مجلة

البحوث الإعلامية

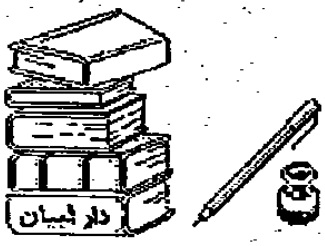
دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

داخل العدد

• العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام
«د. ياسين لاشين»
• الصورة الذهنية للغرب في صحافة الأزهر
«د. شعبان شمس»
• نشاطات العلاقات العامة في ظل المتغيرات الاتصالية الحديثة.
«د. جابر عبد الموجود»
• تأثير ثقافة العولمة على مضمون الفضائيات العربية.
«د. عزة عبد العزيز عبد اللاه»
• إسهام الكاريكاتير الصحفي السعودي في تسليط الضوء على المشكلات التعليمية والتربوية.
«د. إبراهيم بن عبد العزيز الدعيلج»
• الداعية واستخدام وسائل الإعلام المطبوعة.
«د. إسماعيل بن حمد النزاري»

العدد
الخامس عشر
يناير ٢٠٠١م

دار البيان



للطباعة
والنشر
والتوزيع

٤ عمارات الجبل الأخضر

أمام نادى السكة الحديد

مدينة نصر

تليفاكس: ٤٨٢٢٤٨٧

ت : ٤٨٣٤٣٢٧

رقم الإيداع:

٦٥٥٥

العدد الخامس عشر

يناير ٢٠٠١م

مجلة
البحوث الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر

رئيس مجلس الإدارة

الأستاذ الدكتور: أحمد عمر هاشم

رئيس التحرير

الأستاذ الدكتور: محيي الدين عبد الحليم

مدير التحرير

د. محمود عبد العاطي مسلم

سكرتير التحرير

د. أحمد منصور هيبة

المراسلات

توجه باسم الدكتور/مدير التحرير على العنوان التالي:

جامعة الأزهر - كلية اللغة العربية بالقاهرة قسم الصحافة والإعلام

تليفون: ٥١٠١٤٦٦

هيئة المحكمين
في هذا العدد

أ.د. جيهان رشتي

أ.د. علي عجوة

أ.د. محيي الدين عبد الحليم

أ.د. عدلي رضا

أ.د. حمدي حسن محمود

أ.د. ماجي الحلواني

أ.د. حسن عماد مكاوي

أ.د. سامي الشريف

أ.د. أشرف صالح

جميع الآراء الواردة في هذه المجلة تعبر عن رأي صاحبها ولا تعبر عن رأي المجلة

العدد الخامس عشر
يناير ٢٠٠١م

فهرس موضوعات المجلة

الموضـــــــــوع	الصفحة
الافتتاحية	من ٩:١٢
• العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام «د. ياسين لاشين»	من ١٣:٥٦
• الصورة الذهنية للغرب في صحافة الأزهر «د. شعبان شمس»	من ٥٧: ١١٧
• نشاطات العلاقات العامة في ظل المتغيرات الاتصالية الحديثة. «د. جابر عبد الموجود»	من ١١٩: ١٧٧
• تأثير ثقافة العولمة على مضمون الفضائيات العربية. «د. عزة عبد العزيز عبد اللاه»	من ١٧٩: ٢٣٢
• إسهام الكاريكاتير الصحفي السعودي في تسليط الضوء على المشكلات التعليمية والتربوية. «د. إبراهيم بن عبد العزيز الدعيلج»	من ٢٣٣: ٢٩٦
• الداعية واستخدام وسائل الإعلام المطبوعة. «د. إسماعيل بن أحمد النزاري»	من ٢٩٧: ٣٩٣
فهرس موضوعات المجلة	٣٩٥

العلاقة بين الحكومة
ووسائل الإعلام

إعداد
الدكتور/ ياسين لاشين

تشتمل هذه الدراسة على مقدمة والإطار الفلسفي والنظري للدراسة وفيه تم استعراض النماذج التي توضح العلاقة بين الحكومات ووسائل الإعلام، تساؤلات الدراسة وفروضها (خمس تساؤلات وفرضياتها)، تحديد مجتمع الدراسة والعينة، ومنهج المسح باستخدام العينة واستمارة مكونة من ٧٦ سؤالاً منها ٧٢ سؤالاً خصت لقياس اتجاهات مسئولي العلاقات العامة بالوزارات ومحرري الشئون العامة بوسائل الإعلام المصرية نحو ثمانية موضوعات باستخدام مقياس ليكرت، والنتائج ومناقشة النتائج والتوصيات.

وتهدف الدراسة إلى مناقشة العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام من خلال دراسة العلاقة بين طرفين من أطراف هذه العلاقة وهما مسئولي العلاقات العامة بالوزارات المصرية ومحرري الشئون السياسية والعامة بوسائل الإعلام المصرية. وبعد استعراض التراث العلمي الذي تناول هذا الموضوع عربيًا وعالميًا، تستخدم هذه الدراسة نموذج التعاون الموجه خاصة في ظل الاعتماد المتبادل والمصالح المشتركة (بين وسائل الإعلام والحكومة) ودخول وسائل الإعلام في مجال الصناعة والاستثمار وعلاقتها برأس المال والسلطة.

ومن خلال معاجة مسألة العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام تحاول الدراسة الإجابة على خمس تساؤلات وفرضيتين باستخدام المسح الاجتماعي كمنهج والاستبانة كأداة لجمع بيانات من عينة تمثل مجتمع المحررين ومجتمع مسئولي العلاقات العامة. وجاءت مواصفات عينة الدراسة مؤكدة التقارب بين عينة المحررين وعينة مسئولي العلاقات العامة من حيث المتغيرات الديموغرافية مما يعطي قوة لنتائج هذه الدراسة. وقد تم قياس اتجاهات مجموعتي الدراسة نحو عدة موضوعات هي:

١ـ حرية وسائل الإعلام.

٢ـ الرقابة.

٣ـ المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

٤ ـ حق الجمهور في معرفة ما يدور في أروقة الحكومة.

٥ـ الحكومة وسرية وعلانية أعمالها.

٦ـ فرض السرية على المعلومات تحت دعاوى الأمن.

٧ـ القانون واحترامه.

٨ـ الأخبار وماهيتها.

٩ـ إدراك أفراد مجموعتي الدراسة لاتجاهات كل منهما نحو الموضوعات السابقة.

وتؤكد نتائج الدراسة أن العلاقة بين محرري الشئون العامة ـ وهي بطبيعتها أكثر الشئون إثارة للجدل والاختلاف ـ ومسئولي العلاقات العامة بالوزارات وهم ممثلو وزارات الحكومة والمتحدثون باسمها، هذه العلاقة علاقة تعاون واتفاق وليست علاقة صراع أو اختلاف أو زواج سيىء. وتثير هذه النتائج تساؤلا حول مصداقية وسائل الإعلام، ومدى تعارض وجود مثل هذه العلاقة مع الحرية الي منحتها الشعوب لوسائل إعلامها على أساس أنها المدافع عن مصالحها ضد فساد الحكومة، وتأثير انخراط وسائل الإعلام في المشروعات الاقتصادية (التجارية والصناعية) لتحقيق الربح وتأثير ذلك على علاقتها بالحكومة وحريتها ونزاهتها في رعاية مصالح الجمهور إذا تعارضت مع أعمال الحكومة وتصرفات مسئوليها.

وتشير نتائج هذه الدراسة إلى الحاجة إلى إعادة النظر في مضمون المقررات التي نُدرِّسها لطلابنا والتي تتناول وظائف وسائل الإعلام وحريتها وعلاقتها بالسلطة

التنفيذية. وهكذا تفتح نتائج هذه الدراسة الباب لمزيد من الدراسات الجديدة التي تنطلق من مفاهيم إضافية بخصوص المشكلة التي عالجتها الدراسة وهي العلاقة بين السلطة التنفيذية والسلطة الرابعة التي تمثلها حاليًا وسائل الإعلام.

وتستخدم هذه الدراسة سبعة عشر مرجعًا أجنبيًا وعربيًا.

***

العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام

لم تعرف الحكومات في أية دولة من دول العالم بأنها عاشقة لوسائل الإعلام وخاصة الصحافة الحرة المستقلة. بل إن النظرة السائدة من جهة الحكومة لوسائل الإعلام هي أن هدف هذه الوسائل هو كشف أخطاء الحكومة وسلبياتها. ولهذا فإننا غالبًا ما نجد الحكومات في حالة ترقب وترصد دائم لتصرفات هذه الوسائل، كما أنها تجتهد دائمًا لإخضاعها والسيطرة عليها. وفي معظم بلدان العالم التي تنقصها خبرة الممارسات الديمقراطية، أو تلك التي ما زالت الممارسات الديمقراطية فيها في طور الطفولة أو عدم الاستقرار، نجد رغبة شديدة من جانب الحكومات لإخضاع وسائل الإعلام بالعنف تارة والمساومة تارة أخرى. وعندما ترد وسائل الإعلام على هذه المحاولات بالرفض أو بالتمرد، فإن بعض الحرية قد يتحقق لهذه الوسائل، ولكن بعد دفع الثمن، كما حدث في أزمة بولندا ١٩٨١.

وتتفاوت الآراء حول علاقة الحكومة بوسائل الإعلام فهناك فريق يرى أنه في كثير من الأحيان تنظر الحكومة إلى وسائل الإعلام بطريقة عدائية، ويتوقعون أن تزداد الخصومة بينهما مع ازدياد دور وقوة وسائل الإعلام، وتزايد تعقيد القضايا التي تتناولها (Hiebert & Reuss 1988, Gerald Horst 1986, William Rivers 1988, E. Dennis 1984, M.O. Nelil 1987) ويرى فريق آخر أن العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام تتفاوت بين الصراع المعلن والتعاون المعلن (John Merrill 1984, John Bittner 1986) ولكن الشيء المتفق عليه هو وجود نوع من الصراع. ويبدو أن هذا الصراع قد أجهد وسائل الإعلام، كما أن الحكومات وجدت أن عملية الصراع غير مجدية ولا تخلو من المخاطر. لهذا، فقد أصبح كلاهما مستعدًا لإيجاد وقبول طرق بديلة وحلول وسط للإبقاء على العلاقة بينهما والتعايش في سلام.

وعلى الرغم من أن معظم دساتير العالم تنص على حرية التعبير عن الرأى وحرية وسائل الإعلام، إلا أن معظمها أيضًا يلحق هذا النص بتلك المقولة الغامضة «بأن يكون ذلك في إطار القانون والمصلحة القومية والأمن القومي»، وهي مقولة قابلة للعديد من التفاسير. فحق التعبير عن الرأى وحرية النشر في كل الدول تكمن خلفياتهما في المعطيات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية لهذه الدول. وقد عبر العديد من الدارسين عن العامل الحاسم في ممارسات وسائل الإعلام ومضمونها في أية دولة ليس البناء الحزبي التعددي، وليست الدساتير، وإنما هو الأيديولوجية السياسية لمن يملكون أو يسيطرون على وسائل الإعلام[١]. ففي كينيا، على سبيل المثال، وجدت كارلا. هيث (١٩٩٧) أن قوة الصحافة تعود إلى كونها على علاقة اتفاق مع الخط السياسي والاقتصادي للحكومة الكينية[٢]. وهذا الأمر لا ينطبق فقط على دول العالم الثالث، بل نجده في الدول المتقدمة ولكن بشكل آخر. ففي الولايات المتحدة الأمريكية، وحيث يمتنع على الحكومة التدخل في عمليات وسائل الإعلام، لا تتمتع هذه الوسائل بحرية كاملة. فقد قضت المحاكم الأمريكية أن من حق الحكومة أن تمنع النشر عن الأمور التي تهدد أمن وسلامة ومصالح البلاد.. وهذه أمور قابلة للتفسير وتتعدد طرق وأهداف استخدامها. وفي فرنسا قدمت شكاوى تتضمن اتهامات بأن الراديو والتلفزيون الفرنسيين تسيطر عليهما السلطة التنفيذية للحكومة[٣].

والنظرة المتعمقة لممارسات ونظم وسائل الإعلام توضح بجلاء ارتباط هذه الممارسات وتلك النظم بنوع الحكومات التي تعمل في ظلها. هذه النظم هي في الغالب نتاج للنظم السياسية التي أنشأتها، ولهذا فوسائل الإعلام تميل إلى تدعيم النظام القائم والتعايش معه. وإذا كان هذا هو الوضع السائد، فمن الواضح إذن أن الحديث عن حرية وسائل الإعلام في أية دولة، أو محاولة الإجابة عن مدى الحرية التي

تتمتع بها وسائل الإعلام فيها يصبح بلا معنى إلا إذا تم من خلال دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام والحكومة في إطار الواقع السياسي والاجتماعي والاقتصادي والثقافي لتلك الدولة.

وتدرك الحكومات أهمية وسائل الإعلام بالنسبة لها كوسيلة للحصول على المعلومات والوصول إلى الشعب. وقد عبر عن ذلك الرئيس الأمريكي توماس جيفرسون في عام ١٧٨٧ حينما كتب «لو ترك لي أن أقرر هل تكون لدينا حكومة بدون صحف أو صحف بدون حكومة ما ترددت في تفضيل الخيار الثاني»(٤). وأكد جيمس ماديسون نفس المعنى بقوله إن «حكومة شعبية بدون معلومات عامة أو وسائل الحصول عليها (يقصد الصحافة) ليست سوى مقدمة للهاة أو مأساة أو لكلتيهما»(٥). وقد استخدم فرانكلين روزفلت «أسلوب الحوار في غير كلفة عبر الراديو»(٦) لكي يصل إلى ملايين الأمريكيين ليروج لمقترحاته لحلول المشكلات الاقتصادية التي كانت تعانيها أمريكا. كما استخدم أدولف هتلر الراديو لتعبئة الشعب الألماني. وقد أكد ليمان (١٩٢٢) ضرورة الصحافة بالنسبة للحكومة فذكر أنه بدون النقد وتقديم تقارير جيدة وموثوق بها لا تستطيع الحكومة أن تحكم؛ لأنه لا توجد وسيلة أخرى كافية تستطيع بها الحكومة أن تكون دائمة الاطلاع على ما يفكر فيه الشعب ويفعله ويريده(٧).

ومن الدلائل القوية على أهمية وسائل الإعلام بالنسبة للحكومة ما أورده كارل روان في تقريره عن إنفاق الحكومة الفيدرالية الأمريكية فيذكر «إن الحكومة الاتحادية (الأمريكية) تنفق على الدعاية، والأخبار والآراء، والدفاع عن مسائل معينة، والنشرات، أكثر مما يُصرف على جميع القطاعات القضائية والتشريعية. ويبلغ مجموع نفقات الحكومة الفيدرالية لإعلام دافعي الضرائب الأمريكيين، بالكلمة والصورة أكثر من ضعف ما تكلفه الوكالتان الكبيرتان في جمع الأنباء، وشبكات التلفزيون الثلاث، وعشرة أضعاف ما تتكلفة الصحف العشر الكبرى (في أمريكا)(٨). وفي وقت من

الأوقات في عهد الرئيس الأمريكي أندرو جاكسون، كان هناك سبع وخمسون صحفيًا يتقاضون مرتبات من الحكومة الأمريكية.(٩) وفي أمة بولندا عام ١٩٨١ قررت الحكومة البولندية السيطرة على كل قنوات الاتصال، وفرضت رقابة على الرسائل الإعلامية الداخلية والخارجية، بل إن حكومة بولندا قطعت الاتصالات التليفونية الدولة والمحلية بهدف السيطرة والتحكم في تدفق الرسائل.

وقد تلعمنا ونحن طلاب، في دروس الصحافة ومقررات حرية وسائل الإعلام ونظمها، أن وسائل الإعلام هي الحارس الأمين لمصالح الشعوب وهي العين الرقيبة على تصرفات المسئولين، تكشف أ دنى انحرفا أو سوء استخدام للسلطة، ولهذا فقط منحت الشعوب الحرية لوسائل إعلامها رغبة في أن تكون لها وسائل إعلام حرة ترعى مصالحها وتدافع عنها وتنبهها. فصلاح وسائل الإعلام يؤدي في الأغلب الأعم إلى صلاح الحكومة. وفي معظم دول العالم توصف الصحافة بأنها السلطة الرابعة، ومعظم القادة والحكام والمسئولين في دول العالم يتشدقون بالحرية التي تتمتع بها الصحافة ووسائل الإعلام في بلدهم، وإن كان بعضهم لا يخفى انتقاده لبعض الممارسات مع التأكيد في نفس الوقت على الحرص على الحرية. والمفروض، وفقًا للأدوار الوظيفية لوسائل الإعلام أن تكون هذه الوسائل رقيبًا علي الحكومة الأمر الذي ينتج عنه وجود نوع من العلاقة المتنافرة.

ولكن الملاحظة المستمرة، والحوار مع كل من الصحفيين ومسئولي العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية يشيران إلى عدم وجود أثر لهذه العلاقة المتنافرة. وعلى العكس، يوجد قدرهائل من التفاهم والتعاون بين محرري الشئون السياسية والعامة ومسئولي العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية يصل في بعض الأحيان إلى التعاون المشترك Collaboration . وتوضح نتائج بعض الدراسات التي تعرضت بشكل أو بآخر للعلاقة بين الصحافة والحكومة إلى أن المحررين والمسئولين يستفيدون من بعضهم البعض في تحقيق أهداف مؤسساتهم، وفي بعض الأحيان أهدافهم الشخصية.

وقد عبر جاميس رستون James Restion (١٩٦٦) عن أحد جوانب هذه الحقيقة حينما ذكر أن العلاقة بين الصحافة والحكومة تضم جوانب الاتفاق والاختلاف أو التعاون والصراع. يقول رستون «إن الذين يحررون الأخبار ليسوا أعداء بل حلفاء لرجال الحكومة»(١٠). على الرغم من أنه اعتراف في نفس المؤلف بوجود صراعات موروثة في معظم جوانب العلاقة بينهما.

فإذا كان هذا هو الموقف الذي نجد فيه أنفسنا، فنحن إذن لسنا في موقف تضاد أو تنافر أو تناقض، وإنما في موقف تبادل مصالح وتعاون مشترك.. إذا كان هذا هو الحال، فإن نموذج العلاقات التعاونية Cooperative Model أو نموذج المصالح المتبادلة Exchange Model وليس نموذج العلاقات المتنافرة Adversary Model هو الجدير بالاستخدام في وصف ما يحدث بين محرري الشئون السياسية والعامة بوسائل الإعلام ومسئولي العلاقات العامة بالوزارات. وقد يكون أى من هذين النموذجين هو الأكثر فائدة عندما نحاول فهم العلاقة بين وسائل الإعلام والحكومة. فالتعاون المشترك يصبح في هذه الحالة سمة أساسية من سمات التفاعل بين الطرفين رغم اختلافهما في الأهداف والوظائف.

وعمومًا، وفيما إذا كانت العلاقة تقاربًا أو تنافرًا، وإذا ما كان نموذج التعامل هو نموذج المصالح المتبادلة أو المشتركة، أو نموذج العلاقات والمصالح المتنافرة، فإن التراث العلمي الموجود يقدم لنا أقل القليل عن هذه العلاقات.. فعلي حد علمي كباحث، لم يتطرق باحث عربي لدراسة العلاقات بين محرري الشئون السياسية والعامة ومسئولي العلاقات العامة بالوزارات. فبعض الدارسين تناولوا العلاقة بين السياسيين والإعلاميين (حمادة، ١٩٧٧) من منظور فلسفي. حتى الدراسات الأجنبية لم تتطرق إلى هذه العلاقة، وإنما اكتفت ـ في معظمها ـ بإلقاء بعض الضوء على التفاعلات بين الصحافة والسياسيين من منظور الأهداف المتنافرة، وقد عبر جون مارتن ـ أستاذ

الاتصال الجماهيري بجامعة هارفرد ـ عن ندرة الدرسات التي يمكن أن تقدم فهمًا لطبيعة العلاقة بين الحكومة ووسائل الإعلام، وذكر أن الدراسات التي تناولت هذا الموضوع تنتمي إلى الدراسات القانونية والفلسفية، ولم تخضع هذه العلاقة لدراسات إمبريقية جادة(١١). ومن هنا تأتي أهمية الدراسة الحالية.

الإطار الفلسفي للدراسة وأهميتها:

تستخدم هذه الدراسة نموذجًا يمكن تسميته بنموذج التعاون الموجه Coordination Cooperative Moddel لداسة العلاقة بين محرري الشئون السياسية والعامة بوسائل الإعلام ومسئولي العلاقات العامة بوزارات جمهورية مصر العربية، وتهدف الدراسة إلى معرفة إلى أى مدى توجد دلالات تعاون موجه في العلاقة بين الطرفين. ولمزيد من التوضيح، ولفهم هذه العلاقة، تجدر الإشارة إلى أن النظام الإعلامي في المنطقة العربية عمومًا يرقد في منطقة وسط بين التوجيه والحرية. وهنا نشير إلى ما ذكره مايلك هادسون من أن النظام العربي القائم اليوم ـ على الرغم من مظاهره الديمقراطية ـ يتسم بنوع من السلطوية، حقيقة هناك تفاوت بين قطر وآخر، لكن أحدًا لا يستطيع بسهولة أن ينكر هذه السمة في النظام السياسي العربي(١٢). ويضيف هادسون أن التوجه في المنطقة العربية منذ بداية السبعينيات كان في صالح المزيد من النمو للحكم السلطوي، فقط تضاءلت التظاهرات والاحتجاجات التلقائية، وصمدت الأسر والأنظمة الحاكمة التي كان يعتقد بأنها لن تصمد طويلاً، كما قلت فعالية الأحزاب المعارضة وأهميتها السياسية، وأصبحت معظم الأنظمة العربية تعيش حالة طوارىء لا يستفيد منها سوى المؤسسات الحاكمة تحت شعار أمن الدولة المدني والعسكري(١٣).

في داخل هذا الإطار تعيش المؤسسات الإعلامية في منطقتنا في جو من السلام والمسالمة، فلم تخرج علينا وسائل الإعلام في يوم من الأيام بما يفيد وجود معارضة

حقيقية بين الإعلام والحكومة حتى في أتفه المسائل. ولم تكشف لنا حتى الآن، ولو دراسة ميدانية واحدة عن وجود هذا الصراع، والذي يبدو لنا في واقع الأمر هو وجود نوع من الاتفاق بين السلطة الحاكمة ووسائل الإعلام على مراعاة تبادل المصالح والبقاء المشترك... فالسلطة الحاكمة تسيطر على رأس المال - أولها علاقة قوية به - الذي يتحكم في الإعلان الذي هو عصب وسائل الإعلام ومواردها الأساسي. كما أن وسائل الإعلام لم تعد مؤسسات تقدم الخبر والمعلومة فقط بل أصبحت تقدم الخبز أيضًا، بمعنى أنها أصبحت صناعة وتجارة واستثمارا، مما يجعل لها مصالح مشتركة مع رأس المال والسلطة.. ولهذا فمسألة العلاقة بين محرري الشئون السياسية والعامة بوسائل الإعلام ومسئولي العلاقات العامة بوزارات الحكومة، وما إذا كانت هذه العلاقة علاقة تناقض أو اتفاق تصبح جديرة بالدراسة الميدانية والتحليل الإحصائى العلمي.

وتقوم الدراسة الحالية على أساس نظري وفكري مؤداه أنه يمكن فهم وتحليل التفاعلات التي تتم بين محرري الشئون السياسية والعامة ومسئولي العلاقات العامة بأجهزة الحكومة بالنظر إلى الموقف كله على أساس أنه قائم على التوجه للتعاون. وقد استخدم نيوكومب Newcomb هذا المنطلق في تحليله للاتصال الشخصي عام (١٩٥٨)[١٤]. واستخدمه شافية ومكلويد Chaffee & Mcleod في دراستيهما عام ١٩٧٣[١٥].

وتتفاوت الدراسات التي استخدمت التوجه للتعاون كإطار فلسفي لتحليل العلاقات ما بين دراسات تناولت ظاهرة الاتصال بين الجماعات الصغيرة كالأسرة، وأخرى تناولت نظمًا اجتماعية أكثر شمولاً مثل المجتمعات المحلية، ووكالات الخدمة العامة، والمؤسسات التعليمية، ووسائل الإعلام وجماهيرها. فقد استخدمه شافيه (١٩٧٧) في دراسته عن بناء الاتصال بين الأطفال ووالديهم داخل الأسرة[١٦].

واستخدمه جرينج Gruing (١٩٧٢) في دراسته للعلاقة بين الوكالات الحكومية وجماعات الضغط المهتمة بموضوع إسكان محدودي الدخل في شيلي[١٧].

واستخدمه كارتر وستوتوف Carter & stuthoff (١٩٧٦) في دراستيهما للعلاقات التي أدت إلى تدعيم نجاح مؤسسة تعليمية[١٨]. كما قام تاننباوم وزملاؤه (١٩٦٣) باستخدامه لتحليل العلاقات بين المعلمين، والكتاب العلميين، والعلماء، وجمهور وسائل الإعلام[١٩]. واستخدمه أتوود Atwood (١٩٧٠) للتعرف على كيفية إدراك كل من المحررين ومشتركي الصحف تفضيلات كل منهم للقصص الخبرية التي تستحق النشر[٢٠].

وعلى هذا فإن استخدام التعاون الموجه كإطار نظري في دراسة العلاقات بين أطراف تختلف في وظائفها وأهدافها وأهداف المؤسسات التي تمثلها، ليس جديداً تمامًا، وإنما الجديد هو استخدام هذا الإطار النظري في دراسة العلاقات بين محرري الشئون السياسية والعامة ومسئولي العلاقات العامة بالمؤسسات الحكومية.. والحقيقة أنه إذا ما ثبتت صحة الفكرة الأساسية لهذه الدراسة، وهي أن العلاقة بين وسائل الإعلام وممثلي الحكومة علاقة تعاون ومصالح وتوجهات مشتركة، فإن ذلك سوف يكون سببًا وجيهًا للدعوة إلى إعادة النظر فيما تعلمناه وما زلنا نعلمه لطلابنا في كليات وأقسام الإعلام وممثلي الحكومة وعلاقة تعاون ومصالح وتوجهات مشتركة، فإن ذلك سوف يكون سببًا وجيهًا للدعوة إلى إعادة النظر فيما تعلمناه وما زلنا نعلمه لطلابنا في كليات وأقسام الإعلام والصحافة من أن وسائل الإعلام تمثل السلطة الرابعة في مواجهة الحكومة (السلطة التنفيذية) وأن وسائل الإعلام هي الحارس الأمين لمصالح الشعوب ضد فساد وطغيان الحكومات.. كما أن ثبوت صحة هذه الفكرة، موضوع دراستنا، سوف يفتح مجالات جديدة للدراسات الإعلامية بخصوص هذه العلاقة، وربما يكون سببًا لإعادة نظرتنا وتقييمنا لوسائل الإعلام، وأدائها وعلاقتها

بالحكومة والتزاماتها نحو الجمهور، كما قد يؤدي إلى الدعو ة لاتخاذ تدابير جادة لضمان قيام وسائل الإعلام بدورها في خدمة مصالح الجمهور وكشف أى فساد قد يحدث في الجهاز الإداري والسلطة التنفيذية.

تساؤلات الدراسة وفروضها:

يأمل الباحث أن تلقى هذه الدراسة الضوء على حقيقة العلاقة بين محرري الشئون السياسية والعامة بوسائل الإعلام ومسئولي العلاقات العامة بالوزارات وبالتالي الكشف عن العلاقة بين وسائل الإعلام والحكومة من خلال الإجابة على عدة تساؤلات واختبار صحة أو عدم صحة فروض نقدمها فيما يلي:

أولا: ما اتجاهات كل من محرري الشئون السياسية والعامة بوسائل الإعلام المصرية ومسئولي العلاقات العامة بالوزارات نحو الموضوعات التالية:

١ـ حق الجمهور في أن يعرف كل ما يحدث داخل أجهزة الحكومة(٢١).

٢ـ المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

٣ـ الحكومة: طبيعتها وأسلوب أدائها.

٤ـ الرقابة على وسائل الإعلام والجمهور.

٥ـ ماهية الأخبار وطبيعتها.

٦ـ حرية وسائل الإعلام.

٧ـ الأمن العام وأمن الدولة وسرية الوثائق ومنع النشر(٢٢).

٨ـ القانون واحترامه وصلته بالعدالة.

٩ـ دور المحرر في عملية نشر المعلومات.

١٠- دور مسئولي العلاقات العامة في عملية نشر المعلومات.

ثانيًا: ما مدى قوة هذه الاتجاهات بين المحررين ومسئولي العلاقات العامة؟

ثالثًا: ما أكثر الموضوعات التي يوجد حولها اتفاق وتلك التي يوجد حولها اختلاف بين أفراد المجموعتين.

رابعًا: هل توجد اختلافات بين إدراك محرري الشئون السياسية والعامة لدور مسئولي العلاقات العامة في عملية نشر المعلومات وإ دراك مسئولي العلاقات العامة لدوهم في هذه العملية.

خامسًا: هل توجد اختلافات بين إدراك مسئولي العلاقات العامة لدور محرري الشئون السياسية والعامة في عملية نشر المعلومات، وإدراك محرري الشئون السياسية والعامة لدورهم في هذه العملية.

الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة بين اتجاهات كل من محرري الشئون السياسية والعامة بوسائل الإعلام ومسئولي العلاقات العامة بالوزارات حول الموضوعات التالية: حرية وسائل الإعلام، الرقابة، المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، الجمهور، الحكومة، السرية، الأمن العام، ماهية الأخبار ومكوناتها.

الفرض الثاني: كل من محرري الشئون السياسية والعامة ومسئو لي العلاقات العامة لديهم إدراكات صحيحة لدور بعضهم البعض في عملية نشر المعلومات.

مجتمع الدراسة والعينة:

يتكون مجتمع الدراسة من محرري الشئون السياسية والعامة بوسائل الإعلام

(صحف ـ شبكات راديو ـ محطات تليفزيون) الموجودة بالقاهرة الكبرى، ومن مسئولي العلاقات العامة بمقر وزارات جمهورية مصر العربية. وتتكون عينة الدراسة من خمسة وعشرين من محرري الشئون السياسية والعامة وخمسة وعشرين من مسئولي العلاقات العامة بإجمالي خمسين مفردة. وقد اتبعت الخطوات التالية لاستخراج العينة:

أولا: تم اختيار الصحف القومية الثلاث (الأهرام ـ الأخبار ـ الجمهورية).

ثانيًا: تم تحديد الصحف الحزبية والصحف الخاصة بالقاهرة الكبرى. وباستخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة ظهرت صحف الوفد، مايو، الشعب، الأحرار، الأهالي كمفردات في عينة الصحف.

ثالثا: من بين شبكات الراديو بمنطقة القاهرة الكبرى ظهرت في العينة إذاعة البرنامج العام، صوت العرب، الشباب والرياضة، الشرق الأوسط، وشبكة الإذاعات الموجهة.

رابعًا: من بين محطات التليفزيون بمنطقة القاهرة ظهرت في العينة القناة الأولى، القناة الثالثة، وقناة النيل.

خامسًا: تم إجراء الدراسة في جميع وزارات حكومة جمهورية مصر العربية وقت إجراء الدراسة.

سادسًا: باستخدام أسلوب العينة العشوائية النسبية الطبقية تم تحديد عدد المفردات المقرر لكل وسيلة إعلامية أو إدارة علاقات عامة بالوزارة.

سابعًا: تم تحديد المسار للقائمين بالمقابلة[٢٣]، بحيث إذا لم يستطع القائم بالمقابلة إجراءها مع المبحوث الذي ظهر اسمه في العينة لانشغاله أو لأى سبب آخر، فإن عليه أن يجري المقابلة مع صاحب الاسم الذي يليه في كشف أسماء المحررين أو مسئولي العلاقات العامة الذي معه.

وقد أسفرت العمليات السابقة عن ظهور العينة على النحو الذي يوضحه الجدول رقم (١).

جدول رقم (١) توزيع عينة الدراسة

محررو الشئون السياسية والعامة			مسئولو العلاقات العامة		
الوسائل الإعلامية	العدد	النسبة	الوزارة	العدد	النسبة
صحف قومية	٨	٣٢٪	الخارجية	١	٤٪
الأهرام	٣	١٢٪	الداخلية	١	٤٪
الأخبار	٣	١٢٪	الدفاع	١	٤٪
الجمهورية	٢	٨٪	الإعلام	٢	٨٪
صحف حزبية	٥	٢٠٪	العدل	١	٤٪
مايو	١	٤٪	الزراعة	١	٤٪
الوفد	١	٤٪	الري والموارد المالية	١	٤٪
الشعب	١	٤٪	الثقافة	١	٤٪
الأحرار	١	٤٪	التجارة والتموين	١	٤٪
الأهالي	١	٤٪	التخطيط	١	٤٪
محطات تليفزيون	٦	٢٤٪	المواصلات	١	٤٪
القناة الأولى	٢	٨٪	البترول	١	٤٪
القناة الثالثة	٢	٨٪	الصحة والإسكان	١	٤٪
قناة النيل	٢	٨٪	الهجرة وشئون المصريين بالخارج	١	٤٪
محطات راديو	٦	٢٤٪	الصناعة	١	٤٪
البرنامج العام	٢	٨٪	الشئون الاجتماعية	١	٤٪
صوت العرب	١	٤٪	شئون مجلسى الشعب والشورى	١	٤٪
الشباب والرياضة	١	٤٪	التنمية الإدارية والحكم المحلي	١	٤٪

محررو الشئون السياسية والعامة			مسئولو العلاقات العامة		
الوسائل الإعلامية	العدد	النسبة	الوزارة	العدد	النسبة
الشرق الأوسط	١	٤٪	التعليم العالي والبحث العلمي	٢	٨٪
الشبكة الموجهة	١	٤٪	الأوراق وشئون الأزهر	١	٤٪
			السياحة	١	٤٪
			المالية والاقتصاد	١	٤٪
			القوى العامة	١	٤٪
الجملة	٥٢	١٠٠٪	الجملة	٢٥	١٠٠٪

المنهج وأدوات جمع البيانات:

تستخدم هذه الدراسة منهج المسح بالعينة. كما تم استخدام استمارة مقابلة مطولة لجمع البيانات المطلوبة لتحقيق أهداف الدراسة من مفردات العينة. وتكونت الاستمارة من ستة وسبعين سؤالا، أربعة منها وجهت للحصول على معلومات بخصوص التعليم والسن وسنوات الخبرة في المجال بالإضافة إلى النوع. أما باقي الأسئلة فقد وجهت لمعرفة اتجاهات المبحوثين نحو عشرة موضوعات هي (حرية وسائل الإعلام، الرقابة، المسئولية الاجتماعية، الجمهور، القانون، السرية، والأمن ومنع نشر الوثائق، الأخبا، الحكومة، دور المحرر، دور رجل العلاقات العامة) باستخدام مقياس يتدرج من الموافقة بشدة إلى عدم الموافقة بشدة.

واستمارة المقابلة المطولة أداة طورها في أول الأمر ويليام ستيفنسن William Stephen Son عام (١٩٦٦) واستخدمها الباحثون بعد ذلك بغرض توجيه أعداد كبيرة من الأسئلة لأعداد صغيرة من المبحوثين للحصول على كميات هائلة من المعلومات تتيح لهم خيارات متعددة أو تمكنهم من دراسة موضوعات متشعبة. وهذه الأداة Q-methodology مناسبة لدراسة واختبار الفروض الخاصة بموضوعات نظرية وفلسفية بين جماعات صغيرة(٢٤).

وقد تم إجراء اختباري الصدق والثبات بتطبيق الاستمارة على ستة عشر طالبًا من طلاب الدراسات العليا بكلية الإعلام جامعة القاهرة (٨ علاقات عامة، ٤ راديو، ٤ تلفزيون)، وقد جاءت نتيجة اختبار الصدق مؤكدة لصلاحية الاستمارة للاستخدام إذ حققت مستوى صدق تلازمي بلغ (٩٦٪) أما مستوى الثبات، باستخدام طريقة إعادة الاختبار ومعامل سيبرمان[٢٥] بلغ ٩٢٪ وهي نسبة عالية تؤكد الاطمئنان إلى سلامة تطبيق الاستمارة. وقد تم استخدام التحليل العاملي لمعرفة ما إذا كانت هناك فروق بين إجابات المبحوثين من المحررين ومسئولي العلاقات العامة تجاه الموضوعات المستخدمة في الدراسة.

***

نتائج الدراسة

أولا: نتائج خاصة بعينة الدراسة:

تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى أن مسئولي العلاقات العامة الذين أجريت عليهم الدراسة تراوحت أعمارهم ما بين ٢٩، ٤٨ سنة بمتوسط ٣٦ سنة، وتراوحت مدة خدمتهم في مجال عملهم ما بين ٥ سنوات، و١٧ سنة بمتوسط ١٠ سنوات تقريبًا (٩ سنوات وعشرة أشهر)، وأن ستة منهم بنسبة (٢٤٪) من الإناث، في حين أن ١٩ منهم (بنسبة ٧٦٪) ذكور. وجميع مسئولي العلاقات العامة حاصلون على شهادات جامعية من تخصصات مختلفة من العلوم الاجتماعية وأن نسبة قليلة منهم حاصلون على دبلومات الدراسات العليا وخاصة في مجال العلاقات العامة والإعلام وبعضهم حصل على شهادة أعلى من الدرجة الجامعية الأولى.

أما محرري الشئون السياسية والعامة فقد تراوحت أعمارهم ما بين ٣١، ٤٢ سنة بمتوسط ٣٥ سنة تقريبًا (٩ سنوات و٣ شهور). أما بالنسبة للنوع، فتشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى أن خمسة منهم إناث بنسبة (٢٠٪) وأن عشرين منهم ذكور بنسبة (٨٠٪)، وجميع المحررين حاصلون على شهادات جامغية، وبعضهم أكمل دراسات عليا في الصحافة والإعلام، ومعظمهم من خريجي كلية الإعلام جامعة القاهرة أو أقسام الصحافة والإعلام وأقسام كليات الآداب.

والبيانات السابقة تؤكد التقارب بين مجموعتي مفردات العينة (المحررين ومسئولي العلاقات العامة) من حيث متوسط العمر ومتوسط مدة الخدمة ونسبة الذكور والإناث والدراسة الجامعية. وهذا يضاف إلى الإجراءات السابق اتخاذها لضمان تجنب خطأ المعاينة. والتشابه بين مفردات مجموعتي العينة من حيث العمر والنوع والتعليم وعدد سنوات الخبرة في مجال العمل، من شأنه أن يعطي قوة لنتائج هذه الدراسة.

جدول رقم (٢) خصائص مفردات العينة

المتغير	مسئولو العلاقات العامة		محرري الشئون السياسية	
١ـ النوع *	العدد	النسبة	العدد	النسبة
إناث	٦	٢٤٪	٥	٢٠٪
ذكور	١٩	٧٦٪	٢٠	٨٠٪
	n=25		n=25	
٢ـ العمر**				
ـ ٣٠ سنة	٦	٢٤٪	٦	٢٤٪
ـ ٤٠ سنة	٨	٣٢٪	٩	٣٦٪
ـ ٥٠ سنة	١١	٢٤٪	١٠	٤٠٪
ـ ٦٠ سنة	لا يوجد	----	لا يوجد	----
	n=25		n=25	
٣ـ التعليم**				
دون الجامعي	لا يوجد	----	لايوجد	----
الدرجة الجامعية الأولى	١٩	٧٦٪	٢١	٨٤٪
أعلى من الدرجة الأولى	٦	٢٤٪	٤	١٦٪
	n=25		n=25	
٤ـ الخبرة في مجال العمل الحالي**				
ـ ١٠ سنوات	١٥	٦٠٪	١٧	٦٨٪
ـ ١٥ سنة	٧	٢٨٪	٧	٢٨٪
ـ ٢٠ سنة	٣	١٢٪	١	٤٪
	n=25		n=25	

* n=50 **n=25

ثانيًا: النتائج الخاصة بتساؤلات وفروض الدراسة:

تم قياس اتجاهات كل من محرري الشئون السياسية والعامة ومسئولي العلاقات العامة في الوزارات نحو الموضوعات التالية:

١- حرية وسائل الإعلام وخصصت له الأسئلة رقم ١١, ١٢، ١٣, ١٧, ٢٠، ٢١, ٢٩, ٣٩, ٤٨, ٦٣.

٢- الرقابة على ما ينشر في وسائل الإعلام. وخصصت له الأسئلة رقم ٢, ٥, ١٥, ٣٢, ٣٤, ٤٥, ٥٢, ٥٣, ٦٥.

٣- المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام وخصصت له الأسئلة رقم ١٤، ٢٤, ٦٦.

٤- الجمهور وحقه في أن يعرف ما يدور في أروقة الحكومة وخصصت له الأسئلة رقم ٩, ٣٥, ٤٩, ٦٥.

٥- الحكومة وسرية أو علانية أعمالها وخصصت له الأسئلة رقم ٤, ١٩, ٥٤، ٦٩.

٦- سرية المعلومات ومنع النشر بهدف المحافظة على الأمن وخصصت له الأسئلة رقم ٢٢، ٢٥، ٤١, ٥١.

٧- القانون واحترامه، وخصصت له الأسئلة رقم ٦, ١٦, ١٨.

٨- الأخبار News وماهيتها وخصصت لها الأسئلة رقم ١, ٣, ٢٦, ٤٢, ٤٤، ٤٦, ٧٠, ٧٢.

أما قياس إدراك واتجاهات أفراد مجموعتي الدراسة (محررين ومسئولي علاقات) نحو أدوار كل منهما فقد خصصت له الأسئلة رقم ٧, ٨, ١٠, ٢٣, ٢٨, ٣٠, ٣١, ٣٦, ٣٧, ٣٨, ٤٠, ٤٣, ٤٧, ٥٠, ٥٥, ٥٧، ٥٨, ٥٩, ٦٠, ٦١, ٦٢, ٦٤, ٦٧, ٦٨, ٧١.

وفي العرض والتحليل التالي للنتائج سوف نجيب على التساؤل الأول والثاني

والثالث مع اختبار صحة الفروض بالنسبة لكل موضوع من موضوعات الدراسة ثم نجيب بعد ذلك على التساؤلات الخاصة بإدراك أفراد كل مجموعة لأدوار أفراد المجموعة الأخرى، والهدف من ذلك تجنب التكرار وتحديد الاتجاهات نحو كل موضوع من الموضوعات المستخدمة على حدة حتى يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة بشكل أكثر وضوحًا.

النتائج الخاصة بالاتجاهات نحو حرية وسائل الإعلام:

تشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى وجود اتجاه عام مؤيد لحرية وسائل الإعلام بين كل من محرري الشئون السياسية العامة ومسئولي العلاقات العامة، وبلغ متوسط قوة هذا الاتجاه بين مجموعة الدراسة ٨٧١. وإن كان المحررون أكثر ميلاً لتأييد حرية وسائل الإعلام من مسئولي العلاقات العامة ٩٤٩ , ٠، مقابل ٦٩٣ , ٠ على التوالي.

وتوجد داخل الاتجاه العام لتأييد حرية وسائل الإعلام مجالات للاتفاق والاختلاف، وكانت أكثر مجالات الاتفاق هي:

١ـ إن ضمانات حرية وسائل الإعلام ملك لكل المواطنين (١٠٠٪).

٢ـ إن على الصحفي أن يحمي مصدر معلوماته (٩٨٪).

٣ـ إنه إذا لم تتوافر حرية تسمح بظهور العديد من وجهات النظر والتعبير عنها، فإن الحقيقة لا يمكن أن تظهر (٩٧٪).

٤ـ إنه لا يمكن أن يعرف ما إذا كان رأيا حقيقيًا وسليمًا أم لا، إلا إذا كانت للناس الحرية في معارضته (٩٦٪).

أما أكثر نقاط الاختلاف بين مجموعتي المبحوثين بخصوص حرية وسائل الإعلام فكانت:

١ـ أن السبب الأساسي للضمانات المعطاة لحرية وسائل الإعلام هو المساعدة على استقامة الحكومة.

٢ـ أن تتمتع وسائل الإعلام بحرية كاملة وبلا حدود في مناقشتها لكل الموضوعات وبدون استثناء.

٣ـ أنه يجب أن يقال للناس فقط ما يحتاجون معرفته عن الحكومة وأعمالها.

وهكذا نجد أنه بخصوص حرية وسائل الإعلام كانت مساحات الاتفاق أكبر من مساحات الاختلاف (٥ مقابل ٣ علي التوالي) كما كانت متوسط قوة الاتجاه المؤيد أعلى من متوسط قوة الاتجاه المعارض لحرية وسائل الإعلام، وعند حساب الارتباط بين اتجاهات المجموعتين نحو حرية وسائل الإعلام وجد ارتباط ذات دلالة إذ بلغت، قيمة معامل بيرسون ٠,٦٢ عند مستوى ١٪ وهي قيمة تؤكد قوة العلاقة بين اتجاهات محرري الشئون السياسية والعامة بوسائل الإعلام المصرية واتجاهات مسئولي العلاقات العامة بالوزارات المصرية نحو حرية وسائل الإعلام.

النتائج الخاصة بالاتجاهات نحو الرقابة:

تم توجيه تسعة أسئلة لقياس اتجاهات المبحوثين نحو الرقابة[٢٦]، وكانت نتيجة القياس كما توضحها بيانات الجدول رقم (٣) كالآتي:

توجد اتجاهات سلبية قوية نحو الرقابة على مضمون ما ينشر في وسائل الإعلام، فقد بلغ متوسط هذه الاتجاهات بين جميع المبحوثين ٠,٧٤٥ ويلاحظ أن قوة الاتجاه السلبي نحو الرقابة بشكل عام بين المحررين كانت أعلى من مثيلتها بين مسئولي العلاقات العامة (٠,٨٢٢ ـ مقابل ٠,٦٦٧ على التوالي). وقد كانت أكثر نقاط الاتفاق بين المحررين ومسئولي العلاقات العامة هي:

١ـ أن الرقابة تمثل مشكلة خطيرة.

٢ـ أنه لا يوجد ما يبرر الرقابة في مجتمع حر.

٣ـ أنه ليس للمسئولين عن الأمن والنظام الحق في التنصت على المحادثات التليفونية.

٤ـ أنه ليس صحيحًا أن يجبر الناس على أن يشهدوا ضد بعضهم البعض حينما يتعرض الوطن لأخطار جسيمة.

٥ـ أن وجود رقباء وأعين قد يخفف من حدة الرقابة.

٦ـ أن للرقابة دورها الفعال في رفع مستوى الأخلاق فيما ينشر أو يذاع.

وكانت نقاط الاختلاف بين مجموعة المحررين ومجموعة مسئولي العلاقات العامة هي:

١ـ ضرورة وضع قيود على حرية وسائل الإعلام حينما يتعرض الوطن لأخطار جسيمة.

٢ـ وجود حاجة للرقابة لأن معظم الناس غير قادرين على أن يقرروا ما هو صحيح بالنسبة لهم.

٣ـ وجود حاجة إلى الرقابة الذاتية من جانب وسائل الإعلام لأن معظم الناس لا يستطيعون أن يقرروا ما هو في صالحهم، من خلال ما ينشر في هذه الوسائل.

وعلى الرغم من أن مشكلة الرقابة مشكلة حساسة بالنسبة لوسائل الإعلام لارتباطها الوثيق بموضوع حرية وسائل الإعلام، إلا أن دور الرقيب الواعي ودور الرقابة الذاتية والمسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام كلها عوامل أدت إلى أن تكون مساحات أكثر اتساعًا من مساحات الاختلاف بين محرري الشئون السياسية والعامة ومسئولي العلاقات العامة بالوزارات. وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين اتجاهات المجموعتين نحو هذا الموضوع ٥٨ , ٠ وهي قيمة مرتفعة تؤكد أن الارتباط بين

اتجاهات مجموعتي المبحوثين نحو موضوع الرقابة ذات دلالة.

النتائج الخاصة بالاتجاهات نحو المسئولية الاجتماعية:

تم توجيه ثلاثة أسئلة للمبحوثين لقياس اتجاهاتهم نحو المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وتشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى وجود اتجاه إيجابي قوي لدى المبحوثين في كلا مجموعتي الدراسة نحو هذا الموضوع بلغ متوسط قوته ٠,٧٥ مقابل ٠,٧١ على التوالي).

وقد اتفق المبحوثين على تأكيد أهمية الرقابة الذاتية من جانب وسائل الإعلام، وعلى أنه لا يجب على أن يتم تصوير المجتمع من قبل وسائل الإعلام في وضع يدعو للتشاؤم أو يؤدي إليه حيث بلغ متوسط الاتجاه ٠,٨٥ وكان الاتفاق بين مبحوثي الدراسة من مجموعتي المحررين ومسئولي العلاقات العامة أقل حول القول بأن وسائل الإعلام لا يجب أن تمارس أى ضغوط على قرارات الحكومة وسياساتها حيث بلغ متوسط الاتجاه ٠,٦٥ (٠,٥٠ للمحررين و٠,٨٠ لمسئولي العلاقات العامة).

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين اتجاهات كل من المحررين ومسئولي العلاقات العامة تجاه موضوع المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ٠,٤٦ عند مستوى معنوية ١٪ وهو معامل يشير إلى وجود ا رتباط حقيقي بين اتجاهات المبحوثين من المجموعتين.

النتائج الخاصة بالاتجاهات نحو الجمهور وحقه في معرفة ما يدور في أروقة الحكومة:

تم قياس الاتجاهات نحو الجمهور بتوجيه أربعة أسئلة إلى عينة الدراسة. وتشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى وجود اتجاه إيجابي بين المبحوثين نحو الجمهور وحقه في

معرفة ما يدور في أروقة الحكومة، بين المبحوثين بلغ متوسط قوته ٠,٧٤ كما تشير بيانات نفس الجدول إلى أن الاتجاهات الإيجابية نحو الجمهور بين المحررين أعلى من نظيرتها بين مسئولي العلاقات حيث بلغ متوسط قوة هذه الاتجاهات ٠,٨٩ للمحررين و٠,٥٩ لمسئولي العلاقات العامة.

وتشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى أن الاتجاهات نحو الجمهور هي أكثر مناطق الاختلاف بين المحررين ومسئولي العلاقات العامة، حيث كان هناك اختلاف في الاتجاهات حول جميع الفقرات الخاصة بهذا الموضوع. فالمحررون يميلون إلى تأكيد حق الجمهور في معرفة كل ما تقوم به الحكومة، ويؤكدون أهمية الجمهور العام ومقدرته علي فهم الأمور واتخاذ القرارات. في حين أن مسئولي العلاقات العامة يميلون إلى تأكيد فكرة أن بعض الأمور الحكومية ينبغي عدم كشفها للجمهور العام والمحافظة على سريتها، والاهتمام بالجماهير الخاصة والمسئولين عن وضع السياسات. كما يرى مسئولو العلاقات العامة أن معظم أفراد الجمهور لا يعرفون تماما ما هو في صالحهم.

وربما كانت هذه المواقف المتعارضة بين المحررين ومسئولي العلاقات العامة بخصوص الجمهور وحقه في معرفة ما يدور في أروقة الحكومة وراء ما يبدو على أنه تباين في المصالح. وقد أدت الاتجاهات المتعارضة إلى ظهور ارتباط ضعيف بين اتجاهات المجموعتين حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٠,١٨ عند مستوى دلالة ٠,٠١.

النتائج الخاصة بالاتجاهات نحو الحكومة وأعمالها:

خصصت أيضًا أربعة أسئلة لمعرفة اتجاهات كل من المحررين ومسئولي العلاقات العامة نحو الحكومة وأعمالها. وتشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى تباين اتجاهات المجموعتين نحو هذا الموضوع فقد بلغت قيمة متوسط اتجاهات المحررين نحو الحكومة ٠,٢٩٨ في حين كانت ٠٧٦١، بين مسئولي العلاقات العامة.

وقد تقاربت اتجاهات المبحوثين من المجموعتين نحو سؤال واحد من بين الأربعة أسئلة المخصصة لقياس الاتجاهات نحو الحكومة وهذا السؤال يدور حول مقولة «إن أفضل حكومة هي تلك التي تقلل من اختصاصاتها لأقصى درجة ممكنة». فقد وافق عليه ٩٣٪ من المحررين و٧٢٪ من مسئولي العلاقات العامة وبلغت قوة معامل بيرسون بخصوصه ٨٢ , ٠ عند مستوى معنوية ٠١ , ٠ أما بخصوص باقي الأسئلة فقد كان التباين واضحًا بين اتجاهات المحررين واتجاهات مسئولي العلاقات العامة. وحينما تم حساب معامل بيرسون للأسئلة الأربعة مجملة ظهر ارتباط ضعيف جدًا بين اتجاهات المحررين واتجاهات مسئولي العلاقات نحو الحكومة بلغت قيمته ١٨ , ٠ عند مستوى معنوية ٠١ , ٠.

النتائج الخاصة بالاتجاهات نحو سرية الوثائق والأمن ومنع النشر:

خصصت أربعة أسئلة لمعرفة اتجاهات المبحوثين نحو دعاوى السرية والأمن وعلاقتها بمنع النشر، وتشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى تباين اتجاهات كل من المحررين ومسئولي العلاقات العامة نحوهما، فاتجاهات المحررين نحو السرية والكتمان اتجاهات سلبية قوية (متوسط ٧٣٤٨ , ٠) في حين أن اتجاهات مسئولي العلاقات العامة إيجابية ولكنها ضعيفة (متوسط ٣٥ , ٠).

وقد تقاربت اتجاهات المبحوثين من المجموعتين على سؤال واحد من الأسئلة المخصصة لقياس الاتجاهات نحو السرية والأمن، ومؤداه «إن الحاجة إلى السرية والدعاوى الخاصة بأمن الدولة أصبحت أكثر من اللازم» حيث وافق عليه جميع المحررين بنسبة (١٠٠٪) ووافق ، (٧٢٪) من مجموعة مسئولي العلاقات العامة واختلفت اتجاهات المبحوثين حول الأسئلة الثلاثة الأخرى (رقم ٢٢ , ٢٥ , ٥٠). وقد يفسر ذلك ما تم ذكره سابقًا من أن مسئولي الحكومة وممثليها يفضلون أن تبقى الأمور سرية داخل أجهزة الحكومة حتى تتم دراستها واتخاذ قرار بشأن نشرها أو كتمانها. أما

مصلحة محرري وسائل الإعلام ومؤسساتها فتتمثل في النشر الفوري لكل ما يحدث ويحقق أعلى توزيع (أو استماع أو مشاهدة) تحت مبدأ حق الجمهور في أن يعرف.

وهكذا تظهر لنا منطقة أخرى من مناطق الاختلاف، وإن لم تخل من اتفاق، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون ٢١ , ٠ وهو معامل ضعيف، ولكنه في نفس الوقت يشير إلى وجود مساحة للاتفاق بين اتجاهات المبحوثين من الطرفين نحو إجراءات السرية والأمن وعلاقتهما بالنشر.

النتائج الخاصة بالاتجاهات نحو القانون:

خصصت لقياس الاتجاهات نحو القانون ثلاثة أسئلة. وتشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى وجود اتجاه قوي نحو احترام القانون بلغ متوسط قوته ٨٧٥ , ٠ بين جميع المبحوثين، وبلغ متوسط قوته ٨٦٧ , ٠ بين المحررين و٨٨٣ , ٠ بين مسئولي العلاقات العامة.

وكانت أكثر النقاط التي اتفق عليها المبحوثون من المجموعتين تلك التي تقول «إن الشخص الذي يرفض طاعة القانون خطر على المجتمع»، فقد أيدتها اتجاهات (٩٢٪) من المحررين وأيدها جميع مسئولي العلاقات العامة، وجاءت اتجاهات المجموعتين مؤيدة وإن كانت ضعيفة لمقولة «إن القانون والعدالة توءمان» فقد أيدها (٥٢٪) من المحررين و(٧٢٪) من مسئولي العلاقات العامة. أما أكثر النقاط من حيث اتساع الفارق بين متوسط قوة اتجاه المجموعتين فكانت تلك التي تدور حول «إن لدينا قوانين عديدة يجب اختصارها»، فقد أيدها جميع المحررين وأيدها (٦٤٪) من مسئولي العلاقات العامة وبفارق (٣٦٪).

وهكذا نجد أن مساحات الاختلاف أقل من مساحات الاتفاق بين محرري الشئون السياسية والعامة ومسئولي العلاقات العامة، فيما يتعلق باحترام القانون. ويوضح

معامل بيرسون وجود علاقة بين اتجاهات المجموعتين حيث بلغت قوته ٦٨٪ عند مستوى معنوية ٠١ , ٠.

النتائج الخاصة بالاتجاهات نحو الأخبار وماهيتها:

تم توجيه ثمانية أسئلة للمبحوثين لمعرفة وقياس اتجاهاتهم نحو الأخبار (مفهومها ومكوناتها). وتشير بيانات الجدول رقم (٣) إلى وجود اختلافات بين المحررين ومسئولي العلاقات العامة فيما يتعلق بماهية ومكونات الأخبار. فقد بلغ متوسط قوة الاتجاه بين المحررين ٨٧٤ , ٠ في حين بلغ نظيره بين مسئولي العلاقات العامة ٥٨٤ , ٠ وبفارق ٢٠ , ٠ وهذا يشير إلى أن الأخبار، وهي مجال عمل المحررين، والمادة التي يقدمها لهم أساسًا مسئولو العلاقات العامة، تمثل نقطة خلاف أساسية بين المحررين ومسئولي العلاقات العامة.

فالمحررون يرون أن الأخبار هي ما يرونه ـ هم ـ أنه أخبار (١٠٠٪)، وأن الدقة والشمولية من أهم مكونات الأخبار (١٠٠٪)، وأنها كل ما يحدث ويتصل بحياة الناس (١٠٠٪) ولها أهمية بالنسبة للجمهور (٩٥٪)، وأن كل ما يحدث في الوزارات وأجهزة الحكومة يمكن أن يكون أخبارًا (٨٨٪)، وأنها تتكون من المواد التي تثير الجدل والنقاش (٨٨٪)، في حين يركز مسئولو العلاقات العامة على أن المكونات الأساسية للخبر هي المواد التي تتضمن حقائق وليست المواد التي تثير الجدل والنقاش (٨٨٪)، وأنه ليست كل المعلومات حول أجهزة وأعمال الحكومة يجب أن تكون أخبارًا (٧٥٪).

وعلى الرغم من التباين الواضح في الاتجاهات نحو ما ينشر وما لا ينشر، نجد أن أهم مجالات الاتفاق بين المحررين ومسئولي العلاقات العامة كانت حول الدقة والشمولية والاتصال بحياة الناس كأهم مكونات وسمات الأخبار. وقد بلغت قيمة

معامل ارتباط بيرسون ٠,٣٢ وهي قيمة تشير إلى وجود اتفاق أقل من المتوسط بين اتجاهات المجموعتين نحو ماهية ومكونات وطبيعة الأخبار.

جدول رقم (٣)

التباين والتقارب بين اتجاهات المحررين ومسئولي العلاقات العامة نحو ثمانية موضوعات

الموضوع / الاتجاه	إجمالي الاتجاه		متوسط الاتجاه		قوة الاتجاه	
	محررون	علاقات عامة	محررون	علاقات عامة	محررون	علاقات عامة
حرية وسائل الإعلام	١١٨,٦ X(١٠)	٩٤,١ X(١٠)	٤,٧٤٤	٣,٤٦٤	٠,٩٤٩	٠,٦٩٣
الرقابة على وسائل الإعلام	١٠٢,٧ X(٩)	-٨٣,٢ X(٩)	-٤,١١	-٣,٣٣	٠,٨٢٢	-٠,٦٦٧
المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام	٨٨,٠ X(٣)	٩٩ X(٣)	٣,٥٢	٣,٩٦	٠,٧١	٠,٧٩
الجمهور وحق المعرفة	١١٠,٧٥ X(٤)	٧٣,٢٥ X(٤)	٤,٤٣	٢,٩٣	٠,٨٨٦	٠,٥٨٦
الحكومة وأعمالها	٣٧,٢ X(٤)	٨٩,٥ X(٤)	٤,٤٨٨	٣,٥٨	٠,٢٩٨	٠,٧١٦
السرية الأمن ومنع النشر	-٩١,٧ X(٤)	٤٣,٧٥ X(٤)	٣,٦٧	-١,٧٥	٠,٣٧٤	-٠,٣٥
القانون واحترامه	١٠٨,٣٣ X(٣)	١١٠,٣٣ X(٣)	٤,٣٣	٤,٤١٣	٠,٨٦٧	٠,٨٨٣
الأخبار وماهيتها	٩٤,٠ X(٨)	٨٤,٨٧٥ X(٨)	٣,٩٢	٣,٣٩٥	٠,٧٨٤	٠,٢٠

ومن العرض السابق للنتائج يمكن استخلاص ما يلي:

أولا: توجد اتجاهات إيجابية لدى كل من محرري الشئون السياسية والعامة ومسئولي العلاقات العامة نحو حق الجمهور في أن يعرف ما يحدث داخل أجهزة الحكومة، والمسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، و حرية وسائل الإعلام وطبيعة الأخبار وماهيتها والقانون واحترامه.

ثانيًا: توجد اتجاهات سلبية بين أفراد المجموعتين نحو الرقابة وسرية الوثائق واستغلال دعاوى الأمن لمنع النشر.

ثالثًا: كانت اتجاهات المحررين قوية جدًا بخصوص حرية وسائل الإعلام وحق الجمهور في معرفة ما يحدث في أروقة الحكومة واحترام القانون والأخبار، كما كانت اتجاهاتهم سلبية قوية بخصوص الرقابة وإجراءات الأمن والسرية.

رابعًا: كانت اتجاهات مسئولي العلاقات العامة قوية نحو القانون، والحكومة وأعمالها والمسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام. كما كانت اتجاهاتهم سلبية متوسطة نحو الرقابة وسلبية ضعيفة نحو إجراءات السرية والأمن.

خامسًا: جاءت أكثر نقاط الاتفاق بين المحررين ومسئولي العلاقات العامة وفقًا للترتيب التالي: احترام القانون (٨٧٥, ٠) حرية وسائل الإعلام (٨٢١, ٠)، المسئولية الاجتماعية لوسائل الإعلام (٧٥, ٠) الرقابة (-٧٤٥, ٠)، والجمهور وحقه في معرفة أعمال الحكومة (٧٣٦, ٠) كما جاءت أقل نقاط الاتفاق وفقًا للترتيب التالي: الأخبار وماهيتها ومكوناتها (٥٨٤, ٠) الحكومة وأعمالها (٤١٨, ٠)، والسرية والأمن ومنع النشر (-٣٨٤, ٠).

سادسًا: يتضح من النتائج السابقة أن العلاقة بين محرري الشئون السياسية والعامة بوسائل الإعلام المصرية ومسئولي العلاقات العامة بالوزارات علاقة اتفاق أكثر منها علاقة اختلاف. فعلى الرغم من وجود بعض الاختلافات في الاتجاهات نحو موضوعات أهمها حرية وسائل الإعلام وماهية الأخبار، إلا أنه عند استخدام التحليل العاملي أظهرت النتائج كما أظهرت قيمة معامل بيرسون (عند استخدامه لكل موضوع على حدة) وجود علاقة ارتباط ذات دلالة بين اتجاهات المحررين ومسئولي العلاقات العامة نحو معظم موضوعات الدراسة. وهكذا يتم قبول الفرض الأول والذي تقوم عليه فكرة هذه الدراسة.

إدراك مجموعتي الدراسة لأدوار كل منهما:

تم استخدام ثلاث عشرة فقرة لمعرفة إدراك المحررين لدور مسئولي العلاقات العامة في عملية نشر المعلومات. كما استخدمت ثلاث عشرة فقرة أخرى لمعرفة إدراك مسئولي العلاقات العامة لدور المحررين في نفس العملية. ويشير منطوق الفرض الثاني من هذه الدراسة إلى أن كلا من المحررين ومسئولي العلاقات العامة لديهم إدراكات صحيحة لأدوارهم واتجاهات بعضهم في عملية نشر المعلومات. ولاختبار صحة هذا الفرض تم حساب الوسط الحسابي والحصول على الفروق الرقمية لإجابات المحررين بخصوص رؤيتهم لدور مسئولي العلاقات العامة في عملية نشر المعلومات، كما تم حساب الوسط الحسابي والحصول على الفروق الرقمية لإجابات مسئولي العلاقات العامة بخصوص رؤيتهم لدورهم في عملية نشر المعلومات، وكانت نتيجة ذلك أن وجدنا أن تقديرات مسئولي العلاقات العامة لدورهم في عملية نشر المعلومات لم تكن أعلى بكثير من تقديرات المحررين لدور مسئولي العلاقات العامة في هذه العملية (٠٨ , ٠ مقابل ٠٥ , ٠) مما يؤكد تقارب إدراك المحررين من إدراك مسئولي العلاقات العامة لدورهم في عملية نشر المعلومات. وعند حساب معامل الارتباط (سبيرمان) وجد أن قيمة ر : ٨٦ , ٠ عند مستوى معنوية ٠٥ , ٠ وهو معامل ارتباط قوي يشير إلى وجود علاقة دلالة بين إدراك المحررين لدور مسئولي العلاقات العامة وإدراك مسئولي العلاقات العامة لدورهم في عملية نشر المعلومات.

وباستخدام الطريقة السابقة تمت مقارنة إدراك مسئولي العلاقات العامة لدور المحررين في عملية نشر المعلومات بإدراك المحررين لدورهم في نفس العملية، وقد جاءت القيم الرقمية متقاربة (١٧ , ٠ مقابل ١٥ , ٠) وعند حساب معامل الارتباط وجد أن قيمة ر= ٩٣ , ٠ عند مستوى معنوية ٠٥ , ٠ وهي قيمة مرتفعة تشير إلى أن العلاقة ذات دلالة.

ومما سبق يتضح وجود ارتباط ذي دلالة قوية بين إدراك كل من محرري الشئون السياسية والعامة لدور كل منهما في عملية نشر المعلومات . وإن كانت بيانات الدراسة تشير إلى أن قدرة مسئولي العلاقات العامة على إدراك اتجاهات المحررين كانت أعلى من قدرة المحررين على إدراك اتجاهات مسئولي العلاقات العامة (٨٦, ٠ مقابل ٩٣, ٠ على التوالي).

***

المناقشة والتوصيات

تتلخص نتائج هذه الدراسة فيما يلي:

١- بشكل عام يوجد اتفاق بين اتجاهات كل من محرري الشئون السياسية والعامة بأجهزة الإعلام المصرية ومسئولي العلاقات العامة بوزارات الحكومة حول الموضوعات المستخدمة في هذه الدراسة والتي تمثل بشكل عام مجالات الاتفاق والاختلاف بين الطرفين بالنظر إلى طبيعة أعمال وأهداف مؤسساتهم، وإن اختلفت المساحات من موضوع لآخر.

٢- مساحات الاتفاق أكبر بكثير من مساحات الاختلاف داخل معظم الموضوعات الثمانية المستخدمة في الدراسة.

٣- قدرة مسئولي العلاقات العامة بالوزارات على إدراك اتجاهات المحررين نحو الموضوعات المستخدمة في الدراسة أقرب إلى الصحة من قدرة المحررين على إدراك اتجاهات مسئولي العلاقات العامة نحو نفس الموضوعات.

٤- النموذج السائد في العلاقات بين محرري الشئون العامة والسياسية بوسائل الإعلام المصرية ومسئولي العلاقات العامة بالوزارات هو نموذج التعاون الموجه الذي يكفل تحقيق مصالح كلا الطرفين وهكذا تتحقق صحة الافتراض الذي قامت عليه هذه الدراسة.

والنتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة تجعلنا نتذكر قول والتر ليبمان، منذ ما يقرب من ثمانين سنة، «أن الصراع بين مسئولي الحكومة والصحافة هو جوهر الحكومة الأمريكية»(٢٧)، ويمكن التعليق على ذلك بالقول بأنه في وقت ليبمان كانت الصحافة هي الوسيلة الإعلامية الأكثر انتشاراً وكان الراديو حديث العهد. وربما كان ليبمان يعني بقوله هذا وجود علاقة عكسية بين الحكومة والصحافة حيث يعني أن

تحاول الحكومة الاحتفاظ بأعمالها سرًا بعيدًا عن أعين الصحافة التي بدورها لا تدخر جهدًا في الحصول على المعلومات ونشرها. وهكذا صور لنا والتر ليبمان هاتين القوتين على أنهما في حالة في حالة دائمة من الصراع أو عدم الاتفاق وهي حالة من شأنها - طالما أنها دائمة - ألا تطغى إحداهما على الأخرى، وتكون النتيجة المتوقعة هي سيادة حالة من المراعاة لمصالح الشعب.

وبعد ليبمان بحوالي ستة عقود كتب المفكر دي سولا بول ١٩٧٧ «إن العلاقة بين الصحافة والحكومة علاقة زواج سيئ، فكلاهما لا بد أن يتواجد مع الآخر، ويعيش في عداوة معه»(٢٨). وهكذا ينقل بولا العلاقة من علاقة عكسية Adversary إلى علاقة زواج ولكنه سيء. ويتقدم الباحث جاي بلومر (١٩٨١) خطوة أخرى في وصف علاقة الحكومة ووسائل الإعلام في بداية الثمانينيات من القرن العشرين، فيقول «إنها علاقة تعاون وتكيف»(٢٩) على أساس أن طبيعة المصالح المشتركة تحتم هذا التفاعل؛ إذ إنه من الصعب إنجاز أهداف أى منهما في غياب الآخر ونضيف إلى ما قدمه بلومر أن التعاون والتفاعل المتبادل بين الحكومة ووسائل الإعلام يمكن فهمه إذا ما أدركنا أن هناك منافع يتبادلها الطرفان ويعملان على تحقيقها من خلال عملية الاتصال السياسي.

وتأى نتائج الدراسة الحالية لتؤكد أن العلاقة بين محرري الشئون السياسية والعامة - وهي بطبيعتها أكثر الشئون إثارة للجدل والاختلاف - ومسئولي العلاقات العامة بالوزارات، وهم ممثلوها الرسميون والمتحدثون باسمها والمسئولون عن تكون صورة الحكومة لدى الجمهور ، هي علاقة تعاون واتفاق وليست علاقة صراع كما ذكر ليبمان (١٩٢٢) أو زواج سيئ كما ذكر دي سولا بول (١٩٧٧)، فهناك مصالح واهتمامات مشتركة يصعب إنجازها في غياب التعاون والاتفاق.

ولا يمكن أن نتخيل أن تخلو علاقة المحررين بمسئولي العلاقات العامة، وبالتالي

علاقة وسائل الإعلام بالحكومة، من اختلافات ، فعلاقة الاتفاق التام من الصعب وجودها بين أى الطرفين وخاصة بين وسائل الإعلام والحكومة لاختلاف دوافع كل منهما. فنظرة المسئولين للأحداث التي يمكن اعتبارها جديرة بالنشر تختلف عن نظرة المحررين. فالمسئولون يفضلون دراسة هذه الأحداث دراسة متأنية قبل النشر عنها، في حين أن المحررين ينظرون إليها على أنها جديرة بالنشر الفوري، فحينما تحدث فضيحة أو واقعة أو محاولة اغتيال لشخصية سياسية، يميل المسئولون إلى تكتم الأمر ودراسته لمحاولة الوصول إلى حقيقته ـ أو على الأقل هكذا يقولون ـ ويميل المحررون إلى نشره وإبلاغه للرأى العام لتحقيق أعلى توزيع.

ويمكن تفسير الاختلاف في مواقف المحررين ومسئولي العلاقات العامة نحو الحرية الكاملة للصحافة في أن تنشر عن كل الموضوعات وبدون استثناء ونحو حق الجمهور في أن يعرف كل شيء، إن وضعنا في الاعتبار أن مصالح كل منهما تقتضي التمسك بهذا الموقف. فحرية وسائل الإعلام وحق الجمهور في أن يعرف، ورقة في يد الإعلاميين لتأكيد قدرتهم ودورهم. فالحكومات تحتاج إلى تأييد وسائل الإعلام لبناء الثقة بينها وبين الجمهور، وحرية وسائل الإعلام تعطي الإعلاميين مساحة للتحرك في هذا المجال، ولكن الحكومات تمتلك القدرة على السيطرة على وسائل الإعلام، ووسائل الإعلام أصبحت صناعة وتجارة لها مصالحها مع السلطة ورأس المال. فالمصالح متداخلة وعناصر القوة يمتلكها الطرفان، وأهدافهما من حيث تحقيق درجة عالية من المصداقية وبناء الثقة لدى الجمهور تكاد تتشابه، وكل من رجال الحكومة والإعلاميين في حاجة إلى الآخر لأن أحدهما لا يستطيع أن يحقق أهدافه بسهولة في غياب التوافق بين الطرفين. والسؤال الذي يملي نفسه علينا الآن هو : ما تأثير ذلك على مصداقية وسائل الإعلام؟ وهل يتعارض ذلك مع الأسس التي مُنحت على أساسها الحرية لوسائل الإعلام؟ وما مدى قوة ومصداقية دعاوى وسائل الإعلام

بخصوص حاجاتها إلى مشروعات اقتصادية تمكنها من ملاحقة التطور في مجال تكنولوجيا الطباعة والاتصال لتقديم خدمة جيدة لجماهيرها وعملائها؟ وهل الإعلان وما ينتج عنه من دخل لوسائل الإعلام ليس كافيًا لتحقيق هذا الغرض؟ وهل من حق وسائل الإعلام أن تنخرط في المشروعات التجارية والصناعية الهادفة لتحقيق الربح؟ وما مدى تأثير ذلك على علاقاتها برأس المال والسلطة والحكومة؟ وما تأثير وانعكاس كل ما سبق على قيامها بدورها في رعاية وحماية والدفاع عن مصالح الشعب ضد أى فساد في الإدارة أو الحكومة؟

إن الإجابة عن هذه التساؤلات التي تحتاج إلى حلقات مناقشة ودراسة تمثل جوهر التوصيات التي يمكن أن يقدمها الباحث . فنحن في حاجة ماسة إلى إعادة النظر في الوضع كله من خلال الدراسة العلمية والتحليل ، وعند ذلك يمكن لنا أن نقرر ما يمكن أن نُدرسه لطلابنا عن وظائف وسائل الإعلام وعن حريتها وعلاقتها بالسلطة التنفيذية.

***

المراجع والحواشي

(1) Altschll, Herbert J., Agents of Powre: the Role of the News Media in Human Affairs, New York: lomgman, 1984. And Pamela Shoemaker, "Buklding aTheory of News Content: Analysis of Current: Approaches", journalism Monograph: 103, June, 1987.

(2) Heath, carla W., "Communication and press Freedom in Kenya", in Festus Eribo& William Jong (eds) Press Freedom and Communication in Aferica, Edot: Aferica World Press, Inc. Trenton, NI. 1997, pp. 29 -50.

(3) Wells, Alan, mass Communication: A World View. Palo Alto Calif. : Mayfield, 1974, p . 19.

(4) Blumer, jay G., and Dennis Mc Quail. Television in Politics: Its Uses and Influence. London: Faber and Faber, 1986, p . 191.

(٥) مارتن، جون وانجو جوفر شو دري، نظم الإعلام المقارنة، ترجمة علي درويش، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص ١٩٢ .

(٦) المرجع السابق، ص ١٩٤ .

(7) Li ppmann, Walter. public Opinion. 16th ed.,New York: Macmillan, 1922.

(8) Rowan, Carl, Mass Media and Government "in Leonard Fein (ed.) Media and Politics, Toronto: Little Brown, 1983pp 135- 45.

(9) Op. Cit, p 135.

(10) Reston, J., The Artillery of The Press. New York: Harber and Row, 1996, p. 186.

(11) martin, John, "Governments and the News Media" in Dan d. nimmo (ed.) Handbook of political Communication, Beverly Hills, Sage Publication, 1981, pp. 445-446.

١٢ـ هادسون، مايكل «الدولة والمجتمع والشرعية: دراسة عن المأمولات السياسية العربية في التسعينيات»، في هشام شرابي (محرر) العقد العربي القادم والمستقبلات البديلة، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٦، ص ٢١٨.

١٣ـ المرجع السابق، ص ٢١٩ـ ٢٢١.

(14) Newcomb, T., "An Approach to Study of Communicative Act" Psychologica Review, 60, 1953:393.

(15) Chaffee, S., and Mcleod, J., "Interpersonal Approach to Communication Research" , American Begavioral Scientist. 1973: 469-501.

(16) Chaffee, S., "Coorientation and the structure of Family Communication" A Paper Presented to the ICA convention. Minneapils, Minnesota, 1977.

(17) Op. Cit, p. 3.

(18) Carter. R., F. &J, Stuthoff, Communty Communication and School Development Stanford: Stanford University , School of Education Publications, 1976.

(19) Op . Cit. p.4.

(20) Atwook, L., Erwin, "How Newsmen and Readers Perceive Each Other's Story preference", Journalism Quarterly, Vol. 47, Summer, 1970.

٢١ـ ظهر مبدأ «الحق في المعرفة» لأول مرة بعد الحرب العالمية الثانية حينما انتقدّ كينت كوبر K. Cooper مدير عام وكالة أسو شيتيدبرس الحواجز التي تحول دون التدفق الحر للمعلومات، وتحدث عن الحق الدستوري للناس في أن تعرف ما تفعله الحكومات ودور وسائل الإعلام في ذلك. وتنبع أهمية حق الشعب في أن يعرف ما يدور في أروقة الحكومة من أنه كلما اتسع نطاق المعلومات والرأى

المقدم للناخب، ازداد الاحتمال في أن يتخذ القرار الصحيح عندما يقف أمام صناديق الانتخاب أو الاقتراع بشرط أن تتوفر له السرية. وقد عبر عن ذلك أليكس دي توكفيل (١٨٣٦) عندما ذكر «حينما يتم الاعتراف بحق كل مواطن في أن يشارك في حكم المجتمع، فإنه لا بد أن يفترض في كل مواطن القدرة على التمييز بين آراء معاصريه والقيام بتقدير الحقائق المختلفة التي يمكن استخلاص النتائج منها .. للمزيد انظر: Tocqueville, Alexis de. Democracy in America. Translated by Henry Reeve London: Saunders and Ottey, 1836.

٢٢- منذ انعقاد المؤتمر الدستوري الأمريكي عام ١٩٧٩ في عهد جورج واشنطن، اتخذت السرية في الحكم طابع المبدأ. وفي عام ١٧٨٢ استقر مفهوم «امتياز المسئول كمفهوم رسمي ومعناه حق المسئول في عدم الإفصاح عن معلومات. وعلى الرغم من عبارة جورج واشنطن المشهورة إخفاء المعلومات نوع من التضليل». إلا أن معظم الحكومات الأمريكية وحكومات دول العالم تحرص على إصدار أوامر أو تشريعات تهدف إلى حجب المعلومات الحكومية عن الجماهير من خلال تصنيف الوثائق الحكومية إلى فئات ثلاث: سري جدًا Secret وحساس Confidential. ويتفاوت طول الفترة الزمنية التي يسمح بعدها بالكشف عن هذه الوثائق من دولة إلى أخرى، بل إن بعض الدول لا تكشف عن هذه الوثائق على الإطلاق. فالقانون الأمريكي يحدد ٢٥ سنة، والمادة ٨٥ من قانون العقوبات المصري و المادة ١٤٨ لسنة ١٩٨٠ من قانون سلطة الصحافة تحميان سرية الوثائق. وتناقش في مصر حاليًا تحديد فترات زمنية معينة يتم بعدها الكشف عن وثائق الحكومة. كما تتعرف لموضوع سرية الوثائق المواد ٧٤، ٧٨ من قانون المطبوعات والنشر بدولة الإمارات العربية المتحدة، والمرسوم رقم ١٠٤ لسنة ١٩٧٧ بالجمهورية اللبنانية، والمواد ٢٦، ٣٢، من قانون المطبوعات بسلطنة عمان. كما تضم تشريعات معظم الدول مواد تحظر نشر معلومات معينة أو الحصول على موافقة مسبقة على النشر.

٢٣ـ قام بإجراء المقابلات ستة من طلاب دبلومات الدراسات العليا بكلية الإعلام، جامعة القاهرة .. ويتوجه الباحث لهم بالشكر.

(24) Stephenson, W., The Study of Behavior: Q-Technique its Methodology. Chicago: The University of Chicago Press, 1953.

٢٥ـ معامل ارتباط سبيرمان $ر = \frac{١-٦مج ف٢}{N(1-N2)N}$

راجع عبد الله الهمالي، أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات جامعة قاريونس، ليبيا بنغازي، ١٩٨٨، ص ٢٥٠ ـ ٢٥٤.

٢٦ـ يستخدم مفهوم الرقابة هنا ليس فقط للإشارة إلى الرقابة على وسائل الإعلام (والتي تصنف إلى رقابة قبل النشر، رقابة بعد النشر وقبل التوزيع، ورقابة بعد التوزيع) وإنما علي جوانب حياتية أخرى. مع الإشارة إلى أنه إذا كان منصب الرقيب قد ألغي من الصحف، فإن إدارات الرقابة ما زالت موجودة في المؤسسات الإعلامية الأخرى.

(27) Lippman, Walter, Op. Cit..

(28) De Sola Pool, "Newsmen And Statemen: Advertisers of Comies?" in Sellers and Rivers (eds.) Mass Media Issues. New Jersey, Printice Hall Inc., 1977.

(29) Blumer, Jay Politicans and The press In Dan d'nimmo (ed.) 1981, Op. Cit, pp. 471-477.