

الفصل الخامس

الديموقراطية وخصخصة الإعلام

العلاقة بين الملكية والديموقراطية

أن نمط ملكية وسائل الإعلام في أي مجتمع يرتبط بطبيعة النظام السياسي والاقتصادي القائم في هذا المجتمع، ورغم تعدد أنماط ملكية وسائل الإعلام وتنوعها بفعل تعدد النظم السياسية والاقتصادية وتنوعها، إلا إننا يمكن أن نحصر ملكية وسائل الإعلام في نمطين رئيسين: الملكية الفردية لوسائل الإعلام، والملكية العامة لهذه الوسائل^(١)، وقد ارتبطت الملكية الفردية بالنظام الرأسمالي في حين ارتبطت الملكية العامة بالنظام الاشتراكي^(٢).

وبالطبع وجدت استثناءات في بعض المجتمعات، وعبر مراحل تاريخية مختلفة، ولكنها جميعا لانكسر القاعدة.

وقد عرفت بعض المجتمعات أشكالاً وألواناً مختلفة من النظم السياسية والاقتصادية في مراحل متعددة من تطورها لا يمكن تصنيفها، ففيها بعض من سمات النظم الرأسمالية، وفيها سمات أخرى من النظم الاشتراكية، كما أن هذه السمات تتبدل وتتغير من فترة إلى أخرى وفق ما يحدث من تطورات سياسية واقتصادية، وكذلك فقد تجاوزت أنماط مختلفة لملكية وسائل الإعلام في المجتمع الواحد، بحيث وجدت الملكية العامة لبعض الوسائل جنباً إلى جنب مع الملكية الخاصة^(٣).

ومن المهم أن تعترف بأن ديموقراطية الإعلام ترتبط اليوم كما كانت دائماً

في الماضي بنمط ملكية وسائل الإعلام^(٤)، وقد ظهرت مؤلفات غير قليلة بعد انهيار الاتحاد السوفيتي ومنظومة الدول الاشتراكية في مطلع تسعينات القرن الماضي، تحاول الربط بين الملكية العامة لوسائل الإعلام وافتقاد هذه الوسائل للديموقراطية^(٥) حيث أدّى التطبيق العملي لنمط الملكية العامة لوسائل الإعلام في المجتمعات الاشتراكية إلى إخضاع هذه الوسائل للسيطرة الحكومية المباشرة أو لتحكم الأحزاب الحاكمة وحدها، وهو الأمر الذي حرم بقية أفراد المجتمع من حقهم الطبيعي في الإعلام^(٦) وقد كثر في أدبيات هذه الفترة الربط بين الملكية العامة لوسائل الإعلام وغياب الديموقراطية^(٧)، وتكاملت هذه الرؤية في العديد من الأدبيات مع محاولة الربط بين نمط الملكية الفردية لوسائل الإعلام ووجود الديموقراطية^(٨)، وهذا الربط يقوم علي أساس أن حق الفرد في الإعلام حق طبيعي، ولكي يمارس الفرد هذا الحق لابد لوسائل الإعلام أن تتعدد وتتوسع دون أية قيود، إن ديموقراطية الإعلام تتطلب تعدد وسائل الإعلام وتنوع اتجاهاتها مما يتيح للفرد الاطلاع علي كافة الأفكار والاتجاهات وبالتالي يتيح له حق الاختيار بين هذه الأفكار والاتجاهات، واتساقاً مع ذلك فإن لكل فرد أو أية جماعة الحق في أن تصدر أو تبث ما تشاء من وسائل الإعلام ما دامت قادرة علي ذلك ودون حاجة إلي ربط هذا الحق بتصريح أو موافقة السلطة الحاكمة^(٩)، وهو ما بمعنى إن ديموقراطية وسائل الإعلام رهن بإطلاق حق الملكية الفردية لهذه الوسائل^(١٠).

ولكن التجارب التاريخية لتطور نمط ملكية وسائل الإعلام تؤكد إن الملكية الفردية لوسائل الإعلان لم تكن في كافة الأحوال شرطاً أو مظهراً للديموقراطية الإعلام، ففي الكثير من الأنظمة السلطوية في العالم سمح بالملكية الفردية لوسائل الإعلام، ولكن ظل قيام هذه الوسائل واستمرارها رهن برغبة السلطة، وفي مقابل سماح السلطة لبعض الأفراد بحق تملك وسائل الإعلام فقد أوجدت لها حقوقاً توازن بها هذا الحق، مثل إلزام الأفراد بضرورة الحصول علي

ترخيص حكومي بإصدار وسائل الإعلام، ومثل حق الحكومة في فرض الرقابة علي ما تنشره أو تذيعه، ومثل حق الحكومة في وضع القوانين التي تعاقب وسائل الإعلام في حالة ما إذا خالفت هذه القواعد وقد يصل العقاب التي حد إغلاق الوسيلة الإعلامية أو حبس الإعلاميين المخالفين.

ونستخلص مما سبق أن الملكية الفردية لوسائل الإعلام ليست في كل الأحوال مؤشرا علي تمتع هذه الوسائل بالحرية، وعلينا أن نلاحظ أن ملكية الدولة لوسائل الإعلام ليست في كل الأحوال مؤشرا علي انعدام الحرية في هذه الوسائل، ففي الكثير من الدول الديمقراطية ظلت وسائل الإعلام الإذاعية والتلفزيونية ملك للدولة وحدها، وعندما سمح للقطاع الخاص بحق البث الإذاعي والتلفزيوني لم يترتب علي ذلك إلغاء ملكية الدولة لجانب كبير من الإعلام الإذاعي التلفزيوني، وعلي سبيل المثال فإن هيئة الإذاعة البريطانية (B.B.C) مازالت مملوكة للدولة وكذلك اتحاد الإذاعة والتلفزيون الفرنسي والأمر كذلك في معظم دول غرب أوروبا، ثم انضمت إلي القائمة معظم دول شرق أوروبا بعد أن تخلصت من النظام الاشتراكي، والأمر ذاته يوجد في عدد غير قليل من الدول الديمقراطية خارج أوروبا كما هو الشأن في كندا واليابان وأستراليا والهند وجنوب أفريقيا وقد وجدت الملكية العامة لوسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني في الدول الديمقراطية لاعتبارات فنية ترتبط بتوزيع الترددات الإذاعية بين الدول علي النطاق العالمي.

ولكن الأمر تميز في هذه المجتمعات الديمقراطية بمتغيرين رئيسين أولهما السماح منذ فترة مبكرة للقطاع الخاص بالتواجد في هذا المجال والثاني أن هذه المجتمعات أوجدت قوانين وأعراف تضمن استغلال هذه الوسائل وحمايتها من التدخل الحكومي، وهو استقلال مبني علي التفرقة الصارمة بين الدولة والحكومة فالدولة تمثل المواطنين جميعاً بينما الحكومة تمثل حزباً أو أكثر من المواطنين

والدولة دائمة في حين أن الحكومة متغيرة، وبناء علي ذلك فإن ملكية الدولة لوسائل الإعلام الإذاعي والتلفزيوني لا يتطلب بالضرورة الإشراف الحكومي المباشر علي هذه الوسائل.

ويلاحظ أن غالبية محطات الإذاعة والتلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية ومعظم دول أمريكا اللاتينية محطات تجارية ذات ملكية خاصة، وتقوم الدولة بدور السلطة التنظيمية عن طريق إصدار التراخيص والاحتفاظ بدرجات مختلفة من الإشراف علي عمليات التشغيل، وتفرض اللجنة الاتحادية للاتصالات في الولايات المتحدة عدد من القواعد العامة، وتملك حق إلغاء أو عدم تجديد الترخيص للمحطة الإذاعية أو التلفزيونية، وهو حق نادرا ما يستخدم، وعلي المستوي الدولي نجد اليوم مجالا واسعا من أنماط الملكية يبدأ من المشروع الخاص علي الطريقة الأمريكية إلي نظام الهيئة التابعة للدولة ولكنها تتمتع باستقلال ذاتي وهو النظام الشائع في أوربا، حتى نصل إلي الملكية الحكومية وهو النظام الذي كان متبعا في الدول الاشتراكية سابقا ومازال ساريا في العديد من الدول الأفريقية وتسم من آسيا وفي الغالبية العظمى من البلدان العربية.

ومن الملاحظ أنه مع التطور في تكنولوجيا الاتصال بدأت الفروق بين أنماط الملكية تفقد ملامحها فهناك محطات تجارية للراديو التلفزيون تقوم جنباً إلي جنب مع الهيئات العامة، كذلك كان إدخال التلفزيون الكابلي أدي إلي إضفاء مزيد من التنوع علي نظم الملكية والإشراف.

وبالنسبة للصحف فالغالبية العظمى منها بكافة الدول الديمقراطية صحف خاصة، يملكها أفراد أو شركات أو تديرها أحزاب سياسية أو مؤسسات غير حكومية، وفي المراحل الأولى من نشأة الصحافة الخاصة، غلب عليها طابع ملكية الأفراد، غير أن التطور أدي إلي ظهور الملكيات المشتركة لمجموعة من الأفراد، وملكيات الشركة المساهمة، ثم ظهرت بعد ذلك الشركات الكبرى

المالكة لعدد كبير من الصحف أو ما سمي بالسلاسل الصحفية أو المجموعات الصحفية، وقد ظهرت المؤسسات الصحفية الضخمة في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا وألمانيا، وتحول بعضها إلى مؤسسات كبرى مالكة لعدد كبير من الصحف ثم توسعت بعد ذلك وضمت العديد من محطات الراديو والتلفزيون واستديوهات السينما والمسارح.

وقد وجهت العديد من الانتقادات إلى السلاسل الإعلامية الكبرى بسبب تهديدها لحرية الإعلام، حيث يتاح لملاك هذه السلاسل قدرة كبرى علي توجيه الرأي العام وفق انتماءاتهم الفكرية ومصالحهم فضلا عن أن التركيز يحد من حرية التعبير داخل هذه المؤسسات، كما ينتقص من الموضوعية، وهو الأمر الذي يؤثر علي حرية التعبير في المجتمع كله بفعل ما تملكه هذه السلاسل الكبرى من قدرة علي المنافسة والسيطرة علي سوق التوزيع والإعلان مما يهدد وجود الصحف الأخرى وخاصة الصغيرة، وهو ما يحول دون وجود منابر متعددة للرأي مما دفع عدد أمن الدول الديمقراطية إلي التفكير في إدخال بنود في الدستور تمنع قيام الاحتكارات في الإعلام^(١).

ولكل هذه الأسباب سعت بعض المجتمعات الديمقراطية إلي تقديم المساعدات للصحف الصغيرة لتشجيعها في مواجهة منافسة المؤسسات الكبرى، وقد اتخذت مساعدات الدولة صور مختلفة منها الإعفاءات الضريبية التي لا تتمتع بها الصناعات الأخرى، وتخفيض التعريفات المخصصة للبريد والهاتف وضمان حصول هذه الصحف علي إعلانات من الحكومة ودعم أسعار ورق الصحف، وعلي الرغم من أن وسائل الإعلام بشكل علم ترتأب من التدخل الحكومي في شئونها فقد أدت الرغبة في الاحتفاظ بالتنوع عن طريق الإبقاء علي وسائل الإعلام الضعيفة إلي النظر في برامج متنوعة تحصل بموجبها الصحف المحتاجة علي منح مباشرة من الدولة في سبع دول أوربية من الدول

العريقة في الديمقراطية وفي التطبيق العملي لم تشكل هذه المساعدات أية قيود علي حرية هذه الصحف في انتقاد الحكومة^(١٢).

وفي السنوات الأخيرة طرحت أفكار تطالب بإشراك الصحفيين في ملكية مؤسساتهم وخصوصا بعد نجاح تجربة مشاركة صحفيين في صحيفة (لوموند) الفرنسية في ملكية صحيفتهم وتتزايد الدعوات حاليا في العالم لتمليك الصحف إلي مؤسسات مساهمة تباع أسهمها للأفراد وتحديد نسبة مساهمة الفرد في الملكية علي أن تدار هذه الصحف بواسطة مجالس يشارك فيها الصحفيين والإفراد والهيئات المعبرة عن الرأي العام.

هناك مؤشرات قوية لتطور نظم ملكية وسائل الإعلام في دول العالم منذ بداية العقد الأخير من القرن العشرين وهي ترجع في الأساس إلي شيوع الاتجاه نحو الديمقراطية ذات التعددية الحزبية في هذه المجتمعات، ففي أغلب الدول الإفريقية ظهرت مؤسسات صحفية خاصة، أما بالنسبة للراديو والتلفزيون فمازال يسود نظام التبعية المباشرة للدولة، وفي السنوات الأخيرة بدأ السماح للقطاع الخاص بالاستثمار في مجال الراديو والتلفزيون بالفعل في نيجيريا، وفي الدول الآسيوية تتعدد نظم ملكية وسائل الإعلام بسبب تباين النظم السياسية والاقتصادية، حيث توجد صحف تملكها الدولة بشكل مباشر أو عن طريق الأحزاب الحاكمة، وهناك أيضا نظام المنظمات الإذاعية والتلفزيونية العامة علي غرار نظام B.B.C، وخاصة في الدول التي كانت مستعمرات بريطانية مثل الهند وباكستان وماليزيا، ومع ذلك فإن بعض هذه الدول - مثل ماليزيا - أصبحت تسمح للقطاع الخاص بتملك محطات الراديو والتلفزيون لمقاومة طوفان الشبكات الفضائية الآسيوية، وفي سريلانكا ونيبال بدأ السماح بامتلاك القطاع الخاص لمحطات راديو وتلفزيون وطنية .

وفي دول أوروبا الشرقية وروسيا الاتحادية تحولت معظم الصحف العامة

إلى صحف خاصة، واختفي بعضها من الوجود، وقد وصل الأمر إلى حد السماح لبعض المجموعات الرأسمالية الغربية بتملك بعض هذه الصحف، وبالنسبة للراديو والتلفزيون فما زالت توجد بعض الأنظمة العامة، ولكن سمح بالنظم الخاصة، إلا أن الأخيرة تعاني من متاعب مالية لانخفاض دخلها من الإعلان وهو ما يهدد قدرتها على البقاء.

وفي دول أمريكا اللاتينية أصبح طابع الملكية الخاصة يغلب على وسائل الإعلام، وهي عادة ملكية أسرية أو فردية وتسمى بملكية "البارونات". وتلعب الحكومات الآن دورا محدوداً للغاية في ملكية وإدارة النظم الإذاعية والتلفزيونية، وخاصة بالنسبة للخدمات المقدمة لسكان المناطق النائية والتي لا تغري المصالح التجارية بخدمتها.

ولا بد من الاعتراف بأن الطابع التجاري أصبح يسيطر على كثير من عمليات الاتصال والإعلام، مما يؤثر على حق المواطنين في إعلام ديموقراطي، ذلك إن الكثير من الأنشطة الإعلامية يعتبر اليوم من الأنشطة التجارية في الصحافة والكتب، والأفلام والمسلسلات والتسجيلات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية والمعلومات، وتحولت أيضا إلى سلعة تجارية. ومن الصعب أن يوجد في اقتصاديات السوق كثير من الأنشطة التجارية التي تعادل في نموها ذلك التوسع الضخم في صناعة الإعلام والمعلومات، في السنوات الأخيرة، بما حققته من بلايين الدولارات من عائد مبيعات الإنتاج الإعلامي والترفيهي، وبما لها من ميزانيات الإعلانات المتزايدة^(١٣).

لقد أصبح مضمون الاتصال - وهو يشكل جانبا كبيرا من المعرفة الإنسانية - يقدم كسلعة تجارية يتم تسويقها وبيعها كأى سلعة أخرى، وهدفها إرضاء النزعة الاستهلاكية للجمهور، وذلك بديلا عن مفهوم (الخدمة العامة)، وهي نتيجة طبيعية لعملية التسويق إلى تحكم في أنشطة المنتجين الإعلاميين، كما هو الشأن

ففي أي مشروع تجاري، إذ تعد المبيعات والأرباح اعتبارات أساسية في تفكير أولئك الذين يتخذون القرارات الخاصة بإنتاج الصحف والكتب والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، والأفلام السينمائية والعروض المسرحية ومعارض الفنون التشكيلية، بغية مواجهة منافسيهم والقدرة على البقاء في نهاية الأمر^(١٤).

إن المعلومات والأخبار أصبحت إنتاجاً تجارياً، ففي التغطية الإخبارية المحلية مثلاً، هناك أنباء هامة كثيرة عن الريف يجري إغفالها كي يفسح المجال لأنباء أخرى، هامة أو تافهة، تتعلق بأحداث حضرية ونشاطات خاصة بالصفوة، ولمثل هذه التشوهات ما يناظرها في التدفق الدولي للأنباء، ذلك أنه تمضي أحداث وقضايا هامة دون أن تتم تغطيتها، وخاصة تلك الأنباء الواردة من مناطق لا يألّفها القارئ أو المستمع أو المشاهد، لصالح أنباء أقل أهمية ترد من الدول الصناعية المتقدمة، وتعبّر عن أصحاب المصالح الاقتصادية الكبرى. ومن ثم فمن المؤكد أن مراعاة السوق والاعتبارات التجارية وراء كثير من التشوهات في المضمون الإعلامي.

ولكل المظاهر السلبية السابقة، ارتفعت أصوات غير قليلة في المجتمعات الصناعية المتقدمة تطالب بالحد من تأثير السوق والطابع التجاري على الإنتاج الإعلامي لما تشكّله من أخطار على الممارسة الديمقراطية، ولضمان حق المواطنين في معرفة صحيحة وموضوعية، وقدمت اقتراحات من بينها النظر في إمكان تغيير أنماط التمويل القائمة حالياً لوسائل الإعلام التجارية، بهدف تعديل الدور النسبي لكل من حجم الإعلانات والضرائب والحوافز المالية والدعم المالي، من أجل تأكيد الوظيفة الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتدعيم دورها في توفير المعلومات لأكبر عدد من المواطنين تدعيماً للممارسة الديمقراطية.

ملكية وسائل الإعلام في مصر

ظلت غالبية الصحف حتى نهاية الحرب العالمية الثانية في مصر في أيدي منشآت عائلية فهناك آل زيدان الذين يملكون دار الهلال وآل أمين في أخبار اليوم، وآل تكللا في الأهرام وآل أبو الفتح في المصري وآل دياب في الجهاد وآل حمزة في البلاغ وفاطمة اليوسف في روز اليوسف.

وفي عام ١٩٥٥ انتقلت دار أخبار اليوم من منشأة فردية إلى شركة ذات مسئولية محدودة وأصبحت لكل من دار الهلال والأهرام شركة مساهمة محدودة لا يخرج عدد المساهمين فيها عن نطاق أفراد العائلة وبعض كبار العاملين بها ممن تربطهم بأصحاب الجريدة صلة قوية في حين ظلت روز اليوسف منشأة فردية، أما دار التحرير للطباعة والنشر فقد أنشأت في عام ١٩٥٣م من قبل هيئة التحرير التي تحولت بعد ذلك إلى الاتحاد القومي ثم الاتحاد الاشتراكي وكانت تضم شركة الإعلانات الشرقية وشركة الإعلانات المصرية وكلها شركات مساهمة بالإضافة إلى جريدة الجمهورية.

وقد ظلت هذه الأوضاع قائمة حتى صدور قانون تنظيم الصحافة في ٢٣ مايو ١٩٦٠ وانتقلت بموجبه هذه الدور الصحفية إلى الاتحاد القومي ثم الاتحاد الاشتراكي وهو التنظيم السياسي الوحيد بالبلاد وبذلك ظهر نمط الملكية العامة للصحف والتي سميت بالصحف القومية^(١٥).

لقد نشأت المؤسسات الصحفية القومية مع صدور قانون ١٩٦٠ والخاص بتنظيم الصحافة، حيث آل إلى الاتحاد القومي عام ١٩٦٠ ثم الاتحاد الاشتراكي عام ١٩٦٤ كل من المؤسسات التي كان يملكها أفراد، وهي الأهرام، أخبار اليوم، روز اليوسف، دار الهلال، دار المعارف، وفي نفس الوقت كانت الثورة قد أنشأت عدة مؤسسات أخرى آلت أيضاً إلى الاتحاد القومي، ثم الاتحاد الاشتراكي وهي: دار التحرير، ودار التعاون.

وكان يتبع وزارة الإرشاد (الإعلام) فيما بعد مؤسستان هما: وكالة أنباء الشرق الأوسط، والشركة القومية للتوزيع، والتي أصبحت في فترة الثمانينات مؤسسة دار الشعب، وهي تمثل أصول جريدة المصري سابقاً.

وقد آلت هذه المؤسسات العشر جميعاً إلى مجلس الشورى بصدور القانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠م بشأن سلطة الصحافة.

وتكشف الممارسات الفعلية لتجربة هذه المؤسسات ما يقرب من خمسين عاماً أن ملكية الدولة لها تعكس سيطرة على وسائل الإعلام لم تعد تتناسب مع متغيرات الحياة السياسية في السنوات الأخيرة خاصة وأن هناك أوضاعاً سلبية متراكمة تتطلب سرعة مواجهتها.

إن هذه المؤسسات في ظل أسلوب إدارتها الحالي، والذي يتمثل في اختيار الدولة لقيادات هذه المؤسسات وإطلاق السلطة لهم في تسيير شئونها، قد أدى إلى تدهور على المستوى المهني والاقتصادي لهذه المؤسسات، خاصة مع نشأة التعددية الصحفية في مصر بظهور الصحافة الحزبية ثم الصحف الخاصة، مما أوضح تباينات كثيرة في الأداء الصحفي.

كذلك فقد تراكمت الديون على هذه المؤسسات، حيث أغفلت خضوعها لضريبة الأرباح التجارية والصناعية في أعقاب صدور قانون تنظيم الصحافة عام ١٩٦٠، حتى حسمت الجمعية العمومية للقسم الاستشاري للفتوى والتشريع

بمجلس الدولة هذا الجدل في سبتمبر ١٩٦٧، بخضوع هذه المؤسسات لهذه الضريبة، باعتبار أن نشاط المؤسسات الصحفية يقصد به تحقيق ربح يساعد على غرض إنشائها.

وكان الرئيس جمال عبد الناصر قد أصدر قراراً جمهورياً بإعفاء هذه المؤسسات من أداء ما لم يسدد من هذه الضرائب المستحقة عليها حتى ١٢/٣١/١٩٦٨م، إلا أن هذه المؤسسات استمرت في إهمال تسديد هذه الضرائب، مما أدى إلى تراكمها، إضافة إلى فوائد تأخيرها، وهو ما لا يجوز الإعفاء منه إلا بنص قانوني جديد، وبالتالي فإن من واجب هذه المؤسسات تسديد عدة مليارات من الجنيهات تمثل قيمة هذه الضرائب وفوائدها.

وهناك أيضاً تراكم لضريبة الدمغة على الإعلانات والتي كان يتم تسديدها نسبياً إلى أن تضاعفت إلى نسبة ٣٦% عام ١٩٨٧، مما أدى إلى امتناع هذه المؤسسات عن توريدها رغم تحصيلها من المعلنين.

وقد فرض تحديث المؤسسات الصحفية لقطاعاتها المختلفة في: التحرير والطباعة والتوزيع والإعلان والإدارة العامة إنفاقاً ضخماً بلغ مئات الملايين من الجنيهات تم اقتراضها من البنوك كي لا تتخلف هذه المؤسسات عن مواكبة العصر وتطوراته التكنولوجية، وأدت هذه المديونيات وفوائدها إلى أن أصبحت تمثل عبئاً ثقيلاً على هذه المؤسسات.

وفي ظل المشاكل الاقتصادية التي يعاني منها المجتمع المصري، ومن بينها مضاعفة سعر العملات الأجنبية، وضعف القدرة الشرائية للمواطن، وضعف الموارد المالية للمنشآت المعلنّة، انعكس ذلك كله على إيرادات المؤسسات الصحفية، بسبب زيادة الإنفاق على احتياجات الطباعة، وضعف إيرادات التوزيع، وكذلك الإعلان الذي أصبح يتم تحصيل إيراداته بالتقسيط الذي يصل

إلى ست سنوات في بعض المؤسسات، بل وبلغ الأمر إلى اعتباره ديوناً معدومة لدى بعضها، وهو ما أدى إلى ضعف إيرادات المؤسسات الصحفية إجمالاً.

وقد أدى التزام المؤسسات الصحفية القومية بتنفيذ القرارات الخاصة بالعلوات الاجتماعية السنوية للعاملين إلى إنفاق هذه المؤسسات لمبالغ وصلت إلى مائة مليون جنيه على أقل تقدير لكل مؤسسة على مدى السنوات العشر الأخيرة.

كما أدى عدم تفعيل دور الجهات الرقابية ممثلة في الجمعيات العمومية والجهاز المركزي للمحاسبات ومجلس الشورى، إلى انفراد قيادات المؤسسات الصحفية، مستندة إلى مكانتها السياسية، بسياسات عشوائية أدت إلى تعاضم الإنفاق غير المخطط، وإلى هدر في الإمكانيات، مما انعكس سلباً على الأداء المهني، فأصبحت الصحافة مجرد وظيفة، بعد أن كانت مهنة تتطلب الكفاءة والخبرة والموهبة، خاصة في فترات ما قبل ظهور صحف منافسة من جانب الأحزاب والشركات المساهمة الخاصة.

وقد أدى تعاضم هذه المشاكل وتراكمها، وفي ظل الدعوة إلى الإصلاح السياسي إلى ضرورة النظر في إصلاح هذه المؤسسات وإعادة النظر في شكل ملكيتها.

لم يكن الإعلام المصري بعيداً عن التأثر بالمتغيرات التي يشهدها النظام الإعلامي الدولي مع بداية العقد الحالي، بل تعايش معها، ولبي بعض مطالبها، وهو ما يمكن أن نرصده في مجال الصحافة من خلال إصدار قانون جديد للصحافة في ٣٠ يونيو ١٩٩٦، وهو القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ الذي حل مكان قانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠، والقانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٩٦- وفي الباب الثاني منه تكفل برسم طريقة إصدار الصحف، حيث أباح

حرية إصدارها للأحزاب السياسية والأشخاص الاعتبارية الخاصة، فقرر أنها مكفولة في حدود القانون.

ووضع القانون قيداً مالياً على الأشخاص الاعتبارية الخاصة (فيما عدا الأحزاب السياسية والنقابات والاتحادات) بأن تتخذ شكل تعاونيات أو شركات مساهمة، على أن تكون الأسهم جميعها في الحالتين اسمية، ومملوكة للمصريين وحدهم، وأن لا يقل رأسمال الشركة المدفوع عن مليون جنيه إذا كانت يومية، و ٢٥٠ ألف جنيه إذا كانت أسبوعية، و ١٠٠ ألف جنيه إذا كانت شهرية، وأن يودع رأس المال بالكامل قبل إصدار الصحيفة في أحد البنوك المصرية.

ثم عاد القانون وأعطى للمجلس الأعلى للصحافة حق الاستثناء من بعض الشروط سالفة البيان، كما وضع القانون قيداً على ملكية الشخص وأفراد أسرته وأقاربه حتى الدرجة الثانية، واشترط ألا تزيد في رأس مال الشركة على ١٠% منه، ثم فسر الأسرة بأنها الزوج والزوجة والأولاد القصر.

وأجاز القانون إنشاء شركات توصية بالأسهم لإصدار مجلات شهرية أو صحف إقليمية، واستثنى القانون من هذه الشروط الصحف والمجلات المتخصصة التي تصدرها الجهات العلمية، وكذلك الهيئات التي يتم تحديدها بقرار من المجلس الأعلى للصحافة.

ويعتبر القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ خطوة متقدمة في طريق تحرير عملية إصدار وملكية الصحف، وقد أضاف هذا القانون ثلاث ميزات لم تكن موجودة في قانون سلطة الصحافة رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ وكذلك القانون رقم ٩٥ لسنة ١٩٩٦، وهي:

١- سمح القانون الجديد للشخص وأفراد أسرته بملكية ١٠% من رأسمال الصحيفة، في حين أن القانون القديم كان يشترط ألا تزيد نسبة ما يملكه الفرد وأسرته على ٥٠٠ جنيه فقط.

٢- أجاز القانون الجديد إنشاء شركات توصية بالأسهم لإصدار مجلات شهرية أو صحف إقليمية، وهو ما يؤدي إلى تيسير عملية إصدار وتملك الأفراد لهذه الصحف.

٣- في الباب الخامس من القانون الجديد رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦، وتحت عنوان الأحكام الانتقالية، تنص المادة ٨ على أن "الصحف التي ظلت باقية لأصحابها بالتطبيق لحكم المادة ٤٩ من القانون رقم ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ بشأن سلطة الصحافة، تستمر في مباشرة نشاطها حتى وفاة أصحابها، ويجوز لها خلال ذلك توفيق أوضاعها وفقاً لأحكام هذا القانون"، وهكذا منح القانون الجديد الصحف المملوكة للأفراد فرصة توفيق أوضاعها، في حين أن القانون كان يقضي بغلق هذه الصحف بعد وفاة أصحابها.

وبرغم التقدم الذي تضمنته أحكام القانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ فيما يتعلق بملكية الصحف، فإن لنا عليه ملاحظتين هامتين وهما:

١- السماح للأحزاب السياسية بإصدار ما تشاء من صحف، وإطلاق هذا الأمر أدى إلى أن بعضها قام بذلك من باب المكسب والتجارة، وهو أمر بعيد عن مقصود الشارع.

٢- اشتراط دفع مبالغ مالية طائلة يعتبر أقرب إلى التعجيز، وكأن المشرع يرفض إصدار صحف للأفراد، مما جعل البعض يلتفت حول القانون بالحصول على رخص من دول أجنبية ويطبع في الخارج ويوزع في الداخل، وبعض الصحف أصبح يطبع ويوزع في الداخل، وفي الحالتين فإن هذه الصحف تخضع للرقابة باعتبارها صحفاً أجنبية، في حين أنه يملكها ويحررها مصريون.

أما في مجال الراديو والتلفزيون فقد ظل اتحاد الإذاعة والتلفزيون الذي أنشئ في ١٣ أغسطس عام ١٩٧٠ بالقرار الجمهوري رقم ٦٢ لسنة ١٩٧٠

ملكية عامة، وذلك برغم ما يتمتع به من استقلال مالي وإداري عن الحكومة، وخاصة أن قانون الاتحاد ينصر على أن له أن يتعاقد وأن يجري جميع التصرفات والأعمال المحققة لأغراضه دون التقيد بالنظم مع شركاء آخرين- في المجالات المتصلة بأغراضه، وشراء الشركات أو إدماجها فيه، والدخول في مشروعات مشتركة مع الجهات التي تزاوُل أعمالاً شبيهة بأعماله، أو التي قد تعاونه على تحقيق أغراضه، سواء في جمهورية مصر أو خارجها، وله حق استثمار أموال الاتحاد في الأوجه التي تتفق مع أغراضه.

ومع بداية التسعينات بدأ الاتحاد يأخذ تدريجياً بفكرة السماح بتملك القطاع الخاص لجزء من أنشطته، حيث قام بإنشاء الشركة المصرية للأخبار C. N. E. كشركة مساهمة مصرية، وسمح للقطاع الخاص المصري بتملك جزء من أسهمها.

وفي يوليو ١٩٩٦، قام الاتحاد بإنشاء الشركة المصرية للأقمار الصناعية التي تقوم بتصنيع وإدارة القمر الصناعي نايل سات، كشركة مساهمة مصرية، ويشارك القطاع الخاص في ملكية نسبة من أسهم الشركة.

وفي أكتوبر ١٩٩٧م قام اتحاد الإذاعة والتلفزيون بإنشاء شركة مدينة الإنتاج الإعلامي بمدينة ٦ أكتوبر على مساحة مليوني متر مربع، وسمح للقطاع الخاص بتملك نسبة من أسهم الشركة.

كذلك فقد سمح للقطاع الخاص بيبث عدد من القنوات الفضائية على القمر الصناعي المصري نايل سات ١ و نايل سات ٢، وذلك عبر تفسير مرن لقانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون، بأنه صدر قبل ظهور البث الفضائي، وبالتالي فلا وجه لتطبيق النص الخاص باحتكار اتحاد الإذاعة والتلفزيون بحق البث الإذاعي والتلفزيوني، على البث الفضائي واقتصر هذا الاحتكار على البث الأرضي فقط.

ملكية وسائل الإعلام في الوطن العربي

لقد عرف العالم العربي وسائل الإعلام الجماهيرية في النصف الأول من القرن التاسع عشر، عندما عرف الصحافة، والتي نشأت رسمية أي مملوكة للدولة، فأول صحيفة صدرت في الوطن العربي هي صحيفة "الوقائع المصرية" التي أصدرها محمد علي حاكم مصر في عام ١٨٢٨^(١٦)، وكانت منذ بدايتها وحتى الآن (فهي أقدم صحيفة عربية حية) صحيفة رسمية تكتفي بنشر أخبار الدولة وأوامرها وتعليماتها لكبار الموظفين وللجمهور، وذلك لخدمة طموح محمد علي في بناء دولة حديثة^(١٧) وكذلك كان الأمر مع بقية الصحف الأولى التي صدرت في بقية أنحاء الوطن العربي، فقد بدأت جميعها صحف رسمية^(١٨)، ومنها "المبشر الجزائرية" (١٨٤٧م) و"حديقة الأخبار"، اللبنانية (١٨٥٨م) والرائد، التونسية (١٨٦٠م) و"صحيفة سورية" (١٨٦٦م)، و"صحيفة طرابلس الغرب"، الليبية (١٨٦٦م) والزوراء، العراقية (١٨٦٩م)، و"صحيفة صنعاء"، اليمنية (١٨٧٩م) والغازية، السودانية (١٨٩٩م) و"صحيفة الحجاز" (١٩٠٨م).

ويوجد في العالم العربي الآن ثلاثة أنواع من ملكية، وسائل الإعلام، يقوم النوع الأول منها على الملكية الخاصة، سواء اتخذت هذه الملكية شكل ملكية الأفراد أو الشركات أو المؤسسات الخاصة، وهو النوع الذي يسود النظام الليبرالي، أما النوع الثاني من ملكية وسائل الإعلام، فهو يقوم على الملكية

العامة، سواء اتخذت هذه الملكية شكل الملكية المباشرة للحكومة من خلال المؤسسات والهيئات العامة، أو اتخذت شكل ملكية الحزب الحاكم، وهذا النوع من الملكية العامة هو الذي كان سائداً في الدول الاشتراكية لوسائل الإعلام، أما النوع الثالث من الملكية فهو الذي يقوم على الملكية المختلطة لوسائل الإعلام، أي أنه يسمح بالملكية الخاصة إلى جانب الملكية العامة، وهو النوع الذي يسود النظام السلطوي.

ويوجد نظام إعلامي عربي واحد فقط - وهو النظام اللبناني - يأخذ بمبدأ الملكية الفردية، فالمادة ٣١ من قانون المطبوعات اللبناني والمعدلة بالمرسوم رقم ٢١٤٣ الصادر بتاريخ ١٩٧١/١/٥ لا تمنح رخصة بمطبوعة صحفية إلا: (أ) للصحفي.

- (ب) للشركات الصحفية بمختلف أنواعها المتوفرة فيها الشروط الآتية:
- في شركات الأشخاص والشركات المحدودة المسؤولية، يجب أن يكون كامل الشركاء من الجنسية اللبنانية.
 - في شركة التوصية المساهمة: يجب أن يكون الشركاء المفوضون من الجنسية اللبنانية وأن تكون كامل الأسهم اسمية مملوكة من أشخاص طبيعيين لبنانيين أو شركات معتبرة لبنانية صرف بحكم القانون الصادر بموجب المرسوم رقم ١١٦١٤ بتاريخ ٤ كانون الثاني ١٩٦٩.
 - في الشركات المقفلة: يجب أن تكون كامل الأسهم اسمية مملوكة من أشخاص طبيعيين لبنانيين أو من شركات لبنانية صرف بحكم القانون المذكور في الفقرة أعلاه.
 - يحظر التفرع عن الأسهم المذكورة بالفقرتين المشار إليهما أعلاه إلى غير الأشخاص الطبيعيين اللبنانيين أو إلى غير الشركات اللبنانية الصرف^(١٩).

ويلاحظ أنه لا توجد في قانون المطبوعات اللبناني أية إشارة إلى الملكية العامة للصحف، أو غيرها من وسائل الإعلام.

وقد عانت الصحافة اللبنانية من أزمة تمويل مستمرة وذلك بسبب ضعف الاقتصاد اللبناني وسيادة نمط الملكية الفردية لمؤسسات الصحافة وكثرة عدد الصحف بالنسبة لدرجة استيعاب السوق المحلية، وإزاء عدم كفاية موارد والتوزيع والإعلان، تلجأ الصحف اللبنانية إلى الحصول على المساعدات المادية والتسهيلات التي تشمل تبرعات مالية وفتح أسواق وإعلانات واشتراكات كبيرة من مختلف الجهات التي تتفق معها في الاتجاه العام أو الموقف السياسي، وخاصة مع عدم وجود رقابة على موارد الصحف، ومن هذه الجهات، أفراد وقوى وأحزاب لبنانية وعربية ودولية، وكذلك بعض الأنظمة العربية، وكان للممول تأثيره الضار على حرية الصحافة، وليس أدل على ذلك من لجوء بعض الصحف إلى تغيير اتجاهها السياسي أثر انقطاع تمويلها من إحدى الجهات أو انتقاله إلى جهة أخرى^(٢٠).

وتوجد أنظمة إعلامية عربية تقوم ملكية وسائل الإعلام بها على مبدأ الملكية العامة ومنها: سوريا وليبيا.

ويلاحظ أن الملكية العامة في هذه الأنظمة تتخذ أشكالاً متعددة منها ملكية الدولة، ومنها ملكية الحزب الحاكم أو الأحزاب الحاكمة في حالة وجود جبهة حاكمة تضم مجموعة أحزاب مؤتلفة، كما حدث في سوريا.

ويوجد عدة أنظمة إعلامية عربية تأخذ بمبدأ الملكية المختلطة لوسائل الإعلام، وهي: مصر والسودان والمملكة العربية السعودية والكويت والبحرين وقطر ودولة الإمارات العربية المتحدة وعمان وتونس والمغرب والجزائر واليمن.

وفي هذه الأنظمة يسمح للأفراد وللدولة أيضاً بحق ملكية الصحف فقط في

حين أن ملكية الإذاعة والتلفزيون قاصرة على الدولة. ففي المغرب مثلاً للأحزاب السياسية صحف تعبر عنها، إذ يملك حزب الاستقلال صحيفتان تصدران بمدينة الرباط وهما: العلم وليوينيون، ولحزب الاتحاد الاشتراكي للقوى الشعبية صحيفة تصدر بالدار البيضاء وهي: المحرر، ولحزب التقدم الاشتراكي للقوى الشعبية صحيفة تصدر في الدار البيضاء وهي: البيان، وإلى جانب الصحف الحزبية هناك الصحف التي يصدرها أفراد مثل جريدتي "لوماتان" و"ماروك سوار"، وفي نفس الوقت فإن الدولة تقوم بإصدار بعض الصحف، حيث يصدر عن وزارة الإعلام منذ عام ١٩٦٣ جريدة (الأنباء).

أما تونس فقد مرت بمرحلتين، الأولى تبدأ مع الاستقلال حيث انفرد الحزب الدستوري بالسلطة منذ عام ١٩٦٣ وسيطر الحزب على غالبية الصحف، واختلفت صحف الأحزاب الأخرى غير المشاركة في الحكم، ولكن مع نهاية السبعينات وبداية الانفتاح الليبرالي في تونس والذي اقترن بالسماح بالتعدد الحزبي، عادت الصحف الحزبية غير المشاركة في السلطة إلى الصدور، وفي نفس الوقت فإن الصحافة التونسية الخاصة لم تنقطع عن الصدور وتمثل مؤسسة الصباح مثلاً على الاستمرارية في إصدار صحيفتي: الصباح ولوطون، أما الراديو والتلفزيون في تونس فقد ظل ملكاً للدولة وحدها، وتحت الإشراف المباشر للحكومة.

ويلاحظ أن بعض الأنظمة الإعلامية العربية التي تتبنى مبدأ الملكية المختلطة، تسمح بالملكية الخاصة للصحف ولكنها تمنع الأفراد من تملك الصحف مثل قانون المطبوعات المصري.

وقريب من هذا الوضع، قانون المطبوعات السعودي الذي يسمح بالملكية الخاصة للصحف ولكن في شكل مؤسسات صحفية تأخذ شكل الشركات المساهمة، وفي نفس الوقت يمنع الأفراد من تملك الصحف^(٢١).

مستقبل ملكية وسائل الإعلام

إن النظرة المستقبلية لأنماط ملكية وإدارة وسائل الإعلام في مصر والعالم العربي لابد أن تضع في اعتبارها عدداً من المتغيرات الدولية والمحلية وفي مقدمتها نتائج الثورة الالكترونية في مجالي الاتصالات والمعلومات، حيث حدث تطور كبير، وقد تجسد هذا التطور في ذلك الاندماج الذي جرى بين ظاهرتي انفجار المعلومات وثورة الاتصال. والمظهر البارز لانفجار المعلومات تمثل في المعالجة الآلية للمعلومات، حيث تمت الاستعانة بالحاسب الآلي في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري في أقل حيز متاح وبأسرع وقت، أما ثورة الاتصال فقد تجسدت في معالجة المعلومات عن بعد باستخدام أقمار الاتصال الصناعية، وبذلك انفتحت أمام الاتصال الدولي آفاق لا حدود لها، ودخلته استثمارات لاحد لها نتج عنها تحول ملحوظ لوسائل الإعلام إلى الطابع المؤسسي الضخم.

وبرغم التخوف مما حدث من تحول في ملكية وسائل الإعلام الغربية إلى الطابع المؤسسي الدولي الضخم، والخشية من تهديده لحرية التبادل الدولي للأخبار والمعلومات، إلا أن التدفق الهائل للمعلومات قد وازن بين سيطرة الاحتكارات على المؤسسات الإعلامية وبين حرية تبادل الأنباء والمعلومات،

وتبين أن قوة الأنباء والمعلومات على الانتشار تقلل من هيمنة الاحتكارات المالكة لوسائل الإعلام.

وجاء تأكيد هذه الحقيقة جازماً بالتغير الذي حدث في النظام الإعلامي الدولي عقب انهيار الاتحاد السوفيتي والكتلة الشرقية في بداية التسعينات، حيث تحول هذا النظام من الطابع الثنائي إلى الطابع الأحادي، ولا شك أن هذا التغير قد أثر بعمق على دول العالم الثاني ودول العالم الثالث، حيث أدى إلى إعطاء قدر متزايد من الحريات لوسائل الإعلام في هذه الدول حتى تستطيع أن توائم أوضاعها الإعلامية مع طبيعة النظام الإعلامي الدولي الجديد، وهو نظام يقوم على الملكية الفردية لوسائل الإعلام وتعددتها.

ثم تأكد هذا التحول بالاستثمار الهائل في مجال الإعلام، والذي أصبح يحقق أرباحاً طائلة، وتزايد دور الملكية الخاصة وتراجع الملكية العامة لوسائل الإعلام، وخضوع العمل الإعلامي للمنافسة التجارية، وغلبة المواد الإعلامية الاستهلاكية بحيث اضطر الكثير من مؤسسات الإعلام العامة إلى الدخول في منافسة مع المؤسسات الخاصة حتى تحافظ على قدر من جماهيريتها وتأثيرها، بحيث بدأت تتنازل نسبياً عن توجهاتها الثقافية رغبة في الوصول إلى الجماهيرية التي تؤهلها للمنافسة، وهو الأمر الذي أفقدها الكثير من مبررات وجودها كملكية عامة.

وقد ارتبط بتطور نمط الملكية، بداية اعتناق وسائل الإعلام من سلطة الدولة ورقابتها، كما حدثت تغييرات جذرية في كثير من المفاهيم الإعلامية وتطبيقاتها، وبدأ العالم يتحول تدريجياً من (إعلام الحملة) إلى (إعلام السوق).

وقد ترافق مع ذلك كله اتجاه النظام السياسي والاقتصادي إلى التعددية السياسية في العديد من دول العالم ومنها بعض البلدان العربية وتبني اقتصاديات السوق، وتقليص دور القطاع العام في العملية الاقتصادية، وتنظيم دور القطاع

الخاص كعنصر أساسي في عملية التنمية، وإصلاح الهياكل التمويلية لشركات قطاع الأعمال من خلال بيع أصول بعضها وتشجيع الاستثمار والأجنبي من خلال إزالة المعوقات البشرية والإدارية، وإلغاء كافة القوانين والتشريعات المعوقة والمقيدة لحركة الاستثمار، وتشجيع المنظمات غير الحكومية على القيام بدورها في إطار تنمية الجهود التطوعية في المجتمع وتدعيم النشاط الأهلي.

والخلاصة أن هناك ارتباط وثيق بين زيادة أو نقص مساحة الديمقراطية الإعلامية وبين نمط الملكية السائد في وسائل الإعلام، فكلما اتسع نمط الملكية العامة أو الحكومية لوسائل الإعلام، نقصت مساحة الديمقراطية في هذه الوسائل، وكلما اتسع نمط الملكية الفردية لوسائل الإعلام، زادت مساحة الديمقراطية في هذه الوسائل.

وهناك العديد من الأمثلة والشواهد التاريخية التي تؤكد هذه الحقيقة سواء في مصر أو في غيرها من الدول، وفي مصر مثلاً، ظلت مساحة الديمقراطية محدودة في الصحافة المصرية منذ عام ١٨٢٨م عند صدور صحيفة الوقائع المصرية وما تلاها من الجرائد والمجلات الرسمية، ولم تبدأ هذه المساحة في الزيادة إلا مع بداية ظهور الصحف الخاصة في عهد الخديوي إسماعيل بصور جريدة وادي النيل لعبد الله بن أبي السعود كأول جريدة أهلية في عام ١٨٦٧م، وفي النصف الثاني من القرن العشرين تناقصت مساحة الحرية الصحفية في مصر بعد تحويل الكثير من الصحف الخاصة إلى الملكية العامة وصدر قانون تنظيم الصحافة في عام ١٩٦٠م، ثم عادت مساحة الحرية الصحفية لتتزايد من جديد بعد السماح للأحزاب بإصدار الصحف في نهاية السبعينيات، والسماح للأشخاص الاعتبارية في الثمانينيات والتسعينيات بتملك الصحف، وإن اشترط أن تتخذ شكل التعاونيات أو الشركات المساهمة، كما أجاز إنشاء شركات توصية بالأسهم لإصدار مجلات شهرية وصحف إقليمية.

ونرتب على ما سبق أن مساحة الديمقراطية الصحفية سوف تكتمل عندما يتم الاعتراف بحق الأفراد كأشخاص طبيعيين بتملك وإصدار الصحف، وهو الأمر الذي يمكن أن يقضي تماماً على ظاهرة الصحف المصرية التي تصدر بتراخيص من الخارج، أو ما يسمى بالصحافة القبرصية.

ومن المهم الإشارة إلى خصوصية قضية الملكية في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيون، وارتباط ذلك بتوزيع الترددات على المستوى الدولي مما يتطلب أحياناً ملكية الدولة لقطاع من الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، كما هو الشأن في إنجلترا وفرنسا ومعظم دول غرب أوروبا الليبرالية، أو يتطلب تدخل الدولة في الإشراف على تنظيم العمليات الفنية للبث كما هو الشأن في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي كافة الحالات فهناك فصل كامل بين الملكية والإشراف المباشر، بحيث يتم ضمان الاستقلال الكامل لهذه الوسائل عن السيطرة الحكومية رغم ملكية الدولة لها، مع السماح في الوقت نفسه بوجود الملكية الخاصة في البث الإذاعي والتلفزيوني الأرضي أو الفضائي.

لذلك فإن توسيع مساحة الحرية الديمقراطية في مجال الإعلام الإذاعي والتلفزيوني لا يتطلب إلغاء الملكية العامة في هذا المجال، وإنما يمكن أن تتم مع وجود ملكية الدولة للخدمات الإذاعية والتلفزيونية، ووضع آليات وضوابط للترقية بين ملكية الدولة لمثل هذه الخدمات وبين سيطرة الحكومة عليها.

ولابد من الاعتراف بأن الإعلام المصري حقق خطوات مهمة في طريق الاعتراف للأفراد بحق تملك وسائل الإعلام، حيث سمح كما سبق وأشرنا بحق التعاونيات والشركات المساهمة وشركات التوصية في تملك وإصدار الصحف، كذلك فقد تم السماح للأفراد بالمساهمة في ملكية عدد من المشروعات الإعلامية الكبرى التي أقامها اتحاد الإذاعة والتلفزيون ومنها شركة مدينة الإنتاج الإعلامي والشركة المصرية للأقمار الصناعية وشركة توزيع القنوات الفضائية

المشفرة C. N. E، والشركة التي تنظم حقوق التشفير N. C. N وغيرها، كذلك تم إنشاء المنطقة الإعلامية الحرة بمدينة السادس من أكتوبر، والأخيرة لها مجلس إدارة يرأسه رئيس هيئة الاستثمار، وهذا المجلس هو الذي يعتمد إنشاء القنوات الفضائية المصرية الخاصة ويسمح للقنوات العربية والدولية بالعمل من خلال المنطقة الحرة، وهذه المنطقة الحرة تتمتع بالحرية الكاملة دون أي رقابة على ما تبثه هذه القنوات، كذلك يسمح نظام المنطقة الإعلامية الحرة بإنشاء المؤسسات الإعلامية الخاصة كالمطابع ودور النشر وغيرها من النشاطات الإعلامية الخاصة.

إن تطور نمط ملكية وسائل الإعلام في مصر سواء في الصحافة أو في الإذاعة والتلفزيون أو في غيرها من الوسائل الإلكترونية الحديثة يفتح الطريق لمزيد من مشاركة الأفراد في ملكية وسائل الإعلام واتساع مساحة الديمقراطية الإعلامية إن إطلاق حرية إصدار الصحف وتغيير نمط ملكية الدولة للصحف القومية إلى شكل آخر يضمن استقلال هذه الصحف عن السيطرة الحكومية، كذلك فإن تغيير قانون اتحاد الإذاعة والتلفزيون بما يضمن استقلاله الكامل عن السيطرة الحكومية مع استمرار ملكية الدولة، وفي ذات الوقت السماح للأفراد بحق البث الإذاعي والتلفزيوني الأرضي والفضائي.

إذا ما حدث ذلك كله فإن النظام الإعلامي المصري سيكون قد تخلص من كثير من السمات السلطوية التي ما تزال عالقة بثوبه وتعوق تطوره الديمقراطي.

هوامش الفصل الخامس

- 1- Alexander. A lison, Dwers. James: Media Economics. Theory and practice. A pelican book. London. 2003. P.p., 137- 142.
- 2- Kung. Lucy: Strategic Management Media. Holt Rinehart and Winston. New York. 2008. p.p. 72- 75.
- 3- Holt. Lennifer and Rerren. Alisa: Media Industries. University of Minnesota Press. U. S. 2009. p.p. 216- 219.
- 4- Finstein. Mara: Media Diversity: Economics, Ownership: Longman. New York. London. 2003- 122- 129.
- 5- Picard. Robert: Media Economics: Concepts and Issues: A pelican Book. London. P.p. 42- 49.
- 6- Vogel. Harold: Entertainment Industry Economics. Louisianan state University Press. U. S. A. 2007- p.p. 243- 248.
- 7- Arran. Alan: Media Management and Economics: Oxford University Press. New York. London. 2005. p.p., 52- 57.
- 8- Crotean. R. and Hoynes. William: The Business of Media. Holt. Rinehurt and Winston. New York. London. 2005. p.p. 92- 97.
- 9- Croteau. David: Media Society pine forg press. London. California Second Edition. 2001., p.p. 36- 38.
- 10- Lorimer. Rowland and Mcnlilty. Jean: Mass Communication in Canada. Oxford University Press. Toronto, New York, Oxford. 1996. p.p. 206. 209.

١١- ماكبرايد شون: أصوات متعددة وعالم واحد، الاتصال والمجتمع اليوم
وغدًا، اليونسكو، ص ١٣٦، ١٣٧، ٢٢٦، ٢٢٧.

- 12- Williams. Kevin: European Media studies. Hodder Aroold Press. London. 2006. p.p. 24- 27.
- 13- Mckhane. Tevenl: Canadian organizational Behaviour. McGraaw. Hill. Foorth Edition. New York. 2004. p. 159.
- 14- Koontz. Harold and O'Donell. Cyril: Management. Third Edition. McGraw- Hill. London, Tokyo, Sydney. 2008. p.p. 125- 128.
- ١٥- عبده إبراهيم: تاريخ الوقائع المصرية- مطبعة التوكل - الطبعة الثانية- القاهرة- ص ١٠٣.
- ١٦- حمزة عبد اللطيف: أدب المقالة الصحفية في مصر- دار الفكر العربي، الجزء الأول، الطبعة الثانية- القاهرة، ص ٢٤- ٢٥.
- 17- Hourani. Albert: Arabic Thought in liberal Age. Oxford University Press. London. P.p. 122- 127.
- ١٨- المرسوم الاشتراعي رقم (١٠٤) لبنان، الصادر بتاريخ ١٩٧٧/٦/٣٠م.
- ١٩- النعيمي. حازم: الحرية والصحافة في لبنان، دار العربي للطباعة والنشر- القاهرة- ١٩٨٩- ص ٣٠٦.
- ٢٠- نظام المطبوعات والنشر- المملكة العربية السعودية- الصادر بقرار مجلس الوزراء رقم ٦٥ بتاريخ ١٤٠٢/٢/٢٣ والمتوج بالمرسوم الملكي رقم م/ ١٧ بتاريخ ١٣/٤/١٤٠٢هـ.
- ٢١- بطرس. صليب: إدارة الصحف، الهيئة المصرية العامة للكتاب- القاهرة- ص ١٦، ٤٧.