والخارجية للدولة، دون الإخلال في حق الجمهور بالمعرفة، وإبداء الرأي، والترفيه ، أى تحقيق التوازن بين الكسب والمسئولية دون تجاوز أخلاقي أو قانوني.

- **الأداء الإعلامي**: التناسق والتناغم بين جميع العاملين في الوسيلة الإعلامية لتقديم المحتوى الإعلامي في أفضل صورة ممكنة، ويشمل الأداء العاملين بالتخصصات المهنية: (كالإعداد والتقديم، واختيار الضيوف والمداخلات، والتنسيق معهم) والتخصصات التقنية (كالتصوير والإضاءة، والديكور، وزوايا التصوير، والمونتاج والمهندسة الصوتية، والميكساج ، والإخراج العام) .

معيار الأداء الإعلامي: مطابقة ناتج الأداء بالقدرات الشخصية، والجهد المبذول ، والوقت المستغرق، وحجم التفاعل داخل وخارج المؤسسة ، وما تم إنفاقه سواء كان : أجور العاملين أو تكاليف التشغيل، وأثر هذا الناتج على صورة وسياسة وأهداف المؤسسة الإعلامية .

الإطار النظري للدراسة:

نظرية المسئولية الاجتماعية⁽⁴⁰⁾ :

تنتمي نظرية المسئولية الاجتماعية إلى النظريات المعيارية في الإعلام (Normative theories) ، وهي: النظريات التي تصف الوضع المثالي للنظام الإعلامي ؛ حيث تتحدد فيه الهيكلة والعمليات، وهي لا تصف واقع الإعلام بل تؤكد على مثاليته وما ينبغي أن يكون عليه⁽⁴¹⁾.

وقد تم استخدام مفهوم المسئولية الاجتماعية في مجال الإعلام لأول مرة في الولايات

المتحدة الامريكية عام(1947) في تقرير لجنة حرية الصحافة والمعروفة باسم لجنة «هوتشينز Hutchins»

وهي اللجنة التي تم تشكيلها عام(1942) إبان الحرب العالمية الثانية لرصد الممارسات الصحفية - وقد تضمن التقرير النهائي للجنة مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية ، والتي أعطت الإعلام مهام تنموية وإصلاحية للمجتمع ، وذلك بعد ثبوت فشل نظرية الحرية الإعلامية ، التي أعطت الحرية المطلقة لوسائل الإعلام ، حيث نتج عن إساءة ممارستها العديد من السلبيات منها :الاعتماد على الإثارة، والتعدى على خصوصيات الأفراد ،وتسببت بذلك في حالة من الإنهيار الأخلاقي ومخطاط القيم مقابل الكسب المادى .

واكتملت ملامح نظرية المسؤولية الاجتماعية في كتاب (النظريات الأربع في الصحافة four theories of the press) لسيرت وبيترسون وشرام عام(1956)، وقد قامت نظرية المسؤولية الاجتماعية على خمسة مبادئ رئيسية وهي (42) :-

1- لا سلطان للحكومة على الصحف أو غيرها من أجهزة الإعلام التي يملكها أفراد أو مؤسسات خاصة أو أهلية ، ولا يقيدتها سوى الضمير المهني والسياسة العامة للمؤسسة .

2- للجمهور الحرية في اختيار الوسائل والرسائل الإعلامية التي تتوافق مع قناعاتها وميولها ، كما يكفل أيضاً للجمهور حق التعبير عن آرائهم الشخصية حتى وإن خالفت آراء السلطة السياسية .

3- إتاحة كافة المعلومات والتفاصيل اللازمة لتكوين رأى عام حر للجمهور .

4- تلتزم وسائل الإعلام بطرح كافة المعلومات والتفاصيل المعبرة عن مختلف وجهات النظر المختلفة شريطة التزام هذه الوسائل وتحملها مسؤولية صحة هذه المعلومات .

5- اعتبار وسائل الإعلام وسيلة وأداة رئيسية في عملية التنشئة الاجتماعية والتنموية ؛ بما يحقق قيم وأهداف المجتمع ولا يناقض تناول الموضوعى .

وفند دينيس ماكوين (Mc Quail) هذه المبادئ بشكل اوضح في كتابة نظريات الإعلام (Communication Theory) على النحو التالى (43) :

1- على وسائل الإعلام تقبل وتنفيذ التزامات محددة تجاه الجمهور .

2- على وسائل الإعلام الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية مثل الالتزام بالموضوعية والدقة والتزام الحقيقة.

3- وجوب الابتعاد عن بث ونشر ما يثير الفوضى والجريمة وإهانة الأديان السماوية والأقليات في المجتمع.

4- للجمهور الحق في انتقاد وسائل الإعلام حال عدم التزامها بالمعايير المهنية في أدائها لوظائفها .

5- على العاملين في مجال الإعلام الالتزام بالمعايير الذاتية الأخلاقية والمهنية في عرض القضايا والموضوعات حتى وإن خالفت أهواءه الشخصية .

6- إتاحة الحق للدولة في التدخل العام لتحقيق المصلحة العامة للمجتمع بما لا يمس حرية التعبير عن الرأي لوسائل الاعلام .

من هذا المنطلق فإن نظرية المسؤولية الاجتماعية تقوم على أن الحرية حق وواجب ومسئولية في نفس الوقت، وبالنظر إلى تلك المبادئ فإنه يمكن تقسيم مسؤوليات الإعلام إلى (44):

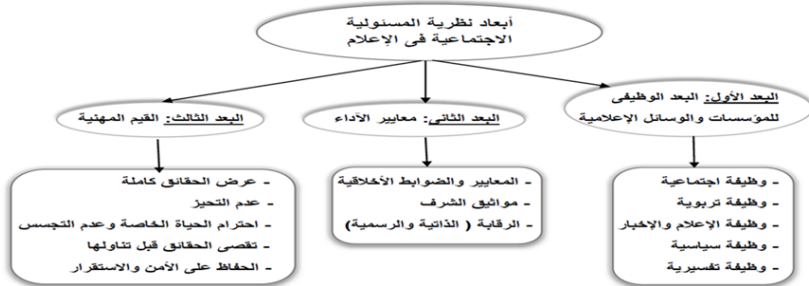
● أولاً: مسؤولية وجوبية : ويقصد بها المسؤوليات التي تحددها الحكومة والأنظمة السياسية .

● ثانياً: مسؤولية تعاقدية : وهي المسؤوليات التي تربط وسائل الإعلام بالمجتمع مثل حق الإعلامي في العمل والحق في الحصول على المعلومة والحقائق والآراء .

● ثالثاً: مسؤولية ذاتية : وهي المسؤولية التي يُلزم الإعلامي نفسه بها .

● رابعاً: مسؤولية مهنية: مثل الضوابط والمواثيق الأخلاقية التي تحددها النقابات والاتحادات .

وبناءً على تحمل تلك المسؤوليات تُكتسب الحرية البناءة ؛ وذلك من خلال التوازن بين أبعاد المسؤولية الثلاثة والتي يتصل البعد الأول فيها بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر ، ويتصل البعد الثاني بمعايير الأداء ويتصل البعد الثالث بالقيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي (45) .



شكل رقم (2) يوضح أبعاد المسؤولية الاجتماعية في الإعلام

فعلى مستوى الوظائف التى ينبغى أن تقوم بها وسائل الإعلام المعاصرة وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية، فإنها تشمل الوظيفة السياسية من خلال: إعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى.

والوظيفة التعليمية عن طريق إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء ومناقشتها؛ لتكون منتدى للأفكار والإعلام من خلال ضخ المعلومات المتوازنة والدقيقة. والوظيفة الثقافية بنقل التراث الموروث والحضارات المختلفة والوظيفة الاقتصادية التى تهدف إلى: تعريف الأفراد بالسلع والخدمات إضافة إلى إثارة الاهتمام بالقضايا العالمية والوظيفة الاجتماعية بنقل العادات والقيم والتقاليد فى المجتمع.

أما البعد الثانى لنظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام فهو خاص بمعايير الأداء الإعلامى، التى تتمثل فى المعايير والضوابط المهنية والأخلاقية، معايير الوسائل وسياساتها الإعلامية، ومعايير التناول ونقل المحتوى التى يقوم بتقييمها المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام.

ويتصل البعد الثالث بالضوابط والقيم المهنية التى ينبغى مراعاتها من جانب الإعلاميين لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية أو بمعنى آخر منظومة القيم المهنية التى تحكم سلوكيات الإعلاميين فى أداء وظائفهم.

فحرية الإعلام يصاحبها مسؤوليات ملزمة تجاه الجمهور المتلقى بصفته شريك فى عملية التنشئة الاجتماعية والتنمية الثقافية، وتجاه المؤسسات الإعلامية بصفته شريك فى جذب المستثمرين وتحقيق نسب المشاهدة والربح التى تضمن استمرارية المؤسسة وجذب الكوادر المهنية المميزة، وتجاه المهنة نفسها بالالتزام بمعايير وأخلاقيات محددة فى الأداء الإعلامى بما يضمن تحقيق الأهداف واحترام القوانين الكافلة لحرية الأفراد والمجتمعات.

يُعرَّف الأداء الإعلامى بأنه :- التقييم لما تقدمه وسائل الإعلام فى مجتمع ما وفقاً لمعايير المصلحة العامة متبعة فى ذلك طرق التقويم الموضوعية والمهنية، وتختلف هذه المعايير باختلاف البيئة السياسية والثقافية والاقتصادية التى تحكم ظروف العمل ومتطلباته⁽⁴⁶⁾.

- ويعرفه صالح⁽⁴⁷⁾ بأنه: تلك العمليات التى يقوم بها الأفراد داخل المؤسسة الإعلامية التى تتضمن: تحديد مجموعة من الأفعال والواجبات والمسؤوليات التى يتوقعها المجتمع ممن يشغل وضعاً اجتماعياً معيناً فى وقت معين.

- ويعرفه عيسى بأنه⁽⁴⁸⁾ المقدرة على القيام بعمل شئ بكفاءة وفعالية وبمستوى معين.

- وهو مجموعة الاستجابات التي يأتي بها الفرد في موقف معين ، وهذا ما يتم ملاحظته مباشرةً ويتم قياسه بطريقة أو أخرى من طرق القياس⁽⁴⁹⁾ .
ومن التعريفات السابقة فإنه يمكن استخلاص محددات الأداء الإعلامي على النحو التالي :-

- للأداء الإعلامي معايير معينة وخاصة بكل وسيلة .
- يتم تحديد هذه المعايير وفق مجموعة من الاعتبارات الخارجية ، مثل: (البيئة السياسية - البيئة الثقافية - القيم والعادات السائدة في المجتمع) والاعتبارات الداخلية ، مثل: (مجال عمل المؤسسة الإعلامية - السياسة الإعلامية التي تنتهجها - متطلبات العمل في المجال الإعلامي ، مثل : مهارات الكتابة أو التحدث بلغة سليمة ، التقديم ، السعى للوصول إلى المعلومة والتوصل للحقائق وغيرها ومهارات البحث والتتبع .
- يتم قياس الأداء الإعلامي للوسائل الإعلامية بصفة دورية وفق الطرق البحثية المنهجية والموضوعية .

- ارتباط معايير الأداء بالضوابط الأخلاقية ، والتي تمثل الإطار العام للممارسات المهنية التي تضمن كفاءة الأداء الإعلامي ، وتشمل كما أوردتها ليلي عبدالمجيد⁽⁵⁰⁾:

1- صدق الخبر وموضوعية الرأي : الصدق يعني إعلام المواطنين بالأخبار الصحيحة والموضوعية تقتضى تقديم الرأي والرأى الآخر .

2- الالتزام بمبادئ المجتمع والحفاظ على مقوماته ، مثل :الدعوة إلى التضامن الإجتماعى وعدم المساس أو إهانة الأديان السماوية ، وتعميق مبادئ الحرية والتأكيد على ممارسات الديمقراطية إلخ .

3- حماية كرامة المواطنين وسرية حياتهم الشخصية، ويعنى ذلك: عدم المساس بالناس وكرامتهم والإعلام عن شؤونهم الخاصة والسرية .

4- حسن سير العدالة وهى تشمل: اطلاع الجمهور على أخبار الجرائم والتحقيقات دون التطرق فى التناول الإعلامى من شأنها التأثير على سير التحقيقات أو المحاكمات .

5- المحافظة على سر المهنة وتعنى وجوب المحافظة على سرية المصادر .

6- حق التصحيح ونشر البلاغات وهو يعتبر حقاً فى الدفاع عن المصالح الشخصية واطلاع الرأى العام على الحقائق .

7- آداب مهنة الإعلام وتعنى ضرورة عدم الخلط بين المادة الإعلامية والمادة الإعلانية حفاظاً على مصداقية الوسيلة ، وتجنب تضليل المتلقى إضافة إلى وجوب الرقابة على المادة الإعلامية المقدمة للجمهور بما لا يتعارض مع الآداب والصحة

العامة للجمهور، مثل: إعلانات الخمر والإجهاض والسجائر والمراهقات والمضاربات المالية والألفاظ الخادشة للحياء العام .

8- اختلاف مدلول الأداء باختلاف الأفراد أو الجماعات المستخدمة له ، فبالنسبة لمالكي المؤسسات أو حملة الاسهم قد يعنى الأرباح ، أما بالنسبة للإدارة العليا فهو التفاعلية والسبق والقدرة على المنافسة ، أما بالنسبة للجمهور قد يعنى نوعية وجود المنتج الإعلامى المقدم له .

9- التطور المستمر لمفهوم الأداء بمرور الزمن ، فمفهوم كفاءة الأداء مرتبط ارتباطاً وثيقاً بمجموعة العوامل الخارجية والداخلية للمؤسسة الإعلامية، فالسياسة العامة للدولة وما تقتضيه من الالتزام بسياسة إعلامية خاصة ، والمعايير الأخلاقية التى تتسم بالتغير المستمر نظراً لارتباطها بالتطور التقنى والتكنولوجى الذى يعمل على النقل اللحظى للأحداث والمعلومات والصحىحات لمختلف أنحاء العالم ، واختلاف مفاهيم الرقابة التربوية والتنفيذية ، واختلاف أساليب العرض والتقديم ، اشتغال الكثيرون من غير الدارسين فى المجال الإعلامى وغيرها من العوامل التى تؤدى إلى تطور مفهوم الأداء الإعلامى .

10- يعد التطور فى بعض الأحيان معوقاً من معوقات الأداء الإعلامى؛ وذلك فى حالة ثبات القوانين وعدم مواكبتها للتغيرات التكنولوجية والتقنية الجارية إضافة إلى تغير التوجهات الاقتصادية والسياسية العامة للدولة .

11- يجب أن يخضع مفهوم الأداء بالمتابعة المستمرة ، وتكون تلك المتابعة بناءً على وحدات قياسية ثابتة حتى يمكن متابعة مؤشراتته على أسس علمية موحدة، وهو ما يتوجب معه وجود وحدات معيارية عامة و محددة للحكم على كفاءة الأداء وهو ما يُطلق عليه: مفهوم معايير الأداء.

معايير الأداء الإعلامى:

تختلف هذه المعايير من مجال إلى آخر، ومن مؤسسة لأخرى ، وحتى داخل المؤسسة الواحدة تختلف هذه المعايير من وظيفة لأخرى، إلا أنه يمكن حصر تلك المعايير فى المجال الإعلامى على أساس (51) :-

- الأداء التحريرى . - استقلالية التحرير . - الأداء الاقتصادى .
- سياسات التوظيف .
- إجراءات ضمان صحة وسلامة العاملين . - تنظيم الدورات التدريبية للعاملين . - الأجور .
- التنوع فى الوظائف وتكافؤ الفرص فى الحصول عليها . - الالتزام بمواثيق حقوق الإنسان الدولية .
- السياسة العامة للمؤسسة الإعلامية والمشاركة فى وضع سياساتها . - المحتوى المنشور أو المعروض .
- تفاعل وتقييم الجمهور لهذا المحتوى ، إضافة إلى الشكل العام .
- اتصالات المؤسسة التسويقية، مثل: الإعلان والأنشطة التجارية وكفالة البرامج، وإجراءات المؤسسة لتمييز هذه الأنشطة وفصلها عن العمل التحريرى .
- محور الأمية الإعلامية ، وتشمل: الإجراءات المتخذة لتطوير مدارك ومعارف الجمهور فى مختلف المجالات .
- احترام الخصوصية ويمكن قياسها عن طريق العدد الإجمالى للشكاوى المتعلقة بانتهاك الخصوصية أو الإجراءات القانونية المتخذة ضد المؤسسة الإعلامية .
- علماً بأن تلك المعايير هى معايير عامة لتقييم الأداء الإعلامى وتختلف آلية تنفيذها من مؤسسة إعلامية لأخرى، فمعيار الأداء ما هو إلا تعبير معتمد من قِبل الإدارة العليا عن المستويات أو المتطلبات أو التوقعات التى يجب الوفاء بها؛ ليتم تقييمها على مستوى معين، ويجب وضع معيار مكافئ واضح ومكتوب وقابل لإعادة التطبيق المنتظم فى متطلبات الوظيفة المهنية حتى يكون شاغلها على دراية كاملة بما هو مطلوب منه وما عليه من متطلبات لإتمام الوظيفة على الوجه الأكمل (52) .

مؤشرات معايير الأداء :

يوجد العديد من الأساليب الإدارية لتقييم معايير الأداء بصفة عامة ، والأداء الإعلامى بصفة خاصة ، وقد جرى البحث العلمى إلى تقسيمهم إلى أسلوبين؛ تلخصهم الباحثة على سبيل التوضيح وليس على سبيل الشرح المفصل كما يلى :-

أ- الأساليب التقليدية لتقييم الأداء⁽⁵³⁾ : وهذه الأساليب في مجملها تعتمد على المقاييس المالية للتعبير عن الأهداف والنتائج المحققة في المؤسسة، ومنها: الحكم على أدائها ، وقد أثبتت تلك الأساليب عدم جدواها الفعلية للحكم على الأداء ، نظرًا لاعتمادها على سبل غش وخداع الجمهور؛ وذلك بخلط المادة الإعلامية بالمواد التجارية وتأثير اتجاهات مالكي الأسهم على السياسة العامة للمؤسسة .

ب- الأساليب الحديثة لتقييم الأداء⁽⁵⁴⁾ : وهى الأساليب التى اعتمدت على تقييم جوانب أخرى مكمله للقياسات المالية ومن هذه الأساليب :

ج- أسلوب لوحة القيادة وهو أسلوب يعتمد على تقييم كل عملية من عمليات الإنتاج على حدة وفى النهاية يتم جمع هذه التقييمات لإعطاء تقييم عام على الناتج .
د- أسلوب بطاقة الأداء المتوازن وهو أسلوب يركز فى قياس الأداء على الربط بين التخطيط والتنفيذ الاستراتيجى فى المؤسسة بكل أبعاده .

هـ- أسلوب الأعمال الممتازة وهو أسلوب نموذجى يشمل تسعة محاور لكل منها وزنه الخاص من حيث الأهمية ؛ خمسة تغطى عمل المؤسسة : (القيادة ، الموارد البشرية ، السياسة والاستراتيجية ، الموارد ، العمليات) ، وأربعة تركز على النتائج : (نتائج العملاء ، نتائج المجتمع ، نتائج الأداء الرئيسية، نتائج الموارد البشرية)

و- أسلوب الأحداث الحرجة ويكون من خلال رصد الأحداث الحرجة ، وهى تلك الأحداث الهامة والغير متكررة فى أداء الأفراد والتي قد يكون بعضها إيجابيًا وبعضها الآخر سلبيًا ، ومن خلال ضبطها وتحليلها تتضح الصورة العامة عن الأداء الكلى⁽⁵⁵⁾ وهو الأسلوب الذى اعتمدت عليه الباحثة فى تطبيق دراستها .

ويكون تطبيق هذه المعايير دليلًا ومؤشرًا على تقدم الوظيفة الإعلامية فى المجتمع ،والذى بدوره دلالة على تطور فى عمليات التنمية والتنشئة الاجتماعية .

ولكى لا تُترك عمليات التقييم للمؤسسات الإعلامية عرضة للأهواء التجارية وتحقيق المصالح الشخصية للقائمين عليها، وتحقيقا لمبادئ المسؤولية الاجتماعية للإعلام، فلا بد من الإمام بالضوابط التشريعية والقانونية والمهنية للإعلام المصرى، إذ تمثل تلك التشريعات والقوانين الإطار العام حدود الممارسات الإعلامية؛ بما يضمن التوازن بين مبادئ الحرية والمسئولية .

الضوابط القانونية للأداء الإعلامى فى مصر :

ينظم فرحات⁽⁵⁶⁾ مجموعة الضوابط القانونية التى تحكم منظومة الإعلام المصرى حسب المصدر التشريعى أو القانونى فى أربعة مصادر رئيسية وهى :-

- النصوص القانونية الدستورية المنظمة لحرية الصحافة والإعلام .
 - التشريع العادى المنظم للصحافة والإعلام (قانون سلطة الصحافة - قانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون) والذان تم تطويرهما إلى: قانون المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام رقم (180) لسنة (2018) والذي بموجبه يُلغى العمل بقانون التنظيم المؤسسى للصحافة والإعلام رقم (92) لسنة (2016).
 - لائحة الجزاءات والتدابير الصادرة بالقرار رقم (16) لسنة (2019) للمجلس الأعلى للإعلام.
 - التشريع العادى المنظم لمهنة الصحافة والإعلام (قانون نقابة الصحفيين) و(قانون نقابة الإعلاميين)
 - لائحة الضوابط والمعايير الضابطة للممارسات الإعلامية فى مصر الصادرة بالقرار رقم (62) لسنة (2019) للمجلس الأعلى للإعلام .
 - الإعلانات وموثائق الشرف الإعلامى (المصرية - العربية - الدولية).
 - النصوص التشريعية للجرائم الإعلامية (النصوص المعنية فى قانون العقوبات وقانون المطبوعات وقانون الجرائم الالكترونية وقانون الطوارئ).
- وتسعى هذه الدراسة إلى: تحليل القرارات الصادرة من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام ، بصفته الجهة المسئولة عن تطبيق القوانين والضوابط الواردة بالقانون رقم (180) لسنة (2018) ؛ حيث تمثل تلك القرارات واقع إنفاذ هذا القانون بموجب الصلاحيات والاختصاصات الموكَّلة بها .

نتائج الدراسة التحليلية :

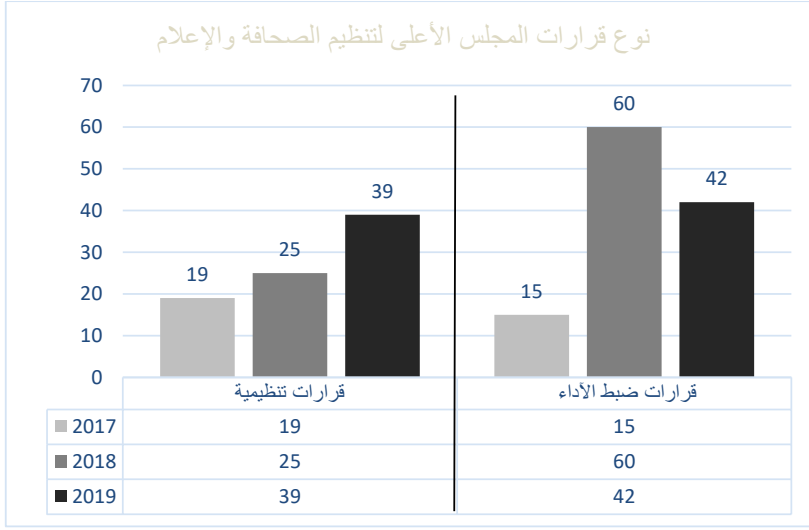
تحدد السياسة الإعلامية القائمة فى المجتمع حقوق العاملين فى المجال الإعلامى ، من منطلق الالتزام بمجموعة من القوانين والضوابط والمعايير والمواثيق الأخلاقية لضمان تحقيق التوازن بين حرية الأفراد ومصالح المجتمع ، ومع ذلك فالعبرة - دائماً - بالممارسة وليست بالنصوص المدونة وهو ما تهدف إليه الباحثة من خلال: تحليل القرارات التى اتخذها المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام لمواجهة التجاوزات الإعلامية، والتى تم إقرارها فى القوانين واللوائح والضوابط والمواثيق المنظمة لعمل المجالس والهيئات والنقابات الإعلامية وفيما يلى: طرح لنتيجة تحليل قرارات المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام منذ تأسيسه بالقرار الجمهورى رقم (58) لسنة (2017) وحتى (منتصف أكتوبر 2019)؛ وذلك لمتابعة ورصد الإجراءات التنظيمية والعقابية التى أقرها المجلس لضبط الأداء الإعلامى فى مصر .

فئات التحليل:-

1. نوع القرار حسب الهدف العام منه إلى تنظيمي داخلي ، ويشمل: (التعيينات - التنظيمات الإدارية - توزيع الإختصاصات الإدارية ومنح تراخيص السفر - تعيين منسق للبعثات - الندب الوظيفي) - التكاليفات والتفويض في الإختصاصات) .
ضبط الأداء الإعلامي ، ويشمل: (التعليمات - العقوبات - توزيع الإختصاصات وقانوني).
2. عدد المواد المنظمة لكل قرار والتي تحدد خطوات تنفيذه .
3. الوسيلة المستهدفة من القرار ، والتي يحرصها تعطى مؤشرات على أكثر الوسائل تجاوزًا.
4. اللجان الموسبة باتخاذ القرار ، والتي يحرصها تعطى دلالات على آلية اتخاذ القرارات داخل المجلس.
5. الجهة / الشخص المعني بالقرار سواء كان :إدارة الوسيلة أو من الممارسين داخل الوسيلة .
6. الجهة الرسمية المختصة بتنفيذ القرار، ويقصد بها : (المجلس الأعلى - الهيئة الوطنية في مجال الإعلام - نقابتا الصحفيين والإعلاميين - الهيئة العامة للاستثمار - المجلس القومي لتنظيم الاتصالات)
7. السند أو المرجعية القانونية للقرار .

تصنيف قرارات المجلس الأعلى:-

بتحليل قرارات المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام في مصر منذ قرار تأسيسه في (أبريل 2017 وحتى منتصف أكتوبر 2019) بمجموع (200) قرار ، يمكن تقسيمهم وفقًا للهدف من القرار إلى:



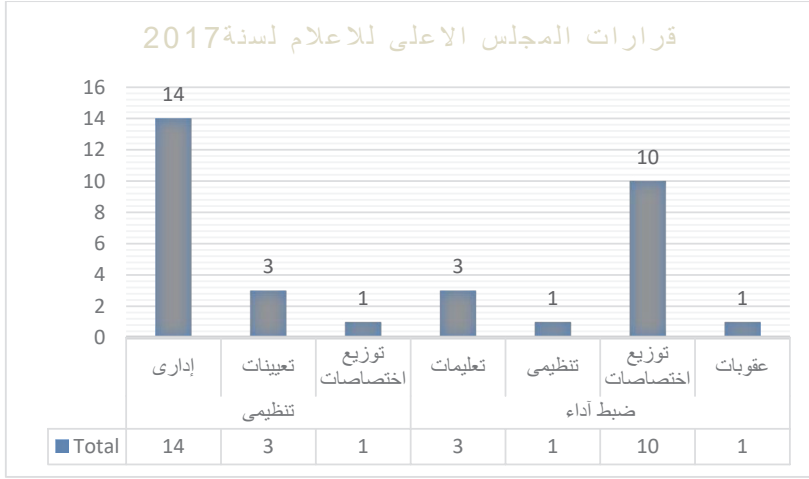
شكل رقم (3) يوضح تصنيف قرارات المجلس الأعلى للإعلام

أ- قرارات خاصة بالتنظيم الداخلي للمجلس :

- أصدر المجلس في العام الأول لتأسيسه (18) قراراً إدارياً تنظيمياً من أصل (34) قراراً تنوعت ما بين إعادة توزيع العاملين على إدارات المجلس ، ومنح تراخيص بالسفر، وتحديد منسقى البعثات، وتعديل قرارات سابقة للمجلس، وتعيينات وقراراتٍ واحدةٍ بتفويض بعض اختصاصات رئيس المجلس الأعلى للأمين العام للمجلس .

- وفي عام (2018) أصدر المجلس (85) قراراً ، منها (25) قرار تنظيمي تم تقسيمها (23) قرار إداري ، وقرار واحد بالتعيين وواحد عقابي بالفصل الإداري ،

- وخلال العام الجاري (من يناير حتى منتصف أكتوبر 2019) أصدر المجلس (39) قراراً تنظيمياً ، منها (37) قرار إدارياً ، وقرار تنظيمي بعقوبة الفصل الإداري وآخر قانوني بتحديد جلسة استماع داخلية.



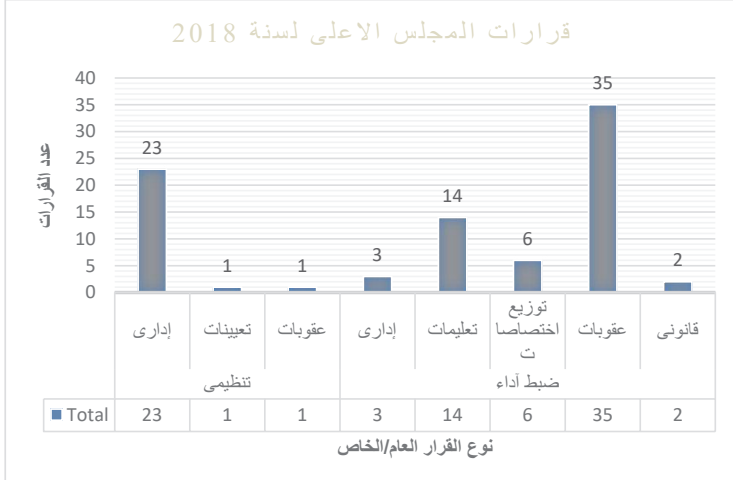
شكل رقم (4) يوضح تصنيف قرارات المجلس الأعلى للإعلام لسنة (2017)

ب- قرارات خاصة بضبط الأداء الإعلامى:

- وشملت القرارات الضبطية (10) قرارات لتوزيع الاختصاصات خاصة بتشكيل لجان المجلس والقائمين عليها وتحديد اختصاصاتها و(3) قرارات موجهة لوسائل الإعلام المختلفة سواء كانت تعليمات خاصة بالأداء العام أو إخطارات بسوء الممارسة والإنذار بالعقوبات فى حالة التكرار وقراراً واحداً ضابطاً تنظيمياً يهدف إلى تفعيل كود أخلاقى لممارسى العمل الإعلامى وقراراً عقابياً واحداً بالإيقاف المؤقت لبرنامج يتم بثه على قناة فضائية خاصة وإحالة مقدمه للتحقيق .

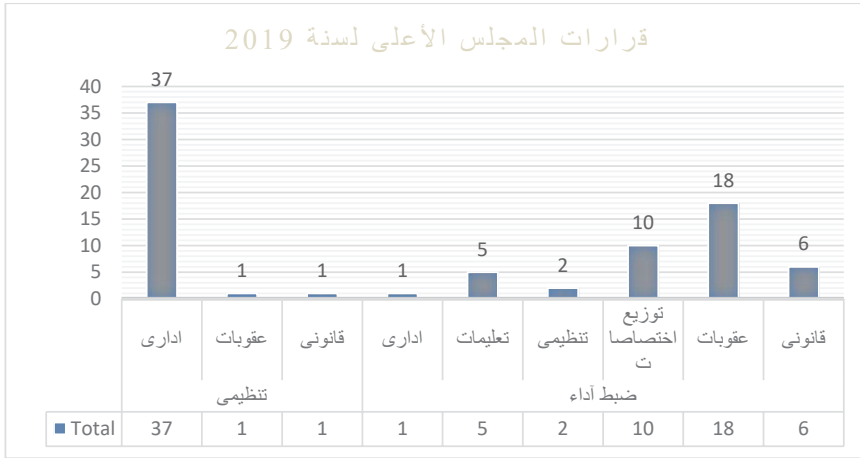
- وفى عام (2018) أصدر المجلس (60) قراراً ضابطاً لتحقيق ضبط الأداء الإعلامى، تم تصنيفها على الوجه التالى: قراراً واحداً شمل الموافقة على تجديد تراخيص الممارسة الإعلامية لعدد من القنوات التليفزيونية الفضائية الخاصة، وشركات إنتاج، وقراران آخران بمد مهلة تلقى إخطارات ورسوم التراخيص، وتقسيط رسوم التراخيص الخاصة بالمواقع الالكترونية الجامعية والبحثية ومؤسسات المجتمع المدنى، و(14) قراراً ضابطاً بتوجيه تعليمات لوسائل الإعلام المختلفة، و(35) قراراً ضابطاً بتوقيع عقوبات جزائية على الوسائل والممارسين، وقراران ضبطين قانونيان بإعداد مشاريع قانونية لعرضها على مجلس النواب - اختص أحدها بتنظيم استثمار أوقات البث تحت مسمى: (تأجير - رعاية - تنازل - مشاركة - بيع -)، والآخر

خاص بالإجراءات القانونية لتفعيل العمل والمحاسبة بالمعايير والأكواد الإعلامية .، وأخيراً (6) قرارات ضبطية لتوزيع اختصاصات أعضاء المجلس على اللجان المختصة سواء كانت تأسيس لجان جديدة، أو إعادة تشكيل لبعض اللجان الأخرى وتحديد اختصاصاتها دون تعارض مع اللجان الأخرى .



شكل رقم (5) يوضح تصنيف قرارات المجلس الأعلى للإعلام لسنة (2018)

- أما في العام الجارى (من يناير حتى منتصف أكتوبر 2019) أصدر المجلس (42) قراراً ضبطياً، منها: (18) قراراً بتوقيع عقوبات جزائية تنوعت ما بين: الحجب المؤقت أو الدائم، ووقف بث برامج فضائية ، ومنع تجديد تراخيص البث ، و(10) قرارات لتوزيع الاختصاصات بتشكيل لجان جديدة ،أو إعادة التشكيل، و(6) قرارات ضبطية قانونية اختصت بخطوات تفعيل اللوائح القانونية الخاصة بالمعايير، والأكواد الملزمة لممارس العمل الإعلامى، ولائحة الجزاءات والتدابير في حال مخالفة تلك اللوائح والمعايير الضبطية⁽⁵⁷⁾ .



شكل رقم (6) يوضح تصنيف قرارات المجلس الأعلى للإعلام لسنة (2019)

- وبمراجعة المصادر الثانوية للدراسة ، اتضح اتخاذ أكثر من قرار للمجلس دون إثباته فى قرار رسمى ، مثل الخبر المنشور على الموقع الرسمى للمجلس بتاريخ (30) سبتمبر (2017) بمنع ظهور المثليين على أي من الوسائل الإعلام ، ليس بغرض التعتيم وإنما بغرض الضبط الأخلاقى ومراعاة لقيم وعقائد الأسرة المصرية ، وكذلك الخبر المنشور بتاريخ (2) يوليو (2018) الخاص بصدور كتيب للمعايير وأكواد التغطية الإعلامية والذي لم يتم إثباته بقرارات المجلس على غرار المعايير والأكواد الصادرة فى مارس (2019) التى تم إصدار قرارًا رسميًا بإعمالها ، وتم نشرها بالجريدة الرسمية ، وبالمثل أيضًا الخبر المنشور فى (20) أبريل (2018) عن صدور كود إعلامى للمحتوى الإعلامى الموجه للطفل، وذلك على الرغم من اشتراك المجلس مع هيئة اليونسيف الدولية فى إنشائه.

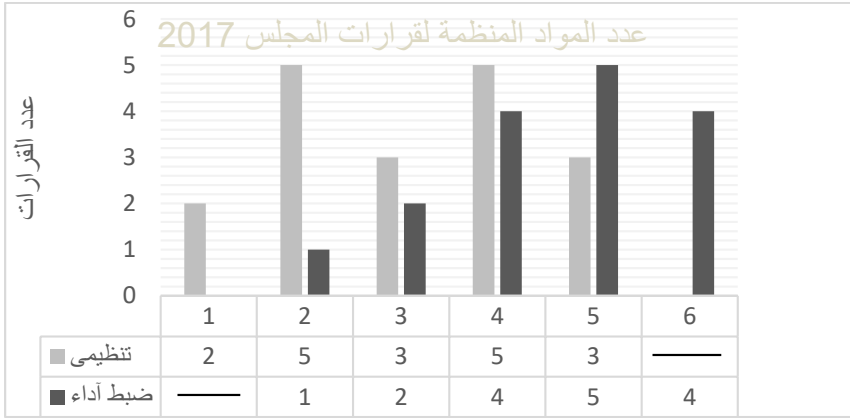
- و لم يتم تعديل القرار رقم (68) لسنة (2018) الخاص بمد المهلة الممنوحة لتلقى إخطارات تراخيص المواقع الإلكترونية فى قرار رسمى ، حيث تم مد المهلة مرتين تم تتبعهما من خلال أخبار المجلس على موقعه الرسمى ، أولهما الخبر المنشور بتاريخ (8 نوفمبر 2018) بمد المهلة أسبوعين ، والخبر الثانى تم نشره بتاريخ (3 يناير 2019) بإعادة فتح باب التراخيص للمواقع لمدة شهر كامل بدءًا من أول يناير وحتى آخره ، ولم يتم إصدار تقارير رسمية بتعديل المهلة .

وهو ما تفسره الباحثة كالتالى:- فى بداية التأسيس طغت القرارات التنظيمية على القرارات الضبطية ، وذلك كون المجلس حديث التأسيس وبجاجة إلى التنظيم الإدارى

وتحديد اختصاصات الإدارات المختلفة مع عدم وضوح الرؤية كاملة للفصل بين اختصاصات المجلس والهيئة الوطنية للصحافة والهيئة الوطنية للإعلام الذين تم صدور قرار جمهوري بتأسيسهم في نفس الوقت ، وذلك بإضافة الفترة الزمنية الفعلية لبدء العمل بالمجلس والتي كانت بدايتها (مايو 2017 وحتى ديسمبر 2017) أي (7) أشهر فقط ، بينما يُلاحظ مع بداية (2018) انطلاقة المجلس الأعلى مع وضوح الرؤية كاملة بصور قانون تنظيم الصحافة والإعلام رقم(180) لسنة(2018) وبدء عمل اللجان والتي كانت بدايات تأسيسها في (2017) حيث أصدر المجلس(25) قرارًا تنظيميًا فقط و(60) قرارًا لضبط الأداء الإعلامي، كان أكثر من نصفها(35) قرارًا بتوقيع العقوبات والجزاءات على الوسائل الإعلامية المختلفة بالإضافة إلى وضوح الرؤية الإعلامية كاملة مما تطلب تأسيس لجان جديدة باختصاصات جديدة ، إضافة إلى إعادة توزيع بعض اللجان الموجودة بالفعل ، كذلك زيادة عدد القرارات الموجهة للوسائل بالتعليمات الأدائية الموحدة كبدايات لإعمال المعايير والأكواد الأخلاقية لممارسي الإعلام بعد فوضى التنال الإعلامي عقب ثورة يناير ، وفي (2019) (من يناير 2019 حتى منتصف أكتوبر 2019) يُلاحظ زيادة عدد القرارات التنظيمية عن مثيلاتها في(2017/2018) بواقع(39) قرار تنظيمي مقابل (18)، (25) للعاملين السابقين منها(9) قرارات منح تراخيص بالسفر ، و(15) قرارًا وظيفيًا إما بالندب أو التكليف أو التعيين أو إنهاء الخدمة ، وهو ما يشير إلى إعمال المعايير الأدائية ليس فقط في مجال الممارسة الإعلامية ولكن على المستوى التنظيمي أيضًا لتقديم الإعلامي منها (18) بتوقيع الجزاءات العقابية بفارق ملحوظ عن (2018) والتي شهدت أكبر عدد من القرارات بتوقيع الجزاءات العقابية ، وهو ما قد يشير إلى إعادة توجه السياسات الإعلامية بالوسائل المختلفة، وبدء الالتزام بالمعايير والأكواد الملزمة ، إضافة إلى ظهور الحاجة لتشكيل لجان ذات اختصاصات جديدة في (2019) بواقع(10) قرارات لتشكيل لجان جديدة، وهو ما أظهرت الممارسة الواقعية الحاجة إلى وجودها .

عدد المواد المنظمة لقرارات المجلس :

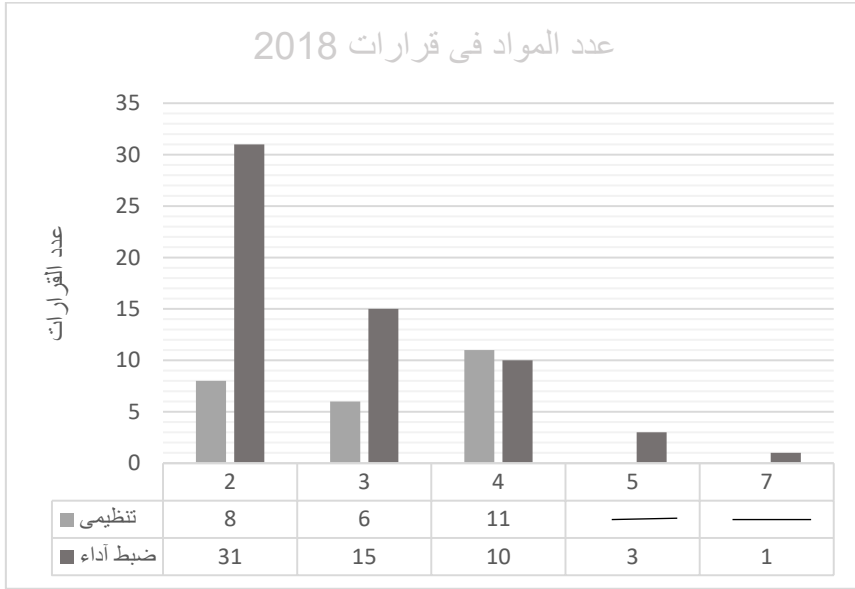
فُصِّلت قرارات المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام في ما بين مادة واحدة إلى سبعة مواد موضحة لأبعاد وخطوات وجهات تنفيذ القرارات وهو ما تراه الباحثة أمرًا ضروريًا في ظل تأخر صدور اللائحة التنفيذية.



شكل رقم (7) يوضح عدد المواد المنظمة لقرارات المجلس الأعلى للإعلام لسنة (2017)

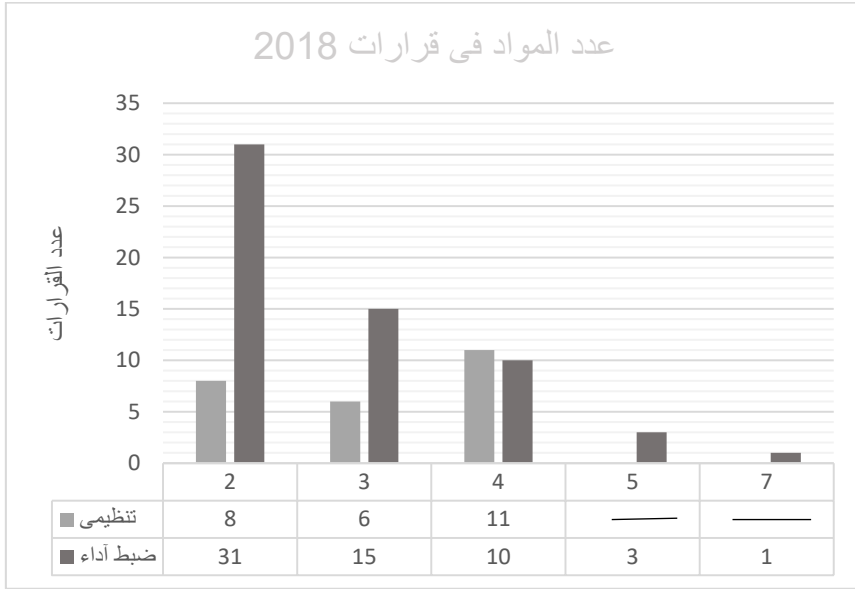
- في عام (2017) تم توضيح قرارات المجلس التنظيمية فيما بين مادة واحدة في قرارين ومادتين في (5) قرارات و (3) مواد في (3) قرارات تنظيمية ، و (4) مواد في (5) قرارات ، و (5) مواد في (3) قرارات تنظيمية .

- أما القرارات الضبطية فتم توضيحها في مادتين إلى ستة مواد على النحو التالي : أصدر المجلس قراراً واحداً تم تفصيله في مادتين ، وقرارين تم تفصيلهما في ثلاث مواد ، و (4) قرارات تم تفصيلهم في أربع مواد ، و (5) قرارات تم تفصيلهم في خمس مواد و (4) قرارات تم تفصيلهم في ست مواد .



شكل رقم (8) يوضح عدد المواد المنظمة لقرارات المجلس الأعلى للإعلام لسنة (2018)

– أما القرارات الصادرة (84 قرار) عن المجلس لعام (2018) ، يتضح من تفصيل المواد المكونة للقرارات أن (8) قرارات تنظيمية تم عرضها فى مادتين ، و (6) قرارات فى (3) مواد ، و (11) قرارًا تم عرضه فى أربع مواد ، بينما تم تفصيل مواد القرارات الضبطية فى مادتين فى (31) قرار ، و (15) قرارًا تم عرضهم فى (3) مواد ، و (10) قرارات فى (4) مواد و (3) قرارات فى (5) مواد و (3) قرارات فى (7) مواد .



شكل رقم (9) يوضح عدد المواد المنظمة لقرارات المجلس الأعلى للإعلام لسنة (2019)

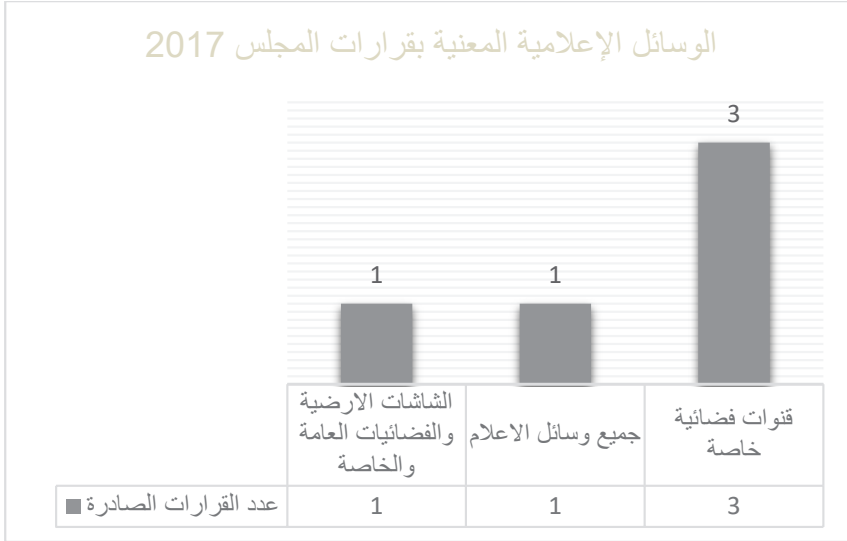
- وأخيراً في عام (2019) أصدر المجلس (82) قراراً إجمالياً، تتراوح عدد المواد المفصلة للقرارات بين مادة واحدة إلى (7) مواد على النحو التالي: تم اتخاذ قراراً تنظيمياً واحداً في مادة واحدة و(20) قراراً تنظيمياً في مادتين، (12) قراراً تنظيمياً في (3) مواد، و(5) قرارات في (4) مواد، وقراراً واحداً تم عرض تفاصيله في (6) مواد، بينما تم إصدار (17) قراراً ضبطياً في مادتين و(12) قراراً في (3) مواد، و(4) قرارات في (4) مواد وثلاث قرارات في خمس مواد، وخمس قرارات في ستة مواد وقراراً فردياً في سبع مواد توضيحية.

- يُلاحظ من التحليل عرض القرارات التنظيمية في مواد يتراوح عددها بين مادتين إلى ثلاث مواد وذلك بإجمالي قرارات (33)، (31) على التوالي، ثم القرارات التنظيمية التي تم عرضها في أربع مواد بتكرار (21) قراراً، أما القرارات الضبطية التي تم إصدارها في مادتين تفصيليتين فقد بلغت (49) قراراً يليها (29) قراراً تم عرضه في (3) مواد توضيحية، بينما لم يتم رصد القرارات الضبطية التي تم عرضها في مادة واحدة بخلاف القرارات التنظيمية التي تم عرضها في مادة واحدة في (3) قرارات.

- تمت ملاحظة توجه المجلس إلى إصدار القرارات سواء التنظيمية أو الضبطية بشكل منفصل. فمن خلال تصنيف الباحثة للقرارات لم تجد قرارًا يجمع ما بين النوعين وهو نوع من أنواع الفصل في التنفيذ يحسب لصالح المجلس ويقلل من حالات الالتباس في التنفيذ .

الوسائل الإعلامية المعنية بقرارات المجلس والتي تمثل في مجملها (المشهد الإعلامي) الحالي:

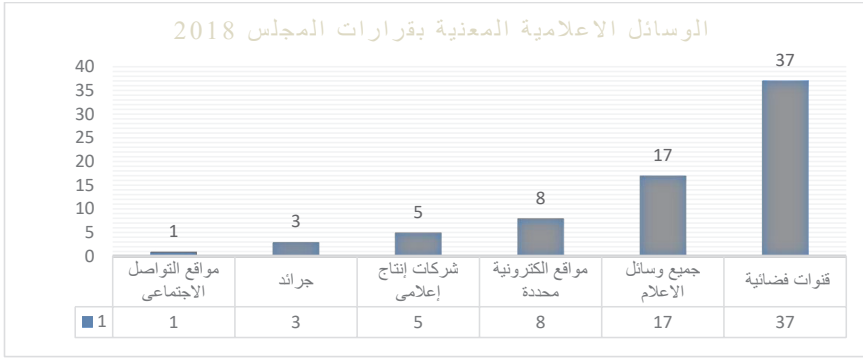
- استحوذ القنوات التلفزيونية الفضائية على النصيب الأكبر من قرارات ضبط الأداء الإعلامي الصادرة من المجلس على مدار فترة التحليل، وهو ما يعطى مؤشرات هامة عن الانفلات الإعلامي الذي شهدته الوسائل الإعلامية بصفة عامة ، والوسائل المرئية بصفه خاصة باعتبارها الوسيلة الأكثر انتشارًا بين فئات الجمهور ، باختلاف خصائصه الديموجرافية، وتوزيعه الجغرافي ؛ نظرًا لتنوع ووفرة القنوات الفضائية ومحتواها متنوع الاتجاهات الثقافية ، والسياسية والتي قامت ببث محتواها على مدار ثمانية أعوام تقريبًا دون رقابة فعلية على المحتوى ، إضافة إلى تنوع السياسات الإعلامية المتبعة في القنوات المختلفة ، والذي أدى بالتبعية إلى ظهور اختلافات فكرية جسيمة مثلت بدايات لتصدعات عميقة في نسيج الجمهور المصري، مثل تهديدات أمنية جسيمة جراء الحشد و الاحتقان المؤجج من قبل الوسائل الإعلامية بصفة عامة والقنوات الفضائية الخاصة بصفة خاصة .



شكل رقم (10) يوضح الوسائل الإعلامية المعنية بقرارات المجلس الأعلى للإعلام لسنة (2017)

- حيث يتبين من التحليل صدور ثلاث قرارات لضبط الأداء الإعلامي موجه إلى القنوات الفضائية الخاصة، ثم صدور (17) قرار لضبط الأداء الإعلامي تنوعت ما بين: تعليمات أداءية وتوقيع جزاءات عقابية لقنوات فضائية محددة على رأسها قناة L.T.C الفضائية، والتي وجه لها (13) قرارًا ضابطًا، يليها قناة الحدث الفضائية بواقع (8) قرارات ضابطية وذلك لعام (2018) فقط، وفي عام (2019) صدر (45) قرارًا ضابطيًا موجه للقنوات الفضائية المختلفة تنوع أيضًا بين تعليمات بمنع بث البرامج أو المواد الإعلانية المحددة بالقرارات أو تعليمات بمنع استضافة شخصيات محددة أو توقيع جزاءات عقابية مادية أو وظيفية كالمنع من الممارسة الإعلامية في جميع الوسائل الإعلامية.

- في حين لم يصدر سوى قرارين موجهين إلى القنوات الفضائية العامة في (2017) ، (2018) موجهين إلى إحدى القنوات الرياضية ولم تشهد (2019) رصد لسوء الممارسة الإعلامية على أي من القنوات الفضائية العامة، ما يعطى دلالة على التزام الوسائل الإعلامية الرسمية في مصر بقدر كبير من الانضباط والتزام المهنية، والذي ترجعه الباحثة إلى تعدد المستويات الرقابية عليها.

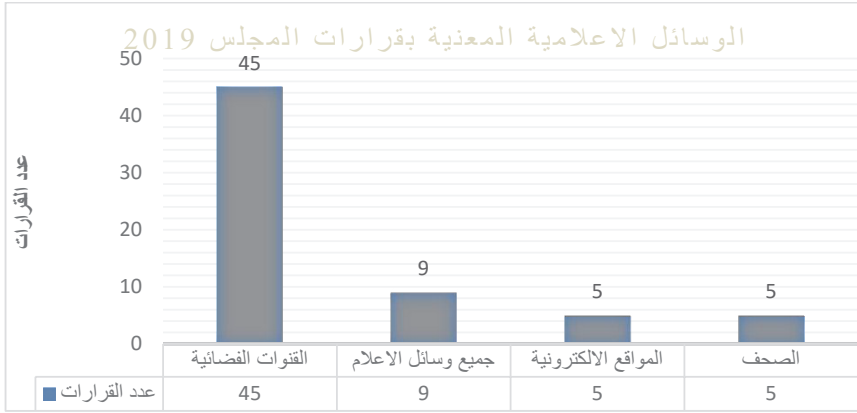


شكل رقم (11) يوضح الوسائل الإعلامية المعنية بقرارات المجلس الأعلى للإعلام لسنة (2018)

- أما الجرائد فلم تشهد (2017) أي قرارات موجّهة للصحف والجرائد المصرية في حين صدرت ثلاث قرارات في عام (2018) وخمس قرارات في عام (2019) تم فيها توجيه إنذار للجريدة وإلزامها بنشر اعتذارات مع نشر لتصحيح الخبر ، وهو ما تفسره الباحثة في الدور الرقابي والتوجيهي لنقابة الصحفيين على مدار الأعوام السابقة في المقابل حداثة تأسيس نقابة الإعلاميين .

- ثم تظهر القرارات الضبطية الموجهة لجميع وسائل الإعلام بموجب (26) قراراً من بداية عمل المجلس (2017) وحتى منتصف أكتوبر (2019)، أغلبها قرارات تعليمات لتحسين الأداء الإعلامي وإنهاء الإجراءات الخاصة بإصدار تراخيص البث أو الممارسة ودفع الرسوم .

- أما بالنسبة للرقابة على المواقع الإلكترونية فقد أصدر المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام (15) قراراً موجّهاً للمواقع الإلكترونية، وذلك في عامي (2018) ، (2019) فقط ،حيث لم تصدر من المجلس في عام (2017) أية قرارات موجّهة للمواقع الإلكترونية في حين بدء المجلس بتوجيه إنذارات بالعقوبة ومحاطبات رسمية لإدارات المواقع بتنظيم الممارسة واستصدار التراخيص الرسمية ثم صدور أول قرار بتوقيع غرامة مالية في أبريل (2018) على مواقع مصر العربية ثم في أكتوبر ،من العام نفسه صدر قراراً بتوقيع غرامات مالية على أربع مواقع إلكترونية أخرى ،وتوجيه إنذارات بالعقوبة في حالة التكرار لثلاثة مواقع إلكترونية أخرى ، وفي عام (2019) بدء التصعيد باتخاذ قرارات بالحجب الكامل والنهائي .



شكل رقم (12) يوضح الوسائل الإعلامية المعنية بقرارات المجلس الأعلى للإعلام لسنة (2019)

وفي رأى الباحثة: أنها قرارات رادعة موجهة إلى المواقع الالكترونية إلا أنه لم يسبقها توجيه إنذارات أسوة بالقنوات الفضائية، كما يسهل الالتفاف حول تلك القرارات بتغيير عنوان الموقع الإلكتروني مع نشر العنوان الجديد على مواقع التواصل الاجتماعي التي لا يشملها القرارات الصادرة من المجلس، إضافة إلى ارتفاع تكلفة الحجب، وفي بعض الأحيان إمكانية التلاعب في مكان بث الموقع عن طريق تغيير عنوان ال (I.P) أو عناوين الحواسيب التي يتم منها بث المواقع عن طريق تغيير الخوادم أو النطاقات المضيفة. وهو ما يستدعي تكوين لجنة خاصة متخصصة في الهندسة الإلكترونية إضافة أي عدد من ممارسي الإعلام الإلكتروني لرصد أساليب التلاعب وكيفية رصدها وتوقيع العقوبات عليها وهو ذات الاقتراح الذي ورد بدراسة (شريف اللبان 2014) بتكوين اتحاد مصرى للإعلام الإلكتروني.

- اقتصر نشاط المجلس في إصدار قرارات منع المواد الإعلانية بناءً على شكاوى مقدمة سواءً لمخالفة شروط التسجيل بوزارة الصحة، أو جهاز حماية المستهلك، إضافة إلى الإعلانات المسيئة لأشخاص أو شعوب أو، جهات محددة. وهو ما يلفت الانتباه إلى وجوب تشكيل لجنة رقابية تختص بمراجعة المواد الإعلانية والتأكد من سلامة إجراءات تسجيل المنتجات المعلن عنها.

القرارات الجزائية للمجلس الأعلى للإعلام:

جدول رقم (1) يوضح نوع العقوبات المثبتة بقرارات المجلس الأعلى للإعلام

التكرار	نوع العقوبة	التكرار	نوع العقوبة
4	إنذار بتوقيع غرامة مالية	1	إحالة المعد للتحقيق
4	حجب مؤقت لموقع الكتروني	1	إحالة رئيس التحرير للتحقيق
7	منع استضافة	2	إحالة مدير الوسيلة للتحقيق
10	إنذار البرنامج	2	استدعاء للمجلس
11	تعليمات أداءية	2	إنذار بسحب الترخيص
13	توقيع غرامة مالية	2	إنذار بوقف برنامج
20	إحالة المقدم للتحقيق	2	إنذار شركة إنتاج
24	إنذار القناة	2	حجب دائم
25	وقف برنامج	2	سحب ترخيص
87	منع بث مادة إعلانية	3	إلزام بالاعتذار والتصحيح
-	-	3	إلزام بالتعديل
-	-	3	منع ممارسة إعلامية

- بالنظر إلى الجدول السابق ، يتضح: أن أكثر قرارات المجلس لضبط الأداء الإعلامي كانت لمنع بث مواد إعلانية حيث أصدر المجلس قرارات بمنع بث (87) مادة إعلانية في الوسائل الإعلانية لمخالفتها القيم والمعايير الأخلاقية والمهنية باستخدام ألفاظ خارجة أو بالإساءة إلى أشخاص أو شعوب معينة .

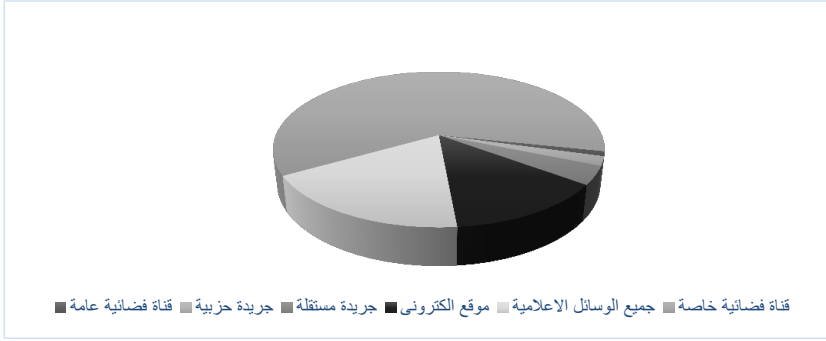
- إضافة إلى اتخاذ المجلس لعدة قرارات :بمنع بث مادة إعلانية ،أو تعديلها، غير مثبتة بالقرارات الرسمية للمجلس ، حيث أنه وبمراجعة المصادر الثانوية المتمثلة في الأخبار الرسمية المنشورة على الموقع الرسمي للمجلس ، تم نشر خبر بتاريخ (10 يونيو 2017) بوقف إعلان تلوث المياه (الخاص بمؤسسة مصر الخير)، على الرغم من عدم صدور قرار رسمي بالمنع ، وإنما جاء الوقف بالمطالبة الودية للإمام الأكبر الشيخ أحمد الطيب، وكذلك الخبر المنشور بتاريخ (15 يونيو 2017) بمنع بث إعلان خاص بإحدى شركات الملابس الداخلية (إعلان قطنيل)، وهو أيضاً مالم يُصدر به قراراً رسمياً ، خبر آخر منشور بتاريخ (16 يونيو 2019) بإعادة بث أحد الإعلانات

بعد تعديل محتواه (إعلان كوكا كولا الخاص بالبطولة الأفريقية)،الذى أدى إلى اتخاذ القرار بمنعه ، وهو أيضًا لم يصدر به قرارًا رسميًا.

- اتخذ المجلس قرارات بإيقاف (25) برنامج تليفزيونى فضائى إيقافًا مؤقتًا، لمدد تتراوح بين: أسبوعين إلى (3) أشهر- وذلك بعد توجيه (24) إنذارًا للوسائل و(10) إنذارات لبرامج محددة مباشرة - لإعادة النظر فى أسلوب التناول الإعلامى للقضايا المطروحة ، صاحب أغلبها إحالة مقدم البرنامج لإجراء جزائي (20) إحالة ما بين :الإحالة للتحقيق، إلى الإحالة للتحقيق مع منع الممارسة الإعلامية فى أي من الوسائل الإعلامية لمدد محددة بكل قرار على حدة.

- وبمراجعة المصادر الثانوية للدراسة ، اتضح تعديل بعض قرارات المجلس بعد قبول التماسها دون إصدار قرار رسمى بالتعديل -أسوة بالقرار الجزائي - منها الخبر المنشور بتاريخ (17 أبريل 2018) بقبول التماس قناة L.T.C الفضائية بتخفيف عقوبة وقف برنامج - ملعب شريف- والصادر بقرار المجلس، رقم (16) لسنة (2018) بتاريخ (1 أبريل 2018)، من شهر إلى (15) يومًا ، كذلك الخبر المنشور بتاريخ (18 سبتمبر 2017) بمنع استضافة الشيخ صبرى عبد الرؤف ، والذى لم تجد له الباحثة قرارًا رسميًا ، كما وقع المجلس غرامات جزائية على (13) وسيلة إعلامية، جاء بعضها مضاعف؛ نتيجة لتكرار سوءالممارسة بعد الإنذار، بينما جاء توقيع بعض الغرامات بدون إنذار مسبق فى حالات أخرى مثل: موقع مصر العربية ،ومواقع فى الجول،بطولات،المستقبل،البوابة الالكترونية لجريدة المصرى اليوم ، وجرائد المصرى اليوم ،الوفد،المشهد، واكتفى المجلس بتوقيع عقوبة مالية على قناتان فضائيتان هما المحور و قناة L.T.C فى أربع قرارات بواقع قرارين لكلٍ منهما.

تبعية الوسائل الواردة في جزاءات المجلس:

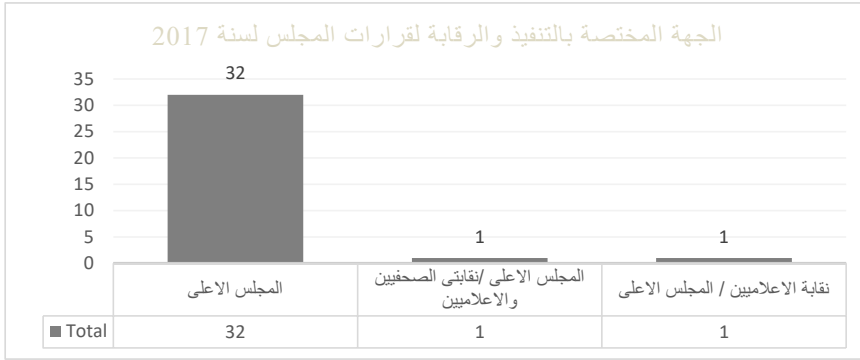


شكل رقم (13) يوضح الوسائل المستهدفة من جزاءات المجلس الأعلى

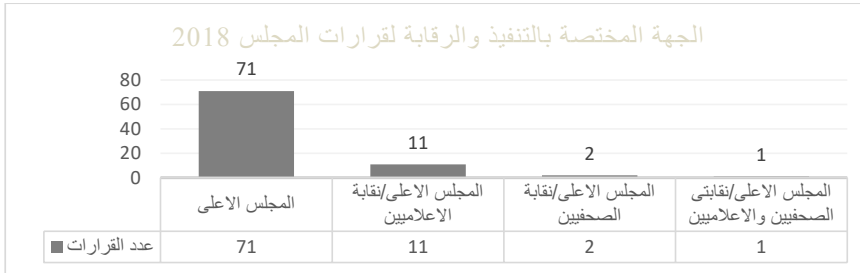
- يتبين من الشكل رقم (13) التزام الوسائل الإعلامية المملوكة للدولة والتزامها المهني بالضوابط والمعايير الأخلاقية؛ حيث لم يصدر ضدها سوى إجراء جزائي واحد فقط موجه لبرنامج رياضي في إحدى القنوات الرياضية المتخصصة، ولم يتم رصد أي من القرارات الجزائية ضد أي من الجرائد الرسمية، بينما وصلت القرارات الجزائية ضد القنوات الفضائية الخاصة (64) قرار وهو: ما يعطى مؤشرات ذات أهمية بكم التجاوز المهني في الأداء الإعلامي والذي قد يرجع لغياب الرقابة الفعلية على الإعلام، أو التعمد بالتجاوز لخلق الأزمات بين الأطراف وزيادة المشاهدة والذي يؤدي بالتبعية إلى الجذب الإعلامي وورجحية الوسيلة، وقد يرجع أيضاً إلى الاستعانة بكوادر غير مهينة أو ملمة بقواعد و آداب العمل الإعلامي والاعتماد على القبول والشهرة الجماهيرية - خاصة في البرامج الرياضية والاجتماعية - للعمل كمقدم وهي من إشكاليات الإعلام الحالية.

الجهات الرسمية المختصة بالرقابة والتنفيذ لقرارات المجلس :-

- اختص المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام بتنفيذ ورقابة (32) قرارًا صدر في عام (2017) (أغلبها قرارات تنظيمية خاصة بالإدارة) بينما اشترك مع كل من نقابتي الصحفيين والإعلاميين في قرار واحد خاص بوضع كود أخلاقي ملزم لممارسي مهنة الاعلام في مصر ، كما تم توجيه قرارًا واحدًا لنقابة الإعلاميين بالتحقيق مع مقدم البرنامج كجزء من قرار المجلس - في مادة منفصلة - الذي اشتمل على: الوقف المؤقت للبرنامج والإحالة للتحقيق.



شكل رقم (14) يوضح الجهات المختصة بقرارات المجلس لسنة (2017)
 - وفي (2018) اختص المجلس بتنفيذ ورقابة (71) قرارًا من أصل (85) قرارًا (أغلبها أيضًا إداري خاص باللجان الداخلية وتنظيم إدارات المجلس) بينما اشترك مع نقابة الإعلاميين في تنفيذ (11) قرارًا ، ونقابة الصحفيين بقرارين: (اختصاص بالتحقيق مع مقدمى ومعدى البرامج أو محرري الأخبار) واشترك المجلس مع النقابتين في قرار واحدٍ خاطب فيه كلا النقابتين بتشكيل لجنة خاصة لسن ضوابط ومعايير اختيار المذيعين والمعلقين الرياضيين .



شكل رقم (15) يوضح الجهات المختصة بقرارات المجلس لسنة (2018)

- وعلى خلاف عامى (2017)،(2018) فقد لوحظ عدم اشتراك أية جهات أخرى في رقابة وتنفيذ قرارات المجلس حيث اقتصر اشتراك المجلس في قرار واحد فقط لنقابة الإعلاميين لشطب عضو(ريهام سعيد) من النقابة ومنعه من الممارسة الإعلامية في جميع وسائل الإعلام مع إحالته للتحقيق.
 - لم يتم توجيه أى من مواد القرارات الصادرة من المجلس إلى الهيئة العامة للاستثمار، أو الجهاز القومى لتنظيم الاتصالات ، على الرغم من اعتبارهما ضلعًا أساسيًا في

تنفيذ قرارات المجلس، والذي قد يتم تبريره بوجود مادة ختامية بأغلب التقارير (على الجهات المختصة تنفيذ هذا القرار) دون تحديد الجهة المختصة .

- استقراء بعض المناوشات بين المجلس الأعلى ونقابة الصحفيين ، ظهرت آثارها في مطالبة نقيب الصحفيين بإيقاف غرامة جريدة المصرى اليوم ، حيث صدر القرار رقم (15) لسنة (2018) بمثل رئيس تحريرها للتحقيق أمام النقابة ، وتوقيع غرامة مالية ، والزام الجريدة بنشر اعتذار ، وذلك على الرغم من نشر خبر على الموقع الرسمى للمجلس بتاريخ (2 أبريل 2018) بتخفيض الغرامة الموقعة على الجريدة.

- كما نشر خبر آخر بتاريخ (4 أبريل 2018) نفى فيه رئيس المجلس علاقته بمداهمة المصنفات الفنية لمقر موقع مصر العربية وإغلاقه ، حيث أصدر المجلس بتاريخ (1 أبريل لسنة 2018) قراره بتوقيع غرامة مالية على الموقع المذكور.

- نشر خبر بتاريخ (14 مايو 2018) عن مطالبة المجلس الأعلى للهيئة العامة للاستثمار بعدم منح تراخيص بإنشاء مواقع إلكترونية ، إلا بعد الحصول على موافقة المجلس ، وفقاً للمادة السادسة من القانون (180) لسنة (2018). ما يعطى مؤشرات ذات دلالة بعدم وجود تنسيق بين الأجهزة المعنية بالإعلام فى مصر، وعدم وضوح خطوط الفصل بين اختصاصات المجلس والهيئات والنقابات الإعلامية الأخرى ، وعدم اشراك الجهات الأخرى إلا فى حالات الانتهاك الصريح لضوابط والمعايير والأكواد الأخلاقية الموضوعة، والتي يستدعى ردعها أكثر من جهة واحدة، وهو ما تمت ملاحظته من تحليل الجهات المختصة بتنفيذ القرارات والذي أظهر اختلافاً فى سنة (2019) فى لجوء المجلس إلى جهات أخرى.

الشخص / الجهة الادارية المختصة بتنفيذ القرارات :

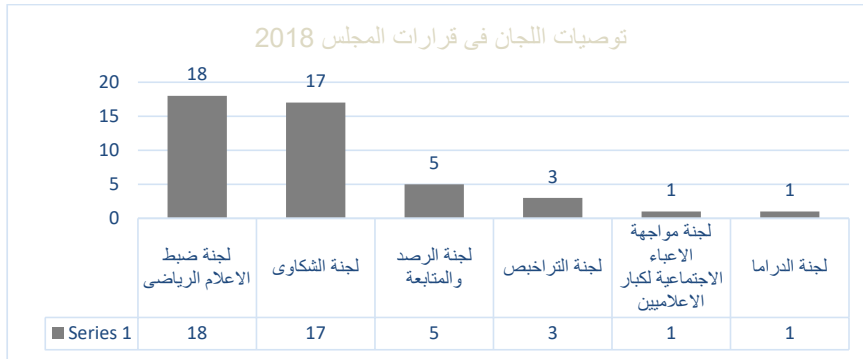
بعد صدور قرارات المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام يتم توجيه صورة من هذه القرارات إلى المعنيين بالقرار كأشخاص وإدارات داخل الوسائل، وتكون تلك الإدارات مسؤولة عن تنفيذ القرار، وإعلام المؤسسين والمساهمين، وكذلك العاملين بالوسيلة بتلك القرارات، ومن خلال تحليل القرارات الصادرة من المجلس على مدار أكثر من عامين ونصف العام فقد تمت ملاحظة:

- توجيه معظم تلك القرارات الصادرة إلى الشئون الإدارية والمالية سواء داخل المجلس فيما يختص بالقرارات التنظيمية الإدارية أو خارج المجلس فيما يختص بالوسائل الاعلامية، والتي يتم توزيعها من قبل الإدارة الى الجهات المختصة حسب التنظيم الادارى لكل وسيلة إما: للشئون القانونية / الإدارة المالية / الموارد البشرية)، وغيرها

، يليها إعلام أعضاء المجلس بتوزيعهم على اللجان المختصة واختصاصاتهم داخل اللجان، وتحديد أيام اجتماعات اللجان، واجتماعات المجلس، وكل ما يختص بالتنظيم الإداري من ندب سكرتير للجنة، وتحديد أماكن ومواعيد الاجتماعات، ومتطلبات اللجان، وجمع التقارير وإعادة كتابتها وتنسيقها، وغيرها من المهام، ثم ممارسي العمل الإعلامي (من مقدمي البرامج والمعدّين والتقنيين ومحرري الأخبار)، ثم الجهات الرسمية المشاركة في تنفيذ قرارات المجلس، وهي نقابة الصحفيين ونقابة الإعلاميين والهيئة العامة للاستثمار والجهاز القومي لتنظيم الاتصالات ثم الشؤون القانونية بالمجلس سواء لإنفاذ القوانين واللوائح أو لإعداد جلسات استماع لموظفي المجلس أو لإعداد المشاريع القانونية استعدادًا لعرضها على الجهات المختصة.

الجهة الموصية باتخاذ قرارات المجلس :-

وتهتم هذه الفئة من فئات التحليل بإلقاء الضوء على نشاط اللجان داخل المجلس الأعلى من خلال التوصيات المثبتة في القرارات الصادرة من المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام، يتبين من التحليل :



شكل رقم (16) يوضح توصيات اللجان بالمجلس لسنة (2018)

- صدرت قرارات عام (2017) بموافقة رئيس المجلس وأعضاء المجلس على كافة القرارات الصادرة والمقدرة بـ (34) قراراً، تمت فيهم التوصية من أمين عام المجلس في قرارين تنظيميين إداريين يختصان بإعادة توزيع العاملين، ونقل درجاتهم الوظيفية والمالية إلى موازنة المجلس، وهو ما يشير إلى أن البداية الحقيقية لأداء اللجان المختصة لم يبدأ فعلياً في (2017)، بينما يُلاحظ في (2018) نشاط كبير لكل من لجنتي

ضبط أداء الإعلام الرياضي، وذلك بالتوصية باتخاذ إجراءات ضبطية في (18) قرارًا، تليها توصية لجنة الشكاوى بالتوصية في (17) قرارًا، ثم لجنة الرصد والمتابعة بـ (5) قرارات، ولجنة التراخيص بـ (3) قرارات، وقرارًا واحدًا لكل من لجنتي مواجهة الأعباء الاجتماعية لكبار الإعلاميين، والدراما، وتعد تلك التوصيات هي التقييم الأول لعمل اللجان داخل المجلس بعد تشكيلها، وتحديد أعضائها واختصاصاتها التي تمت في عام (2017)، كما توضح نتائج التحليل إثبات صحة الشكاوى المقدمة للمجلس لأكثر من (15) شكوى مقدمة من الجمهور العام وبعض الجهات الرسمية، كما صدر عن المجلس (6) قرارات بناءً على توصية المستشار القانوني للمجلس، وآخر تم اتخاذه بناءً على استقالة أحد أعضاء اللجان مما أوجب إعادة تشكيل اللجنة بقرار جديد.



شكل رقم (17) يوضح توصيات اللجان بالمجلس لسنة (2019)

- أما في (2019) فيتضح نشاط لجنة الشكاوى والتحقيقات المقدمة سواءً من الجمهور، أو من جهات رسمية أو غير رسمية، حيث أوصت اللجنة بالإجراءات الصادرة عن المجلس بـ (28) قرارًا رسميًّا، يليها لجنة ضبط أداء الإعلام الرياضي بـ (6) قرارات فقط، بفارق كبير عن نشاطها في (2018) وهو ما قد يرجع إلى صدور لائحة الجزاءات والتدابير في بدايات العام، ما قد يكون مَثَل رادعًا عامًّا للممارسات المسيئة، والتي تنوعت بين الإيقاف أو الحجب أو نشر اعتذار؛ مما يقلل من مصداقية الوسيلة، وبالتالي العزوف عن متابعتها، إضافة إلى فرض غرامات مالية على الوسيلة مما يمثل خسارة مادية على مستثمريها، ويظهر بدايات نشاط لجنة الرصد والمتابعة لأداء الإعلامى بالتوصية في (4) قرارات للمجلس شملت رصد استخدام ألفاظٍ وتشبيهات خارجة كذلك وتقصى المعلومات الواردة في المواد الإعلانية.

- شهدت قرارات المجلس بعض التوصيات بتأسيس لجان متخصصة جديدة كلجنة

طبع الصحف الاجنبية، ولجنة متابعة الأعمال الدرامية ولجنة متابعة بحوث الرأى والمشاهدة التى وضعت مبادئها بإنشاء شركة وطنية فى (2017)، ولم تدخل حيز التنفيذ الفعلى حتى الآن .

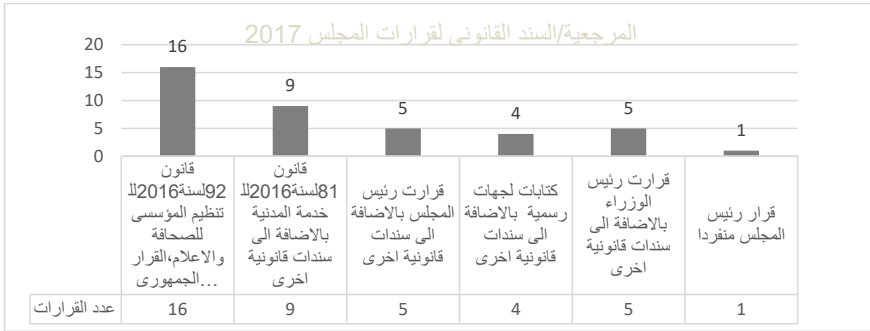
- بمتابعة المصادر الثانوية، لاحظت الباحثة تشكيل عدد من اللجان دون صدور قرارات رسمية بتشكيلهم أو تحديد اختصاصاتهم، منها على سبيل المثال: لجنة مشتريات ورق الجرائد، لجنة مناقشة المواقع الإلكترونية لجماعة الاخوان المسلمين، والتى نشر خبر بتشكيلها على الموقع الرسمى للمجلس فى (7 يونيو 2017)، خبر آخر بتاريخ (4 أبريل 2019) عن تشكيل لجنة للتحقيق فى إعلانات المراهنات رغم عدم صدور قرار رسمى بتشكيلها أو اختصاصاتها، إضافة عن نشر أخبار متعددة على مدار فترة التحليل عن اجتماعات لجان التقارير السنوية رغم عدم صدور قرارات رسمية بتشكيلها .

- مع الممارسة الواقعية للجان المجلس ظهرت الحاجة لتشكيل لجان جديدة ذات اختصاصات محددة ، وهو ما يُعتبر تطورًا فى رؤية الساحة الإعلامية بشكل أوضح ، و القدرة على تحديد احتياجات ضبط الأداء الإعلامى بشكل أكثر احترافية ، منها على سبيل المثال: الحاجة إلى لجنة ضبط الأداء الإعلامى والدعائى ، التى يُقترح أن يحصل المعلن على تصريح بالمادة الدعائية أو الإعلانبة ؛ ما يقلل من الخسائر المعنوية والمادية لكل الأطراف المستفيدة قبل البث ، أو التصوير أو التسجيل أو النشر. فيما عدا إعلانات الاجتماعيات والوفيات التى تتطلب الفورية فى النشر .

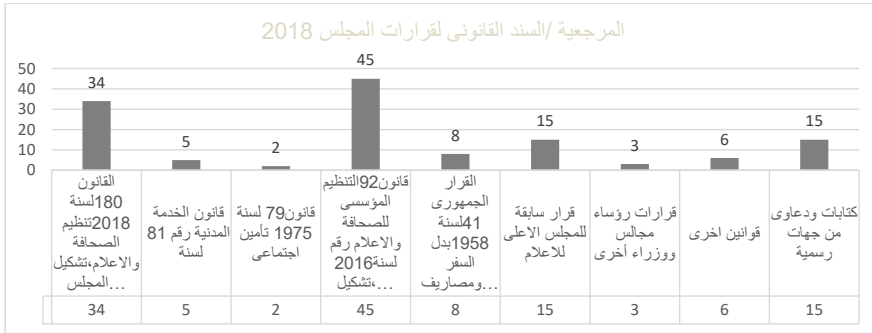
- من خلال متابعة أخبار المجلس على الموقع الرسمى ، فإن هناك مؤشرات على وجود خلافات داخلية بين لجان المجلس ، ناتجة عن التباس الاختصاصات، منها الخبر المنشور فى (26 يونيو 2018) عن استقالة المخرج محمد فاضل من رئاسة لجنة الدراما، مبررًا الاستقالة بتداخل اختصاصات اللجنة مع لجنة الرصد ، إضافة إلى عدة أخبار أخرى عن توصية لجنة الشكاوى باتخاذ إجراءات جزائية على بعض الوسائل الإعلامية ، نتيجة لسوء ممارستها وعدم التزامها بمعايير العمل، وليس بناءً على شكاوى مقدمة وهو الاختصاص الرئيسى للجنة ، بينما تلك التوصيات من اختصاص لجنة الرصد، وهو ما فسره رئيس المجلس الأعلى بتعدد مصادر المعلومات وليس تداخل فى الاختصاصات.

السند أو المرجعية القانونية لقرارات المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام :-
 باستعراض المرجعيات القانونية المثبتة بقرارات المجلس الصادرة من مايو (2017)، وحتى منتصف أكتوبر (2019) يتبين إثبات نصوص اللوائح والقوانين التى حكمت

إصدار تلك القرارات موضحة لمطالعي القرارات الأسس القانونية المدعمة لقرارات المجلس ، وتتبع إثباتات المرجعيات أو السندات القانونية في القرارات يتضح ازدياد الخبرة القانونية للمجلس في ملاحقة التجاوزات الإعلامية على أسس ومبادئ القانون. - في بداية صدور قرارات المجلس يتبين اعتماد غالبية القرارات الصادرة على مرجعين قانونيين، هما: القانون (92) لسنة (2016) لتنظيم المؤسسى للصحافة والإعلام ، والقرار الجمهورى (158) لسنة (2017) الخاص بتأسيس المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام في مصر .

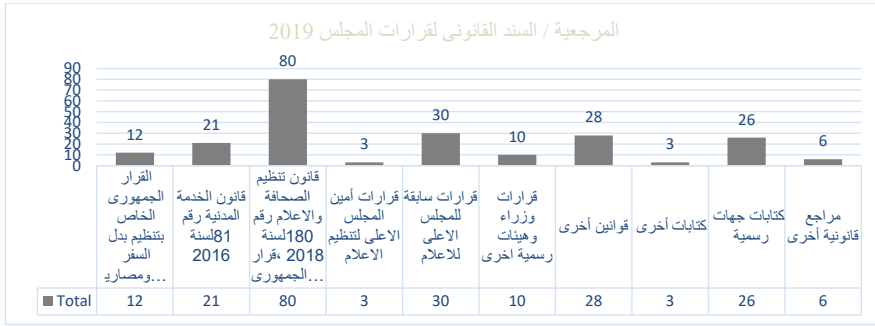


شكل رقم (18) يوضح المرجعية القانونية لقرارات المجلس لسنة (2017)
 حيث استُخدمت تلك النصوص منفردة في (16) قرارًا للمجلس بينما تم إضافة نصوص أخرى؛ وذلك وفقًا لنوعية القرارات على النحو التالى :-
 - استخدام نص القانون (81) لسنة (2016) الخاص بالخدمة المدنية للعاملين بالدولة في (4) قرارات.
 - تم الاستناد على قرارات سابقة للمجلس في عدد (5) قرارات للمجلس .
 - تم تعزيز (4) قرارات للمجلس بقرارات رئيس مجلس الوزراء أرقام (720) ، (948) لسنة (2017) الخاصين بإجراءات وقواعد تحصيل مستحقات الدولة ، وتنظيم سفر العاملين بالدولة .
 - تمت الإشارة إلى عدة كتابات موجهة إلى المجلس من جهات رسمية ، منها: كتابات مجلس الوزراء، والجهاز المركزى للتنظيم والإدارة، والمندوب الدائم لجامعة الدول العربية، ووزراء الإعلام بالدول العربية.



شكل رقم (19) يوضح المرجعية القانونية لقرارات المجلس لسنة (2018)

- تشير نتائج التحليل إلى زيادة وتنوع المرجعيات القانونية في قرارات المجلس لسنة (2018) ، عن مثيلاتها لسنة (2017) ؛ حيث تم استخدام قانون (92) لسنة (2016) للتنظيم المؤسسي للصحافة والإعلام في (45) قرارًا للمجلس ، في حين استُخدم قانون (180) لسنة (2018) لتنظيم الصحافة والإعلام في (34) قرارًا للمجلس منهم (8) قرارات كان السند القانوني الوحيد للقرار ، بينما تكرر الاعتماد على القرار الجمهوري بتشكيل المجلس (158) لسنة (2017) في (79) قرارًا من أصل (85) قرارًا، وجدير بالذكر أنه بصدر قانون تنظيم الصحافة والإعلام رقم (180) لسنة (2018) ، المنشور في الجريدة الرسمية العدد (34) مكرر (هـ) بتاريخ (2018/8/27)، أُلغى القانون (92) لسنة (2016) ، للتنظيم المؤسسي للصحافة والإعلام ، وقانون (96) لسنة (1996) بشأن تنظيم الصحافة .
- تم استخدام نص قانون الخدمة المدنية رقم (81) لسنة (2016) في (5) قرارات للمجلس ، ونصوص قانون حماية المستهلك في (3) قرارات منفصلة ، وقانون حماية الملكية الفكرية في قراراتٍ واحدٍ وآخر استخدام فيه قانون النواب ، كما استخدم قانون تفويض الاختصاصات مرة واحدة أيضًا في قرار منفصل .
- تم الاستناد على القرار الجمهوري (41) لسنة (1958) المنظم لصرف بدلات السفر والانتقالات للعاملين بالدولة في (8) قرارات تنظيمية / إدارية خاصة بمنح تراخيص السفر لمندوب المجلس الأعلى ، وذلك على عكس القرارات الصادرة في (2017) بنفس الشأن ، وقانون التأمينات الاجتماعية في قرارين للمجلس تمت الإشارة إلى قرارات سابقة صادرة عن المجلس في (15) قرارًا منهم قرارًا واحدًا استُخدم كمرجعية منفردة.



شكل رقم (20) يوضح المرجعية القانونية لقرارات المجلس لسنة (2019)

- في (2019) لاحظت الباحثة زخم والتنوع في نصوص القوانين والكتابات المستخدمة كمرجعية ووسند قانوني لقرارات المجلس مع ثبوت كلاً من قانون تنظيم الصحافة والإعلام (180) لسنة (2018) والقرار الجمهوري الخاص بتشكيل المجلس (158) لسنة (2017) والذي تم استخدامه في معظم القرارات الصادرة عن المجلس لسنة (2019) وذلك بواقع (30) قراراً تم إستخدامهم كمرجعية قانونية منفردة.

- تم الاستناد إلى قانون الخدمة المدنية رقم (81) لسنة (2016) في أغلبية القرارات التنظيمية الإدارية بتكرار (21) قرار وإحاق القرار الجمهوري (41) لسنة (1958) الخاص بتنظيم بدل السفر والإنتقالات للعاملين بالدولة في نفس القرار الصادر عن المجلس بتكرار (12) قراراً خاص بسفر مندوبي المجلس .

- تم إثبات القرارات الصادرة عن قرارات وزارات وهيئات رسمية ، منها: قرار الهيئة الوطنية للصحافة والهيئة الوطنية للإعلام، وقرار رئيس مجلس الدولة ، ورئيس مجلس الوزراء ، ووزير التخطيط والإصلاح الإداري ، رئيس الجهاز المركزي للمحاسبات في (10) قراراتٍ صادرة عن المجلس لسنة (2019) .

- تم استخدام نصوص قوانين أخرى في (34) قراراً صادر عن المجلس شملت: قانون الملكية الفكرية ، قانون البعثات والإجازات الدراسية ، قانون الهيئات العامة ، قانون المحاسبة الحكومية ، قانون الموازنة العامة ، قانون الإدارات القانونية بالمؤسسات العامة ، إضافة إلى قوانين التأمين الاجتماعي ، التعليم ، الطفل ، الحد الأقصى للأجور ، وقوانين نقابتي الصحفيين والإعلاميين ، إضافة إلى إثبات الأحكام السابقة الصادرة من محكمة القضاء الإداري ، ومحاضر اجتماع شئون العاملين ، ومحاضر الموازنة العامة للمجلس ، وهو ما يعد تأكيداً على شرعية قرارات المجلس وصعوبة الطعن عليها،

وذلك على عكس عامى (2017، 2018) .

قرارات المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام (نظرة عامة) :-

- تعرض المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام منذ إعلان تأسيسه بالقرار الجمهورى (158) لسنة (2017) إلى حملات مضادة ممنهجة بالترويج لإعلان الوصاية الحكومية على حرية الرأى والتعبير المكفولة بالدستور ، كذلك تضارب وتداخل الاختصاصات المؤكدة لكل من المجلس الأعلى ، الهيئة الوطنية للصحافة ، الهيئة الوطنية للإعلام ، نقابة الصحفيين ، نقابة الإعلاميين ، دعم هذا التضارب اختلاف تقديرات النقابات عن تقدير المجلس لنفس الوقائع ، وهو ما أكدده المجلس نفسه المجلس فى التقرير السنوى الأول - حالة الإعلام المصرى - والمقدمة إلى رئيس الجمهورية ومجلس النواب .

- تم اعتبار القرارات المتخذة لضبط الأداء الإعلامى بمثابة انتهاكات فى حق ممارسى العمل الإعلامى ونددت العديد من المؤسسات البحثية الخاصة برصد الإجراءات الجزائية والعقوبية التى يصدرها المجلس ونظرها وتداولها فى صورة انتهاكات وتجاوزات دستورية وقانونية .

- التأخر والمماطلة التى شهدها المجلس منذ صدور القانون (92) لسنة (2016)، وبالتحديد فى (24 ديسمبر 2016) إلا أن تشكيل المجلس جاء فى (11 أبريل 2017) ، و صدر بالقرار الجمهورى (158) لسنة (2017) ، أعقبه صدور تشكيل الهيكل الإدارى والتنظيمى بقرار رئيس مجلس الوزراء فى (19 سبتمبر 2017)، ناهيك عن تأخر اللائحة التنفيذية للقانون التى صدرت فى (29 أكتوبر 2017) ، تلاها إلغاء العمل بقانون (92) بعد صدور قانون الصحافة والإعلام رقم (180) لسنة (2018)، والذى بصدوره فتح الباب بمصراعيه على حملات مضادة جديدة تدعى تحجيم الحرية فى التداول الإعلامى، وتوغل سلطة المجلس فى أداء الممارسين الإعلاميين.

- جدير بالذكر صدور القرار الوزارى رقم (802) لسنة (2019) بتشكيل لجنة لإعداد مشروعات اللوائح التنفيذية للهيئات الصحفية والإعلامية الثلاث، فى غضون شهرين من صدور القرار المؤرخ ب(27 مارس 2019) وهو ما لم يتم الالتزام به و صدور اللوائح حتى تاريخ كتابة هذه السطور .

- مع صدور لائحة الجزاءات والتدابير للمجلس الأعلى فى مارس سنة (2019) دعى بعض أفراد النقابات لجمع حملة توقيعات -اعتراضًا على بعض مواد اللائحة-

بلغ عدد موقعيها (600) عضو نقابي تم رفعها إلى رئيس نقابة الصحفيين ورئيس المجلس الأعلى، بينما طالب نقيب الإعلاميين بتدراك وتعديل اللائحة بما لا يناقض الدستور والقانون، ومعلنًا اتخاذ كافة السبل القانونية لإلغاء العمل بهذه اللائحة، ثم صدور لائحة الضوابط والمعايير المهنية التي أصدرها المجلس في سبتمبر (2019)، شملت الأكواد الأخلاقية للتناول الإعلامي والأخلاقى للممارسات الإعلامية والإعلانية والتي أثارت بدورها موجة رفض ومواجهات جديدة.

- أدى توسع اختصاصات المجلس وفقًا لقانون تنظيم الصحافة والإعلام (180) لسنة (2018)؛ ليشمل كافة وسائل الإعلام المرئية والمسموع والرقمي لكل من الوسائل العامة والوسائل الخاصة التي يتم بثها أو طبعها داخل مصر، إضافة إلى توكيل المجلس بوضع وتطبيق الضوابط والمعايير الضابطة للأداء الصحفى والإعلامى والإعلانى فى مصر، وتوكيل المجلس بمنع الممارسات الاحتكارية فى المجال الإعلامى، وتلقى إخطارات الهيئة العامة للاستعلامات الخاصة بقاعدة بيانات المراسلين الأجانب، والمكاتب الصحفية والإعلامية العاملة داخل مصر، والتنسيق مع الهيئة لوضع قواعد عمل هذه المكاتب، إضافة إلى منح التراخيص للشركات العامة فى مجال توزيع الأقنية الفضائية (الكابل)، وكذا المنصات الإعلامية المشفرة، والموافقة على المطبوعات الأجنبية قبل توزيعها داخل جمهورية مصر العربية؛ أدى هذا الكم والتنوع فى المهام الموكلة إلى المجلس النظر إلى المجلس كسلطة رقابية بدلاً من كونه سلطة تنظيمية الغرض الرئيسى منها ضبط الأداء الإعلامى وإشراكه فى عملية التنمية والاستقرار الوطنى.

- أدت هذه المشاحنات المستمرة إلى تركيز الضوء على الأداء الرقابى للمجلس، والتركيز على الإجراءات الجزائية والعقابية دون التركيز على تجاوزات الوسائل نفسها، وهو ما يجعل وظيفة المجلس أكثر صعوبة.

الخاتمة والتوصيات :

من خلال عرض نتائج التحليل للقرارات الصادرة من المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام منذ تأسيسه في أبريل (2017) ، وحتى منتصف أكتوبر (2019) ، فإنه يمكن استخلاص واقتراح التالي :-

- تعد تلك الدراسة رصدًا لجزءًا صغيرًا من أنشطة المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام ، وهي تحليل القرارات الرسمية الصادرة عنه ، إنما خلف هذه القرارات ، يتضح للباحثة: من خلال متابعة المصادر الثانوية لأخبار المجلس بصفة دورية تعدد أنشطة المجلس ولجانه المتعددة ، من تنظيم الدورات التدريبية ، وإنشاء المدونات السلوكية المختلفة، والمشاركة في العديد من المؤتمرات المحلية والدولية، واجتماعات الإعلاميون العرب، وغرف العمليات للأحداث الطارئة ، وإنشاء منظومة إعلامية متكاملة تشمل جميع المجالات بدءًا من الأكواد الأخلاقية ومعايير الممارسة والتناول، سواء الدرامي، أو ما يخص البرامج الحوارية، أو الأعمال الدرامية، أو الرسائل الإعلامية الموجهة للمرأة والطفل، أو برامج الفتاوى الدينية ، وغيرها الكثير من الأنشطة ، التي يصعب حصرها في دراسة واحدة.

- كما تشكل توصيات اللجان المختلفة في قرارات المجلس جزءًا صغيرًا لأنشطتها المختلفة ، فعلى سبيل المثال ، أصدرت تلقت لجنة الشكاوى - منذ بداية تأسيسها وحتى مارس (2018) - (371) شكوى ، حيث تم اتخاذ إجراءات وقرارات في (238) شكوى ، وتم حفظ (94) شكوى - وفقًا لما ورد في التقرير السنوى الأول للمجلس - ، و هو ما يعطى مؤشرات على العمل الجاد داخل اللجان وعدم قصر تحركات اللجان المختلفة في توصياتها في القرارات الصادرة فقط.

- أصدر المجلس الأعلى لتنظيم الصحافة والإعلام على مدار فترة التحليل (82) قرارًا تنظيميًا / إداريًا خاص بشئون التنظيم والعاملين، ومنح التراخيص ، وتنظيم البعثات، واختيار منسقيها ، وغيرها من الأعمال الإدارية ، وذلك من أصل (200) قرار صادر عن المجلس أى ما يقارب (41%) من إجمالي القرارات؛ إزاء ما تقدم فإن الباحثة ترى فصل القرارات الإدارية الخاصة بنظام العمل واللجان داخل المجلس، عن القرارات الخاصة بالوسائل الإعلامية منعًا للتشتت .

- توصى الباحثة بتعديل تشكيل المجلس الأعلى لزيادة أعضائه من تسعة أعضاء إلى خمسة عشر عضوًا وذلك للحاجة إلى تشكيل لجان متخصصة، تظهر الحاجة إليها من خلال ممارسات المجلس ، والتي تتطلب المتابعة والتفرغ لرئاسة أو عضوية اللجان المشكلة ، وعدم الانضمام لأكثر من لجنة في نفس الدورة .

- ضرورة تشكيل لجنة لضبط أداء الإعلام الرقْمى، والذي يصعب دمجُه ضمن اختصاصات اللجان الأخرى كلجنة الرصد و المتابعة.
- تشكيل لجنة توافقية يتم ترشيح أعضائها من المجلس الأعلى، والهيئة الوطنية للصحافة، والهيئة الوطنية للإعلام، والهيئة العامة للاستثمار، والجهاز القومى لتنظيم الإتصالات، وكلاً من: نقابتي الصحافة والإعلام لعرض التجاوزات الإعلامية، وتحديد اختصاصات كل جهة تمهيداً لعرضها فى مجالس كل جهة على حدة؛ حتى لا يتم إصدار قرارات فردية من كل جهة لنفس الموضوع، وهو ما ينهى التناقض والتفاوت الجزائى بين الجهات الإعلامية .
- تشكيل لجنة خاصة للرقابة على المواد الإعلانية، ومحتواها، ومدد الفواصل الإعلانية، والتأكد من التزام الوسائل المختلفة بالمعايير، والأكواد الأخلاقية، وفصلها عن لجنة الدراما مع الفصل بين عمل اللجنة واختصاصات هيئة المصنفات الفنية، وجهاز حماية المستهلك .
- النشر الدورى لتقارير لجنة الرصد، والشكاوى والإجراءات الردعية التى أقرها المجلس، على أن يتم النشر فى جميع وسائل الإعلام، وذلك لإعلام الجمهور بدور المجلس وتبنيه لمبادئ المسئولية الاجتماعية للإعلام المصرى .
- من خلال التحليل لاحظت الباحثة: اختلاف المرجعيات القانونية، والمواد المفصلة للقرارات المُتخذة لنفس الموضوع (والتي كان أغلبها تنظيمياً/ إدارياً) - مع التأكيد على ملاحظة تطورها على مدار فترة التحليل- وهو ما يدفع الباحثة باقتراح نماذج موحدة للقرارات الدورية الروتينية؛ لضمان ثبات العناصر الشكلية فى القرار، وتمثيل السند القانونى .
- أيضاً من خلال التحليل لاحظت الباحثة: عدم صدور أية قرارات موجهة للقنوات الإذاعية سواء العامة أو الخاصة، وهو ما يثير التساؤل عن اهتمام المجلس بمتابعة الأداء الإذاعى أسوة ببقية الوسائل.
- يُعد التشكيل الجديد للمجالس والهيئات والنقابات الإعلامية بيئة خصبة للدراسات الإعلامية، وخاصة لتقصى مدى مواكبة هذا التشكيل للتطور التكنولوجى السريع، الذى ينعكس بدوره على الإعلام الرقْمى.
- تناشد الباحثة الجهات المسئولة تكثيف الدورات التدريبية لممارسى الإعلام حرصاً على إلمام العاملين بالمجال بالتحديثات فى قوانين وضوابط ومعايير وأخلاقيات المهنة كشرط من شروط الحصول على رخصة الممارسة .
- ضرورة إعادة تقييم الوضع الإعلامى فى مصر على أسس جديدة يحكمها الالتزام

بالمعايير المهنية والأخلاقية كواجب ومسئولية أمام المجتمع بدلاً من تبرير سوء الممارسة بالحرية . فالحرية يجب أن تصاحبها مسؤولية حتى لا تتحول إلى فوضى وسباق اقتصادى يتم بناؤه على حساب سمعة وخصوصية أفراد وكيانات المجتمع .
- وأخيراً فإن الغرض الرئيسى للبحث العلمى هو وضع الأساس والركيزة الصلبة للنهوض بالمجال الإعلامى ، وفى نفس الوقت الحفاظ على التراث الثقافى والتاريخى والدينى والاجتماعى للمجتمع ، وإلزام كلاً من الجمهور والمؤسسات الإعلامية بتحمل المسؤولية والاشتراك فى الخطط التنموية لصالح الأجيال القادمة .

مراجع الدراسة:

- 1 رانيا الكيلاني ، المسؤولية الاجتماعية للاعلام المصري فيما بعد ثورة يناير 2011، مجلة كلية الآداب - جامعة طنطا ، ع 26، ج1- يناير 2013 ، ص ص 313-376.
- 2 نشوة سليمان عقل، إدراك طلاب الإعلام لمفاهيم المسؤولية الاجتماعية والمعايير المهنية للأداء الإعلامي: دراسة مقارنة بين الدارسين والممارسين، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، مج 16، ع 1، مارس، 2017، ص ص 47-82.
- 3 ثريا أحمد البدوي، المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كأحد معايير الحوكمة الإعلامية في مصر: دراسة تحليلية لخطابات النخبة نحو الآخر الديني خلال الانتخابات البرلمانية في ضوء تصوراتهم لقيم الإعلام الرشيد، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، ع 43، يونيه، 2013، ص ص 433-522
- 4 منى مجدى عبد المقصود، الاتجاهات الحديثة في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام: رؤية تحليلية نقدية ، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال* - جامعة الأهرام الكندية ، ع 16، مارس، 2017، ص ص 114-133.
- 5 نرمين زكريا خضر، اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية في الألفية الثالثة، *المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام* - جامعة القاهرة، الإعلام بين الحرية والمسؤولية، 1-3 يوليو، 2008، ص ص 285-373.
- 6 إبراهيم محمد فرج ، اتجاهات الجمهور نحو تغطية الصحف المصرية لقضايا حقوق الإنسان في ضوء مسؤوليتها الاجتماعية، *مجلة دراسات الطفولة*، كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس ، مج 13، ع 4- أبريل - يونيو، 2010، ص ص 1-69.
- 7 ميرال صبري العشرى، فاطمة القليني، عبد الباسط عبد المعطى، المداخل النظرية لدراسة المسؤولية الاجتماعية للصحافة المصرية، *مجلة البحث العلمي في الآداب*، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية- جامعة عين شمس ، ج1، ع13، 2012، ص ص 111-126.
- 8 نانسي عادل حبشى، نجوى كامل، ليلي عبد المجيد، التداعيات الأخلاقية والقانونية لإنتهاك الصحافة لخصوصيات مصادر المعلومات في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية: بريطانيا نموذجاً، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، يونيه، 2016، ص ص 391-433.
- 9 أحمد أحمد عثمان، حرية التعبير في برامج المشاركة بالراديو في إطار المسؤولية الاجتماعية للإعلام الإذاعي، بحث مقدم في *المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر لكلية الإعلام* - جامعة القاهرة، الإعلام بين الحرية والمسؤولية، 24-26 يونيه، 2008، ص ص 657-733.
- 10 آمال حسن الغزاوي، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية في تناول الأداء الحكومي- دراسة تحليلية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، م9، ع3، يناير - يوليو ، 2009، ص ص 1 - 63.

- 11 إنجي عباس أبو العز، معالجة قضايا المجتمع بعد ثورة 25 يناير في الإذاعات المصرية عبر الانترنت في اطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام- جامعة القاهرة*، عدد خاص، سبتمبر، 2012، ص ص 1269-1301.
- 12 مروى ياسين بسيوني، المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية التلفزيونية في معالجة قضايا ثورة 25 يناير: دراسة تحليلية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام- جامعة القاهرة*، عدد خاص، سبتمبر، 2012، ص ص 559-616.
- 13 دينا يحيى، تقييم طلاب الاعلام للاداء المهني لبرامج «التوك شو» التلفزيونية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام - جامعة القاهرة*، ع 51، يونيو، 2015، ص ص 1-54.
- 14 مى أبو السعود، المسؤولية الاجتماعية للدراما التلفزيونية المصرية: دراسة تحليلية لعينة من المسلسلات الرمضانية، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام- جامعة القاهرة*، ع3، سبتمبر، 2015، ص ص 137-181.
- 15 فاتن عبدالرحمن الطنباري، عبدالعزيز السيد عبدالعزيز، هايدى إبراهيم محمد حلموش، المسؤولية الاجتماعية لمقدمي البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية، *مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا للطفولة - جامعة عين شمس*، مج 20، ع 7- سبتمبر، 2017، ص ص 117-122.
- 16 الاميرة سماح فرج عبدالفتاح، مدركات الجمهور المصرى لحدود المسؤولية الاجتماعية والمحاسبة السياسية في أزمة الترسبات الإعلامية، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام- جامعة القاهرة*، ع 59، يونيو، 2017، ص ص 169-254.
- 17 ميادة عبدالعال، سامية قدرى، ليلى عبد المجيد، البرامج الحوارية في التلفزيون المصري وعلاقتها بالحرية والمسؤولية الاجتماعية - دراسة تحليلية، *مجلة البحث العلمي في الآداب، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية- جامعة عين شمس*، ع 19، ج1، 2018، ص ص 375-397.
- 18 محمد عاطف ياسين، واقع تبني منظمات الأعمال الصناعية للمسؤولية الاجتماعية: دراسة تطبيقية لأراء عينته من مديري الوظائف الرئيسية في شركات صناعة الأدوية البشرية الأردنية، *رسالة ماجستير، كلية العلوم الادارية والمالية - جامعة الشرق الأوسط*، 2008.
- 19 سلوى محمد يحيى العوادلى، تأثير استخدام برامج المسؤولية الاجتماعية عبر الانترنت على بناء سمعة المنظمة، بحث مقدم في مؤتمر الإعلام وقضايا الإصلاح في المجتمعات العربية- الواقع والتحديات، 7-9 يوليو 2009، ص ص 1-31.
- 20 أميرة فؤاد مهران، تأثير تبني منظمات الأعمال للمسؤولية الاجتماعية على اتجاه العملاء نحو المنظمة ونية شراء منتجاتها: دراسة تطبيقية على عملاء المراكز التجارية بالقاهرة الكبرى، *مجلة جامعة الشقراء، السعودية*، ع1، نوفمبر، 2013، ص ص 220-269.
- 21 حاتم محمد عاطف، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة: دراسة تحليلية للمواقع الإلكترونية لمؤسسات قطاع الاتصالات العاملة في مصر، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق*

- الأوسط، القاهرة، ع 1، ديسمبر-2013، ص ص 131-175.
- 22 عبدالراضي مخلف البلوشي، تأثير جودة خدمات برامج المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة على رضا الجمهور الداخلي: دراسة على عينة من العاملين بشركات تكرير البترول، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، ع 10، يونية، 2017، ص ص 281-325.
- 23 محمد نور فرحات، حرية الصحافة والإعلام في مصر: بين التنظيم القانوني والمعايير الدولية لحقوق الإنسان، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية والسكان، ع73، ديسمبر 1993، ص ص 37-45.
- 24 محمد نور فرحات، التنظيم القانوني لحرية التعبير والنشر، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية والسكان، ع81، ديسمبر، 1995، ص ص 50-58.
- 25 ليلي عبد المجيد، تشريعات الصحافة المصرية في مصر - دراسة تحليلية لآثارها على الصحافة المحلية، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، ع 74، مارس، 1994، ص ص 83-104.
- 26 إسماعيل صبرى عبد الله، حق المواطن في المعرفة، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، ع 80، سبتمبر، 1995، ص ص 425-426.
- 27 جابر نصار، حرية الصحفي - دراسة مقارنة، *مجلة الدراسات الإعلامية*، المركز العربي الاقليمي للدراسات الإعلامية للسكان والتنمية والبيئة، ع 80، سبتمبر، 1995، ص ص 425-426.
- 28 محمد سعد إبراهيم، *حرية الصحافة: دراسة في السياسة التشريعية وعلاقتها بالتطور الديمقراطي*، دار الكتب العلمية، 1999.
- 29 شريف درويش اللبان، حرية التعبير والرقابة في الوسائل الإعلامية الجديدة: دراسة تحليلية مقارنة للتشريعات المنظمة للانترنت في الولايات المتحدة الامريكية والدول العربية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، كلية الإعلام - جامعة القاهرة، م3، ع14، مارس، 2002، ص ص 131-229.
- 30 عبد الحكيم بوجائي، الإعلام وعلاقته بالقانون الدولي الإنساني بين الأهمية والخطورة، بحث مقدم في *المؤتمر الدولي الرابع: التربية على القانون الدولي الإنساني*، الجزائر، أغسطس، 2014، ص ص 261-275.
- 31 إيمان سليمان أمين، اتجاهات النخبة الإعلامية المصرية نحو التشريعات الإعلامية عقب ثورة 25 يناير 2011، *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان*، ع11، سبتمبر، 2017، ص ص 417-443.
- 32 هالة السيد الهاللي، حرية الرأي والتعبير بين المواثيق الدولية والتشريعات الوطنية - دراسة حالة لبعض التشريعات المصرية في ظل دستوري 1971 و 2014، *مجلة كلية الاقتصاد*

والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، م19، ع2، أبريل، 2018، ص ص101-128.
 33 شريف درويش اللبان، حرية التعبير والرقابة في الوسائل الإعلامية الجديدة: دراسة تحليلية مقارنة للتشريعات المنظمة للانترنت في الولايات المتحدة الأمريكية والدول العربية، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام - جامعة القاهرة*، م3، ع14، مارس، 2002، ص ص131-229.

34 عبد الأمير الفيصل، التشهير عبر الانترنت: دراسة مقارنة للتشريعات الإعلامية الأمريكية والبريطانية، *مجلة كلية الآداب - جامعة بغداد*، 2، 2007، 79، ص ص465-502.

35 عزوق الخير، مكانة قانون الإعلام وعلاقته بفروع الإعلام الأخرى، *مجلة شئون العصر، المركز اليمني للدراسات الاستراتيجية*، م15، ع40، يناير-مارس، 2011، ص ص209-222.

36 عزوق الخير، الإعلام بين فلسفة القانون وقواعد الأخلاق، *مجلة المفكر، كلية الحقوق و العلوم السياسية بجامعة محمد خيضر - بسكرة - الجزائر*، ع7، نوفمبر، 2011، ص ص143-157.

37 شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، *مجلة رؤى استراتيجية*، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، م2، ع7، يوليو، 2014، ص ص96-135.

38 كريمة قلاعة، حرية الرأي والتعبير في الإعلام الالكتروني ما بين بؤادر التشريع واللا تشريع وضوابط الممارسة الإعلامية، *مجلة دراسات*، جامعة عمار تليجي - الأغواط، الجزائر، ع56، يوليو، 2016، ص ص121-128.

الموقع الرسمي للمجلس الأعلى لتنظيم <http://scm.gov.eg/category> 39

الإعلام

40 لمزيد من الإطلاع :-

- محمد حسام الدين، *المسؤولية الاجتماعية للصحافة*، الدار المصرية اللبنانية للنشر - القاهرة، ط1، 2003.

- Peterson T., Siebert, F., schramm .w. **The Social responsibility theory of the press. In four theories of the press**, University of Illinois press - Chicago, 1984, p p: 73-104.

- فتحى حسين عامر، *المسؤولية القانونية والأخلاقية للصحفي*، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.

- فتحى حسين عامر، *حرية الإعلام والقانون*، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة 2012.
 - ليث بدر يوسف، زهراء حسين الحداد، *المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الالكترونية*، دار أجمد للنشر والتوزيع - عمان، 2017.

- حسين أحمد المحمد، *المسؤولية الاجتماعية والعمل العام*، بحث منشور، *مجلة الوعي الإسلامي*، العدد 584، 2014.

- Dutta, Soumya. **Social responsibility of Media and Indian de-**

mocracy. Global Media Journal Indian Edition 2249 – 5835, 2011.
- Shraddha Bajracharya, Social Responsibility theory , available at:
<https://www.businesstopia.net/mass-communication/social-responsibility-theory>

- صالح أبو أصبع ، وسائل الإعلام والمسئولية الاجتماعية ، مقال منشور ، جريدة البيان ، 24 مايو 2019 .

- حسن عماد مكاوي ، أخلاقيات العمل الإعلامي ، الدار المصرية اللبنانية للنشر – القاهرة ، 2003 .

- محمد بن سعود البشر ، نظريات التأثير الإعلامي ، العبيكان للنشر والتوزيع – الرياض ، 2014 .

- اجاث المؤتمر العلمي الدولي الرابع عشر «الإعلام بين الحرية والمسئولية» يوليو 2008.

41 communication Theory – Normative Theory – four theories of the press available at:-

<https://www.communicationtheory.org/normative-theory-four-theories-of-the-press>

42 محمد بن سعود البشر ، مرجع سابق ، ص:ص 38:39.

43 Muhammed Yusuf & Jianan Chen, Review of Mcquail's Mass Communication Theory (6th ed.), **Journal of Media Studies** vol.29, July, 2014 p p70-78.

- سعد سلمان المشهداني ، مرجع سابق ، ص 117 .

44 كمال عبيد ، الإعلام الجديد بين المسئولية الاجتماعية والتضليل الدعائي ، ورقة بحثية ، شبكة النبا المعلوماتية متوفرة بتاريخ 2019/6/27 على موقع الشبكة :

<https://annabaa.org/arabic/informatics/19743>

- محمد حسام الدين ، المسئولية الاجتماعية للصحافة ، الدار المصرية اللبنانية للنشر ، القاهرة ، ط 1 ، فبراير 2003 ص ص 46،47 .

45 عادل عبدالغفار : أبعاد المسئولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة : دراسة

تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم 2 ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي التاسع (أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق) ، كلية الإعلام ، مايو 2003 ، ص 755

- محمد حسام الدين ، المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية ، رسالة ماجستير ، غير منشورة ، كلية الإعلام – جامعة القاهرة ، 1996 ، ص 81

46 Denis Mc Quail, **Media performance Mass Communication and the public Interest**, SAGE publications, U.K, 5th edition, 1999 , p.17

- 47 أحمد فارس صالح ، معوقات الأداء الإعلامى لدى الاعلاميات في محافظات غزة ، بحث منشور ضمن أعمال **المؤتمر العلمى الدولى : المرأة الفلسطينية - بناء وأدوار في ظل التحديات -** كلية التربية ومركز الأبحاث والدراسات - الجامعة الاسلامية - غزة ، مارس 2017 ، ص 357
- 48 إيمان عز الدين دوابه ، فاعلية إستخدام استراتيجية الخرائط الذهنية في تحسين الأداء الإعلامى لدى طلاب الإعلام التربوى : دراسة تجريبية ، بحث منشور ، **المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون** ، كلية الإعلام - جامعة القاهرة ، العدد 7 ، سبتمبر 2016 ، ص 262
- 49 **المراجع السابق نفسه** ص 262
- 50 ليلي عبدالمجيد ، **تشريعات الإعلام وأخلاقياته** ، دار النهضة العربية ، مصر ، 2007 ، ص ص 84 - 113
- عصام سليمان موسى ، الضوابط المهنية والأخلاقية الإعلامية لمعالجة الجريمة والانحراف في المجتمع العربى ، ورقة بحثية ، غير منشورة ، **الندوة العلمية - الإعلام والأمن -** جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الخرطوم ، من 11-13/4/2005 ، ص ص 11-15

51 Eugene L.Meyer, Applying Standards : Media Owners and Journalism Ethics – A report t to the center of **International Media Assistance CIMA publications**, Washing ton D.C, U.S.A, May 2013, p p 34-37.

- Ethical Journalism Network Media Standards for the Digital Age Media Standards: A Model for Ethics, Good Governance, and Transparency, available one:

<https://en.unesco.org/sites/default/files/ejn-media-ethical-audits-content.pdf>

52 OPM, Performance Management Cycle, available on:

<https://www.opm.gov/policy-data-oversight/performance-mangement>

(53) Nathan McClure, Why Operational Standards? , article published, **Public safety communications**, June issue of Public Safety Communications, 2013.

53 رحمة الزعبي ، أثر التخطيط الاستراتيجى فى أداء مؤسسات التعليم العالى الجزائرية - دراسة حالة جامعة محمد خيضر بسكرة ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة محمد خيضر - الجزائر ، 2014 ، ص 66.

54 ألوية سعادة ، بطاقة الأداء المتوازن كأداة للقيادة الاستراتيجية فى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة حالة عينة من المؤسسات بورقلة ، **رسالة ماجستير** ، غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية - جامعة قاصدى مرباح - وزملة - الجزائر ، 2013 ، ص 8.

- 55 عبدالبارى إبراهيم دزة ، تكنولوجيا الأداء البشرى فى المنظمات : الأسس النظرية ودلالاتها فى البيئة العربية المعاصرة ، ط1 ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، 2003 ، ص25 .
- 56 محمد نور فرحات ، حرية الصحافة والإعلام فى مصر ، مرجع سابق ، ص38 .
- 57 انظر الجريدة الرسمية بعدديها :-
- 64 تابع (أ) الصادر فى 18 مارس 2019 .
- 197 تابع الصاد فى 5 سبتمبر 2019 .

