

## سوسيولوجية القائم بالاتصال

د/ محمد قيراط\*

❖ أستاذ مشارك، كلية الاتصال جامعة الشارقة الامارات العربية المتحدة

**Abstract:**

The communicator plays an important and strategic role in society as a disseminator of news and information and as a driving force in molding and making public opinion. This article looks at the sociology of the communicator through the various and different studies conducted in different countries in the world on the educational background, socio-demographic characteristics, professional and ethical values, and working conditions of the journalists. The study discusses the dimension of the communicator in the communication process, the need for the study of the sociology of the communicator, and the communicator in mass media research and studies. The article exposes future trends in mass communicators studies represented by the organizational trend- the study of the media system; the output trend – the study of the content of media products; the audience trend-the study of the receivers; the communicator as a driving force trend- the study of the role of journalist in society as a status-quo agent or as an agent of change, and lastly the socio-economic and political environmental trend- the study of the socio-economic, political, social, and cultural milieu in which the journalist operates.

**المخلص:**

يلعب القائم بالاتصال دورا مهما و استراتيجيا في المجتمع كمنتج و موزع للأخبار و المعلومات و كقوة قيادية في تشكيل و صناعة الرأي العام. تتطر هذه الدراسة في سوسيولوجية القائم بالاتصال من خلال الدراسات المتنوعة و المختلفة في العالم حول الخلفية التعليمية، الخصائص السوسيو ديمغرافية و القيم المهنية و الأخلاقية و ظروف عمل الصحفيين. تناقش الدراسة بعد القائم بالاتصال في عملية الاتصال، الحاجة إلى دراسة سوسيولوجية القائم بالاتصال و القائم بالاتصال في الدراسات و البحوث الإعلامية. تستعرض الدراسة الاتجاهات الجديدة في دراسات القائم بالاتصال و المتمثلة في الاتجاه المؤسسي -النظام الإعلامي، اتجاه مخرجات النظام الإعلامي - محتوى منتجات وسائل الإعلام، اتجاه جمهور القائم بالاتصال - دراسة المستقبل، اتجاه فاعلية القائم بالاتصال - كعنصر للمحافظة على الوضع الراهن أو كعنصر للتغيير، و أخيرا اتجاه البيئة و المحيط العام - دراسة المحيط السياسي و الاقتصادي و الثقافي و الاجتماعي و الحضاري الذي يعمل فيه القائم بالاتصال.

## مقدمة:

تلعب وسائل الإعلام الجماهيري دورا محوريا و استراتيجيا في المجتمع كما تتمتع بنفوذ ومكانة متميزة وقوية في المجتمع، لذا أطلقت عليها تسميات عديدة ومختلفة منها: "المتلاعبون بالعقول"، "عملاء السلطة"، "صانعوا الآراء"، "مشكلوا الرأي العام"، "السلطة الرابعة"، "الحكومة الأخرى"، "منظمو الثورة"، "الذراع الأيمن للثورة"، والقائمة مازالت طويلة. هذه التسميات وغيرها ليست نتيجة الصدفة، أو عبارات بلاغية، بل أنها تعكس بكل صدق قوة وأهمية وسائل الإعلام في حياة الفرد والأسرة والمؤسسة والمجتمع.

إن المتتبع للصناعة الإعلامية يلاحظ أن أحد الأبعاد الرئيسية في العملية الاتصالية هو بعد المرسل، أي القائم بالاتصال الذي يشكل و يصنع الرسالة الإعلامية وفق معايير ومقاييس محددة، ووفق خلفيته وتفكيره و أيديولوجيته و بطبيعة أيديولوجية المؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها. يستعرض هذا الفصل دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي، و الحاجة إلى دراسة القائم بالاتصال أو سوسيولوجية المرسل. من هو القائم بالاتصال؟ ما هي مكانة القائم بالاتصال في الدراسات و الأبحاث الإعلامية؟ كما يناقش الفصل القائم بالاتصال في العملية الاتصالية. ما هي أنواع الدراسات التي بحثت خلفية و سوسيولوجية القائم بالاتصال؟ فعلى مدى أزيد من أربعة عقود أهتم الباحثون بدراسة القائم بالاتصال، و استعملوا طرق و مناهج بحث مختلفة كما استخدموا عينات متنوعة. ما هي الاتجاهات المستقبلية لدراسة القائم بالاتصال؟ للإلمام الجيد و الوافي لسوسيولوجية الصحف يجب مقارنة الإشكالية من عدة زوايا منها النظام الإعلامي نفسه و كذلك مخرجات المؤسسات الإعلامية و المادة التي تقدمها للجمهور، كذلك النظر في اتجاه الجمهور الذي يعتبر الحلقة الأهم في العملية الاتصالية. من جهة أخرى يجب عدم إهمال مكانة الصحفي في خريطة القوى الفاعلة و المؤثرة في المجتمع، و أخيرا الاهتمام بدراسة البيئة و المحيط العام أي الفضاء السياسي و الاقتصادي و الثقافي والاجتماعي و الحضاري الذي يتفاعل معه و يعمل في حدوده القائم بالاتصال. كيف يجب أن ننظر للمرسل في العملية الاتصالية؟ هل هو جزء من النظام؟ أم هو ممثل للقوى المضادة في المجتمع يراقب و يستقصي و يكشف عن الفساد و يحاسب السلطات الثلاث في المجتمع.

تنظر هذه الدراسة في إشكالية سوسيولوجية القائم بالاتصال من خلال استعراض أهم المدارس و التوجهات و المقاربات البحثية التي درست المرسل في العملية الاتصالية. فتتطرق إلى متغير القائم بالاتصال في العملية الاتصالية و الحاجة الماسة إلى دراسة هذا البعد الهام و المحوري في العملية الاتصالية. فالتراث العلمي و المعرفي في

حقل علوم الإعلام و الاتصال بحاجة ماسة إلى سوسيولوجية القائم بالاتصال. و بهذا تستعرض هذه الدراسة بالبحث و التحليل النقدي أنواع دراسات القائم بالاتصال و ما هي نقاط القوة و الضعف في كل نوع كما تقترح أهم الاتجاهات المستقبلية لدراسة القائم بالاتصال و التي تتمحور أساسا في الاتجاه المؤسساتي و اتجاه مخرجات النظام الإعلامي و اتجاه جمهور القائم بالاتصال و اتجاه فاعلية القائم بالاتصال و أخيرا اتجاه البيئة و المحيط العام.

### وسائل الإعلام و تشكيل الوعي الاجتماعي:

في مجتمع اليوم أصبحت وسائل الإعلام تشكل الدور الرئيسي في تصرفات البشر سواء كانت سياسية ، ثقافية ، اقتصادية ، أو غيرها. هناك من يسلم وبطريقة بديهية أن وسائل الإعلام ما هي إلا ناقلات الأخبار، لكن لو تمعنا جيدا في هذه المؤسسات، أي وسائل الإعلام ونظرنا إليها من قريب لوجدنا أن الأمر يختلف تماما. يرى ميريل أن "عملية الاتصال ليست ضرورية فقط لمختلف أشكال تطور الفرد ، وإنما هي ضرورية كذلك لمختلف أشكال تطور الأمة". (ميريل، 1976، 187-). و تعقبا على أهمية وسائل الإعلام في حياتنا الاجتماعية وأهمية دورها وتأثيرها في نشاطاتنا اليومية ، يرى ريفرز وشرام أن :

معظمنا يعتمد على مخرجات وسائل الإعلام الجماهيرية بالنسبة للغالبية العظمى من الأخبار والتسلية التي نحصل عليها خلال حياتنا . انه واضح جدا أن ما يعرفه عن الشخصيات والقضايا العامة يعتمد بطريقة كبيرة جدا على ما نقوله لنا وسائل الإعلام الجماهيري. أننا دائما نخضع للصحافة وليس لدينا قدرة للقيام بأي شيء في هذا الشأن لوحدنا أننا لا نستطيع إلا رؤية القليل جدا. (ريفرز وشرام 1973:4)

في مجتمع يتسم بالتعقيد، فإن وسائل الإعلام الجماهيري لديها أكثر من دور تقوم به. فهي مطالبه بمهمة الإعلام ، التربية ، التسلية ، التجنيد، التنظيم، التسييس ومهام أخرى. بعبارة أخرى، وسائل الإعلام الجماهيري هي منافذ الإعلام والتحكم في المعرفة. فبالنسبة للكائن البشري الذي يريد أن يفهم مجريات الأمور في مجتمعه وأن يحدد نفسه كفرد في المجتمع الذي يعيش فيه، فإن اعتماده على وسائل الإعلام يكون أكثر من ضروري وحتمي. ريفرز، بيرستون وجنسن يذهبون بعيدا حيث يرون أنه لا يمكن أن تكون هناك عملية اجتماعية بدون اتصال. الاتصال، وقتئذ هو واقع رئيسي في الوجود البشري والعملية الاجتماعية. انه كل الطرق التي يؤثر بها شخص على شخص آخر وبالمقابل يتأثر هو كذلك .

الجمهور. فالقائم بالاتصال عن طريق انتقائه و حذفه للأخبار يصور الواقع الاجتماعي و السياسي و الثقافي الذي نعيش فيه للمجتمع بأسره، فالقائم بالاتصال يلعب دورا رئيسيا في عرض و تقديم الأخبار و العلم و المعرفة و البيانات و المعلومات المختلفة للجماهير. و من هنا يصبح المشرف على صناعة الرسالة الإعلامية في مكانة إستراتيجية تؤهله لتكوين الرأي العام و لتوجيهه وفق ما يقدم إليه من خلال مخرجات وسائل الإعلام، يقول كاري في هذا الصدد:

القائم بالاتصال المحترف هو ذلك الذي يتحكم بمهارة خارقة في معالجة الرموز و الذي يستعمل هذه المهارة لتشكيل حلقة اتصال بين أشخاص معينين أو جماعات مختلفة. القائم بالاتصال المحترف هو الذي يخترق الرموز، و يترجم تصرفات و معرفة و اهتمامات جماعة كلامية في شكل بديل، لكن بعبارات مفهومة و مقنعة لجماعة أخرى. هذا الدور يتم في اتجاهين: عمودي و أفقي، عموديا يربط القائمون بالاتصال المحترفون النخبة في أي تنظيم أو جماعة بالجمهور العام، أفقيا يربطون جماعتين كلاميتين مختلفتين في نفس مستوى التركيبية الاجتماعية. (Cary, 1969: 27).

يذهب سيقال في الاتجاه نفسه حيث يرى أن ما يشكل مخرجات وسائل الاتصال الجماهيرية تحدده إلى حد كبير الاختيارات التي يقوم بها القائم بالاتصال (Sigal, 1973:2). كما يرى جيبير أن الأخبار ليست مجرد منتج بريء و مستقل أو بضاعة معلبة، بل هي منتج مجموعة من الأشخاص ينتمون إلى بيروقراطية تجميع و توزيع المعلومات. (Gieber, 1964:175) وعن الدور الإستراتيجي للقائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية و في المجتمع يقول رستون:

الطبيب يؤثر في الصحة الفيزيولوجية لمرضاه، المحرر يؤثر في الصحة الفكرية لقرائه. و على عكس الطبيب فإن المحرر لم يطلب منه و لم يسمح له بتقديم وصفة تجعل قراءه "أشفياء". لكن مثله مثل الطبيب لديه الفرصة لتسميمهم، و الاختلاف الرئيسي، كما يتبادر لي، هو أن المحرر بإمكانه أن يسمم عددا كبيرا منهم و بأسرع وقت من الطبيب. (Reston, 1945:94).

يرى شرام و ريفرز أن غالبيتنا تعتمد على وسائل الإعلام في الحصول على الأخبار و المعلومات و الترفيه و هذا يعني أن ما نعرفه عن الآخرين و عن الأحداث بصفة عامة يعتمد أساسا على ما تقدمه لنا وسائل الإعلام، إننا دائما نخضع للصحافة و لا نستطيع أن نفعل الكثير بشأنها. (Rivers and Shramm, 1973:4)، و من جهته يرى كوهن أن العالم ينظر بصفة مختلفة إلى مختلف الشعوب ليس بناءا على اهتماماتهم الشخصية فحسب و إنما بناءا كذلك على الخارطة المرسومة لهم من قبل الكتاب و المحررين و الناشرين للجريدة التي

يقرونها. (Cohen,1963:13). فالقائم بالاتصال إذا يلعب دورا هاما في تحديد الأجندة للجمهور.

لقد أسلفنا الذكر أن القائم بالاتصال لم يأخذ حقه من الدراسات الإعلامية كما ينبغي، و لم ينظر إليه على أساس أنه فاعل رئيسي في العملية الإتصالية. فنلاحظ مثلا أن الباحثين و الدارسين للاتصال و الإعلام قد ركزوا على العملية الإتصالية بمختلف أبعادها مثل : الرسالة- الوسيلة- التأثير- رجع الصدى... الخ و أهملوا بعدا رئيسيا من أبعاد العملية الإتصالية. و حتى الدراسات التي أجريت خلال الخمسين سنة الماضية كانت قليلة من حيث الكم و اتسمت بالوصف و عزلت القائم بالاتصال عن المحيط الذي يتفاعل معه و يعمل فيه. إن عدد الدراسات و الأبحاث التي عالجت و نظرت في سوسيولوجية الصحفي ما زالت قليلة و اقتصرت على عدد محدود من الدول.

بعد القيام بعدة دراسات حول وظيفة البرنامج المعد من طرف وسائل الإعلام توصل ماكومبس وشاو إلى أن موظفي وسائل الإعلام ، محررين ، مراسلين وإذاعيين يصورون ، إلى حد كبير ، عن طريق انتقائهم وحذفهم للأخبار ، الواقع الاجتماعي الذي نعيشه ونؤمن به ، يوحي هذا بأن رجال الإعلام ومحترفي الصحافة، عن طريق المؤسسات التي يعملون فيها وعن طريق دور المرسل الذين يتمتعون به ، يلعبون دورا رئيسا في عرض وكشف المعرفة والمعلومات والأخبار للجماهير.

هذا، ليس للمبالغة في الدور الذي يلعبه الصحفي في عملية تجميع وتوزيع الأخبار. يرى اثيما أن هناك عوامل أخرى بالإضافة إلى الصحفي في صناعة ووضع الصيغة النهائية للمنتج الصحفي . إن روتين الإنتاج داخل المؤسسة الإعلامية ، الضغوط التنظيمية كسياسة المؤسسة الإعلامية ووضعها المالي . وكذلك الإطار الاجتماعي والاقتصادي والسياسي التي تشتغل فيه. قانون الإعلام والتشريعات الإعلامية ، كلها تؤثر ولها انعكاسات على المنتج الإخباري المنجز. يقول إيثيما في هذا الموضوع:

رغم كل هذه التحقيقات التقريبية ورغم الأدبيات الوفيرة حول سيكولوجية الإبداع، فإن العمليات التي يقوم الأفراد بموجبها لإنتاج الرسائل الإعلامية ما زالت وبجزء كبير مغلقة في الصندوق الأسود. وكل ما هناك من أمر يجب معرفته حول الإبداع الفردي والعمليات الفردية الأخرى، واضح للعيان: أنه يحدث في إطار روتين الإنتاج والصراع التنظيمي اللذان يصيغان هذه العمليات . ( إيثيما، 1982 : 92 ) .

يذهب ديميك إلى أبعد من هذا عندما يقترح تغيير مستوى التحقيق والتحليل من حارس البوابة إلى البوابة نفسها كمؤسسة . بالنسبة لديميك البنية التنظيمية ، والتأسيسية ، و المالية ، والسياسية للمؤسسة الإعلامية هي حجر الزاوية في تحويل الأحداث إلى محتوى الجرائد وأخبار الراديو والتلفزيون . (ديميك ، 1974 : 1-2 ) . رغم كل ما سبق ، فالتبريرات هذه لا تضعف أو تقلل من الدور المهم الذي باستطاعة الصحفي - المرسل في العملية الاتصالية - أن يلعبه مهما كانت الظروف والأحوال . صحيح أن العوامل السالفة الذكر (روتين الإنتاج ، الضغوط التنظيمية ، سياسة المؤسسة الإعلامية ) التي أشار إليها إيثيما وديميك لها دور في تحويل الأحداث إلى أخبار ، لكن، تجدر الإشارة إلى إن ما يقدمه الصحفي الفرد يبقى حجر الزاوية في العملية الاتصالية .

رغم الدور المهم الذي يلعبه الصحفي في العملية الاتصالية فهناك معلومات ضئيلة جدا قدمت عنه في أوساط الأبحاث الإعلامية و بالمقابل نلاحظ، اهتمام كبير أعطي للتأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام ، جمهور وسائل الإعلام و دراسات الرأي العام ، بينما "دراسات قليلة جدا اهتمت بمحترفي الصحافة أو دوافعهم واهتماماتهم" (برون، 1969-116).

### الحاجة إلى سوسيولوجية القائم بالاتصال:

إن الحاجة لدراسة سوسيولوجية رجال الإعلام يبررها عدم إمكانية علماء الإعلام وباحثو وسائل الإعلام الاستغناء عن بعد مهم من أبعاد عملية الاتصال . هذا البعد الذي يتمثل في مرسل الرسالة الإعلامية أي "من " السؤال الأول من الأسئلة الكلاسيكية الخمس الذي طرحها هارولد لاسوال وهي من ؟ يقول ماذا؟بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟ (لاسوال ، 1948 - 37) رجال الإعلام بشر كسائر الأشخاص الآخرين لديهم أفكار مسبقة ، لهم قيمهم ، لهم أحكامهم ، ولهم تحيزاتهم ، الخ... وفوق كل اعتبار ، إنهم نتاج المجتمع الذين يعيشون فيه ويمارسون فيه عملهم ، زيادة على ذلك ، الصحفيون يعملون في ظل مجموعة من الضغوط والقيود يجب أن تحظى الدراسة والبحث العلمي كذلك. كتب هالوران ما يلي فيما يتعلق بالحاجة إلى الدراسات والبحوث الإعلامية المتعلقة برجال الإعلام:

لكن المستويات العليا للتخطيط الاقتصادي والعمل السياسي بقيت تقريبا بدون دراسة ، الأسئلة الكبيرة والعويصة نادرا ما تطرح، هناك محاولات منظمة قليلة لدراسة رجل الإعلام كواحد من هؤلاء الذين يحتلون منصبا حساسا ورئيسيا في شبكة اجتماعية ، يرفض ويختار المعلومات تجاوبا مع عدة ضغوط كلها توجد في إطار نظام اجتماعي معين. (هالوران، 1969 : 6-7).

يرى كاري أن البعد الثالث للثورة الإتصالية ، والذي يتمثل في بروز دور الصحفي المحترف، لم يُبحث بعد، وتساؤلات مثل ما هو " أصل الدور ، الوظائف التي تشكله بطريقة جماعية ، الوظائف التي يخدمها الدور، أو القوانين والضغوط التي تقيد أصحاب الدور لم تطرح بعد" ( كاري ، 1969 : 27) . جبير ، على سبيل المثال ينادي لسوسيولوجية الصحفي لفهم بطريقة أحسن ولشرح بطريقة أكمل سلوكيات وتصرفات محترفي الإعلام والصحافة (جبير، 1969 : 1974). إن سوسيولوجية الصحفي موضوع معقد للدراسة . أولا ، لأن الصحفي يحتل مكانا مهما في التحكم في تدفق المعرفة والأخبار ، ثانيا ، لأن الصحفي حبيب أفكاره المسبقة و انحيازه وضحية استعماله من طرف رجال الدعاية الذين يهدفون إلى توجيه فهمه للأحداث" (النشول، 1984 : 190) ، يقول جربنر في هذا السياق :

إن كل قرار لتبليغ شيء هو في نفس الوقت قرارا لحذف شيء آخر. إن ما يُقدم ما هو الإنتاج ضغوط تتنافس فيما بينهم عبر عوانق نفسية منظمة ، يعيش رجال الإعلام في مناخ ضغوط تنافسية حادة ، تتمثل في ضغوط شخصية وضعية ، اجتماعية ، تأسيسية (جربنر، 1969 : 202).

أما ورايت فإنه يرى أن رجال الإعلام ، رغم دورهم المهم في عملية الاتصال ، فإنهم لم يحظوا باهتمام الباحثين ، يقول ورايت في هذا السياق :

إن الدراسة السوسيولوجية لرجال الإعلام همشت و لم تحظ بالاهتمام اللازم منذ زمن بعيد إذا ما قورنت باهتمامات الأبحاث في المجالات الأخرى بعملية الاتصال، خاصة دراسة المحتوى وديمغرافية الجمهور. (ورايت ، 1975 : 61).

في نفس السياق ، وبعد دراستهم لواقع أبحاث الإعلام والاتصال في الولايات المتحدة الأمريكية ، يؤكد كل من ويفر وقرى أن بعد المرسل لم يأخذ نصيبه من الأبحاث الإعلامية ولم يُعط الأهمية التي يستحقها من قبل الباحثين . يقول الباحثان :

رغم أن أسئلة عديدة حول دور الصحافة في النظام الديمقراطي قد جلبت اهتمام المشرعين، ورغم الاستعمالات العديدة التي أنتجها الصحفيون عبر التاريخ فيما يخص الطرق الأمبريقية للتحقيق والتي كانت رئيسية جدا بالنسبة للبحث العلمي المعاصر، لم يحظ الصحفيون باهتمام الأوساط الأكاديمية التقليدية . (ويقر، قري، 1980 : 124).

ويفر و ويلهويت حافظا على نفس هذا الرأي في 1986 في خاتمة كتابهم THE AMERICAN JOURNALIST (ويفر و ويلهويت، 1986 : 160). تجدر الإشارة ، رغم كل

ما تقدم ، إن في السنوات الأخيرة جلب الصحفيون اهتمام باحثو الإعلام والاتصال وبذلك قدم عدد لا يستهان به من الأبحاث خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبا الغربية .

يلاحظ ورايت في الطبعة الثالثة من كتابه MASS COMMUNICATION: A SOCIOLOGICAL PERSPECTIVE ورايت ، 1986 : 61 ) إن دراسة الصحفيين حصلت مؤخرات على اهتمام لا يستهان به من قبل الباحثين .

رغم اختلافها وتباينها فإن الأبحاث الإعلامية التي درست رجال الإعلام لم تنظر إلى كل الزوايا التي تشكل عالم الصحفيين . بعض الدراسات نظرت إلى الصحفي من زاوية الخلفية والمهنية . دراسات أخرى ركزت على الجانب التنظيمي للمهنة محللة بذلك الأدوار المختلفة للصحافي ، القيم المهنية والتنظيمية ، الروتين ، وانعكاساتها على إبداع الصحفي .

نتيجة لهذه الوضعية يدعو ورايت الى إتباع طريقة جديدة تركز على المتطلبات والشروط اليومية للعمل الصحفي والتي تؤثر على المحتوى النهائي للصحيفة أو الراديو أو التلفزيون (المصدر السابق، ص 73).

إن الأخذ بالطرق الثلاثة السابقة سيكون منهجية البحث الأمثل و المنظم والعلمي لدراسة الصحفي من زوايا مختلفة يتمكن الباحث بمقتضاها شرح وتحليل الدور المعقد الذي يلعبه الصحفي في مؤسسة معقدة ومجتمع معقد كذلك .

يمكن القول أن هناك أكثر من سبب للتحقيق والبحث في البعد الثالث للاتصال أو سوسيولوجية الصحفي . يرى ماكويل أنه يجب على علماء الاجتماع دراسة رجال الإعلام للأسباب التالية :

- أ- لمعرفة من هم نظرا للامتيازات التي يتمتعون بها للوصول و الحصول على المعلومات والمعرفة ونظرا للدور الذي يلعبونه كحراسة البوابة وكمراقبين .
  - ب- النظر في طريقة فهمهم لدورهم و في كيفية نظرهم لجمهورهم .
  - ت- التحقيق في تأثير المؤسسة الإعلامية والإطار البيروقراطي التي تعمل فيه، على المنتج النهائي- الرسائل .
  - ث- تقييم تأثير الخلفية الاجتماعية، القيم الشخصية ، القوانين المهنية والأخلاقية على عملية الاختيار والمراقبة التي يقوم بهما الصحفي .
- (ماكويل ، 1969 : 173) .

ويفر وقرى ، في مقالهم " JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION RESEARCH IN THE UNITED STATES PAST PRESENT AND FUTURE " . يلحان على علماء الاتصال أن ينظروا في آثار المناخ السوسيولوجي والفكري على القيم الإخبارية . السلوكيات والأداء . يرى الباحثان أن هناك حاجة ملحة للنظر في :

تأثير عوامل عدة كالخلفية العائلية، الشخصيات، التكوين الصحفي، محيط العمل داخل قاعة التحرير، حجم المؤسسة الإعلامية، نوعية ملكية المؤسسة الإعلامية... الخ على السلوكيات والقيم المهنية للصحافيين ، مستوى الرضا في عملهم ، كيف يفهمون دورهم في المجتمع وكيف يؤدون أعمالهم ، ( ويفر وقري، 1980 : 145 ) .

في نفس السياق يطالب ورايت ببحث بعد الصحفي في عملية الاتصال . ينادي ورايت بـ "سوسيولوجية الصحفي " أي ضرورة تقديم شروح دقيقة ، وتحقيقات سوسيوديمغرافية وتحليلات سوسيولوجية في كيفية تأثير دور الصحفي على محتوى وسائل الإعلام . يصر ورايت ويؤكد على أهمية هذه الدراسات بالنسبة لعلوم الإعلام والاتصال كما يلي :

من خلال مثل هذه التحقيقات السوسيولوجية يعرف الكثير عن كيفية تأثير الأدوار الرئيسية في المؤسسات الإعلامية المعقدة على المنتج النهائي، الظروف التي في ظلها تقوى هذه التأثيرات أو تضعف ، العمليات التي تنفذ بموجبها، التغيرات التي تطرأ على الأداء الحقيقي، بعض العوامل المسؤولة عن الأشكال المعتادة في عملية تغيير الأدوار، وبعض انعكاسات عملية التغيير هذه في إنتاج محتوى الاتصال الجماهيري ، مثل هذا البحث يأخذنا بعيدا عن مجرد النظرة البسيطة للصحافي كفرد أو كفنان مبدع مستقل ، ويعالج الاتصال الجماهيري كعملية اجتماعية . ( ورايت ، 1986 : 84 ) .

بالنسبة لدول العالم الثالث أن الحاجة الى دراسة رجل الإعلام مهمة جدا وهذا لأسباب عديدة ، أولا، غالبية الدول النامية منهمكة في مخططات ومشاريع تنمية ومشاريع تربية ومخططات البناء والتشييد التي تتطلب شبكات اتصال قوية وفعالية وصحافيين أكفاء . زيادة على ذلك ، الصحفي في الدول النامية مطالب بلعب أدوار مهمة ، رئيسية وعديدة . فهو بمثابة المعلم، المجند ، المحلل السياسي، المحفز على التغيير والتنمية ، كما يعتبر كذلك حلقة الوصل بين القمة والقاعدة .

### التعريف الإجرائي للقائم بالاتصال:

المقصود بالقائم بالاتصال هو المحرر و المراسل و كاتب العمود و الصحفي ، أي القوة العاملة في المؤسسة الإعلامية أو مجموعة الأشخاص التي تسهم في تجميع و معالجة الأخبار و صناعة الرسالة الإعلامية. و هذا التعريف بطبيعة الحال يقصي العمال الآخرين مثل المصورين و الفنانين و المكتبيين و غيرهم من الذين قد يساعدون القائم بالاتصال في صناعة الرسالة الإعلامية ، لكن

ليس لديهم إشراف مباشر في عملية جمع و كتابة الرسالة الإعلامية. و من هنا نخلص إلى الخصائص التي تميز القائم بالاتصال و التي نحددها فيما يلي:

1. يشرف القائم بالاتصال مباشرة على تجميع و صياغة و وضع الرسالة الإعلامية في شكلها النهائي لتقديمها للجمهور.

2. قد يقوم القائم بالاتصال بصفة فردية في صناعة الرسالة الإعلامية أو قد يكون عضوا في فريق من القائمين بالاتصال لتأدية المهمة ذاتها.

3. يعد القائم بالاتصال من الناحية القانونية و الأخلاقية مسئولا مسئولة مباشرة عن الرسالة الإعلامية التي يشرف على صياغتها و صنعها و تقديمها للجمهور.

كما تجدر الإشارة هنا إلى استعمال تسمية الصحفي، المحرر، رجل الإعلام و القائم بالاتصال من طرف الباحثين و الدارسين لموضوع القائم بالاتصال للدلالة على المعنى نفسه، أي الشخص أو فريق العمل المسئول مباشرة عن إنتاج الرسالة الإعلامية لتقديمها للجمهور. و نلاحظ الظاهرة نفسا في اللغة الإنجليزية التي تستخدم فيها التسميات التالية للإشارة إلى القائم بالاتصال: communicators, journalists, news people, newsmen, media practitioners.

### القائم بالاتصال في الدراسات و الأبحاث الإعلامية:

تطورت أبحاث الإعلام و الاتصال في المنتصف الثاني من القرن العشرين تطورا ملحوظا نظرا لعدة عوامل منها تطور وسائل الإعلام و انتشارها في مختلف دول العالم بسرعة فائقة، و كذلك تطور و ازدهار مهنة الصحافة و حاجة المجتمع الماسة و الملحة لوسائل تقوم بوظائف مهمة مثل الإعلام و التعليم و الإقناع و الترفيه و التنشئة الاجتماعية، و النهوض الثقافي و ما إلى ذلك من مهام حيوية ، و كذلك تطور العلوم الاجتماعية و الإنسانية بصفة عامة. تطور علم الإعلام و الاتصال الجماهيري و تطور مناهج تدريسه و كذلك ارتفاع عدد المدارس و المعاهد و الأقسام التي تدرس هذا العلم عبر العالم، كل هذه العوامل أدت إلى إرساء قواعد علم جديد قائم بذاته يتداخل و يستفيد من علوم أخرى كعلم النفس و الاجتماع و السياسة .

لقد تطورت أبحاث الإعلام و الاتصال وفق شروط و ظروف اقتضتها الحياة الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية التي كان يعيشها الباحث من جهة و المؤسسة الإعلامية من جهة أخرى، وكذلك تفاعل هذه المؤسسة مع مختلف القوى الفاعلة في المجتمع . و لهذا تركزت الأبحاث و الدراسات على موضوعات معينة دون غيرها، فشهدنا في البدايات الأولى لأبحاث الاتصال التركيز على الدراسات الوصفية التاريخية للطباعة و النشر و الصحف و الدوريات مع التركيز على تراجم

و حياة بعض المحررين و الناشرين (1800-1930). أما الفترة الثانية (1930-1950) فقد تميزت بتنوع المواضيع و التأثير الواضح لعلم النفس و علم الاجتماع و العلوم السياسية في أبحاث و دراسات الإعلام و الاتصال الجماهيري ( الدراسات التاريخية التحليلية للمؤسسات الإعلامية و تأثيرات القوى الاجتماعية فيها ؛ بحوث التأثير و الدعاية و محتوى الرسالة الإعلامية؛ بحوث تأثير وسائل الاتصال الجماهيري في الاختيارات السياسية و السلوك الانتخابي ؛ البحوث الإعلامية النفسية؛ الدراسات و الأبحاث التي ركزت على الموضوعات المتصلة بالجمهور، و بالوسيلة الإعلامية و تفاعل المستقبل معها، وجاءت موجة الحركات التحررية في نهاية الخمسينات و بداية الستينات و شهدنا اهتماما جديدا في الدراسات الإعلامية ركز على دور وسائل الإعلام في التنمية الوطنية. كما شهدت المرحلة الرابعة (1950-الحاضر) دراسات اهتمت بتأثير الإعلان في الأطفال و دراسات القائم بالاتصال و كذلك دراسات و أبحاث عن المقروئية و استهلاك وسائل الإعلام المختلفة من قبل الجمهور. ( Weaver and Gray, 1980: 128-130 ) و بين هذا الاهتمام و ذاك نلاحظ أن الدراسات الإعلامية لم تنتظر إلى مكونات و آليات العملية الإعلامية و العملية الاتصالية بإنصاف حيث نلاحظ إهمال بعض العناصر لصالح عناصر أخرى. و نلاحظ هنا عدم الاهتمام الكافي من الناحية البحثية لعنصر هام من عناصر العملية الاتصالية و هو القائم بالاتصال. في الاتجاه نفسه و بعد دراسة واقع أبحاث الإعلام و الاتصال في الولايات المتحدة الأمريكية يؤكد كل من ويفر و جري أن بعد المرسل لم يأخذ نصيبه من الأبحاث و الدراسات الإعلامية و لم يعط الأهمية التي يستحقها:

رغم أن أسئلة عديدة حول الصحافة في النظام الديمقراطي قد جلبت اهتمام المشرعين، و رغم الاستعمالات العديدة التي أنتجها الصحفيون عبر التاريخ فيما يخص الطرق الأمبيريقية للتحقيق و التي كانت رئيسية جدا للبحث العلمي المعاصر، لم يحظ الصحفيون باهتمام الأوساط الأكاديمية التقليدية. ( Weaver and Gray, 1980:124

### أنواع دراسات القائم بالاتصال:

انقسمت دراسات القائم بالاتصال إلى مجموعات متباينة و هذا حسب اهتماماتها البحثية و حسب المنهجية التي أتبعها كل مجموعة. فهناك مجموعة من الدراسات استعملت عينات صغيرة و مجموعات فرعية من مجتمع القائمين بالاتصال، أما النوع الثاني من الدراسات فتمثل في الأبحاث التي ركزت على تطور و ازدهار مهنة الصحافة، و ميزت المجموعة الثالثة من هذه الدراسات

السلوكية التي اهتمت و وضعت عدة نماذج لقياس الاحترافية. أما المجموعة الرابعة من دراسات القائم بالاتصال فهي تلك الدراسات التي اعتمدت على عينات منتظمة و ممثلة لمجتمع البحث و شملت عدة محاور بحثية كالخلفية التعليمية و الاجتماعية للقائم بالاتصال، والاحترافية، والتوجهات المهنية، و القيم الإخبارية، و الأدوار الموكلة للصحافي، و أخلاقيات المهنة، و الرضا عن العمل و الالتزام و التقاني.

**أولا: الدراسات التي اعتمدت عينات صغيرة و مجموعات فرعية من مجتمع البحث:**

تميزت هذه الدراسات باستعمالها عينات صغيرة من مجتمع البحث كما أن معظمها تعامل مع فئات معينة من الصحافيين، أو مجموعات متخصصة من القائمين بالاتصال، و تمثل هذه الدراسات الأبحاث والدراسات الأولى التي اهتمت بدراسة القائم بالاتصال وهذا ابتداء من الثلاثينيات من هذا القرن (هارل، روستن، ريفرز، هاس، جيل، تتستال، كروغلاغ، لامبار، ماكسوال، بورتر، كيم، مجبينة، غورباد، طاش، عفاف عبد الجواد طباله، هويدا محمد لطفي، جيهان إلهامي عطية، عبد الفتاح عبد النبي). هذه الدراسات أسفرت عن نتائج لا يمكن تعميمها على كل مجتمع القائمين بالاتصال في بلد معين و معظم هذه الدراسات كانت وصفية و أسهمت إلى حد كبير في توفير معلومات معتبرة على الخلفية المهنية و الاجتماعية للصحافيين و كذلك قيمهم و اتجاهاتهم المهنية.

مجموعة هذه الدراسات أسهمت في توفير حجم لا يستهان به من المعلومات عن القائم بالاتصال فيما يتعلق بالخصائص السوسيوديمغرافية، و الاقتصادية، و خلفية الصحافي التعليمية و مفهومه للأخبار و لدوره في المجتمع. لكن هذه الدراسات رغم نجاحها في تقديم هذه المعلومات و البيانات إلا أنها عجزت عن تحليل هذه المعطيات و الذهاب إلى أبعد من العرض كاعتماد التحليل و ربط مختلف المتغيرات ببعضها البعض و ربط الظروف الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية للدولة بالممارسة الصحفية و القيم الإخبارية للقائم بالاتصال، ومحاولة فهم مدى تأثير هذه المتغيرات في مخرجات المؤسسة الإعلامية و مدى اختلاف القائم بالاتصال من دولة رأسمالية غربية مع زميله من دولة من العالم الثالث أو دول أوروبا الشرقية في أداء عمله الصحفي رغم التشابه في الاحترافية و التكوين و التعليم. و الاختلاف يمكن النظر إليه في إطار القيم الإخبارية، و مفهوم المهنة، و أخلاقيات المهنة، و مفهوم دور الإعلام في المجتمع، و درجة الرضا عن العمل... الخ، و ماذا يريد النظام من المنظومة الإعلامية و من الصحافي.

وهناك بعد مهم جدا تجاهلته هذه الدراسات كذلك و يتمثل في تأثير حجم المؤسسة الإعلامية، سياستها و خطها الافتتاحي، و طبيعة ملكيتها في القائم بالاتصال و المنتج الذي يقدمه للجمهور. هذا البعد لو أخذ بعين الاعتبار و درس كما ينبغي لاستطاع شرح بعض العلاقات و العلاقات الارتباطية بين المتغيرات السالفة الذكر و هو ما سيؤدي بطبيعة الحال إلى القيام ببعض التعميمات العلمية الثابتة و بناء بعض النظريات.

وفيما يتعلق بالدراسات التي تناولت موضوع القائم بالاتصال في الدول النامية (مجبمينة، طاش، عفاف عبد الجواد طباله، هويدا محمد لطفي، جبهان إلهامي عطية، عبد الفتاح عبد النبي) نلاحظ أنها أهملت متغيرا مهما جدا و هو الآثار الاستعمارية و الغزو الثقافي الغربي و انعكاساته على الصحفي و على قيمه و أدائه.

إن أهم تقصير في الدراسات السابقة يتعلق بقضية التعميم حيث أن جلها لم يستعمل عينات ممثلة لمجتمع البحث و هذا بطبيعة الحال لا يؤهلها لتعميم النتائج. إن النتائج التي تتعلق بمجموعة فرعية من الصحفيين لا نستطيع بأي حال من الأحوال أن نعممها على مجموعات أخرى من مجتمع البحث.

أما بالنسبة إلى النوع الثاني من الدراسات التي اعتمدت عينات صغيرة فتتمثل في تلك الدراسات التي درست كل مجتمع البحث دون استعمال طريقة علمية لتحديد عينة ممثلة. و بذلك فإن هذه الدراسات لا تستطيع تعميم نتائجها و القيام باقتراحات علمية على كل مجتمع القائمين بالاتصال في دولة معينة. و على سبيل المثال لا الحصر فإن بورتر قام بدراسة حول القائمين بالاتصال في إيطاليا لكن عينته لم تشمل سوى خمسين صحافيا يشتغلون في أربعة صحف فقط، و لم تشمل هذه الدراسة و لا صحافية واحدة.

### ثانيا: الدراسات التي ركزت على تطور و ازدهار مهنة الصحافة:

في بداية الستينيات طرحت في الأوساط الأكاديمية و العلمية قضية الصحافة بوصفها مهنة و ظهرت عدة دراسات في هذا الاتجاه (باي، باسين، بركهاد، غولدينغ، إيلستين، دونسباك، كروز أوبريان، ستارك و شوداكر، و نايمان). هذه الدراسات ترى أن الاحترافية في الصحافة تعد تطورا لأيديولوجية تميزت بالتطور التكنولوجي و السياسي و الاقتصادي للدول الصناعية الغربية في مطلع هذا القرن. هذا يعني أن التركيبات السياسية و الاقتصادية و الثقافية تؤثر بدرجة كبيرة في الطرق التي تعمل من خلالها المجموعات المحترفة. فبالنسبة لباي مثلا فإنه يربط التمدن بتطور طبقة محترفة من القائمين بالاتصال و بالنسبة لباسين فإنه ينظر إلى القائم بالاتصال في دول العالم الثالث، من خلال تجربة الصحفيين في العديد من

وهناك بعد مهم جدا تجاهلته هذه الدراسات كذلك و يتمثل في تأثير حجم المؤسسة الإعلامية، سياستها و خطها الافتتاحي، و طبيعة ملكيتها في القائم بالاتصال و المنتج الذي يقدمه للجمهور. هذا البعد لو أخذ بعين الاعتبار و درس كما ينبغي لاستطاع شرح بعض العلاقات و العلاقات الارتباطية بين المتغيرات السالفة الذكر و هو ما سيؤدي بطبيعة الحال إلى القيام ببعض التعميمات العلمية الثابتة و بناء بعض النظريات.

وفيما يتعلق بالدراسات التي تناولت موضوع القائم بالاتصال في الدول النامية (مجبمينة، طاش، عفاف عبد الجواد طباله، هويدا محمد لطفي، جبهان إلهامي عطية، عبد الفتاح عبد النبي) نلاحظ أنها أهملت متغيرا مهما جدا و هو الآثار الاستعمارية و الغزو الثقافي الغربي و انعكاساته على الصحفي و على قيمه و أدائه.

إن أهم تقصير في الدراسات السابقة يتعلق بقضية التعميم حيث أن جلها لم يستعمل عينات ممثلة لمجتمع البحث و هذا بطبيعة الحال لا يؤهلها لتعميم النتائج. إن النتائج التي تتعلق بمجموعة فرعية من الصحفيين لا نستطيع بأي حال من الأحوال أن نعممها على مجموعات أخرى من مجتمع البحث.

أما بالنسبة إلى النوع الثاني من الدراسات التي اعتمدت عينات صغيرة فتتمثل في تلك الدراسات التي درست كل مجتمع البحث دون استعمال طريقة علمية لتحديد عينة ممثلة. و بذلك فإن هذه الدراسات لا تستطيع تعميم نتائجها و القيام باقتراحات علمية على كل مجتمع القائمين بالاتصال في دولة معينة. و على سبيل المثال لا الحصر فإن بورتر قام بدراسة حول القائمين بالاتصال في إيطاليا لكن عينته لم تشمل سوى خمسين صحافيا يشتغلون في أربعة صحف فقط، و لم تشمل هذه الدراسة و لا صحافية واحدة.

### ثانيا: الدراسات التي ركزت على تطور و ازدهار مهنة الصحافة:

في بداية الستينات طرحت في الأوساط الأكاديمية و العلمية قضية الصحافة بوصفها مهنة و ظهرت عدة دراسات في هذا الاتجاه (باي، باسين، بركهاد، غولدينغ، إدلستين، دونسباك، كروز أوبريان، ستارك و شوداكر، و نايمان). هذه الدراسات ترى أن الاحترافية في الصحافة تعد تطورا لأيديولوجية تميزت بالتطور التكنولوجي و السياسي و الاقتصادي للدول الصناعية الغربية في مطلع هذا القرن. هذا يعني أن التركيبات السياسية و الاقتصادية و الثقافية تؤثر بدرجة كبيرة في الطرق التي تعمل من خلالها المجموعات المحترفة. فبالنسبة لباي مثلا فإنه يربط التمدن بتطور طبقة محترفة من القائمين بالاتصال و بالنسبة لباسين فإنه ينظر إلى القائم بالاتصال في دول العالم الثالث، من خلال تجربة الصحفيين في العديد من

غالبية هذه الدراسات اعتمدت على مقياس ماكلود و هاولي المتكون من 24 بند، و كل عنصر يحتوي على 7 اختيارات ( أنفق تماما إلى أعارض تماما و هذا لقياس الاستعدادات المهنية للقائم بالاتصال اتجاه مهنته). فنصف هذه البنود كانت تمثل المهنة و الاحترافية و النصف الآخر من البنود غير متصل بالمهنة. هذا المقياس طور في الغرب لقياس الاحترافية في الدول المتقدمة. لكننا نلاحظ أن هذا المقياس قد أستعمل بصفة مكثفة من قبل الباحثين بهدف الدراسات المقارنة و كذلك الدراسات ما بين الدول و الثقافات، رغم أن هذا المقياس قد لا ينسحب و لا يصلح في الدراسات الاحترافية المقارنة، و لا يصلح خارج الدول المتقدمة. معظم هذه الدراسات كذلك لم تعتمد على عينات منتظمة و ممثلة لمجتمع البحث، و لذلك كان من المتعذر تعميم نتائجها على كافة مجتمع القائمين بالاتصال. كما يعاب على هذه الدراسات مقياس ماكلود و هاولي على أنه مقياس بسيط ليس بإمكانه قياس متغير الاحترافية و التوجهات المهنية عند الصحافي.

إن مفهوم الاحترافية يجب النظر إليه انطلاقا من أبعاد مختلفة مثل الخلفية التاريخية، و الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية، كما يجب تطوير مقاربات و اعتبارات منهجية بإمكانها أن تأخذنا بعيدا عن التصنيفات التالية: "مرتفع الاحتراف، متوسط الاحتراف، و ضعيف الاحتراف". فدور الصحافي مثلا و توجهاته المهنية تختلف من مجتمع إلى آخر و من ثقافة إلى أخرى، ففي حين ينظر البعض إلى دورهم على أنه تنافسي و دور يتصف بالصراع و تحدي السلطة، يرى البعض الآخر أن دورهم هو دور تكاملي و تعاوني مع السلطة، يسخر لخدمتها و ليس لمنافستها و تحديها.

تري أوبريان من خلال دراستها عن تجربة المهنية في الجزائر و السنغال أن هذين الدولتين قد استوردتا الاحترافية في الإذاعة و التلفزيون من فرنسا الدولة المستعمرة سابقا و الدولة التي أدخلت الصحافة و الإذاعة و التلفزيون إلى مستعمراتها في القارة السمراء. هذه الحالة مثلا لم تؤخذ بعين الاعتبار في الدراسات التي نظرت إلى الاحترافية عبر مختلف الدول و الثقافات.

#### رابعاً: الدراسات التي اعتمدت على عينات منتظمة و ممثلة لمجتمع البحث:

على عكس الدراسات السالفة الذكر تميزت هذه الدراسات رغم قلتها باستعمالها عينات منتظمة و ممثلة لمجتمع البحث ( جونستون وآخرون، ويفر وويلهويت، كوشر، قيراط، عبد الرحمن و آخرون، أغا). هذه الدراسات تميزت باستعمالها عينات منتظمة و ممثلة لمجتمع البحث، حيث شملت القائمين بالاتصال من مختلف المؤسسات الإعلامية (صحافة، إذاعة، تلفزيون) كما أنها قامت بمقارنات للقائمين

بالاتصال في دول مختلفة مع الأخذ بعين الاعتبار البعد التاريخي و الاقتصادي و الاجتماعي و السياسي لكل دولة. لم تتجرأ هذه الدراسات كذلك في دراسة المهنية بالاعتماد فقط على مقياس ماكلود، كما أنها أخذت بعين الاعتبار المناخ و المحيط الذي يقوم الصحفي بإنتاج الرسالة الإعلامية فيه.

ورغم قوتها من الناحية المنهجية إلى أن هذه الدراسات كذلك أهملت متغيرات هامة جدا في بعد القائم بالاتصال (تنظيم و بيروقراطية المؤسسة الإعلامية - مخرجات الوسيلة الإعلامية - جمهور الوسيلة الإعلامية... الخ). لقد أسهم التراث الأدبي للقائم بالاتصال الذي رجعناه من خلال هذه الدراسة في تقديم نتائج هامة في مجال الاتصال الجماهيري، كما حاول أن يقدم استنتاجات تتصف بالصدق و الثبات و الشمولية عن عنصر هام من عناصر العملية الاتصالية. كما تشير دراسات القائم بالاتصال إلى الاهتمام النسبي بحلقة هامة من حلقات العملية الاتصالية التي بقيت دون بحث و دراسة حتى وقت قريب.

لكن رغم أهميتها فإن دراسات القائم بالاتصال بحاجة إلى النظر في متغيرات عدة و اعتبارات منهجية مختلفة لتدارك النقائص التي عرفتتها الدراسات السابقة. ذلك النقص الكبير التي عانت منه معظم الدراسات تمثل في عدم استعمال عينات ممثلة لمجتمع البحث و عدم الالتزام بقواعد الأسلوب الإحصائي في سحبها. و لذا فإن الدراسات القادمة في هذا المجال يجب أن تركز على اعتماد عينات ممثلة لمجتمع البحث من أجل التعميم و بناء نماذج و نظريات ليس فيما يتعلق بفئة معينة من الصحفيين - إذاعة أو تلفزيون أو صحافة أو وكالات الأنباء- و إنما كل مجتمع الصحفيين بمختلف خصائصه و انتماءاته المهنية. بالنسبة لقياس المهنية أو الحرفية فإنه من الضروري النظر في بناء مقاييس جديدة و الأخذ بعين الاعتبار خصائص و مميزات كل مجتمع. بالنسبة للدراسات المقارنة بين الدول و الثقافات المختلفة يجب النظر في الخصائص السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و التاريخية و الحضارية لكل مجتمع. ما يؤخذ على الدراسات السابقة كذلك هو غياب إطار نظري يُسهل مهمة شرح النتائج و فهمها و شرحها و تفسيرها على أحسن وجه و في إطارها الصحيح.

و كتقييم عام لما قدمته دراسات القائمين بالاتصال على مر ستين سنة في معظم قارات العالم يمكننا القول أن بعد صانع الرسالة الإعلامية وواضع رموزها قد حظي باهتمام الباحثين و أن هذه الدراسات أسهمت إلى حد كبير في عملية التراكم المعرفي في علم الاتصال الجماهيري بصفة خاصة و العلوم الإنسانية بصفة عامة. لكن ما يعاب على جل الدراسات و الأبحاث موضوع هذه الدراسة هو كيفية النظر إلى القائم بالاتصال في المجتمع، بعبارة أخرى هل الصحفي هو عنصر من عناصر النظام Establishment أم أنه عنصر فاعل في النظام بإمكانه أن يسهم في

تغييره وتصحيحه إذا تطلب الأمر ذلك. فنلاحظ من خلال ما تقدم أن كل الدراسات جاءت لتقدم بيانات و معطيات عن القائم بالاتصال حيث يغلب عليها طابع الوصف والعرض، و هذا لأن معظمها غلب عليه اتجاه المدرسة الأمريكية في بحوث الإعلام و الاتصال و التي تهتم بالجانب الأمبير بقي الإحصائي أكثر بكثير من الجانب الإبستمولوجي المعرفي و الأيديولوجي. فالدراسات السابقة من خلال تقديمها لصورة الصحافي في مختلف المجتمعات و الثقافات لم تشرح لنا ما إذا كان القائم بالاتصال فاعل في النظام الاجتماعي أم أنه تابع مغترب يصنع رسالة إعلامية و يقوم بوظيفة اجتماعية تدعم و تثبت و تشرع النظام القائم. مهما يكن من أمر فإن الصحافي هو نتاج مجتمعه، و إلى أي مدى يسمح هذا المجتمع لهذا الصحافي أن يكون فاعلا و إيجابيا هذا هو السؤال الذي بقي دون إجابة.

فبالنسبة إلى مدرسة فرانكفورت النقدية فإن وسائل الإعلام إلى جانب المدارس و المساجد أو الكنائس و غيرها من مكونات البنية الفوقية "تسهم في خلق و نشر الأيديولوجية، و مجموعة الأفكار، و القيم، و المعتقدات التي تعمل على تثبيت و ترسيخ شرعية الوضع الراهن و بذلك تساعد في عملية إعادة إنتاج النظام الاجتماعي أو تغييره بصفة تدريجية" ( Rosengren, 1983: 93).

في نهاية الستينات لاحظ هالوران إن دراسات القائم بالاتصال مازالت بعيدة عن جوهر المشكلة و تركز على التفسيرات البسيطة و أنها مازالت بعيدة عن النظر و احتواء مختلف المتغيرات التي تحيط بالقائم بالاتصال. هذه الملاحظات مازالت قائمة إلى يومنا و يلاحظ المهتم بدراسة الاتصال الجماهيري أن المدرسة الإدارية قد سيطرت على غالبية الدراسات و الأبحاث التي نظرت إلى القائم بالاتصال إلى حد الآن، إذ أن معظمها كان وصفيا. فمهما يكن من أمر فإن الصحافيين هم بشر كسائر الناس لديهم أفكار مسبقة، و قيم و أحكام و مواقف و معتقدات... الخ. و فوق كل اعتبار إنهم نتاج المجتمع الذين يعيشون فيه و يمارسون فيه عملهم، إضافة إلى كل ما تقدم فإن القائمين بالاتصال يؤدون عملهم في ظل مجموعة من الضغوط و القيود التي يجب أن تحظى بالدراسة و البحث العلمي. و في هذا السياق يقول هالوران:

لكن المستويات العليا للتخطيط الاقتصادي و العمل السياسي بقيت تقريبا دون دراسة، الأسئلة الكبيرة و العويصة نادرا ما تطرح، و هنالك محاولات علمية منظمة قليلة لدراسة القائم بالاتصال بوصفه واحدا من الذين يحتلون منصبا حساسا و مركزيا في شبكة اجتماعية رافضا و مختارا المعلومات تجاوبا مع مجموعة من الضغوط كلها توجد في إطار نظام اجتماعي معين. (Halloran, 1969: 6-7).

و خلاصة نتائج دراسة التحليل ألما ورائي لأبحاث القائم بالاتصال أنه من الأهمية إعادة النظر في المقاربات المنهجية المختلفة كاعتماد المدرسة النقدية في بحوث الإعلام و الاتصال و كذلك ضرورة الاهتمام بمجموعة من الأسئلة و المتغيرات الرئيسية التي تؤثر في القائم بالاتصال و في مخرجات المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها، رغم أنه في بعض الحالات العملية لا تكون بتلك البساطة و السهولة التي يعتقدونها البعض.

### الاتجاهات المستقبلية لدراسة القائم بالاتصال:

من خلال ما تقدم نلاحظ أن التراث الأدبي و التراكم المعرفي لأكثر من ستين عاما من الأبحاث و الدراسات الإعلامية للقائم بالاتصال ما زال يعاني من بعض المشكلات الجوهرية سواء من الناحية المنهجية أم من حيث المقاربة الإبيستيمولوجية و الأيديولوجية. فسيطرة المدرسة الإدارية الأمريكية على غالبية الدراسات أدى بمعظمها إلى النظر إلى القائم بالاتصال بعيدا عن النظام الذي يعمل فيه و يصنع فيه الرسالة الإعلامية. و في حقيقة الأمر فإن القائم بالاتصال نفسه ما هو إلا نتاج النظام الذي تعلم فيه و كبر فيه و تربى على عاداته و تقاليده و قيمه. من هنا نرى أن النظر إلى بعض المتغيرات الرئيسية و بعض الاعتبارات المعرفية و المنهجية أمر لا بد منه للخروج من ظاهرة الأمبيريقية و الوصفية التي سيطرت على معظم الدراسات التي تناولت القائم بالاتصال. هذه الاتجاهات المستقبلية نلخصها فيما يلي:

1. الاتجاه المؤسساتاتي ، دراسة النظام الإعلامي: من أهم المتغيرات الرئيسية التي يجب أن تأخذها دراسات القائم بالاتصال بعين الاعتبار النظر في المؤسسة الإعلامية من حيث التنظيم و التسيير و البيروقراطية ، التمويل ، الإشراف، القانون و التشريع، فلسفة الإعلام و ماذا نريد من النظام الإعلامي و من الصحافي نفسه. إن التحليل الأمبير يقي و الوصفي للقائم بالاتصال في دولة غربية و دولة من دول العالم الثالث قد لا يعطينا فروقات كثيرة من حيث نتائج الحرفية و الخلفية التعليمية و التوجهات المهنية... الخ، لكن إذا نظرنا إلى الموضوع من زاوية البعد المؤسساتاتي فإننا نصل إلى نتائج توضح لنا الفرق بين الصحافي في الدولة الأولى و زميله في الدولة الثانية.

2. اتجاه مخرجات النظام الإعلامي، دراسة محتوى المنتج الإعلامي: من خلال مراجعة الكثير من نتائج الدراسات السابقة يتبين للباحث أن صورة القائم بالاتصال لوحدها لا تكفي، حيث أننا في بعض الأحيان نلاحظ مميزات إيجابية جدا عند

الصحافيين في دولة معينة لكن بالمقابل نلاحظ أن مخرجات النظام الإعلامي تؤكد رداءة المنتج و تهميشه للطبقات العريضة من المجتمع و تحيزه الأعلى للنظام. فمقارنة صورة الصحفي بما ينتجه تعطينا صورة واضحة على الأداء الفعلي للقائم بالاتصال.

3. **اتجاه جمهور القائم بالاتصال:** دراسة الجمهور الذي يستهلك و يتفاعل مع الوسيلة و الرسالة: المتغير الذي يجب النظر إليه هنا هو ما هي الطبقات و الشرائح الاجتماعية المختلفة التي تتفاعل مع القائم بالاتصال و منتجه؟ و السؤال المطروح هنا هل هنالك نسبة كبيرة من الجمهور مهمشة و ليس لديها أي اعتبار في المعادلة الاتصالية - جمهور الأحياء الشعبية الفقيرة، البادية ، المناطق النائية، الجمهور الأمي ، الجمهور الذي لا يعرف كيف يصل إلى وسائل الاتصال الجماهيري، الأغلبية الصامتة ...الخ. فهذه المعطيات تعتبر هامة جدا خاصة فيما يخص الدول النامية حيث ضعف البنية التحتية و تفشي الفقر و الأمية و إلى غير ذلك. فالقائم بالاتصال في مثل هذه البيئات و الظروف يعد معزولا عن جماهيره و بذلك فإن فاعليته تكون محدودة و تأثيره يختصر على خدمة الذين يملكون و يحكمون.

4. **اتجاه فاعلية القائم بالاتصال،** دراسة مكانة الصحفي في خارطة القوى الفاعلة و المؤثرة في المجتمع: من أهم المتغيرات التي يجب النظر فيها عند دراسة القائم بالاتصال وزن و فاعلية الصحفي في النظام الذي يعمل فيه. هل يشرع هذا الصحفي و يعمل على تثبيت الوضع الراهن و هو بذلك يعد سلبيا ووسيلة مستعملة من قبل القوى الفاعلة في المجتمع، القوى الخفية التي تسخره لخدمة مصالحها و أغراضها - الأنظمة السلطوية، و الدكتاتوريات المختلفة و الأنظمة العسكرية و حتى بعض الدول المتقدمة و التي تعتبر نفسها ديمقراطية لكن في الواقع حفنة صغيرة من اللوبيات و التكتلات الرأسمالية هي التي تتحكم في كل شيء - أم أنه متغير فاعل إيجابي يساهم في صناعة القرار و في تصحيح الأوضاع و تغيير الأمور. و هنا نلاحظ فرقا شاسعا و صارخا بين النوع الأول و النوع الثاني من الصحفيين. و من هنا تكمن أهمية دراسة هذا المتغير لأن صورة الصحفي و دراسته من خلال مقاييس المهنية و الوصف الأمبير يقي لا يفيدنا كثيرا إذا أردنا أن نتعرف على هذه المعطيات. ما هي الثقافة و أية ثقافة يعمل القائم بالاتصال على نشرها و بثها في أوساط الجمهور؟ و أية ثقافة ينتجها الصحفي؟ هل هي ثقافة النخبة؟ أم ثقافة الجماهير؟ أم ثقافة الأقليات؟ أم ثقافة الاحتكارات و الشركات المتعددة الجنسيات و اللوبيات؟

5. **اتجاه البيئة و المحيط العام:** إن دراسة المحيط السياسي و الاقتصادي و الثقافي و الاجتماعي و الحضاري الذي يعمل فيه القائم بالاتصال و ينتج فيه مخرجات

وسائل الإعلام يعد متغيراً مهماً جداً لفهم الصحافي نفسه لأنه منتج هذا المحيط و لفهم أدائه و مكانته في المجتمع. فدولة يقدر إنفاقها الإعلان بمليارات من الدولارات و تتميز بممارسة و مشاركة سياسية كبيرة، و تتعم بتقاليد ثقافية راقية، يختلف الأداء الصحفي و الإعلامي فيها عن دولة تنتشر فيها الأمية و الفقر و الجهل و تتعبد فيها المشاركة السياسية و حتى المؤسسات نفسها. إن عزل القائم بالاتصال عن هذه المتغيرات و المعطيات قد يزيد من عدم فهمنا لحلقة مهمة و رئيسية من حلقات عملية الاتصال، و لذلك فإن النظر إلى الصحافي في أبعاده المختلفة و في المحيط الذي أنتجه و الذي يؤدي رسالته الإعلامية فيه أصبح أمراً مفزغاً منه إذا أردنا أن نعرف المكانة الحقيقية و الدور الذي يؤديه الصحافي في المجتمع و لصالح من؟

### الخاتمة:

يعد القائم بالاتصال في أي مجتمع من العناصر الرئيسية التي تشرف على إنتاج المعلومات و الأخبار و العلم و المعرفة و بذلك فإنه من الفاعلين الرئيسيين في تكوين الرأي العام. لكن هذه المكانة و هذا الدور يختلفان من مجتمع إلى آخر و من مؤسسة إعلامية إلى أخرى. لقد حاولت دراسات و أبحاث القائم بالاتصال النظر في هذه الحلقة من حلقات العملية الاتصالية في المجتمع و هذا على مدار سنتين سنة تكلفت بتراكم كم معرفي لا يستهان به في علوم الإعلام و الاتصال. و الملاحظة الأولى حول هذه الدراسات أنها مازالت قليلة كمياً مقارنة بدراسات أخرى اهتمت بعناصر مختلفة من عناصر العملية الاتصالية. أما الملاحظة الثانية فتتعلق بنوعية هذه الدراسات و الطابع الذي غلب عليها، حيث أن معظمها جاء وصفيًا مطبوعاً بالمدرسة الإدارية و التي كانت بعيدة كل البعد عن التحليل النقدي و الرؤية البنوية للمؤسسة الإعلامية و للقائم بالاتصال.

و انطلاقاً من هذه النتائج و إنصافاً للقائم بالاتصال و للمؤسسة الإعلامية فهناك حاجة ملحة لإعادة النظر في دور القائم بالاتصال في العملية الاتصالية في إطار المجتمع و النظام الذي يعمل فيه و يصنع فيه الرسالة الإعلامية و يؤدي فيه دوره. و من المتغيرات الرئيسية التي يجب النظر فيها كذلك هي كيف ينظر النظام إلى الإعلام في المجتمع و ماذا ينتظر منه و من القائم بالاتصال؟ وما هي فلسفة الإعلام و دوره في المجتمع؟ تمثل هذه الأسئلة المحددات الرئيسية لمخرجات النظام الإعلامي و هي التي تحدد في آخر المطاف أداء الصحافي و دوره في المجتمع بغض النظر عن تكوينه و خلفيته التعليمية و الاجتماعية و ما إلى ذلك.

إن الإجابة التي أخفقت معظم دراسات القائم بالاتصال أن تقدمها إلى القارئ و المهتم بحقل الاتصال الجماهيري هي كيف نصنف الصحافي بالنسبة إلى النظام ؟ هل هو جزء منه يدافع عن مصالح طبقة معينة فيه و قوى سياسية و مالية معينة من أجل المحافظة على الوضع الراهن و تشريع و تثبيت النظام ؟ أم أنه يقوم بدور المراقب و المنافس للسلطة من أجل الدفاع على الصالح العام و الطبقات المحرومة في المجتمع ؟ هذه التساؤلات و غيرها من المتغيرات هي التي يجب أن تركز عليها مستقبلا الدراسات و الأبحاث التي تدرس و تنتظر إلى القائم بالاتصال كعنصر فعال و رئيسي في العملية الاتصالية.

## المراجع

- أحمد ناهد أبو العيون، "تقويم التجربة المصرية في الإعداد الأكاديمي و التدريب المهني للصحفيين" رسالة دكتوراه، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1988.
- ألفت حسين أغا، " القائمون بالاتصال و قضايا التنمية: دراسة ميدانية لعينة من القائمين بالاتصال في المجتمع المصري"، رسالة دكتوراه، قسم علم الاجتماع، كلية الآداب، جامعة القاهرة، 1991.
- أمال كمال، " التوجه المهني لدى القائم بالاتصال"، المجلة الاجتماعية القومية، (3) مايو-سبتمبر 1993، ص ص 77-101.
- عواطف عبد الرحمن، و آخرون. القائم بالاتصال في الصحافة المصرية. القاهرة: كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1992.
- محمد قيراط، " القائم بالاتصال و أزمة الصحافة في الجزائر" ورقة مقدمة في المؤتمر العربي السادس لعلوم الإعلام و الاتصال - الجزائر، 19-21 يوليو 1989م.
- محمد قيراط، "أهمية رجل الإعلام في عملية الاتصال والحاجة إلى دراسته"، المجلة الجزائرية للاتصال ، (3) 1989 م ص ص: 51 - 60.
- نجوى الفوال، " قراءة في دراسات القائم بالاتصال"، المجلة الاجتماعية القومية، (3) سبتمبر 1995، ص ص: 75-111.
- Altschull, Herbert J. (1984) *Agents of Power: The Role of the Media in Human Affairs*. New York: Longman, Inc.
- Beam, Randal A. (1990) Journalism Professionalism as an Organizational-Level Concept. *Journalism Monographs*, No. 121.
- Becker, Lee B., Idowu A. Sobowale, and Robin E. Cobbey (1979) "Reporters and their Professional and Organizational Commitment." *Journalism Quarterly*, Vol. 56 (Winter) 753-763, 770.
- Birkhead, Herbert Douglass (1982) "Presenting the Press: Journalism and the Professional Project." Ph.D. dissertation, the University of Iowa.
- Bogart, Leo (1968) "The overseas Newsmen: A 1967 Profile Study." *Journalism Quarterly*, 45 (Summer) 293-306.
- Bowman, William W. (1974) "Distaff Journalists: Women as a Minority Group in the News Media." Ph.D. dissertation , Department of Sociology, University of Illinois at Chicago Circle.

- Breed, Warren (1952) "The Newspaperman, News and Society." Ph.D. dissertation, Columbia University.
- Breed, Warren (1955) "Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis." *Social Forces*, 33: 326-35.
- Burgoon, Judee K., Michael Burgoon and Charles K. Atkin (1982) "The World of the Working Journalists." East Lansing: Michigan State University.
- Cary, James W. (1969) "The Communications Revolution and the Professional Communicator." *The Sociological Review Monograph*, 13 (January) 23-27.
- Cohen, Bernard (1963) *The Press and Foreign Policy*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Daddix, C.A. (1990) "Glassnot, the Media and Professionalism in the Soviet Union" *Gazette*, No. 3: 155-173.
- Day, Lawrence J. (1968) "The Latin American Journalists: A Tentative Profile." *Journalism Quarterly*, 45 (Fall) 509-15.
- Dimmick, J.W. (1974) "The Gatekeeper: An Uncertain Theory." *Journalism Monographs*, no. 37.
- Dimmick, J.W. (1979) "The Gatekeepers: Media Organizations as Political coalitions" *Communication Research*, 6: 203-222.
- Donohue, George, Phillip Tichenor and Clarice Olien. (1972) "Gatekeeping: Mass Media Systems and Information Control." *Current Perspectives in Mass Communication Research*, Kline, Gerald F. and Philip Tichenor (eds.) Beverly Hills, CA.: Sage Publications. 41--69
- Donsbagh, Wolfgang (1981) "Legitimacy Through Competence Rather than Value Judgments: The Concept of Journalistic Professionalization Reconsidered." *Gazette* 27: 47-67.
- Donsbagh, Wolfgang (1983) "Journalists' Conception of their Audience." *Gazette* 32: 19-36.
- Dunwoody, Sharon. (1978) "Science Writers at Work." Research Report No. 7, Center for Mass Communications, School of Journalism, Indiana University.
- Ettema, James S. And Charles D. Whitney (eds.) (1983) *Individuals in Mass Organizations: Creativity and Constraint*. Beverly Hills, CA.: sage Publications.
- Fico, Frederick. (1983) "Statehouse Reporters and Lawmakers: News Coverage of the Indiana State Senate" Research Report No.13. Center for New Communications, School of Journalism, Indiana University.

- Gerbner, George. (1969) "Institutional Pressures Upon Mass Communicators" *Sociological Review Monograph*, Paul Halmos (ed.) 13: 205-48.
- Gieber, Walter. (1964) "News is What Newspapermen Make It." *People, Society and Mass Communication*, Lewis Anthony Dexter and David M. White (eds.), London: The Free Press of Glencoe, Collier-Macmillan Ltd. 173-82.
- Golding, Peter. (1977). "Media Professionalism in the Third World: The Transfer of an Ideology." *Mass Communication and Society*, James Curran, Michael Gurevitch and Janet Wolacote, (eds.). London: Billing & Sons Ltd. 290-308
- Hachten, William A. (1968) "The Training of African Journalists", *Gazette*, 14 (2) 101-110.
- Halloran, James D. (1969) "The Communicator in Mass Communication Research" *Sociological Review Monograph*, Paul Halmos (ed.) 13: 5-21.
- Harrel, Robert F. (1931) "Factors Making for Success in Journalism," Walter B. Pitkin and Robert F. Harrel (eds.) *Vocational Studies in Journalism*. New York: Columbia University Press, 93-156.
- Head, Sydney W. (1963) "Can a Journalist be a Professional in a Developing Country?" *Journalism Quarterly* 40: 6, 594-598.
- Johnstone, John W.C., Edward J. Slawki and William W. Bowman. (1973) "The Professional Values of American Newsmen", *Public Opinion Quarterly*, 36:522-46.
- Johnstone, John W.C., Edward J. Slawki and William W. Bowman. (1976) *The News People: A sociological Portrait of American Journalists and their Work*. Urbana: University of Illinois.
- Kim, Chong Lim and Jin Hwan Oh. (1974) "Perceptions of Professional Efficacy among Journalists in a Developing Country." *Journalism Quarterly* 51: 73-78.
- Kim, Young C. (1981) *Japanese Journalists and their World..* Charlottesville, VA.: University Press of Virginia.
- Kirat, Mohamed "Algerian Newsmen and their World", David H. Weaver (ed.), *The Global Journalist: Studies of News People Around the World*. New York: Hampton Press, (pp: 321-346).
- Kirat, Mohamed. (1992) "La Liberte de la Presse en Algerie: Contraintes et Difficultes." *l'Information au Maghreb*, Wolfgang S. Freund (ed.) pp.166-181. Tunis: Ceres Productions.
- Kirat, Mohamed. (1993) *The Communicators: A Portrait of Algerian Journalists and their Work*. Alger: Office des Publications Universitaires.