

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي

"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

د. محمد إبراهيم أحمد حسن الحفناوي*

مقدمة:

تمثل وسائل الإعلام والاتصال الجماهيرية، أحد الأركان الأساسية للتقدم والحضارة؛ وتهدف إلى الحفاظ على ثقافة المجتمع، وأصالته، وقيمه، وأخلاقياته؛ من خلال تنوير وعي الجمهور، وتقديم مواد ورسائل إعلامية هادفة إيجابية، واضحة وبسيطة¹.

والممارسة الإعلامية والحرية في العمل الإعلامي ضرورية؛ لتحقيق الديمقراطية، وتطوير المجتمع، فهي الميزان الذي يُقاس على كفته جوهر النظام الديمقراطي، وتقدم المجتمعات، لكن ما نريده هو الممارسة المسؤولة، التي تأخذ بعين الاعتبار مصلحة الوطن والمواطن، وتراعي أخلاق وقيم المجتمع، من خلال طرحها لقضاياها بمسؤولية ودقة وحيادية، فالإعلامي له مُطلق الحرية في بحث وعرض وتقديم كافة قضايا المجتمع، ويجب على الإعلامي اختيار كلماته وتعبيراته بعناية ودقة وموضوعية، فالحرية هي روح العمل الإعلامي، والمسؤولية هي حالة وعي الإعلام برسائله، والهدف المراد تحقيقه، فالمجتمع يتوقع من الإعلام أن يكون الوعاء الذي يستقي منه المعلومة الصادقة الدقيقة، والسلطة الرابعة التي تُراقب عمل السلطات الثلاث الأخرى، وأداة التغيير والإصلاح الاجتماعي، والسياسي، والاقتصادي. لذا؛ حتى يقوم الإعلام بواجباته تجاه المجتمع، ويمارس عمله الإعلامي بحرية، لا بد من أن يتمتع بالحرية المسؤولة، فشغفنا للديمقراطية والحرية يجب ألا يُنسينا مسؤولياتنا الاجتماعية تجاه المجتمع، والجيل الحاضر، والأجيال القادمة².

وأثبتت التجارب والخبرات الإنسانية أن كافة الحكومات في الدول النامية والدول المتقدمة لا تستطيع الاستغناء عن وسائل الإعلام للتواصل، ومخاطبة الجمهور المحلي

* تم ترقية سيادته بهذا البحث لدرجة أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة كفر الشيخ

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي "دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

والعالمي؛ مما دفع الحكومات إلى الحرص على إنشاء وسائل الإعلام الخاصة بها، مطبوعة، ومسموعة، ومرئية، وتوظف ناطقين رسميين باسمها؛ لشرح سياسة الدولة للجمهور، ومن ثم تحقيق التفاهم والانسجام في سياسات الدولة مع المجتمع بكل مكوناته السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، كما أن الجمهور أيضاً بحاجة لإمدادهم بالمعلومات والأخبار التي تحدث في الدولة والعالم، فبدون وجود إعلاميين ماهرين سيؤدي إلى الكثير من العقبات والعوائق والمشاكل في العلاقة بين الجمهور والحكومة من جانب، والعلاقة بين الحكومات والدول والجماعات السياسية وغير السياسية من جانب آخر^٣.

مشكلة الدراسة:

تأسيساً على الدراسات السابقة؛ تتلخص مشكلة البحث في نقص الدراسات التي تناولت العلاقة بين دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية، وتطوير الأداء الإعلامي بصفة عامة، وفي البيئة المصرية بصفة خاصة، وعليه فإن البحث الحالي يسعى إلى الإجابة عن التساؤل الرئيسي "ما هو دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي؟"

وينبثق من هذا التساؤل؛ التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية؟
- ما هو دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تطوير الأداء الإعلامي؟
- ما مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية؟
- ما هي أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني؟
- ما هي اختصاصات الهيئات الإعلامية الثلاث المصرية؟
- ما نوع الرقابة التي يتعرض لها الإعلاميين في ممارستهم المهنية؟
- ما أهم المقترحات التي تحد من الممارسات غير الأخلاقية وتحسن الممارسة الإعلامية في مصر؟
- ما هي أهم المشكلات التي تواجه دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء المهني؟

أهمية الدراسة:

١. تعد هذه الدراسة من أهم موضوعات هذا العصر الذي نعيشه وهو الإعلام، فهذا العصر هو حقًا عصر الإعلام وخاصةً في الوقت الراهن، ودوره في التأثير على الرأي العام.
٢. الحاجة إلى تطوير الأداء داخل المؤسسات الإعلامية لمواكبة تطورات تكنولوجيا الإعلام الحديثة.
٣. تسليط الضوء على أهمية دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية، وتطوير الأداء الإعلامي بشكل عملي وواقعي.
٤. تكمن أهمية الدراسة في تناولها لأحد الموضوعات الهامة والمعاصرة للإعلام بصفة عامة، وفي الوقت الراهن بصفة خاصة؛ إذ جاءت لترتبط بين دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي، وذلك لتسليط الضوء على دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية من جانب، وتطوير الأداء الإعلامي من جانب آخر.
٥. محاولة سد نقص المراجع العلمية التي تربط بين دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية، وتطوير الأداء الإعلامي بصفة عامة، وفي البيئة المصرية بصفة خاصة.

أهداف البحث:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق هدف عام، يتمثل في التعرف على "دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي"، وذلك من أجل تحقيق الرقي، والأمانة الإعلامية، والنهوض بالمجتمع، وتغييره للأفضل، مع المحافظة على عاداته وتقاليده وقيمه السامية، وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية أهمها:

- التعرف على ماهية واختصاص الهيئات الإعلامية الثلاث.
- تسليط الضوء على أهمية ودور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية.
- التعرف على طبيعة المعايير المهنية الإعلامية.
- التعرف على كيفية تطوير الأداء الإعلامي.
- التعرف على دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تطوير الأداء الإعلامي.
- التعرف على مستوى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي "دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

- التعرف على أكثر العوامل المؤثرة في السلوك المهني.
- نوع الرقابة التي يتعرض لها الإعلاميين في ممارستهم المهنية.
- التعرف على أهم المقترحات التي تحد من الممارسات غير الأخلاقية وتحسن الممارسة الإعلامية في مصر.
- الكشف عن أهم المشكلات التي تواجه دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء المهني.
- الوصول إلى توصيات مقترحات علمية وعملية يمكن الاستفادة بها في تدعيم دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي.

خلفية معرفية عن موضوع الدراسة: الهيئات الإعلامية الثلاث:

يبدو أنه كان هناك تصورًا سنة ٢٠١٥ أن يكون هناك قانون موحد، ينظم كل المسائل المتعلقة بالإعلام، وهو ما دعا رئيس الوزراء السابق إبراهيم محلب وقتها أن يشكل "لجنة الثمانية لإعداد التشريعات الصحفية والإعلامية". شكّل مجلس الوزراء (لجنة الثمانية) بقرار منفرد دون الرجوع للجماعة الصحفية والإعلامية، ممثلة في مؤسساتها وكياناتها النقابية، ثم عاد ليتراجع تحت وطأة الغضب الواسع الذي عبّرت عنه قطاعات كبيرة من المجتمع الصحفي والإعلامي، مثل نقابة الصحفيين، والمجلس الأعلى للصحافة، والناشرين، ومُلاك الوسائل الصحفية، والإعلامية. ورغم تشكيل لجنة جديدة أكثر تمثيلاً، وتحظى بقدر عالٍ من التوافق، إلا أن لجنة الثمانية استمرت في عملها، وأُخرجت مشروع قانون قدّمته للحكومة تمهيداً لإقراره من قبل الرئاسة. في الوقت الذي كانت (لجنة الخمسين لإعداد التشريعات الصحفية والإعلامية) قد أخرجت نسختها النهائية من مشروع القانون، بعد نقاشات وجلسات استمرت قرابة العام. كل ذلك رغم وجود لجنة تعمل تحت إشراف مباشر من مجلس الوزراء، ومؤسسة الرئاسة تختص بتقديم مسودات لمشروعات القوانين المُكمّلة للدستور؛ بهدف استكمال البناء التشريعي والقانوني، والتأكد من انعكاس نصوص وروح الدستور في مختلف التشريعات والقوانين، أُطلق عليها لجنة الإصلاح التشريعي، والتي لم يكن لها أي دور يُذكر بشأن عملية إعداد التشريعات الصحفية والإعلامية.

نص الدستور المصري الصادر في يناير ٢٠١٤، على تشكيل ثلاث هيئات مستقلة؛ لتنظيم أوضاع الإعلام والارتقاء به، ومنع الاحتكار، وتنظيم منح الرخص،

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي "دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

وإدارة إعلام الدولة، وفي يونيو ٢٠١٦ صدر القانون التأسيسي لهذه الهيئات الثلاث؛ ممثلة في الهيئات الإعلامية، والهيئة الوطنية للإعلام، والهيئة الوطنية للصحافة، ليعقب ذلك صدور القرارات الرئاسية بالتشكيل في أبريل ٢٠١٧ وهو العام نفسه الذي شهد تشكيل اللجنة التأسيسية لنقابة الإعلاميين.

ومع اكتمال التأسيس القانوني للمؤسسات التنظيمية للإعلام في مصر، إلا أن أداءها ما زال محل جدل يستدعي التقييم، وهو ما نتناوله عبر محاور ثلاثة رئيسية: يعرض الأول لتشكيل هذه الهيئات وتنظيمها، فيما يحلل الثاني أداءها، والإشكاليات التي تعترض عملها، ويستعرض الثالث غياب التغطية الإعلامية لما يحدث في سيناء، وعدم وجود استراتيجية إعلامية لمكافحة الإرهاب^٥.

تم تشكيل الهيئات الإعلامية لأول مرة في أبريل ٢٠١٧، استنادًا إلى نص قانون التنظيم المؤسسي للصحافة والإعلام رقم ٩٢ لسنة ٢٠١٦، والذي نص على تعيين ١٣ عضوًا في المجلس الأعلى للإعلام. وقد تغير عدد أعضاء الهيئات الإعلامية الثلاث إلى ٩ أعضاء، مع صدور القانون رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ بشأن تنظيم الصحافة والإعلام والهيئات الإعلامية.

ويُعدُّ الأعلى للإعلام وفقًا للمادة (٦٨) من الدستور المصري؛ هيئة مستقلة فنيًا وإداريًا وماليًا، تعمل على تنظيم شئون الإعلام المرئي، والمسموع، والرقمي، وكذلك الصحافة المطبوعة والرقمية. ولم يأتِ قانون إنشاء الأعلى للإعلام معبرًا عن نصوص الدستور، حيث غابت ضمانات الاستقلالية عن المجلس^٦.

☒ ماهية الهيئات الإعلامية الثلاث:

- مفهوم الهيئات الإعلامية الثلاث

بدايةً يجب التعرف على المؤسسات التنظيمية الثلاث التي نص عليها الدستور، وتشمل:

- **الهيئات الإعلامية:** وتقوم بمهام التنظيم العليا، وضمان وحماية حرية الصحافة والإعلام، ووضع القواعد والمعايير الضابطة للأداء الإعلامي والإعلاني، وضمان تنفيذها.
- **الهيئة الوطنية للصحافة:** وهي المسؤولة عن إدارة المؤسسات الصحفية المملوكة للدولة، وتعيين رؤساء المؤسسات الصحفية القومية ومطبوعاتها.

• الهيئة الوطنية للإعلام: وتختص بالإعلام المرئي والمسموع، ومن وظائفها إدارة المؤسسات الإعلامية المملوكة للدولة، وضمان التزام تلك المؤسسات الإعلامية بمقتضيات الأمن القومي.

ويرى الباحث أنه يجب على الهيئة العامة للإعلام؛ لما لها من دور كبير وهام، والمؤسسات الإعلامية التغلب أو التكيف مع هذه المتغيرات والتحديات التي يفرضها التطور، وعليها أن تواجهها بالوسائل والاستراتيجيات والأساليب الحديثة المناسبة؛ حتى تضمن بقاءها واستمرارها وتميزها في الساحة الإعلامية.

الإطار النظري للدراسة:

١. المعايير المهنية الإعلامية

- تعريف المعايير المهنية الإعلامية:

هي عبارة عن "الموضوعية، وعدم التحيز، وعدم إساءة استخدام الصور والمعلومات، وعدم تشويه المعلومات، والحياد، والعدالة، والأمانة، والصدق، فهي مبادئ ومعايير أخلاقية لا يتعلمها الإعلامي بالتدريب أو الدراسة، وإنما تأتي بالدرجة الأولى من قناعاته ومبادئه وقيمه وضميره باعتباره إنساناً ومهنياً".

وتُعرّف أيضاً على أنها "تلك الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الصحافة والإعلام المكونة من القيم والمبادئ والمعايير المتعلقة بالممارسة اليومية التي على الصحفي الالتزام بها بشكل إرادي في أدائه لمهامه المتمثلة بالمواثيق ومدونات السلوك، بكونها معايير سلوكية تقوده إلى إنتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام". وهناك شروط يجب توافرها حتى يصبح العرف ملزماً، وحتى تلتزم المحاكم بتطبيقه، ومن أهم الشروط أن يكون العرف قديماً قد جرى عليه، وأن يكون العمل به منذ مدة طويلة، وأن يكون العرف متبعاً باعتباره حقاً، وأن يكون معقولاً ومنطقياً، وأن يكون موافقاً للعدل والإنصاف والوجدان السليم^٦.

كما تُعرف المعايير المهنية في الإعلام على أنها "مجموعة من القيم المهنية المنصوص عليها في أدبيات الصحافة والإعلام المتعلقة بجانب المسؤوليات، التي يجب أن يضطلع ويلتزم بها القائم بالاتصال عند كتابة أو إنتاج مضمونه الإعلامي؛ فالمعيار يعني وجود مقياس يقيس به الشخص، وهي معايير تحكم سلوكه وأدائه المهني للفرد داخل عمله، وتؤثر على اختياره للأعمال، والوظائف، وكيفية تأديتها، وعلى

أساسها يُقارن بين الأشياء من حيث مدى فعاليتها ودورها في تحقيق المصالح والأهداف^٨.

ويرى الباحث أن المعايير تُعد أساسية ومتكاملة ومكلمة لبعضها البعض، فالحرية بدون إطار من المعايير المهنية والأخلاقية، تتحول إلى فوضى؛ تؤدي إلى الإضرار بالإعلام، والمجتمع المتلقي للرسائل الإعلامية؛ مما يضر بمصلحة الدولة، ومواطنيها اقتصادياً، وسياسياً، واجتماعياً.

- مبررات ودواعي التمسك بالمعايير المهنية الإعلامية:

هناك مجموعة من العوامل التي دعت إلى وجود منظومة أخلاقية ومعايير مهنية تحكم عمل وسائل الإعلام؛ مما يجعلها مسؤولة أمام جمهورها عن البحث والدقة وتقصي الحقائق ونشرها، وفقاً للمعايير المهنية، بما لا يضر بمصلحة المجتمع وأفراده، وتتمثل هذه العوامل فيما يلي:

- تطور تكنولوجيا الاتصالات وثورة المعلومات مما أثر بشكل كبير ومباشر على وسائل الإعلام.
- أزمة مصداقية وسائل الإعلام خاصة في الدول العربية.
- تجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام^٩.

ويرى الباحث إضافة إلى ما سبق أن عدم التمسك أو الإخلال بالمعايير المهنية من شأنه أن يؤثر بشكل سلبي على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية داخل الدولة وخارجها، وقد يؤدي إلى تشويه صورة الدولة في المجتمع الدولي، وحدوث مشاكل وأزمات وصراعات تعود بالضرر على الدولة ومواطنيها.

- أهداف وأهمية المواثيق الأخلاقية الإعلامية:

بالرغم من اختلافات مواثيق الأخلاقيات إلا أن جميعها تسعى إلى أهداف محددة تتمثل فيما يلي:

- **حماية الجمهور:** من أي استخدام غير مسؤول، أو ضد القيم والأهداف الاجتماعية، أو استغلاله للدعاية.
- **حماية الإعلاميين:** من أن يتحولوا بأي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسؤولياتها، أو تشتغل وظيفتها بشكل سلبي يلحق الضرر بالغير؛ نتيجة التعرض للتهديد، أو لأي ضغط تجعلهم يقولوا أو يفعلوا ما لا تمليه عليهم ضمائرهم.

- المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة في الاتجاهين: وذلك بالتأكيد على حق الإعلاميين في الحصول على كافة المعلومات في أي وقت دون الإخلال بأمن الدولة، ودون التوسع في تفسير ذلك، بما يجعل في ذلك استطاعة الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة، بحيث يصبح في إمكانهم التعبير عن آرائهم المؤيدة أو المعارضة باستمرار عبر وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى.
- حق المجتمع بالمعرفة: باعتباره حقًا من حقوق الإنسان، ومن ثم فإنها جوهر، والمهمة الأساسية لوسائل الإعلام بناءً على أعلى درجات المصادقية^١.
- ويرى الباحث أن هذه الزوايا الثلاث (حماية الجمهور، حماية الإعلاميين، المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة في الاتجاهين) تُشكل وتكون بصفة عامة- فلسفة موثيق أخلاقيات المهنة، وإن كانت هناك بعض الموثيق تصاغ لتصبح أداة من أدوات الحكومة للرقابة على الإعلام.

- معايير قياس جودة الوسيلة الإعلامية:

تتمثل معايير قياس جودة الوسيلة الإعلامية فيما يلي:

- انخفاض معدلات شكاوى الجمهور.
- زيادة الأرباح.
- زيادة الابتكارات.
- تخفيض التكاليف.
- تحسين الاتصال الفعال والتعاون مع كافة المعنيين.
- تحسين المادة الإعلامية المقدم للجمهور^١.
- قوة التأثير في الجمهور.
- مراعاة المعايير المهنية والأخلاقية^١.

٢. تطوير الأداء الإعلامي

- مفهوم الأداء الإعلامي:

يُعرف الأداء الإعلامي بأنه "مجموعة الوظائف والمهام والأنشطة المرئية والمسموعة والمكتوبة التي تقوم بها وسائل الإعلام في إطار منظومة الأنظمة والقوانين والدستور، بما يخدم مصلحة الدولة ووطنًا ومواطنًا"،

ويُعرف الأداء الإعلامي أيضًا بأنه "مجموعة العمليات التي يقوم بها أفراد المهنة، والتي تضمن تحديد هيكل معرفي، يحدد مجال الخبرة، والروابط المهنية، وزيادة الهوية

الجماعية، وصياغة رموز تلائم السلوك المهني، وتطور معنى الالتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الإعلامية^{١٢}.

ويضيف الباحث إلى ما سبق مواكبة الظروف والتغيرات البيئية على مستوى الدولة وخارجها، وخاصة أن العالم بأسره أصبح قرية صغيرة تؤثر وتتأثر ببعضها البعض، ولا توجد دولة تعيش بمعزل عن العالم، وهنا تظهر أهمية دور وسائل الإعلام، في تقوية وتدعيم وضع ومكانة الدولة، وتنمية وتحسين علاقاتها الدولية في المجتمع الدولي، كما تتمكن الدولة من توقع المشاكل والتهديدات والعمل على تجنبها، واكتشاف الفرص، وتحديدتها، واستغلالها، والاستفادة منها لصالح الدولة ومواطنيها، وخير مثال على ذلك فيروس كورونا بالصين؛ حيث مكنت وسائل الإعلام الحديث من التعرف على طبيعة الفيروس، وآخر التطورات فيما يتعلق بانتشار الفيروس؛ ومن ثمّ تتخذ مصر الإجراءات الوقائية اللازمة لمنع وصول الفيروس إليها، وهو بالطبع ما كان من المستحيل تحقيقه بدون وسائل إعلام.

- نحو استراتيجية لتطوير الأداء الإعلامي:

تتطلب استراتيجية تطوير الأداء الإعلامي ضرورة الاعتماد على مجموعة من الآليات المناسبة واللازمة لتنفيذها، تُساعد الإعلاميين وكافة وسائل الإعلام على تقديم محتوى إعلامي مناسب وملئم وفعال، وتتمثل هذه الآليات فيما يلي:

١. تطوير أداء الإعلاميين من خلال التوعية والتدريب بشكل مستمر؛ ويتطلب ذلك ما يلي:

- ضرورة الاتفاق والتمسك والعمل وفقاً لمدونة سلوك مهنية وأخلاقية للإعلاميين؛ مما يساهم في ضبط الأداء الإعلامي، وتقديم مادة إعلامية موضوعية.
 - إعداد وعقد تدريبات وورش عمل ومؤتمرات للإعلاميين حول شروط السلامة المهنية، ومعايير وأخلاقيات المهنة، وكيفية تطويرها، ودورهم في تحقيق ذلك.
 - ضرورة تدريب طلاب كليات الإعلام على كيفية المعالجة الإعلامية بشكل علمي دقيق وصحيح، وإقرار هذا الموضوع ضمن المناهج الدراسية التي يدرسونها.
٢. الرقابة والمتابعة الذاتية من خلال الكيانات الإعلامية والهيئة الوطنية للإعلام؛ ويتطلب ذلك ما يلي:

- تأسيس لجنة تختص برصد ومتابعة المعالجة الإعلامية خاصة في الموضوعات الدقيقة، والتي تؤثر على الرأي العام ومستقبل الدولة، والعمل على تقويمها لمعالجة الأخطاء وأوجه القصور؛ لتحقيق الأهداف المرجوة.

- أن تضم تلك اللجنة في عضويتها مجموعة متنوعة من الصحفيين، والإعلاميين، والأكاديميين، والمثقفين، وناشطي المجتمع المدني، ومن له خبرة وباع طويل.
 - إصدار تقارير وافية شاملة ودورية في هذا الشأن.
 - الاهتمام بنشر الملاحظات الخاصة بالممارسة الإعلامية على الإعلاميين؛ للاستفادة منها في تطوير الأداء الإعلامي، وتحقيق الأهداف المرجوة.
٣. المساءلة عن النواحي القانونية والتشريعية لإقرار آليات الثواب والعقاب؛ ويتطلب ذلك ما يلي:

- إقرار وتنفيذ وتفعيل مبدأ الثواب والعقاب بموضوعية للصحفيين والإعلاميين من خلال نقابة الصحفيين، واتحاد الإذاعة والتلفزيون، والكيانات الصحفية والإعلامية التي من الممكن تأسيسها في المستقبل^٤.

ويرى الباحث أن هذه الاستراتيجية لحد كبير متميزة من حيث الشمولية والقابلية للتنفيذ على أرض الواقع، ويمكن الاستفادة منها في المساهمة في تفعيل الدور التنويري، والتثقيفي للإعلام؛ مما يحقق التنمية التي يتطلع إليها الأفراد بصفة عامة، وخاصة المواطنين المصريون، ويمكن أن يقوم بتنفيذها ومتابعتها وتقييمها وتقويمها الهيئة العامة الوطنية للإعلام.

النظريات والنماذج المرتبطة بالدراسة:

أولاً: نظرية حارس البوابة

أصبحت المؤسسات الإعلامية شبكات اتصال ضخمة، تتصارع داخلها المصالح، كما أن كل مؤسسة في حد ذاتها نظام معقد للسلطة، والنفوذ، والمراكز، وحينما ندرس ما يحدث داخل الجريدة، أو محطة الإذاعة، أو التلفزيون نشعر بالدهشة من مدى تعقد أعمالها وتشابكها، ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تُتخذ يومياً -بل في كل دقيقة- قرارات مهمة وخطيرة، ونظراً لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن نعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات، والمراكز، أو المناصب التي تنفذ فعلياً تلك القرارات، وطبيعة القائم بالاتصال، والأمور التي تؤثر في اختيار المواد الإعلامية، والقيم والمستويات التي يعتنقها القائمون بالاتصال^٥.

وتستند نظرية حارس البوابة الإعلامية إلى أن القائم بالاتصال، هو المسئول عن البحث عن المعلومة والتأكد من صحتها، قبل تقديمها للجمهور، ولذلك تعتمد هذه النظرية على قدرة القائم بالاتصال على الملاحظة، ومتابعة الأحداث الجارية، واختيار

ما يمكن نشره منها؛ فقرارات حارس البوابة لا تنجم عن تقديرات شخصية تجاه معلومية المادة الإعلامية، أو عدم معلومتها، وإنما تنجم - وفقاً لروبنسون - عن اقتران جملة من القيم التي تحتضن معايير مهنية وتنظيمية، مثل الفاعلية، وعمليات إنتاج الأخبار والسرعة¹⁶.

فحراس البوابة بالضرورة شغلوا مواقع قيادية، فهم يوجدون على طوال السلسلة الاتصالية، ويمارسون أشكالاً مختلفة من التأثير على شكل ومضمون الرسالة الاتصالية¹⁷.

ففي وسائل الإعلام التقليدية يعرف القائم بالاتصال على أنه المصدر، وحارس البوابة، والوسيط، لكن بحوث القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الجديدة التي ظهرت منذ منتصف التسعينيات من القرن الماضي طرحت مفاهيم جديدة تستهدف إعادة فحص وتحديد دور القائم بالاتصال¹⁸.

أوجه الاستفادة من نظرية حارس البوابة:

● يعتمد الباحث على هذه النظرية في دراسته؛ بهدف تحديد دور الهيئات الإعلامية الثلاث، حيث تتعدد المتغيرات القانونية، والسياسية، والإدارية، والمهنية، والاجتماعية المؤثرة على القائم بالاتصال، ومن ثمّ تنعكس هذه المعايير على رؤية القائمين بالاتصال، وهم هنا يمثلون الهيئات الإعلامية الثلاث بصفتها الرقابية، وبالتالي على المضمون الذي يقدمه بوجه عام، وعلى دوره بوجه خاص، وعرض دوره في تعزيز المعايير المهنية، وتطوير الأداء الإعلامي.

ثانياً: مدخل الممارسة المهنية

إن أولى الأسس للممارسة المهنية هي المتعلقة بما يطلق عليها اسم (الموارد البشرية)، فالارتقاء بوعي الإعلاميين، وتطوير معارفهم، ومهاراتهم يفتح الطريق أمام المؤسسة الإعلامية أن تخطو الخطوة الأولى في طريق التطوير، وهو علاوة على ذلك سيؤدى بالنتيجة إلى كسر حالة الجمود في العمل الإعلامي، من خلال الأداء الجيد، والإبداع¹⁹.

كما يشير هذا المدخل إلى أن الممارسة المهنية تتأثر بعدد كبير من العوامل، مثل: التنظيم الإداري في المؤسسة، والتأهيل العملي والمهني، ثم اتجاه العلاقات الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء، بجانب العوامل المتعددة التي تؤثر في مستوى الرضا الوظيفي؛ فالنتائج الإعلامي للقائم بالاتصال لا يتأثر فقط بالعوامل

الخارجية في البيئة، أو السياق الاجتماعي، أو جمهور المتلقين، ولكنه يتأثر أيضاً بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية في المؤسسات^{٢٠}.

الدراسات السابقة:

من مراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث الحالي، اتضح أنه يمكن تقسيمها من الأحدث إلى الأقدم، وإلى محورين أساسيين كما يلي:

المحور الأول: معايير الأخلاق المهنية

➤ هدفت دراسة محمد فخري حسن (٢٠٢٠)^{٢١} إلى التعرف على أسباب غياب المعايير المهنية في التقارير التلفزيونية المحلية، وتحديد الأطراف المعنية بغيابها. وتوصلت النتائج إلى أن سياسة المحطة تضع الكثير من المحددات على المراسل في تناوله لموضوعات محددة، وطريقة هذا التناول، أو في اختيار الشخصيات ضمن سياق التقرير؛ مما يجعله يفقد الكثير من الموضوعات المهمة التي لا تتوافق مع تلك السياسة، أو يتناولها بطريقة غير احترافية، وتفتقر للمعايير المهنية المطلوبة، والخشية من المساءلة أو التهديد والتي تعد واحدة من الأسباب التي تعيق تقديم تقارير احترافية.

➤ واستهدفت دراسة حسينة بوشيج (٢٠١٩)^{٢٢} إلى التعرف على خصائص بيئة العمل في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، وأثرها على مدى التزام المراسلين التلفزيونيين بالمعايير المهنية والأخلاقية، وتوصلت الدراسة إلى تأثير المراسلين بمجموعة من الضغوط والعوائق المهنية المرتبطة بخصوصية العمل التلفزيوني الميداني، وصعوبات مادية ترتبط بقلّة وسائل العمل، وتدني الرواتب مقابل ضعف في التأهيل والتدريب؛ لصقل أو لتطوير القدرات الذاتية. كما توصلت الدراسة أيضاً إلى تأثير المراسلين بعوامل خارجية وداخلية في بيئة عملهم؛ مما يؤثر على مدى التزامهم بالمعايير المهنية والأخلاقية؛ إذ أكد المراسلون أن هناك انتشاراً للممارسات غير المهنية مثل إنجاز التقارير، والتغطيات التلفزيونية مقابل المال، أو استغلال نفوذ مهنتهم لتحصيل مكاسب خاصة، وأكدت الدراسة على أهمية توفير وسائل ومتطلبات العمل في الميدان، واختيار وانتقاء مراسلين جيدين؛ من ذوي المهارات الإعلامية والمبادئ المهنية المميزة؛ إذ تعتمد الكثير من القنوات على مصوّرين لتأدية مهام المراسلين دون تأهيل مُسبق؛ مما يجعل عملهم لا يتصف بالجودة والاحتراف والمهنية.

➤ وحاولت دراسة خلود عبد الله محمد ملياني (٢٠١٧) ^{٢٣} إلى التعرف على أساليب ووسائل القائمين بالاتصال في الصحافة الإلكترونية لتحقيق المعايير المهنية مثل الدقة، والمصداقية، والموضوعية، والحيادية في نشر الأخبار والتقارير، كما هدفت الدراسة إلى معرفة الاتجاهات والأفكار السائدة لدى القائمين بالاتصال عن المعايير المهنية المطلوب توافرها في عمل الصحافة الإلكترونية، ومعرفة مدى أهمية التخصص الإعلامي في تحقيق المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية، والتوصل إلى التوصيات والمقترحات التي تُساهم في تعزيز تطبيق المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك ضعفًا في تبني واعتماد الصحافة الإلكترونية السعودية على المعايير المهنية المتمثلة في الدقة، والمصداقية، والموضوعية، والحيادية في نشر الأخبار والتقارير.

➤ وجاءت دراسة أميرة السيد (٢٠١٥) ^{٢٤} لتحقيق هدف رئيسي؛ وهو التعرف على اتجاهات كل من القراء والقائمين بالاتصال نحو أداء الصحف المصرية، وفقًا لمعايير الممارسة المهنية والأخلاقية، والعوامل المؤثرة في هذه الاتجاهات، وقد تبين من نتائج الدراسة أن أكثر من نصف عينة الصحفيين يتبعون أسلوب الاعتراض للمسؤولين، عندما تتجاوز صحفهم معايير الممارسة المهنية والأخلاقية، بينما ذكر ٣٨% منهم أنهم يلجأون إلى حث زملائهم على ضرورة احترام أخلاقيات الممارسة المهنية، وذكر ١٥,٥% أنهم لا يقدرّون على فعل شيء؛ لأن ذلك مرهون بالاستمرار في العمل، ثم جاء البحث عن فرصة عمل في صحيفة أخرى تتوافق توجهاتها مع الإطار القيمي، والأخلاقي في المجتمع بنسبة ١٣,٩%، وفي النهاية ذكر ٧,٥% من المبحوثين شعورهم بالافتقار بدوافع الجريدة لاختراق أخلاقيات الممارسة المهنية، كما خلصت النتائج أن ٢٥,١% من عينة الصحفيين يرون أنهم أحيانًا ما يضطرون لاتباع أساليب تتناقض مع أخلاقيات الممارسة المهنية أثناء تأدية عملهم، بينما ذكر ٣٥,٣% منهم أنهم نادرًا ما يجدون أنفسهم في هذا الموقف، وأعرّب ٢٤,٦% منهم أنهم لا يتعرضون أبدًا لذلك.

➤ كما سعت دراسة أسماء حمدي عبد الحميد (٢٠١٥) ^{٢٥} إلى رصد وتوصيف واقع الممارسة المهنية للقائم بالاتصال داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية المدروسة، ومعرفة اتجاهاتهم، ومعتقداتهم نحو رؤسائهم، ووصف أنماط التكنولوجيا السائدة داخل غرف الأخبار، وتحديد أنماط الثقافة السائدة داخل غرف

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

الأخبار، وعلاقتها بالأداء المهني للقائمين بالاتصال، انطلاقاً من أن لكل مؤسسة صحفية ثقافتها التي يمكن تحديدها بسهولة من خلال المجتمعات التحريرية الصباحية، ومعرفة المعايير الثقافية التي تعزز سلوكيات الأمن الوظيفي، والرضا الوظيفي للقائمين بالاتصال في الصحف المدروسة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الباحثين قد ذكروا أن هناك مجموعة من السمات والخصائص التنظيمية التي تحكم أداء وتوجهات الجهاز التحريري بالصحف المصرية، يأتي في مقدمتها غلبة القيم، والمعايير المهنية على القيم الاقتصادية والنفعية، وذلك لعدد من الاعتبارات منها معيار تحقيق السبق، والانفراد.

➤ **وهدف دراس (Chari, T., (2013) إلى التعرف على التحديات التي تواجه الممارسين بالصحافة الزيمبابوية عند استخدام الإنترنت والبريد الإلكتروني والهواتف المحمولة في عملياتها، وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثيرات لتكنولوجيا وسائل الإعلام الحديثة على الصحافة تُشير إلى أن استخدام الإنترنت والبريد الإلكتروني والهواتف المحمولة تؤثر على أخلاقيات الصحافة، كما أن ممارسة الصحافة بشكل أخلاقي تأتي نتاج تفاعل وتشابك مجموعة من العوامل الهيكلية، والمؤسسية، والاجتماعية، والاقتصادية الداخلية والخارجية على حد سواء في البيئة التي يمارس فيها الصحافة، وساعد هذا البحث في تطبيق علم الاجتماع في إطار أخلاقيات مهنة الصحافة لكونه إطاراً لدراسة التحديات الأخلاقية والمعضلات والعوائق التي تواجه الممارسين للصحافة خاصة عند الاعتماد على وسائل الإعلام الحديثة.**

➤ **وحاولت دراسة حمزة خليل الخدام، ميساء نصر الرواشده (٢٠١٣) التعرف على طبيعة الممارسة الإعلامية في الأردن، وتوصلت النتائج إلى وجود تأثير واضح للعرف الاجتماعي على الممارسة الإعلامية، وعلى نوع الموضوعات التي يمكن للإعلامي الخوض فيها، خاصة تلك التي تتعلق بالأمور الشخصية، والقانونية، والجنسية. كما أشارت نتائج الدراسة أيضاً إلى تأثير المهنية الإعلامية المتمثلة بالمعايير المهنية، كونها تعد موائفاً للشرف الإعلامي ومدونات للسلوك، على مستوى الممارسة الإعلامية. كما أثبتت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الممارسات الإعلامية تبعاً لمتغير الجنس، والدخل الشهري، والمستوى التعليمي للإعلاميين. كما أشارت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الممارسات الإعلامية، تبعاً لمتغير نوع المؤسسة التي يعمل**

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

فيها الإعلاميون، وأوضحت النتائج أن الإعلاميين الذين يعملون في الإعلام الإلكتروني، والإعلام المطبوع لديهم مستويات من الممارسات الإعلامية أعلى من غيرهم من الإعلاميين الآخرين.

➤ وهدفت دراسة (Limo A., 2010)^{٢٨} إلى التعرف على طبيعة الأوضاع، وتحديد التحديات، والفرص في تدريس أخلاقيات الإعلام في ضوء الإعلام الحديث، وتوصلت الدراسة إلى أن الإعلام الحديث يُساهم بشكل فعال في بناء ثقافة المسؤولية لدى الشباب، كما يرى الشباب أن التكنولوجيا الحديثة ساعدتهم في غرس المبادئ الأساسية للمعلومات مثل أخلاقيات احترام الملكية الفكرية، والخصوصية، وتجنب حظر القرصنة، وجرائم الإنترنت، وأكدت الدراسة على ضرورة تدريس أخلاقيات الإعلام للأطفال في المراحل التكوينية؛ والتي تُساعدهم على التمييز بين الصواب والخطأ عبر الإنترنت، وغرس القيم والمعايير المهنية الإعلامية داخلهم منذ الصغر؛ حتى يعتادوا عليها، وتصبح من سمات شخصيتهم الأساسية.

➤ وساهمت دراسة أحمد الجميلة (٢٠١٠)^{٢٩} إلى دراسة واقع الممارسة المهنية في جميع الصحف السعودية، ونظرًا لكثرة المؤسسات الصحفية، اختار الباحث صحف الرياض، وعكاظ، والوطن لوصف واقع الممارسة المهنية، باعتبارهما الأكثر تفضيلًا لدى القراء، وذلك على عينة من الصحفيين قوامها ٥٠% من الصحفيين المتفرغين، والصحفيين المتعاونين، الذين يحصلون على مكافآت ثابتة من المسجلين رسميًا في الصحف السعودية، حيث سعى الباحث إلى الإجابة عن التساؤلات الآتية: ما واقع الممارسة المهنية في الصحف السعودية؟ وما العوامل المؤثرة فيها؟ واعتمدت الدراسة على البحث الكيفي، الذي يستهدف وصف الواقع كما هو، دون استخدام الإجراءات الإحصائية، أو دون الاعتماد على قياسات محددة للمتغيرات. واستخدم الباحث في البحث الكيفي أدوات الملاحظة بالمشاركة، والمقابلة المقننة، وتحليل الوثائق، واستخدم الباحث في دراسته الميدانية أداة الاستبيان على عينة مكونة من ٢٩٤ مفردة موزعة على ١١ صحيفة، وهي أكثر الأدوات الملاءمة لتحديد العوامل المهنية، وغير المهنية على الممارسة المهنية للصحفيين في الصحف السعودية، كذلك قدمت الدراسة رؤية قيادات العمل الصحفي لمستقبل الممارسة المهنية في الصحف السعودية.

➤ وأظهرت دراسة نرمين زكريا (٢٠٠٨)^{٣٠} إلى انخفاض نسبة القائمين بالاتصال، الذين اطلعوا على ميثاق الشرف الصحفي، أيضًا تبين أن نسبة قليلة جدًا من

القائمين بالاتصال يطلعون على التقارير المتعلقة بتقييم الممارسة الصحفية الصادرة من المجلس الأعلى للصحافة، وعدم اقتناعهم بدور المجلس في التزام الصحف بتحمل مسؤوليتها الاجتماعية.

➤ كما بينت نتائج دراسة حنفي حيدر (٢٠٠٨)^{٣١} محدودية معرفة الصحفيين، والنخب بالقوانين والضوابط الأخلاقية التي تضبط التعرض للحياة الخاصة للشخصيات العامة، كما أوضحت محدودية التزام الصحف الحزبية والخاصة بالجوانب القانونية والأخلاقية المنظمة للتعرض للحياة الخاصة للشخصيات العامة، وعدم الرضا بنسبة كبيرة لدى الصحفيين بصفة عامة في تغطيتهم للموضوعات الصحفية.

المحور الثاني: تطوير الأداء الإعلامي

➤ تعرضت دراسة باسم محمد الطويسي، نسيم محمد الطويسي، أيمن سند قرالة، رائد جميل سليمان (٢٠١٩)^{٣٢} إلى تطوير معايير الجودة المهنية في وسائل الإعلام، واشتملت الدراسة على تطوير سبع حزم من المعايير في المجالات التالية: جودة التنظيم والتخطيط المؤسسي، والتدريب واكتساب المعرفة، والسياسات التحريرية، والاستقلالية، وجودة المحتوى والمنتج الإعلامي، والمساءلة والمبادئ الأخلاقية، والتطوير والتحسين المستمرين، وتوصلت النتائج إلى ٣١ معياراً لقياس الجودة المهنية تشمل البيئة الداخلية لمؤسسات الإعلام، والبيئة الخارجية المرتبطة بالنظام الإعلامي، ويتضمن كل معيار مجموعة من المؤشرات التي تقيس المعيار، ولكل مؤشر أدوات للقياس، والتحقق، والتقييم، والتفويض.

➤ وركزت دراسة فاطمة الزهرة كريم (٢٠١٧)^{٣٣} إلى التعرف على أهمية التدريب ودوره في عملية التطوير الإداري للمؤسسة الإعلامية "إذاعة المسيلة أنموذجاً"، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن للتدريب دوراً فعالاً في عملية التطوير الذاتي للأفراد العاملين بالمؤسسة الإعلامية، فهو يساهم في زيادة وصقل مهاراتهم وتحسين العمل، كما أن له أهمية كبيرة على مختلف مجالات التطوير الإداري في توظيف التكنولوجيا الحديثة في جوهر وأساس العمل الإعلامي، وكيفية استخدامها، ودوره في دعم وتغيير الثقافة التنظيمية، وترسيخ مفاهيم التطوير والتجديد، ودعم فرق العمل والتعاون، وتطوير أساليب العمل، فهو يدعم مفاهيم إدارة الجودة في العمل وتجديده، كما توصلت الدراسة أيضاً إلى مجموعة من المعوقات تحد من تحقيق الفعالية المطلوبة؛ لتحقيق أهدافه، وإحداث تطوير إداري على كافة

المستويات، تتمثل في ضعف مصادر التمويل لدعم التدريب، وبرامج التطوير الإداري، وجمود البنى التنظيمية للإذاعات الجهوية؛ مما يساهم في عرقلة التطوير والتجديد في هذه المؤسسات، التي يعتمد في تسييرها على التخطيط المركزي في قمة الهرم الإداري التابعة له.

➤ **وحاولت دراسة صفاء خليل محمد أبو جنبو (٢٠١٦) ٣٤** إلى التعرف على قياس مدى فاعلية تقنيات الوسائط المتعددة في الارتقاء بمستويات الأداء في الصحافة الورقية، ومدى توظيفها بصورة إيجابية في تحديث التغطية الصحفية عبر كافة مراحلها، وأثبتت النتائج أن هناك علاقة ارتباطية بين استخدام تكنولوجيا الوسائط المتعددة، وتطور الممارسات الصحفية.

➤ **وسعت دراسة خديجة باديس (٢٠١٥) ٣٥** إلى تبني نظرية انتشار الأفكار المستحدثة باعتبارها مدخلًا نظريًا لفهم طبيعة العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام الحديثة والأداء الإعلامي، والوقوف على مختلف النظريات والمقاربات والأيديولوجيات العلمية التي تهتم بدراسة وتحليل التكنولوجيا الحديثة للإعلام، وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة بين تكنولوجيا الإعلام الحديثة والأداء الإعلامي، وأن محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون قد شهدت تطورًا كبيرًا نتيجة توظيف تكنولوجيا الإعلام الحديثة في العمل الإعلامي، وأسهمت تكنولوجيا الإعلام الحديثة في تطوير الكثير من الجوانب المتعلقة بالأداء المهني الإعلامي والتي من بينها: تحسين نوعية الرسالة الإعلامية، وتسهيل الاتصال بالمسؤولين، إلى جانب إعادة بث التفاعل المهني بين الزملاء.

➤ **وهدفت دراسة عبد المجيد العزام، هاديا خزنة كاتبتي (٢٠١٠) ٣٦** إلى الكشف والتعرف على اتجاهات الأردنيين نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية تجاه عدد من الموضوعات والقضايا الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والأمنية، والكشف عن العلاقة بين هذه الاتجاهات وبين الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الجمهور العام. وأجريت الدراسة على المستوى الوطني، وشملت عينة الدراسة طبقة عشوائية ممثلة لفئات المجتمع الأردني كافة، فضلًا عن عينة غرضية من جمهور النخبة؛ وذلك بهدف المقارنة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

• كان الرضا العام لأفراد العينة عن أداء وسائل الإعلام الأردنية سلبيًا، على الرغم من وجود اتجاهات إيجابية نحو أداء وسائل الإعلام الأردنية بخصوص عدد من الموضوعات.

- ضعف الدور الرقابي (وغيابه أحياناً) لوسائل الإعلام على أعمال الحكومة والبرلمان، وهيمنة الحكومة على وسائل الإعلام الأردنية، وفرضها بعض القيود على حرية وسائل الإعلام في ممارسة نشاطاتها المختلفة.
- كان التزام وسائل الإعلام بالمصداقية بنشر الأخبار وتناولها للأحداث بدرجة متوسطة.

➤ وهدفت دراسة عبده عثمان عبده عبد الله، وجلال الدين الشيخ زيادة (٢٠٠٧) ٣٧ إلى التعرف على مدى إسهام الاتصال في تطوير الأداء الإعلامي في المؤسسات الإعلامية بولاية الخرطوم، وتوصلت الدراسة إلى: أن أغلب المبحوثين بنسبة ٨٠% أجمعوا على أن بحوث الاتصالات التي تنفذها المؤسسات الإعلامية لها دور في تطوير الأداء الإعلامي.

التعليق على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة تبين الآتي:

١. أن هناك أوجه تشابه واختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، فكان التشابه في المنهج المتبع، وأدوات الدراسة، وحجم العينة، في حين الاختلاف كان في أن الدراسة الحالية تقوم على استقصاء آراء الإعلاميين والنخبة كل من منهم على حدة؛ بهدف الوقوف على دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية.
 ٢. تطوير الأداء الإعلامي بشكل دقيق ومحدد؛ بهدف تدعيم هذا الدور للهيئات الإعلامية الثلاث في التمسك بالمعايير الأخلاقية، ومن ثم تطور الأداء الإعلامي؛ مما يعود بالنفع على الدولة ومواطنيها على الصعيد الداخلي والعالمي في الحاضر والمستقبل.
 ٣. اتضح من الدراسات السابقة أنه لا يوجد دراسات تناولت دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي بصفة عامة، وفي مصر بصفة خاصة -في حدود علم الباحث-، ومن ثم هذه الدراسة تعتبر إضافة نوعية للدراسات السابقة، مما يُبرز أهمية الدراسة الحالية.
- واستفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في العديد من النقاط أهمها:
- الاطلاع الواسع على موضوع الدراسة، ومحاولة الإلمام بجميع جوانبه، ومن ثم فهمه بشكل شامل وموسع.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

- العرض السليم للإطار النظري.
- تصميم وبناء أداة الدراسة.
- تفسير النتائج ومناقشتها والتعليق عليها، وربطها بما توصلت إليه الدراسة الحالية.
- تصنيف وتبويب الدراسة بتسلسل سليم علمياً ومنطقياً.

فروض الدراسة:

- الفرض الأول:** يوجد دور للهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية.
- الفرض الثاني:** يوجد دور للهيئات الإعلامية الثلاث في تطوير الأداء الإعلامي.
- الفرض الثالث:** التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية.
- الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين المعايير المهنية الذي يعززها الهيئات الإعلامية وتطوير الأداء الإعلامي.
- الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية يرجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (النوع، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة).
- الفرض السادس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي يرجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (النوع، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة).
- الفرض السابع:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (النوع، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة).

المفاهيم الإجرائية للدراسة:

- **الهيئات الإعلامية الثلاث بمصر:** وتُعرف بالهيئات الإعلامية، وهي هيئة مستقلة ذات شخصية اعتبارية مقرها الرئيسي محافظة القاهرة. أنشئت وفقاً للقانون رقم ٩٢ لسنة ٢٠١٦، والمعني بالتنظيم المؤسسي للصحافة والإعلام، ويتولى تنظيم شؤون الإعلام بكافة أنواعه؛ المسموع، والمرئي، والرقمي الخاص الصحافة المطبوعة والرقمية وغيرها، ويتمتع بالاستقلال الفني، والمالي، والإداري، ولا يجوز التدخل في شؤونه، ويتكون المجلس بقرار من رئيس الجمهورية، كما أنه

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

الجهة البديلة التي انتقلت إليها مسؤوليات وزارة الإعلام وقبلها وزارة الإرشاد القومي^{٣٨}.

- **المعايير المهنية:** عبارة عن مجموعة الضوابط التشريعية، والسلوكية، والأيدولوجية المنظمة، والتي تحكم عمل القائم بالاتصال في وسائل الإعلام، وتؤثر على المضمون والمحتوى الإخباري بها.
- **تطوير الأداء المهني الإعلامي:** عبارة عن مجموعة الأنشطة والمهام المتنوعة التي يقوم بها الإعلاميون في مصر، في إطار وحدود الدستور والقانون المصري، كما يجب أن يتسم الأداء بالاحتراف والمهارة في التقديم.

منهج الدراسة وإجراءاتها:

- منهج الدراسة:

وفقاً لمعطيات البحث وأهدافه وأسئلته، اعتمد الباحث على المنهج الوصفي المسحي لملائمته لأهداف الدراسة؛ حيث يتم التعرف على دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية، وتطوير الأداء الإعلامي، ومدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية، وأهم المعايير الأخلاقية التي يسعى الإعلاميين للالتزام بها، وأهم المعايير المؤثرة في السلوك المهني، وأهم الاقتراحات التي يقدمها الإعلاميون للحد من الممارسات غير الأخلاقية، ولتحسين الممارسة الإعلامية في مصر، والتعرف على المشكلات التي تواجه دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء المهني.

- مجتمع البحث:

طبق الباحث على العاملين بالجراند والإذاعة والفضائيات المصرية.

- عينة البحث:

تكونت عينة الدراسة من العاملين بالجراند، والإذاعة، والفضائيات المصرية وبلغ عددهم (١٠٦).

جدول (١)

يوضح الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	البيان	ك	%
النوع	ذكر	٤٦	٤٣,٤%
	أنثى	٦٠	٥٦,٦%
الوظيفة	صحفي	٨٨	٨٣%
	إعلامي يعمل بالفضائيات والإذاعة	١٨	١٧%
عدد سنوات الخبرة	أقل من ٥ سنوات	١٨	١٧%
	من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات	٣٥	٣٣%
	من ١٠ سنوات فأكثر	٥٣	٥٠%

يتبين من الجدول (١) أن:

- أن أكبر عدد من عينة الدراسة من الإناث وبلغت نسبتهم (٦٠%)، بينما بلغت نسبة الذكور (٤٦%).
- كما تبين أن أكبر عدد من عينة الدراسة وظائفهم هم من الصحفيين، وبلغت نسبتهم (٨٣%)، بينما نسبة (١٧%) من عينة الدراسة هم من الإعلاميين، يعملون في الفضائيات، والإذاعة، والتلفزيون.
- وتبين أن أكبر عدد من عينة الدراسة مستوى خبراتهم من ١٠ سنوات فأكثر، وبلغت نسبتهم (٥٠%)، يليهم من هم عدد سنوات خبرتهم (من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات) وبلغت نسبتهم (٣٣%)، ونسبة (١٧%) لمن هم خبرتهم (أقل من ٥ سنوات).

أدوات البحث:

بعد الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بالمعايير المهنية والأخلاقية للإعلام، والممارسات المهنية، والدراسات المتعلقة بتطوير الأداء الإعلامي، قام الباحث بإعداد الاستبيان الخاص بدور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية، وتطوير الأداء الإعلامي. وتتكون من جزئين كما يلي:

الجزء الأول: البيانات الأولية: وتضم (النوع، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة).

الجزء الثاني: يحتوي على محورين كالتالي:

- المحور الأول: دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية، وقد استخدم الباحث التدرج الخامس (أوافق بشدة- أوافق- محايد- غير موافق- لا أوافق بشدة).

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي "دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

- **المحور الثاني:** دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تطوير الأداء الإعلامي، وقد استخدم الباحث التدرج الخماسي (أوافق بشدة- أوافق- محايد- غير موافق- لا أوافق بشدة).
- **المحور الثالث:** محور خاص بمدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية، وقد استخدم الباحث التدرج الثلاثي (نعم- إلى حد ما- لا).
- بعض الأسئلة بصيغة الاختيار من متعدد؛ للتعرف على أهم المعايير الأخلاقية، وسبب الالتزام بها، وأهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني، وبعض المقترحات والمشكلات.

وقد قام الباحث بالتحقق من توافر الشروط السيكومترية (الصدق والثبات) للاستبيان كالتالي:

أولاً: صدق الاستبيان: اعتمد الباحث على كلٍ من:

١. **الصدق الظاهري (صدق المحكمين)*:** حيث قام بعرض الاستبيان في صورته الأولية على عدد من المحكمين؛ وذلك لإبداء الرأي حول مدى ملائمة العبارات لقياس ما وضعت من أجله، وكفاية عدد العبارات لتوضيح المحور التابع لها، وشمول الاستبيان على كافة العبارات التي تقيس دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي، ووضوح صياغة وسلامة كل عبارة علمياً ولغوياً لأفراد العينة من الإعلاميين والصحفيين، مع إمكانية تعديل أو صياغة أو حذف وإضافة عبارات جديدة؛ ليصبح الاستبيان أكثر قدرة على تحقيق الهدف المرجو منه.

وفي ضوء اتفاق المحكمين استيق الباحث على العبارات التي حصلت على نسبة اتفاق (٨٠% فأكثر) من عدد المحكمين، وقد تم إعادة صياغة بعض العبارات، وأدخل عليها بعض التعديلات بناءً على ملاحظات المحكمين.

* المحكمون: الأستاذ الدكتور: فوزي عبد الغني/ عميد المعهد العالي للإعلام بالإسكندرية.
الأستاذ الدكتور: عبد العزيز السيد/ عميد كلية الإعلام جامعة بني سويف.
الأستاذة الدكتورة: ندى عبد النبي القاضي/ أستاذة الإعلام بكلية الآداب جامعة المنوفية.
الأستاذ الدكتور: صالح العراقي/ رئيس قسم الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق.
الأستاذة: بريكسام رمضان/ نائب رئيس تحرير الأخبار.
الأستاذة: فاطمة الدسوقي/ نائب رئيس تحرير الأهرام.
الأستاذ: جلال راشد/ نائب رئيس تحرير الجمهورية.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

صدق الاتساق الداخلي للمقياس: تم التحقق من الاتساق الداخلي للاستبيان خلال تطبيق الاستبيان على العينة الاستطلاعية التي قوامها (٣٠) إعلامياً، كما يلي: حساب معاملات الارتباط بين عبارات الاستبيان والدرجة الكلية للاستبيان، حساب الارتباط بين درجة العبارة والدرجة الكلية للمحور، حساب معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل محور والدرجة الكلية للاستبيان.

جدول (٢)

معاملات الارتباط بين العبارة والدرجة الكلية للاستبيان، العبارة والدرجة الكلية للمحور

معامل الارتباط مع الدرجة الكلية	معامل الارتباط مع المحور	العبارة	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية	معامل الارتباط مع المحور	العبارة
تطوير الأداء الإعلامي			المعايير المهنية		
**٠,٧٣٠	**٠,٧٤٧	١	**٠,٩٤٩	**٠,٩٠٦	١
*٠,١٩١	**٠,٢٠٥	٢	**٠,٩٠٣	**٠,٨٩٩	٢
**٠,٨٠١	**٠,٧٦٦	٣	**٠,٧٦٦	**٠,٨٣٧	٣
**٠,٨٥٥	**٠,٨٣٤	٤	**٠,٩٢١	**٠,٩٦٠	٤
**٠,٧٤١	**٠,٧٧٨	٥	**٠,٨٥٨	**٠,٩٢٨	٥
**٠,٣٩٩	**٠,٥٢٣	٦	**٠,٧٧٩	**٠,٩٢٤	٦
**٠,٨٠٢	**٠,٨٢٣	٧	**٠,٣٣٣	**٠,٣٢٥	٧
**٠,٩٤٩	**٠,٩٤٢	٨	**٠,٣٢٧	**٠,٥٦٢	٨
**٠,٩٦٧	**٠,٩٦٥	٩	**٠,٧٨٥	**٠,٧٨١	٩
**٠,٦١٨	**٠,٦٤٦	١٠	**٠,٩٠٨	**٠,٩٢٢	١٠
**٠,٨٢١	**٠,٨٤٣	١١	مدى التزام الإعلاميين بقرارات الهيئات الإعلامية		
**٠,٨٩٠	**٠,٩١٠	١٢	**٠,٣٥٦	*٠,١٢٩	١
**٠,٩٠٩	**٠,٨٦٥	١٣	**٠,٦٩٤	**٠,٩٣٧	٢
**٠,٨٤٢	**٠,٨٩٠	١٤	**٠,٤٥٦	**٠,٩٢٩	٣
**٠,٩٧٦	**٠,٩٧٦	١٥	**٠,٤٤٨	**٠,٧٨١	٤
**٠,٨٤٧	**٠,٨١٩	١٦	**٠,٧٩٦	**٠,٧٨٠	٥
**٠,٧٥٣	**٠,٧٤٠	١٧	**٠,٦٤٢	**٠,٩٤٥	٦
			**٠,٥٥٥	**٠,٦٢٩	٧

* دالة عند مستوى (٠,٠٥)

** دالة عند مستوى (٠,٠١)

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

يتضح من جدول (٢) أن معاملات الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية للمحور التي تنتمي إليه تراوحت ما بين (٠,١٢٩)*، (٠,٩٧٦)** وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، (٠,٠١).

كما تبين أن معاملات الارتباط بين العبارات والدرجة الكلية للاستبيان ككل تراوحت ما بين (٠,١٩١)*، (٠,٩٧٦)** وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، (٠,٠١)، ويشير ذلك إلى تمتع الاستبيان بدرجة عالية من الاتساق الداخلي؛ وبالتالي الاستبيان يقيس ما وضع من أجله.

ثانياً: ثبات الاستبيان: قام الباحث بحساب ثبات الاستبيان بعدة طرق وهي (معامل ألفا كرونباخ، التجزئة النصفية، إعادة التطبيق) على عينة قوامها (٣٠) إعلامياً وصحفيًا، وكانت النتائج كما يلي:

١- **معامل ألفا كرونباخ:** يوضح جدول (٣) معاملات الثبات لكل بعد من أبعاد الاستبيان وتراوحت ما بين (٠,٨٦٥، ٠,٩٤٨)، بينما قيمة معامل ألفا كرونباخ للاستبيان ككل، كانت (٠,٩٦١).

٢- **التجزئة النصفية:** كما تم حساب معاملات ثبات الاستبيان بطريقة التجزئة النصفية حيث تراوحت ما بين (٠,٧٦١، ٠,٩٨٠)، بينما قيمة الاستبيان ككل، كانت (٠,٩٧٤). والجدول التالي يوضح معاملات الثبات.

جدول (٣)

قيم معامل الثبات لكل محور من محاور الاستبيان وللإستبيان ككل

المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل التجزئة النصفية
المعايير المهنية	١٠	٠,٨٩٩	٠,٨٥٧
تطوير الأداء الإعلامي	١٧	٠,٩٤٨	٠,٩٨٠
مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية	٧	٠,٨٦٥	٠,٧٦١
الإستبيان ككل	٣٤	٠,٩٦١	٠,٩٧٤

يتضح من الجدول (٣) أن جميع هذه القيم تدل على تمتع الاستبيان بدرجة مناسبة من الثبات لقياس دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي؛ ومن ثم ثبات الاستبيان ككل، ويتضح من الجدول أن القيم مناسبة ويمكن الوثوق بها، وتدلل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

٣- إعادة التطبيق: تم حساب ثبات الاستبيان بطريقة التطبيق، وإعادة التطبيق Test-retest، حيث قام الباحث بتطبيق المقياس على عدد (٣٠ إعلامياً)، ثم أعاد الباحث تطبيق الاستبيان على نفس العينة بفارق أسبوعين عن التطبيق الأول للاستبيان، ثم تم حساب معامل ثبات الاستبيان باستخدام معامل الارتباط لبيرسون، وقد بلغ معامل الارتباط بين التطبيقين (٠,٨٩٤) وهي قيمة تشير إلى أن الاستبيان يتسم بدرجة عالية من الثبات.

٤- دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي.

المعاملات الإحصائية التي استخدمت في تحليل البيانات:

تم تحليل البيانات وإجراء المعاملات الإحصائية باستخدام برنامج spss لاستخراج النتائج، وفيما يلي بعض الأساليب الإحصائية المستخدمة:

١. معامل ارتباط بيرسون: لحساب صدق المحتوى (التجانس الداخلي) للاستبيان.
٢. معامل ألفا كرونباخ: لحساب الثبات وصلاحيّة الأداة، ويعتبر من أشهر معاملات الثبات، حيث يعتمد على حساب الارتباط الداخلي للإجابة عن العبارات.
٣. معامل التجزئة النصفية.
٤. المتوسط المرجح والمتوسط المنوي المرجح: (حيث يعتبر من أفضل أساليب قياس الاتجاهات للتعرف على مستوى جودة كل عبارة من وجهة نظر المحكمين، ويستخدم في مقاييس واستبيانات التدرج).

ويكون الوزن المرجح لإجابات عن كل عبارة من العبارات على النحو التالي:

١ - ١,٧٩	(غير موافق تماماً)
١,٦٧ - ١	(لا)
١,٨٠ - ٢,٥٩	(إلى حد ما)
٢,٦٠ - ٣,٣٩	(نعم)
٣,٤٠ - ٤,١٩	
٤,٢٠ - ٥	

٥. الانحراف المعياري: هو أحد المقاييس المهمة؛ لمعرفة مدى تشتت البيانات عن وسطها الحسابي، كما أنه يفيد في ترتيب المتوسطات عند تساوي بعضها، حيث تعطي الرتبة الأفضل للفقرة التي انحرافها المعياري أقل.

٦. اختبار تحليل التباين الأحادي في اتجاه واحد One -Way ANOVA: هو أحد الاختبارات المعلمية، ويستخدم في حالة وجود أكثر من عینتين مستقلتين.
٧. اختبار Independent Samples T-Test: في حالة عینتين مستقلتين.
- نتائج الدراسة:**

١. أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى الإعلاميون للالتزام بها:

جدول (٤)

أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى الإعلاميون للالتزام بها

ن = ١٠٦		حجم العينة	
%	ك	المعايير	يوضح أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى الإعلاميون للالتزام بها
١٦%	١٧	الموضوعية	
٥٠%	٥٣	المصداقية	
٣٤%	٣٦	احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده	

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى الإعلاميون للالتزام بها؛ هي المصداقية حيث بلغت نسبة اختيارها من قبل عينة الدراسة (٥٠%)، يليها احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده، وبلغت نسبتها (٣٤%)، في حين كان أقل عدد استجابات للموضوعية وبلغت نسبتها (١٦%).

٢. هل التزامك بهذه المعايير تابع من...؟

جدول (٥)

أسباب الالتزام بالمعايير الأخلاقية

ن = ١٠٦		حجم العينة	
%	ك	المعايير	أسباب الالتزام بالمعايير
٤٩,١%	٥٢	قناعة شخصية	
١٧%	١٨	الالتزام الطوعي بمسؤوليتك الاجتماعية	
٣٤%	٣٦	وعيك بضرورة العمل وفقاً لأخلاقيات المهنة	

تشير نتائج الجدول السابق من خلال استجابات عينة الدراسة أن أكثر أسباب التزام الإعلاميين بالمعايير الأخلاقية هي قناعتهم الشخصية ونسبتها (٤٩,١%)، يليهم نسبة (٣٤%) منهم ملتزمين بالمعايير الأخلاقية؛ بسبب الوعي بضرورة العمل وفقاً

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

لأخلاقيات المهنة، وأقل عدد من عينة الدراسة يرون أن الالتزام بالمعايير الأخلاقية يرجع للالتزام الطوعي بمسؤولياته الاجتماعية، وبلغت نسبتهم (١٧%).

٣. أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني.

جدول (٦)

أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني

ن = ١٠٦		حجم العينة	
%	ك	المعايير	أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني
٣٤%	٣٦	قلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية	
١٧%	١٨	ضعف مستوى الأداء المهني للإعلاميين	
١٧%	١٨	الرقابة بأنواعها المختلفة	
٣٢,١%	٣٤	تغليب المصالح الشخصية	

يتضح من الجدول السابق أن أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني من وجهة نظر عينة الدراسة: قلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية وبلغت نسبتها (٣٦%)، يليهم نسبة (٣٤%) من عينة الدراسة يرون أن تغليب المصالح الشخصية هي من أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني، في حين أن الرقابة بأنواعها المختلفة، وضعف مستوى الأداء المهني للإعلاميين حصل كل منهم على نسبة اتفاق (١٧%).

٤. نوع الرقابة التي يتعرض لها الإعلاميون في ممارستهم لمهنتهم كإعلاميين

جدول (٧)

نوع الرقابة التي يتعرض لها الإعلاميون في ممارستهم لمهنتهم كإعلاميين

ن = ١٠٦		حجم العينة	
%	ك	المعايير	نوع الرقابة التي يتعرض لها الإعلاميون في ممارستهم لمهنتهم كإعلاميين
٣٤%	٣٦	أخلاقية ذاتية	نوع الرقابة التي يتعرض لها الإعلاميون في ممارستهم لمهنتهم كإعلاميين
٦٦%	٧٠	قانونية عمومية	

يشير الجدول السابق إلى أن أكثر أنواع الرقابة التي يتعرض لها الإعلاميون في ممارستهم لمهنتهم كإعلاميين هي القانونية العمومية، وبلغت نسبة عينة الدراسة المتفق على ذلك (٦٦%)، بينما نسبة (٣٦%) من عينة الدراسة يرون أن نوع الرقابة هي رقابة أخلاقية ذاتية نابعة من الإعلامي نفسه.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

٥. أهم الاقتراحات للحد من الممارسات غير الأخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية في مصر

جدول (٨)

أهم الاقتراحات للحد من الممارسات غير الأخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية في مصر

المعايير	ك	%	أهم الاقتراحات للحد من الممارسات غير الأخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية في مصر
لا بد من تشديد العقوبة على من ينتهك معايير الصحافة	١٥	٢٧,٧٨%	أهم الاقتراحات للحد من الممارسات غير الأخلاقية وتحسين الممارسة الإعلامية في مصر
المصادقية في الأخبار والوعي بضرورة المسؤولية تجاه المجتمع	٢٠	٣٧,٠٤%	
إعطاء دورات توعية عن الممارسات غير الأخلاقية	١٩	٣٥,١٩%	
الإجمالي	٥٤	١٠٠%	

يوضح الجدول السابق آراء جزء من عينة الدراسة حول أهم الاقتراحات للحد من الممارسات الأخلاقية، وتحسين الممارسة الإعلامية في مصر؛ وقد تبين أن أهم الاقتراحات كانت المصادقية في الأخبار، والوعي بضرورة المسؤولية تجاه المجتمع، وبلغت نسبتهم (٣٧,٠٤%)، يليه إعطاء دورات توعية عن الممارسات غير الأخلاقية، وبلغت نسبتهم (٣٥,١٩%)، وأقل الاقتراحات كانت أنه لا بد من تشديد العقوبة على من ينتهك معايير الصحافة، وبلغت نسبتهم (١٥%).

٦. أهم المشكلات التي تواجه دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء المهني

جدول (٩)

أهم المشكلات التي تواجه دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء المهني

المعايير	ك	%	أهم المشكلات التي تواجه دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء المهني
ضعف مستوى الأداء المهني لدى الصحفيين وتغليب المصالح الشخصية على المستوى العام	١٨	١٧%	أهم المشكلات التي تواجه دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء المهني
وجود أشخاص غير مهنيين يعملون بالصحافة	١٨	١٧%	
الاستعداد الشخصي للتطوير	١٨	١٧%	
تدخل الدولة في كامل أعماله	١٤	١٣,٢%	
عدم الموضوعية في طرح المواد	٢٠	١٨,٩%	
النزعة الإعلانية التي تنتهجها المؤسسات الصحفية	١٨	١٧%	
الإجمالي	١٠٦	١٠٠%	

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

ويتضح من الجدول السابق أن أهم المشكلات التي تواجه دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية، وتطوير الأداء المهني؛ هي عدم الموضوعية في طرح المواد، وبلغت نسبتها (١٨,٩%)، بينما النسبة (١٧%) كانت لكل من مشكلة النزعة الإعلانية التي تنتجها المؤسسات الصحفية، وضعف مستوى الأداء المهني لدى الصحفيين، وتغليب المصالح الشخصية على المستوى العام، ووجود أشخاص غير مهنيين يعملون بالصحافة، والاستعداد الشخصي للتطوير، وأقلهم كانت مشكلة تدخل الدولة في كامل أعمال المجلس، وبلغت نسبته (١٣,٢%).

التحقق من فروض الدراسة وتفسيرها:

✓ الفرض الأول:

١. يوجد دور للهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

جدول (١٠)

يوضح المتوسطات المرجحة، والمتوسطات المنوية المرجحة، والانحرافات المعيارية
لاستجابات الإعلاميين حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية

م	المعايير	مستويات التدرج					مجموع الأوزان	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المنوي المرجح	المستوى
		أوافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	لا أوافق بشدة					
١	توفير الدورات التدريبية المكثفة من جميع المؤسسات الإعلامية لتعزيز العمل وفق أصول وقواعد وأخلاقيات المهنة.	٥٣	٥٣	٠	٠	٠	٤٧٧	٠,٥٠٢	%٩٠	موافق بشدة	
٢	الالتزام بميثاق الشرف وفق الضوابط والتشريعات وتعزيز المسئولية الاجتماعية تجاه الجمهور والرأي العام والمجتمع.	٥٣	١٧	٣٦	٠	٠	٤٤١	٠,٩٠٦	%٨٣,٢١	موافق	
٣	التوازن في عرض الآراء واحترام الرأي الآخر والالتزام بالاستقلالية.	٥٢	١٨	٣٦	٠	٠	٤٤٠	٠,٩٠٣	%٨٣,٠٢	موافق	
٤	الالتزام بالحيادية والمصداقية والموضوعية والقيم الأخلاقية وحماية حقوق الإنسان.	٧٠	١٨	١٨	٠	٠	٤٧٦	٠,٧٧١	%٨٩,٨١	موافق بشدة	

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

المستوى	المتوسط المنوي المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	مجموع الأوزان	مستويات التدرج					المعايير	م
					لا أوافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	أوافق بشدة		
موافق بشدة	٨٦,٦%	٠,٧٥٢	٤,٣٣٠	٤٥٩	٠	٠	١٨	٣٥	٥٣	زيادة في حرية الإعلام والصحافة وعدم التقليل من شأنها والحفاظ على كرامة المهنة.	٥
موافق بشدة	٨٩,٨١%	١,١٣٢	٤,٤٩١	٤٧٦	٠	١٨	٠	٠	٨٨	الحرص على توثيق وصدق المصادر وتحري الدقة في نقل المعلومات.	٦
موافق بشدة	٨٦,٦%	١,١١٩	٤,٣٣٠	٤٥٩	٠	١٨	٠	١٧	٧١	ضبط عملية نشر المحتويات التي من شأنها الإضرار بالمصلحة العامة وزعزعة النسيج الوطني أو تهديد الأمن القومي.	٧
محايد	٦٣,٤%	١,٥٧٠	٣,١٧٠	٣٣٦	١٧	٣٦	٠	١٨	٣٥	العقوبات التي فرضت من قبل الرقابة قيدت حرية الإعلام.	٨
موافق بشدة	٨٦,٦%	٠,٤٧٣	٤,٣٣٠	٤٥٩	٠	٠	٠	٧١	٣٥	تشجيع الإبداع والابتكار ومراعاة حقوق الملكية الفكرية للمبدعين والناشرين.	٩

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

م	المعايير	مستويات التدرج					مجموع الأوزان	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المنوي المرجح	المستوى
		أوافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	لا أوافق بشدة					
١٠	المحافظة على حقوق الآخرين وعدم التعدي على حرياتهم وكشف أسرار بيوتهم وخاصة الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة.	٨٨	٠	١٨	٠	٠	٤٩٤	٠,٧٥٥	٩٣,٢١%	موافق بشدة	
	دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية						٤,٢٦١	٠,٨٨٨	٨٥,٢٢%	موافق بشدة	

يوضح الجدول (١٠):

١. استجابات أفراد عينة الدراسة من الإعلاميين حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية وقد تبين أن عدد (٩) معايير قد جاءوا بمتوسطات مئوية مرجحة، تقع في درجة (موافق بشدة) أي مستوى مرتفع جداً، عدد (٢) من المعايير قد جاءوا بمتوسطات مئوية مرجحة تقع في درجة (موافق) أي مستوى مرتفع، عدد معيار واحد جاء بمتوسط مؤني مرجح، يقع في درجة (محايد) أي مستوى متوسط.

٢. أنه قد جاءت الاستجابات حول المعايير متفاوتة، وقد كان ترتيبها حسب المتوسط المؤني المرجح من المرتفع إلى المنخفض هي كالتالي:

أولاً: المعايير المهنية التي حصلت على درجة استجابة (موافق بشدة) من قبل الإعلاميين أي مستوى مرتفع جداً بناءً على التدرج الخماسي للوزن المرجح:

١. حاز معيار "المحافظة على حقوق الآخرين وعدم التعدي على حرياتهم وكشف أسرار بيوتهم وخاصة الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة" على الترتيب الأول بمتوسط مرجح (٤,٦٦)، ومتوسط مؤني مرجح (٩٣,٢١%)، يليه "توفير الدورات التدريبية المكثفة من جميع المؤسسات الإعلامية لتعزيز العمل وفق أصول وقواعد وأخلاقيات المهنة" حصل على الترتيب الثاني، بمتوسط مرجح (٤,٥) ومتوسط مؤني مرجح (٩٠%)، يليه "الالتزام بالحيادية والمصادقية

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

والموضوعية والقيم الأخلاقية وحماية حقوق الإنسان" حصل على الترتيب الثالث بمتوسط مرجح (٤,٤٩١)، ومتوسط مؤوي مرجح (٨٩,٨١%)، يليه "الحرص على توثيق وصدق المصادر وتحري الدقة في نقل المعلومات" حصل على الترتيب الرابع بمتوسط مرجح (٤,٤٩١)، ومتوسط مؤوي مرجح (٨٩,٨١%)، يليه "تشجيع الإبداع والابتكار ومراعاة حقوق الملكية الفكرية للمبدعين والناشرين" حصل على الترتيب الخامس بمتوسط مرجح (٤,٣٣)، ومتوسط مؤوي مرجح (٨٦,٦%)، يليه كلاً من "زيادة في حرية الإعلام والصحافة وعدم التقليل من شأنها والحفاظ على كرامة المهنة" حصل على الترتيب السادس بمتوسط مرجح (٤,٣٣)، ومتوسط مؤوي مرجح (٨٦,٦%)، يليهم "ضبط عملية نشر المحتويات التي من شأنها الإضرار بالمصلحة العامة وزعزعة النسيج الوطني أو تهديد الأمن القومي" حصل على الترتيب السابع بمتوسط مرجح (٤,٣٣)، ومتوسط مؤوي مرجح (٨٦,٦%).

ثانياً: المعايير المهنية التي حصلت على درجة استجابة (موافق) من قبل الإعلاميين أي مستوى مرتفع بناءً على التدرج الخماسي للوزن المرجح:

٢. حاز "الالتزام بميثاق الشرف وفق الضوابط والتشريعات وتعزيز المسئولية الاجتماعية تجاه الجمهور والرأي العام والمجتمع" حصل على الترتيب الثامن بمتوسط مرجح (٤,١٦)، ومتوسط مؤوي مرجح (٨٣,٢١%)، يليه "التوازن في عرض الآراء واحترام الرأي الآخر والالتزام بالاستقلالية" حصل على الترتيب التاسع بمتوسط مرجح (٤,١٥١)، ومتوسط مؤوي مرجح (٨٣,٠٢%).

ثالثاً: المعايير المهنية التي حصلت على درجة استجابة (محايد) من قبل الإعلاميين؛ أي مستوى متوسط بناءً على التدرج الخماسي للوزن المرجح:

٣. يليه "العقوبات التي فرضت من قبل الرقابة والتي قيدت حرية الإعلام" حصل على الترتيب العاشر بمتوسط مرجح (٣,١٧)، ومتوسط مؤوي مرجح (٦٣,٤٠%).

● وبالتالي تكون أكثر المعايير المهنية التي اتضح منها دور الهيئات الإعلامية في تعزيزها من وجهة نظر عينة الدراسة من الإعلاميين هي "المحافظة على حقوق الآخرين وعدم التعدي على حرياتهم وكشف أسرار بيوتهم وخاصة الأشخاص

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

ذوي الاحتياجات الخاصة" بمتوسط (٤,٦٦)، وأقل المعايير المهنية هي "العقوبات التي فرضت من قبل الرقابة والتي قيدت حرية الإعلام" بمتوسط (٣,١٧).

• كما قد أشارت النتائج إلى أن دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية تقع في درجة (موافق بشدة) حيث حصل على متوسط مرجح (٤,٢٦١)، ومتوسط مئوي مرجح (٨٥,٢٢%) بناءً على التدرج الخماسي للوزن المرجح.

وبالتالي يمكننا قبول الفرض الأول وهو وجود دور للهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية، وذلك بدرجة مرتفعة جداً.

✓ الفرض الثاني:

٢. يوجد دور للهيئات الإعلامية الثلاث في تطوير الأداء الإعلامي.

جدول (١١)

يوضح المتوسطات المرجحة، والمتوسطات المنوية المرجحة، والانحرافات المعيارية لاستجابات الإعلاميين حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي

م	الأداء المهني	مستويات التدرج					مجموع الأوزان	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المنوي المرجح	المستوى
		أوافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	لا أوافق بشدة					
١	القدرة على تغطية الأحداث الجارية في الوقت المناسب، بشكل مناسب وبوضوح.	٧١	٣٥	٠	٠	٠	٤٩٥	٤,٦٧	٠,٤٧	٩٣,٤%	موافق بشدة
٢	تقييد وسائل الإعلام بعدم البث إلا في أماكن مصرح بها كتابياً مما يعرقل سير العمل الإعلامي.	٣٤	١٨	٣٦	١٨	٠	٣٨٦	٣,٦٤	١,١١	٧٢,٨%	موافق

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

م	الأداء المهني	مستويات التدرج					مجموع الأوزان	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المنوي المرجح	المستوى
		أوافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	لا أوافق بشدة					
٣	أصبح الصحفي أو الإعلامي ملتزمًا بالمحتوى القيمي والأخلاقي الذي يتفق مع مبادئ وتقاليد المجتمع.	٣٤	١٨	١٨	٣٦	٠	٣٦٨	٣,٤٧	١,٢٦	٦٩,٤%	موافق
٤	للإعلامي الحق في إبراز القيم الدينية وسماحة الأديان وذلك من خلال استضافة شخصيات مؤهلة للحديث في أمور الدين والافتاء.	٥٣	٥٣	٠	٠	٠	٤٧٧	٤,٥٠	٠,٥٠	٩٠%	موافق بشدة
٥	لكل صحفي أو إعلامي الحق في الدفاع عن مصلحة بلاده دون إسفاف أو تهجم على الطرف الآخر.	٧١	٣٥	٠	٠	٠	٤٩٥	٤,٦٧	٠,٤٧	٩٣,٤%	موافق بشدة
٦	تغطية الأحداث بشكل يوضح ويتناسب مع أهميتها.	٥٣	٣٥	٠	٠	١٨	٤٢٣	٣,٩٩	١,٤٣	٧٩,٨%	موافق
٧	تغطية شاملة للأحداث المحلية والإقليمية والدولية.	٧١	١٨	١٧	٠	٠	٤٧٨	٤,٥١	٠,٧٦	٩٠,٢%	موافق بشدة

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

م	الأداء المهني	مستويات التدرج					مجموع الأوزان	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المنوي المرجح	المستوى
		أوافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	لا أوافق بشدة					
٨	تعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد المصري.	٥٣	٥٣	٠	٠	٠	٤٧٧	٤,٥٠	٠,٥٠	٩٠%	موافق بشدة
٩	توفر إعلاميين مهنيين.	١٧	٥٣	٣٦	٠	٠	٤٠٥	٣,٨٢	٠,٦٩	٧٦,٤%	موافق
١٠	السماح للجمهور بالتعليق وإبداء الآراء والمقترحات والاهتمام بها.	٣٤	١٨	٣٦	٠	١٨	٣٦٨	٣,٤٧	١,٣٩	٦٩,٤%	موافق
١١	المساهمة في التوعية بالمخاطر والإرهاب ووسائل محاربتهم.	١٠٦	٠	٠	٠	٠	٥٣٠	٥,٠٠	٠,٠٠	١٠٠%	موافق بشدة
١٢	القدرة على مواكبة التطورات والتقنيات الحديثة.	٧١	٣٥	٠	٠	٠	٤٩٥	٤,٦٧	٠,٤٧	٩٣,٤%	موافق بشدة
١٣	تطوير الأساليب الفنية والتحريرية المتبعة.	٥٣	٣٥	١٨	٠	٠	٤٥٩	٤,٣٣	٠,٧٥	٨٦,٦%	موافق بشدة
١٤	توسيع نطاق التغطية الإعلامية.	٥٣	٥٣	٠	٠	٠	٤٧٧	٤,٥٠	٠,٥٠	٩٠%	موافق بشدة
١٥	تطوير الموقع وزيادة فعالية المشاركة.	٥٣	٥٣	٠	٠	٠	٤٧٧	٤,٥٠	٠,٥٠	٩٠%	موافق بشدة

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

م	الأداء المهني	مستويات التدرج					مجموع الأوزان	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المنوي المرجح	المستوى
		أوافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	لا أوافق بشدة					
١٦	زيادة الاهتمام والتركيز على المضمون والجودة لما تقدمه من مادة إعلامية.	٧١	١٧	١٨	٠	٠	٤٧٧	٠,٧٧	٩٠%	موافق بشدة	
١٧	توفير حماية قانونية للمحتوى الإعلامي المصري من الانتهاكات والقرصنة التي يتعرض لها مما يزيد من درجة فاعليته.	٣٥	٧١	٠	٠	٠	٤٥٩	٠,٤٧	٨٦,٦%	موافق بشدة	
دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي							٤,٢٩٨	٠,٧٠٩	٨٥,٩٦%	موافق بشدة	

يوضح الجدول (١١):

١. استجابات أفراد عينة الدراسة من الإعلاميين حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء المهني وقد تبين أن (١٢) أداءً مهنيًا جاءوا بمتوسطات مرجحة تقع في درجة (موافق بشدة) أي مستوى مرتفع جدًا، في حين جاءت عدد (٥) من الأداءات المهنية بمتوسطات مرجحة تقع في درجة (موافق) أي مستوى مرتفع، وفقًا للتدرج الخماسي.
٢. أنه قد جاءت الاستجابات حول الأداءات المهنية متفاوتة، وقد كان ترتيبها حسب المتوسط المنوي المرجح من المرتفع إلى المنخفض هي كالتالي:

أولاً: الأداءات المهنية التي حصلت على درجة استجابة (موافق بشدة) من قبل الإعلاميين؛ أي مستوى مرتفع جداً بناءً على التدرج الخماسي للوزن المرجح

١. حاز الأداء "المساهمة في التوعية بالمخاطر والإرهاب ووسائل محاربته" على الترتيب الأول بمتوسط مرجح (٥) ومتوسط مئوي مرجح (١٠٠%)، يليه كلاً من "القدرة على تغطية الأحداث الجارية في الوقت المناسب، بشكل مناسب وبوضوح"، "لكل صحفي أو إعلامي الحق في الدفاع عن مصلحة بلاده دون إسفاف أو تهجم على الطرف الآخر"، "القدرة على مواكبة التطورات والتقنيات الحديثة" حصلوا على الترتيب الثاني بمتوسطات مرجحة (٤,٦٧)، و(٤,٦٧) ومتوسطات مئوية مرجحة (٩٣,٤%)، يليهم "تغطية شاملة للأحداث المحلية والإقليمية والدولية" حصل على الترتيب الثالث بمتوسط مرجح (٤,٥١)، ومتوسط مئوي مرجح (٩٣,٢%)، يليه كلاً من "للإعلامي الحق في إبراز القيم الدينية وسماحة الأديان وذلك من خلال استضافة شخصيات مؤهلة للحديث في أمور الدين والافتاء"، "تعزيز ثقة المواطنين بالاقتصاد المصري"، "توسيع نطاق التغطية الإعلامية"، "تطوير الموقع وزيادة فعالية المشاركة"، "زيادة الاهتمام والتركيز على المضمون والجودة لما تقدمه من مادة إعلامية"، حصلوا على الترتيب الرابع بمتوسطات مرجحة (٤,٥٠)، و(٤,٥٠) ومتوسطات مئوية مرجحة (٩٠%)، يليهم "توفير حماية قانونية للمحتوى الإعلامي المصري من الانتهاكات والقرصنة التي يتعرض لها مما يزيد من درجة فاعليته" حصل على الترتيب الخامس بمتوسط مرجح (٤,٣٣)، ومتوسط مئوي مرجح (٨٦,٦٠%)، يليه "تطوير الأساليب الفنية التحريرية المتبعة" حصل على الترتيب السادس بمتوسط مرجح (٤,٣٣) ومتوسط مئوي مرجح (٨٦,٦٠%).

ثانياً: الأداءات المهنية التي حصلت على درجة استجابة (موافق) من قبل الإعلاميين؛ أي مستوى مرتفع جداً بناءً على التدرج الخماسي للوزن المرجح

٢. حاز الأداء "تغطية الأحداث بشكل يوضح ويتناسب مع أهميتها" حصل على الترتيب السابع بمتوسط مرجح (٣,٩٩)، ومتوسط مئوي مرجح (٧٩,٨%)، يليه "توفر إعلاميين مهنيين" حصل على الترتيب الثامن بمتوسط مرجح (٣,٨٢)، ومتوسط مئوي مرجح (٧٦,٤%)، يليه "تقييد وسائل الإعلام بعدم البث إلا في أماكن مصرح بها كتابياً مما يعرقل سير العمل الإعلامي" حصل على الترتيب التاسع بمتوسط مرجح (٣,٦٤)، ومتوسط مئوي مرجح (٧٢,٨%)، يليه "أصبح

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

الصحفي أو الإعلامي يلتزم بالمحتوى القيمي والأخلاقي الذي يتفق مع مبادئ وتقاليد المجتمع" حصل على الترتيب العاشر بمتوسط مرجح (٣,٤٧)، ومتوسط مئوي مرجح (٦٩,٤%)، يليه "السماح للجمهور بالتعليق وإبداء الآراء والمقترحات والاهتمام بها" حصل على الترتيب الحادي عشر بمتوسط مرجح (٣,٤٧)، ومتوسط مئوي مرجح (٦٩,٤%).

وبالتالي تكون أكثر الأداءات المهنية التي تبين أن للهيئات الإعلامية الثلاث دوراً في تطويرها من وجهة نظر عينة الدراسة من الإعلاميين هي: "المساهمة في التوعية بالمخاطر والإرهاب ووسائل محاربتة" بمتوسط (٥)، وأقل الأداءات هي "السماح للجمهور بالتعليق وإبداء الآراء والمقترحات والاهتمام بها"، بمتوسط (٣,٤٧).

• كما قد أشارت النتائج إلى أن دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء المهني يقع في درجة (موافق بشدة) حيث حصل على متوسط مرجح (٤,٢٩٨)، ومتوسط مئوي مرجح (٨٥,٩٦%) بناءً على التدرج الخماسي للوزن المرجح.

وبالتالي يمكننا قبول الفرض الثاني وهو أن للهيئات الإعلامية الثلاث دوراً في تطوير الأداء المهني وذلك بدرجة مرتفعة جداً.

✓ الفرض الثالث:

٣. التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية.

جدول (١٢)

يوضح المتوسطات المرجحة، والمتوسطات المنوية المرجحة، والانحرافات المعيارية لاستجابات الإعلاميين حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية

م	العبارات	مستويات التدرج			مجموع الأوزان	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المنوي المرجح	المستوى
		نعم	إلى حد ما	لا					
١	هل اطلعت على ميثاق الشرف الإعلامي للهيئات الإعلامية الثلاث؟	٠	٨٩	١٧	١٩٥	١,٨٤٠	٠,٣٦٩	٦١,٣٣%	إلى حد ما
٢	في رأيك هل اهتمت التشريعات الإعلامية في مصر بأخلاقيات المهنة؟	٣٥	٥٣	١٨	٢٢٩	٢,١٦٠	٠,٦٩٢	٧٢%	إلى حد ما

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

م	العبارات	مستويات التدرج			مجموع الأوزان	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	المتوسط المنوي المرجح	المستوى
		نعم	إلى حد ما	لا					
٣	هل تعتقد أن قانون الإعلام المصري أولى اهتماماً كافياً لمبادئ أخلاقيات المهنة؟	٥٣	٣٥	١٨	٢٤٧	٠,٧٥٢	٢,٣٣٠	إلى حد ما	
٤	ما هو موقفك من موثوق الشرف المهنية الخاصة بمهنة الإعلام؟	١٨	٨٨	٠	٢٣٠	٠,٣٧٧	٢,١٧٠	إلى حد ما	
٥	في رأيك هل تسهم الهيئات الإعلامية الثلاث في مصر على تنظيم مهنة الإعلام؟	٣٥	٧١	٠	٢٤٧	٠,٤٧٣	٢,٣٣٠	إلى حد ما	
٦	من وجهة نظرك هل تقوم الهيئات الإعلامية الثلاث بدورها في تعزيز المعايير المهنية؟	٥٣	٥٣	٠	٢٦٥	٠,٥٠٢	٢,٥٠٠	نعم	
٧	من وجهة نظرك هل تقوم الهيئات الإعلامية بدورها في تطوير الأداء الإعلامي؟	٣٦	٥٢	١٨	٢٣٠	٠,٦٩٧	٢,١٧٠	إلى حد ما	
	مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية				٢,٢١٤	٠,٥٥٢	٢,٢١٤	إلى حد ما	

يوضح الجدول (١٢):

١. استجابات أفراد عينة الدراسة من الإعلاميين حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية، وقد تبين أن جميع العبارات قد جاءت بمتوسطات مئوية مرجحة تقع في درجة (إلى حد ما) أي مستوى متوسط، ما عدا عبارة واحدة جاءت بمتوسط منوي مرجح يقع في درجة (نعم) أي مستوى مرتفع.
٢. أنه قد جاءت الاستجابات حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية متفاوتة، وقد كان ترتيبها حسب المتوسط المنوي المرجح من المرتفع إلى المنخفض هي كالتالي:

أولاً: العبارات التي حصلت على درجة استجابة (نعم) من قبل الإعلاميين؛ أي مستوى مرتفع بناءً على التدرج الثلاثي للوزن المرجح

١. حازت العبارة "من وجهة نظرك هل تقوم الهيئات الإعلامية الثلاث بدورها في تعزيز المعايير المهنية؟" على الترتيب الأول بمتوسط مرجح (٢,٥)، ومتوسط منوي مرجح (٨٣,٣٣%).

ثانياً: العبارات التي حصلت على درجة استجابة (محايد) من قبل الإعلاميين؛ أي مستوى متوسط بناءً على التدرج الثلاثي للوزن المرجح:

٢. حازت العبارة "في رأيك هل تسهم الهيئات الإعلامية الثلاث في مصر على تنظيم مهنة الإعلام؟" حصل على الترتيب الثاني بمتوسط مرجح (٢,٣٣)، ومتوسط منوي مرجح (٧٧,٦٧%)، يليه "هل تعتقد أن قانون الإعلام المصري أولى اهتماماً كافياً لمبادئ أخلاقيات المهنة؟" حصل على الترتيب الثالث بمتوسط مرجح (٢,٣٣)، ومتوسط منوي مرجح (٧٧,٦٧%)، يليه "ما هو موقفك من موثوق الشرف المهنية الخاصة بمهنة الإعلام؟" حصل على الترتيب الرابع بمتوسط مرجح (٢,١٧)، ومتوسط منوي مرجح (٧٢,٣٣%)، يليه "من وجهة نظرك هل تقوم الهيئات الإعلامية بدورها في تطوير الأداء الإعلامي؟" حصل على الترتيب الخامس بمتوسط مرجح (٢,١٧)، ومتوسط منوي مرجح (٧٢,٣٣%)، يليه "في رأيك هل اهتمت التشريعات الإعلامية في مصر بأخلاقيات المهنة؟" حصل على الترتيب السادس بمتوسط مرجح (٢,١٦)، ومتوسط منوي مرجح (٧٢%)، يليه "هل اطلعت على ميثاق الشرف الإعلامي للهيئات الإعلامية الثلاث؟" حصل على الترتيب السابع بمتوسط مرجح (١,٨٤)، ومتوسط منوي مرجح (٦١,٣٣%).

• وبالتالي تكون أكثر العبارات التي حصلت على أعلى استجابات من حيث مدى الالتزام هي: "من وجهة نظرك هل تقوم الهيئات الإعلامية الثلاث بدورها في تعزيز المعايير المهنية؟" بمتوسط (٢,٥)، وأقل العبارات هي "هل اطلعت على ميثاق الشرف الإعلامي للهيئات الإعلامية الثلاث؟" بمتوسط (١,٨٤). كما قد أشارت النتائج إلى أن مستوى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية يقع في درجة (إلى حد ما)؛ أي مستوى متوسط، حيث حصل على متوسط مرجح (٢,٢١٤)، ومتوسط منوي مرجح (٧٣,٨١%) بناءً على التدرج الثلاثي للوزن المرجح.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

وبالتالي يمكننا قبول الفرض الثالث وهو التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية وذلك بمستوى متوسط.

✓ الفرض الرابع:

٤. توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين المعايير المهنية التي تعززها الهيئات الإعلامية وتطوير الأداء الإعلامي.

جدول (١٣) يوضح العلاقة بين المعايير المهنية التي تعززها الهيئات الإعلامية وتطوير الأداء الإعلامي

المعايير المهنية		المتغيرات
ن = (١٠٦)	معامل الارتباط	
الدلالة	معامل الارتباط	الأداء الإعلامي
٠,٠٠٠	**٠,٧٣١	

** دالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) * دالة إحصائية عند مستوى (٠,٠٥)

• يتضح من الجدول السابق أن معامل الارتباط (٠,٧٣١)**، ومستوى الدلالة (٠,٠٠٠) وهو أقل من مستوى المعنوية (٠,٠١)؛ وبالتالي توجد علاقة ارتباطية طردية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى (٠,٠١) بين المعايير المهنية التي تعززها الهيئات الإعلامية وتطوير الأداء الإعلامي.

وبالتالي ثبت صحة الفرض الرابع وهو توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين المعايير المهنية التي تعززها الهيئات الإعلامية وتطوير الأداء الإعلامي.

✓ الفرض الخامس:

٥. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديمغرافية (النوع، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة).

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

جدول (١٤)

يوضح الفروق بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية الراجعة إلى الاختلاف في الوظيفة

المتغير	مصدر التباين	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	درجات الحرية	الدلالة	مستوى الدلالة
دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية	صحفي	٨٨	٤٥,٣٩٨	٣,٢٥٤	٢١,٣٠٠	١٠٤	٠,٠٠٠	دالة عند (٠,٠٥)
	إعلامي	١٨	٢٩	٠				

يوضح الجدول (١٤):

- أن قيمة (T) = ٢١,٣٠٠، ومستوى الدلالة هو (٠,٠٠٠)، وهو أقل من مستوى المعنوية (٠,٠١) وبالتالي؛ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية الراجعة إلى الاختلاف في الوظيفة؛ وبالتالي يوجد تأثير معنوي لاختلاف وظائف عينة الدراسة على آرائهم حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية.

جدول (١٥)

يوضح الفروق بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية الراجعة إلى الاختلاف في عدد سنوات الخبرة

المحاور	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	الدلالة	مستوى الدلالة
دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية	بين المجموعات	٢	٤٠٣٩,١٤٢	٢٠١٩,٥٧١	٢٣١,١٢٩	٠,٠٠٠	دالة عند (٠,٠١)
	داخل المجموعات	١٠٣	٩٠٠	٨,٧٣٨			
	الإجمالي	١٠٥	٤٩٣٩,١٤٢	-			

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

يوضح الجدول (١٥):

- أن قيمة (F) = ٢٣١,١٢٩، ومستوى الدلالة هو (٠,٠٠٠)، وهو أقل من مستوى المعنوية (٠,٠١) وبالتالي؛ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية راجعة إلى الاختلاف في عدد سنوات الخبرة؛ وبالتالي يوجد تأثير معنوي لاختلاف عدد سنوات الخبرة لدى عينة الدراسة على آرائهم حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية.

جدول (١٦)

يوضح الفروق بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية الراجعة إلى الاختلاف في النوع

المتغير	مصدر التباين	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	درجات الحرية	الدلالة	مستوى الدلالة
دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية	الإناث	٦٠	٤١,٧٦٧	٨,٧٥٧	١,٤٥٩	١٠٤	٠,١٤٨	غير دالة عند (٠,٠٥)
	الذكور	٤٦	٤٣,٧١٧	٢,٦٤٧				

يوضح الجدول (١٦):

- أن قيمة (T) = ١,٤٥٩، ومستوى الدلالة هو (٠,١٤٨)، وهو أكبر من مستوى المعنوية (٠,٠٥) وبالتالي؛ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية راجعة إلى الاختلاف في النوع، وبالتالي لا يوجد تأثير معنوي لاختلاف نوع عينة الدراسة على آرائهم حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية.

وبالتالي قبول صحة الفرض الخامس من حيث وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (الوظيفة، عدد سنوات الخبرة)، بينما تم رفض الفرض من حيث وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (النوع) قبول الفرض جزئياً.
✓ **الفرض السادس:**

٦. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (النوع، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة).

جدول (١٧)

يوضح الفروق بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي الراجعة إلى الاختلاف في الوظيفة

المتغير	مصدر التباين	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	درجات الحرية	الدلالة	مستوى الدلالة
دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي	صحفي	٨٨	٧٤,٧٣	٦,٨٤١	٦,٠١٠	١٠٤	٠,٠٠٠	دالة عند (٠,٠١)
	إعلامي	١٨	٦٥	٠				

يوضح الجدول (١٧):

- أن قيمة (F) = ٦,٠١٠، ومستوى الدلالة هو (٠,٠٠٠)، وهو أقل من مستوى المعنوية (٠,٠١) وبالتالي؛ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي راجع إلى الاختلاف في الوظيفة؛ وبالتالي يوجد تأثير معنوي لاختلاف وظائف عينة الدراسة على آرائهم حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

جدول (١٨)

يوضح الفروق بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي الراجعة إلى الاختلاف في عدد سنوات الخبرة

المتغير	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	الدلالة	مستوى الدلالة
دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي	بين المجموعات	٢	٢٦٥١,٩٦٣	١٣٢٥,٩٨	٤٨,٢٠٢	٠,٠٠٠	دالة عند (٠,٠١)
	داخل المجموعات	١٠٣	٢٨٣٣,٤٣٣	٢٧,٥٠٩			
	الإجمالي	١٠٥	٥٤٨٥,٣٩٦	-			

يوضح الجدول (١٨):

- أن قيمة $(F) = ٤٨,٢٠٢$ ، ومستوى الدلالة هو $(٠,٠٠٠)$ ، وهو أقل من مستوى المعنوية $(٠,٠١)$ وبالتالي؛ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(٠,٠١)$ بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي الراجعة إلى الاختلاف في عدد سنوات الخبرة؛ وبالتالي يوجد تأثير معنوي لاختلاف عدد سنوات الخبرة لدى عينة الدراسة على آرائهم حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي.

جدول (١٩)

يوضح الفروق بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الاداء الإعلامي الراجعة إلى الاختلاف في النوع

المتغير	مصدر التباين	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	درجات الحرية	الدلالة	مستوى الدلالة
دور الهيئات الإعلامية في تطوير الاداء الإعلامي	الإناث	٦٠	٧٥,٣٦٧	٨,٣٥٠	٣,٩٨٢	١٠٤	٠,٠٠٠	دالة عند (٠,٠١)
	الذكور	٤٦	٧٠,٠٨٧	٣,٧٨٨				

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

يوضح الجدول (١٩):

- أن قيمة (T) = ٣,٩٨٢، ومستوى الدلالة هو (٠,٠٠٠)، وهو أقل من مستوى المعنوية (٠,٠١) وبالتالي؛ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي راجعة إلى الاختلاف في النوع لصالح الإناث؛ وبالتالي يوجد تأثير معنوي لاختلاف نوع عينة الدراسة على آرائهم حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي لصالح الإناث.

وبالتالي قبول صحة الفرض السادس من حيث وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (الوظيفة، عدد سنوات الخبرة، النوع).

✓ الفرض السابع

- ٧. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (النوع، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة).

جدول (٢٠)

يوضح الفروق بين آراء عينة الدراسة حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية الراجعة إلى الاختلاف في الوظيفة

المتغير	مصدر التباين	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	درجات الحرية	الدلالة	مستوى الدلالة
مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية	صحفي	٨٨	١٥,١٩٣	٣,٣٤٥	-	١٠٤	٠,٠٢٤	دالة عند (٠,٠٥)
	إعلامي	١٨	١٧	٠	٢,٢٨٣			

يوضح الجدول (٢٠):

- أن قيمة (F) = ٢,٢٨٣، ومستوى الدلالة هو (٠,٠٢٤)، وهو أقل من مستوى المعنوية (٠,٠٥) وبالتالي؛ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

(٠,٠٥) بين آراء عينة الدراسة حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية راجع إلى الاختلاف في الوظيفة، وبالتالي يوجد تأثير معنوي لاختلاف وظائف عينة الدراسة على آرائهم حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية.

جدول (٢١)

يوضح الفروق بين آراء عينة الدراسة حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية الراجعة إلى الاختلاف في عدد سنوات الخبرة

المحاور	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	الدلالة	مستوى الدلالة
مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية	بين المجموعات	٢	٩٠٣,٦٤٢	٤٥١,٨٢١	٣٩١,٥٣٨	٠,٠٠٠	دالة عند (٠,٠١)
	داخل المجموعات	١٠٣	١١٨,٨٥٨	١,١٥٤			
	الإجمالي	١٠٥	١٠٢٢,٥٠٠	-			

يوضح الجدول (٢١):

- أن قيمة (F) = ٣٩١,٥٣٨، ومستوى الدلالة هو (٠,٠٠٠)، وهو أقل من مستوى المعنوية (٠,٠١) وبالتالي؛ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين آراء عينة الدراسة حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية راجعة إلى الاختلاف في عدد سنوات الخبرة؛ وبالتالي يوجد تأثير معنوي لاختلاف عدد سنوات الخبرة لدى عينة الدراسة على آرائهم على مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية.

جدول (٢٢)

يوضح الفروق بين آراء عينة الدراسة حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية الراجعة إلى الاختلاف في النوع

المتغير	مصدر التباين	العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (T)	درجات الحرية	الدلالة	مستوى الدلالة
مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية	الإناث	٦٠	١٦,٠٥٠	٢,١٩٠	٢,١٠٦	١٠٤	٠,٠٣٨	دالة عند (٠,٠٥)
	الذكور	٤٦	١٤,٧٨٣	٣,٩٣٨				

يوضح الجدول (٢٢):

- أن قيمة (T) = ٢,١٠٦، ومستوى الدلالة هو (٠,٠٣٨)، وهو أقل من مستوى المعنوية (٠,٠٥) وبالتالي؛ توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين آراء عينة الدراسة حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية الراجعة إلى الاختلاف في النوع لصالح الإناث؛ وبالتالي يوجد تأثير معنوي لاختلاف نوع عينة الدراسة على آرائهم حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية لصالح الإناث.

وبالتالي قبول صحة الفرض السابع من حيث وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (الوظيفة، عدد سنوات الخبرة، النوع).

خاتمة الدراسة

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية، وتطوير الأداء الإعلامي، والوقوف على مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية، والتعرف على أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني، والوصول إلى أهم المقترحات التي تحد من الممارسات غير الأخلاقية، وتحسن الممارسة الإعلامية في مصر، وأهم المشكلات التي تواجه دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء المهني، وقد تكونت عينة الدراسة من (١٠٦) من العاملين بالجرائد والإذاعة والفضائيات المصرية.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

وللإجابة عن تساؤلات الدراسة، والتحقق من صحة الفروض، قد اعتمد الباحث على نظرية حارس البوابة، ومدخل الممارسة المهنية للوصول إلى تفسير للدراسة، ثم قام الباحث بتصميم أداة استبيان لتطبيقها على عينة الدراسة وتوصلت الدراسة للنتائج التالية:

١. أن أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى الإعلاميون للالتزام بها هي المصادقية؛ حيث بلغت نسبة اختيارها من قبل عينة الدراسة (٥٠%)، يليها احترام قيم المجتمع وعاداته وتقاليده، وأقلهم اختيار الموضوعية، واحترام الحياة الخاصة للأفراد، وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة عبد المجيد العزام، وهاديا خزنة كاتبي (٢٠١٠) ^{٣٩}؛ بينما اختلفت مع دراسة خلود عبد الله محمد ملياني (٢٠١٧) ^{٤٠} حيث توصلت الدراسة إلى أن هناك ضعفاً في تبني واعتماد الصحافة الإلكترونية السعودية على المعايير المهنية المتمثلة في الدقة، والمصادقية، والموضوعية، والحيادية في نشر الأخبار والتقارير.
٢. أكثر أسباب التزام الإعلاميين بالمعايير الأخلاقية هي قناعتهم الشخصية ونسبتها (٤٩,١%)، يليهم الوعي بضرورة العمل وفق أخلاقيات المهنة، وأقلهم الالتزام الطوعي بمسؤولياته الاجتماعية، وقد أكدت دراسة (Limo A., 2010) أنه يجب تدريس أخلاقيات الإعلام للأطفال في المراحل التكوينية، والعمل على غرس القيم والمعايير المهنية الإعلامية داخلهم منذ الصغر؛ حتى يعتادوا عليها، وتصبح من سمات شخصيتهم الأساسية ^{٤١}.
٣. أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني من وجهة نظر عينة الدراسة قلة الشعور بالمسؤولية الاجتماعية وبلغت نسبتها (٣٦%)، يليهم نسبة (٣٤%) من عينة الدراسة يرون أن تغليب المصالح الشخصية هي أهم العوامل المؤثرة في السلوك المهني، في حين أن الرقابة بأنواعها المختلفة، وضعف مستوى الأداء المهني للإعلاميين حصل كل منهم على نسبة اتفاق (١٧%)، وهذا يتفق مع مدخل الممارسة المهنية حيث إن الالتزام بالسلوك المهني يرجع إلى وعي الإعلاميين، ومعارفهم، ومهاراتهم حول الأسس المهنية، وأن الممارسة المهنية تتأثر بالتنظيم الإداري، والتأهيل، والمسؤولية المهنية والاجتماعية للإعلاميين.
٤. أن القانونية العمومية هي أكثر أنواع الرقابة التي يتعرض لها الإعلاميون في ممارستهم لمهنتهم كإعلاميين وبلغت نسبتها (٦٦%)، بينما نسبة (٣٦%) من عينة الدراسة يرون أن نوع الرقابة هي رقابة أخلاقية ذاتية نابعة من الإعلامي نفسه،

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

ويتفق ذلك مع نظرية حارس البوابة حيث إنه القائم بالاتصال، وهو المسئول عن البحث عن المعلومة والتأكد من صحتها، ويكون شاغلًا موقعًا قياديًا، وتعتبر الهيئات الإعلامية الثلاث هو القائم بالاتصال بصفته الرقابية؛ وبالتالي دوره في تعزيز المعايير المهنية وممارستها.

٥. أهم المشكلات التي تواجه دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء المهني هي عدم الموضوعية في طرح المواد وبلغت نسبتها (١٨,٩%)، بينما نسبة (١٧%) كانت لكل من مشكلة النزعة الإعلانية التي تنتجها المؤسسات الصحفية، وضعف مستوى الأداء المهني لدى الصحفيين، وتغليب المصالح الشخصية على المستوى العام، ووجود أشخاص غير مهنيين يعملون بالصحافة، والاستعداد الشخصي للتطوير، وأقلهم كانت مشكلة تدخل الدولة في كامل أعمال المجلس وبلغت نسبته (١٣,٢%).

٦. كما قد أشارت النتائج إلى أن دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية تقع في درجة (موافق بشدة) حيث حصل على متوسط مرجح (٤,٢٦١)، ومتوسط مئوي مرجح (٨٥,٢٢%) أي أن الهيئات الإعلامية له دورًا مرتفعًا جدًا في تعزيز المعايير المهنية، وأكثر المعايير هي "المحافظة على حقوق الآخرين وعدم التعدي على حرياتهم وكشف أسرار بيوتهم وخاصة الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة"، ويتفق ذلك مع نظرية حارس البوابة حيث ينظر البعض إلى حراسة البوابة باعتبارها عملية أوسع من مجرد السيطرة على المعلومات، فهي ليست فقط اختيار الأخبار، ولكن أيضًا عمليات المنع، والحجب، والنقل، والتشكيل، والعرض، والتكرار، والتوقيت، والاختيار، حتى تصل الأخبار من المرسل إلى المستقبل، وهي عملية إعادة بناء للإطار العام الأساسي للحدث، حتى يتم تحويله إلى خبر، فما يحدث خلال عملية الترحيل، والنقل، والحذف، والتوسع، وتفسير المعلومات... إلخ؛ يؤثر على الناتج النهائي للمادة، ومن ثم تصبح علاقات العمل داخل المؤسسات الإعلامية، وطريقة إدارة الحوار، والنقاش، والاتصالات المتبادلة، محكًا له أهمية كبيرة في تقرير شكل، ونوع، وحجم المادة، ودلالاتها، وقد شكلت هذه الملاحظات منطلقًا لتوجيه الباحثين للدراسة، وفهم الدور المحوري الذي يلعبه حارس البوابة في العملية الاتصالية والتنبؤ بنتائجها^{٤٢}.

٧. وقد أشارت النتائج إلى أن دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء المهني يقع في درجة (موافق بشدة) حيث حصل على متوسط مرجح (٤,٢٩٨)، ومتوسط مئوي مرجح (٨٥,٩٦%) أي؛ أن للهيئات الإعلامية الثلاث دورًا مرتفعًا جدًا في تطوير

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

الأداء المهني، وأكثر الأداءات المهنية التي اهتمت الهيئات الإعلامية بتطويرها هي "المساهمة في التوعية بالمخاطر والإرهاب ووسائل محاربتهم"، ويرى الباحث أن الأداء الإعلامي، يشتمل على شقين أساسيين كل منهما يكمل الآخر، أداء المؤسسة الإعلامية بصفتها مؤسسة، وأداء الإعلامي بصفته شخصياً؛ فأداء المؤسسة الإعلامية أي؛ التي تُدار بأساليب إدارية علمية معاصرة لتحقيق أهدافها باعتبارها مؤسسة بأقصى كفاءة وفعالية، وأداء الإعلامي بصفته شخصياً؛ فكلما كان هناك تأهيل مهني لكادر العمل في وسائل الإعلام، تتوافر المهارات والقدرات البشرية المؤهلة فنياً ومهنيًا وعلميًا وتقنيًا لإدارة المؤسسات الإعلامية بما يواكب معطيات وأحداث الحياة المعاصرة بكفاءة وإتقان وفعالية وتنفيذ السياسات الإعلامية بالدقة المطلوبة.

٨. وأشارت النتائج إلى أن مستوى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية يقع في درجة (إلى حد ما) أي؛ مستوى متوسط حيث حصل على متوسط مرجح (٢,٢١٤)، ومتوسط مئوي مرجح (٧٣,٨١%) أي؛ أن مستوى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية متوسط، وأكثر العبارات التي حصلت على أعلى استجابات من حيث مدى الالتزام هي "من وجهة نظرك هل تقوم الهيئات الإعلامية الثلاث بدورها في تعزيز المعايير المهنية؟"، ومن الدراسات التي اختلفت مع الدراسة الحالية في ذلك دراسة نرمين زكريا ٢٠٠٨ حيث أثبتت عدم الاطلاع على التقارير الصادرة من المجلس والمتعلقة بتقييم الممارسة الصحفية، وعدت القناعة بدور المجلس وعدت التزام الصحف بتحمل مسؤوليتها الاجتماعية^{٤٣}، ودراسة حنفي حيدر حيث أوضحت عدم التزام الصحف القومية بالجوانب القانونية والأخلاقية المنظمة للتعرض للحياة الخاصة للشخصيات العامة، ومحدودية التزام الصحف الحزبية والخاصة^{٤٤}.

٩. وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين المعايير المهنية التي تعززها الهيئات الإعلامية وتطوير الأداء الإعلامي.

١٠. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (الوظيفة، عدد سنوات الخبرة)، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تعزيز المعايير المهنية راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (النوع).

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي "دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

١١. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول دور الهيئات الإعلامية في تطوير الأداء الإعلامي راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (الوظيفة، عدد سنوات الخبرة، النوع).
١٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين آراء عينة الدراسة حول مدى التزام الإعلاميين المصريين بقرارات الهيئات الإعلامية راجع إلى الاختلاف في المتغيرات الديموغرافية (الوظيفة، عدد سنوات الخبرة، النوع).

توصيات الدراسة

بعد إجراء وإتمام هذا البحث (نظرياً وميدانياً) توصل البحث إلى مجموعة من التوصيات الهامة تتمثل فيما يلي:

❖ توصيات خاصة بالهيئة الوطنية للإعلام

- ضرورة التزام الهيئة بدورها الذي يُحدد وينص عليه القانون.
- ضرورة سرعة إصدار وتنفيذ اللائحة التنفيذية لقانون الهيئات التنظيمية الثلاث (التنظيم المؤسسي للصحافة والإعلام) توضح مهام وواجبات وصلاحيات كل هيئة من الهيئات الثلاث، وعلاقتهم ببعضهم البعض، وطبيعة وآليات عملهم.
- سرعة إصدار وتفعيل قانون يشمل ويضمن حقوق وواجبات الإعلاميين.
- توفير ضمانات لاستقلالية الهيئات الإعلامية.
- ضرورة توفير دورات تدريبية وندوات وورش عمل؛ لتدريب وتنقيف الإعلاميين لتوعيتهم بالمعايير المهنية، وأهميتها، ودورهم في تطوير الأداء الإعلامي، والنهوض بالمجتمع وأفراده.

❖ توصيات خاصة بالهيئة الوطنية للإعلام

- لا بد أن تولي الإدارة العليا في المؤسسات الإعلامية الجانب الإداري أهمية مساوية للجانب الإعلامي؛ من أجل تحسين وتطوير وتقوية الأداء.
- ضرورة التزام المؤسسات الإعلامية بتحديد قيمها وأهدافها، وقيامها بنشر تلك الأهداف والعمل على تنفيذها، والتأكد من تنفيذها بشكل فعلي، كما ينبغي الإضافة إلى تجديد آلياتها وأدواتها باستمرار؛ لمواكبة تغيرات، والتغلب على تحديات العصر.
- ضرورة تطبيق الأساليب العملية والتكنولوجية والإدارية والتدريبية الحديثة بشكل مستمر؛ للنهوض بأداء المؤسسات والعاملين بها، بما ينعكس بشكل إيجابي على

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

- المجتمع، والتخلي عن الإدارة التقليدية التي تجاوزها الزمن في ظل عالم شديد المنافسة؛ لضمان استمرارية ريادة المؤسسة الإعلامية.
 - ضرورة انتهاج سياسة التحسين المستمر داخل المؤسسة الإعلامية، لكافة العوامل والأنشطة المرتبطة بالعمليات والإجراءات، بدايةً من التخطيط، وانتهاءً بعملية أداء الفرد في المؤسسة.
 - ضرورة زيادة كفاءة وفعالية مدير المؤسسة الإعلامية والقائمين عليها، وتحويله تدريجيًا إلى قائد استراتيجي؛ ومن ثم يكون مؤهلًا وقادرًا على القيام بدوره بشكل فعال وكفاء.
 - ضرورة الاعتماد على الرقابة الوقائية في كل مرحلة من مراحل إنتاج المنتج الإعلامي، وعدم الاعتماد على عمليات مراقبة المنتج الإعلامي النهائي.
 - ضرورة اهتمام المؤسسة الإعلامية بالموارد البشرية، والتي تمثل رأس المال الفكري للمؤسسة؛ وذلك من خلال حسن انتقائها، وتوفير فرص التدريب المستمر، وتهيئة مناخ العمل المشجع.
 - ضرورة إنشاء مراكز التدريب الفعالة في المؤسسة، أو الارتباط بأحد مركز التدريب لإقامة دورات تدريبية لأفراد المؤسسة بمختلف وظائفهم.
- ❖ **توصيات عامة لدعم أداء الإعلاميين والأداء الإعلامي بشكل عام**
- لا بد من تأهيل وتدريب رجال الإعلام بصفة مستمرة في مراكز تدريب داخلية وخارجية، مع ضرورة التأكيد على تزامن هذه الدورات مع تطبيق التقنيات الحديثة إلى المحطة.
 - ضرورة زيادة الأجهزة والوسائل التكنولوجية الحديثة داخل كل أقسام المحطة بحيث تكفي كافة القائمين على الخدمة الإعلامية.
 - ضرورة تعزيز وتدعيم الجهد العلمي والأكاديمي وذلك بإنشاء قسم خاص لمتابعة الأبحاث العلمية والمخترعات الحديثة في مجال التكنولوجيا الإعلامية، مع توفير الإمكانيات اللازمة لإجراء البحوث الميدانية.
 - توفير المناخ والآليات المناسبة والموارد الكافية وسبل التعاون الملائمة؛ لتحسين عملية انتشار هذه التكنولوجيا؛ من أجل تفعيل المنتج الإعلامي النوعي.
 - تشجيع الإعلاميين من خلال النقابة والمؤسسات الإعلامية المدنية المستقلة على الإبلاغ عن أي انتهاكات للحريات والممارسات الإعلامية من قبل إدارات

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

- مؤسساتهم، ليس لأسباب مهنية بل سياسية، للهيئات والمؤسسات المدنية المعنية بالدفاع عن الحريات الإعلامية.
- ضرورة استقلالية المؤسسات الإعلامية مادياً وإدارياً؛ لأن المؤسسات الإعلامية إن لم تكن مستقلة فلن تنتج إعلاماً قادراً على ممارسة عمله بحرية واقتدار، كما ينبغي أن يكون.
- ضرورة إعداد دليل مهني شامل يوضح الفرق بين المعيار المهني والمحدد المهني، ومن ثم تدعيم ثقافة للرقابة الذاتية.
- ضرورة أن تعقد كليات الإعلام دورات تدريبية وندوات وورش عمل لتدريب وتثقيف الطلاب وتوعيتهم بالمعايير المهنية وأهميتها ودورهم في تطوير الأداء الإعلامي والنهوض بالمجتمع وأفراده.
- ضرورة اعتماد وسائل الإعلام المصرية على الموضوعية في تناولها للقضايا والمشكلات المختلفة، ورفع مستوى مصداقيتها في نشرها للأخبار ومتابعتها للأحداث.
- ضرورة إعادة النظر في القوانين والأنظمة التي تعزز تقييد الحكومة لوسائل الإعلام.
- ضرورة رفع سقف الحريات الإعلامية؛ كي تستطيع وسائل الإعلام القيام بدورها الرقابي على المؤسسات الرسمية وغير الرسمية كما ينبغي أن يكون، ولتسهم بفاعلية في عمليات التنمية الشاملة في وتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

المراجع:

١. أبو جلنبو، صفاء خليل محمد. (٢٠١٦). توظيف الوسائط المتعددة في تطوير الأداء الصحفي: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على عينة من الصحف السودانية. مجلة ركائز معرفية: مركز ركائز المعرفة للدراسات والبحوث، مج ٤، ع ١٤، ١١٩: ١٥٨.
٢. أحمد بن محمد الجميعة (٢٠١٠). "الممارسة المهنية الصحفية والعوامل المؤثرة فيها"، دراسة ميدانية على عينة من الصحف والصحفيين في المملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الملك محمد بن سعود.
٣. أسماء حمدي عبد الحميد قنديل (٢٠١٥). "المعايير الحاكمة للأداء المهني داخل غرف الأخبار بالصحف المصرية دراسة حالة على عينة من الصحف المصرية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
٤. أميرة السيد محمد البربري (٢٠١٥). "اتجاهات القراء والقائمين بالاتصال نحو الأداء المهني للصحف المصرية من المنظور الأخلاقي"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة.
٥. باسم محمد الطويسي، ونسيم محمد الطويسي، وأيمن سند قرالة، ورائد جميل سليمان (٢٠١٩). "تطوير معايير الجودة المهنية في الإعلام إطار عمل لوسائل الإعلام الأردنية"، مجلة جامعة الحسين بن طلال للبحوث، المجلد (٥)، العدد (١).
٦. حسنين شفيق (٢٠١١). "التضليل الإعلامي والغيوبة المهنية"، دار فكر وفن، القاهرة.
٧. حسينة بوشيش (٢٠١٨). "بيئة العمل في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وأثرها على الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية: المراسلون المعتمدون بولاية عنابة أنموذجاً" مجلة العلوم الإنسانية: جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، ع ٩، ٢٧٤ – ٢٩٦.
٨. حمزة خليل الخدام، وميساء نصر الرواشدة (٢٠١٣). "الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن"، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، مجلد ٦، ع ٣، ص ٤٤٧.
٩. حنان بن يحيى علال (مارس ٢٠١٨)، "أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مجلد ٢، ع ٥، ص ٢.
١٠. حنفي حيدر (٢٠٠٨). "التعرض للحياة الخاصة للشخصيات العامة في حدود المسئوليات القانونية والأخلاقية"، بحث منشور، المؤتمر العلمي الرابع عشر، الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ج ١، ص ٤١٧ – ٤٩٤.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

١١. حنفي حيدر أمين (٢٠٠٢)، العوامل المؤثرة على ممارسة الصحافة المصرية لوظيفتها النقدية دراسة مسحية على القائم بالاتصال في الصحف المصرية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعه المنيا، كلية الآداب، قسم الإعلام، ص ٥٦.
١٢. خالد شريقي (٢٠١١). "تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية جريدة الخبر أنموذجاً"، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر ٣.
١٣. خديجة باديس (٢٠١٥). "تكنولوجيا الإعلام الحديثة ودورها في تطوير الأداء الإعلامي محطة قسنطينة الجهوية للتلفزيون أنموذجاً"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.
١٤. خلود عبد الله محمد ملياني (٢٠١٧). "مدى التزام الصحف السعودية الإلكترونية بالمعايير المهنية الإعلامية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المركز القومي للبحوث غزة، المجلد (١)، العدد (٦)، أغسطس.
١٥. رامي عطا صديق، فاطمة شعبان أبو الحسن (٢٠١٦). "الإعلام والإرهاب: دراسة حالة واستراتيجية مواجهة"، دار العربي للنشر والتوزيع.
١٦. زوييدة موسى (٢٠١٦). "أخلاقيات العمل الإذاعي في الجزائر دراسة ميدانية بإذاعة تبسة المحلية"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي- تبسة، ٦١: ٦٤.
١٧. شريف درويش اللبان (٢٠١٨). "تقييم أداء الإعلام المصري في ظل الهيئات الإعلامية الثلاث ونقابة الإعلاميين"، المركز العربي للبحوث والدراسات.
١٨. صفية خليفة بن مسعود (٢٠١٤). "الإعداد الأكاديمي والمهني للقائم بالاتصال في الصحافة الليبية دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الصحافة، ص ٦٩.
١٩. عبد المجيد العزام، هاديا خزنة كاتبتي (٢٠١٠). "اتجاهات الأردنيين نحو الأداء الإعلامي"، مجلة جامعة دمشق- المجلد ٢٦، ع ٤، ٣.
٢٠. عبده عثمان عبده عبد الله، وجمال الدين الشيخ زيادة. (٢٠٠٧). "بحوث الاتصال ودورها في تطوير الأداء الإعلامي: دراسة مسحية على المؤسسات الإعلامية بولاية الخرطوم ٢٠٠٧"، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة أم درمان الإسلامية، أم درمان.
٢١. فاطمة الزهرة كريم (٢٠١٧). "أهمية التدريب في التطوير الإداري للمؤسسات الإعلامية دراسة وصفية تحليلية لإذاعة المسيلة أنموذجاً"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.

دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"

٢٢. فريال مهنا ٢٠٠٢، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، ط ١، دمشق، دار الفكر المعاصر، ص ص ٢٨٠ - ٢٨١.
٢٣. ماريان سيدهم (٢٢ أبريل ٢٠١٩). "المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام... قراءة في الصلاحيات والممارسات"، مؤسسة حرية الفكر والتعبير.
٢٤. محمد حسين أبو عرقوب (٢٠١٠). "اتجاهات الصحفيين الأردنيين إزاء ميثاق الشرف الصحفي"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.
٢٥. محمد فخري حسن (٢٠٢٠). التقرير التلفزيوني وإشكاليات اعتماد المعايير المهنية فيه: دراسة في النشرات الإخبارية المحلية. مجلة الجامعة العراقية: الجامعة العراقية، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، ع ٤٧، ج ٣، ٤٣٧: ٤٤٩.
٢٦. مركز هردو لدعم التعبير الرقمي (٢٠١٨). "قانون الصحافة تقنين الموت الإكلينيكي للسلطة الرابعة، القاهرة.
٢٧. مصطفى حميد الطائي (٢٠١٩). "معايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني دراسة ميدانية على عينة من المتخصصين والعاملين في الإعلام بدولة الإمارات ٢٠١٨ - ٢٠١٩"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد (٤٢)، كلية الإعلام والعلوم الإنسانية، جامعة عجمان.
٢٨. الموقع الرسمي الإلكتروني للمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام.
٢٩. الموقع الرسمي الإلكتروني للمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام.
٣٠. نرمين زكريا (٢٠٠٨). "اتجاهات القائم بالاتصال نحو مفهومي الحرية والمسئولية الاجتماعية للصحافة في الألفية الثالثة"، البحث منشور في المؤتمر السنوي الرابع عشر: الإعلام بين الحرية والمسئولية، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ص ص ٣٢٧: ٤١٥.
٣١. يوسف عبد الله البيدان (٢٠١٣) "تقييم الإعلاميين الكويتيين لأداء الإعلام الكويتي الحكومي نحو القضايا الداخلية والخارجية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.
32. Chari, T. (2013). New communication technologies and journalism ethics in Zimbabwe: Practices and malpractices. Online Journal of Communication and Media Technologies, 3(2), 112.
33. Limo, A. (2010, September). Information ethics and the new media: Challenges and opportunities for Kenya's education sector. In Presentation at the African Information Ethics Conference, University of Botswana.

34. Limo, A. (2010, September). Information ethics and the new media: Challenges and opportunities for Kenya's education sector. In Presentation at the African Information Ethics Conference, University of Botswana.
35. Pamela J. shoemaker, marten eicholz, eunyikim, and Brenda Wrigley. Individual and routine forces in gate keeping. Journalism & mass communication quarterly. Bo.2. pp.233.
36. Sven Windenl and Benno H. Signitzer, using communication theory, second edition an introduction to planned communication (los Angeles, sage.) p.162.

* المحكمون:

- الأستاذ الدكتور: فوزي عبد الغني/ عميد المعهد العالي للإعلام بالإسكندرية.
الأستاذ الدكتور: عبد العزيز السيد/ عميد كلية الإعلام جامعة بني سويف.
الأستاذ الدكتور: ندية عبد النبي القاضي/ أستاذ الإعلام بكلية الآداب جامعة المنوفية.
الأستاذ الدكتور: صالح العراقي/ رئيس قسم الإعلام بكلية التربية النوعية جامعة الزقازيق.
الأستاذة: بريكسام رمضان/ نائب رئيس تحرير الأخبار.
الأستاذة: فاطمة الدسوقي/ نائب رئيس تحرير الأهرام.
الأستاذ: جلال راشد/ نائب رئيس تحرير الجمهورية.