

دور الهيئة العامة للاستعلامات في مصر ومكتب الاستعلامات الصحفي الهندي في التصدي للشائعات والتوعية بأخطار الإرهاب دراسة مقارنة.

إعداد: د. أحمد السمان (*)

مقدمة:

تقيم الدول مؤسسات علاقات عامة رسمية للتصدي للشائعات والتوعية بالأخطار المحيطة بها ومواجهتها، والترويج السياسي للنظام الحاكم ونشر المعلومات والحقائق حول أنشطة الحكومة، باعتبار ان من "اهم اساليب مكافحة الشائعات نشر الحقائق وعدم التعتيم الإعلامي على الأخبار" (ابراهيم محمد خضر الداقوي ١٩٩٠: ١١٨).

ويمثل الإرهاب تحديا رئيسيا للعالم؛ فمصر تخوض حربا ضده، في الوقت الذي تواجه الهند، نحو ٣٩ منظمة إرهابية تستهدف مناطق مختلفة من الهند ومنطقة جنوب آسيا يتخذ بعضها من باكستان وبنجلاديش وأفغانستان مراكز تحرك، من بينها داعش والقاعدة اللتان أعلنتا عن تأسيس خلايا لها في الهند بالإضافة إلى حركات تمرد يسارية ماوية معروفة باسم "Naxal" وتنشط في مساحة واسعة من الشرق والشمال الشرقي وتدعو لمناهضة حكم الهندوس في الهند (Sharma and Anshuman 2014). وهناك مصطلح الإرهاب الهندوسي "Hindu terrorism" الذي أطلق خلال حكم حزب المؤتمر على الإرهاب الذي تقوم به جماعات من الهندوس "الأغلبية" ضد الأقليات خاصة المسلمة منها وهو ما يجعل الحكومة في كل مناسبة تقول إن "الإرهاب هو التحدي الأكبر الذي تواجهه الهند. وأن الإرهاب لا طبقة له ولا دين (DND 2015).

ويقوم جهاز العلاقات العامة للدولة بإعلام الرأي العام المحلي والعالمى بسياسات الدولة وإنجازاتها، بما يعزز الصورة الإيجابية لها والتصدي للحملات التي تستهدف تشويهها، مما يجعلها مشاركة في وضع أجندة وسائل الإعلام المحلية والدولية لأنشطة الدولة. وهو ما يفترض أن تقوم به الهيئة العامة للاستعلامات في مصر ومكتب الاستعلامات الصحفي الهندي، حيث أن مهمة هاتين المؤسستين (حسب موقعيهما على شبكة الإنترنت) هي تزويد وسائل الإعلام الدولية والمحلية بدقة وفي الوقت المناسب، بالمعلومات بصدق وموضوعية ودقة وتقديم أكبر قدر ممكن منها للتأثير وخلق الانطباعات الإيجابية.

ومن هنا نشأت الحاجة إلى دراسة أسلوب هاتين المؤسستين في مكافحة الشائعات، ومكافحة الإرهاب عبر تقديم المعلومات وتناول الإرهاب، وذلك من خلال دراسة المحتوى الحالي

* المدرس بكلية الإعلام جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

للصفحة الأولى لموقع كل منهما على شبكة الإنترنت، على اعتبار أن الـ "Home Page" تضم أهم ما يرغب كل موقع أن يبرزه.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها التطبيقية من الحاجة المصرية لدراسة التجارب الدولية المؤسسية في مجال العلاقات العامة للدول ودورها في مكافحة الشائعات والترويج لسياسات الدولة، ومكافحة الإرهاب، للاستفادة منها في مواجهة الشائعات ومحاربة الإرهاب.

وعلى المستوى الأكاديمي تضيف الدراسة الحالية رصيذا معرفيا حول إدارة مؤسسية رسمية للعلاقات العامة في دولة ديموقراطية وهي الظاهرة التي لم تجد اهتماما واسعا من جانب الباحثين في مصر، ولسد ثغرة تتمثل في عدم وجود دراسات كافية تناولت التجربة الهندية.

الدراسات السابقة:

عملية التعرف على الدراسات السابقة تعطينا الفرصة للاقتراب من المشكلة البحثية وتحديد المعالم الخاصة بها وبلورتها، وتحديد تساؤلات الدراسة، وتوسيع الجوانب المعرفية للموضوع، واستفاد الباحث من الدراسات السابقة في رصد الجوانب التي يرى أنها في حاجة إلى استكمال، انطلاقا من أن البحث العلمي عمليات تراكمية متتابعة.

ومن أهم الدراسات السابقة التي استعان بها الباحث:

أولا: دراسات عن الهيئة العامة للاستعلامات:

لمواجهة الشائعات على الإنترنت، أوصت (سحر جابر ٢٠١٤) بقيام مراكز الإعلام الداخلي التابعة لهيئة الاستعلامات والمنتشرة في المحافظات، بتوعية الشباب المستخدم للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، بخطورة بث أي معلومة على حسابهم دون التأكد من صحتها، سواء في شكل صورة أو معلومة مكتوبة، أو تسجيل صوتي، بعد أن أكدت الدراسة أن مواقع شبكة الإنترنت أسهل وسيلة لترويج الاشاعات وإحداث كوارث مجتمعية عن طريق الفوضى.

توصل (يوسف جرجس اسحق ٢٠١٤) في دراسته عن التنمية البشرية وعلاقتها بالإعلام التنموي بالتطبيق على مراكز الإعلام الداخلي بمنطقة مدن القناة إلى عدم قيام مراكز الإعلام الداخلي بدورها التنموي المطلوب بما يؤدي إلى زيادة درجة مشاركتهم في الحياة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية في مجتمعهم.

وعن العوامل المؤثرة في إخراج مطبوعات العلاقات العامة في الهيئة العامة للاستعلامات، باعتباره من أهم الوسائل الاتصالية في العلاقات العامة لما تمتاز به عن غيرها من الوسائل في قدرتها على نقل المعلومات الكاملة في الزمان والمكان المناسبين أكد (محمد عبدالناصر محمد

شليبي سالم ٢٠١٣) قلة الإمكانيات التي تسمح باستخدام خامات ذات جودة عالية، مما يضطر هيئة الاستعلامات إلى استخدام خامات ذات جودة أقل لتقديم عدد أكبر من المطبوعات، كما رصد الباحث مشاكل أخرى منها عدم التأهيل العلمي لفريق العلاقات العامة بالمؤسسة بما يضر العمل ككل.

للتعرف على مكونات ثقافة السلام في قصص الأطفال التي تصدرها الهيئة العامة للاستعلامات والمقدمة للطفل المصري، رصدت (نفيسة صلاح الدين محمود السعيد ٢٠١٠) تنوع ما يقدم للأطفال وأنه يساعد على نشر وتفسير مفهوم السلام لدى الأطفال.

لاختبار رأس المال الفكري القادر على تطوير الأداء في الهيئة العامة للاستعلامات أكد (عماد الدين إسماعيل مصطفى نجم ٢٠١٠) على وجود العديد من التحديات الثقافية، الفكرية، المالية والفنية الناتجة عن طبيعة وظروف عمل الهيئة بما أدى إلى صعوبة عملية قياس رأس المال الفكري ومحدودية قدرته على تطوير الأداء.

لدراسة أثر استخدام الإنترنت على أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة في عدد من المؤسسات من بينها الهيئة العامة للاستعلامات أجرى (حاتم محمد عاطف عبد الخالق سعد ٢٠١٠) دراسة وصفية تحليلية مستخدماً منهج المسح على عينة عمدية لعدد من المؤسسات الحكومية والخاصة والدولية العاملة في مصر

حول مدي فعالية الهيئة العامة للاستعلامات كمؤسسة اتصال إعلامي مباشر في تنمية الوعي السياسي، أجرى (رمضان عبد الموجود فرج، ٢٠٠٨) دراسة ميدانية لمراكز الإعلام الداخلي ودورها في تنمية الوعي السياسي للجمهور المحلي حيث توصل إلى وجود معوقات تؤثر في فاعليتها وقدرتها على تحقيق أهدافها، في التوعية والتنقيف في المجالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

استهدفت (هنادي رشدي سلطان ٢٠٠٨) التعرف على الجدوى الاقتصادية من الإنفاق على البرامج الإعلامية في التنمية وذلك من خلال تقييم البرامج الإعلامية التنموية للهيئة العامة للاستعلامات في التصدي للمشكلات التي تواجه التنمية في مصر، حيث رصدت قصوراً في الترويج للقضايا المساندة للتنمية.

حددت (ليديا صفوت إبراهيم بخيت ٢٠٠٨) مشكلة البحث في التعرف على آثار التقنيات الحديثة في أنماط الاتصال بالهيئة العامة للاستعلامات وفي علاقتها بالبيئة الخارجية، بالإضافة إلى دراسة آثار هذه التقنيات في بعض عناصر البنية التنظيمية للهيئة بما يساعد في فهم وتقييم الدور الذي تلعبه هذه التقنيات وتوصلت إلى أنها ساعدت إلى حد ما في تطوير العمل الإعلامي بالهيئة، ووفرت وسيلة جديدة لمساعدتها لتنفيذ رسالتها الإعلامية.

يهدف دراسة الوظيفة الاتصالية للهيئة العامة للاستعلامات خارجيا وداخليا، أجرى (محمد على أبو العلا قنديل ٢٠٠٧) دراسة لطبيعة أدوار مكاتب الإعلام الخارجي ومراكز ومجمعات الإعلام الداخلي؛ للتعرف على طبيعة أدوار كل منها ودراسة القائم بالاتصال والأهداف التي تسعى إلى تحقيقها والرسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة. بينما تناولت (هبة طلعت خليفة، ٢٠٠٧) في دراستها المسحية على الهيئة العامة للاستعلامات تأثير العولمة على أداء العلاقات العامة بها.

ثانيا: دراسات خاصة بالهند:

تناول (David M. Malone, et al, 2015) تطور السياسة الخارجية الهندية مع مطلع القرن الواحد والعشرين في إطار رغبة الهند في تلميع صورتها الخارجية، بعد تزايد الإدراك بأهمية الإعلام في عالم متواصل رقميا، وهو ما تم على إثره إنشاء قسم خاص للدبلوماسية الشعبية في وزارة الخارجية، والذي اهتم بالإعلام الجديد والتقليدي حيث أصدر مجلة نصف شهرية، تطبع بسبع عشرة لغة وتوزع في ١٦٢ دولة.

تتبع (Anup Kumar Das, 2015) التطور السياسي والاتصالي منذ الاستقلال في ولاية "ويست بنغال" التي تعد من كبرى الولايات الهندية، حيث أكد على ما أسماه "تسييس الاتصال" الذي تقوم به الأحزاب الإقليمية في الهند الأمر الذي أوجد هوية اتصالية محددة لكل منها متناولا حركة التمرد الماوية، التي تصنفها الحكومة هناك بأنها حركة إرهابية، والتي تنشط في ثلث مقاطعات الدولة، وهي الحركة التي ترفض شرعية النظام الحالي.

في دراسة عن وضع الأجندة وتبني نظام التأمين الصحي في الهند تناول (Zubin et al.) (2015) التغييرات السياسية التي حدثت في عملية صنع السياسات، خاصة الاستفادة من التقدم التكنولوجي، والذي وظفته الحكومة المركزية في سياساتها وتبني سياسة قومية للتغطية الصحية الشاملة.

تناولت دراسة (Unnati Mishra, S.N. Fatmi, 2015) مبادرة الحكومة الهندية لنشر الخدمات الحكومية في إطار خطة الدولة للحكم الإلكتروني وتبني اقتصاد المعرفة، مستفيدة من توفر خدمة المحمول في كل مكان الأمر الذي لا يحتاج إلى استثمارات خاصة ضخمة نظرا لانتشاره الفعلي، واستعرضت الورقة الأوجه العملية للخدمة وناقشت كيف أدى ذلك إلى تطوير الخدمات في إطار تمكين جميع فئات المجتمع.

تناولت دراسة (Ramanand Garge, 2015) ما اعتبرته حرب الهند المستمرة ضد الإرهاب والتي تخوضها منذ الاستقلال، ودفع الهند باتجاه مزيد من التعاون الدولي لوقف مصادر تمويل الإرهاب خاصة في منطقة جنوب آسيا التي وصفتها الدراسة بأنها مصدر وباء الإرهاب العالمي.

تتبع (Anupma Verma, 2015) التطورات الاجتماعية والسياسية التي أثرت على الإعلام الهندي على مدى ٦٨ عاما متتالوا إنشاء لجان الخبراء التي أنشأتها الحكومة بعد الاستقلال من أجل النهوض بالإعلام والتوصيات التي أصدرتها والإجراءات الحكومية التي تم اتخاذها لتحديث قوانين الصحافة والإطار الحاكم لها.

نشر " PIB 2014 " دراسة عن برنامج الحكومة لتحويل الهند إلى مجتمع معلومات رقمي مبني على اقتصاد المعرفة بحلول عام ٢٠١٨، وهو برنامج تفصيلي تشارك فيه جميع الوزارات، ينفذ على أربع مراحل تنتهي بجعل جميع خدمات الحكومة متاحة رقميا مع إتاحة الإنترنت ذو السرعة العالية وأن يستفيد كل مواطن من جميع خدمات الحكومة من خلال التليفون المحمول، في إطار مكون محلي بنسبة ١٠٠%، ويستهدف البرنامج نحو ١٠٠ مليون شخص الهندي إلكترونيا وأن تكون جميع الوسائط الحكومية متاحة على السحابة الإلكترونية وأن تتاح المعلومات للجميع في إطار توفير معلومات فورية وكاملة عن أنشطة الحكومة وبرامجها، لمواجهة الشائعات.

في دراسة للتعددية العرقية في الهند وصفت (كريمان طه معوض ٢٠١٤) الوضع السياسي في الهند بأنه يمثل حالة من الجمود السياسي، مضيعة أن النموذج الديمقراطي التوافقي المتبع في الهند يمكن أن يحقق الاستقرار السياسي إذا اقتنعت جميع القوى السياسية المشكلة للنظام السياسي بضرورة العمل على تحقيق الاستقرار السياسي للنظام.

في دراستها للقيود المفروضة على الإعلام الهندي ودوره الإقليمي، في إطار بحث التأثير طويل المدى لوسائل الإعلام الهندية وسينما بوليوود تناولت (Parameswaran, Radhika) (2014) العوامل التي تحد من تأثير الإعلام الهندي إقليميا في منطقة جنوب شرق آسيا، وهي عوامل داخلية في الأساس تتمثل في الانقسام بين الريف والحضر والنخبوية التي تتسم بها مؤسسات الدولة والإعلام، والهيمنة الثقافية لفئات معينة من المجتمع، والاختلافات اللغوية الواسعة.

رصدت دراسة (Thussu, Daya 2014) تعدد قنوات الأخبار في الهند باعتبارها واحدة من أكثر دول العالم من حيث تعدد لغات إصدار الصحف وقنوات التلفزيون، مشيرة إلى التحديات التي تمثلها العولمة وتطور تكنولوجيا الاتصالات للإعلام وصناعة الثقافة في الهند.

أجرى (Sharma, Meenakshi 2013) دراسة للتعرف على تأثير نمو وسائل الإعلام الاجتماعية، كالفيس بوك، وتويتر، في الهند واختبار قدرتها على التأثير على الرأي العام، وخلق توجهات جديدة في إطار دراسة العلاقة بين الإعلام الاجتماعي والرأي العام والسلطة القضائية، راصدا طرق التواصل والاستجابة بين السلطة القضائية: القانون والإعلام الاجتماعي.

وفي دراستها عن السلطة السياسية والإعلام الدولي في الهند تطرقت (Hanson, Elizabeth 2011) إلى التأثير المركب لتكنولوجيا الاتصال وضغوط السوق والاستثمارات

الأجنبية في الإعلام الجديد على سياسات الحكومة الهندية مما أدى إلى توسع أنشطة مؤسسات الإعلام الدولية، خاصة البث الإذاعي والتلفزيوني الذي كان خاضعا لملكية الحكومة، راصدة كيف وازنت الحكومة بين الضغوط الداعية إلى مزيد من الانفتاح، وتلك الداعية إلى فرض سياسيات وقائية.

استهدفت دراسة (Harlow, et.al 2012) التعرف على دور الإعلام في بناء الثقة في مؤسسات تجمع دول البريكس في كل من الهند والبرازيل، وتأثيرها في نشر الثقة في الحكومات والاقتصاد والمؤسسات المختلفة في كلتا البلدين، وأوضحت الدراسة أنه كلما زادت درجة الثقة في وسائل الإعلام، كلما زادت الثقة في مؤسسات الدولة، وكلما زادت القناعة بأن البلد يتجه الاتجاه الصحيح، وتوصلت الدراسة، مستخدمة المنهج المسحي، إلى نتائج منها أن المواطن في الهند يعبر عن درجة ثقة كبيرة في الدولة والإعلام والاقتصاد مقارنة بالبرازيليين.

في إطار تناول (فرانيسكو فاسكيز ١٩٩١) لمحاولات سيطرة الحكومة الهندية على المعلومات، باعتبارها جزء من عملية كبرى للسيطرة الاجتماعية، والقوانين التي تم وضعها للحفاظ على النظام من خلال سياسات الحكومة، خاصة تلك التي استخدمت خلال فترة فرض الطوارئ، أكد على الدور الكبير للبنية الاجتماعية في الهند على تشكيل أجهزة الإعلام وأدوارها والقيود الاجتماعية المفروضة عليها، مؤكدا على أن القيم الاجتماعية متضاربة بدرجة لا انفصال لها عن الإعلام.

تعريفات إجرائية للدراسة:

الشائعة: هناك تعريفات عدة للشائعة لعل أقدمها تعريف (اولبورت وبوستمان ١٥:١٩٦٤) بأنها كل قضية أو عبارة مقدمة للتصديق تنتقل من شخص إلى آخر وذلك دون أن تكون هناك معايير أكيدة للصدق بينما عرفها (أحمد أبو زيد ١٩٨٢)، بأنها تتضمن الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو المبالغة في سرد خبر يحتوي على جزء ضئيل من الحقيقة. ويمكن القول: إن الإشاعة هي رواية لخبر مختلق أو يحمل جزءا من الحقيقة بقصد التأثير النفسي في الرأي العام من أجل تحقيق أهداف معينة على الصعيد المحلي أو الإقليمي أو الدولي.

مشكلة الدراسة:

تعد محاربة الشائعات من أهم وظائف مؤسسات العلاقات الرسمية للدولة عبر توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة والكافية عن أنشطة مؤسسات الدولة، وتصحيح الأخرى الخاطئة. ومع تصاعد خطر الإرهاب أضيف إلى دور هذه المؤسسات توعية الشعوب بالأخطار الناتجة عن

الإرهاب ودحض دعاويه، وهو ما دفع الباحث إلى دراسة دور الهيئة العامة للاستعلامات في القيام بهاتين المهمتين عبر صفحتها الرئيسية على شبكة الإنترنت، ومقارنة ذلك مع نظيرتها الهندية؛ لما تتمتع به الهند من خبرة طويلة في إطار ديمقراطي يعمل في ظل مشاكل اجتماعية واقتصادية مشابهة لمصر، مما يجعل من المهم مقارنة استخدام أحد أجهزة العلاقات العامة لها، وهو مكتب الاستعلامات الصحفي، لاستخلاص أهم الدروس التي يمكن أن تساعد في تحقيق الهدف المصري في بناء الدولة الديمقراطية الحديثة عبر توظيف فعال لأجهزة الدولة القائمة. واستشف الباحث وجود نقص شديد في الدراسات العربية التي تناولت دور المؤسسات الهندية في هذا المجال، وهو ما دفعه خلال سنوات عمله التي قضاها في الهند كمستشار ورئيس المكتب الإعلامي في السفارة المصرية في نيودلهي، إلى دراسة التجربة الهندية. وتطلق هذه الورقة من دراسة توظيف المؤسسة الهندية لصفحتها الأولى في مكافحة الشائعات عبر تقديم الحقائق عن أنشطة الحكومة ومؤسسات الدولة، ومقارنته مع نظيره المصري، للخروج بتوصيات تطبيقية، مما جعل الباحث يقوم بالعمل على المشكلة البحثية انطلاقاً من عدم وجود دراسة علمية سابقة قامت بدراسة هذا الموضوع. وانطلاقاً مما سبق تعنى هذه الدراسة بالمقارنة بين هيئة الاستعلامات المصرية ومكتب الاستعلامات الصحفي الهندي بحكم كونهما جهازي العلاقات العامة الرسمي للدولة، في قيامهما بتقديم الحقائق عن أنشطة مؤسسات الدولة كأحد وسائل مكافحة الشائعات ومحاربة الإرهاب من خلال استخدام الصفحة الرئيسية لكل منهما على شبكة الإنترنت.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى قيام الهيئة العامة للاستعلامات، ومكتب الاستعلامات الهندي بتقديم المعلومات عن أنشطة الحكومة، وإبراز الحقائق كإحدى وسائل مكافحة الإشاعات، عبر الصفحة الرئيسية لكل منها على شبكة الإنترنت، ووضع أجندة وسائل الإعلام، وفي ضوء هذا الهدف الأساسي واستناداً إلى مشكلة الدراسة وأهميتها تدرج مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل في:

- التعرف على الأطر القانونية والمؤسسية لعمل هاتين المؤسستين بما يوفر لهما مجالاً وصلاحيات التحرك الإعلامي
- دراسة كيفية استخدام كل مؤسسة لصفحتها الرئيسية على شبكة الإنترنت للقيام بواجباتها في توفير المعرفة بأنشطة حكومتيهما وتقديم المعلومات الكافية بما يقلل من الشائعات.
- تقديم مجموعة من التوصيات التي تساعد متخذي القرار فيما يتعلق بسياسات مكافحة الشائعات في مصر وتطوير الهيئة العامة للاستعلامات.

ولتحقيق هذه الأهداف تسعى هذه الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

تساؤلات الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس التالي:

كيف توظف مصر والهند جهازي العلاقات العامة الرسميين لهما في نشر المعلومات الصحيحة والكافية عن أنشطة الحكومة؟ باعتبار ذلك أداة رئيسية في مكافحة الشائعات، ومحاربة الإرهاب.

ويتفرع عن هذا السؤال الأسئلة التالية:

١- ما هي الأطر القانونية والمؤسسية التي تنظم عمل هاتين الجهتين؟

٢- كيف وظفتا صفحاتيهما الرئيسيتين على شبكة المعلومات الدولية في القيام بوظيفتيهما المعلوماتية؟

٣- هل قامتا بوظيفتيهما في وضع أجندة وسائل الإعلام فيما يتعلق بمكافحة الشائعات ومكافحة الإرهاب؟

الإطار النظري للدراسة:

من يضع أجندة وسائل الاعلام؟ هذا ما تحاول الإجابة عليه نظرية الأجندة التي تنتظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها قنوات لتمرير الأحداث والقضايا التي تحدث في المجتمع، حسبما أكد (Funkhouser 1973:62-75) و (Zucker:225:1978)، وأرجع (Wistley 1976:43-47) اختلاف تغطية وسائل الإعلام عن واقع الأحداث إلى الصحفيين والمؤسسات الصحفية والتنظيمات الحكومية وجماعات الضغط وأصحاب المصالح الخاصة الذين يستطيعون إبراز قضاياهم على أجندة الإعلام.

ووضع (Shoemaker and Reese، 1991:180-184) "التنظيم الهرمي" (Hierarchy of Influence) للتأثير على المحتوى حيث تأتي الجهات الحكومية في الإطار الرابع من الأطر المؤثرة على وضع اجندة المحتوى الاعلامي، ووفقا لهرم "شوماكر" فإن الجهات الحكومية هي اول الجهات التي تؤثر على المحتوى من خارج الإطار الاعلامي، ويأتي ها التأثير عن طريقين الأول عن طريق قواعد تنظيم المحتوى والقوانين، والثاني عبر ما تنشره وتوصله الى وسائل الإعلام عبر آلياتها الإعلامية.

ومن هنا يستند الباحث في إطاره النظري على "نظرية وضع الأجندة"، لارتباطها المباشر بالمشكلة البحثية، ولقناعته بما ذهب إليه شاو ومارتين (Show and Martin 1992) من أن وضع الأجندة يخدم هدف الحكومات في بناء اجماع حول القضايا الخلافية والسماح بالديمقراطية أن تعمل، ولأن النظرية تقدم طريقة لتفسير تأثير وسائل الاعلام المتزايد على المجتمع في تشكيل وجهات النظر حول مختلف القضايا التي تواجه المجتمع، بما فيها أداء الحكومة.

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم برصد وتوصيف الظاهرة محل الدراسة، عبر جمع الحقائق والبيانات، ورسم صورة متكاملة للظاهرة تتسم بالواقعية والدقة وتحليل كافة جوانبها من خلال ربطها بغيرها من الظواهر في إطار سياقها الفعلي (محمد عبد الحميد: ٢٠٠٠ وعبد الباسط محمد حسن ١٩٨٠).

مناهج الدراسة:

لمحاولة إثراء الدراسة؛ استعان الباحث بالمنهج المقارن، وكذلك منهج دراسة الحالة (Case Study Approach)، ويقوم الأخير على تشخيص الحدث وتتبعه تاريخياً، ودراسة ما آل إليه، عبر إلقاء الضوء على الظاهرة موضع الدراسة من خلال الاختبار المعمق لأحد جوانبها، فبحسب (Yin, Robert K 2009:17-19) يتم تركيز البحث على كل ما يخص الحدث بعناصره والمتغيرات المتأثرة والمؤثرة فيه.

ويستخدم هذا الاقتراب بشكل واسع في الدراسات الإعلامية لأنه يهتم بتعدد البيئة المحيطة، ويتبنى الباحث التفرقة التي قدمها (Gillian Doyle and Fritch 2005:565) عبر النظر إلى دراسة الحالة كـ"استراتيجية بحث" أكثر منها أداة للبحث، فتبني التوجه الاستراتيجي يتطلب الاختيار بين عدة أدوات للبحث للحصول على المعلومات سواء عبر مقابلات أو ملاحظة أو استبيان، وهو ما يتفق معه (C. Ann Hollifield and Amy Jo Coffey 2008:581) الذي يعتبر أن دراسة الحالة ليست أداة بحث ولكنها طريقة تصميم بحث (Method Design) حيث يتم التركيز على حالة مفردة من ظاهرة معينة.

أدوات جمع البيانات:

١. أدوات جمع بيانات رئيسية:

الملاحظة: لما للملاحظة (Observation) من أهمية في جمع المعلومات من أشخاص خلال ممارسة عملهم ووظائفهم، واستخدام الملاحظة في الدراسات المتعلقة باقتصاديات وإدارة الإعلام يتم لعدة أسباب بحسب (Gillian Doyle and Fritch 2008:561) منها أنها تمكن من الحصول على معلومات مباشرة، وهي معلومات ربما لا يدلي بها مسئولون خلال الاستبيان أو المقابلات المعمقة، ربما لعدم معرفتهم بها أو لعدم رغبتهم في الكشف عنها نظراً لحساسيات مفترضة في العمل، كما أن الملاحظة لها ميزة عن أشكال المقابلات المعدة مسبقاً، تتمثل في قدرة الباحث على المشاركة في أحداث مفاجئة أو غير متوقعة في بحثه، والسبب الثالث هو ما تتميز به عادات أماكن العمل من ترتيبات غير رسمية متجذرة لا يمكن الكشف عنها بسهولة من

خلال الاستبيانات، كما تضع يد الباحث على كيفية أداء الواجبات المهنية خلال أنشطة العمل اليومية، وقد قام الباحث خلال فترة عمله في الهند من ٢٠١١-٢٠١٤، بزيارة مكتب الاستعلامات الصحفي الهندي عدة مرات، بالإضافة إلى وظيفته السابقة في الهيئة العامة للاستعلامات كمدير عام لمركز الدراسات الإعلامية والسياسية، مما منحه فرصة للملاحظة عن قرب في المؤسستين كليهما.

٢: أدوات جمع بيانات ثانوية:

تحليل الإطار القانوني : عبر تحليل مكتبي للقوانين المنظمة لعمل هاتين المؤسستين. **تحليل مضمون:** لمحتوى الصفحة الأولى لمواقع هاتين المؤسستين على شبكة الإنترنت خلال شهر ديسمبر ٢٠١٥، آخر شهر قبل إعداد هذا البحث لاستخراج الآليات المستخدمة والمضمون الذي يستهدف تزويد وسائل الإعلام والمواطنين بالمعلومات، ومواجهة الإرهاب.

نتائج الدراسة:

أولاً: الإجابة عن التساؤل الأول حول الإطار القانوني والمؤسسي:

أ: تحليل الإطار القانوني لمكتب الاستعلامات الصحفي بالهند: أكد الدستور الهندي في المادة (a) 19(l) التي تحمل عنوان "حرية التحدث والتعبير"، التزام الدولة بضمان الحق في نشر المعرفة، والحق في استقبال المعلومات والأخبار من خلال أي وسيط قانوني، غير أن المادة ٢١ من الدستور وضعت حدوداً لحرية التعبير تتمثل في صيانة وعدم الإضرار بالدولة، وأمن الدولة، وعلاقات الصداقة مع الدول الأجنبية، والنظام العام، والآداب والأخلاق، واحترام القضاء، أو القذف، أو الدعوة إلى العنف. وجاءت هذه المادة توافقا مع قانون "الأسرار الرسمية" لسنة ١٩٢٣ الذي منع الحصول، أو جمع وتسجيل أو نشر وثائق سرية حكومية أو الصور أو الرسومات أو نماذج الأسرار الرسمية دون إذن، وهو القانون الذي منع الصحفيين الهنود من نشر معلومات داخلية عن الحكومة. غير أن سريان هذا القانون أصبح قاصراً على عدد من الجهات وفقاً لقانون حرية المعلومات الصادر عام ٢٠٠٥، والذي استثنى بعض المؤسسات الأمنية والمخابرات من الإفشاء بمعلومات حساسة لكنه يجبرها على الالتزام بتوفير المعلومات في حال كان هناك ادعاءات بفساد أو انتهاك حقوق الإنسان.

يتيح قانون حرية المعلومات الهندي لعام ٢٠٠٥، لأي مواطن أن يطلب من أي سلطة عامة معلومات عن أنشطتها وتلتزم فوراً أو خلال ثلاثين يوماً، كحد أقصى، بتوفير المعلومات المطلوبة، وإذا كان الأمر يتعلق بحرية أو حياة أي شخص يجب الرد خلال ٤٨ ساعة كحد أقصى، ويتطلب القانون من كل المؤسسات العامة أن تقوم بحوسبة كل مستنداتها، وأن تعين

أخصائي المعلومات العامة لتكون مهمته تلقي طلبات المواطنين بالكشف عن المعلومات وتوفيرها فوراً. وصدر القانون عام ٢٠٠٥ ليحل محل قانون سابق لحرية المعلومات لعام ٢٠٠٢ وكان يتضمن كثيراً من الاستثناءات بحجة الأمن القومي. ومنح البرلمان الهندي القانون سلطة أعلى من قانون السرية الصادر عام ١٩٢٣ والذي كان يستخدم كذريعة لحجب المعلومات عن المواطنين.

من أهم القوانين التي تمنح سلطات لمكتب الاستعلامات الصحفي الهندي قانون قواعد تسجيل الصحافة لعام ١٩٥٦، والذي يلزم الصحف بتسليم نسخ إلى مكتب الاستعلامات، وقد تم تعديل بعض المواد بقوانين صدرت أعوام ١٩٦٦، وأعوام ٢٠٠٢ (Keval J.Kumar) (2010:115).

التحليل السابق يشير إلى توفير غطاء قانوني ودستوري وصلاحيات لمكتب الاستعلامات الصحفية الذي يعمل في بيئة قانونية تجعله المصدر الرئيس والوحيد للمعلومات الصحفية الحكومية وهي نفس البيئة الملزمة قانوناً بتوفير المعلومات عن كل أنشطة الدولة للجمهور.

الإطار المؤسسي:

يقوم مكتب الاستعلامات الصحفي بمهامه تحت منظومة وزارة الإعلام والإذاعة (Ministry of Information and Broadcasting)، التي تتبعها هيئات وإدارات تحكم وتنظم وتقدم التشريعات الخاصة بنشر المعلومات والبيث.

رئيس "مكتب الاستعلامات الصحفي" هو المستشار الإعلامي لرئيس الحكومة الهندية، ومن أهم وظائف مكتب الاستعلامات الصحفي الهندي:

- ١ - اعتماد ممثلي وسائل الإعلام الهندية والأجنبية.
- ٢ - إصدار البيانات الصحفية وعقد المؤتمرات الصحفية.
- ٣ - عبر إدارة التغذية المرتجعة Feedback cell يقوم المكتب بتزويد الحكومة بتقارير حول الصحافة وردود أفعال الرأي العام في شكل موجز يومي وتقارير خاصة.
- ٤ - عقد الجولات الصحفية لتغطية المشروعات التنموية والمناطق النائية والمتخلفة.
- ٥ - يقوم مكتب الاستعلامات الصحفي الهندي بإعداد التغطية بالصور، لأنشطة الحكومة المركزية والحكومات الإقليمية، ويتم تزويد الصحف اليومية والدوريات بتلك التغطية سواء الصادرة باللغة الإنجليزية أو غيرها من اللغات الهندية الأخرى. ويتصل مكتب الاستعلامات الصحفية عبر مكاتبه من خلال شبكة الفيديو كونفرانس مع رجال الإعلام في المراكز الإقليمية بما يمكنهم من المشاركة في المؤتمرات الصحفية في نيودلهي وغيرها.

ووفقاً لـ (NDTV 2015) فقد أصدرت الحكومة المركزية الهندية تعليمات شملت عدم إداء أي مسئول حكومي بأية تصريحات لوسائل الإعلام على أن يقتصر تعامل المؤسسات الحكومية مع الإعلام على مكتب الاستعلامات الصحفي، وأضافت الصحيفة أنه في حال اتصال أي وسيلة إعلامية بأي مسئول حكومي عليه توجيهه إلى مكتب استعلامات الصحافة.

ب: تحليل الإطار القانوني في مصر: ظهر حق تداول المعلومات لأول مرة في الدستور المصري عام ٢٠١٢؛ حيث نصت المادة (٤٧) على: "الحصول على المعلومات والبيانات والإحصاءات والوثائق، والإفصاح عنها، وتداولها، حق تكفله الدولة لكل مواطن؛ بما لا يمس حرمة الحياة الخاصة، وحقوق الآخرين، ولا يتعارض مع الأمن القومي". وينظم القانون قواعد إيداع الوثائق العامة وحفظها، وطريقة الحصول على المعلومات، والتظلم من رفض إعطائها، وما قد يترتب على هذا الرفض من مساءلة، وهو النص الدستوري الذي لم يطبق نظراً لعدم إعداد قانون حرية المعلومات.

وألغى دستور ٢٠١٤ الشروط السابق الإشارة إليها حيث تنص المادة (٦٨) على أن: "المعلومات والبيانات والإحصاءات والوثائق الرسمية ملك للشعب، والإفصاح عنها من مصادرها المختلفة، حق تكفله الدولة لكل مواطن، وتلتزم الدولة بتوفيرها وإتاحتها للمواطنين بشفافية، وينظم القانون ضوابط الحصول عليها وإتاحتها وسريتها، وقواعد إيداعها وحفظها، والتظلم من رفض إعطائها، كما يحدد عقوبة حجب المعلومات أو إعطاء معلومات مغلوبة عمدًا. وتلتزم مؤسسات الدولة بإيداع الوثائق الرسمية بعد الانتهاء من فترة العمل بها بدار الوثائق القومية، وحمايتها وتأمينها من الضياع أو التلف، وترميمها ورقمنتها بجميع الوسائل والأدوات الحديثة، وفقاً للقانون." غير أن قانون حرية تداول المعلومات المفترض أن يترجم هذا النص القانوني لم يتم إعداده حتى كتابة هذه الورقة وفي انتظار مجلس النواب.

الإطار القانوني والمؤسسي للهيئة العامة للاستعلامات:

في إطار توجه الدولة نحو توظيف الإعلام لخدمة السياسات العامة أنشأت الدولة لأول مرة في نوفمبر عام ١٩٥٢ وزارة الإرشاد بمرسوم بقانون رقم ٢٧٠ لسنة ١٩٥٢ والذي تضمن إنشاء الوزارة بهدف توجيه أفراد الأسرة و إرشادهم .. ومضاعفة الجهد في خدمة الوطن ونصت المادة الأولى على تزويد الرأي العام والدوائر الثقافية والسياسية بأصدق البيانات والإحصاءات عن حقائق الأمور. بعهدا بعامين أنشأت مصلحة الاستعلامات تابعة لوزارة الإرشاد، بمرسوم بقانون صادر في ٣ سبتمبر ١٩٥٤، وفي عام ١٩٥٧ أصبحت المصلحة تابعة لوزير الدولة لشؤون رئاسة الجمهورية لمدة عام ثم عادت تبعيتها لوزارة الإرشاد. صدر القرار الجمهوري رقم ١٨٢٠ لسنة ١٩٦٧ بإنشاء الهيئة العامة للاستعلامات الذي نص في مادته الأولى على إنشائها كهيئة

عامة لها شخصية اعتبارية ونصت المادة الثانية على أن هدف الهيئة هو المساهمة في تحقيق رسالة وزارة الإرشاد القومي وذلك بالتعرف على موقف الرأي العام المحلي والعالمي تجاه القضايا والأحداث التي تهم الدولة وفي مجال إرشاد وتوجيه وتوير الرأي العام المحلي والعالم باستخدام وسائل الاتصال المباشر بالتعاون مع كافة أجهزة الدولة. في ١٤ أبريل عام ١٩٧٢ صدر قرار جمهوري بأن يتولى وزير الدولة للإعلام مسئولية الاشراف على الهيئة وتم في عام ١٩٧٣ إعداد لوائحها المالية والادارية لأول مرة.

ومؤسسيا انتقلت تبعية هيئة الاستعلامات من وزارة الإرشاد إلى رئاسة الجمهورية ثم عادت فانقلت إلى وزارة الإعلام، ثم عادت، ولا زالت، إلى رئاسة الجمهورية دون أن ينعكس ذلك في تغير هيكله أو وظيفي. ومن غير المفهوم للعاملين بالهيئة وقياداتها ما إذا كان انتماؤها الهيكلية لرئاسة الجمهورية قد انعكس في توجهات أو آليات عمل وتنسيق مختلفة.

الهيئة العامة للاستعلامات تعرف نفسها على موقعها على شبكة الانترنت بأنها " هيئة حكومية تتبع رئاسة الجمهورية بموجب القرار الجمهوري الصادر في ٢٠١٢/٩/٦ وتضطلع بدورها " كجهاز الإعلام الرسمي والعلاقات العامة للدولة " إلى شرح سياسة الدولة في المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية على الصعيدين الداخلي والخارجي ومواقفها إزاء مختلف القضايا ، وتنمية وعي المواطن ومشاركته الفعالة في بناء مجتمعه في الداخل ولتعميق أواصر الصداقة والعلاقات الوثيقة بين مصر والعالم الخارجي، وبالإضافة إلى كونها جهاز العلاقات العامة للدولة ، فهي مركز للدراسات السياسية والإعلامية ، وبنك للمعلومات ، و دار نشر كبرى للثقافة والفكر".

إذن يمكن القول أن الإطار الدستوري وفر حقوقا غير مسبوقه للحصول على المعلومات، ولكنه لم ينظمها في إطار قانون واضح حتى الآن، واستخدمت المراسيم التي صدرت وتطورت في ظلها هيئة الاستعلامات، لغة مطاطة وعامة في تحديد أهدافها وسبل تحقيقها ولم تمنحها سلطات على وسائل الإعلام الأخرى، مقارنة بمكتب الاستعلامات الصحفي الهندي، غير أن الهيئة التزمت، و فقط، بنص القرار الجمهوري رقم ١٨٢٠ لسنة ١٩٦٧ الذي نص في مادته الثانية على أن يكون هدفها قاصرا على التعرف على موقف الرأي العام المحلي والعالمي.. وتويره".

ثانيا: الإجابة على التساؤل الثاني: كيف وظفتا صفحتيهما الرئيسية على شبكة المعلومات الدولية في القيام بوظيفتيهما المعلوماتية؟

أثبت مكتب الاستعلامات الصحفي الهندي حرصه على تعدد أشكال تواجده على شبكة الإنترنت والتواصل الاجتماعي، فقد قام في عام ٢٠١٢ بإطلاق نسخة من موقعه للعمل على

أجهزة التليفون المحمول (The Economic Times 2015)، ويطلق الموقع تجريداته على موقع تويتر للتنبيه الفوري بمواعيد اللقاءات والأنشطة التي يقوم بها المسؤولون على صفحته (PIB_India@) و (pibbng@) وهي الصفحات التي تحظى بنحو ٧٠٨٠٠٠ متابع، ويبث على صفحته على يوتيوب (www.youtube.com/user/pibindia) آلاف الفيديوهات لأنشطة رئيس الحكومة والوزراء، والجهات والمبادرات الحكومية، ويبث الأفلام والتقارير على صفحته على الفيس بوك Facebook والتي تنقلك عبر روابطها إلى صفحته على اليوتيوب في حال رغبت في مشاهدة أحد الأفلام الموضوعة على الفيس بوك.

في المقابل يقتصر نشاط الهيئة العامة للاستعلامات على الموقع الرئيس على الشبكة، دون تواجد على اليوتيوب أو الفيس بوك أو تويتر، ويضم الموقع (١٠) أيقونات لأبواب ثابتة تقدم تعريفا لمصر وسياساتها الخارجية والداخلية والاقتصاد والسياحة والمجتمع والثقافة والفنون وأهم الإصدارات، وهو محتوى لا يتعامل مع الشائعات أو الإرهاب بحكم ثبات محتواه التعريفي، وتغير الشائعات.

وهناك باب متغير يضم ثلاث أيقونات أو عناوين فرعية أولها "مؤسسة الرئاسة" وهو قاصر على ثلاثة أخبار عن السيد الرئيس أولها السيرة الذاتية له، والثاني عن زيارته إلى الصين في ديسمبر ٢٠١٤، و كلمته في الاحتفال بعيد القضاء في يناير ٢٠١٥، وكأن هذه الأخبار الثلاثة، فقط، هي كل أنشطة مؤسسة الرئاسة أو كل ما يستحق أن يبرز، رغم وجود أخبار متعددة عن الرئاسة والسيد الرئيس في باب أخبار سياسية، ثم عنوان فرعي لباب صحف ومجلات وينقسم بدوره إلى صحف ومجلات عربية وأخرى فرنسية وثالثة باللغة الإنجليزية، وهي روابط تقود إلى مواقع هذه الصحف المصرية في الأساس،

وأخيرا أخبار مصر الذي ينشر حوالي ٩ أخبار مصرية سياسية وتقودك أيقونة "المزيد" إلى صفحة بها تقسيم آخر للأخبار يوضحه الجدول التالي الذي يجمع ما نشر خلال شهر ديسمبر ٢٠١٥:

مجموع	سياسة	اقتصاد	ثقافية	سياحية	رياضية	متنوعة	الأمن	العدل	تقارير
564	250	175	22	18	1	91	2	1	4
100	44%	31%	4%	3%	0.002%	16%	0.004%	0.002%	0.008%

وكما يوضح الجدول تحنل القضايا السياسية الصادرة بينما تقتصر الأخبار المتعلقة بالأمن، والذي يفترض أن يشمل مكافحة الإرهاب، على خبرين فقط، أحدهما عن ضبط مخزن للمتفجرات، والثاني عن بحث وزارة الداخلية ١٠١ حالة اختفاء.

بتحليل مضمون الموضوعات السياسية، نجد أن تغطية نشاطات السيد رئيس الجمهورية احتلت الصدارة بنحو ثلث المواد السياسية المنشورة متضمنة تصريحات ولقاءات واتصالات هاتفية للرئيس، تلى ذلك تصريحات وأنشطة وزير الخارجية بنسبة ٢٧% وهو ما يمكن تفسيره بانتماء السيد السفير رئيس الهيئة عادة إلى وزارة الخارجية حيث يظهر اهتمامه بإبراز أنشطتها، تلي ذلك باقي الوزارات واللجنة العليا للانتخابات أو سفراء أجنبية وذلك بنسبة ٢٦% وفي النهاية تأتي أنشطة وتصريحات رئيس مجلس الوزراء بنسبة ١٥% فقط من الأخبار المنشورة في البند السياسي، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

إجمالي	رئيس الجمهورية	مجلس الوزراء	الخارجية	باقي المصادر
٢٥٠	٨٨	٣٠	٦٧	٦٥
١٠٠	٣٢%	١٥%	٢٧%	٢٦%

أقتصرت مصادر الأخبار المطلقة على الصفحة الرئيسية لموقع هيئة الاستعلامات على مصدرين وحيدين هما وكالة أنباء الشرق الأوسط أو مواقع صحف مصرية مثل الوطن، الأهرام، الأخبار.

تحليل مضمون موقع مكتب الاستعلامات الصحفي الهندي:

يخلو موقع مكتب الاستعلامات الصحفي الهندي من الأخبار، حيث يقتصر محتواه على البيانات الصحفية الرسمية والوثائق الحكومية، وصور رسمية وقرارات مجلس الوزراء وخطب المسؤولين والزيارات الخارجية لرئيس الوزراء. وذلك باللغات الهندية والأوردية والإنجليزية في إطار وظيفتها كوسيط بين الحكومة ووسائل الاعلام.

بتحليل محتوى الصفحة الأولى في شهر ديسمبر ٢٠١٥ من المحتوى الإنجليزي للموقع نجد أن هناك أقسام متخصصة أولها قسم خاص لقرارات مجلس الوزراء، بالضغط عليه يفتح على أحدث بيان صادر عن مجلس الوزراء بالإضافة الى قسم جانبي يضم قرارات مجلس الوزراء مرتبة حسب تاريخ صدورها. صدر في شهر ديسمبر ٣٨ بيانًا صحفيًا، وفي الصفحة الرئيسية أيضا قسم للبيانات الصحفية الصادرة عن (٧٥) وزارة وهيئة حكومية بما فيها الرئاسة الهندية، ثم قسم الصور وبالضغط عليه ينقلك إلى صفحة الصور حيث تم نشر ٣٧٥ صورة في شهر ديسمبر ٢٠١٥ تتضمن الزيارات التي قام بها رئيس الوزراء ولقاءاته مصحوبة بتعليق محترف ومعلوماتي يشرح الصور المرفقة، وبالقسم أيضا إمكانية لرؤية تعليقات الصور بعدد ٧ لغات محلية هندية، ثم قسم خاص بقرارات مجلس الوزراء المصغر للشؤون الاقتصادية وضمت عن شهر ديسمبر عدد (٧) بيانات لاجتماعات المجلس الاقتصادي وقراراته، يليه قسم خاص بخطب رئيس الوزراء حيث لم يسجل في شهر ديسمبر أي خطاب، ثم قسم الزيارات الخارجية

حيث رصد في الشهر ذاته زيارة واحدة إلى روسيا بالضغط عليها تتفكك إلى الصور التي التقطت أثناء الزيارة وتعليقاتها ثم قسم لكلمة رئيس الوزراء الهندي في المؤتمر الصحفي المشترك مع الرئيس الروسي، وبيان صحفي عن زيارة رئيس الوزراء الروسي لمركز إدارة الأزمات القومية في روسيا.

يلي ذلك قسم للكتاب الإلكتروني عن إنجازات كل وزارة في عام، بالإضافة إلى قسم لأهم الوثائق يمكنك من تحميل الملف بصيغة بي دي إف، بالإضافة إلى قسم خاص للحقائق والخلفيات حول القضايا المهمة،

يعد مكتب الاستعلامات الهندي المصدر الوحيد لمحتواه الخبري المطلق على موقعه فهو يقوم بإعداد البيانات الرسمية والصور وكتابة التعليقات.

ثالثاً: الإجابة على التساؤل الثالث: هل قامت بوظيفتيهما في وضع أجندة وسائل الإعلام فيما يتعلق بمكافحة الشائعات ومكافحة الإرهاب؟

أشارت نتائج تحليل المضمون إلى أن محاربة الشائعات، وتقديم معلومات والانخراط في وضع أجندة وسائل الإعلام الخاصة بسياسات الحكومة غائبة عن موقع الهيئة العامة للاستعلامات الذي يعتبر أداة تواصلها الرئيسية مع الرأي العام المصري والعربي والدولي في ضوء إغلاق عدد كبير من المكاتب الإعلامية في الخارج، حيث يقتصر الموقع على أبواب تعريفية وتسويقية ثابتة، بينما ابتعدت تماماً عن وظيفتها كواضع لأجندة وسائل الإعلام لأن المحتوى الإخباري المتجدد بها منقول عن وسائل الإعلام وليس محتوى يستهدف تزويد وسائل الإعلام بالجديد عن نشاط الدولة. فيما يقتصر استخدام الهيئة العامة للاستعلامات لشبكة الإنترنت على الموقع الرئيس على الويب، بدون تواجد على اليوتيوب أو الفيس بوك أو تويتر مثل نظيره الهندي.

في المقابل فإن اختلاف إدراك الوظيفة والدور الواضح عند مكتب الاستعلامات الصحفي الهندي نجم عنه اختلاف محتوى الصفحة الرئيسية، الذي ينشر بيانات وصور وتقارير فيديو عن أنشطة الحكومة وأجهزتها بما يمثل مادة خصبة لوضع أجندة وسائل الإعلام ومكافحة الشائعات. غير أن مواقع الجهتين على الشبكة لا تعكس انخراط بلديهما في صراع ضد الإرهاب على الرغم من تأكيد الوقائع وتصريحات قادة البلدين على خوضهما حرباً ضد الإرهاب.

الخاتمة والتوصيات:

سعت الدراسة إلى معرفة كيفية قيام الهيئة العامة للاستعلامات في مصر ومكتب الاستعلامات الصحفي في الهند بمهامهما، كمؤسسات علاقات عامة للدولة، في توفير الحقائق عن أنشطة الحكومة باعتبار ذلك إحدى وسائل مكافحة الشائعات، كما سعت الدراسة إلى معرفة كيفية مساهمة ما يبثه كل منهم على صفحته الرئيسية على شبكة الإنترنت في الحرب على الإرهاب التي تخوضها الدولتان، باعتبار أن هذين الجهازين أداتان من أدوات وضع أجندة وسائل الإعلام.

أشار تحليل الإطار القانوني إلى أن مكتب الاستعلامات الصحفي الهندي يعمل في إطار قانوني يلزم مؤسسات الدولة بتوفير المعلومات، ويمنح المكتب صفة المتحدث الوحيد باسم جميع أجهزة الدولة، وهو ما تبعه قيام المكتب بتوفير البيانات الصحفية والمواد الفيلمية والوثائق عن أنشطة هذه المؤسسات أولاً بأول على شبكة الإنترنت وبالتالي القيام بفعالية بوضع أجندة وسائل الإعلام فيما يتعلق بأنشطة أجهزة الدولة.

في المقابل تعترف الهيئة العامة للاستعلامات منفردة، عن جميع أجهزة الدولة التي تعين كل منها متحدثاً باسمها، دون دور حقيقي للهيئة كجهاز علاقات عامة رسمي للدولة يضع أجندة وسائل الإعلام وتناولها للنشاط الحكومي، في ظل عدم وجود قانون لحرية المعلومات أو سلطات حقيقية للهيئة.

وفيما يتعلق بالإطار المؤسسي فإن مكتب الاستعلامات الصحفي الهندي يتبع وزارة الإعلام التي تمتلك مظلة متكاملة من أجهزة الاتصال الشخصي والجماهيري بما يحقق تكاملاً بين أجهزة هذه المنظومة، في المقابل انتقلت تبعية هيئة الاستعلامات من وزارة الإرشاد إلى رئاسة الجمهورية ثم عادت فانتقلت إلى وزارة الإعلام، ثم عادت، ولا زالت، إلى رئاسة الجمهورية دون أن ينعكس ذلك في تغير هيكله أو وظيفته.

أشارت نتائج تحليل المضمون إلى افتقاد الهيئة العامة للاستعلامات القدرة على محاربة الشائعات، وتقديم معلومات والانخراط في وضع أجندة وسائل الإعلام الخاصة بسياسات الحكومة، فيما نجح موقع المكتب الصحفي الهندي في القيام بهذه المهمة باعتباره المصدر الأول والأوحد للمعلومات والبيانات والصور عن أنشطة السلطات، فيما لم يتم قيام الجهتين بجهد معلوماتي لمحاربة الإرهاب.

التوصيات:

هناك العديد مما يمكن التوصية به أكاديميا والذي يتمثل في ضرورة إجراء مزيد من الدراسات المستقبلية حول سبل أداء وظيفة العلاقات العامة للدولة، ومزيد من الدراسات حول التجربة الهندية المتميزة.

كذلك هناك حاجة لتقييم تجربة المتحدث الرسمي لكل وزارة والذي يعينه كل وزير وفقا لمعايير قد تكون شخصية، دائما، وغالبا ما يأتي هذا المتحدث دون خلفية إعلامية تؤهله لتولي هذا المنصب المهم.

وتطبيقيا: أوضحت المقارنة بين المؤسستين المصرية والهندية أن الدولة أمام خيارين لا ثالث لهما، أولهما حل الهيئة العامة للاستعلامات، وإلحاق أنشطتها التي تقوم بها إلى أجهزة أخرى موجودة فعلا بالدولة سواء بوزارة الخارجية فيما يتعلق بالمكاتب الخارجية، أو مركز معلومات مجلس الوزراء او المحليات.

وثانيهما والذي يميل إليه الباحث وهو إعادة هيكلة الهيئة بشكل كامل وتكييف وضعها المؤسسي والقانوني ليكون لدى مصر وبحق جهاز علاقات عامة للدولة، تحتاجه البلاد بشدة في هذه المرحلة المهمة.

على غرار ما قامت به الهند يوصى بانتقال مسئولية صورة مصر الخارجية إلى وزارة الخارجية مع الدعوة إلى إنشاء قسم خاص للدبلوماسية الشعبية بها، يكون اهتمامه مركزا على الإعلام الجديد والتقليدي، لما لذلك من تأثير في خلق صورة إيجابية تدحض انتشار الشائعات دوليا.

مصادر ومراجع الدراسة

أولا المراجع العربية:

١. ابراهيم محمد خضر الداقوي ١٩٩٠: دور الإعلام في ترويج ومكافحة الشائعات، الرياض جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
٢. أحمد ابو زيد ١٩٨٢: البناء الاجتماعي مدخل لدراسة المجتمع، ط ٨ الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
٣. جوردو ألبورت وليوبوستمان ١٩٦٤: سيكولوجية الاشاعة، ترجمة مخيمر مرزوق دار المعارف القاهرة.
٤. حاتم محمد عاطف عبدالخالق سعد ٢٠١٠: أثر استخدام الإنترنت على أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة : دراسة تطبيقية ، رسالة غير منشورة جامعة القاهرة كلية الاعلام
٥. رمضان عبد الموجود فرج، ٢٠٠٨: مدي فعالية مؤسسات الاتصال الاعلامي المباشر في تنمية الوعي السياسي، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة اسيوط كلية التجارة
٦. سحر جابر ٢٠١٤: الآثار الاجتماعية والمجتمعية لتعامل الشباب الجامعي مع مواقع التواصل الالكتروني ، رسالة دكتوراة غير منشورة جامعة عين شمس معهد الدراسات التربوية.
٧. عبد الباسط محمد حسن ١٩٨٠، أصول البحث الاجتماعي، ط٧ القاهرة، مكتبة وهبة.
٨. عبد الرحمن محمد عيسوي ١٩٧١: اتجاهات حديثة في علم النفس الحديث دار الكت الجامعية القاهرة
٩. عماد الدين إسماعيل مصطفى نجم ٢٠١٠: قياس رأس المال الفكرى كمدخل لتطوير الأداء في المنظمات العامة المصرية : مع التطبيق علي الهيئة العامة للاستعلامات، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة القاهرة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.
١٠. فرانسيسكو ج فاسكيز ١٩٩١: اقتصاديات وسائل الإعلام في العالم الثالث؛ في: ل. جون مارتين، وانجو جروفنر شودري: نظم الإعلام المقارنة، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع
١١. كريمان طه معوض ٢٠١٤: التعددية العرقية والاستقرار السياسي في الهند منذ الاستقلال، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.

١٢. ليديا صفوت إبراهيم بخيت ٢٠٠٨: دور تقنيات الاتصال في المؤسسات الإعلامية (الهيئة العامة للإستعلامات نموذجا) رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس كلية البنات
١٣. محمد عبد الحميد ٢٠٠٠: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب.
١٤. محمد عبدالناصر محمد شلبي سالم ٢٠١٣: العوامل المؤثرة في إخراج مطبوعات العلاقات العامة في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الزقازيق كلية الآداب
١٥. محمد على أبوالعلا قنديل ٢٠٠٧: الوظيفة الاتصالية للهيئة العامة للإستعلامات : دراسة تقييمية وتصور مستقبلي، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة الزقازيق كلية الآداب
١٦. نفيسة صلاح الدين محمود السعيد ٢٠١٠: دراسة تحليلية لمكونات ثقافة السلام في قصص الأطفال التي تصدرها الهيئة العامة للإستعلامات والمقدمة للطفل المصري، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس معهد الطفولة
١٧. هبة طلعت خليفة، ٢٠٠٧: تأثير العولمة على أداء العلاقات العامة دراسة مسحية على الهيئة العامة للإستعلامات، رسالة دكتوراة غير منشورة جامعة جنوب الوادي كلية الآداب.
١٨. هنادي رشدي سلطان ٢٠٠٨: البعد الاقتصادي للسياسة الاعلامية : دراسة تطبيقية على الاقتصاد المصري، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة عين شمس كلية التجارة
١٩. يوسف جرجس اسحق ، 2014: التنمية البشرية وعلاقتها بالإعلام التنموي بالتطبيق على مراكز الإعلام الداخلي بالهيئة العامة للإستعلامات بمنطقة مدن القناة، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة قناة السويس كلية التجارة.

ثانيا المراجع الأجنبية

1. --- 2012: The press and registration of books act. 1867, Delhi, Commercial low publisher
2. Anup Kumar Das, 2015: E-governance in India: interlocking politics, technology and culture, Contemporary South Asia, Vol. 23, Iss. 3, 2015.

3. Anupma Verma, 2015: Expert Studies in Communication and their Implications in India after Independence, in , International Journal of Research (IJR) Vol-2, Issue-1 January.
4. C. Ann Hollifield and Amy Jo Coffey 2008, Qualitative Research in Media Management and Economics, In Alan B. Albarran Ed., Handbook of media and economics , Lawrence Erlbaum Associates , publisher, London
5. David M. Malone, C. Raja Mohan, Srinath Raghavan, 2015: Indian Foreign Policy, OUP Oxford.
6. DNA (2015) viewed in date December 29, 2015 at <http://www.dnaindia.com/india/report-upa-s-hindu-terror-term-weakened-fight-against-terrorism-rajnath-singh-2109769>
7. Funkhouser, G. R. (1973). The issues of the sixties: An exploratory study in the dynamics of public opinion. Public Opinion Quarterly, 37.
8. Gillian Doyle and Simon Fritch 2008: Methodological approaches in media management and media economics research, in Alan B. Albarran Ed., Handbook of media and economics , Lawrence Erlbaum Associates , publisher, London.
9. Hanson, Elizabeth 2011: "Political Authority and the Global Media in India" Paper presented at the annual meeting of the International Studies Association Annual Conference "Global Governance: Political Authority in Transition", QUEBEC, CANADA.
10. Harlow, Summer., Chadha, Monica. and Johnson, Thomas 2012: "Media: The building BRICs of institutional trust in Brazil and India" Paper presented at the annual meeting of the Designing and Building Research Network Maps: Trends in International and Latin American Communication Research,

School of Communications of the Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile.

11. Jain, Parul. and Hazen, Michael. 2007 : "Television Viewing and Its Relationship to Changing Values in Indian Youth" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, San Francisco.
12. Keval J.Kumar 2010: Mass Communication in India, Jaico Publication House, Delhi. McCombs, M., and G. Estrada (1997). The news media and the pictures in our heads. In S. Iyengar and R. Reeves, eds., Do the Media Govern? Politicians, Voters, and Reporters in America. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
13. Ministry of Information and Broadcasting at: <http://mib.nic.in/demo.aspx#> visited 30 December 2015.
14. NDTV (2015), viewed in date December 29, 2015 at <http://www.ndtv.com/india-news/top-secret-sections-should-handle-classified-documents-government-781162>
15. Parameswaran, Radhika 2014: "Barriers to "Regionalizing" India in Media and Cultural Studies: The Resilience of Linguistic and Cultural Hegemony" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association 64th Annual Conference, Washington.
16. PIB 2014: Digital India – A programme to transform India into digital empowered society and knowledge economy, available at <http://pib.nic.in/newsite/PrintRelease.aspx?relid=108926>. (accessed 1 January 2015)
17. Rajagopalan, Shruti, 2012 'Sunlight's the Best Disinfectant': A Review of the Right to Information Act,. Delhi Law Review, 2005–2006 (II): 46–72. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2137801> (Acceded 3 January 2016).

18. Ramanand Garge, 2015: Combating Financing of Terror: An Indian Perspective, available at <http://www.vifindia.org>, (Accessed 4 January 2015).
19. Sharma, Meenakshi 2013: "Impact of Social Media on Public Opinion and Courts in India" Paper presented at the annual meeting of the The Law and Society Association, Boston.
20. Sharma, S. K., and Behra Anshuman, 2014: *Militant Groups in South Asia*. New Delhi: Institute for Defence Studies and Analyses and Pentagon Press.
21. Shoemaker, P. J., and S. D. Reese (1991). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. New York: Longman.
22. The Economic Times, Aug 2012, available at : http://articles.economictimes.indiatimes.com/2012-08-31/news/33521528_1_website-mobile-version-press-information-bureau.
23. The Economic Times, Aug 2012, available at : http://articles.economictimes.indiatimes.com/2012-08-31/news/33521528_1_website-mobile-version-press-information-bureau.
24. Thussu, Daya 2014: "The Chindia Challenge to Global Communication" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Suntec City, Singapore.
25. Unnati Mishra, S.N. Fatmi, 2015: Mobile Seva (m-Governance): A Bridge between Govt. Service Delivery and the Excluded communities of India, in *Journal of Social Sciences*, Vol 2, No.1.
26. Westley, B. H. (1976). What makes it change? *Journal of Communication*, 26 (2).

27. Yin, Robert K 2009: case study research design and methods: Applied Social Research Series". Vol. 5, 4th ed, California, Sage Publications.
28. Zubin Cyrus Shroff, Marc J. Roberts & Michael R. Reich (2015) Agenda Setting and Policy Adoption of India's National Health Insurance Scheme: Rashtriya Swasthya Bima Yojana, Health Systems & Reform
29. Zucker, H. G. (1978). The variable nature of news media influence. In B. D. Ruben, ed, Communication Yearbook, vol. 2. New Brunswick, N.J.: Transaction.