نظرية الفعل التواصلى وعلاقتها بفاعلية أداء المؤسسات الإعلامية

Communicative Action Theory and its Relationship to Performance Effectiveness in Media Institutions

ليديا صفوت إبراهيم

مدرس الإعلام فى كلية البنات – جامعة عين شمس

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى مناقشة القضايا الأساسية لنظرية الفعل التواصلي عند هابرماس والانطلاق من هذه القضايا فى دراسة فاعلية الأداء فى المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على وكالة أنباء الشرق الأوسط.

واتفقت نتائج البحث مع بعض الفرضيات الخاصة بالنظرية النقدية وخاصة نظرية الفعل التواصلي عند هابرماس فيما يتعلق بتأثير القوى المسيطرة فى المجتمع على عمل وسائل الإعلام، حيث تؤكد هذه القوى نفوذها من خلال وسائل الإعلام التى تقوم بإعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية بما يتفق مع رؤيتها وأهدافها، بينما لم تدعم النتائج الفروض الخاصة بقدرة وسائل الإعلام على تحقيق استقرار المجتمعات عن طريق حشد وتعبئة الجماهير تجاه القضايا التى تحقق هذا الاستقرار، حيث أشارت النتائج إلى أن الوكالة – خاصة فى عهد مبارك – كانت تدعم رموز النظام السياسى الحاكم أكثر من تعبيرها عن مصالح الدولة. وعلى الجانب الآخر اتفقت النتائج مع رؤية هابرماس حول ضرورة خلق أنماط اتصالية جديدة تنمو وتتطور عن طريق الحوارات الجماعية القادرة على طرح خطاب عقلانى نقدى يحل محل الخطاب الرسمى، وذلك لاستبدال النظام المؤسسى بنظام آخر لا يحتوى على معوقات وعراقيل تعوق حركة الأفراد ومشاركتهم فى المجتمع.

This paper aims to discuss the principal issues of Habermas "Communicative Action" theory and to use these issues to examine the effectiveness of performance in media institutions, especially the Middle East News Agency.

The results agreed with some hypotheses of critical theory especially the Communicative Action theory with regard to the influence of dominant forces in

society on the role of media, where they confirm their influence through the media to reform the social facts in line with their vision and goals. While the results didn't support the hypotheses about the ability of media to stabilize societies by mobilizing the public towards the issues that brings about this stability. On the other hand, the results agreed with Habermas'(Wikipedia The Free vision) about the necessity of creating new communication patterns that grow and develop through collective dialogue capable of offering rational and critical discourse to replace the institutional system with another system that does not hinder the movement of individuals and their participation in the society.

المقدمة:

يمثل هابرماس الجيل الثانى من فلاسفة مدرسة فرانكفورت وهو الجيل الذى قاد النظرية النقدية نحو مرحلة متقدمة من الشمول والاتساع وجعلها أكثر انفتاحا على العلوم الأخرى .

وينتمى هابرماس إلى حقلى الفلسفة والسوسيولوجيا، وقد بدأت المصادر الأساسية لنظرية (هابرماس) النقدية عبر تأثره بالنزعة الوجودية وفلسفة "مارتن هيدجر"، ثم تأثره بهربرت ماركيوز وماكس هوركهايمر من ناحية وشومسكى فى علم اللغة من ناحية أخرى.

وقد قدم هابرماس رؤية نقدية هامة فى دراسته لتأثير وسائل الإعلام فى المجتمعات الغربية – وهو أحد المجالات التى تناولتها النظرية النقدية بالدراسة والتحليل – فرأى أن الإعلام وسيلة فعّالة من وسائل هيمنة الدولة ومؤسساتها البيروقراطية التى تستخدمها لخلق رأى عام يساند توجهاتها؛ كما تناول ظهور الصحف الرأسمالية التى تدافع عن النظام القائم والمصالح الرسمية الموجودة آنذاك، الأمر الذى يعتبر بداية لظهور هيمنة السلطة من خلال مؤسساتها القائمة .

وواصل هابرماس تأسيس مشروعه النقدى الذى بدأه بكتاب (الميدان العام) بإصدار العديد من المؤلفات أبرزها (العلم والتقنية كأيديولوجيا). وقد ناقش هذا الكتاب مدى قدرة التكنولوجيا على تحقيق التحرر للإنسان، مشيرا إلى أن التقدم العلمى والتكنولوجى لم يحققا هدف الإنسان فى التحرُّر، بل كانا سببا فى إدخاله داخل قوالب اجتماعية جديدة منبثقة عن المؤسسات التكنولوجية.

ويرى هابرماس أن المخرج من هذا الوضع المتأزِّم لا يتحقق إلا بخلق أنماط اتصالية أفقية بين الجماعات، يسودها خطاب عقلانى من شأنه أن يحرِّر الوعى تدريجيا من الهيمنة الذهنية الراهنة. وقد ظل هابرماس يسعى نحو هدفه الأساسي المتمثل فى تكوين منهج فكرى نقدى يطرح أنماطًا جديدة من الاتصال تعمِق العلاقة بين الفرد ومجتمعه.(عواطف عبد الرحمن، ٢٠٠٢ :٢٩-٣٤)

وقد ظهر ذلك فى نظريته عن الفعل التواصلى. وتأسيسًا على ماسبق تهدف هذه الورقة البحثية إلى مناقشة القضايا الأساسية لنظرية الفعل التواصلى عند هابرماس، والانطلاق من هذه القضايا فى دراسة فاعلية الأداء فى المؤسسات الإعلامية المصرية بالتطبيق على وكالة أنباء الشرق الأوسط التى تعدُّ من أقدم الوكالات العربية والإقليمية وأول وكالة أنباء فى إفريقيا ودول العالم الثالث (وكالة أنباء الشرق الأوسط،٢٠١٣ :٤).

ومن ثم سيتم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى محورين:

أولا: نظرية الفعل التواصلى عند هابرماس والروافد الأساسية التى ساهمت فى تكوينها.

ثانيا: توظيف القضايا النظرية للفعل التواصلى فى دراسة فاعلية الأداء فى وكالة أنباء الشرق الأوسط.

أولا: نظرية الفعل التواصلى عند هابرماس وروافدها الأساسية:

تدخل نظرية الفعل التواصلى ضمن مشروع هابرماس الأكبر، وهو تأسيس نظرية نقدية للمجتمع الحديث؛ وقبل التطرُّق إلى الأفكار التى انطلقت منها النظرية، تجدر بنا الإشارة أولا إلى نشأة وأهداف النظرية النقدية ودورها فى دراسة وسائل الإعلام، ثم نعرض للروافد التى ساهمت فى تكوين نظرية الفعل التواصلى ونناقش قضاياها الأساسية وأبرز الانتقادات التى تعرضت لها فى ختام هذا الجزء .

١- نشأة وأهداف النظرية النقدية ودورها فى دراسة وسائل الإعلام.

ترتبط النظرية النقدية بمعهد البحوث الاجتماعية الذى تأسّس فى جامعة فرانكفورت بألمانيا عام ١٩٢٣، وقد أرسي قواعده فليكس هيل وضم هوركهايمر وتيودورادرنو وهربرت ماركيوز وإيرك فروم ويورجين هابرماس، وبفضل جهودهم المتواصلة اكتسبت المفاهيم النظرية التى يطرحونها معانى أكثر تحديدا ووضوحا؛ وشكل مجمل الجهد النظرى الصادر عنهم الملامح الأساسية لما عرف بمدرسة فرانكفورت كنظرية تتجه لنقد الواقع

الاقتصادى والثقافى للمجتمعات الرأسمالية، مستندة فى ذلك إلى إعادة توجيه الماركسية من جديد، حيث شهدت عشرينيات القرن الماضى عملية إحياء النظرية الماركسية فى وسط وغرب أوربا (زكى عبد المجيد،١٩٩٥ :٢٥)، وذلك بسبب:

– نشوب الحرب العالمية الأولى وما أحدثته من تغييرات شاملة.

– نشوب الثورة الروسية التى انتقلت بآثارها إلى العالم أجمع، حيث استطاع حزب صغير – مزود بعقيدة ماركسية – التأثير على مجريات الأحداث العالمية والقومية (السيد الحسينى ،١٩٨٣ :٢٤٥).

إضافة إلى الكساد الاقتصادى الذى شهده العالم فى الثلاثينيات، وإخفاق المشروع الوضعى والنظريات التقليدية فى تفسير إشكاليات الواقع الثقافى والاجتماعى، لأن النظريات الوضعية كانت تدعم القيم الثقافية والأخلاقية التى ينهض عليها النظام الرأسمالى وتؤكد الاستقرار والتكامل الاجتماعى فى واقع لا يشهد غير التناقض والصراع (زكى عبد المجيد،١٩٩٥ :٢٩٢).

ومرت النظرية النقدية بعدة مراحل حتى استكملت نضجها من الناحية الفكرية، وكانت أولى هذه المراحل مرحلة التأسيس التى استغرقت سبع سنوات بدءًا من عام ١٩٢٣، واتسمت هذه المرحلة باقتفاء الخطوط الماركسية ومحاولة إثرائها وتطويرها. وامتدت المرحلة الثانية من عام ١٩٢٩ إلى عام ١٩٣٥، وركزت على خطأ الاعتقاد بأن الاقتصاد هو الواقع الحقيقي الوحيد، ومن ثم بدأ تأسيس رؤية نقدية تشارك فيها أنساق معرفية متباينة مثل الثقافة وعلم الجمال وعلم النفس (عواطف عبد الرحمن ،٢٠٠٢ :٢٢).

وجاءت المرحلة الثالثة فى الفترة من ١٩٣٥ إلى ١٩٤٩، وسميت بفترة المهجر بسبب هجرة أعضاء مدرسة فرانكفورت تحت وطأة الحكم النازى إلى الولايات المتحدة الأمريكية، وفى هذه المرحلة تم إعادة النظر فى مقولة الصراع الطبقى فى مدرسة فرانكفورت، حيث ذهبوا إلى تنحية هذا الصراع جانبا مستبدلين إياه بصراع الإنسان (زكى عبد المجيد،١٩٩٥ :٢٨).

وأخيرا المرحلة الرابعة، وهى مرحلة العودة إلى الوطن مرة أخرى بعد الحرب العالمية الثانية. وقد اتجهت موضوعات البحث فى هذه المرحلة نحو تناول المشكلات التى بدأت تفرض نفسها على المجتمعات

الرأسمالية المتقدمة كالدور الذى تلعبه وسائل الإعلام والثقافة والدعايا فى تزييف وعى الجماهير (عواطف عبد الرحمن ،٢٠٠٢ :٩٣).

وجاءت تحليلات مدرسة فرانكفورت فى دراسة وسائل الاتصال الجماهيري سواء فى الولايات المتحدة أو أوربا فى إطار تحليلهم الثقافى والأفكار المعرفية التى ارتبطت بواقع هذه المجتمعات، باعتبار أن النظام الإعلامى ووسائل الاتصال هى نظم فرعية ترتبط بالنظام الثقافى العام الذى يشكل الإطار المعرفى والأيديولوجى ككل (عبدالله محمد ،٢٠٠٢ :١٥٨-١٥٩).

وبصفة عامة تنظر النظرية النقدية إلى وسائل الإعلام نظرة متشككة فى علاقتها بالسلطة والقوى المسيطرة فى المجتمع. وترى أن الصراع القائم فى المجتمع بين هذه الوسائل وتلك القوى يميل إلى أن يكون فى صالح القوى المسيطرة التى تؤكد نفوذها وتسير فى ممارسة هذا النفوذ من خلال وسائل الإعلام (محمد عبد الحميد،٢٠٠٤ :٢٠٩). وكما أوضحت الكتابات الماركسية فإن وسائل الإعلام تعد اليوم "السلاح الخفى" الذى تستخدمه الطبقة الرأسمالية فى السيطرة على المجتمعات الغربية وتوجيه الشعوب مثلما تريد، فالمعلومات على اختلاف أنواعها وطبيعتها – وفقا للنظرية الماركسية – جزء لا يتجزّأ من النسق الرأسمالى (Mcnair, 2006:18). وركزت النظرية على التفاعل بين النظام الاقتصادى والحياة السياسية والاجتماعية والثقافية.

ولعب هابرماس دورا هاما فى هذا الصدد من خلال رؤيته النقدية للإعلام – كما سبق وذكرنا – باعتباره أحد الوسائل الفعالة التى تستخدمها الدولة ومؤسساتها البيروقراطية لخلق رأى عام يساند توجهاتها. ورأي هابرماس أن نسق السلطة أو القوى في المجتمع ترجمة لعلاقات الاتصال بين الناس وبعضها، فمن خلال إقرار الناس لهذه الأفعال الاتصالية بينهم تتولد فكرة السلطة والقوة وهيمنة فكرة الدولة على الفرد فيما بعد، ومن ثم فالفرد يسهم فى نشأة وتطور السلطة التى تهيمن عليه وتتحكم فى مصيره فيما بعد (Edgar Borgatta,Borgatta Marie:387). ومن ثم ظل هابرماس يسعى نحو هدفه الأساسي المتمثّل فى تكوين منهج فكرى نقدى يطرح أنماطا جديدة من الاتصال تعمِق العلاقة بين الفرد ومجتمعه، وظهر ذلك فى نظريته عن الفعل التواصلى وهو ما سنتناوله في المحور التالى.

٢- القضايا الأساسية لنظرية الفعل التواصلى والروافد التى ساهمت فى تكوينها.

قبل التطرق إلى الأفكار التي انطلقت منها نظرية الفعل التواصلى، تجدر بنا الإشارة إلى الروافد الأساسية التي ساهمت فى تكوينها، فقد كان علم الاجتماع أحد المكونات الأساسية فى مشروع هابرماس لارتباطه بالمشكلات التي ظهرت عن تحديث المجتمع وأهمية دور النظرية الاجتماعية فى تحولات القيم الموجهة لمؤسسات المجتمع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، كذلك اهتم علماء الاجتماع بمشكلات العقلانية التي اهتم بها هابرماس محاولاً إعادة تأسيس النظرية النقدية على ما يسميه العقلانية التواصلية، التى تدعو إلى تفعيل دور العقل خاصة بعد ما تم توظيفه كأداة لخدمة الإنتاج الصناعي فى المجتمعات الرأسمالية، وما ترتب على ذلك من اغتراب الذات عن الموضوع، وتحول عقل التنوير إلى ما أطلق عليه اسم العقل الأداتى الذى ينظر إلى الإنسان باعتباره جزءًا يشبه الأجزاء الطبيعية والمادية، مما يجعله عاجزا عن إدراك العمليات الاجتماعية والسياسية والتاريخية فى سياقها الشامل، وعاجز أيضا عن تجاوز الحاضر للوصول إلى الماضى واستشراف المستقبل، ومن ثم يكون العقل الأداتى قادرا على شيء واحد فقط، وهو قبول الأمر الواقع والتكيف مع الوقائع والأحداث القائمة.

فالعقل الأداتى كان موجها لتحقيق غايات معينة دون النظر إلى مدى فائدتها على الإنسان، ولعل عبارة أن"الغاية تبرر الوسيلة" تعتبر ملخصا واضحا ومختصرا للعقل الأداتى.

وقد اهتم هابرماس بعلماء الاجتماع أمثال ماكس فيبر ودوركايم وبارسونز الذي اهتم بنظرية الفعل عنده، وبدأ بصياغة نظريته عن الفعل التواصلي، فقام بالتأليف بين النزعة الوظيفية عند تالكوت بارسونز وبين النظرية العقلانية عند ماكس فيبر.

كما كانت فلسفة اللغة أحد أهم الروافد الأساسية فى تكوين نظرية الفعل التواصلي؛ فقد اهتم هابرماس اهتمامًا خاصًا بأعمال اللغويين وفلاسفة اللغة، خاصة عند كلٍ من جون أوستن وجون سيرل، وقد ناقش هابرماس قضية العقلانية التواصلية فى كتابه (نظرية الفعل الاتصالى) عام ١٩٨١، وعرف (العقل التواصلى) بأنه عملية دائرية يكون للفاعل فيها دوران:

- الفاعل المتحكِّم فى مواقفه المسئول عنها.
- المفعول به باعتباره نتاج مجموعات ينتمى إليها ويتوقف تماسكها الاجتماعى عليه، باعتباره خاضعًا لعمليات الإدماج الاجتماعى التى نشأ وترعرع فيها (عبد الرحمن شباب،٢٠١٩: ٣٤٧ Edgar). (Borgatta,Borgatta Marie,388)

ومن ثم فإدخال هابرماس للبعد التواصلى فى مفهومه الجديد عن العقلانية يحقق التفاعل بين الناس من خلال التواصل اللغوى الهادف إلى التفاهم المتبادل وفق قواعد أخلاقية تحكم العملية التواصلية (عطيات أبو السعود، ٢٠٠٤: ٣١٤-٣١٩)، وهذا ما سنفصل الحديث عنه من خلال مناقشتنا لقضايا نظرية الفعل التواصلى، فمفهوم الفعل التواصلي يشير إلى الفعل المشترك لذاتين على الأقل قادرين على الكلام والفعل وإقامة علاقات شخصية مشتركة، فالفاعلون هنا يسعون إلى تفهم موقف الفعل، وذلك لكي ينسقا لفعلهما بالتراضي والتفاهم بينهما.

ويقصد هابرماس بالتفاهم ذلك الاتفاق بين المشاركين فى عملية التواصل، بمعنى أن يحيل التفاهم إلى اتفاق مبرر عقليًا بين الذوات القادرة على الكلام والفعل للوصول إلى إجماع (عطيات أبو السعود ،٢٠٠٤: ٣٢١-٣٢٦). ويفترض مفهوم الفعل التواصلي أن اللغة هى الوسط الذي يمكن أن يتحقق فيه نوع من التفاهم؛ فهي الأداة الرئيسة لتوصيل المعاني والأفكار، وكما يمكن توظيف اللغة للترويج لأيدلوجيات زائفة، يمكن توظيفها أيضًا لتصحيح الأفكار غير العقلانية وغير المنطقية .

فالفرد يسعى لاستخدام اللغة لتغليب منطقه أو تصوره العقلاني على الأمور، محاولاً إقناع الغير بهذه الرؤى المنطقية، ويستطيع المشاركون من خلال التفاهم الذي ينشأ بينهم فى عملية التفاعل أن يثيروا ما يسمى بمزاعم الصدق أى مصداقية المعبر عنه التي يمكن الاتفاق أو الاختلاف حولها، وترتبط درجة الصدق فى الكلام بالمعتقدات والقيم التي تحرِّك البشر، كما ترتبط أيضًا بتجاربهم وخبراتهم الشخصية وقوة العلاقة بينهم (Edgar Borgatta,Borgatta Marie:388).وأوضح هابرماس هذه النقطة من خلال تحديده لشروط التواصل لفهم الأقوال والتعبيرات (عطيات أبو السعود ،٢٠٠٤: ٣٢٤)، وهى كالتالى:

(أ) قابلية التعبير اللغوي للفهم.

(ب) حقيقة مضمونه أو صدق محتواه.

(جـ) مصداقية مقاصد المعبَر عنه.

(د) المشروعية المعيارية للقول أو التعبير، أى المطالبة بأن يكون صحيحًا.

ويرى هابرماس فى نسق القوة أو السلطة بالمجتمع ترجمة لعلاقات الاتصال بين الناس وبعضها؛ فمن خلال إقرار الناس لهذه الأفعال الاتصالية بينهم تتولد فكرة السلطة والقوة وفكرة هيمنة الدولة على الفرد فيما بعد؛ ومن ثم فالفرد يسهم فى نشأة وتطور السلطة التى تهيمن عليه وتتحكم فى مصيره فيما بعد (Edgar Borgatta,Borgatta Marie:387).

ومن ثم يتطلب الفعل التواصلي تحقيق مجموعة من الأمور هى (Scott,2006:127):

١- نسق اجتماعي ديمقراطي يشمل الجميع ولا يستبعد أحدًا، وهدفه ليس الهيمنة بل الوصول إلى التفاهم، بحيث يسمح للجميع بفرص متكافئة لاستخدام أدوات العقل كالمساهمة فى الحوار، فيكون لكل فرد صوت يحسب حسابه عند اتخاذ القرار النهائي.

٢- وجود نظام أخلاقى يطلق عليه هابرماس الأخلاق الكلية التي تلقى القبول بدون ضغط.

ومما سبق يمكننا التعرف على خصائص عملية الاتصال والعوامل المؤثرة فيها "**خصائص عملية الاتصال والعوامل المؤثرة فيها وفقًا لنظرية الفعل التواصلى**":

(أ) خصائص عملية الاتصال.

(١) لابد أن تتسم عملية الاتصال . كما يرى هابرماس . بوجود أنماط اتصالية أفقية بين الجماعات يسودها خطاب عقلاني من شأنه أن يحرر الوعي تدريجيًا من الهيمنة الذهنية الراهنة ويحل محل الخطاب الرسمي.

(٢) الاتصال هو الذي يحقق التفاعل بين الناس من خلال التواصل اللغوي الهادف إلى التفاهم المتبادل وفق قواعد تحكم العملية التواصلية، وهذا التفاهم يقود إلى اتفاق مبرر عقليًا بين الذوات القادرة على الكلام والفعل للوصول إلى إجماع.

(ب) العوامل المؤثرة فيها.

(١) النسق الاجتماعي السائد.

يرتبط نجاح عملية الاتصال بوجود نسق اجتماعي ديمقراطي لا يهدف إلى الهيمنة والسيطرة بل الوصول إلى التفاهم، بحيث يسمح للجميع بفرص متكافئة لاستخدام أدوات العقل كالمساهمة فى الحوار.

(٢) النظام الأخلاقى.

يقتضى الاتصال الناجح وجود نظام أخلاقى يلقى القبول من الجميع دون ضغط، كذلك فإن الرسالة الإعلامية باعتبارها أحد مكونات العملية الاتصالية لابد أن يُنظر إليها كعملية اجتماعية تتحكم فيها العوامل التاريخية والاقتصادية والتكنولوجية والسياسية.

نقد النظرية النقدية عند هابرماس.

أشار هونيث إلى تحفظين على نظرية الفعل التواصلى، يتمثل التحفظ الأول: فى القول بأن هذا النموذج عاجز عن تفسير التجربة المُعاشة للأفراد بصورة شاملة أو كلية، ذلك لأن التواصل اللغوى ما هو إلا جانب من جوانب التفاعل الاجتماعى، أما التحفظ الثانى: فيتمثل فى القول بأن هابرماس تجاهل ما يسميه هونيث الطابع الصراعى السائد فى بنية المجتمع، الذى يحدد نمط الحياة الاجتماعية والأخلاقية التى تميزه (كمال بو منير، ٢٠١٠: ١٢٣-١٢٤).

فتعدُّد الأطياف السياسية واختلاف توجهات المجموعات البشرية وتباين مستويات المعيشة والتعليم والتربية بين الاشخاص يجعل استخدام العقل وتوظيف الحجج العقلية فى كثير من الأحيان أمرا صعب (عبد الرحمن شباب،٢٠١٩:٣٥٢).

فضلا عن عدم قدرة نظرية الفعل التواصلى على تحديد الأساس الذى يقوم فيه الفاعلون الاجتماعيون بتحديد تفاعلاتهم، ومن ثم يرفض كثير من كُتّاب ما بعد الحداثة فكرة أن العقل يمكن تعريفه خارج السياق الذى يستخدم فيه، مشيرين إلى أنه مجرد تعبير عن الكيفية التى ترى بها مجتمعات محددة ذاتها، وليس مهارة بشرية (Johnson,1991: 181) .

ويرد هابرماس على هذا الانتقاد من خلال محاولته الكشف عن تعقيد العقل والتمسك بفكرة أن العقل هو ما يمكِننا من فهم الواقع ورؤية حقيقة الأشياء، فيرى هابرماس أنه برغم الدور الذى تلعبه السياقات التى نعيش فيها فى تحديد" معرفتنا" بالواقع لانطوائها على اللغة والقيم الأخلاقية والاجتماعية، فإنه من غير المقبول تجاهل دور العقل فى التمييز بين الصواب والخطأ أو الحقيقة والزيف، ومن ثم فهم العالم من حولنا (آلن هاو،٢٠١٠ :٢٥٦).

وعمومًا يرى مؤيدو هابرماس أنه برغم نقد أنصار ما بعد الحداثة لرؤيته للعقل – كما سبق وأوضحنا – فإن أفكاره بشأن سلطة العقل والإرادة لايزال لها هيمنة وسيطرة على الكثير من المجالات الفكرية، فقد امتلك هابرماس رؤية عميقة للمتغيِّرات الاجتماعية المعاصرة، كما حاول أن يسير على هدى مدرسة فرانكفورت، وإن سار بعيدًا عن النظرة التشاؤمية التى غلفتها لسنوات طويلة (Edgar Borgatta,Borgatta Marie: 387).

ثانيا: توظيف القضايا النظرية للفعل التواصلى فى فاعلية الأداء فى وكالة أنباء الشرق الأوسط

تنطلق الدراسة الحالية من عدد من القضايا الخاصة "بالنظرية النقدية" فى علاقتها بالاتصال الجماهيرى، مع التركيز على توظيف قضايا نظرية الفعل التواصلى لهابرماس فى فاعلية أداء وكالة أنباء الشرق الأوسط، حيث لوحظ قلة اعتماد الدراسات – خاصة على المستوى العربى– على هذه النظرية، برغم اهتمامها بالدور الذى تلعبه وسائل الإعلام – على أساس دورها الفعلى وليس أهدافها المعلنة – فى تداول وتأمين الهيمنة الفكرية، فضلا عن تميزه بالمرونة، فلا يعوق الباحث عن استيعاب المستجدات التى تطرأ علي الظواهر والعلاقات الاجتماعية.

وعلى الجانب الآخر تنبع أهمية دراسة وكالات الأنباء من أهمية دورها على المستوى المحلى والدولى، حيث تعدُّ مصدرا أساسيا للأخبار.

وقد تعاظم دورها فى الوقت الحاضر بسبب ثورة المعلومات والاتصالات التى أدت إلى زيادة التدفق الإعلامى والمعلوماتى، حيث أصبح للإعلام بصمة واضحة على صناعة المعلومات؛ لأنه يشكل الطريقة التى يتلقى بها الجمهور المعلومات، كما يؤثر فى نوعية ومضمون هذه المعلومات (فاطمة القلينى،٢٠٠٢: ٥)، وهنا يبرز التحدى الأساسى الذى يواجه الإعلام العربى فى عصر العولمة وهو الوصول إلى مصادر الأخبار والفجوة الكبيرة بين من له حق الحصول على المعلومات ومن لا يملك هذا الحق (Baran & Davis, 2006: 373)

ولعل هذا ما دفع الدول العربية إلى التفكير فى إنشاء وكالات أنباء وطنية وإقليمية لمواجهة سيطرة وكالات الأنباء الكبرى، وتتفاوت أهمية الخدمات الإخبارية التى تقدمها هذه الوكالات لجمهورها؛ فبعضها لا يتعدى كونه مكاتب إعلام تابعة لوزارات الإعلام فى بلادها، وترتبط باتفاقيات تبادل مع إحدى الوكالات العالمية، بينما يحتفظ البعض الآخر من هذه الوكالات . مثل وكالة أنباء الشرق الأوسط . بشبكة مراسلين فى الداخل والخارج لتغطية الأخبار المحلية والإقليمية. وسنناقش فى هذا المحور فاعلية أداء وكالة أنباء الشرق الأوسط من خلال تحليل العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة فى فاعلية رسالتها الإعلامية من خلال مجموعة من العناصر تتمثل فيما يلى:

١ – الأهداف والأهمية

تتمثل أهداف الدراسة فى:

(ا) رصد المحددات الداخلية لفاعلية الرسالة الإعلامية لوكالة أنباء الشرق الأوسط والمتمثلة فى بيئة العمل الداخلية وخصائص القائم بالاتصال ومعايير الأداء المهنى.

(ب) التعرُّف على المحددات الخارجية المؤثرة فى فاعلية الرسالة الإعلامية لوكالة أنباء الشرق الأوسط المتمثلة فى العوامل السياسية والاقتصادية والتشريعية، فضلا عن تأثير وكالات الأنباء والشبكات العالمية المصورة والمواقع الإلكترونية الإخبارية والقنوات الفضائية الخاصة.

(ج) الكشف عن القدرة التنافسية للوكالة ومدى فاعلية رسالتها الإعلامية من وجهة نظر مشتركيها.

(د) التعرف على آليات تطوير الرسالة الإعلامية للوكالة من وجهة نظر العاملين بها ومشتركيها.

واستقت الدراسة أهميتها من أهمية الدور الذى لعبته وكالة أنباء الشرق الأوسط على المستوى الإقليمى منذ بداية إنشائها، فقد كانت عضوا مؤسسا للكثير من وكالات الأنباء مثل وكالة أنباء دول عدم الانحياز ووكالة الأنباء الإفريقية والإسلامية، كما قدمت خبراتها الصحفية – باعتبارها من أقدم الوكالات العربية والإقليمية، وأول وكالة أنباء على مستوى إفريقيا – لكثير من وكالات الأنباء العربية فى بداية إنشائها، ومن ثم برزت الحاجة إلى دراسة الدور الفعلى للوكالة حاليًا فى ظل التحوُّلات والمستجدات التى يشهدها العالم على المستوى السياسى. ودارت تساؤلات البحث حول الكشف عن المحدّدات الداخلية المؤثرة فى فاعلية الرسالة الإعلامية لوكالة أنباء الشرق الأوسط كخصائص بيئة العمل وخصائص القائم بالاتصال، ومعايير الأداء المهنى ومدى تطبيق أخلاقيات العمل الصحفى بالوكالة.

كما تساءلت الدراسة عن المحددات الخارجية لفاعلية الرسالة الإعلامية للوكالة كحقوق وواجبات الصحفيين فى ضوء التشريعات المنظمة للصحافة، وكيفية تأثير العوامل السياسية المرتبطة بنظام الحكم على أداء العمل بالوكالة وآثار كلٍ من وكالات الأنباء والشبكات العالمية المصورة والقنوات الفضائية الخاصة والمواقع الإخبارية فى فاعلية رسالة الوكالة الإعلامية.

وتساءلت الدراسة أيضًا عن القدرة التنافسية للوكالة ومدى تلبيتها لاحتياجات المشتركين من المؤسسات الإعلامية وكيفية تطوير رسالتها الإعلامية من وجهة نظر العاملين والمشتركين.

٢ – المفاهيم الأساسية للدراسة فى ضوء نظرية الفعل التواصلى

(ا) الفاعلية

اختلف الكُتّاب والباحثون فى تعريف الفاعلية من الناحية الاصطلاحية، ويرجع هذا الاختلاف إلى وجود تباين فى وجهات نظر القائمين عليها، كما يرجع إلى وجود تباين فى المنطلقات العلمية للباحثين، مما أدى إلى عدم الاتفاق على تعريف محدد للمصطلح (اعتماد علام، إجلال حلمى، ٢٠١٣ :١٢٥)، ولذا فسيتم تناول هذا المفهوم فى مجال التنظيم بشقيه الكلاسيكى والمعاصر، ثم فى مجال الاتصال وأخيرًا سيتم التركيز على شروط تحقيق الفاعلية التواصلية فى ضوء نظرية الفعل التواصلى.

(١) المنطلقات الكلاسيكية فى تعريف الفاعلية.

هو أول من حاول صياغة تعريف للفاعلية، إذ عرفها بأنها" تحقيق الهدف المحدد" (Barnard(1938، كما تعرف الفاعلية التنظيمية بأنها المدى الذى تستطيع المنظمة كنظام اجتماعى له موارده ووسائله الخاصة، أن يحقق أهدافه بدون عجز فى مواده، كما عرفها بعض الباحثين على أنها الإنتاجية المرتفعة والمرونة والقدرة على التكيف مع البيئة.

(٢) المنطلقات المعاصرة فى تعريف الفاعلية.

يعرّف (1972) Price الفاعلية التنظيمية بأنها الدرجة التى يتم عندها تحقيق أهداف متعددة. أما katz & Robert فيعرِّفانها بأنها قدرة المنظمة على الحصول على الموارد اللازمة لتحقيق أهدافها (اعتماد علام، إجلال حلمي،٢٠١٣: ١٢٥-١٢٦).

ومن ناحية أخرى ركزت بعض التعريفات بصفة أساسية على العمليات التنظيمية الداخلية للمنظمة باعتبارها خصائص محددة لفاعليتها، بينما اهتمت تعريفات أخرى بعلاقة المنظمة بجمهور المتعاملين معها، وفى هذا الإطار تعرَّف الفاعلية التنظيمية بأنها "درجة نجاح المنظمة فى مواجهة المتطلبات البيئية وإشباع حاجات وتوقعات جمهور المتعاملين معها (نجوى الطبلاوى،١٩٩٦ :٤٠).

كما حاولت مجموعة أخرى من التعريفات الجمع بين مدخلات ومخرجات المنظمة لتحقيق فاعليتها كتعريف المنظمة العربية للعلوم الإدارية (١٩٧٤) للفاعلية بأنها "مدى صلاحية العناصر المستخدمة (المدخلات) للحصول على النتائج المطلوبة (المخرجات)" (اعتماد علام؛ إجلال حلمى ؛٢٠١٣ :١٢٥-١٢٦).

تعريف الفاعلية فى مجال الاتصال.

تعنى الفاعلية فى مجال الاتصال "مدى نجاح القائم بالاتصال فى ممارسته لمهنته وتقاس بمدى تأثيره فى الجمهور المستهدف وفى أداء باقي عناصر عملية الاتصال بكفاءة عالية" (محمد حجاب، ٢٠٠٤: ٣٩٣).

شروط نجاح الفاعلية التواصلية.

وفقًا لنظرية الفعل التواصلى عند هابرماس يتوقف نجاح الفاعلية التواصلية على أن يتوصل المشاركون إلى اتفاق متبادل حول تحديد علاقتهم بالعالم، ونموذج نجاح التفاعل هو الوصول إلى إجماع بين مختلف المشاركين على مزاعم الصدق المدعمة بالحجج والبراهين العملية.

وتعرَّف الفاعلية إجرائيًا بأنها تحقيق وكالة أنباء الشرق الأوسط لأهدافها – مع الاستخدام الأمثل لإمكاناتها البشرية والمادية – المتمثلة فى الحصول على الأنباء من المصادر المختلفة داخل مصر أو خارجها وبثِّها وتسويقها لجمهورها المستهدف المتمثل فى المؤسسات المشتركة فى خدماتها، وأيضًا نجاح الوكالة فى إقامة

علاقات تفاعل تبادلية بينها وبين المؤسسات التى تتعامل معها مثل المؤسسات الإعلامية المختلفة والوزارات والسفارات والهيئات والمنظمات، سواء على المستوى المحلى أو العربى أو الدولى، وقدرتها على التنافس مع وكالات الأنباء الأخرى من حيث الدقة والموضوعية وسرعة بث الأخبار وتنوع الخدمات المقدمة للمشتركين خاصة على المستوى المحلى والإقليمى.

(ب) الرسالة الإعلامية

الرسالة هى التى تحتوى على عددٍ من المعانى أو الأفكار التى ينقلها المرسل أو القائم بالاتصال إلى الطرف الآخر وهو المستقبل، ويتم التعبير عن هذه المعانى أو الأفكار من خلال الرموز اللغوية أو اللفظية أو من خلال الرموز غير اللفظية أو من خلالهما معًا، (محمد عبد الحميد،٢٠٠٤: ٢٩).

كما تعرّف الرسالة أيضًا بأنها مضمون السلوك الاتصالى وتتضمن اللغة ويطلق عليها كود الرسالة، وتعنى مجموعة الرموز التى لابد أن يكون لها مغزى عند المتلقى، وفى العادة تأخذ شكل العبارات والمعلومات التى تقدم الاستنتاجات والأحكام التى تنتقل إلى المتلقى (فاطمة القلينى، محمد شومان،٢٠٠٣: ١٩-٢٠).

وتعرَّف الرسالة الإعلامية إجرائيًا بأنها الخدمات الصحفية المختلفة التى تبثها وتسوقها وكالة أنباء الشرق الأوسط لمشتركيها وتحصل عليها من مصادرها داخل مصر وخارجها (على المستوى العربى أو الدولى) ويمكن تقسيم محددات فاعلية الرسالة الإعلامية للوكالة إلى:

<u>محددات داخلية تتمثل فى:</u>

١- خصائص بيئة العمل الداخلية التى تشمل بيئة العمل الفيزيقية والبنية التنظيمية والإمكانات المادية والتكنولوجية للوكالة.

٢- خصائص القائم بالاتصال.

٣- معايير الأداء المهنى وأخلاقيات العمل الصحفى.

<u>محددات خارجية وتشمل:</u>

١- العوامل السياسية المتمثلة فى طبيعة النظام السياسى الحاكم والقوى المسيطرة فى المجتمع سياسيًا، واقتصاديًا، ودينيًا، وثقافيًا إلى غير ذلك، والعلاقات السياسية مع باقى الدول العربية والأجنبية.

٢- وكالات الأنباء والشبكات العالمية المصورة، والمواقع الإلكترونية الإخبارية والقنوات الفضائية الخاصة.

(جـ) وكالة الأنباء

وكالة الأنباء هى مؤسسة إعلامية تعمل أساسًا فى مجال جمع الأخبار ونشرها عن طريق توزيعها على الصحف ومحطات الإذاعة والتليفزيون وكل من يرغب فى الحصول عليها، وتعمل وكالات الأنباء من خلال شبكة واسعة من المندوبين والمراسلين المنتشرين فى أماكن كثيرة "داخليًا وخارجيًا"، وهى بذلك توفر لوسائل الإعلام كمًّا كبيرًا من الأخبار ما كانت تستطيع أى وسيلة الحصول عليه بوسائلها الذاتية.

ولم تعد وكالات الأنباء تقصر عملها على مجال الأخبار فقط بل أصبحت تعمل فى كل فنون العمل الصحفى، إذ شملت إجراء تحقيقات صحفية ومقابلات وبحوث ودراسات، كما لم تعد تعمل لخدمة الصحف فقط بل تعمل كذلك فى خدمة الإذاعة والتليفزيون (كرم شلبى،١٩٨٨: ٣٩١).

فقد ساعد التطور التكنولوجى فى مجال الإعلام على زيادة الطلب على الأنباء المرئية، مما أدى إلى ظهور وكالات الأنباء العالمية المصورة التى تعدُّ عنصرًا هامًا ومصدرًا أساسيًا من مصادر أخبار التليفزيون ولها أهميتها البالغة فى إثراء المادة الإخبارية المصورة، لأنها تقدم تغطية شاملة للأحداث العالمية الهامة.

والجدير بالذكر أن وكالات الأنباء اتخذت اسمها من طبيعة عملها كوكيل ممثل للصحف والإذاعات والتليفزيون (محمد حجاب، ٢٠٠٤ :٦٢٢)، ومنذ صدور قانون(١٩) فى أكتوبر ١٩٧٠، فإنه لا يحق اكتساب تسمية وكالة أنباء إلا للمؤسسات المسجلة فى قائمة محددة من قبل اللجنة للمنشورات ووكالات الأنباء (Conseil International de la Langue Francaise, 1991:2).

٣- الإطار المنهجى

ينتمى هذا البحث إلى البحوث الوصفية التحليلية التى تعتمد على الأسلوب المسحى؛ ومن ثم جمعت بين الأدوات الكمية (المتمثلة فى صحيفة الاستبانة) والكيفية (المتمثلة فى دليل المقابلة)، وقد تم اختيار وكالة أنباء الشرق الأوسط مجتمعًا للدراسة وتحديدًا قطاع التحرير، لأنه القطاع المنوط به تنفيذ سياسة الوكالة فيما يتعلق بنشاطها الصحفى وإنتاج رسالتها الإعلامية.

وقد تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة طبقية نسبية قوامها (١٩٠) مبحوثًا من العاملين فى القطاع، وقد روعى تمثيل الشرائح الوظيفية المختلفة فى العينة، وضمت نواب رئيس التحرير، مديري التحرير ونوابهم، سكرتيري التحرير والمحررين.

كما تم تطبيق دليل المقابلة على (١٢) حالة من القائمين بالاتصال فى قطاع التحرير فى مستوى الإدارة العليا الذى ضم نواب رئيس التحرير، مديري التحرير ونوابهم

كما تم اختيار (٩) حالات من المسئولين عن استقبال خدمات الوكالة فى بعض المؤسسات الإعلامية المصرية المتمثلة فى:

(ا)الصحف (ممثلة فى صحيفتى الأهرام كنموذج للصحافة القومية والوفد كنموذج للصحافة القومية).

(ب) المحطات التليفزيونية، ضمت قطاع الأخبار فى التليفزيون المصرى.

(ج) المحطات الإذاعية، وتم الاقتصار على قطاع الإذاعة فى اتحاد الإذاعة والتليفزيون نظرا لضعف نسبة مشتركى الإذاعات الخاصة فى خدمات الوكالة وقت تطبيق الدراسة الميدانية.

وقد روعى فى اختيار هذه الحالات أن تشغل مناصب إشرافية.

٤- أبرز النتائج فى ضوء القضايا النظرية

ينصب اهتمام هذا المحور على مناقشة النتائج فى ضوء الإطار النظرى للدراسة، بغرض الكشف عن مدى التطابق والاختلاف بين هذه النتائج والمقولات النظرية المستمدة من **النظرية النقدية** فى علاقتها بالاتصال الجماهيرى. وفيما يلى مناقشة هذه النتائج.

(أ) اتفقت نتائج الدراسة مع النظرية النقدية فى نظرتها لوسائل الإعلام فى علاقتها بالقوى المسيطرة فى المجتمع، حيث افترضت أن هذه القوى تؤكد نفوذها من خلال وسائل الإعلام التى تقوم بإعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية بما يتفق مع رؤيتها وأهدافها، وهذا ما أكدته نتائج الدراسة التى أبرزت تأثير سياسة الدولة والنظام الحاكم فى السياسة التحريرية لوكالة أنباء الشرق الأوسط، والتشريعات المنظمة للصحافة ودور كلٍ من نقابة الصحفيين والنقابة العامة للصحافة والطباعة والنشر ومصادر الأنباء أيضًا، ومن ثم تعد العوامل السياسية من أبرز العوامل المؤثرة فى فاعلية الرسالة الإعلامية للوكالة، فقد كان تبنى الموقف الرسمى للدولة إزاء الأحداث والقضايا المحلية والخارجية أبرز ملامح سياستها التحريرية، إضافة إلى تسييس دور نقابة الصحفيين والنقابة العامة للصحافة والطباعة والنشر، وعدم قيامهما بدورهما فى الدفاع عن حرية المهنة وحقوق الصحفيين – فكما أشارت الدراسة الكيفية، اقتصر دور نقابة الصحفيين فى الدفاع عن حقوق الصحفيين عند تعرضهم فقط للسجن بسبب إحدى قضايا النشر، كما تم الالتفاف على التشريعات المنظمة للصحافة لإخضاعها لمصلحة النظام الحاكم.

ويمكن تفسير هذه النتيجة فى ضوء نظام ملكية وتمويل الوكالة التابع للدولة الذى ساهم فى زيادة تبعيتها للسلطة الحاكمة أو النظام السياسى الحاكم.

ومن ثم تتفق هذه النتيجة مع الفرضية التى ترى أن وسائل الاتصال تتأثر ببناء القوى الاقتصادية والسياسية المهيمنة التى توظف الرسائل الاتصالية لتدعيم هيمنتها وتحقيق مصالحها، وتجلى ذلك كما كشفت النتائج –

خاصة فى عهد مبارك – فى عدم نشر أغلب أفكار الأحزاب والقوى السياسية المعارضة، وكذلك عدم نشر أغلب أخبار الإضرابات والمظاهرات أو تناولها بشكل يرضى عنه رموز النظام، والاقتصار فى أغلب الأحيان على المصادر الرسمية، بالإضافة إلى تدخل المصادر فى شئون النشر – خاصة الأخبار السياسية – ويرجع ذلك فى جزء منه إلى نمط القيادة التى تدير العمل فى الوكالة، حيث أشار بعض المبحوثين إلى أن رؤساء التحرير قاموا بتحويل الوكالة إلى "بوق للنظام" وذلك للحفاظ على مناصبهم.

وتتفق هذه النتيجة مع الفرضية التى اهتمت بدراسة العلاقة بين رؤساء التحرير والصحفيين ومصادر أخبارهم، باعتبارها تمثل لعبة القوة داخل المؤسسة الإعلامية، التى يتم عن طريقها تدعيم نفوذ القوى المسيطرة فى المجتمع.

وقد اختلفت النتائج إلى حد ما مع الفرضية السابقة سواء فى الفترة التى أعقبت ثورة ٢٥ يناير مباشرة أو فى فترة حكم الرئيس السابق محمد مرسى، حيث أكد المبحوثون انفتاح السياسة التحريرية للوكالة – إلى حد ما – لتضم الأخبار التى كانت تُمنع من النشر التى سبق الإشارة إليها، وذلك لرغبة المحررين بالوكالة فى التخلص من التبعية المطلقة للنظام السياسى أيًّا كان.

وقد ساهم فى ذلك أيضًا تخوُّف النظام الحاكم فى عهد الرئيس محمد مرسى من الإعلام المصرى عمومًا، بما فى ذلك الوكالة ومحاولة تقييد دورها سواء بحجب الأخبار عنها ومنعها من الوصول إليها أو الضغط عليها ماديًا، مما زاد من رغبة المحررين فى محاولة إبراز كافة وجهات النظر بقدر الإمكان.

وإن كانت هذه السياسة مذبذبة – كما أشارت النتائج – بين قبول نشر الأخبار والأفكار المعارضة فى بعض الأحيان أو منعها فى أحيان أخرى، ويرجع ذلك إلى عدم وجود سياسة واضحة وموحدة لدى القيادات فى الوكالة.

(ب) برغم اتفاق نتائج الدراسة مع فرضيات النظرية النقدية الخاصة بدور وسائل الإعلام فى تدعيم نفوذ القوى المسيطرة فى المجتمع وتأثرها ببناء القوة الاقتصادية والسياسية المهيمنة، فإنها اختلفت معها فى قدرة وسائل الإعلام على تحقيق استقرار المجتمعات عن طريق حشد وتعبئة الجماهير تجاه القضايا التى تحقق هذا الاستقرار؛ حيث أشارت النتائج إلى أن الوكالة – خاصة فى عهد مبارك – كانت تدعم رموز النظام السياسى الحاكم أكثر من تعبيرها عن مصالح الدولة، وقد دلّل على ذلك بعض أفراد العينة قائلين:

"إن المشكلة التى يواجهها الإعلام المصرى هي عدم قدرته على تعبئة الجماهير تجاه قضايا الدولة الحقيقية".

ومن ثم اتفقت هذه النتيجة مع مقولة ماركيوز التى أوضح فيها أن وسائل الإعلام تقوم بتحويل المصالح السياسية الخاصة بفئة أو طبقة معينة لمصالح عامة للمجتمع، إلا أن قيام الوكالة بهذا الدور لم يؤثر فى انحسار الرأى العام الناتج عن قيام هذه الوسائل للتعبير عنه، كما أشار ماركيوز. ويرجع ذلك إلى تعدد مصادر المعلومات المتاحة للجمهور، سواء من مشتركى الوكالة أو من الجمهور العادى، بل ساهم ذلك فى انخفاض عدد مشتركى الوكالة.

وإضافة إلى ذلك فقد اقتصر الاعتماد عليها فى تغطية الأخبار الرسمية بالدرجة الأولى وهى المرتبطة برئاسة الجمهورية ومجلس الوزراء والوزارات والهيئات والمؤسسات الرسمية والمجالس النيابية.

(جـ) ترى النظرية النقدية أن الاتصال كعملية اجتماعية تتحكم فيها العوامل التاريخية والاقتصادية والسياسية والمهنية والتكنولوجية، وبتطبيق ذلك على نتائج الدراسة، تبين أن الوكالة بما أنها لسان حال الدولة، فقد كان تبنى موقفها الرسمى إزاء الأحداث والقضايا المحلية والخارجية مع العمل على تقديم رؤية موضوعية للأحداث بما لا يضر بالصالح العام – هو أبرز أهداف الوكالة منذ نشأتها وإن اختلفت درجة الالتزام بها وفقًا للنظام السياسى الحاكم وقيادات الوكالة، فمثلاً أثناء العدوان الثلاثى على مصر – بعد أشهر قليلة من نشأة الوكالة – كانت هى الوسيلة الوحيدة لنقل صوت مصر ووجهة نظرها فى الخارج، كما ساهم بعض رؤساء التحرير بالوكالة فى تطوير رسالتها الإعلامية على مر تاريخها، إضافة إلى الدور الذى قدمته الوكالة على المستوى الإقليمى سواء فى إنشاء العديد من وكالات الأنباء على المستوى الإفريقى والإسلامى، إضافة إلى تقديم خبراتها الفنية والصحفية لوكالات الأنباء العربية الناشئة فى حقبة الستينيات والسبعينيات من القرن الماضى إلا أن هذه الأدوار قد انحسرت – وقت تطبيق الدراسة الميدانية– حتى تحولت الوكالة إلى بوق للتعبير عن مصالح رموز النظام السياسى الحاكم، وقد ساهم فى ذلك قيادات الوكالة التى كان يتم اختيارها من أصحاب الولاء، وإن خفت نسبتهم إلى حد ما بعد ثورة ٢٥ يناير وأثناء حكم الرئيس السابق محمد مرسى، وقد أثر ذلك سلبًا فى الأداء المهنى للوكالة، ومن ثم فى فاعلية رسالتها الإعلامية، فضلاً عن أن التقدم التكنولوجى وتعدد مصادر المعلومات وتوفر الإمكانات المادية لأغلب وكالات الأنباء العربية ساهم فى انحسار دور الوكالة المرتبط بتقديم الخبرات للوكالات الأخرى حيث اقتصرت على مجال التدريب فقط.

(د) رأى هابرماس ضرورة خلق أنماط اتصالية جديدة تنمو وتتطور عن طريق الحوارات الجماعية القادرة على طرح خطاب عقلانى نقدى يحل محل الخطاب الرسمى، وذلك لاستبدال النظام المؤسسى بنظام آخر لا يحتوى على معوقات وعراقيل تعوق حركة الأفراد ومشاركتهم فى المجتمع، ويتفق ذلك مع النتيجة الخاصة برؤية القائمين بالاتصال لتطوير السياسة التحريرية للوكالة، ومن ثم زيادة فاعلية رسالتها

الإعلامية وقدرتها التنافسية، حيث أجمع أفراد العينة على أن استبدال النظام المؤسسى القائم يرتبط أولاً بفصل ملكية الوكالة عن الدولة والعمل على زيادة مواردها المادية الذاتية بإنشاء خدمات جديدة وتطوير خدماتها الموجودة.

مراجع:

اولاً: المراجع العربية:

١- آلن هاو (٢٠١٠)، النظرية النقدية – مدرسة فرانكفورت، ترجمة ثائر ديب، الإسكندرية، دار العين للنشر.

٢- اعتماد محمد علام، إجلال إسماعيل حلمى (٢٠١٣)، علم اجتماع التنظيم – مداخل نظرية ودراسات ميدانية، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية

٣- السيد الحسينى (١٩٨٣)، نحو نظرية اجتماعية نقدية، القاهرة.

٤- زكى عبد المجيد زكى (١٩٩٥)، النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت – دراسة تحليلية لتقدير كفاءة النظرية فى فهم واقع العالم الثالث – محاولة للتطبيق على المجتمع المصرى، رسالة دكتوراه، كلية الآداب، جامعة عين شمس.

٥- عطيات أبو السعود (٢٠٠٤)، نظرية الفعل التواصلى عند هابر ماس، مجلة أوراق مستقبلية، عدد:١٥.

٦- عواطف عبد الرحمن (٢٠٠٢)، النظرية النقدية فى بحوث الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربى.

٧- عبد الله محمد عبد الرحمن (٢٠٠٢)، سوسيولوجية الاتصال والإعلام – النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية.

٨- فاطمة القلينى، محمد شومان(٢٠٠٣)، الاتصال الجماهيرى اتجاهات نظرية ومنهجية، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.

٩- كمال بو منير (٢٠١٠)، النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت من ماكس هوركهايمر إلى إكسل هونيث، بيروت، الدار العربية للعلوم.

١٠- كرم شلبى، معجم المصطلحات الإعلامية، ١٩٨٨.

١١- محمد عبد الحميد (٢٠٠٤)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة، عالم الكتب.

١٢- محمد منير حجاب (٢٠٠٤)، المعجم الإعلامى، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.

١٣- نجوى عبد الله الطبلاوى (١٩٩٦)، تأثير ثقافة المنظمة على الفاعلية التنظيمية بالتطبيق على منظمات صناعة الدواء فى مصر، كلية التجارة، جامعة عين شمس.

١٤- عبد الرحمن شباب (٢٠١٩) ، نظرية الفعل التواصلى عند هابرماس وعلاقتها بالثقافة الشعبية والإعلام – مجلة مدارات تاريخية – المجلد الأول – جامعة محمد الأول – المغرب.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1- Baran J.Stanley & Davis K.Dennis (2006),Mass Communication Theory, Foundations,Ferment and Future United Kingdom.

2- Conseil International de la Langue Francaise (1991) Dictionnaire de la Presse et des Medias.

3- Edgar F Borgatta, Borgatta L. Marie , Encyclopedia of sociology, vol 1.

4- Mcnair Brian (2006)Cultural Chaos: Journalism ,news and Power in a global world

5- Scott John(2006),Fifty Key Sociologists:The Contemporary Theorists .

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

١- الموقع الرسمى لوكالة أنباء الشرق الأوسط

www.mena.org.2013

2- Johnson James(1991)," Habermas on Strategic and Communicative Action" Political Theory ,vol 19,no2. wwwJstor.org 1991