

الفصل السادس

علاقة وسائل الاتصال الجماهيري بالمشاركة السياسية في مصر

اطار العلاقة بين المتغيرين ١٩٥٢ - ١٩٨١ م
وسائل الاتصال الجماهيري ومتغيرات المشاركة

الفصل السادس

علاقة وسائل الاتصال الجماهيري بالمشاركة السياسية في مصر

ان الاعلام مهنة ورسالة وصناعة، وهو جزء اساسي من تركيبة المجتمع يتفاعل مع احداثه وأفكاره ويساير تطوراتهِ وتفاعلاتهِ .

ان ثورة يوليو في المرحلة الأولى، مرحلة ١٩٥٢ - ١٩٧٠ كانت منسجمة مع توجهاتها واختياراتها الاقتصادية والاجتماعية حيث أرادت احداث تغييرات جذرية في تركيبة المجتمع . ومن ثم أمت وسائل الاعلام لأنها كانت في حاجة إلى جهاز اعلامي قوي يواكب التحولات المرجوة . وكان منطقيا أن تتغير مهمة وسائل الاعلام في الفترة ١٩٧١ - ١٩٨١ لتعبر عنها .

المبحث الأول

إطار العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية

أدت عملية التعبئة الاجتماعية في المجتمع المصري وما تضمنه من ارتفاع مستويات التعليم والتحضر والتصنيع والمكانة..... الخ إلى زيادة حجم الراغبين في المشاركة في العملية السياسية وارتفاع مستوى تطلعات الجماهير نتيجة لثورة التوقعات المتزايدة، ويقتضى نجاح النظام السياسي في تلبية المطالب المتزايدة بالمشاركة وتوسيع نطاقها توفر عدة شروط ثقافية ومؤسسية وسياسية منها .

أولا : نشر الثقافة السياسية التي تؤكد قيمة المشاركة وجدواها بالنسبة للمواطن والنظام السياسي وذلك من خلال أدوات التنشئة السياسية وفي مقدمتها وسائل الاتصال الجماهيري والتعليم .

ثانيا : توفر القنوات التي تسمح للمواطن بالمشاركة في تشكيل القرار السياسي مثل التنظيمات السياسية والأحزاب والمجالس المحلية واللجان النقابية والجمعيات التعاونية والروابط... الخ . وقد أدركت معظم القوى السياسية في المجتمع المصري عدم جدوى هذه القنوات كصيغ للمشاركة السياسية .

ثالثا : يستلزم توسيع نطاق المشاركة السياسية احساس المواطنين بفاعلية قنوات المشاركة وقبول القوى السياسية المختلفة استخدامها وتشير التجربة المصرية إلى أنه رغم توفر قنوات المشاركة التي لعبت دورا في التعرف علي رغبات المواطنين الا انه من الصعب الجزم بوجود احساس عام بفاعليتها . ان دور وسائل الاتصال الجماهيري بصدد المشاركة السياسية يتبلور في :-

أ (توسيع نطاق المشاركة علي المستوى الفردي والجماعي والقضاء علي السلبية المنتشرة بين المواطنين .

ب) تعميق مستوى المشاركة بحيث تنتقل من مجرد الاهتمام الي التأثير علي القرار السياسي وصنعه، كما يمكن لوسائل الاعلام تسهيل دورة النخبة السياسية . وتلتقي أهداف الاتصال من وجهة نظر المتلقي ومن وجهة نظر المجتمع في ضرورة فهم الظواهر والأحداث المحيطة وهي وظيفة الاخبار وتعلم مهارات جديدة ونقل التراث الثقافي من جيل الي آخر وتحقيق الاتفاق بين أفراد المجتمع إضافة الي الترفيه . ويصدق هذا الالتقاء في علاقة المواطن بوسائل الاعلام وعلاقة الأخيرة بالتنظيمات السياسية وشبه السياسية . ويرتبط الوعي السياسي ارتباطا موجبا بحجم المعلومات المتوفرة لدى الفرد، فكلما زادت المعلومات أصبح الفرد أكثر اهتماما وادراكا للأمور السياسية . وتلعب وسائل الاتصال الجماهيري دورا حيويا في خلق الوعي، وينبغي في هذا الصدد التمييز بين :-

مفهوم يمحصر الوعي في التبني السلبي لفكرة أو مجموعة أفكار يلقتها الحاكم الفرد أو حزب للمواطنين بالاستخدام المكثف لوسائل الاعلام والتعليم مع الحظر الكامل علي كل مصدر لمعلومات مختلفة، فالتلقين علي هذا النحو يظل في مستوى الوعظ والارشاد الذي لا يتأثر به الا قلة من الأفراد ويوصف نجاحه بأنه نوع من غسيل المخ . أما المفهوم الآخر للوعي فهو ادراك الفرد في حرية لحقيقة قضايا المجتمع المحيط واشتراكه في البحث عن حلول لها وابداء الرأي في ما يقترح من اجراءات بشأنها ثم الاسهام علي مستويات مختلفة في صنع القرار النهائي ومتابعة تنفيذه .

ويعتبر الاعلام بفلسفته العريضة وبوسائله المتطورة أقوى أدوات الاتصال الحديثة التي تعين الفرد علي معايشة عصره والتفاعل معه، وهو الذي يشكل عقول البشر ويوجه أذواقهم ورؤيتهم للحياة حيث أدت ثورة المعلومات وما اكبتها من تقدم تكنولوجيا الي تعرض الفرد الي مساحات مضاعفة من الاعلام . ويعالج هذا المبحث :

أولا : فاعلية وسائل الاتصال في مصر .

ثانيا : سمات وسائل الاتصال في مصر .

اولا : فاعلية وسائل الاتصال

تتوقف فاعلية وسائل الاتصال المختلفة في التأثير في الأطراف المستقبلية لها علي عوامل عديدة تتعلق بمضمون العمل الاعلامي ومنهجه والآليات المستخدمة، كما تتأثر بعوامل البيئية المحيطة مثل النمط الثقافي والاجتماعي في ظل الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية السائدة، وفي دولة مثل مصر فان رأي وصوت النخبة الحاكمة يعلوان فوق كل الآراء والاصوات، والحدود واضحة مسبقا اذ يسمح بالتعبير لمؤيدي النظام واتجاهه، الأمر الذي يؤدي في التحليل الأخير الي عدم وجود الرأي العام في عملية التفاعل اللازمة حيث من الصعب فصل دوافع وأسباب سلوك قطاع نخبة الاعلام عن مثلها لدى قطاعات النخبة الحاكمة، فالاعلام يتمتع بكل ايجابيات وسلبيات النظام البيروقراطي باعتباره جزءا منه، ويتسم الاعلام المصري بنظام هرمي يسمح بوصول المعلومات والتكليفات والتوجهات الي الاعلامي ولا ينقصها الا الصياغة، وهذا النظام يعفي الاعلامي من مسئولية الخطأ بسبب تعدد مستويات الرقابة .

هذا النظام البيروقراطي في الاعلام أضعف حافز وروح المثابرة والولاء للمهنة كما أضعف الحاجة للاطلاع وخلق الطموحات والاهتمام بالمشاركة . وقد عكست وسائل الاتصال الجماهيري درجة عالية من الالتزام والتطابق بين اهدافها والاهداف التي يسعى النظام لتحقيقها، وقامت بترويج سياساته وبرامجه، وينطبق ذلك بدرجة كبيرة علي الاذاعة والتليفزيون والصحافة خلال الفترة من ١٩٥٤ حتى ١٩٧٠، واستمرت وسائل الاعلام الالكترونية علي نفس المنوال حتى عام ١٩٨١ م، بينما اختلفت درجة تحزب الصحف فعكست الصحف القومية درجة عالية من المساندة والالتزام والتعبير عن النظام السياسي وان اختلفت درجات التأييد وفقا لتوجهات رئيس التحرير ورئيس مجلس الادارة والعقيدة السياسية لكتاب هذه الصحيفة وعكست صحف المعارضة الحزبية درجة عالية من التأييد لأحزابها . وعمق من درجة تحزب وسائل الاعلام للنظام السياسي وجود درجة من درجات التكامل تقوم علي التوافق الفكري والتوجه السياسي وتقارب الأصول الاجتماعية والحالة التعليمية والخبرة العملية ووجود علاقات مصاهرة بين النخبتين

السياسية والاعلامية . وتوضح القراءة المتعمقة لسلسلة القوانين والاجراءات التنظيمية التي صدرت لتنظيم وتقييد وسائل الاتصال الجماهيري ما يلي :-

- محاولة توظيف هذه الوسائل لخدمة أهداف النظام السياسي .
- السعى لاختضاع هذه الوسائل كلية للأجهزة الحكومية من خلال الملكية والتمويل والتوظيف والضغط .
- تقييد النطاق المسموح به لعرض الآراء المعارضة .
- السعي لاستخدام هذه الوسائل لخلق المساندة للنظام السياسي بالتركيز على رموزه وشعاراته وتعظيم انجازاته وتكرار عرضها في الوسائل المختلفة .
- تطوير الكفاءة الفنية للقائمين بالاتصال لتوظيف امكانياتهم في خدمة اهداف النظام .

ثانيا : سمات الاعلام

١- أن الممارسات الاعلامية أهتمت بالجوانب السياسية والتحرك في دائرة الحكام والرؤساء وتسليط الأضواء علي أنشطتهم مما يؤدي الي اهمال الوظائف الأخرى مثل التوعية والتثيف، وقد أدى ذلك الي وقوع الاعلام في تناقض وازدواجية ففي الوقت الذي مارس فيه لعبة تأليه الحاكم في حياته نراه يهمل عليه التراب في مماته .

٢- تحولت أجهزة الاعلام الجماهيري الي أبواق دعاية وسخرت كل امكانياتها للدفاع عن وجهة نظر النظام السياسي مع اقتصار الخدمات الاعلامية علي سكان المدن واشباع حاجاتهم وتجاهل باقي القطاعات من سكان الريف، وبالتالي سيطرة قيم وثقافة الشرائح العليا والمتوسطة من سكان المدن علي اتجاهات وسائل الاعلام . ومن هنا فان الرسالة الاعلامية لا تعبر عن مطالب وآراء الجماهير ويتصل مضمونها غالبا بنشاط الأجهزة الحكومية والنخب السياسية والانشطة السياسية الرسمية . وقد أوضحت دراسة تحليلية لمحتوى أربع مجلات أسبوعية مصرية ان هذه المجلات لا تخصص من مساحتها التحريرية للاقاليم سوى ٥, ٤ في المائة وهو ما يعني حرمان ٧٥ بالمئه من سكان مصر من النشاط الثقافي والاعلامي .

٣- ويرتبط بذلك اعتماد المؤسسات الاعلامية علي الوكالات الأجنبية كمصادر أساسية للأخبار بنسبة قد تصل الي ٨٠٪ وقدرت هيئة اليونسكو نسبة البرامج التلفزيونية التي استوردتها مصر بـ ٤٢٪ من جملة البرامج التلفزيونية المعروفة.

٤- كما اتسمت وسائل الاتصال الجماهيري باحادية الموقف -بما لا يخلق التفاعل أو المشاركة الجماهيرية في عملية الاتصال ذاتها، هذا النمط الذي نتحدث فيه الأقلية الي الأغلبية التي لا تتوفر لها الفرصة لبدء رأيها هو أشبه بعملية توزيع للأفكار والتوجهات التي تريدها النخبة الحاكمة وليست عملية اتصال . وقد تجسد هذا بشكل واضح في التناقض والازدواجية في قضايا الحرب والسلام مع اسرائيل والاصلاح الاقتصادي علي سبيل المثال مما ألقى ظلالة من الشك علي مصداقية هذه الوسائل، وارتبط بهذه السمة العجز والنقص في مجال تنوع مصادر المعلومات وانعدام الحرية الاعلامية حيث تسمح الاجهزة الرسمية بالكشف عن المعلومات المناسبة لها كتعبير سياسي مباشر عن النزعة اللاديمقراطية .

٥- في محاولة لتغطية هذا العجز سيطر النشاط الترفيهي علي وسائل الاتصال وخاصة برامج الاذاعة والتلفزيون، فقد أوضحت دراسة للبرامج الاذاعية المقدمة من صوت العرب والشرق الأوسط والبرنامج العام والشعب خلال الفترة من ١٠- ١٦ ابريل عام ١٩٧٦ سيطرة الأغاني والمنوعات والبرامج الترفيهية حيث وصلت الي ٢٨ ساعة من بين ستين ساعة ونصف الساعة هي اجمالي ساعات الارسل اليومي للمحطات الأربع، كما يلاحظ غلبة النمط الفردي علي الأغاني والدعوة الي القيم الفردية واستخدام الدراما والأغنية في الدعاية للنظام السياسي وقد أدى نقص المعلومات أو غيابها أو تغييرها وغلبة النشاط الترفيهي وتقييد الاتجاهات المعارضه الي ضعف مستوى المادة الاعلامية وضعف صلاحيتها لاثارة الحوار والنقاش وبالتالي تكريس عدم الاهتمام بالمشاركة .

٦- من الظواهر البيروقراطية لوسائل الاتصال الجماهيري تضخم عدد العاملين في الاعلام وضعف مستوى الكوادر الاعلامية حيث يزيد عددهم عن حجم المؤسسات الاعلامية وقدرتها علي التشغيل الأمثل للطاقة البشرية. أدت هذه

المشكلة الى وجود عدد من العاملين بالاعلام غير مؤهل لهذا العمل، وكرس ذلك ضعف مستوى مؤسسات التدريب والانكماش التدريجي في التخصص، فحتى الستينيات لم يكن هناك سوى قسم للصحافة بكلية آداب جامعة القاهرة وآخر بالجامعة الأمريكية، وفي السبعينيات أنشئ أول معهد للاعلام، وقد اقتصر الالتحاق بهذه المؤسسات التعليمية علي النسبة المثوية لدرجات الطالب في الثانوية العامة والأماكن المتاحة لاستيعاب الدارسين وغلب الطابع التقليدي علي المناهج الدراسية، وقد انشئ معهد تدريب باتحاد الاذاعة والتلفزيون في محاولة لسد الفراغ الناجم عن عدم وجود كوادر متخصصة . وقد شكل بريق المنصب وجاذبية السلطة ثم قوة الاعلان في عصر الانفتاح تأثيرا قويا علي الممارسات الاعلامية وعلاقات العمل الاعلامي وتدهور مصداقية الرسالة الاعلامية . فغالبية القائمين بالاتصال لديهم ميل للانفصال عن الوسط الاجتماعي الذي نشأوا فيه، ويتعرضون لضغوط مؤسسية مختلفة تعوق أداء دورهم علي الوجه الأكمل، ومعلوماتهم عن جمهور المستقبل غير واضحة أو محدودة . هذه التوجهات السلبية للعاملين بالمؤسسات الاعلامية تحد بلا شك من مقدرتهم الاتصالية وزاد من هذه المشكلة عدم السماح بالنقد وفرض الكثير من القيود لتحجيم سلطات وصلاحيات المسؤولين في المؤسسات الاعلامية والصحفية . ومن ناحية أخرى تشير الأبحاث الميدانية الي تدني المقدرة الاتصالية-لقطاع واسع من الجمهور وفقدان الرغبة في المشاركة والحوار وتبادل المعلومات وسيادة السلبية واللامبالاة وينظر المواطن لأجهزة الاعلام علي أنها أدوات للتوجيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ وليست أدوات توعية وتثيف . واتسم الاعلام في هذه الفترة باتباع اسلوب التوجيه المباشر مع الانخفاض الشديد في نسب البرامج الجماهيرية واختفائها وما يعنيه غيابها من سيطرة الاتجاه الواحد .

٧- لقد أدت الظاهرة تدوير الفائض من الاعلاميين في أسواق العمل العربية في السبعينيات الي اهمال الاعلام للمشكلات المصرية في التنمية والديمقراطية، كما أدى ذلك الي ظاهرة النفاذ العكسي أي اتجاه يحمل ثقافة وفنون وسائل اعلام عربية متجه الي مصر لا تحمل ثقافة مصر وطابعها .

٨- من المسائل الجديرة بالاهتمام خلال الفترة موضع البحث والدراسة عدم مسايرة الاعلام ووسائله للثورة العلمية والتقنية التي أضافت قدرات غير مسبوقة، وقد أدى ضعف مؤسسات التخطيط والتدريب والتنسيق وعدم كفاءة وسائل الاتصال وغياب المصداقية والبعد عن الموضوعية وغياب العمل المهني المتميز الي أزمة ثقة بين الجمهور المتلقى ومؤسسات الاعلام.

٩- اتسمت وسائل الاتصال الجماهيري بكثرة التغيرات البنائية في الهياكل التنظيمية وعدم الاستقرار وخاصة أجهزة وزارتي الاعلام والثقافة بوصفها الأطر الرسمية للاتصال بالجماهير . وتتزايد المقدرة الاتصالية لوسائل الاعلام كلما جرى توظيف امكانيات هذه الوسائل بطريقة أفضل وتحقيق الانسجام والتكامل في أدائها حيث تكون في هذه الحالة أكثر فاعلية في نشر المعلومات والمعارف والتعليم .

المبحث الثاني

وسائل الاتصال الجماهيري

ومتغيرات المشاركة السياسية

إن تكوين الاتجاهات الايجابية لدى المواطن تجاه النظام السياسي يولد الاحساس بالرضا عن هذا النظام وشرعيته . هذا الشعور يزيد من الاقبال علي المشاركة السياسية والعكس صحيح . وهناك ثلاثة مستويات يمكن من خلالها لوسائل الاتصال الجماهيري تأكيد شرعية النظام السياسي .

أولها المساعدة في تنفيذ ومتابعة برامج السياسات التي يتبناها النظام السياسي . والمستوى الثاني تأييد ومساندة أهداف النظام، وخلق الاحساس بتطابق أهداف المجتمع وقيمه مع أهداف وقيم النظام .

أما المستوى الثالث فهو ترسيخ قواعد النظام بالتركيز علي ايجابياته وانجازاته علي الصعيدين الداخلي والخارجي . وتزداد ثقة الجماهير في السلطة الحاكمة اذا رأت في ممارستها حلا لمشاكلها وتخفيفا لمعاناتها، بعبارة أخرى فان بناء الثقة بين الجماهير والنخبة يتم من خلال ادراك الجماهير لقدرة النخبة علي حل مشاكلها وتوفير الرفاهية لها . ومن الممكن دراسة علاقة وسائل الاتصال بالمشاركة السياسية من أكثر من زاوية فتأثير وسائل الاتصال الجماهيري في عملية التنشئة السياسية والاجتماعية يتوقف علي سبيل المثال علي عدة عوامل منها .

- مدى وضوح الأيديولوجية التي تحكم المجتمع بما يسمح بطرح نسق قيمي واضح والتخطيط الاعلامي علي المدى الطويل .
- نوع وسيلة الاتصال المتاحة للفرد وردود فعله لما يتعرض له من وسائل الاتصال ودرجة تأثره بها .

- خصائص شخصية الفرد ودرجة اشباع حاجاته المادية والقيمية .
- الادراك الانتقائي الذي ينتهي اليه الفرد حسب المستوى الثقافي والاجتماعي والثقافي .
- ردود الفعل المتوقعة من الآخرين اذا تصرف الفرد وفق ما تقدمه وسائل الاتصال .
- مدى توفر المجال الاجتماعي الذي يجرب فيه الفرد ما تعلمه من معايير ومواقف وعلاقات اجتماعية . وقد أدى التطور التكنولوجي في وسائل الاتصال الجماهيري وتنوع اساليبها ومضمونها وانتشارها بشكل كبير الي حصار الكبار والصغار، وقد توصلت دراسة الي ان هناك ميلا لدى الأطفال في أن يجدوا في وسائل الاتصال الجماهيري دروسا تفيدهم في الحياة وان يقارنوا ذلك بخبرتهم الخاصة فهي من أهم القنوات القادرة علي طرح مفهوم واحد عن النظام السياسي . وقد أظهرت دراسة اخرى أن ٩٧٪ من تلاميذ المرحلة الابتدائية يشاهدون التلفزيون علي حين ٨٤٪ منهم يستمعون الي الراديو، مما يوضح الدور الكبير لوسائل الاتصال الالكترونية في اكساب الطفل القيم والسلوكيات المرغوبة وما يصاحبها من تعديل في السلوك . وقد أشار "شرام" في دراسته في عام ١٩٦٩ الي أن الطفل خلال الست عشرة سنة الأولى من عمره يعطي لبرامج التسلية والاثارة في التلفزيون وقتا أكبر من الذي يعطيه لمدرسيه في المدرسة وهو ما يؤكد تعاضم تأثير وسائل الاتصال كلما ازداد التعرض لها .

أولا : الدراسات السابقة حول الاتصال والمشاركة السياسية

لقد توصل "بريسوتاPrisuta" الي وجود ارتباط بين استخدام الصحف كمصدر للمعلومات والتصويت في الانتخابات حيث أثبت ان الافراد الذين يتعرضون للمضمون السياسي للصحف أكثر معرفة بالمعلومات السياسية واكثر مشاركة في الانتخابات من اولئك الذين لا يتعرضون، كما جاء التلفزيون في مقدمة الوسائل الاتصالية المؤثرة علي قرار المواطن فيما يتعلق بالتصويت الانتخابي . وقد يكون الأمر مختلف الي حد ما بالنسبة للمجتمع المصري لوجود فجوة تتمثل في ارتفاع

نسبة الأمية الامر الذي يعوق توصيل المعلومات من خلال الوسائل المطبوعة ويقلل من التعامل مع الكلمة المكتوبة ويعطى أولوية كبرى للوسائل الاتصالية الالكترونية، وهكذا فان وسائل الاتصال قوة دافعة لتحقيق وحدة المجتمع وتجانسه من خلال تغلغلها في الحياة اليومية للمواطن ومرونتها وقدرتها علي الاستجابة للمتغيرات، الأمر الذي يحقق المساندة والاعلام عن النظام السياسي . وقد أكدت كثير من البحوث العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري وزيادة المشاركة السياسية وتوسيع نطاقها حيث ان ارتفاع معدلات استهلاك المواد السياسية يدفع نحو مزيد من المشاركة . ومن أبرز هذه الدراسات بحث دانيال ليرنر في ست من دول الشرق الأوسط هي ايران وتركيا وسوريا ولبنان والاردن ومصر وشملت ١٦٠٠ فردا عن وسائل الاتصال والمتغيرات المجتمعية . وأوضحت الدراسة أن زيادة عمليات التحديث تؤدي الي زيادة حملات نحو الامية التي تؤدي بدورها الي زيادة التعرض لوسائل الاعلام، وأن المزيد من التعرض لهذه الوسائل يؤدي الي المشاركة في النشاطين السياسي والاقتصادي ويوضح "ليرنر" ان وسائل الاعلام عامل فعال في التنمية من خلال تعليم الافراد المشاركة وتقديم مستويات متعددة لأنواع من المعيشة وهي وسائل لنشر واذاعة الآراء التي تتماشى مع التغيير والحركة ويؤكد البحث ان الاشخاص الذين لديهم درجة عالية من التقمص الوجداني يزداد تعرضهم لوسائل الاعلام بينما يقل تعرضهم للاتصال التقليدي . وأكدت دراسة ابراهيم أبو لغد التي أجراها في ست قرى مصرية أهمية وسائل الاعلام في الريف المصرى حين ناقش اعتماد مصر المتزايد علي وسائل الاتصال في تعليم المواطنين في ظل ثورة أجتتماعية وسياسة عميقة وأوضح ارتباط وسائل الاعلام بدرجة أعلى من الاهتمام والمشاركة السياسية، وذكرت انه بزيادة التعرض لوسائل الاعلام يتشرب الأبناء الأفكار والاتجاهات في الريف وهنا يظهر الراديو كأكثر الوسائل فاعلية في الوصول الي سكان القرية . وأشارت الدراسة الي أن نصيب الفرد في القرية المصرية من الصحف يتمثل في نسخة واحدة لكل تسعين فرد، وفي المتوسط القومي نسخة واحدة لكل ٢٥٠ - ٣٥٠ فردا . وقد أوضح بحث د . محمود عودة أن وسائل الاتصال الجماهيري تلعب دورا يعتد به في ربط المجتمع المحلي بالعالم الخارجي وفي

تحقيق التكامل السياسي والاجتماعي وتوعية المواطن وأن وجود المعارف لدى المواطن يعود الى عوامل عديدة وفي مقدمتها وسائل الاتصال وبالذات الراديو- أكثر الوسائل الاعلامية أهمية في نقل المعلومات والقيم الجديدة وأنماط السلوك، وأشار الى أن ٩٤٪ من افراد العينة التي تناولتها الدراسة يمارسون الاستماع الى الراديو وأوضح الدراسة ايضا ان الارتباط بين الدخل والتعرض لوسائل الاعلام أقوى من تأثير انتشار الأمية علي الصحف وذلك لأن عددا كبيرا ممن يجيدون القراءة والكتابة لا يستطيعون شراء الصحف ولذا يزداد دور الراديو خاصة في المجتمع الريفي في مصر وغيرها من الدول النامية نظرا لارتفاع نسبة الأمية وعدم حاجته الي معرفة القراءة والكتابة واعتماده علي حاسة السمع ورخص ثمنه وسهولة الحصول عليه وتشغيله . وخرج الباحث من دراسته بالعلاقة الايجابية بين المشاركة والتعامل مع وسائل الاعلام ووجد أن المشاركة تميل الى الإرتفاع مع زيادة استهلاك المواد الإعلامية من خلال الوسائل الإتصالية وتؤكد دراسة أخرى الي أن قراءة الصحيفة ترتفع ارتفاعا ملحوظا كلما اتجهت الحياة الزراعية الي الارتفاع، وأن كبار الحائزين يملكون جميعا أجهزة الراديو علي حين لا يملك من صغار الحائزين سوى النصف . وأكدت دراسة حول الاتصال والوعي السياسي في قرى مصر أن هناك اهتماما بدرجة ما بما يرد في وسائل الاعلام الرئيسية كالراديو والصحيفة اليومية . وهذا الاهتمام ظاهرة واضحة ومسجلة في ظروف مختلفة ومتعاقبة وتعكس رغبة فعلية في التعرف علي أحوال العالم، وتشير الدراسة الي أن الصحيفة وسيلة ضعيفة فيما يتعلق بنقل الأخبار، وتوصلت الي أن نسبة المعلومات ودرجة المشاركة السياسية تزداد بزيادة التعرض لوسائل الاعلام، ومن أهم اسباب ضعف الوعي السياسي في مصر ارتفاع نسبة الأمية وأنماط التنشئة والأثر السلبي للرسالة الاتصالية . وقد أثبتت البحوث احتلال الراديو المركز الأول في الاعلام علي الساحة الريفية حيث ذكر بحث علي سبع قرى في محافظة المنوفية أن ٩٠,٥٪ يتعرضون لرسالة الاذاعة وتأثيراتها وتؤكد دراسة أخرى أن الراديو هو أكثر الوسائل انتشارا في ريف وحضر مصر وذكرت أن نسبة التعرض للراديو في محافظة القاهرة علي سبيل المثال بلغت ٩٣٪ علي حين بلغت نسبة التعرض للتلفزيون ٦٣,٩٪ ونسبة قراءة الصحف ٥٣,٦٪.

ثانيا : - التعرض لوسائل الاعلام

يتوقف التعرض لوسائل الاعلام في مصر علي عوامل عديدة منها الدخل والملكية والمهنة والمستوى التعليمي والسن والنوع، فتوافر وسائل الاعلام لدى الافراد يجعلهم أكثر تعرضا لها من هؤلاء الذين لا تتوافر لديهم، فقد بلغت نسبة مستمعي الراديو ٦, ٩٥٪ بينما يملك أجهزة الراديو ٦, ٩٣٪ من أفراد العينة وبلغت نسبة التعرض للتلفزيون ٩, ٦٣٪ بسبب انخفاض ملكيته، ولذا نجد مؤشرات علي زيادة ملكية الراديو في مصر فيما بين عام ١٩٥٦، ١٩٧٥م الذي ترتبط معدلات زيادة ملكيته باهتمام المواطنين بمتابعة الأحداث التي شهدها المجتمع . وتشير الدراسة الي أن المستوى الاقتصادي يحدد مستوى التعرض لوسائل الاتصال فاصحاب الدخل المرتفع يقل تعرضهم للراديو ويزداد تعرضهم للتلفزيون، وأن ذوى المستوى التعليمي المرتفع وهم أيضا اصحاب دخول مرتفعة تجعل تعرضهم للصحف أكثر من غيره من وسائل الاعلام، وأن التعرض لوسائل الاعلام هو الي جانب التسلية وسيلة للتزود بالمعرفة، وأسباب تفضيل برامج علي أخرى هو بيان طرق جديدة للحياة واعطاء معلومات جديدة .

وخلصت الدراسة الي أن التعرض لوسائل الاعلام المطبوعة تعرض منخفض مقارنة بالتعرض لوسائل الاتصال الالكترونية لارتفاع نسبة الأمية . وأكدت دراسة حول "قادة الرأي" في وسائل الاتصال الجماهيري أنه كلما زاد التعرض لوسائل الاعلام زاد احتمال حصول الافراد علي المعلومات السياسية مباشرة ويزداد قدر المشاركة اذا ما تعددت أهدافها للوصول الي حياة أفضل .

ثالثا : وسائل الاتصال والمؤسسات السياسية

اذا كانت وسائل الاتصال الجماهيرية تسهم عبر التنشئة السياسية بدور قد يكون ايجابيا أو سلبيا في علاقته بالمشاركة السياسية، فأنها تفعل الشيء نفسه عبر علاقاتها بالمؤسسات السياسية.

ويرجع ذلك الي أن لوسائل الاعلام دور واضح في عملية بناء وتطوير المؤسسات السياسية فهي تعتبر مصدرا للمعلومات عنها وعن أنشطتها، تقوم هذه

الوسائل بمساندة المؤسسات الحكومية وغير الحكومية وتراقب أعمالها أي أن وسائل الاتصال تقوم بوظائف الاعلام والمساندة والرقابة فيما يتعلق ببناء وتطوير المؤسسات السياسية كقنوات اتصال وأداة للتعبير عن المصالح والتغيير السلمي حيث يهدف مضمون الرسائل الاعلامية الي :-

- ١- تهيئة الرأي العام لعملية بناء أو اعادة بناء المؤسسات .
- ٢- تعريف الجمهور بأهداف ودور المؤسسات السياسية والمبادئ التي تقوم عليها .
- ٣- التعريف بالهيكل التنظيمية والقانونية لهذه المؤسسات وعلاقتها واللوائح التي تنظم عملها وتحقيق التجانس والتوافق بين أعضاء هذه المؤسسات بما يعمق المشاركة السياسية .
- ٤- كسب التأييد لقيادات المؤسسات السياسية (الأحزاب، النقابات، جماعات المصالح... والاتحادات والروابط ... الخ .

وممارسة وسائل الاتصال لدورها في التعريف بالمؤسسات يجعلها قناة وصل بين المؤسسات السياسية والرأي العام ويساعد الجماهير علي الشعور بأهمية المؤسسات في العملية السياسية وقد تناولت وسائل الاتصال الجماهيري النشاط السياسي للمؤسسات البرلمانية والحزبية وجماعات المصالح وركزت علي ابراز أنشطة هذه المؤسسات ومحاوله الحصول علي تأييد الجمهور لها واقتصرت معالجة جماعات المصالح علي أنشطة التأييد للنظام السياسي والمظاهر الاحتفالية دون التعريف بها ، ونشير هنا الي القانون رقم ١٣ لعام ١٩٧٩ الخاص باتحاد الاذاعة والتليفزيون الذي ينص علي الاعلام عن مناقشات مجلس الشعب والمجالس المحلية بصورة موضوعية وتخصيص جانب من الارسال الاذاعي والتليفزيوني أثناء الانتخابات للاحزاب وكذلك تخصيص جانب من وقت الارسال بصفة منتظمة لعرض الاتجاهات الفكرية الرئيسية للشعب . كذلك قام الاعلام بنشر أخبار ومعلومات عن القيادات التي نجحت في تحقيق المستهدف كمنهج للاحتذاء بها، ويبدو أن العامل الحاسم في دور وسائل الاتصال الجماهيري في تطوير وبناء المؤسسات هو موقف النخبة الحاكمة . وتشير الدراسات الي وجود تحوف من جانب هذه النخبة من المشاركة

الفعالة للمواطنين بما قد ينطوى عليه من تهديد لمراكزهم ويرسم الأستاذ فهمي هويدي صورة ساخرة للمشاركة في المجتمع المصري من خلال المؤسسات فيقول ان المشاركة في احسن الأحوال واقعة عارضة وليست حالة يعيشها المجتمع بمختلف شرائحه ومنابره وآلياته، فهي مجلس نيابي منتخب مثلا لا تمنع السلطة في أقامته ما دام هدفا وليس وسيلة للمشاركة خاصة مع ابتداع فكرة اقامة المؤسسة ثم تفرغها من مضمونها ووظيفتها وتحويلها الي قطعة للتجميل أو للترويح، وقد تكون المشاركة مناسبة احتفالية، أو استفتاء مضمون النتائج ومؤتمر سياسيا الخ فهي في كل الأحوال أمر عارض وحالة مؤقتة ولاشك أن استمرار الحالة علي هذا المنوال يضعف الأمل في المشاركة الفعالة . وقد أدت المعالجة الاعلامية خلال السبعينيات والتبشير بأن الرخاء قادم مع الانفتاح الي ايجاد ثورة توقعات متزايدة لدى الجماهير في الوقت الذي لم يكن فيه النسق السياسي قادرا علي تحقيق هذه التوقعات مما أدى الي ردود فعل عكسية مع ظهور الآثار الجانبية للانفتاح نتيجة لتأثير الأحوال المعيشية لمواطنين واتساع الفجوة بين الفئات الاجتماعية وتعرض النظام لزامات عديدة أبرزها أزمة المشاركة . ولم تسع وسائل الاتصال الجماهيري الي التعبير عن الواقع الفعلي والاتجاهات السياسية المختلفة في المجتمع وقضاياه واتسمت المعالجة الاعلامية للمشكلات الرئيسية للمجتمع بالتطابق التام مع وجهة نظر النظام السياسي وما يطرحه من بدائل، وكان الهجوم المتصل علي الأحزاب وممارستها في بداية الثورة أحد أسباب العزوف عن مشاركة الجماهير، ثم جاءت ممارسات الجهاز البيروقراطي والتنظيمات السياسية وشبه السياسية في مصر لتعمق من أزمة المشاركة السياسية، فالثابت أن الوظيفة الوحيدة التي قامت بها هي وظيفة المساندة والتأييد وتؤكد الدراسات قصور دور وسائل الاتصال الجماهيري في القيام بالأدوار الاعلامية والرقابية في عملية إعادة بناء وتطوير المؤسسات الحكومية وغير الحكومية . ولا تقتصر علاقة التأثير علي وسائل الاتصال بل أن طبيعة المشاركة وقنواتها تؤثر علي دور الاعلام فالتعدد في قنوات المشاركة سواء الحزبية أو في جماعات المصالح يدعم دور وسائل الاتصال في اثراء الوعي ويزيد من مستواه، بعبارة أخرى أن التأثير متبادل بين قنوات المشاركة ووسائل الاتصال الجماهيري . وقد طور النظام

الحاكم فور توليه السلطة في مصر في يوليو ١٩٥٢ الاذاعة المسموعة كأداة قوية لتوصيل سياسته علي نحو أكثر فعالية الي كل المواطنين، وواصل النظام دعم وتطوير القدرات الاتصالية للوسائل الالكترونية لتعزيز الوعي القومي والمشاركة في تعليم المواطنين وطرح وعلاج القضايا الاجتماعية ودعم القيم الروحية، وتشير الدراسات الي زيادة ملكية الراديو في الريف فيما بين ١٩٥٦ و ١٩٧٥ م . كما ان عدد النسخ الموزعة من الصحف اليومية كانت لا تتجاوز نصف المليون نسخة يوميا في ١٩٥٦ م ارتفعت في غضون اربع سنوات فقط لتصل الي ٦٥٠ الف نسخة يوميا في ١٩٦٠ م ثم الي نسخة لكل ثمانين فرد علي المستوى القومي . وقد سمح النظام في العهد الناصري بهامش محسوب للرأي الآخر خاصة للتيار الراديكالي تمثل في وجود عدد من المجالات مثل الطليعة والكتاب والفكر المعاصر، ولم يسمح للتيار الاسلامي بأي وجود، وفي السبعينيات أُتيح للرأي الآخر التعبير عن نفسه علي صفحات الصحف الحزبية وأحيانا في الصحف القومية ووجدت الرؤية اليسارية والاسلامية والليبرالية منابر للتعبير، ويمكن رصد ثلاث انفراجات شهدتها الصحافة المصرية تعددت فيها الآراء وفتحت فيها الأبواب للتعبير خلال أزمة مارس عام ١٩٥٤ وعقب هزيمة عام ١٩٦٧ م واخيرا في فبراير عام ١٩٧٤ عقب رفع الرقابة عن الصحف . ويلاحظ أن هذه الانفراجات لم تستمر سوى فترات زمنية محدودة أطولها الفترة من ١٩٧٤ حتى ١٩٧٦ م وأقصرها خلال أزمة مارس فلم تدم سوى ثلاثة أسابيع ولم تمتد هذه الانفراجات لتشمل وسائل الاتصال الالكترونية .

رابعا : وسائل الاتصال والتعبير عن المصالح

تاخذ وسائل الاتصال الجماهيري في علاقتها بالتعبير عن المصالح (وهو الأسلوب الذي يضع الافراد والجماعات احتياجاتهم امام صانع القرار) أبعادا ثلاثة، فهي أحدي القنوات المؤسسية للتعبير عن المصالح خاصة القضايا محل الاهتمام، وتساعد في اظهار المصالح المستترة في دائرة اهتمام صانعي القرار من ناحية اخرى، ومن ناحية ثالثة تزداد وظيفتها التعبيرية مع تقدم المجتمع من الجماهير الي النخبة والعكس . وبهذا المعنى فان وسائل الاتصال قنوات لنشر آراء وأفكار النخبة

الحاكمة للتأثير علي الجمهور وتشكيل الرأي العام، كما انها قنوات لعرض وجهات نظر الجماعات المختلفة، الامر الذي ينعكس علي زيادة معدلات المشاركة السياسية، وتشير التجربة المصرية الي عدم وضوح هذا الدور في وسائل الاتصال، فالنخبة الحاكمة استخدمت هذه الوسائل في التعبئة والتاثير في الجماهير للحصول علي تأييدها، ولم تسمح باستخدامها للتعبير عن المصالح الا في فترات محدودة وفي أضيق نطاق وبما يحقق بعض الأهداف التي تسعى اليها . وظلت المؤسسات الاعلامية الرسمية تعبر عن النظام وسياساته وبرامجه رغم التغييرات الشكلية التي شهدتها في المراحل المختلفة في الفترة من ٥٢ - ١٩٨١م وقد أدت سيطرة التنظيم السياسي ومن بعده مجلس الشورى علي وسائل الاتصال الجماهيري الي جعلها أداة من أدوات السيطرة السياسية مرتبطة بمواقف ورؤى القيادة السياسية وقد استخدمت هذه الوسائل في نقل الرسائل والتعبئة وكلما اتسمت مقولات النخبة الحاكمة بالوضوح والمعقولية والقوة تزايدت فاعلية وسائل الاتصال في ترويجها واقناع الاخرين بها، لعل نجاح الثورة في ادراج رموزها وقرارتها ضمن نظام القيم والمعتقدات يؤكد ذلك سواء كان علي شكل شعارات سياسية موجزة ذات دلالة معينة مثل كلنا سيد في ظل الجمهورية، ارفع رأسك يا أخني فقد مضى عهد الاستعباد..... الخ) أو مفاهيم كلية مجردة (العدالة، المساواة، تكافؤ الفرص، الحرية، الوحدة،.....الخ) أو علي مستوى القرارات والاجراءات (مجانية التعليم، الاصلاح الزراعي، القوى العاملة، مشاركة العاملين في الادارة، الخ) . وقد أدى تعدد المؤسسات المشاركة في صنع القرار الاعلامي في مصر وعدم وجود تخطيط طويل الأمد واستمرارية العمل الرقابي والقيود التشريعية والتنظيمية الي قصور واضح في قيام وسائل الاتصال بوظائفها الاعلامية والمساندة والرقابة التي تشجع علي الاهتمام والمشاركة . يشهد العقد الأخير من القرن الحالي ثورة تكنولوجية وثورة في المعلومات ونموها هائلا في الديمقراطية وحقوق الانسان، ولعل أبرز علامات الثورة الديمقراطية الحالية الاتجاه نحو حرية الرأي والتعبير والاعلام لكل القوى السياسية والاجتماعية محاطة بكل الضمانات، فالاعلام في التسعينيات ينبغي ألا يكون مقصورا علي التفني بانجازات السلطة والدفاع عنها، وينبغي أن يجد الشعب

نفسه في أجهزة اعلامه، فالاعلام أساسا هو طريق الشعب الي السلطة وليس طريق السلطة الي الشعب، وهو تأكيد الارادة للشعب .

ان ترسيخ الممارسة الديمقراطية وثبات تقاليد المشاركة تتطلب من وسائل الاتصال الجماهيري التعبير عن مختلف الآراء والافكار في المجتمع وتأكيد التعددية، فحرية الاعلام ليست امتيازا مقصورا علي الاعلاميين دون سواهم ولكنها حرية عامة تعود ميزاتها علي المجتمع بأسره باعتبارها جزءا أساسيا من الحريات العامة . وفي مصر يعاني الفرد من القيود في ابداء الرأي والتعبير عن شئون وطنه، وهو محروم من المعلومات التي تتعلق بحياته ومشاكل مجتمعه، فهو لا يرى ولا يسمع الا ما هو مسموح به، كما ان كثيرا من القيم قد أهدرت في التعامل مع الخصوم السياسيين، وأدى ذلك كله في التحليل الاخير الي حالة من انسحاب المواطنين وصار الشأن العام مسئولية السلطة، وأدى احتكار السلطة الي انفصال النخبة عن الجماهير وأضعاف ثقة الجماهير في الحاضر والمستقبل . وفرضت النخبة آليات التسلط السلطوي متمثلا في التأكيد علي ان الدولة هي الفاعل الرئيسي في مجالي الأمن والسياسة الخارجية وأن الاختلاف بين القوى السياسية يجب أن يكون مقصورا علي الوسائل دون الأهداف، كما لجأت السلطة أيضا الي التنديد الاعلامي بالمعارضة واستخدام التشريع والتنظيم لتقييد الحريات وبالتالي المشاركة . بعبارة أخرى أن هناك نهجا في التفكير يخنزل الوطن في دائرة النظام الحاكم، وهو ما أدى بالاضافة الي أسباب أخرى الي اخفاق المشروع الناصري رغم انجازاته التي لا تنكر فقد نظر النموذج الناصري الي الانسان في صيغة جامدة ككائن اقتصادي ينتج أو يستهلك ولم يلتفت بقدر كاف الي أهمية البعد السياسي والروحي لديه وتعود ظاهرة الاغتراب التي شهدتها المجتمع في هذه الفترة الي المحاولات الدائبة لاختزال الانسان في بعد واحد، فالمشاركة لا تتم بمجرد وجود هياكل وقنوات، فلا بد من وجود قيم الممارسة .

تسعى النخبة الحاكمة الي السيطرة الكاملة علي مصادر المعلومات للتحكم في المشاركة ولا تسمح للمواطن بتلقي الا ما تسمح به أهدافها، وتعمل علي تبرير سياساتها وبرامجها والاستخدام المكثف لوسائل الاتصال الجماهيري كقنوات اتصال

في اتجاه واحد من السلطة الى الشعب ولا تسمح لها بالقيام بوظيفة التغذية العكسية ولاحكام سيطرتها علي وسائل الاتصال الجماهيري تسند اداراتها الي أهل الثقة وتضع القيود التشريعية والتنظيمية بها يضمن سيرها في الاطار المطلوب ولتحقيق المشاركة وتوسيع نطاقها وزيادة معدلاتها يجب تحديد الأفكار والمفاهيم والسياسات والاساليب التي تعوق انطلاق وسائل الاتصال الجماهيري في مناخ من الحرية الحقيقية لتقله نقلة عصرية تتواءم مع ثورة الديمقراطية وثورة المعلومات وثورة تكنولوجيا الاتصال، ويجب تطوير العقول للتعامل الكفاء مع التكنولوجيا الحديثة وتوفير سبل التأهيل الفني والتقني للقائمين بالاتصال . ورغم ان الاعلام في المجتمع المصري عانى ويعانى من تحكم البيروقراطية والضغط المالية والاقتصادية ويتعرض لحمولات افساد واختراق وهجرة الكفاءات فان حرية تدفق المعلومات من كل اتجاه وفي كل اتجاه تفرض مزيدا من التعددية وحرية الرأى والتعبير والا واجه مزيدا من التخلف والتراجع في أداء الوظائف المنوط بها في خدمة المجتمع . ويلاحظ طغيان الجوانب السلبية للاعلام علي الجوانب الايجابية فيما يتعلق بدوره في المشاركة السياسية . ويتطلب تحديد سياسات وبرامج وأساليب وسائل الاتصال الجماهيري ما يلي :-

- اعادة النظر في أوضاع المؤسسات الاعلامية والغاء القيود المعوقة لممارسة حق الاتصال واطلاق حرية الوصول للمعلومات .
- اعادة النظر في ملكية وسائل الاتصال الجماهيري وفقا للتطورات التي يعيشها المجتمع ومصادر تمويلها .
- النظر الي الاعلام علي أنه وسيلة لصياغة الرأى العام وتشكيل العقول وليس وسيلة لتوصيل الأوامر والنواهي وتبرير السياسات .
- التخطيط المرن المستمر للرسائل الاعلامية بناء علي البيانات الواقعية والتوظيف الأمثل للامكانيات المتوفرة .
- الارتقاء بالمستوى المهني والتقني ومتابعة التطور التكنولوجي في مجال الاتصال وخاصة أن البث التليفزيوني المباشر سيتجاوز الرقابة المسبقة .

ملاحظات ختامية

تمثل مشكلة الدراسة في تحليل العلاقات بين المشاركة السياسية باعتبارها احدى عوامل التنمية ووسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها احدى أدوات هذه العملية وكيفية التفاعل بينهما والعوامل المحددة لهذا التفاعل مع دراسة حالة للخبرة المصرية من عام ١٩٥٢ حتى عام ١٩٨١ . يرتبط الاطار النظري لهذه الدراسة بنظريات التنمية السياسية والاجتماعية وعلي الاخص في جانبها المتعلق بالمشاركة السياسية، فمنذ موجات الاستقلال التي شملت قارات افريقيا وآسيا وامريكا اللاتينية بعد الحرب العالمية الثانية، فان دراسات التنمية والتحديث والتغير لاقت رواجاً كبير . وسعت هذه الدراسات الي تحليل عملية التحول التي تحدث في هذه الدول من الجوانب المختلفة . وفي هذا السياق أثرت قضايا مثل بناء المؤسسات والثقافة السياسية والمشاركة السياسية، كما تمت دراسة العوامل التي تؤثر في هذه العملية مثل البيروقراطية والأحزاب والمؤسسات التعليمية والجيش وأدوات الاتصال الجماهيري .

ويمكن تلخيص أهم النتائج في القضايا الثلاث الاساسية التالية :-

القضية الأولى : تتصل بالعلاقة بين أدوات الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية .

يتوقف أهمية الدور الذي تؤديه وسائل الاتصال الجماهيري علي طبيعة العلاقة بينها وبين النظامين الاجتماعي والسياسي، فالعملية الاعلامية هي نتائج بناء اقتصادى - اجتماعي في مرحلة من مراحل التطور الانساني والعلاقة بين العمليتين السياسية والاتصالية علاقة جوهرية علي نحو مميز فلو كان عالم السياسة يقوم علي القوة أو مستند الي الشرعية أو مبني علي المشاركة فلا بد من وجود وسائل الاتصال لنقل رسائله الي الجمهور المستهدف والتعبير عن قيمه وممارساته . وبصفة عامة فان من يملك وسائل الاتصال في النظم السياسية المعاصرة يؤثر ويوجه اذ لم يسيطر مباشرة علي السلطة حيث ان الامكانيات التكنولوجية الهائلة وفرت قدرات هائلة

لصناعة الفكر وتوجيه الكلمة وتدفع المعلومات وانسياب الآراء . وتؤدي الآثار المترتبة علي عملية التنمية من ارتفاع مستويات التعليم والتحضر والتصنيع والمكانة الي زيادة اعداد الراغبين في المشاركة في العملية السياسية وارتفاع مستوى تطلعات الجماهير .

ويفترض لنجاح تلبية المطالب المتزايدة بالمشاركة وتوسيع نطاقها عدة متطلبات منها :-

١- نشر ثقافة سياسية تؤكد قيمة المشاركة وجدواها بالنسبة لكل من المواطن والنظام السياسي من خلال أدوات التنشئة وبالاخص أدوات الاتصال الجماهيري والتعليم .

٢- توافر القنوات التي تسمح بالمشاركة .

٣- احساس المواطن بفاعلية قنوات المشاركة وقبول القوى السياسية المختلفة استخدامها .

وهناك عدة مستويات للعلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والنظام السياسي هي مستوى الفرد . فعلى هذا المستوى فان أهم تأثير لوسائل الاتصال هو تشكيل تصوره بما يسهم في قبول او رفض النظام السياسي وامكانية مساءلة أعضاء النخبة الحاكمة ، وعلى مستوى الجماعة فان العلاقة ترتبط بقضايا الثقافة السياسية وتأييد النظام السياسي من خلال قيام وسائل الاتصال الجماهيري بغرس القيم والمعتقدات الايجابية تجاه النظام السياسي وهي تقوم بهذه المهمة بفعالية تفوق غيرها من الأدوات لتغلغلها في الحياة اليومية للمواطن ومرونتها وقدرتها علي الاستجابة لاي تغييرات في النظام السياسي . أما علي المستوى النظام السياسي ككل فيؤثر نظام الاتصال علي أدائه لوظائفه المختلفة مثل التنشئة السياسية والتجنيد السياسي والتعبير عن المصالح وتجميعها . وتختلف العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية باختلاف البيئة الاقتصادية والسياسية والثقافية، ففي النظم الليبرالية تعبر وسائل الاتصال الجماهيري عن آراء متنافسة وتطرح البدائل وتسمح

بالتدفق السريع للمعلومات بما يمكن الفرد من اتخاذ قراره، كما تقوم بمراقبة السلطة

اما في النظم الشمولية فالدولة تسيطر علي وسائل الاتصال الجماهيري وتعمل علي دمجها في أجهزة الدولة حيث يكون الهدف هو الدعاية والاقناع بشرعية النظام القائم . والواقع ان وسائل الاتصال الجماهيري تعكس البناء الذي تعمل فيه وتؤثر فيه ويؤثر عليها ولذا فانها تكتسب أهمية خاصة في الدول النامية التي تعد ظروفها في مجملها معوقا للمشاركة ولا تتوفر فيها الحد الأدنى من متطلبات المشاركة .

القضية الثانية : تتعلق بخصائص السياسة الاعلامية في مصر .

ان الاعلام كمهنة ورسالة وصناعة بشكل جزء اساسي من ترقية المجتمع يتفاعل مع التطور السياسي والاقتصادي والاجتماعي في المجتمع ويعبر عنه، ولعل اصدار ثورة يوليو قانون تنظيم الصحافة في ١٩٦٠ علي سبيل المثال يعبر عن اتساقها مع نفسها وانسجامها مع توجهاتها السياسية واختياراتها الاقتصادية والاجتماعية، أرادت تمصير وتأميم أدوات الانتاج الرئيسية واحداث تغييرات جذرية في المجتمع ومن ثم أمت وسائل الاتصال لحاجتها الي جهاز اعلامي يوكب التحولات التي تسعى لاحداثها . وفي عهد الانفتاح كان من المنطقي ان تتغير مهمة الاعلام لتساير السياسات الجديدة وتعبر عنها، ولكن الواقع كان مغايرا لذلك حيث ظلت وسائل الاعلام مملوكة للدولة ويسيطر عليها النظام القائم بوسائل عدة، وبعبارة أخرى ظل وضع وسائل الاتصال الجماهيري في عصر الانفتاح متناقضا مع الاختيار الايدلوجي والتوجه نحو التعددية الحزبية التي تقضى بضرورة التعددية الفكرية ويمكن ان نرصد أهم السمات التي تميز بها الأداء الاعلامي خلال فترة الدراسة فيما يلي :-

١ - سيادة تقدير مغالي فيه لقوة وسائل الاتصال الجماهيري في دعم اهداف التغيير ومواجهة عقبات التنمية .

٢- الاتساق الشديد في التعبير عن قيم واتجاهات النخبة الحاكمة .

٣- اختلاف اولويات العمل الاعلامي من مرحلة لأخرى وفقا لاهداف كل مرحلة مثل التركيز علي التنمية ثم الوحدة فالصراع العربي الاسرائيلي ثم السلام .

- ٤- احكام سيطرة الدولة علي وسائل الاتصال الجماهيري باساليب متعددة منها الترخيص والملكية والتمويل والتشريع والتحكم في مصادر المعلومات .
 - ٥- كثرة التعديل والتبديل والتغيير في هياكل المؤسسات الاعلامية وقياداتها مع ازدياد عدد العسكريين داخل هذه المؤسسات .
 - ٦- سيطرة النشاط الترفيهي علي مضامين الاعلام وغلبه نمط القيم الفردية، ويرتبط بذلك ضعف صلاحية مضامين الرسائل الاعلامية لاثارة الحوار والنقاش مما كرس عدم الاهتمام .
 - ٧- سيطرة قيم واتجاهات الشرائح العليا والمتوسطة علي الرسائل الاعلامية والتركيز علي المناطق الحضرية، ووجود اتجاهات وثقافات وفنون لا تحمل طابع المجتمع المصري نتيجة لظاهرة تدوير فائض الاعلاميين في السبعينيات في دول النفط العربية.
 - ٨- ضعف القاعدة الاقتصادية لمؤسسات الاتصال الجماهيري والاعتماد شبه الكامل علي دعم الدولة خاصة مع انخفاض مستوى الدخل وسيادة الامية .
 - ٩- اعتماد وسائل الاتصال الجماهيري علي المواقف الاحادية بما لا يخلق التفاعل وتحولها الي سوق لتوزيع الافكار والتوجهات التي تريدها النخبة .
 - ١٠- تضخم عدد العاملين بوسائل الاتصال الجماهيري بما لا يتناسب مع حجم التشغيل الامثل انعكاسا لظاهرة البيروقراطية مع ضعف مستوى التدريب .
- التطور الهائل في وسائل الاتصال الالكترونية خاصة الاذاعة والتلفزيون، علي حين ظل نمو وتوزيع الوسائل المطبوعة محدود .

أما القضية الثالثة : فتمثل في علاقة الاتصال الجماهيري بالمشاركة السياسية في

مصر .

اذا كان توسيع نطاق المشاركة السياسية يتطلب نشر ثقافة سياسية مواتية ووجود احساس لدى الفرد بفاعلية قنوات المشاركة فان التجربة المصرية تشير الي انه رغم توفر قنوات المشاركة فانه من الصعب الجزم بوجود احساس عام بفاعليتها ذلك ان

النظام اهتم بالتعبئة وغلب علي مفهوم التعبئة البيروقراطية والامن . وقد أدت اليات السيطرة والتوجه علي وسائل الاعلام الي اهتمام الممارسة الاعلامية بالجوانب السياسية والتحرك في دائرة تسليط الضوء علي الحكام، كما أدى سعى السلطة للسيطرة الكاملة علي مصادر المعلومات وعدم السماح للمواطن بتلقي الا ما تسمح به اهدافها، والاستخدام المكثف لوسائل الاتصال الجماهيري في اتجاه واحد الي ان صار الشأن العام مسئولية السلطة . وتشير الدراسات الي ارتباط التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري بمستوى الوعي وبدرجة أعلى من الاهتمام بالمشاركة السياسية كما ان توفر وسائل الاعلام يجعل درجة التعرض لها أكبر، وتكرار التعرض يزيد من امكانية الحصول علي المعلومة السياسية . وتوضح دراسات المجتمع المصري ارتباط مستوى الدخل بدرجة التعرض لوسائل الاعلام، وان التعرض لوسائل الاعلام الالكترونية اكبر من التعرض لوسائل الاعلام المطبوعة . وعلي مستوى الجماعة عكست وسائل الاتصال الجماهيري درجة عالية من التأييد لبرامج وسياسيات النظام واشخاصه كما تشير الخبرة المصرية الي تراجع الدور التثقيفي والتنويري لوسائل الاتصال الجماهيري لحساب الدعاية السياسية التي غطت طبقا لتقديرات البعض اكثر من خمسين في المائة من مساحة الوسائل الاتصالية المطبوعة .

وعلي مستوى النظام السياسي ككل تؤكد دراسة المجتمع المصري ان وسائل الاتصال قد حاولت ان تكون مصدر للمعلومات عن المؤسسات السياسية وبناءها وتطويرها الا ان العوامل المختلفة قد تضافت لتقلل من أثر هذا الدور في فاعلية المشاركة السياسية . كما ان دور وسائل الاتصال الجماهيري في التعبير عن المصالح وتجميعها لم يتضح حيث لم تسمح النخبة الحاكمة لهذه الوسائل بالتعبير عنها الا فيما يحقق اهدافها .

ومن أبرز الوسائل التي لجأت اليها النخبة الحاكمة في مصر للسيطرة علي وسائل الاتصال الجماهيري .

١- الملكية حيث سادت الملكية الحكومية وشبه الحكومية ووسائل الاتصال الجماهيري باستثناء الصحف الحزبية، كما قصر القانون حق الملكية علي الاشخاص الاعتبارية .

- ٢- التحكم في تمويل وسائل الاتصال الجماهيري حيث اعتمدت اقتصادياتها علي الدعم الحكومي المباشر والاعلانات الحكومية .
 - ٣- سياسة الرقابة المباشرة وغير المباشرة للسيطرة علي مضمون الرسائل الاعلامية.
 - ٤- التحكم في مصادر المعلومات.
 - ٥- السيطرة علي القائمين علي مؤسسات الاتصال باستخدام سياسيات الترهيب والترغيب .
 - ٦- التشريع والقيود التنظيمية حيث اتجهت القوانين والاجراءات الي التقييد لضمان الالتزام بسياسات النظام ومن أبرز هذه القوانين قانون تنظيم الصحافة وقانون سلطة الصحافة وقانون تنظيم اتحاد الاذاعة والتليفزيون .
- من القضايا التي نطرحها هنا للتناول :-**

أولا - دراسة العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والمشاركة السياسية في مصر منذ عام ١٩٨١ وحتى الان في ضوء تطور الممارسة الحزبية.

ثانيا- اثر التقدم التقني في مجال الفضاء والاقمار الصناعية والاتصال في المشاركة السياسية في مصر ؟ وما هو اثر هذا التقدم والبت الفضائي علي الثقافة السياسية والتنشئة السياسية في مصر ؟

ثالثا- مستقبل وسائل الاتصال الجماهيري على ضوء الاتجاه نحو غلبة آليات السوق.

المراجع

أولاً: المصادر الاولية :

١. الميثاق الوطني، (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، وزارة الثقافة والاعلام، ١٩٦٢).
٢. ورقة اكتوبر، (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات ١٩٧٤).
٣. ورقة تطوير الاتحاد الاشتراكي (القاهرة : مجلة الطليعة، سبتمبر ١٩٧٤).
٤. قانون الاتحاد الاشتراكي العربي، (القاهرة : الدار القومية، د. ت).
٥. مجموعة خطب وتصريحات الرئيس جمال عبد الناصر ١٩٥٢ - ١٩٥٩ سلسلة اخترنا لك (القاهرة : مصلحة الاستعلامات، د. ت).
٦. مجموعة خطب وتصريحات الرئيس جمال عبد الناصر فبراير ١٩٦٠ - يناير ١٩٦٢ (القاهرة : مصلحة الاستعلامات، د. ت).
٧. مجموعة خطب وتصريحات الرئيس جمال عبد الناصر فبراير ١٩٦٢ - يونيو ١٩٦٤ (القاهرة : مصلحة الاستعلامات، د. ت).
٨. مجموعة خطب وأحاديث الرئيس أنور السادات سبتمبر ٧٠ - ديسمبر ١٩٧١ (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، ١٩٧٥)
٩. مجموعة خطب وأحاديث الرئيس أنور السادات يناير - ديسمبر ١٩٧٢ (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، ١٩٧٥)
١٠. مجموعة خطب وأحاديث الرئيس أنور السادات يناير - ديسمبر ١٩٧٣ (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، ١٩٧٥)
١١. مجموعة خطب وأحاديث الرئيس أنور السادات يناير - ديسمبر ١٩٧٤ (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، ١٩٧٥)

١٢. مجموعة خطب وأحاديث الرئيس أنور السادات يناير - ديسمبر ١٩٧٥ (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، ١٩٧٥)
١٣. دستور جمهورية مصر العربية (القاهرة: الهيئة العامة للاستعلامات، ١٩٧٢).
١٤. دستور جمهورية مصر العربية (القاهرة : المطابع الاميرية، ١٩٨٤).
١٥. قانون حماية الجبهة الداخلية والسلام الاجتماعي، (القاهرة : الجريدة الرسمية، العدد (٢٢) مكرر في يونيو ١٩٧٨).
١٦. قانون تنظيم الصحافة (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، ١٩٦١).
١٧. قانون سلطة الصحافة رقم ٤٨ لعام ١٩٨٠ (القاهرة : الجريدة الرسمية، العدد (٢٨) مكرر في ١٤ يوليو ١٩٨٠).
١٨. قانون العيب، (القاهرة : الجريدة الرسمية العدد (٢٠) في ١٥ مايو ١٩٨٠).
١٩. الكتاب الاحصائي السنوى لجمهورية مصر العربية ١٩٥٢ - ١٩٧٦ (القاهرة : الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، اكتوبر ١٩٧٧).
٢٠. الكتاب السنوى لاتحاد الاذاعة والتلفزيون (القاهرة ٨٢ / ١٩٨٣).

ثانيا : مراجع باللغة العربية :

أ) كتب :

٢١. ابراهيم امام (د)، الاعلام والاتصال الجماهيري (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٦٩).
٢٢. -----، الاعلام والاتصال الجماهيري، الطبعة الثالثة، (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨١).
٢٣. -----، فن العلاقات العامة والاعلام، الطبعة الثانية (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية ١٩٨٠).
٢٤. أحمد ابو زيد (د)، الاعلام الدولي : دراسات في الاتصال والدعاية، الطبعة الثالثة (الكويت : وكالة المطبوعات، ١٩٨٢).

٢٥. أحمد الخشاب وأحمد النكلاوى (د)، المدخل السوسيوولوجي للاعلام (القاهرة : دار الكتب الجامعة، ١٩٧٤).
٢٦. أحمد حمروش، قصة ثورة ٢٣ يوليو : مصر والعسكريون، ج ١ (بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٧٤).
٢٧. ، قصة ثورة ٢٣ يوليو : مجتمع جمال عبد الناصر، ج ٢ (بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٧٥).
٢٨. أدوين كوين، مقدمة الي وسائل الاتصال، ترجمة وديع قسطنطين (القاهرة : مطابع الاهرام التجارية، ١٩٧٧).
٢٩. اسامة الغزالي (د)، الاحزاب السياسية في العالم الثالث، سلسلة عالم المعرفة، (الكويت : المجلس الوطني للثقافة والفنون والاداب، سبتمبر ١٩٨٧).
٣٠. اسعد عبد الرحمن (د)، الناصرية والبيروقراطية والثورة في تجربة البناء الداخلي، ط ٢ (بيروت : مؤسسة الابحاث العربية، ١٩٨١).
٣١. السيد الحسيني (د)، وآخرون دراسات في التنمية الاجتماعية، ط ١ (القاهرة : دار المعارف، ١٩٧٣).
٣٢. -----، القرية في الدول النامية، ط ٢ (القاهرة : دار المعارف ١٩٧٤).
- (.
٣٣. السيد عليوه (د)، استراتيجية الاعلام العربي (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٨).
٣٤. السيد ياسين (محرر)، الثورة والتغير الاجتماعي : ربع قرن بعد ٢٣ يوليو ١٩٥٢ (القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام، اغسطس ١٩٧٧).
٣٥. ----- (محرر)، الاتجاهات الجديدة في مجلس الشعب (القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام، ١٩٧٦).

٣٦. -----، الوعي القومي المحاصر (القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام، ١٩٩١).
٣٧. التقرير الاستراتيجي العربي لعام ١٩٨٨م (القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام، ١٩٨٩).
٣٨. اليزربيفسرى، الضباط العرب في الشئون السياسية العربية في المجتمع العربي، (القاهرة : اعداد مركز البحوث والمعلومات بالهيئة العامة للاستعلامات، د.ت).
٣٩. أندروويستر، مدخل لسوسيولوجية التنمية، ترجمة حمدي حميد يوسف سلسلة المائة كتاب (بغداد : دار الشئون الثقافية العامة، ١٩٨٦).
٤٠. أنور السادات، البحث عن الذات ط ١ (القاهرة : المكتب المصري الحديث للطباعة والنشر، ١٩٧٨).
٤١. أنور عبد الملك (د)، المجتمع المصري والجيش ٥٢ - ١٩٧١، الطبعة الثانية، (بيروت : دار الطليعة، ١٩٧٤).
٤٢. باتريك أوبريان، ثورة النظام الاقتصادي في مصر من المشروعات الخاصة الى الاشتراكية، تعريب خيرى حماد (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للتأليف والنشر، ١٩٧٠).
٤٣. بنت هانس وسمير رضوان، العمل والعدل الاجتماعي في مصر في الثمانينيات (القاهرة : دار المستقبل العربي، ١٩٨٣).
٤٤. بيرس كوهي، النظرية الاجتماعية الحديثة، ترجمة د. عادل مختار الهواري، ط ١ (القاهرة : دار فينوس للطباعة والنشر، ١٩٧٧).
٤٥. ثروت بدوي (د)، القانون الدستوري وتطور الانظمة الدستورية في مصر، (القاهرة : دار النهضة العربية، ١٩٦٤).
٤٦. جلال الدين الحماصي، القرية المقطوعة، الطبعة الأولى (القاهرة : دار الشروق، ١٩٨٣).

- ٤٧ . جمال العطفي (د)، حرية الصحافة وفق تشريعات جمهورية مصر العربية (القاهرة : مطابع الاهرام التجارية، ١٩٧١).
- ٤٨ . ----- ، الطريق الي الديمقراطية، (القاهرة : دار المعارف، ١٩٧٨).
- ٤٩ . جمال حمدان (د)، شخصية مصر : دراسة في عبقرية المكان (القاهرة : دار الهلال، ١٩٦٧).
- ٥٠ . جمال عبد الناصر، فلسفة الثورة، سلسلة اخترنا لك (القاهرة : مايو ١٩٥٣)
- ٥١ . جون ميرال، رالف لوينشتاين، الاعلام وسيلة ورسالة، تعريب د. ساعد خضر الحارشي، (دار المريخ للنشر، ١٩٨٩).
- ٥٢ . جيهان احمد رشتي (د)، الاسس العلمية لنظريات الاعلام (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٧٨).
- ٥٣ . ----- ، الاعلام الدولي (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٨٦).
- ٥٤ . جيهان المكاوي، حرية الفرد وحرية الصحافة (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٧).
- ٥٥ . حامد ربيع (د)، ابحاث في النظرية السياسية (القاهرة : مكتبة القاهرة الحديثة، ١٩٧١).
- ٥٦ . ----- ، الحرب النفسية في المنطقة العربية، ط ١ (بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٧٤).
- ٥٧ . ----- ، الاتصال والتفاعل السلوكي، مذكرة لطلبة كلية الاقتصاد (القاهرة : مكتبة نهضة الشرق، ١٩٧٢)
- ٥٨ . ----- ، فلسفة الدعاية الاسرائيلية (بيروت : منظمة التحرير الفلسطينية، ١٩٧٠).
- ٥٩ . ----- ، مقدمة في العلوم السلوكية، ج ١ (القاهرة : مكتبة القاهرة الحديثة، ١٩٧١).

٦٠. حسين العودات، "الاعلام والتنمية" دراسة مقدمة الى لجنة اليكسو العربية لدراسة قضايا الاتصال والاعلام في الوطن العربي (تونس : ١٩٨٣).
٦١. خالد محي الدين، الان اتكلم (القاهرة : مركز الاهرام للترجمة والنشر، ١٩٩٢).
٦٢. خليل صابات (د٠)، وسائل الاتصال، نشأتها وتطورها، ط٣ (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٢).
٦٣. راشد البراوي (د٠)، الفلسفة الاقتصادية للثورة من الناحيتين النظرية والعلمية (القاهرة : النهضة المصرية، ١٩٥٥).
٦٤. رمزي زكي (د٠)، مشكلة التضخم في مصر (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٥).
٦٥. روبرت مابرو، الاقتصاد المصري ١٩٧٢-٥٢، ترجمة د.صليب بطرس (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٦).
٦٦. سامي جوهر، الصامتون يتكلمون (القاهرة : المكتب المصري الحديث، ١٩٧٧).
٦٧. سعد ابراهيم جمعه (د٠)، الشباب والمشاركة السياسية (القاهرة : دار الثقافة للنشر والتوزيع، ١٩٨٤).
٦٨. سعد الدين ابراهيم (د٠)، النظام الاجتماعي العربي الجديد : دراسة عن الاثار الاجتماعية للثروة النفطية، (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٢).
٦٩. -----، مصر في ربع قرن (١٩٧٢-٥٢) دراسات في التنمية والتغير الاجتماعي، الطبعة الاولى (بيروت : ١٩٨١).
٧٠. -----، مصر تراجع نفسها، الطبعة الأولى (القاهرة : دار المستقبل، ١٩٨٤).

٧١. -----، المجتمع والدولة في الوطن العربي، ط ١ (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، ١٩٨٨).
٧٢. سليمان الطماوي (د٠)، الوجيز في نظم الحكم والادارة (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٦٢).
٧٣. سعيد سراج، الرأي العام مقوماته واثره في النظم السياسية المعاصرة، (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٨٦).
٧٤. سيد مرعى وآخرون، الديمقراطية في مصر : ربع قرن بعد ٢٣ يوليو (القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام، ١٩٧٧).
٧٥. شاكرا ابراهيم، الاعلام ووسائله ودوره في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، (القاهرة : مؤسسة آدم للنشر والتوزيع، ١٩٧٥).
٧٦. شاهيناز طلعت (د٠)، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية، الطبعة الاولى (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٨٠).
٧٧. شوان ماكبرايد وآخرون، اصوات متعددة وعالم واحد (الجزائر : الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، ١٩٨١).
٧٨. صالح حسن سميع (د٠)، أزمة الحرية السياسية في الوطن العربي، الطبعة الاولى (القاهرة : الزهراء للاعلام العربي، ١٩٨٨).
٧٩. صلاح الدين نامق (د٠)، اقتصاديات السكان في ظل التضخم السكاني (القاهرة : دار المعارف، ١٩٨٠).
٨٠. صلاح الدين عبد الحميد (د٠)، قياس دور وسائل الاعلام في التنمية (الصحفية)، الطبعة الاولى (المدينة المنورة : ١٩٨٢).
٨١. صلاح منسي (د٠)، المشاركة السياسية للفلاحين (القاهرة : دار الموقف العربي، ١٩٨٤).
٨٢. طارق البشري، الديمقراطية ونظام ٢٣ يوليو ١٩٧٠-٥٢ سلسلة كتب دار الهلال، ديسمبر ١٩٩١).

٨٣. طيب تيزيني، حول مشكلات الثورة والثقافة في العالم الثالث، الوطن العربي نموذجاً، الطبعة الثانية (دمشق : دار دمشق للطباعة والنشر، ١٩٧٣).
٨٤. عادل حسين، الاقتصاد المصري من الاستقلال الي التبعية ١٩٧٤-١٩٧٩، ج١، ج٢، الطبعة الثانية (القاهرة : دار المستقبل العربي، ١٩٨٢).
٨٥. عاطف غيث، القرية المتغيرة : دراسة في علم الاجتماع القروي (القاهرة : دار المعارف، ١٩٦٤).
٨٦. عبد الباسط عبد المعطي (د٠)، الاعلام وتزييف الوعي (القاهرة : دار الثقافة الجديدة، ١٩٧٩).
٨٧. -----، الصراع الطبقي في القرية المصرية (القاهرة : دار الثقافة الجديدة، ١٩٧٧).
٨٨. عبد اللطيف حمزة (د٠)، أزمة الضمير الصحفي (القاهرة : منشورات دار الفكر العربي، ١٩٦٠).
٨٩. -----، الاعلام له تاريخه ومذاهبه (القاهرة : الانجلو المصرية، ١٩٦٥).
٩٠. -----، الاعلام والدعاية، الطبعة الثانية (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٧٨).
٩١. عبد اللطيف بغدادى، مذكرات، جزأ١ (القاهرة : المكتب المصري الحديث، ١٩٧٧).
٩٢. عبد العظيم رمضان (د٠)، الصراع الاجتماعي والسياسي في مصر منذ قيام ثورة ٢٣ يوليو ١٩٥٢ الي نهاية أزمة مارس ١٩٥٤ (القاهرة : مكتبة مدبولي، ١٩٧٥).
٩٣. عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال والثقافة بين النظرية والتطبيق (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، ١٩٩٠).

٩٤. عبد القادر شهاب، محكمة الانفتاح الاقتصادي في مصر (بيروت : دارا بن خلدون، ١٩٧٩).
٩٥. عبد الهادي الجوهري (د) وآخرون، دراسات في علم الاجتماع السياسي (اسيوط : دار الطليعة ١٩٧٩).
٩٦. عصمت سيف الدولة (د)، هل كان عبد الناصر ديكتاتورا، ط ٢ (بيروت : دار المسيرة، ١٩٨٣).
٩٧. علي الجريتلي (د)، خمسة وعشرون عاما : دراسة تحليلية للسياسيات الاقتصادية في مصر ١٩٧٧-٥٢ (القاهرة : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٧).
٩٨. علي الدين هلال (د) محرر، النظام السياسي المصري : التغير والاستمرار (القاهرة : النهضة المصرية، ١٩٨٨).
٩٩. ----- وآخرون، تجربة الديمقراطية في مصر ٧٠-١٩٨١، ط ٢ (القاهرة : المركز العربي للبحوث والنشر، ١٩٨٢).
١٠٠. ----- (محرر)، انتخابات مجلس الشعب ١٩٨٤ : دراسة وتحليل، (القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام، ١٩٨٦).
١٠١. -----، "محاضرات في التنمية السياسية"، محاضرات القيت علي طلبة كلية الاقتصاد، جامعة القاهرة ٧٤/١٩٧٥
١٠٢. علي صبري، سنوات التحول الاشتراكي وتقييم الخطة الخمسية الاولى (القاهرة : دار المعارف، د.ت).
١٠٣. علي ليلة (د)، العالم الثالث : قضايا ومشكلات (القاهرة : دار الثقافة للنشر والتوزيع، ١٩٨٥).
١٠٤. عمرو محيي الدين (د)، التخلف والتنمية (بيروت : دار النهضة العربية للطباعة والنشر، ١٩٧٥).

١٠٥. عواطف عبد الرحمن (د)، دراسات في الصحافة المصرية المعاصرة (القاهرة : دار الفكر العربي ١٩٨٦).
١٠٦. فاروق يوسف أحمد (د)، الثورة والتغير السياسي في مصر، ط ٢ (القاهرة : مكتبة عين شمس، ١٩٨١).
١٠٧. -----، دراسات في الاجتماع السياسي : القوة السياسية (القاهرة : مكتبة عين شمس، ١٩٧٩).
١٠٨. -----، الديمقراطية في مصر، سلسلة مصر المستقبل (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، بدون).
١٠٩. فتحي الابياري، صحافة المستقبل والتنظيم السياسي (الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٠).
١١٠. فؤاد زكريا (د)، خطاب الي العقل العربي، سلسلة كتاب العربي، العدد (١٧) (الكويت : اكتوبر ١٩٨٧).
١١١. فؤاد مرسى (د)، حتمية الحل الاشتراكي (القاهرة : دار الكتاب العربي، ١٩٦٧).
١١٢. فؤاد مطر، بصراحة عن عبد الناصر : حوار مع محمد حسنين هيكل (القاهرة : مطابع الاهرام التجارية، ١٩٧٥).
١١٣. كامل زهيري، الصحافة بين المنح والمنع (القاهرة : دار الموقف العربي، ١٩٨٠).
١١٤. كمال المنوفي (د)، الثقافة السياسية المتغيرة في القرية المصرية (القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام، ١٩٧٩).
١١٥. كريمة كريم (د)، "توزيع الدخل بين الحضر والريف في مصر ١٩٧٥-٥٢ م"، المؤتمر العلمي السنوي الثالث للاقتصاديين المصريين ٢٣-٢٥ مارس، القاهرة : ١٩٧٨.

١١٦. لويس كامل مليكه (د)، بين الايجابية واللامبالاة (جمهورية مصر العربية : مركز تنمية المجتمع بسر السليان، ١٩٦٦).
١١٧. -----، سيكولوجية الجماعات والقيادة (القاهرة : دار النهضة المصرية، ١٩٦٣).
١١٨. -----، قراءات في علم النفس الاجتماعى (القاهرة : الدار القومية للطباعة والنشر، ١٩٦٥).
١١٩. ليلي عبد الحميد (د)، حرية الصحافة بين التشريع والتطبيق ١٩٧٤-٥٢ (القاهرة : العربي للنشر والتوزيع، ١٩٨٣).
١٢٠. محمد الجوهري (د)، العدد الثالث (القاهرة : دار المعارف، ١٩٨٢).
١٢١. محمد حسنين هيكل، الصحافة والسياسة، الطبعة الخامسة (بيروت : شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ١٩٨٤).
١٢٢. -----، خريف الغضب، الطبعة (١٩) (بيروت : شركة المطبوعات للتوزيع والنشر، ١٩٨٧).
١٢٣. -----، مصر ، لا لعبد الناصر، الطبعة الثانية (بيروت : شركة المطبوعات للتوزيع والنشر / ١٩٨٢).
١٢٤. محمد سيد محمد (د)، الاعلام والتنمية (القاهرة : مكتبة الخانجي، بدون).
١٢٥. محمد كامل ليله (د)، النظم السياسية (القاهرة : دار الفكر العربي، ١٩٦٨).
١٢٦. محمد عاطف غيث (د)، قاموس علم الاجتماع (الاسكندرية : الهيئة المصرية العامة للكتاب، ١٩٧٩). ----- وآخرون، مجالات علم الاجتماع المعاصر: اسس نظرية ودراسات واقعية (الاسكندرية : دار المعرفة الجامعية، ١٩٨٢).
١٢٧. محمد عبد القادر حاتم (د)، الاعلام والدعاية : نظريات وتجارب (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ١٩٧٢).

١٢٨. محمد عمارة (د)، الاسلام والسلطة الدينية، ط ٢ (بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ١٩٨٠).
١٢٩. محمود القاضي (د)، البيوت الزجاجية، ط ١ (القاهرة : دار الموقف العربي، ١٩٨١).
١٣٠. محمود عبد الفضيل (د)، التحولات الاقتصادية والاجتماعية في الريف المصري ٥٢-١٩٧٠م (القاهرة : الهيئة العامة للكتاب، ١٩٧٨).
١٣١. محمود علم الدين (د)، مصداقية الاتصال (القاهرة : دار الوزان للطباعة، ١٩٨٩).
١٣٢. محمود عودة (د)، أساليب الاتصال والتغير الاجتماعي : دراسة ميدانية في قرية مصرية (القاهرة : دار المعارف، ١٩٧١).
١٣٣. محمود متولى (د)، الاتحاد الاشتراكي وعاء الديمقراطية (القاهرة : النهضة العربية، ١٩٦٤).
١٣٤. محمود محمد سفر (د)، الاعلام .. موقف، الكتاب العربي السعودي العدد (٦٣)، ط ١ (السعودية : جده، تهامة، ١٩٨٢).
١٣٥. مختار التهامي (د)، الرأي العام والحرب النفسية (القاهرة : دار المعارف ١٩٦٧). الاعلام والتحول الاشتراكي، ط ١ (القاهرة : دار المعارف ١٩٦٦).
١٣٦. مديحة الصفتى (د)، "ملامح وتطوير التعليم الجامعي في مصر" دراسة مقدمة الي مشروع دراسة التعليم العالى والتنمية، مركز البحوث والدراسات السياسية (القاهرة : كلية الاقتصاد، ١٩٨٩).
١٣٧. مصطفى حجازى، التخلف الاجتماعى سيكولوجية الانسان المقهور (بيروت : معهد الأنماء العربي، ١٩٨٠).
١٣٨. مصطفى كامل السيد (د)، قضايا في التطور السياسي لبلدان القارات الثلاث، ط ١ (القاهرة : بروفيسنال للاعلام والنشر، ١٩٨٤).

١٣٩. منى ابو الفضل (د)، "النظم السياسية العربية"، مذكرات (القاهرة : كلية الاقتصاد / ٨٠ / ١٩٨١).

١٤٠. نبيل راغب، السادات رائد التأصيل الفكرى (القاهرة : دار المعارف، ١٩٧٥).

١٤١. نزيه نصيف الايوبى (د)، سياسة التعليم في مصر (القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام، ١٩٧٨).

١٤٢. -----، الثورة الادارية (القاهرة : مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بالاهرام، ١٩٧٧).

١٤٣. هدى راغب، "أزمة المشاركة السياسية في البلاد التي قطعت شوطا في طريق التعددية بعد أحداث الخليج : دراسة حالة الاردن والجزائر"، المؤتمر السنوى الخامس للبحوث السياسية (القاهرة: كلية الاقتصاد، ديسمبر ١٩٩١).

١٤٤. والبر شرام، أجهزة الاعلام والتنمية الوطنية، ترجمة محمد فتحى (القاهرة : دار المعارف، ١٩٧٠).

١٤٥. وليام ل . ريفزرو وآخرون، وسائل الاعلام والمجتمع الحديث، ترجمة ابراهيم أمام (القاهرة : دار المعرفة، ١٩٧٥)

١٤٦. يحيى الجمل (د)، النظام الدستورى في جمهورية مصر العربية (القاهرة : دار النهضة العربية، ١٩٧٤).

١٤٧. يوسف السباعى، مصر المشكلة والحل، (القاهرة: دار المعارف، ١٩٧٧).

ب- دوريات :

١. ابتسام أبو الفتوح (د)، "الاتصال غير اللفظي" مجلة النيل، العدد ٤٧ (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، اكتوبر ١٩٩١).

٢. ابراهيم عبد الله المسلمى، "الأقاليم في المجالات الاسبوعية المصرية" مجلة الدراسات الاعلامية، العدد ٥٢ (القاهرة : يوليو/ سبتمبر ١٩٨٨).

٣. اسامة الغزالي حرب (د)، "الديمقراطية في العالم العربي بين القبول المبدئي والتطبيق التدريجي" صحيفة الحياة، العدد ١٠٦٦٣ في ١٩ ابريل ١٩٩٢ .
٤. ألفت حسن أغا (د)، "الاتصال الجماهيري وتنمية العالم الثالث" مجلة السياسة الدولية، العدد ١٠٦ (القاهرة: مؤسسة الاهرام، اكتوبر ١٩٩١) .
٥. الأدرسي العلمي (د)، "الاعلام الذي نريده" دراسة مقدمة الي منظمة الثقافة والتربية والعلوم العربية (تونس، ١٩٨٣) .
٦. جلال عبدالله معوض، "أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي" مجلة المستقبل العربي، العدد(٥٥) (بيروت : سبتمبر ١٩٨٣) .
٧. جميل مطر، "الاعلام المصري وأزمة الخليج" مجلة س الدراسات الاعلامية، العدد(٦٤) (القاهرة: يوليو/ سبتمبر ١٩٩١) .
٨. حامد ربيع (د)، "الظاهرة الانهائية وخصائص القيادة في الأمة العربية" مجلة قضايا عربية، السنة السابعة، العدد(٣) (تونس، مارس ١٩٨٠) .
٩. جيهان رشتي (د)، "تطوير النظريات العلمية حول دور الاعلام في التنمية" مجلة الدراسات الاعلامية، العدد(٦٣) (القاهرة: يناير/ مارس ١٩٩١) .
١٠. خالد شاكر جاويش، "رجع الصدى، التأثير، الفعالية" مجلة النيل، العدد ٤٧ (القاهرة: الهيئة العامة للاستعلامات، اكتوبر ١٩٩١) .
١١. خالد عبد الناصر، "أزمة الديمقراطية في الوطن العربي" مجلة المستقبل العربي العدد(٥٥)، (بيروت : سبتمبر ١٩٨٣) .
١٢. سعد الدين ابراهيم (د)، "العرب والعالم في التسعينيات" صحيفة عمان (مسقط سلطنة عمان، الاول من نوفمبر ١٩٨٩) .
١٣. سهير بركات (د)، "الاعلام الانهائي واعداد البنية البشرية الاعلامية العربية" مجلة الاعلام العربي، العدد الثاني، ديسمبر ١٩٨٣) .
١٤. صلاح الدين حافظ، "حرية الاعلام وحرب الخليج" مجلة الدراسات الاعلامية، العدد(٦٣) (القاهرة: ابريل/ يونيو ١٩٩١) .

- ١٥ . طه محمود طه (د)، "وسائل الاتصال الحديثة : أبعاد جديدة لانسان القرن العشرين" مجلة عالم الفكر، المجلد (١١) (الكويت : سبتمبر ١٩٨٠) .
- ١٦ . عثمان ياسين الرواف، "مدرستا التنمية والتبعية وأوجه التباين بين الطرح النظرى والواقع التطبيقى" مجلة العلوم الاجتماعية، العدد ٣، مجلد ١٧ الكويت، صيف ١٩٨٩ .
- ١٧ . علي الصاوى، "ديمقراطية الاعلام : نظرة علي الواقع العربي" مجلة اليقظة العربية العدد(٤)، ابريل ١٩٨٨ .
- ١٨ . عمر الخطيب (د)، "التنمية والمشاركة في أقطار الخليج العربية" مجلة المستقبل العربي، العدد(٤٠)، (بيروت: يونيو ١٩٨٢) .
- ١٩ . فاروق جويده، "الشباب ومصداقية الاعلام" صحيفة الاهرام، العدد ٣٨٣٧٩(القاهرة : ٥ يناير ١٩٩٢) .
- ٢٠ . فاروق يوسف أحمد (د)، "المشاركة السياسية في مصر" الاهرام الاقتصادي، العدد ٧٧٧(القاهرة : مؤسسة الاهرام، ٥ ديسمبر ١٩٨٣) .
- ٢١ . فهمي هويدى، "أين المنطقة العربية من جلاسنوات العالم الاشتراكى" صحيفة الخليج (الشارقة في ٢٤ اكتوبر ١٩٨٩) .
- ٢٢ . كمال المنوفى (د)، "الثقافة السياسية وأزمة الديمقراطية في الوطن العربي" مجلة المستقبل العربي، العدد(٢٨٠)، اكتوبر ١٩٨٥ .
- ٢٣ . -----، "التعبئة السياسية للفلاحين في الوطن العربي" مجلة شتون عربية العدد(١٦) (تونس : يونيو ١٩٨٢) .
- ٢٤ . -----، "التنشئة السياسية في الادب السياسي المعاصر" مجلة العلوم الاجتماعية، العدد الرابع السنة السادسة، (الكويت : يناير ١٩٧٩) .
- ٢٥ . محمد أبو مندور (د)، "الانفتاح والنفط في القرية المصرية" الاهرام الاقتصادي (القاهرة : مؤسسة الاهرام : ١٩ مارس ١٩٨٤) .

٢٦. محمد حنين هيكل، "صنع القرار السياسي في مصر" صحيفة أخبار اليوم (القاهرة: دار الأخبار: في ٢٢ فبراير، ١٩٨٦).
٢٧. محمد حلمى مراد (د)، "أثر التطور السياسي والاقتصادى علي تشريع العمل في مصر" مجلة العمل العربية، العدد(٧) (القاهرة: يونية١٩٧٦).
٢٨. محمد سيد محمد (د)، "كيف نقيس المصداقية في الاعلام العربي" مجلة الدراسات الاعلامية، العدد٤٩ (القاهرة: اكتوبر / ديسمبر ١٩٨٧).
٢٩. محمد سيد عتران، "الاتصال والمشاركة الجماهيرية" مجلة النيل، العدد(٤٧) (القاهرة: الهيئة العامة للاستعلامات، اكتوبر ١٩٩١).
٣٠. محمد صحى عبد الحكيم (د)، الهجرة الداخلية في مصر، دراسات سكانية (القاهرة: فبراير ١٩٧٥).
٣١. محمد مصالحه (د)، "تنمية الاعلام كشرط للتنمية العربية الشاملة" مجلة شئون عربية، العدد(٣٨) (تونس: يونيو١٩٨٤).
٣٢. -----، "نحو مقرب علمي لحق الاتصال ومشكلاته في الوطن العربي" مجلة شئون عربية، تونس في ٢٤ فبراير ١٩٨٣.
٣٣. محمود عبد الفضيل (د)، "عصر التلفزيون في الوطن العربي" صحيفة الاهرام، العدد٣٥٨٩٩، القاهرة في ٢٧ مارس ١٩٨٥.
٣٤. مطيع المختار، "الاعلام العربي المشترك من أجل التنمية والوحدة" مجلة الوحدة، السنة الخامسة، العدد(٥٤) مارس ١٩٨٩.
٣٥. نادي حسن سالم (د)، "التنشئة السياسية للطفل العربي: دراسة لتحليل مضمون الكتب المدرسية" مجلة المستقبل العربي، السنة السادسة، العدد(٥١) (، مايو ١٩٨٣).
٣٦. نبيل عبد الفتاح، "النظام الاعلامي الجديد وتغيير العالم" صحيفة الاهرام، العدد٣٨٣٥٦، القاهرة: ١٩٩١.

٣٧. نوال عمر (د٠)، "الاذاعة المحلية ودورها في تنمية المجتمع المحلي" مجلة الدراسات الاعلامية، العدد ٦٢ (القاهرة:يناير/ مارس ١٩٩١).
٣٨. وليد فتح الله بركات، "الاتصال مفهومه وعناصره" مجلة النيل، العدد(٤٧)، (القاهرة : الهيئة العامة للاستعلامات، اكتوبر ١٩٩١).