

المحاضرة ١٢ اعلام

المؤسسات الإعلامية

تمهيد :

لا تزال مشكلة إدارة المؤسسات الإعلامية من المشكلات التي لم تنال اهتماماً ملحوظاً من جانب المهتمين بدراسة هذه المؤسسات او العملية الاتصالية في الوقت الحاضر ، سواء من المتخصصين في العلوم الاجتماعية عامة او علم الاجتماع على وجه الخصوص . كما نلاحظ ايضاً قلة الدراسات والتحليلات التي اجراها علماء الاقتصاد أو الإدارة في مجال إدارة المؤسسات الإعلامية مقارنة بغيرها من المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية الأخرى . وكما يعكس لنا تحليل التراث العلمي لظاهرة الاتصال والإعلام ، او تحليل وسائل الاتصال الجماهيري ، ان معظم هذا التراث يتضمن دراسة عملية الاتصال كظاهرة اجتماعية ، هذه باعتبار ان الاتصال ما هو الا اتصال بشري و إنساني ظهر مع ظهور الانسان و أقام حضارات وشعوب مستقرة . كما يشمل هذا التراث ايضاً دراسة مضمون هذه العملية الاتصالية سواء من جانب القائمين على صنعها او الراسل ، وايضاً المستقبلين لها من الجمهور ، بالإضافة إلى معرفة الوسيلة والكيفية التي ينتقل بواسطتها المادة الإعلامية والاتصالية بصورة عامة .

على أية حال ، نركز حالياً على معالجة الأسباب التي أدت الى تطور دراسة إدارة المؤسسات الإعلامية ، ولاسيما في السنوات الاخيرة والتي عززت عموماً دراسة هذه المؤسسات كتنظيمات وأنساق اجتماعية . وايضاً كيف استخدم علماء سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري والاعلام ، الكثير من نظريات علم اجتماع التنظيم وتطبيقها على دراسة وتحليل وسائل الاتصال الجماهيري ومؤسساتها المختلفة ، الأمر الذي أدى إلى إثراء مجالات البحث النظري والإمبيريقى (الميداني) والسعي لوضع نظرية عامة حول الاتصال والإعلام ككل .

تطور دراسة إدارة المؤسسات الإعلامية :

تطورت الدراسات السوسيولوجية المتخصصة بوسائل الاتصال الجماهيري والإعلامي ، مع البدايات الأولى من القرن العشرين ، حيث الكثير من الأقسام الأكاديمية والعملية بالجامعات ومراكز البحث العلمي التي انتشرت في الولايات المتحدة ، وأوروبا الغربية على وجه الخصوص .

وخلال عقدي الستينات والسبعينات تم تعزيز عملية دراسة إدارة المؤسسات الإعلامية بصورة أكثر تركيزاً وتعمقاً من الدراسات السوسيولوجية الإعلامية ، ذات المنظور الشامل لتركز على دراسة عدد من القضايا والمشكلات التي تندرج تحت إطار ما يسمى بالوحدات التحليلية الصغرى بعد أن تعرضت الدراسات السوسيولوجية الشاملة والكبرى لكثير من عمليات النقد لإغفالها الكثير من المشكلات والظواهر الفرعية ، التي تلعب دوراً أساسياً في تشكيل وسائل الاتصال والإعلام والعملية الاتصالية ككل. ومن أهم القضايا التي أهتم بهذا النوع من الدراسات ، دراسات الرأي العام ، والتي تعالج مدى اختلاف وتباين وسائل الاتصال الجماهيري ، مثل الصحافة ، والإذاعة ، والتلفزيون وغيرها ، والتي تؤثر في إحداث تغييرات على الرأي العام وتشكيله وتطوره .

ومنذ بداية الثمانيات حتى الوقت الحاضر ، تم تطوير مجالات سوسيولوجيا الاتصال والإعلام واهتمامها بتحليل العمليات الداخلية والبناءات التنظيمية في مؤسسات الاتصال والإعلام الجماهيري ولاسيما بعد تطور هذه المؤسسات ، وظهور ما يعرف بصناعة الاتصال والإعلام ، وأصبحت هذه الصناعة تحتاج لدراستها وتحليلها ومعرفة مكونات أو ما يعرف عموماً بمدخلات ومخرجات عملية تصنيع الاتصال والإعلام وعموماً ، لقد نشطت دراسات إدارة المؤسسات الإعلامية ، وإن كانت هذه الدراسات المتخصصة في مجال سوسيولوجيا الاتصال والإعلام اتسمت بالبطء النسبي في دراسة هذه المؤسسات ، بالرغم من اعتراف علماء الاجتماع والعلوم الاجتماعية والاتصال عموماً ، بأهمية دراسة مؤسسات ووسائل الاتصال الاجتماعي باعتبارها نظم ومؤسسات اجتماعية . ويقصد بهذا البطء ، ان التراث العلمي في مجال إدارة

المؤسسات الإعلامية لا يزال ضئيلاً نسبياً مقارنة بدراسة المؤسسات الاجتماعية الأخرى مثل المصانع والشركات والمستشفيات ، والسجون والجيش ، والجامعات ولاسيما هذه النوع من الدراسات التي تخصص في إدارة ونظم هذه التنظيمات . وهذا ما تم ملاحظته من خلال اهتمامنا بمجال تخصص علم اجتماع التنظيم خلال الربع قرن الماضي أو الاخير من القرن العشرين والذي يعد الاهتمام الاول بالنسبة لنا .

وأخيراً ركزت الدراسات الحديثة ودراسات عمليات صنع واتخاذ القرار داخل المؤسسات الإعلامية وعمليات تعديل البرامج او وضع الخطط الإعلامية أو اختيار الأخبار وتنظيمها ، وتحليل أنماط القوة والصراع ، وعمليات التخطيط الإعلامي ، وتحليل المؤسسات الإعلامية كتنظيم للقوة . كما اهتمت عدد من الدراسات الأخرى بتحليل المسؤوليات البيروقراطية ، وايضاً الأخلاق المهنية ، عمليات صنع وإنتاج برامج التلفزيون ، أو عمليات اختيار أعداد تدريب الفئات المهنية العاملة داخل المؤسسات . علاوة على ذلك ظهرت دراسات متعددة حول الكفاءات والفاعلية ، والضبط والسيطرة والتحول نحو العالمية ، وظهور شركات الاتصال والمعلومات ، تحت ظاهرة الإعلام الدولي وغير ذلك من الدراسات التي نسعى لدراستها وتحليلها خلال هذا الفصل في إطار اهتمامنا بإدارة المؤسسات الإعلامية

إسهامات نظرية التنظيم في إدارة المؤسسات الإعلامية :

١- نظرية البيروقراطية :

تنسب هذه النظرية إلى عالم اجتماع التنظيم الألماني " ماكس فيبر " الذي لا تخلوا اسهاماته من جميع فروع علم الاجتماع المختلفة نظراً لاسهاماته النظرية والتصورية العامة ، وتحليلاته المنهجية والبحثية في مجال التطبيقات العلمية والميدانية لفروع علم الاجتماع وغيرها من العلوم الاجتماعية الأخرى مثل السياسة ، والاقتصاد ، والإدارة ، وعلم النفس والقانون ، كما تكمن أهمية تصورات " فيبر " ونظريته للبيروقراطية في وضعه مجموعة من الأسس العامة التي تقوم عليها الفروض النظرية والتي تمثل في نموذج المثالي الذي تصور فيه أن هذا النموذج ما هو إلا تشيد أو بناء عقلي ، الذي يضعه الباحث ليكون موجهاً ومرشداً له للبحث الذي يقوم بدراسته وتحليله . كما أن هذا النموذج (التصوري) المقترح لا يمكن أن يتطابق مع الواقع بصورة كلية أو تماماً بقدر ما يحاول الباحث أن يختبر بعض تصوراته وعناصره ، من أجل تعزيز النتائج التي يتوصل إليها حول الحقائق أو الظواهر التي يطرحها بالفعل لمعالجتها و تحليلها بصورة واقعية ونظرية .

وفي إطار تحليلنا للنماذج التصورية المختلفة للاتصال والإعلام ، والتي تناولنا فيها عرض مجموعة كبيرة منها والتي تمثلت في نماذج الاتصال الجماهيري مثل :

- ١- نموذج النظرية الرياضية
- ٢- نموذج النسق الاجتماعي
- ٣- نموذج التنظيمات الكبرى
- ٤- نموذج النسق المفتوح
- ٥- نموذج الاتصال العام
- ٦- نموذج التحول الاتصالي
- ٧- نموذج التفسير الاجتماعي

بالإضافة إلى ذلك أن أهمية النظرية البيروقراطية التي طرحها " فيبر " لدراسة التنظيمات تعتبر إطاراً مرجعياً لكثير من الدراسات الاتصالية والإعلامية الحديثة ، والتي انطلقت من الأفكار العامة لهذه النظرية ، وتركيزها على التنظيم الداخلي للمؤسسات الاجتماعية المختلفة ، أي كان نوع هذه التنظيمات التي تتحدد مقوماتها الإدارية من خلال مجموعة من المبادئ العامة من أهمها :

- ١- تحديد القواعد الداخلية للمؤسسة بصورة دقيقة .
- ٢- ضرورة وجود نسق من السلطة الداخلي .
- ٣- يتم توظيف الأفراد على أساس التخصص والشهادة العلمية وتقسيم العمل .
- ٤- تحديد قواعد العمل الداخلي ونظم الترقية والمكافأة .
- ٥- يتم طاعة الأوامر وتنفيذها حسب العلاقات الرسمية .
- ٦- ضرورة تدوين جميع القواعد والأوامر بصورة مكتوبة .
- ٧- استبعاد العلاقات الشخصية من نظم العمل .
- ٨- العمل على تحقيق الأهداف التنظيمية بكافة الوسائل .
- ٩- عدم امتلاك المهن والوظائف الداخلية في المؤسسة .

نظرية العلاقات الانسانية :

ترتبط تحليلات هذه النظرية بإسهامات "ألتون مايو" وزملاؤه في جامعة هارفارد وتجاربهم الشهيرة التي أجريت على مصنع "هاوثورن"

إلا أن هذه النظرية لم تقتصر على إسهامات "ألتون مايو" وزملاؤه بجامعة هارفارد ، بقدر ما فتحت المجال لكثير من المدارس والجامعات الأمريكية والأوروبية للإسهام في إجراء الدراسات النظرية الميدانية على مؤسسات العمل والتنظيمات الصناعية . وجاء ذلك بصورة خاصة مع انتهاء الحرب العالمية الثانية بقيادة عالم الاجتماع الشهير " لويد وارنر "

وتكمن أهمية هذه النظرية (العلاقات الانسانية) في محاولتها للسعي للتركيز على دور العلاقات الإنسانية وعلاقتها بزيادة الإنتاجية وتحقيق الإشباع الوظيفي المهني داخل هذه المؤسسات ، والاهتمام بالروح المعنوية والعمل كفريق موحد في التنظيمات الصناعية . كما جاءت هذه النظرية للتركيز بصورة خاصة على نسق الاتصال داخل وحدات العمل والإنتاج بين العمال او فريق العمل الداخلي وما يتم بالفعل بين الأفراد من عناصر مختلفة من الاتصال اللفظي والشفوي ، وايضاً من استخدام رموز الاتصال السري (الشفرة) عن طريق استخدام الإشارات المختلفة ، نتيجة لصعوبة الاتصال المكتوب أو الارتفاع لضوضاء نتيجة لاستخدام الآلات والتكنولوجيا المتطورة . من ناحية اخرى ، اهتمت مدرسة العلاقات الإنسانية بدراسة أنماط الاتصال بين العمال والإدارة ، أو ما يعرف عموماً بالاتصال الصاعد والهابط الذي يشكل نمط التفاعل ، وعمليات اتخاذ القرارات بين الفئات المهنية داخل مؤسسات العمل الصناعي والإنتاجي ، ولقد عززت انماط التفاعل الاجتماعي والاتصال بأنواعه المختلفة من العملية الإنتاجية نتيجة لوجود العلاقات الإنسانية بين العاملين عموماً

نظرية النسق الاجتماعي :

ترتبط نشأة هذه النظرية بالنظرية البنائية الوظيفية السوسولوجية التي ظهرت في الولايات المتحدة وأوروبا خلال بداية الخمسينات من القرن العشرين ، ولقد انتشرت باستخدام هذه النظرية على أيدي عالم الاجتماع الأمريكي " تالكوت بارسونز " الذي بلور هذه النظرية من الناحية السوسولوجية والتي لاتزال ترتبط بأفكاره حتى الوقت الحاضر . وأن كانت إسهامات عدد من علماء الاجتماع البارزين من أمثال " دور كايم " و " كارل مانهايم " وغيرهم آخرون يمكن أن تندرج تحت إطار هذه النظرية إلا أن أفكار عالم الاجتماع الأمريكي " روبرت ميرتون " وعالم الاجتماع الاقتصادي " نيل سملسر " ، قد أسهمت كثيراً في تطور هذه النظرية وذلك من خلال دراستهما على المؤسسات التربوية والثقافية والاقتصادية عموماً وذلك عند محاولتهم لدراسة العلاقة بين الأنساق التربوية والاقتصادية والثقافية والأنساق الاجتماعية الأخرى في المجتمعات الحديثة .

كما تعتبر المحاولات الحديثة لكثير من المتخصصين والعلماء في مجال الاتصال والإعلام من أمثال " ميلفن دوفلير " و "ساندرا روكاش " وغيرهم آخرون ، من المحاولات التي ركزت بالفعل على استخدام نظرية الانساق الاجتماعية ، عند تأكيدهم على اعتبار انساق وتنظيمات الاتصال والإعلام أنساق اجتماعية ، ودراساتهم بالفعل لكثير من المؤسسات الإعلامية الحديثة في الولايات المتحدة ولاسيما المؤسسات الصحفية ، والإذاعة ومحطات التلفزيون ، وذلك في محاولة لفهم دور هذه المؤسسات كتنظيمات اجتماعية في الحياة الاجتماعية والثقافية الاقتصادية والحضارية ككل في المجتمع الأمريكي والغربي . في نفس الوقت لقد أكدت دراساتهم وغيرهم من الباحثين الذين تنبوا نفس فكرة النسق الاجتماعي ، على تحليل الدور الوظيفي الذي تلعبه مؤسسات الإعلام والاتصال في المحافظة على الاستقرار والتوازن والانسجام بين هذه المؤسسات وغيرها من التنظيمات والمؤسسات الاجتماعية الأخرى ، كما اهتمت دراساتهم بدراسة التأثير المتبادل بين هذه المؤسسات كأنساق اجتماعية . وتخفق من حدة الصراع مظاهر العنف التي تحدث بين الفئات الاجتماعية الأخرى ، نتيجة للاختلاف في الجنس والنوع والسلالة .

نظرية اتخاذ القرارات :

ترتبط نظرية اتخاذ القرارات بالدراسات التنظيمية المكثفة التي أجراها كم من " مارش " و " سيمون " في كتابهما المميز عن " التنظيم " حيث أشارا إلى ان طبيعة البناءات الداخلية والعمليات التنظيمية للمؤسسات الاجتماعية ، لاتقوم إلا عن طريق وجود عدد من المتغيرات الأساسية مثل تقسيم العمل والتخصص ووجود القواعد واللوائح المحددة . من ناحية أخرى ، يوضح كل من (مارش وسيمون) العديد من الاجراءات والخطوات التي يمكن عن طريقها تتم عملية اتخاذ القرارات ولاسيما ضرورة وجود الطابع العقلاني الرسمي الرشيد الذي يعتمد على الكثير من المعايير الاقتصادية والاحصائية والمعيارية عند عملية دراسة وتحليل واتخاذ القرار . في نفس الوقت أكدوا أيضاً على ضرورة أن تتم عملية اتخاذ القرار عن طريق وجود التخصص وتقسيم العمل والخبرة ونظراً لأهميتهم في تحديد القرار واتخاذها في الوقت والغاية المناسبة . من ناحية أخرى موضحاً ضرورة أن تكون عملية اتخاذ القرار موجه إلى تحقيق الإشباع المهني للعاملين داخل التنظيمات والمؤسسات الاجتماعية المختلفة . ولهذا السبب لاتزال تحتل هذه النظرية مكانة علمية مرموقة بين الباحثين والمتخصصين في مجال علم اجتماع التنظيم والمهتمين ، عموماً بدراسة المؤسسات الاجتماعية أي كان نوعية النشاط الذي تمارسه سواء في مجال النشاط الاقتصادي ونشاط الخدمات التي انتشرت في خلال العقود الأخيرة .

المدخل المؤسساتي الحديث :

في إطار عمليات التحديث المستمرة للنظريات السوسيولوجية العامة لعلم الاجتماع ظهرت العديد من المداخل والتطورات السوسيولوجية مثل المدخل المؤسساتي الحديث ، والمدخل الفيبري الجديد ، نسبة إلى تحليلات " ماكس فيبر " الكلاسيكية في التنظيمات البيروقراطية . بالإضافة إلى مجموعة أخرى من المداخل المتطورة التي لم تعتمد في توجهاتها النظرية على الأطار العام للنظريات السوسيولوجية التقليدية الكبرى ، وهي النظريات البنائية الوظيفية والنظرية الماركسية ، ولكن اعتمدت على استخدام الطابع التحليلي النقدي الراديكالي ، مع تحديث أساليب ومناهج البحث الاجتماعي المتعددة والاستفادة كلية من المناهج العلمية ، سواء في العلوم الانسانية الاجتماعية او العلوم الطبيعية ، وذلك في إطار ما يعرف بالمدخل المتداخل بين العلوم وهذا بالفعل ما ظهر خلال القعود الاخيرة من القرن العشرين ، وساعد في تطوير الكثير من فروع علم الاجتماع المتخصصة او المختلفة .

كما تعتبر اسهامات " دينيس ماكويل " من الإسهامات الهامة التي تدرج تحت مجال سوسيولوجيا الاتصال والإعلام ، وترتكز على المدخل المؤسساتي في دراسة مؤسسات ووسائل الإعلام الحديثة ، عندما اهتم بتحليل مكونات هذه المؤسسات وخاصة دور القائمين على الاتصال ، ومدى تأثير مؤسساتهم لتلبية حاجات الجماهير وإشباعها . ولاسيما أن الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية والاتصالية لديه تأثير آخر على وظيفة وأهداف واستراتيجيات هذه المؤسسات وتطوير وتحديث وظيفتها وخدماتها الاتصالية والإعلامية بصورة مستمرة ، طالما أن هدفها الاساسي يتبلور في تقييم الخدمات

والمعلومات وأنماط الثقافة المختلفة للجمهور . ولق أهتم الكثير من علماء اجتماع الإعلام في الوقت الراهن بضرورة دراسة العمليات البنائية والوظيفية التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية وإلى أي حد يمكن تشكيل هدف العمليات وأهداف المؤسسة ككل في ضوء الوظائف الاجتماعية التي تقدمها المؤسسات الإعلامية إلى المجتمع .

في نفس الوقت أن تحليلات علماء سوسيولوجيا الإعلام تسعى لتحليل المفاهيم الأساسية التي ترتبط بنوعية الأهداف العامة ، التي تقوم على أساسها المؤسسات الإعلامية ، وتحليل التنظيم الداخلي للعاملين بها وأدوارهم الوظيفية ومسئولياتهم المهنية والأخلاقية تجاه مؤسساتهم وتجاه جمهورهم والتنظيم الاجتماعي ومؤسساته المختلفة . في نفس الوقت يرى الكثير من المهتمين بالمدخل المؤسسي الحديث أن طبيعة المؤسسات الإعلامية كغيرها من المؤسسات الأخرى ، يظهر فيها الكثير من أنماط العمليات الوظيفية المتعددة مثل التعاون والتنافس والصراع والتنسيق والضبط والاستقلال وغير ذلك من متغيرات أخرى لا يمكن تفسيرها داخل المؤسسة الإعلامية فقط ولكن أيضاً في إطار دراسة هذه المتغيرات في غيرها من المؤسسات الاجتماعية الأخرى التي توجد في المجتمع الخارجي وتحدده مجموعة من النظم الاجتماعية والثقافية والسياسية ككل .

وفي إطار تطور سوسيولوجيا الاتصال والإعلام ظهرت مجموعة من الباحثين الذين ركزوا على دراسة المؤسسات الإعلامية مثل الصحف والإذاعة والتلفزيون والسينما ، وتحليلها باعتبارها مؤسسات اجتماعية تلعب دوراً بنائياً ووظيفياً في الحياة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والحضارية في العصر أو المجتمعات الحديثة .

البناءات والعمليات الوظيفية في المؤسسات الإعلامية :

اهتمت الدراسات الحديثة للمؤسسات الإعلامية بالتركيز على دراسة عدد من البناءات والعمليات الوظيفية التي تتشكل منها الأنساق الداخلية في هذه المؤسسات مثل طبيعة البناء التنظيمي الذي يحدد نوعية السلطة وأنساق الضبط ونوعية القيادة وأنساق الاتصال ، والعلاقات الانسانية ووجود الجماعات الرسمية وغير الرسمية ، وعمليات التعاون والصراع وطبيعة التنسيق ، والمكانة المهنية وصنع القرار ، وغيرها من البناءات والعمليات التطبيقية داخل المؤسسات الإعلامية

وبالطبع لقد جاءت معظم هذه الدراسات بعد تطور النظريات السوسيولوجية للاتصال والإعلام ، والتي اهتمت بتحليل هذه العمليات والبناءات التنظيمية في ضوء الموجهات التصورية العامة التي تنطلق منها النظرية السوسيولوجية ولاسيما ، نظريات علم الاجتماع التنظيمي والتي تمثلت في النظرية البيروقراطية .

كما اهتم عدد من الباحثين من أمثال " سمبسون " و " بيرنز " بدراسة أنساق الاتصال داخل المؤسسات الإعلامية المختلفة مثل الإذاعة والصحف والتلفزيون محاولين تصنيف هذه الانساق الاتصالية إلى أنواع مختلفة مثل الاتصال الهابط والاتصال الصاعد أو ما يعرف بالاتصال الأفقي والرأسي وغير ذلك من أنماط أخرى الاتصال التي تتم داخل البناءات والأقسام الداخلية للمؤسسات الإعلامية المختلفة والتي تؤثر عموماً في عمليات الانجاز والفاعلية وتحقيق الأهداف ، وزيادة الانتاجية وغير ذلك من أثار متعددة في نفس الوقت لقد طور هؤلاء الباحثين الأفكار التنظيمية التقليدية عند " شيستر برنارد " على وجه الخصوص عندما حلل أنماط الاتصال التي تعزز من مكونات التنظيم التعاوني كما حدده في إطار تصوراتهِ للبناءات والعمليات التنظيمية الداخلية .

من ناحية أخرى تعكس النتائج المتعددة للعديد من الدراسات التنظيمية التي أجريت على المؤسسات الإعلامية مدى أهمية العلاقات المتبادلة بين هذه المؤسسات والمجتمعات المحلية والقومية العالمية ، وهذا ما أشار إليه بصورة خاصة المهتمين عموماً بمدخل المؤسسي وأصحاب نظرية الانساق الاجتماعية خاصة ، وأن طبيعة البناءات والعمليات التنظيمية داخل المؤسسات الإعلامية تتأثر بالضرورة بمجموعة العوامل الخارجية التي توجد في البيئة المحيطة بهذه المؤسسات . فالمؤسسات الإعلامية مثل التنظيمات والمؤسسات السياسية والاجتماعية والدينية والمهنية الأخرى ، الاحزاب السياسية والاتحادات والنقابات العمالية ، ودور العبادة والمستشفيات والمدارس والجامعات بجميع انشطتها المؤسسية وعملياتها الداخلية تتحدد في ضوء متطلبات النسق الخارجي الأكبر او مايسمى عموماً بشبكة الاتصالات الخارجية ، وهذا أيده

تحليلات الكثير من رواد الاتصال والتي ظهرت منذ بداية الأربعينات حتى الوقت الحاضر مثل دراسات "لازارسفيدل" و "لاسويل" وغيرهم آخرون الذين أكدوا على دور المؤسسات الاعلامية باعتبارها الوسيلة أو التنظيم التآثيري على شئون الجماهير .

الفئات المهنية والتنظيمية في المؤسسات الاعلامية :

وفي مجال سوسولوجيا الاتصال والاعلام نجد أن الفئات المهنية والتنظيمية التي تعمل داخل المؤسسات الاعلامية كانت ولا تزال موضع الاهتمام الرئيسي للدراسات النظرية والميدانية التي طبقت بالفعل في هذا الفرع الحديث نسبياً من فروع علم الاجتماع العام والسبب يرجع بالطبع إلى ان مضمون الرسالة الاعلامية أو عملية الاتصال (كعملية اجتماعية) لا يمكن ان تتم إلا من خلال القائمين على الاتصال أو مصدر الاتصال والذين تتعدد انتماءاتهم المهنية والوظيفية حسب نوعية مؤسساتهم الاعلامية والتي تختلف حسب الاذاعة والتلفزيون ، والصحافة والسينما ودور النشر ووكالات الاخبار والانباء ، والاعلان والدعاية ، والعلاقات العامة وغيرهم من الوسائل الاخرى . وان كانت تتسم هذه الوظائف بنوع من التحديد المهني والوظيفي مثل المحررين والمراسلين ، والمنتجين والموزعين ، والفنانين والكتاب والمذيعين ، ومقدمي البرامج والعديد من الفئات المهنية الاخرى .

الفئة العاملة في إطار تحديد مجموعة من القوى والعلاقات التي يتأثر بها القائم بالاتصال خلال ممارسته لحياته المهنية في المؤسسات الاعلامية اياً كان نوع هذه المؤسسات ومن أهم هذه العلاقات :

- ١- توجد مجموعة من السمات للقائمين بالاتصال والتي يجب أن يكون عليها كخبير مهني .
- ٢- الانتماءات والجماعات المرجعية التي ينتمي لها خبراء الاتصال والاعلام .
- ٣- مجموعة الضغوط المهنية وعلاقات العمل الداخلية والخارجية .
- ٤- تأثير السياسات الخارجية والداخلية .
- ٥- التوقعات الخاصة بجمهور الاعلام والاتصال تجاه القائمين على العملية الاتصالية .

القوة والصراع في المؤسسات الاعلامية :

وجاءت معظم تحليلات هؤلاء العلماء والباحثين لتركز على دراسة القوة والصراع واعتبارهما من العمليات البنائية الوظيفية التي تأخذ الكثير من المظاهر والاشكال التي تعبر عنها ، سواء أكانت قوة الصراع ظاهرة أم كامنة . كما اهتم الكثير بتحليل المكانة الوظيفية وخاصة أنماط القيادة وعملية اتخاذ ، والتخصص وغير ذلك من عمليات تعكس عموماً عناصر القوة والصراع داخل المؤسسات التنظيمية ذاتها . علاوة على ذلك أهتم الكثير من علماء اجتماع التنظيم بدراسة القوة والصراع كعمليات وميكانيزمات هامة بين التنظيمات والمؤسسات الاجتماعية والمؤسسات والتنظيمات والبيئة الخارجية التي تحيط بها أو ما يسمى عموماً بعناصر علاقات القوة الخارجية . ولاسيما أن عملية المدخلات والمخرجات التي تعكس طبيعة الانتاج والمشاركة في المجتمع وأبعاد الاستهلاك والتوزيع وغيرها لا يمكن فهمها إلا عن طريق دراسة أبعاد القوة والصراع على المستوى الداخلي والخارجي كبعدين أساسيين لتحليل أبعاد هذه الظواهر التنظيمية . من ناحية اخرى اهتمت العديد من الدراسات بتحليل علاقات القوة والصراع بين المؤسسات الاعلامية وطبيعة المجتمع الخارجي ، ولاسيما أن للدور الوظيفي لهذه المؤسسات الكثير من عناصر القوة والصراع الذي على ضوئه يتم تشكيل كثير من المادة الاعلامية والعملية الاتصالية ككل . وهذا ما أكدت عليه على سبيل المثال ، نظرية التغذية المرتدة أو نظرية حارس البوابة التي تؤكد على أهمية تحليل عناصر قوة التأثير المتبادل بين الجمهور أو المستقبل للوسائل الاعلامية ومادتها الاتصالية والتأثير على الاتصال ودور انهم ومؤسساتهم الاعلامية ذاتها . كما اهتم الكثير من الباحثين بدراسة مدى تأثير وسائل الاعلام باعتبارها كوكيل للقوة .

وظائف الصحف ونماذجها العالمية حسب تصور " التشيل "

نموذج السوق (الرأسمالي)	النموذج الماركسي (الاشتراكي)	النموذج المتطور (النامي)
- يبحث عن الحقيقة	- يبحث عن الحقيقة .	- يسعى لخدمة الحقيقة
- يعتبر مسئولاً اجتماعي	- يهدف لتعليم الناس ويقوي من عناصر الاتحاد (على المستوى السياسي)	- يسعى ليكون مسئولاً اجتماعياً .
- يهدف للحصول على المعلومات والتعليم لتغيير أساليب الممارسة	- يهدف لخدمة الناس عن طريق الحصول على التأمين المطلوب للمبادئ الاشتراكية .	- يهدف للتعليم والاطلاع بأساليب السياسة .
- يهدف لخدمة الناس بصورة جزئية من أجل تأييد المبادئ الرأسمالية .	- يهدف لتغيير وجهات النظر والسلوك .	- يهدف لخدمة الناس عن طريق مشاركتهم مع الحكومات من أجل تحقيق الاهداف النفعية .
- يؤدي وظيفته كرقيب على الحكومة .		- يؤدي وظيفته كوسيلة أو إدارة علمية

كما توصل " التنشيل " إلى مجموعة من النتائج العامة حول دراسته للنماذج الثلاث السابقة التي تحدد وظائف الصحف العالمية عن طريق مناقشته لقضايا القوة ، والصراع بصورة خاصة من أهم هذه النتائج :

- 1- في جميع نظم الصحف العالمية تعتبر عملية الاخبار الاعلامية كوكلاء للناس الذين يمارسون ويمتلكون القوة السياسية والاقتصادية لجميع المؤسسات الصحفية والمجلات ومحطات الاذاعة لا يمكن اعتبارها كتنظيمات مستقلة بالرغم من حصولها أو ممارستها ما يسمى بالقوى المستقلة .
- 2- أن مضمون جميع الاخبار الاعلامية دائماً ما تعكس مصالح من يملكون وينفقون على هذه المؤسسة الصحفية .
- 3- تقوم جميع نظم الصحافة العالمية على مبدأ حرية التعبير كمفهوم يتم تفسيره وتعريفه حسب وجهات نظر متعددة .
- 4- تقوم جميع نظم الصحافة بتزويد مبدأ المسؤولية الاجتماعية وادعائهم بخدمة وتحقيق مصالح الجماهير ودولهم بصورة مستمرة .
- 5- كل النماذج الثلاث للصحافة تدعي أنها نموذج مميز عن الآخر .
- 6- تعمل كل المؤسسات الصحفية والعاملين فيها ايديولوجيات النسق القيمي الموجود في مجتمعاتهم ، كما تساعد الطبقة الحاكمة على ممارسة ضبطهم وسيطرتهم على وسائل الاعلام .
- 7- ان ممارسة الصحافة من الناحية العلمية الواقعية تختلف من الناحية النظرية .

ظهرت الكثير من الدراسات التحليلية والميدانية لدراسة نظم ومؤسسات وتنظيمات الاتصال والاعلام خلال النصف الاخير من القرن العشرين ، ثم تصنيف هذه النظريات والنظم الاعلامية حسب نوعية الملكية والسيطرة عليها كالاتي :

1- النموذج العام اللامركزي :

ينطبق هذا النموذج على المؤسسات والنظم الاعلامية والاتصالية التي توجد في بعض المجتمعات الأوروبية الغربية ، حيث لا تزال معظم هذه المؤسسات مملوكة إلى الدولة ، ولكن نظام الإدارة والضبط يتمتع بنوع من اللامركزية .

2- النموذج العام المركزي :

وينطبق هذا النموذج على المجتمعات الإشتراكية مثل الصين وروسيا ومعظم الدول النامية تقريباً حيث تهيمن الدولة على هذه المؤسسات ونظمها المختلفة وتتعرض عليها وضوابط متعددة الأشكال والألوان .

٣- النموذج الخاص باللامركزي :

وينطبق هذا النموذج على مؤسسات ونظم الاتصال في الولايات المتحدة ومعظم أوروبا الغربية حيث تتمتع هذه المؤسسات بإدارة وملكية خاصة ، ولا رقابة عليها من قبل الدولة بأي شكل من الأشكال لأنها مؤسسات مستقلة .

٤- النموذج الخاص المركزي :

ويظهر هذا النوع في نظم الاتصال والمؤسسات الاعلامية في أمريكا اللاتينية وتركيا وأسبانيا على سبيل المثال ، حيث تعتبر هذه المؤسسات مملوكة ملكية خاصة ، ولكنها تخضع لسيطرة الحكومة المركزية .

كما كشفت الكثير من الدراسات الحديثة التي ظهرت خلال عقدي الثمانينات والتسعينات على المؤسسات والتنظيمات الإعلامية عن تطور مجال صناعة الاتصال والإعلام ، واصبحت تتحكم فيها الكثير من الشركات العالمية الكبرى ، بالرغم من استقلال هذه المؤسسات من الناحية الوظيفية والمهنية ، إلا ان سياسات التدخل الحكومي ، لاتزال تمارس حتى في المجتمعات المتقدمة والتي تتبنى سياسات الديمقراطية الحرة . كما لا تزال كثير من شبكات التلفزيون والإذاعة والمحطات الفضائية والأقمار الصناعية ، تخضع للسياسات القومية ، أكثر من اعتمادها كلية على الطابع التجاري الخالص . وبالرغم من ظهور المحطات والتنظيمات والمؤسسات الإذاعية والإعلامية المستقلة ، إلا أن النظم السياسية (الحكومات) لا تترك هذه المؤسسات تعمل بصورة طليقة أو بحرية كاملة .

التكنولوجيا والتحول نحو العالمية للمؤسسات الإعلامية :

في إطار اهتمامنا بالمؤسسات الإعلامية ونظم الاتصال ، التي تندرج عموماً تحت سوسيولوجيا الاتصال والإعلام ، نجد أن التكنولوجيا تعتبر العامل الرئيسي (المادي) بعد الإنسان العامل البشري ، يدخل في صناعة عملية الاتصال والإعلام . ولاسيما بعد أن أصبحت تكنولوجيا الاتصال هي الوسيلة والمادة العلمية ، والثقافية والمعلوماتية والإخبارية ، التي تنتقل من المصدر العام لها إلى الجمهور من المستقبلين . ولكن خلال هذه العملية يحدث الكثير من التغيرات والعمليات التي لا يمكن إلا عن طريق استخدام التكنولوجيا بصورة أساسية . ومن هذا المنطلق جاءت تكنولوجيا الاتصال كأحد الموضوعات الرئيسية التي يهتم بها الباحثين المتخصصين في مجال الدراسات الاتصالية والإعلامية ، وهذا ما لاحظنا عند دراستنا لمعرفة تغيير أنماط الاتصال الجماهيري عبر العصور التاريخية ولاسيما خلال العصر الحديث . وكيف أدت كل مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي والاتصال إلى تطور آخر في مجال الاتصال ، وهذا ما ظهر مثلاً في اختراع الكتابة ، ثم الطباعة والصحف ، والاتصال السلوكية والتلغرافية ، والتلفزيونية ، ثم ظهور الإذاعة فالتلفزيون ، فالأقمار الصناعية ، وشبكات المعلومات (الانترنت) والبقية تأتي خلال القرن القادم الحادي والعشرين .

من هذا المنطلق أصبحت الشركات العالمية للاتصال والإعلام ظاهرة تكنولوجية وثقافية هامة ، مثل شبكات التلفزيون الفضائية الأمريكية CNN أو صناعة تكنولوجيا الأقمار الصناعية والفضائية NASA ، والشركات الاتصالية والإعلان البريطانية BBC أو الشركات التي أصبحت تنتج الأفلام السينمائية أو تعمل في مجال الصحف ، الإذاعة أو دور النشر والكتب والمجلات وغيرها . كما سعت الكثير من الشركات العالمية في مجال الاتصال والاعلام ، إلى تبني سياسات التحول نحو العالمية منذ بداية السبعينات وسيطرة كثيراً على عمليات الإنتاج الثقافي والإعلامي ، ونظم المعلومات ، ولاتزال تلعب دوراً أساسياً في تشكيل الوعي الجماهيري ، والرأي العام العالمي ، وتطور من نظم الدعاية والإعلان ، والعلاقات العامة ، وتحدث من السياسات المحلية الاقتصادية والسياسية . وأصبحت عموماً جزءاً من الحياة اليومية والعصرية للإنسان في الوقت الحاضر ، وتعد عنصراً أساسياً لإشباع حاجاته الثقافية والاقتصادية عامة .

الفاعلية والكفاءة في المؤسسات الاعلامية :

تطورت بحوث الاعلام والاتصال في السنوات الأخيرة ، نتيجة لظهورها ما يعرف بالدراسات التقييمية والتي تركز على عمليات تقييم المشروعات والشركات والصناعات المختلفة ، وذلك من أجل التعرف على عمليات الإنجاز ، والأداء والفاعلية ، والكفاءة وغير ذلك من المقاييس والمحكات التي تستخدم في الدراسات التقييمية بصورة عامة . كما قد تطورت هذه الدراسات ، ولاسيما بعد تنوع أساليب وطرق و أدوات جمع البيانات وتحليلها . وبدون شك أن الدراسات والبحوث الاعلامية أو القائمين على آراء الجماهير أو المستقبلين للمادة الاتصالية والإعلامية عن طريق الاستفادة من نظرية التغذية المرتدة والتي تعتبر من أهم النظريات والطرق التي يتم على ضوءها تطوير مستويات الفاعلية والكفاءة ، ومستويات الإنجاز والأداء للمؤسسات والوسائل الإعلامية والاتصالية المختلفة .

بإيجاز لقد اهتمت الكثير من الدراسات الحديثة بتقييم مستويات التأثير المختلفة لوسائل الاتصال والإعلام لدى كل من الأفراد والجماعات والمجتمعات المحلية العالمية وخاصة ، أن هذا التأثير يشمل التغيير السلوكي والعادات والتقاليد والقيم ، والآراء ، والاتجاهات والمعتقدات وغير ذلك من أشياء أخرى متعددة . كما يشمل هذا التغيير ، تغيير أسلوب الحياة بصورة عامة إلى ما هو أفضل . كما تركز معظم الدراسات على تحليل عمليات الكفاءة والفاعلية والأداء لمؤسسات ووسائل الاتصال والإعلام ، ومعرفة الجوانب السلبية والإيجابية لها في العصر الحديث .

المسئوليات الأخلاقية والمهنية للمؤسسات الاعلامية :

تم بلورة مفهوم الحرية والمسئولية الاجتماعية لمؤسسات الاتصال والاعلام والعاملين فيها ، وظهرت مجموعة من القوانين والقواعد السلوكية والتنظيمية التي تحدد آداب المهن والمهام الوظيفية والاجتماعية التي يجب أن تقوم عليها مؤسسات وتنظيمات الاتصال والاعلام . كما حددت مجموعة من الإلتزامات التي ينبغي أن تقوم عليها أنشطة وأفعال ووسائل الاتصال تجاه الجماهير ، وتجاه ذاتها كمؤسسات مهنية وإنتاجية وخدمية ، وايضاً تجاه المجتمع وقواعده وقوانينه وفعالية وقيمة ، في نفس الوقت ركزت اهتمامات أصحاب نظرية المسئولية الاجتماعية على ضرورة أن تقوم مؤسسات الاتصال والاعلام بتحقيق وظائفها وأهدافها في ضوء مجموعة القوانين والقواعد المتعارف عليها من قبل أصحاب هذه المهن ، ونوعية الأهداف العامة التي تحدد نشاط مؤسساتهم والقوانين العامة التي توجد في المجتمع ، وتحدد كل من السلوك المهني والأخلاقي للأفراد والمؤسسات والتنظيمات باعتبارها تنظيمات اجتماعية من الدرجة الأولى .

يجب ان تقنن عمليات الإشباع لكل من الجمهور وايضاً للمؤسسات الاعلامية . كمؤسسات إنتاجية تقوم على الربح وتعمل في إطار متغيرات السوق الحر المتعطل لإشباع حاجات جماهيرية ، وأهدافه المؤسساتية . كما يجب أن تتم عمليات الإشباع الجماهيري والمؤسستي ، في إطار مفهوم الحرية الليبرالية والاجتماعية والأخلاقية والمهنية ، الذي يشمل مجموعة من الإلتزامات والمسئوليات والحقوق والواجبات ، التي يجب أن تقوم بها مؤسسات الاتصال والاعلام والقائمين على العملية الاتصالية تجاه مؤسساتهم الوظيفية ، وإشباع حاجات جماهيرهم ومجتمعاتهم في ضوء القواعد والأخلاقيات والقوانين التي تنظمها هذه المجتمعات باعتبارها النسق الأكبر والمنظم لسلوكها وأهدافها المهنية والاجتماعية .

=====

اسئلة :

- اشرح المسئوليات الأخلاقية والمهنية للمؤسسات الاعلامية.
- وضح تطور دراسة المؤسسات الاعلامية.
- قارن بين نظرية النسق الاجتماعي ونظرية العلاقات الاجتماعية في إدارة المؤسسات التعليمية .