



منتدى البدائل العربي للحراسنة

أوراق عمل مقدمة لندوة:

## إصلاح الإعلام في مصر.. رؤى وتوصيات

برنامج تنمية الجهود الذاتية

Canada

Canada Fund for  
Local Initiatives (CFLI)

إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية المملوكة  
للدولة بعد 25 يناير

أ/ ياسر عبد العزيز  
خبير إعلامي

منتدى البدائل العربي للدراسات (A.F.A)

العنوان: شقة 4 - الطابق الرابع - 5 شارع المساحة - الدقي - القاهرة (ج.م.ع)

Website: [www.afaegypt.org](http://www.afaegypt.org)

Mail: [info@afaegypt.org](mailto:info@afaegypt.org)

Telefax: +202-37629937

Twitter: AFAalternatives

Facebook : <https://www.facebook.com/AFAalternatives>



## إصلاح الإعلام في مصر.. رؤى وتوصيات

(أعمال ندوة عقدها منتدى البدائل العربي للدراسات بالمشاركة مع برنامج تنمية الجهود الذاتية التابع لـ"الوكالة الكندية للتنمية الدولية CFLI" في 16 نوفمبر 2011)

### إعادة هيكلة المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة بعد 25 يناير

أ/ ياسر عبد العزيز

خبير إعلامي

هذه الورقة واحدة من عدة أوراق قدمها عدد من الباحثين والصحفيين والمهتمين بشئون الصحافة والإعلام في مصر كمساهمة في محاولة البحث عن إجابة على عدة تساؤلات بخصوص قضايا وإشكاليات الإعلام في مصر. وتقدم الأوراق رؤى وتوصيات لما يخص الإعلام المكتوب والمرئي والالكتروني على مستوى الملكية والهياكل والأداء المهني، بهدف إصلاح منظومته بعد ثورة 25 يناير، سعياً لأن تطول التغييرات التي يشهدها المجتمع ككل شكل ومضمون وأجهزته وأدواته المختلفة، كذلك آليات صناعته والسياسات التي تحدد موادها وتوجهاتها. وذلك في إطار مشروع بين المنتدى وبرنامج الصندوق الكندي لتنمية الجهود الذاتية.

وقدمت هذه الأوراق، التي لا تعبر بالضرورة عن آراء المنتدى، ضمن ندوة (إصلاح الإعلام في مصر: رؤى وتوصيات) التي نظمها منتدى البدائل العربي للدراسات وبرنامج تنمية الجهود الذاتية التابع لـ(الوكالة الكندية للتنمية الدولية CFLI) في 16 نوفمبر 2011 بمشاركة كل من د. عمرو الشوبكي-رئيس منتدى البدائل العربي للدراسات، أ/ محمد العجاتي-المدير التنفيذي لمنتدى البدائل العربي للدراسات، أ/ رجائي الميرغني-المنسق العام لاتتلاف حرية الإعلام، أ/ داليا شمس-الصحفية بالأهرام أبودو، أ/ محمد ناصر-مدير تحرير برنامج العاشرة مساء، أ/ ياسر عبد العزيز-الخبير الإعلامي، أ/ وائل جمال-مدير تحرير جريدة الشروق، أ/ هشام جعفر- مدير مؤسسة مدى للإعلام، أ/ بسنت شحاتة-الإعلامية بقناة دريم، وأ/ نهى الحناوي-الصحفية بالمصري اليوم.

الأوراق المنشورة نتاج ندوة عامة ولا تعبر بالضرورة عن رأي منتدى البدائل العربي للدراسات

**مقدمة:**

عرفت مصر وسائل الإعلام المملوكة للدولة منذ القرن التاسع عشر؛ حيث صدرت صحيفة "الوقائع المصرية" في ديسمبر من العام 1828، كصحيفة مملوكة للدولة المصرية في عهد محمد علي باشا، فيما بدأ بث الإذاعة اللاسلكية المملوكة للحكومة في العام 1934، بعد نحو عقد من هيمنة الإذاعات الأهلية التجارية.

ورغم تلك البداية الرسمية لوسائل الإعلام الشعبية، فإن مصر عرفت الملكية الخاصة لوسائل الإعلام بشكل واسع، خصوصاً خلال النصف الأول من القرن العشرين، قبل أن تبدأ حقبة هيمنت فيها الدولة على كافة أنشطة الإعلام منذ مطلع الستينيات من القرن نفسه.

ومع اندلاع ثورة يناير 2011، كانت المنظومة الإعلامية المملوكة للدولة المصرية قد صارت شديدة الضخامة والانتساع من جهة، وانطوت على كثير من جوانب العوار والفساد والخلل من جهة أخرى.

فلم تستطع تلك المنظومة أن تصبح مصدر اعتماد رئيساً للجمهور المصري على مدى العقدين الأخيرين، وبالتالي فقد عجزت عن الوفاء بأحد أهم أدوارها، بسبب تفاقم الفساد فيها، وإخفاقها في الوفاء بالمعايير المهنية اللازمة، وارتهاؤها لمصالح نخبة ضيقة في الدولة/الحكومة/الحزب الحاكم في النظام السابق، إضافة إلى عدم قدرتها على مواكبة التغيرات الكبيرة التي طرأت على الفضاء الإعلامي الإقليمي والدولي، وإهدار الموارد التي تستخدمها، وافتقادها للإطار المؤسسي، وعدم خضوعها إلى أي من أنماط التنظيم الذاتي الفعال، أو الرقابة على الأداء وضمان الجودة.

إضافة إلى ذلك، فإن تلك المنظومة باتت مثقلة بديون تبلغ نحو 23 مليار جنيه مصري، ويعمل بها نحو 74 ألف إعلامي وعامل وإداري، ينشطون في دوائر صناعة متكاملة، تتمركز وسائلها في أفضل مفاصل الصناعة، وتحمل أسماء تجارية وفنية براقعة وعريقة، وتنطوي على أصول مادية ومعنوية ضخمة.

ولأن تلك المنظومة تنطوي على استثمارات مجتمعية ومالية كبيرة، وتحظى بهذا التاريخ العريق، وتمتلك أدوات الصناعة المتكاملة، ويتمتع بالتمركز الجيد، فإن الديون الضخمة، والتراجع المهني الحاد، كلها عوامل يجب أن تعالج، سواء لأسباب اجتماعية وسياسية تتعلق بحقوق العاملين، أو لأسباب مهنية تتعلق بالحاجة إلى استخدامها في عملية بناء الدولة الجديدة، أو لأسباب اقتصادية بحتة تتصل بضرورة تفادي التفريط في تلك الأصول في أكثر أوقات تدني قيمتها السوقية بفعل ما لحق بسمعتها من أضرار، وما تعرضت له من تجريف وإفساد وسوء إدارة.

أن المنظومة الإعلامية المملوكة للدولة المصرية في حاجة إلى تغييرات جذرية، تحولها إلى نمط الخدمة العامة، وتحررها من الارتهاان لسلطة أي حكومة، وتمكنها من التطور، وتكرس حرية التعبير، وتسهم في حماية الإطار الديمقراطي المنشود، وتلعب دوراً مهماً في قيادة التحول وتحقيق التقدم.

**أولاً: الخبرات السابقة**

لم تشهد مصر أي تجارب لإعادة هيكلة وسائل الإعلام المملوكة للدولة عبر إجراء تغييرات على نمط ملكيتها وتمويلها وعملها، لكنها على العكس تماماً عرفت تجربة في الاتجاه المعاكس، حين تم تأميم الصحف الخاصة المصرية في مطلع الستينيات من القرن الماضي.

وباستثناء عملية دمج مثيرة للجدل وغير مؤكدة الجدوى لمؤسستي "دار التعاون" و"دار الشعب" في أربع مؤسسات صحفية هي: الأهرام، وأخبار اليوم، ودار التحرير، والشركة القومية للتوزيع، في العام 2009، لا يمكن القول إن ثمة خبرات محلية في هذا الصدد.

لكن ثمة العديد من الخبرات الدولية التي يمكن الاستعانة بها في هذا المجال؛ ومنها الخبرات المتعلقة بعمليات إعادة هيكلة وسائل الإعلام في دول أوروبا الشرقية بعد اندحار الشيوعية في العام 1989، خصوصاً في التشيك وبوغسلافيا السابقة وبولندا، إضافة إلى تجربة ألمانيا الموحدة في إعادة هيكلة وسائل الإعلام المملوكة للحكومة الشيوعية في ألمانيا الديمقراطية السابقة، وأخيراً محاولة العراق بعد الغزو الأمريكي تحويل قناة تليفزيون "العراقية" المملوكة للدولة إلى قناة تعمل بنمط الخدمة العامة.

ويمكن استخلاص ما يلي من تلك التجارب:

- معظم تلك البلدان لم يفكك منظومات الإعلام التابعة للدولة أو يطرحها للخصخصة أو يقوم بممارسات ضارة بحقوق العاملين فيها.
- أغلب تلك البلدان سعى إلى تحويل نمط ملكية تلك الوسائل من الحكومة إلى الدولة، وبالتالي سعى إلى تحويل نمط عملها من الأداء الرسمي الحكومي إلى نمط الخدمة العامة القائم على خدمة أهداف الدولة والمجموع العام بشكل متوازن.
- معظم تلك البلدان تتبنى أنظمة مزدوجة لتملك وسائل الإعلام، وتؤمن استقلالية وسائل الإعلام العامة عبر تمويل أعمالها من عوائد الرخص، وتتخذ إجراءات لمحاربة الاحتكار، وتفرض قيوداً متفاوتة على الإعلان في الوسائل المملوكة للدولة.
- تستفيد دول أوروبا الشرقية من "المعايير الأوروبية المنظمة للإعلام"، وخاصة معايير "تليفزيون بلا حدود" التي تنظم خدمات الإعلام المرئي في الاتحاد الأوروبي، كما تستفيد من وضع قوي للمجتمع المدني، يسمح بالاعتماد عليه في تشكيل الهيئات الممثلة للمالكين واختيار عناصر الإدارة.
- بعض تلك الدول؛ مثل التشيك وبولندا، عانت من التأثير السياسي للحكومات صاحبة الأغلبية في البرلمانات على إدارة وسائل الإعلام العامة، بالنظر إلى أنها فوضت البرلمان في تعيين المديرين، فجاءت بعض التعيينات سياسية ولم يرض عنها العاملون.
- معظم تلك الدولة حولت وسائل الإعلام العامة إلى مؤسسات عامة، ووضعت قواعد لاختيار مجالس إدارتها، من خلال عمليات اختيار متوازنة تخضع للمراقبة والتقييم.
- بعض تلك المؤسسات ما زال يعاني من تراجع العائدات في مقابل النفقات، ولا يستطيع منافسة الوسائل الخاصة بسبب قلة الموارد.

- معظم تلك الدول أسست مجالس إعلامية أو هيئات للإشراف على الإعلام، تضطلع بدور كبير في إدارة تلك الوسائل والإشراف عليها ومراقبة أداؤها وحمايتها.
- بعض الحكومات؛ مثل حكومة العراق، لم تنجح في تحويل الوسائل إلى نمط الخدمة العامة، وفي الحالة العراقية تحديداً فإن قناة "العراقية" التي كان من المفترض أن تعمل بنمط الخدمة العامة باتت بوقاً في يد الحكومة، لأن عملية التحويل لم تضمن لها الاستقلال التام عن سلطة الحكومة إدارة وتمويلاً.

### ثانياً: لماذا يجب إعادة هيكلة وسائل الإعلام العامة فوراً؟

يجب العمل على إعادة هيكلة وسائل الإعلام العامة بأسرع وقت ممكن للأسباب التالية:

- افتقاد منظومة وسائل الإعلام التابعة للدولة الرؤية والاتجاه الإداري والتحرير والتشغيلي، وتراجع نفاذها، وانخفاض قدرتها التنافسية.
- ارتهان تلك المنظومة للحكومة أو للسلطة التي تعينها وليس للدولة بوصفها تعبيراً عن المجموع العام
- افتقاد الجمهور المصري الثقة في منظومة وسائل الإعلام المملوكة للدولة، خصوصاً بعد انتقالها المثير للدهشة والجدل من أقصى درجات الولاء للنظام السابق إلى أقصى درجات التشهير به والظعن فيه، مستخدمة في كلتا الحالتين المقاربة غير المهنية والانحياز الصارخ.
- تقاوم المظالم والفساد والهدر الذي تتطوي عليه إدارات تلك المؤسسات.
- عدم خضوع أي من هذه الوسائل للمساءلة بشكل مستمر، وافتقادها أي إطار للمسؤولية بخلاف تحقيق مصالح ورغبات النظام المتحكم فيها.
- سقوط الفلسفة التي بنيت عليها فكرة تملك الدولة أو المجموع العام وسائل إعلام للنهوض بخدمات محددة، بسبب ارتهان تلك الوسائل لممثل المالكين أياً كانت الطريقة التي يتم اختياره بها.
- تعرف دول متقدمة كثيرة نمط وسائل الإعلام المملوكة للمجموع العام، والممولة من دافعي الضرائب، والمدارة بواسطة الدولة وليس الحكومة، والتي تؤدي خدمة عامة للجمهور، ويمكنها أن تسد احتياجاته وتراعي أولوياته، من دون اعتبارات ربحية أو أجنداث خاصة أو أنماط أداء منحازة لبعض القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية على حساب القوى الأخرى.
- حجم الاستثمار المجتمعي في إنشاء وتطوير وسائل الإعلام التابعة للدولة كبير، وطرح تلك الوسائل للخصخصة أو أنماط تملك أخرى في ذلك التوقيت سيمثل إهداراً لها، لأنه سيطرحها للبيع في وقت تبدو فيه فاقدة للاتجاه والمصادقية وغارقة في الفساد، وبالتالي ستخضع قيمتها السوقية مقارنة بقيمة أصولها، بما يمثل هدرًا للمال العام.

- تبدو الدولة المصرية في مرحلة إعادة بناء بعد ثورة 25 يناير، وهي تريد تطوير أنساق سياسية واجتماعية واقتصادية رشيدة تتسق مع المطالب الثورية المتعلقة بالانتقال الديمقراطي والقضاء على الفساد والاستبداد واختلاط المال بالحكم، ولذلك فإن تلك الفترة تحتاج إلى امتلاك الدولة منظومة إعلامية يمكنها أن تؤطر أهدافها وتقلها للمجموع العام.
- ما زالت البنية الإعلامية الخاصة في مصر من دون أي تنظيم ذاتي محكم أو نمط من أنماط الدقة العامة المعنية بمراقبة الأداء الإعلامي، كما أن بعض عناصر منظومة الإعلام الخاص تفرط أحياناً في انتهاك القواعد المهنية، وتستخدم كأدوات مباشرة لمصالح سياسية ومالية ضيقة.
- أدى الانكشاف الإعلامي الذي تعرضت له مصر في فترة ثورة 25 يناير وما قبلها إلى زيادة تمركز بعض الأندية الإعلامية العربية والأجنبية الناطقة بالعربية في الواقع المصري، وبعض تلك الأندية يمتلك أجندات خاصة، ربما قد لا تتسق مع المصالح الوطنية المصرية. وقد يعجز الإعلام المصري الخاص في ذلك التوقيت، بسبب حداثة عهده النسبية، وأجنداته الخاصة، وارتباطه بمفهوم الربحية، وصعوبة حشد موارد ضخمة من خلاله لإطلاق خدمات إخبارية منافسة، عن توفير المظلة الإعلامية الوطنية التي تلبي أولويات الجمهور.

### ثالثاً: استراتيجيات إعادة الهيكلة

يمكن الاستقرار على الرؤية التي تحكم عملية إعادة هيكلة منظومة الإعلام المملوكة للدولة المصرية على النحو التالي: المنظومة الإعلامية المملوكة للدولة المصرية، بأنماطها المختلفة، تمثل مصدر اعتماد رئيساً للجمهور المصري، خصوصاً في ما يتعلق بعناصر الإخبار والتعليم والتنقيف والتنشئة السياسية والاجتماعية، وتعمل في إطار من الحرية والشفافية وتكافؤ الفرص والنزاهة والحق في المنافسة، وفق الأسس والمعايير الدولية، وتنتهج أساليب مهنية ومؤسسية رشيدة، وتصور حرية التعبير وتدافع عنها، وتعكس الأوزان النسبية للقوى والمطالب الاجتماعية والسياسية بقدر كبير من الموضوعية في أدائها، وتمثل استثماراً ناجحاً للمال العام على صعد الوظيفة الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية والعمل الوطني.

ولإدراك تلك الرؤية، يمكن إرساء الإستراتيجية الواجب إتباعها على النحو التالي:

تحويل وسائل الإعلام التابعة للدولة إلى "هيئات خدمة عامة مستقلة"، عبر إعادة هيكلتها، وتعزيز كفاءتها المهنية والإدارية والمالية، وتشغيلها في خدمة المجموع العام، لمدة عشر سنوات على الأقل، دون التفكير في تفكيكها أو طرحها للخصخصة أو أي نمط آخر من أنماط الملكية.

ويجب إعادة صياغة الإطار القانوني والمهني الذي تعمل فيه هذه الوسائل، بالتركيز على العناصر التالية:

- إنشاء "المجلس الوطني للإعلام" كجهة قابضة تمثل المجموع العام في إدارة وسائل الإعلام العامة، على أن يتم اختيار قيادات المجلس بشكل يعكس توازن السلطات في البلاد، ويمنحه الاستقلالية التامة لممارسة أدوار الملكية والتقويم والإشراف والمراقبة على أداء تلك الوسائل بما يحقق الهدف من وجودها.
- تكوين إدارات محترفة مسؤولة وخاضعة للمحاسبة من قبل "المجلس الوطني للإعلام"، وتكليفها بإعادة هيكلة تلك الوسائل، وتحسين أنماط خدماتها ومواقعها التنافسية وأدائها لأدوارها المهنية والوطنية.
- تعزيز آليات المسؤولية والمحاسبة التي تخضع لها هذه الوسائل، وإعطاء حق الإشراف عليها للمجلس الوطني للإعلام، الذي يخضع بدوره لمساءلة البرلمان المنتخب انتخاباً حراً نزيهاً.
- إطلاق حرية مديري تلك الوسائل بما يساعدهم على تحقيق الأهداف الإستراتيجية، مع إخضاع قراراتهم للتقويم والمحاسبة.
- تطوير عناصر التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام التابعة للدولة.
- تطوير مؤسسات الدقة العامة لمتابعة ومراقبة وتقويم أداء وسائل الإعلام التابعة للدولة.

#### رابعاً: آليات إعادة الهيكلة

تتلخص آليات إعادة هيكلة منظومة الإعلام المصرية التابعة للدولة في ما يلي:

- ينشأ "المجلس الوطني للإعلام" كجهة قابضة، تمثل الدولة المصرية في ملكية وسائل الإعلام العامة، وتأمين تمويلها، واستدامة خدماتها، وتقويمها، وتحسينها، وتطويرها.
- يتكون مجلس إدارة "المجلس الوطني للإعلام" + من 12 عضواً؛ ثلاثة يعينهم رئيس الدولة، وثلاثة يعينهم رئيس مجلس الشعب، وثلاثة يعينهم رئيس مجلس الشورى، وثلاثة من المجتمع المدني والمؤسسات الدينية، فيما يعين رئيس الدولة رئيس المجلس بالتشاور مع الحكومة، ومدة المجلس ست سنوات.
- يتم الاستغناء عن خدمات جميع القيادات المسؤولة في درجات المسؤولية العليا (رؤساء مجالس الإدارات ورؤساء التحرير ورؤساء الخدمات الإذاعية والتلفزيونية المختلفة الذين تولوا المسؤولية في ظل النظام الراهن)، وتطرح وظائفهم للمنافسة في المجال العام، وفق سياسات توظيف معلنة من قبل "المجلس الوطني للإعلام".
- يتم تشكيل لجان متخصصة لفحص الأوضاع المالية والتشغيلية لوسائل الإعلام التابعة للدولة خلال الفترة السابقة، ورصد حالات الفساد وهدر المال العام، وجمع المستندات اللازمة، وإحالة جميع المتسببين في الهدر والمنتهين من الفساد إلى المحاكمة، واسترداد الأموال المنهوبة وإعادة ضخها في تلك الوسائل.
- يتم تحويل الخدمات الصحفية والتلفزيونية والإذاعية والإنترنتية والثانوية (مثل تلك التي تبث عبر الهواتف المحمولة) المملوكة للدولة إلى نمط الخدمة العامة، بحيث تؤدي خدماتها للمجموع العام، ولا ترتفع في الإدارة أو التشغيل إلى الحكومة أو الحزب الحاكم أي كان.

- الصحف القومية مملوكة للدولة، لكنها هيئات مستقلة عن أي حكومة، وتقع تحت إشراف "المجلس الوطني للإعلام" المقترح إنشاؤه، ويكون المجلس مسؤولاً أمام البرلمان.
- يعين "المجلس الوطني للإعلام" مجلس مديرين لكل مؤسسة صحفية قومية من 12 عضواً، نصفهم يتم انتخابه من الجمعية العمومية التي تمثل العاملين في المؤسسة، ويكون مجلس المديرين مسؤولاً أمام "المجلس الوطني للإعلام".
- ويعين مجلس المديرين مديراً مسؤولاً (أو رئيس مجلس إدارة) محترفاً، بعد تصديق "المجلس الوطني للإعلام" على تعيينه، ليمثل القيادة العليا في المؤسسة، وينضم إلى مجلس المديرين، ليصبح عدد أعضاء هذا الأخير 13 عضواً، ويتخذ قراراته بالأغلبية البسيطة في حالات سحب الثقة من المدير المسؤول المعين. ويكون المدير المسؤول مسؤولاً أمام مجلس المديرين، الذي يكون مسؤولاً بدوره أمام "المجلس الوطني للإعلام".
- يعين المدير المسؤول رئيس التحرير، ويكون هذا الأخير مسؤولاً أمامه، ويضع المدير المسؤول الخطط الإستراتيجية، ويشرف على تنفيذها، ويعتمد القوائم الختامية والميزانيات، ويمثل المؤسسة في المجالين القانوني والعام، ويكلف بإعادة هيكلة مؤسسته، وتحسين أوضاعها في السوق، وتطويرها بما يسمح بتعزيز قدرتها التنافسية.
- تظل الصحف القومية مملوكة للدولة ومدارة بالطريقة سالفة الذكر لمدة عشر سنوات، يتوقع خلالها أن تعيد هيكلة ذاتها، وتحسن حظوظها التنافسية، وتعيد بناء الثقة بينها وبين الجمهور وتستعيد المصداقية، وتسترجع أموالها المنهوبة، وترشد أداءها المهني والاقتصادي، بما يحسن قيمتها السوقية، ويعزز فرص التفكير في تخصصتها أو تحويلها إلى نمط الملكية التعاونية بعد انقضاء تلك الفترة.
- تتحول الخدمات التليفزيونية والإذاعية والإنترنتية التابعة لاتحاد الإذاعة والتليفزيون إلى نمط "الخدمة العامة"، بوصفها خدمات إعلامية مستقلة تابعة للدولة والمجموع العام، ولا تقع تحت سيطرة الحكومة أو إشرافها من قريب أو بعيد، على غرار "هيئة الإذاعة البريطانية" (بي بي سي).
- تصبح "هيئة الإذاعة والتليفزيون" المصرية هيئة مستقلة، مسؤولة أمام "المجلس الوطني للإعلام"، الذي يخضع بدوره للمساءلة من البرلمان المنتخب في انتخابات حرة نزيهة
- يعين "المجلس الوطني للإعلام" مجلساً للمديرين لهيئة الإذاعة والتليفزيون، على غرار ما يجب أن يفعله في الصحافة القومية، حيث يتكون المجلس من 12 عضواً، نصفهم يختارهم "المجلس الوطني للإعلام"، ونصفهم الآخر تنتخبهم الجمعية العمومية الممثلة للعاملين.
- يصبح مجلس المديرين مسؤولاً أمام "المجلس الوطني للإعلام"، الذي يكون مسؤولاً بدوره أمام البرلمان، ويعين المجلس مديراً مسؤولاً (رئيس مجلس إدارة) محترفاً، ويضمه إلى المجلس ليكون عدد أعضائه 13 عضواً، ويمكن



- للمجلس سحب الثقة من المدير المسؤول المعين بالأغلبية البسيطة، ويكون المدير المسؤول مسؤولاً أمام مجلس المديرين، معنياً بتمثيل الهيئة، ووضع وتنفيذ خطتها الإستراتيجية، وإعادة هيكلتها وتحسين حظوظها التنافسية.
- يسعى "المجلس الوطني للإعلام" إلى ضبط الخدمة العامة وتطويرها من خلال وسائل الإعلام التي يمثل دور المالك إزاءها؛ ومن ذلك تعزيز الأداء عبر التدريب والتأهيل المستمرين، ووضع سياسات توظيف عادلة وشفافة، وتخفيف عدد العاملين عبر إجراءات منصفة ومغرية، وتركيز عدد الوسائل من دون أي إضرار بمراكزها المالية أو حقوق العاملين فيها.
- يكون "المجلس الوطني للإعلام" مسؤولاً عن تطوير نمط التمويل، من خلال طرح رسوم أو ضرائب أو عائدات على الرخص، بشكل يضمن تمويلًا ملائمًا لمنظومة الإعلام العامة، دون الاضطرار لمجازاة أنماط الأداء الهادفة للربح أو توسيع رقعة الارتهان للإعلان.

### الخلاصة:

لن يكون بمقدور منظومة الإعلام المملوكة للدولة المصرية الاستمرار بالشكل الراهن، حيث تغرق في ديون تبلغ نحو 23 مليار جنيه، وتنقل بعمالة تتجاوز 74 ألفاً، وتراجع قدرتها التنافسية، وتفقد ثقة الجمهور باطراد.

ولن يكون بمقدور الدولة المصرية تصفية تلك المنظومة، لأنها تتمركز في أفضل مفاصل السوق الإعلامية، وتمتلك دوائر صناعة متكاملة، وتمتع بأسماء تجارية ومهنية بريقة وعريقة، وتتطوي على كوادر مهنية بعضها مميز، كما أن المرحلة المقبلة تحتاج خدمات تلك المنظومة لتحقيق التحول الديمقراطي، في ظل منظومة إعلامية داخلية وخارجية منافسة؛ بعضها ينزع نحو الربح، والآخر يخدم مصالح متباينة وضيقة.

ويبقى الحل مرهوناً بقدرة الدولة المصرية على تحويل تلك المنظومة إلى "نمط الخدمة العامة"، على غرار ما حدث في مجتمعات أكثر رشداً وتنظيماً سياسياً واجتماعياً كالمملكة المتحدة، أو على غرار تجارب بعض دول أوروبا الشرقية التي حققت نجاحات متباينة في هذا الصدد.

يبدأ الحل بإنشاء "المجلس الوطني للإعلام" الذي سيمثل المجموع العام في الملكية والإدارة، لينفذ سياسات تحول مدروسة وجادة، تجعل من تلك الوسائل "وسائل خدمة عامة" تؤدي دوراً مهنيًا واجتماعيًا ووطنياً، وتحافظ على مكتسبات الدولة واستثماراتها، وتحفظ حقوق العاملين، وتخدم الانتقال الديمقراطي الوطني في آن.

رقم الإيداع

18538 لسنة 2011