– النظرية البنائية الوظيفية ووسائل الإعلام

تعتبر النظرية البنائية الوظيفية أكثر إتجاهات الفكر الإجتماعي المعاصر شيوعا، تقوم على مجموعة من الإفتراضات والمسلمات، وفي هذا الصدد نشير إلى أنه قد قام" **روبرت "ميرتون" (1957)** بتلخيص العملية البنائية الوظيفية للمجتمع فيما يلي:

1– إن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة، وأنه تنظيم للأنشطة المرتبطة والمتكررة والتي يكمل كل منها الآخر.

– يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي، وإذا حدث أي نوع من التنافر داخله، فإن قوى معينة سوف تنشأ من أجل استعادة التوازن.

3– تساهم جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع في استقراره، وبمعنى آخر، فإن كل النماذج القائمة في المجتمع تلعب دورا في الحفاظ على استقرار النظام.

4– إن بعض الأنشطة المتكررة في المجتمع لا غنى عنها في استمرار وجوده، أي أن هناك متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للنظام، وبدونها لا يمكن لهذا النظام أن يعيش".

تعتبر النظرية البنائية الوظيفية من النظريات السوسيولوجية التي اهتمت بدراسة وسائل الإعلام في المجتمع حيث :

" وبتطبيق هذه المسلمات على وسائل الإعلام يفترض أن وسائل الإعلام هي عبارة عن عناصر الأنشطة المتكررة التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع، وتقوم العلاقة بين هذه العناصر وباقي العناصر والنظم الأخرى في المجتمع على أساس من الإعتماد المتبادل بين هذه العناصر والأنشطة لضمان استقرار المجتمع وتوازنه.

ومن وجهة النظر الوظيفية باستطاعتنا أن ننظر إلى وسائل الإعلام بوصفها نظاما اجتماعيا يتكون من نظم فرعية وأن هذه الوسائل تربطها ببقية نظم المجتمع علاقات متبادلة، ولإيضاح وجهة النظر هذه يمكن القول أن الإعلام بكافة أنشطته ومؤسساته يمثل نظاما اجتماعيا، يحتوي نظام الإعلام كذلك على مؤسسات إعلامية تتمثل في الصحف والإذاعات ومحطات التليفزيون بوصفها مؤسسات إعلامية تربطها علاقات متبادلة ببقية نظم المجتمع ومؤسساته اقتصادية أو سياسية او اجتماعية أي أن وسائل الإعلام هي نظام اجتماعي يتكون من عناصر أو مكونات متنوعة تعمل داخل نظام اجتماعي أوسع".

يرى أصحاب النظرية البنائية الوظيفية أن العلاقة بين وسائل الإعلام في المجتمع وباقي النظم الإجتماعية الأخرى هي علاقة متوازنة تقوم على الإعتماد المتبادل، وأن المحتوى الذي تنشره أو تذيعه هذه الوسائل يحافظ على توازن واستقرار المجتمع الكل، لأنه يلبي حاجات الجماهير التي تعتبر العنصر الأساسي من عناصر النظام الإعلامي.

لقد درست السوسيولوجيا الوظيفية وسائل الإعلام باعتبارها أدوات جديدة للديموقراطية الجديدة، وآليات مركزية في تنظيم المجتمع، وأقامت في هذا السياق نظرية تعطي الأولوية لمسألة إعادة إنتاج القيم المجتمعية للنظام، أي الأوضاع الإجتماعية القائمة.

ثانيا – نظرية التفاعلية الرمزية

لم تول نظرية من النظريات الاجتماعية المعروفة في علم الاجتماع، وحتى في علم النفس الاجتماعي، عناية بعملية الإتصال والتفاعل بين الأفراد في المجتمع كما فعلت التفاعلية الرمزية (symbolic interationism) فقد **احتلت هذه العملية مكانة محورية ومركزية في فكر مؤسسي هذه النظرية وروادها الأوائل**، بداية من (**Mead**) و (**Cooley**) وانتهاءا بالمحدثين منهم مثل (**Blumer**) و (**Goffman**) و (**Meltzer**) و (**Rock**) و (Stryker)".

" ويصرف النظر عن التفاصيل الطفيفة والإختلافات البسيطة الموجودة بين هؤلاء المفكرين حول الدور الذي يلعبه الإتصال والتفاعل الاجتماعي في عملية بناء الفرد ذاته، غير أنهم متفقون جميعهم على أهمية هذا الدور ومحوريته في هذه العملية الإجتماعية، **فليست شخصية الفرد برأيهم سوى نتاج لعملية اتصاله بالآخرين وتفاعله معهم في المواقف الإجتماعية المختلفة بوساطة اللغة بكل ما تحمله من معان ورموز ودلالات**".

" ويخصص التفاعليون الرمزيون قدرا كبيرا من نظريتهم لتوضيح أهمية اللغة في تيسير عملية التفاعل بين الفرد والآخرين في المواقف الإجتماعية المختلفة إذ يتعلم الفرد من خلالها المعنى الإجتماعي لسلوكه وسلوك الآخرين، ويتعلم كذلك معاني الموضوعات ومعاني الأفكار ودلالتها ، ولأن الفرد حين يولد لا يكون لديه وعي بذاته، كما يرى التفاعليون الرمزيون، إلا أن قدرته على استخدام رموز اللغة وفهم دلالاتها يمكنه من أن يتطور من ذات بيولوجية (Biological Organism إلى ذات اجتماعية (Social Organism)

فالاتصال إذن، هو الذي يولد المعاني المشتركة بين الفرد والآخرين، وهذه المعاني هي التي تشكل عالمه الخاص، ومن هنا تتبع أهمية الإتصال والتفاعل في بناء الذات وتطويرها."

"ويسهب " التفاعليون الرمزيون في شرح تفاصيل عملية بناء هذه الذات من خلال التفاعل الإجتماعي مع الآخرين، فهي برأي (Blumer) عملية تستند إلى فرضيات عدة أهمها برأيه:

-1- إن سلوك الفرد حيال الأشياء إنما يكون طبقا لما تعنيه له معاني تلك الأشياء.

2- إن هذه المعاني ليست إلى نتيجة طبيعية لعملية التفاعل بين الفرد ومن يتفاعل معهم في الحياة اليومية.

3- يستجيب الفرد لهذه المعاني وفقا لمقتضيات الموقف الإجتماعي الذي يجد نفسه فيه.

- يتداول الفرد المعاني المشتركة مع الآخرين ويغيرها ويحورها ويعدلها عبر عملية تأويل أو تفسير خاص به".

وتولي التفاعلية الرمزية **عملية التأويل أهمية** خاصة إلى الحد الذي جعل منها (**Blumer**) **نقطة الارتكاز في عملية بناء الذات وتطورها**، والتأويل عنده نوعان مترابطان كل منهما ضروري للآخر

النوع الأول: تأويل خارجي، ويقصد به عمليات التفاعل والإتصال الذي يخلق الفرد بوساطته عالمه المشترك مع الآخرين.

النوع الثاني: فهو التأويل الداخلي، وهو ذلك الذي يحدث بين الفرد ونفسه؛ إذ يقوم الفرد هنا بتأويل لدلالات المعاني والرموز التي تكونت لديه من خلال محادثاته وتفاعله مع المجتمع (أي النظر إلى الذات كما يراها الآخرون، وكما يراها هو نفسه).

وعلى الرغم من إسهامات (Blumer) في توضيح عملية بناء الفرد ذاته من خلال عملية التفاعل والإتصال مع الآخرين، إلا أن إسهامات (Goffman) و (Stryker) في هذا المجال تبقى من الإسهامات المميزة في نظرية التفاعلية الرمزية، ففي **عمله المميز تقديم الذات في الحياة اليومية نجد** Goffman) يولي عناية خاصة بتوضيح **الأساليب التي يسلكها الفرد في أدائه ودوره في أثناء تفاعله مع الآخرين في مواقف اجتماعية معينة**، والطرق التي يدير بها تعبيراته وعواطفه وأفعاله، والمعايير التي تتحكم باختياره السلوك الذي يرغب، أو لا يرغب القيام به أمامهم في هذه المواقف."

ويشبه (Goffman) عملية قيام الفرد بدوره في المواقف الإجتماعية المختلفة في الحياة اليومية بذلك الدور الذي يقوم به الممثل على خشبة المسرح أمام الجمهور، وقد أطلق على هذه العملية مصطلحا خاصا أسماه "**التمثيل المسرحي**" إذ يتعلم الفرد كيف يقدم نفسه للآخرين في هذه المواقف بالطريقة نفسها التي يتعلمها الممثل من خلال اتباعه النصوص المكتوبة له."

" وتتوقف الطريقة التي يدير بها الفرد تقديم نفسه للآخرين في الحياة اليومية إلى حد كبير، كما يرى (Goffman) **على طبيعة الموقف الاجتماعي الذي يجد نفسه فيه، وعلى تصوراته لما يتوقعه الآخرون منه وتصرف في ذلك الموقف ، لذا فإنه لا توجد ذات واحدة للفرد تصلح لأن يقدمها للآخرين في كل المواقف الاجتماعية، بل هناك أكثر من جانب للذات يختار من بينها تلك التي تتناسب طبيعة الموقف الاجتماعي الذي يجد نفسه فيه".**

"وقد طور (Stryker 1980) بصفته أحد أبرز **مفكري التفاعلية الرمزية الجدد،** مفهوم جوفمان للذات القائم على المرونة والديناميكية وعلى تعدد الجوانب التي تتألف منها، مضيفا بعدا جديا هو البعد التراتبي البارز للذات" ، فالذات كما يرى Stryker 1980 تتألف من جوانب عديدة، مرتبة حسب أهميتها بالنسبة للفرد، فبروز جانب من ذاته أكثر من غيره إنما يتوقف على متطلبات الموقف ومقتضياته."

".... وهكذا لا توجد ذات ثابتة على وجه واحد للفرد تصلح لجميع المواقف الاتصالية التفاعلية، بل هناك وجوه متعددة للذات محكومة بطبيعة المواقف الاجتماعية المختلفة التي يجد الفرد نفسه فيها الذات الأخلاقية والسياسية والاقتصادية والوقورة والحزينة والمتدينة والمتمردة ... الخ) إن هذا الترتيب للذات يعطي الفرد في الواقع حرية اختيار كبيرة وواسعة في تقديم نفسه للآخرين بطرق مختلفة".

3– مدرسة فرانكفورت ونظرية الثقافة الجماهيرية:

النظريات النقدية:

في حين انتقدت النظرية الوظيفية بوصفها مدخلاً محافظا يؤكد على التوازن والإستقرار بالمجتمع، نجد الإتجاهات النقدية ومن بينها مدرسة فرانكفورت – تؤكّد على عمليات الصراع والتغيير البنائي في المجتمع، حيث جاءت أفكار مدرسة فرانكفورت لتقدّم منظورا راديكاليا وليس محافظا بـ يسعى لتغيير الواقع..."

وتعتبر **العلاقة بين وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية هي مهد النظريات النقدية** في علاقتها بمختلف المشكلات الاجتماعية ولذلك فإنها تطرح العديد من الأسئلة حول **الدور الإجتماعي المثالي لوسائل الإعلام** ، ومناقشة دوافع المهنيين في هذه الوسائل ودوافعهم المهنية ومعايير المهنة ومسئولياتها الإجتماعية....وغيرها من الأفكار والقضايا التي تهتم بالبعد الإجتماعي لوسائل الإعلام ودورها في عملية التغيير الاجتماعي.

" ويمكن تقسيم هذه النظريات النقدية في اتجاهين رئيسيين:

الإتجاه الأول الذي يستعير من الماركسية مفهوم الصراع من أجل بقاء الوضع كما هو وسيطرة الطبقات أو الفئات أو أصحاب المصالح المسيطرة وهيمنتها على وسائل الإعلام وتوجيهها في الإتجاه الذي يضمن استمرار

هذه الهيمنة أو السيطرة دون ارتباط بين السيطرة أو السلطة والثروة. ويتبنى هذا الإتجاه أصحاب النظريات التي تنتمي إلى مدرسة فرانكفورت والنظريات الثقافية النقدية.

الإتجاه الثاني: الذي يربط بين الثروة والسيطرة على وسائل الإعلام وهي نظرية الإقتصاد السياسي".

"ومن الظواهر التي نقدتها اتجاهات النظريات النقدية ما يتوافق إلى حد كبير مع مجال وسائل الإتصال وتحديدا وسائل الإعلام الجماهيرية ونعني بذلك مسائل الثقافة الجماهيرية المعبر عنها أيضا **بالصناعة الثقافية وأيضا ظاهرة الهيمنة وما ينتج عنها من تأثيرات سلبية تساهم في تشييئ الجمهور وجعله متلقيا سلبيا يفتقد إلى التفاعل النقدي.**

تفترض النظريات النقدية أن وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على **دعم الوضع القائم، ولذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية بديلا عن الثقافة الراقية لوضع تفسيرات خاصة بمحتوى وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات المسيطرة على المجتمع.**

. إن وسائل الإعلام وفق ذلك المدخل النقدي هي أدوات أو وسائل للهيمنة والسيطرة، حيث يعتمد الأفراد عليها في تكوين أفكارهم وانطباعاتهم عن العالم والأحداث وهي بدورها **أي وسائل الإعلام تصوّر نمطا للحياة يجهض أي محاولة لتغييره فتضفى على الأشياء والأحداث تفسيرا واحدا وبعدا واحدًا، بحيث تصبح أفكار الفرد عن نفسه وحاجاته ومجتمعه أفكارا زائفة ذات بعد واحد وهو البعد الذي تفرضه وسائل الإعلام وتعممه .**

وهناك تأكيدات من جانب أعضاء النظرية النقدية على أن وسائل الإعلام ما هي إلا **آلية فعالة لكبح أو منع التغير وأنها تستخدم في إنتاج وإعادة إنتاج أشكال الهيمنة السائدة، وفي إمداد الجماعات المهيمنة بخدمة أيديولوجية من خلال منع حدوث أية تغييرات بنائية هامة في المجتمع وميلها إلى المحافظة على الأوضاع الراهنة".**

"ومهما تعددت النظريات النقدية فإن هناك اتفاقا على أجندة واحدة تقريبا تحدد العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى الإجتماعية والسياسية في الآتي:

إن محتوى وسائل الإعلام يروج اهتمامات الجماعات المهيمنة في المجتمع، وإن هذا المحتوى يميل إلى التغطية غير المتوازنة للعلاقات الإجتماعية.

تحليل المعاني الرمزية للمحتوى التي تستخدمها المصالح الرأسمالية لجذب اهتمام الطبقات العاملة التي تعاني من الإستغلال الإقتصادي، وهذا ما اعتبرته هذه النظريات مدخلا للدراسات الإعلامية.

فضح أسطورة حياد الدراسات الإعلامية الأمريكية، والتي تخدم نتائجها الثقافات المهيمنة، والتي تموّل من كبار رجال الأعمال والحكومات كنوع من الإنحياز للإفراد برضا المجتمع عن الحياة والواقع.

مفهوم الثقافة الجماهيرية:

ان انتشار وسائل الإعلام بين مختلف الطبقات الشعبية في القرن 19 بسبب التطورات الإقتصادية التي أحدثتها الثورة الصناعية وانتشار المؤسسات الديموقراطية والتعليم الشعبي وظهور وسائل إعلام جماهيرية كان سببا في **ظهور مشكلة اجتماعية جديدة عرفت في القرن 20 بظاهرة الثقافة الجماهيرية،** أي **المضمون الثقافي الهابط الذي نشرته وسائل الإعلام الواسعة الإنتشار** في النصف الثاني من القرن 19 والقرن 20.

"الثقافة التي تنتقل عبر وسائل الإتصال الجماهيرية، وهي **عنصر مهم في الإنصهار والتوحيد للقيم والإتجاهات الثقافية للمجتمع وأفراده، إذ هي تنتشر وفق مفهوم عام يشمل ويوافق مختلف الرؤى.**

هي نموذج للثقافة التي وجدت بالمجتمعات الحضرية، حيث العديد من الثقافات لاسيما الثقافات المختلطة، والثقافات المتفرعة، والثقافات المتناقضة، والثقافات المتوازية، وهي كلها تتواجد في منافسة مستمرة مع بعضها البعض، فالثقافة الجماهيرية تهيمن على باقي الثقافات وفي نفس الوقت تتكون من هذه الثقافات التي تسيطر عليها.

عرف باحثو مدرسة فرانكفورت الثقافة الجماهيرية بأنها الثقافة التي تخاطب أكبر عدد من الناس (الجماهير) والتي لكونها لا تخضع لمنطق الإنتاج الصناعي في صياغتها تنشر في شكل موحد.

يعرفها جمال العيفة في كتابه "الثقافة الجماهيرية عندما تخضع وسائل الإعلام والإتصال لقوى السوق هي المواقف الجديدة التي تنشرها وسائل الإعلام والإتصال لدى الجماهير الواسعة وبصفة اصطناعية وتمتاز بأنها ثقافة مصطنعة تخضع لمقاييس السوق وفق مبدأ العرض والطلب وظهرت بظهور وسائل الإتصال الحديثة.

لقد عكمت أطروحة الثقافة الجماهيرية التي قدمتها مدرسة فرانكفورت انشغالها **بالمسألة الثقافية،** حتى وان لهذا الإنشغال أو الاهتمام بعدا آخر يرتبط أشد **الإرتباط بالمضامين التي تبثها وسائل الإعلام الجماهيرية،** حيث ترى هذه المدرسة النقدية بأن البنية الفوقية في المجتمعات الشمولية تقوم بتوظيف الإتصال من أجل المحافظة على استقرار النظام الإجتماعي، ويتم ذلك بصفة أذاتية محضة تبرز سيطرة هذه البنية على النظام عن طريق الثقافة الجماهيرية la culture de masse والتي نددت بها."

"إن طعن هذه المدرسة في الثقافة الجماهيرية التي ترى بأنها المسؤولة عن اغتراب البنية التحتية للمجتمع الأمريكي لم يأت من باب الاهتمام بالثقافة النخبوية أو التقليدية، بل نابع من رؤية نظرية تعتقد بأن هذه الثقافة لا تقرب البنية

التحتية من واقعها الإجتماعي كما لا تسمح لها بأي تغيير إجتماعي، وعلى هذا الأساس اعتبرتها ثقافة لا ديموقراطية وتقترح للتأكد من صحة هذا الطرح مقارنة الثقافة الجماهيرية بالنماذج الثقافية التي كانت سائدة قبل أن تظهر هذه الأخيرة. "

وترى مدرسة فرانكفورت أن الثقافة الجماهيرية ذات الطابع التجاري كانت الوسيلة الأساسية التي مكنت الإحتكارات الرأسمالية من تحقيق النجاح في هذا المجال."

كما تعتبر مدرسة فرانكفورت أن فكرة صناعة الثقافة التي قدمها لأول مرة هوركهايمر وأدورنو" في مقالهما المشترك : "صناعة الثقافة: التنوير كخداع جماهيري هي انعكاس للواقع الإحتكاري الذي يركز على برامج التسلية والإعلانات، مما يؤدي إلى نوع من الثقافة يعرف تداخلا وتشابكا بين الثقافة والتسلية والدعاية، يطلق عليه الثقافة الجماهيرية.

ويرى أصحاب هذه المدرسة أن الثقافة الجماهيرية والتي لا تعبر عن الثقافة الشعبية وإن كانت تستمد أفكارها منها في بعض الأحوال، هذه الثقافة الجماهيرية قد فرضها من أعلى أصحاب المراكز والطبقات المسيطرة للمحافظة على الوضع القائم

وكانت الثقافة الجماهيرية محل نقد في الأدبيات الغربية يتعلق بعملها في المجالات التالية:

ترسيخ قيم الإمتثالية، إذ تعمل هذه الثقافة على إنتاج نمط من الإنسان الذي يؤدي دوره في المجتمع بصفة ساكنة.

القضاء على التنوع الثقافي في المجتمع.

إنشاء مجتمع استهلاكي بترويج بضائع مرتبطة بالإنتاج الإحتكاري المريح.

وتتفق أفكار مدرسة فرانكفورت في نقدها للثقافة الجماهيرية مع نظرية المجتمع الجماهيري"، الذي أدى قيامه إلى انهيار التقاليد العامة واختفاء سلطتها على الفرد، مما أدى إلى الاهتمام بذاتية الفرد والتأكيد على حريته وحقوقه

ولذلك تهتم هذه المدرسة (فرانكفورت) بحقوق الأفراد في الإرتقاء بأذواقهم وخبراتهم ومعارفهم من أجل بناء أفضل للبشرية، والثقافة الجماهيرية لا تصلح أداة لذلك لأنها ليست إبداعاً فرديا ولكنها سلعة مصنعة بشكل

جماهيري تستجيب للإحتياجات العامة ولا يستجيب لها الجمهور بشكل نقدي بل يسعى من خلالها إلى الرضا اللحظي والمتعة الوقتية التي تخدر الناس وتجعلهم يهربون من واقعهم ولا يدركونه، وبالتالي فإنها لا تستهدف تحقيق الكمال والإرتقاء بالذوق العام بقدر ما تهدف إلى تحقيق الإنتشار بين الناس شأنها شأن الإنتاج الجماهيري الذي يتسم بالنمطية والتماثل ورخص ثمنه وهبوط مستواه".

فحسب فيليب بروتون فالثقافة الجماهيرية هي مثل كائن سوسيولوجي، هي جسم مركب من أبعاد، رموز، أساطير، وصور تخترق الفرد في أعماقه، تنظم أفعاله وتوجه مشاعره، هذه الثقافة تحتوي على نظام خاص هو جزء من تركيبتها الخاضعة لمقاييس الإنتاج الصناعي والميتة عبر وسائل الإعلام لصالح أعداد ضخمة وهائلة من الأفراد، تأتي لتضاف على الثقافات الموجودة من قبل كالثقافة الإنسانية، الدينية أو القومية.

" ومن ثمة فإن الثقافة الجماهيرية التي تحمل قناعات الثقافة الصناعية تحاول عن طريق إشباع الجماهير بمواد إعلامية واتصالية وهمية أن تجعل هذه الأخيرة في حالة وعي مزيف دائم على حد تعبير ماركيوز فيما يتعلق بواقعها الإجتماعي، حيث تروج عبر وسائل الإتصال الجماهيرية من أجل ترسيخ قيم امتثالية تنميطية واستهلاكية تجد سبيلها إلى المجتمعات المستقبلة لها على شكل أحزمة ثقافية مصنعة: أفلام، مسلسلات، أغاني، إشهار رسوم متحركة.. ومختلف السلع الترفيهية الأخرى، فكما تقول كومينيك كليفا D.Kalifa الثقافة الجماهيرية هي ثقافة الصورة"

وبالتالي فالثقافة الميئة من قبل وسائل الإعلام الجماهيرية تصبح سلعا استهلاكية كسائر المواد الإستهلاكية الأخرى، وصفها Edgar Morin بأنها "منتجة طبقا لمقاييس صناعية من الإنتاج الثقافي مستخدمة تقنيات بث مؤثرة، نتجه إلى جماهير بمعنى حشود ضخمة من الأفراد".

فالثقافة الجماهيرية كما وصفها (صالح أبو إصبع): هي ثقافة مصنعة مفروضة على الجماهير، كما أنها الرسائل الإتصالية التي تبثها وسائل الإعلام الجماهرية وهي رسائل غير موجهة إلى طبقة موحدة ولا إلى مستوى ثقافي أو تعليمي محدد".

فالثقافة مرجعية ثابتة في التاريخ وتتجدد بالفعل والممارسة، أما الوسيلة فقد تولدت في فضاء الثقافة وسعت إلى التعبير عن بعض مظاهر هذه الأخيرة، وإذا كانت وسائل الإتصال قد أنتجت ما يسمى بالثقافة الجماهيرية، فإنها لم تصبح الثقافة في حد ذاتها، كما أن الثقافة الجماهيرية وليدة المجتمع الجماهيري، وليس العكس".

أطلق باحثوا الإجتماع والإعلام اسم الثقافة الجماهيرية على هذه الثقافة، ومن بينهم إدغار موران Edgar Morin الذي يرى فيها نسقا خاصا لأنها منتجة وفق معايير صناعية وموزعة على عدد كبير جدا من الأفراد، وهي تأتي لتضاف إلى الثقافات الموجودة مثل الثقافة الإنسانية.. وفي ظل هذا التشعب الثقافي يصبح الفرد مغتربا إلى أعلى درجة كما يرى ذلك ماركيوز Marcuse، أي أن هذه الثقافة بما تحمله من خصائص (المنتجات المادية) تجعل الفرد يعيش في عالم لم يشارك في صناعته ولم تطرح له البدائل لكنه يتقبلها على أنها الواقع المحتوم لحياته الاجتماعيةوالثقافية.

خصائص الثقافة الجماهيرية:

حددها نصر الدين العياضي" فيما يلي:

1 – إنها خطاب عام يقع في ملتقى خطب أخرى تحتوي إشكالية الثقافة الجماهيرية على مختلف المعطيات الآتية من أفاق أو مصادر نظرية مختلفة جدا مثل : القانون الإقتصاد الأدب الأخلاق، علم الإجتماع ... إن الخطاب عن الثقافة الجماهيرية يولد الغموض ويقوم بالإنتقاء.

2– إن الخطاب عن الثقافة الجماهيرية خطاب متقفين المثقفين الذين يعيشون في الثقافة الجماهيرية ومنها وهنا تتبع علاقاتهم الفضولية بهذه الثقافة، يقصون أنفسهم من تأثيرها لكنهم يشكلون طرفا في النقاش الذي تثيره.

3 يعاني الخطاب عن الثقافة الجماهيرية من عدم الدقة في موضوعه وفي مجال بحثه، فهي تشمل بصفة عامة منتجات الراديو التلفزيون السينماء الكتب الجريدة، المجلة أي باختصار كل المنتجات المقدمة للجمهور بقنوات جماهيرية، ولكن في بعض الأحيان تغطي الثقافة الجماهيرية مجالا أكثر تحديدا، حيث تبدو شديدة الإرتباط بمفهوم الترفيه وفي هذا الحال لا تشمل كل المنتجات الجماهيرية بل الأفلام، الألعاب والرياضة... وبعبارة أخرى إنها تشمل ما يخرج عن نطاق ما نسميه عادة بالإعلام السوسيو إقتصادي والسياسي.

4 – إنه خطاب يتطور بمعية خطاب آخر، خطاب المجتمع الجماهيري، حيث توجد في الخطاب عن الثقافة الجماهيرية بشكل ضمني أو مستتر طريقة لإدراك وفهم الكيان الإجتماعي أو على الأقل بعض الفرضيات حول طبيعة النظام الإجتماعي الذي تتطور فيه الثقافة الجماهيرية، فهي ترتبط بالتحول والتغيير في المجتمع، إنها ترتبط على مستوى قرائن التغيير بالتصنيع وتطور التقنية وتغيير العلاقات بين الأشخاص وتغيير المحيط.

يرى الباحث "ماكدونالد" أن هناك ثلاث ثقافات مختلفة في المجتمع الجماهيري مثل الولايات المتحدة

الأمريكية (1) الثقافة الراقية أو العالية، (2) الثقافة الجماهيرية (3) الفن الشعبي.

– الثقافة العليا أو الراقية هي الثقافة التي امتدحها توكفيل وهي تشير إلى العمل الدؤوب الذي تقدمه الموهبة العظيمة وهو العمل الذي يحاول أن يصل إلى أقصى درجة أو أعلى درجة من أجل الفن.

– أما الثقافة الجماهيرية: فهي تشير إلى السلع الثقافية التي تنتج فقط من أجل السوق الجماهيري، وهي سلع متماثلة ومتشابهة لأنها تميل إلى إرضاء أذواق جمهور غير متنوع، ووفقا التوكفيل هذه الثقافة الجماهيرية تجذب، ولكنها ليست أصيلة تماما لأنها تهدف إلى الإستهلاك الجماهيري وليس إلى تحقيق الكمال، ....

– أما الفن الشعبي فهو الموهبة الطبيعية عند الشخص العادي الذي ينتمي إلى الطبقات الشعبية، ويتم التعبير عنه بالأغاني الشعبية والرقص الشعبي والرسوم البدائية وما شابه ذلك.

استمدت الثقافة الجماهيرية مضمونها من الثقافة الراقية والثقافة الشعبية، وكانت الثقافة الراقية، قبل انتشار وسائل الإعلام الجماهيرية في القرن 19 منفصلة تماما عن الثقافة الشعبية، ولكن الثقافة الجماهيرية التي استمدت مضمونها من الثقافة الراقية والثقافة الشعبية أصبحت تختلف تماما عن هاتين الثقافتين .

4– نظرية التأثير المحدود للازرسفيلد:

ظهرت دراسة "لازرسفيلد وزميليه في أعقاب حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية في عام 1940 التي فاز بها روزفلت بالرغم من موقف الصحافة المعادي له.

وهذه الدراسة أجريت لدراسة سلوك الناخبين في مقاطعة "إري" في نيويورك، وأظهرت بأن القليل منهم قد تأثر بوسائل الإتصال الجماهيري. وأوضحت هذه الدراسة بأن ليس هناك أدلة كافية على أن الناس غيروا اتجاهاتهم تأثرا بالرسائل الإعلامية. وكان من نتائج هذه الدراسة التوصل إلى فكرة انتقال المعلومات على مرحلتين، بمعنى أن المعلومات تنتقل من وسائل الإعلام والإتصال إلى قادة الرأي ومنهم تنتقل إلى الآخرين.

. سوسيولوجيا التلقي سوسيولوجيا التفاعل – سوسيولوجيا الإستخدام.

– مسألة التلقي عند ميشال دوسيرتو

جامت دراسات التلقي في بداية الثمانينات لتهتم بالكيفية التي يؤول بها المتلقي الرسائل الإعلامية، أي التركيز على عملية التلقي في حد ذاتها باعتبارها ممارسة لها أسسها إجتماعيا وثقافيا، وباعتبارها عملية بناء إجتماعي للمعاني التي يضيفها المتلقي على الرسائل الإعلامية " (1)

تتطلق دراسات التلقي من الإشكالية التي تثيرها العلاقة بين القارئ والنص، وذلك من خلال المسلمات النظرية التي ترى أن معنى النص ما لا ينتمي بالضرورة إلى ذلك النص، وأن التلقي ليس الإستهلاك السلبي

للدلالات المعدة سلفا، ولا يتم بالضرورة قراءة رسالة مثلما تم تشفيرها، وأن المتلقي هو فرد نشط، يمكن أن يستخرج من النص إشباعات غير منتظرة، فيرفض أو يقبل الدلالات التي يقترحها المرسل، وأن المتلقي ينتمي إلى الجماعات التفسيرية التي يشترك معها في المصادر الثقافية التي ينهل منها في عملية قراءة الرسائل. "(2) "وفي هذا المجال يطرح ميشال دوسيرتو Michel de corteau في كتابه L'invention du quotidien فنون الأداء العملي متبعا الدرس الماركسي – بأن العلاقة بين منتجي ومستهلكي المعنى غير متعادلة فقابل بين عالمين متضادين

عالم الإنتاج وعالم الإستخدامات، مبينا الفارق بين الإستخدامات المبتكرة بوصفها ممارسات إبداعية تساعد على ابتكار الحياة اليومية، موضحا أن الذين ينتجون المادة الثقافية والفنية لهم سلطة على الذين يستهلكونها، سواء كانوا قراء أو متمدرسين ويفرضون المعنى على منتجاتهم.

لكن هذه العلاقة كانت دائما تأخذ طابع أو شكل صراع، ولا يوجد طرفا منتصرا على طرف آخر. وقد شبه منتجي المعنى بملاك الأرض (النصوص) حيث يحرصون على تنظيم دخول واستخدام هذه النصوص، إن المستهلكين يشبهون الصيادين الذين يختلسون مقادير زهيدة من الخدمات والسلع بشكل غير عادل لسد حاجاتهم اليومية، وسيؤدي ذلك إلى اختفاء بعض العناصر من النص".

"يقوم المتلقي بقراءة النص حسب طريقته الخاصة ويربطه بعناصر أخرى خارجية عن منتوجه.

إن الملاك يضعون استراتيجيات وينصبون كمينا للمستهلكين الذين لا يجدون مخرجا إلا المرور من ملكياتهم، أي من خلال إيديولوجياتهم. أما الصيادون فيديرون العملية مستخدمين تاكتيكا ويبدون مقاومة".

لتسليط الضوء على الحيل والتكتيكات التي يقوم بها المستخدمون في كيفية استخدام التقنيات، ويرى في كتابه أن مسائلة الممارسات اليومية التي من المفترض أنها سلبية، أم إيجابية ... لاستخراج نماذج أفعال المستخدمين في حالة يهيمن عليها المتلقي والتي تعني أيضا ليس سلبية وتتصاع للواقع الثقافي والاجتماعي كما أن الممارسات اليومية يتخللها الإبداع.

"يعتبر إعادة تأهيل الدور النشط للمستخدم في البحث في سنوات الثمانينات هو بالتأكيد عمل ميشال دوسيرتو الذي لم يستخدم مصطلح المستخدم للإشارة إلى الشخص الذي يستخدم وسائل الإعلام ولكنه يعمل بمصطلح الاستخدامات التي تشير إلى أن الأداء العملي" وطرق الأداء العملي".

لم بعد 1985 اهتمت الدراسات على تأثير المستخدمين في بناء الاستخدامات، حيث أن استخدام التقنية يتطلب الحصول على عدد من المعارف والمهارات، مع تسليط الضوء على ذهاب واياب المستخدم والمصمم أو التضامن بين الإنسان والآلة، لتنتقل دراسات استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال بعد 1990 في تطوير المجال المهني. "

2- الدراسات الثقافية لستيوارت هال Hall

انبثق من أعمال مدرسة فرانكفورت ما يسمى بمنظور الدراسات الثقافية في بحوث تأثير وسائل الإعلام، وعبارة الدراسات الثقافية هي إشارة إلى أعمال مركز الدراسات الثقافية المعاصرة بBirmingham برمنغهام والذي كان

يديره ريتشارد هوقار Richard Hoggart وأنشئ عام 1963 بريطانيا، والذي كان أصلا يهتم بالتحليل الأدبي فحسب.

" ثم ستيوارت هول في مرحلة لاحقة (1968-1979) الذي يرى أن الدراسات الثقافية ظهرت من ملاحظة التغيرات التي حصلت في المجتمع.

ويتميز تحليل المنظور الثقافي لوسائل الإعلام أو الدراسات الثقافية بتلاقيات متتالية للخطابات المؤسسة المتنوعة، وخاصة خطابات الدراسات الأدبية والسوسيولوجية والتاريخ وإلى حد أقل اللسانيات والأنثروبولوجيا والسيمنطقا وعلم النفس التحليلي ويشكل في جانب منه النتيجة وفي جانب آخر منه استجابة للثوران الفكري

والسياسي لسنوات الستينات من القرن الماضي حرب الفيتنام وانتفاضة الطلاب بفرنسا في 1968.

" ويضم المنظور الثقافي لوسائل الإعلام مجموعة من التيارات المختلفة، إلا أنها تعمل ضمن منظور واحد:

تحديد البراديغم النقدي في دراسة الاتصال الجماهيري وهذا من خلال رفض نموذج النظرية النقدية التقليدية وبصفة خاصة السيمة الإغترابية للثقافة الجماهيرية التي ندد بها منظرو مدرسة فرانكفورت."

يلخص ستيوارت هول" في تقديمه للأعمال التي قام بها مركز الدراسات الثقافية المعاصرة بجامعة برمنجهام خلال السبعينات، أن مجموع هذه الأعمال جاءت تحدي للبحوث التقليدية، وتهتم بدراسة الإعلام في الإطار الأوسع للدراسات الثقافية وبصفة خاصة:

دراسة محتوى الإعلام في إطار أوسع وتعريفه من خلال الدور الفكري والعقائدي للإعلام بدلا من نماذج التأثير المباشر التي كانت تقوم على أساس المثير – الاستجابة.

والتأكيد على قوة وسائل الإعلام الفكرية والثقافية وتوضيح موقف الهيمنة من خلال الطريقة التي تقدم بها العلاقات الإجتماعية والمشكلات السياسية التي يتم تحديدها، وإنتاج ونقل الأفكار الشعبية إلى المتلقين، مما يؤكد الاعتبار الخاص بالعلاقة ذات المغزى بين الفكر ووسائل الإعلام. تحدي النظريات الخاصة بالنص الإعلامي بوصفه تقديما واضحا للمعنى، وإعطاء اهتمام أكبر للبناء اللغوي والفكري أكثر من مجرد تحليل المحتوى التقليدي.

و التأكيد على مفهوم القراءة وجمهور القراء الذي يشير إلى العلاقة بين ترميز الرسائل الإعلامية وتباين تفسيرات الجمهور، بدلا من مفهوم الجمهور الذي اتفقت عليه الدراسات التقليدية بتأثير حاجات المسح الخاصة بالمؤسسات الإذاعية ووكالات الإعلان.

الاهتمام بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في تداول وتأمين تعريفات الهيمنة الفكرية وتقديمها، والتي تختلف تماما مع نماذج الثقافة الجماهيرية التي تتناولها البحوث الأمريكية والتأكيد على غياب السياق الفكري العام في هذه البحوث.

"يمكن اعتبار الدراسات الثقافية كنتيجة للجهود التي بذلت إلى غاية اليوم حول موضوع الثقافة الجماهيرية. تركز هذه الحركة النقدية على أشكال الهيمنة الثقافية، وترى أن إنتاج المعرفة يقع بين طرفين:

الذين يملكون السلطة والذين يعارضون هذه السلطة، ومن ثم فإن الثقافة هي المجال الذي يحتدم فيه الصراع على الهيمنة.

وتحاول أن تستوعب الإستخدامات الثقافية والإعلامية ضمن حلول نظرية جديدة للمشكلة التي تربط العلاقة بين السلطة والثقافة".

يشكل المقال الذي كتبه سيتوارث هول Stuart Hall في 1973 بعنوان: "Encoding/Decoding (الترميز وفك الترميز، التدوين وفك المدونة) بمثابة المصدر الأساسي للدراسات الثقافية، أو البيان المؤسس لدراسة جمهور وسائل الإعلام.

إن الفكرة الرئيسية التي ينطلق منها "هول" تكمن في فهم التلقي كمرحلة لسيرورة إنتاج المادة الإعلامية، فالجمهور ليس حشدا وليس سلبيا، ولكنه أحد الفاعلين المتدخلين في هذه السيرورة.

ويرى أن المتفرجين لهم ثلاث إمكانيات لتفسير المادة الإعلامية:

يمكن أن يوافقوا على مفهوم المنتج الإعلامي مثلما تم التعبير عنه في مفرداته المشكلة للإيديولوجية المهيمنة.

ويمكن أن يقبل الإطار العام للإعلام ولكنه يعارض طريقة إعادة الصباغة الخاصة التي تتضمنها هذه الموضوعات.

أو يمكن أن يرفض الإطار العام ويقترح تفسير آخر.

يطلق هول على العناصر الثلاثة القراءة المهيمنة، التفاوضية، المعارضة.

ينطلق "سيتوارت هول" من المبدأ القائل بأن البنيات الإقتصادية والمؤسساتية لوسائل الإعلام يؤثر بقوة على تشكيل وتصميم الخطاب الإعلامي، إن الطريقة التي تدون بها المعلومات، وطريقة وضع البرامج، وإنتاجها مرهون بشكل كبير بميزان القوى الموجود داخل الهيئة الإعلامية. ذلك أن الصحف، والإذاعة والتلفيزيون يقترحون في أغلب الحالات قراءة مفضلة لبرامجهم.

ومن جهة أخرى أشار ستيوارت هول إلى التباين في عمليتي الإنتاج والتلقي والذي يمكن ملاحظته في الرسائل التي أعدها المنتجون والرسائل التي استقبلها المتلقون، ويعزو "هول هذا التباين إلى أسباب اجتماعية وثقافية مرتبطة بوضعية المرسل ووضعية المتلقي، فكلاهما لا يستخدم نفس المصادر والموارد في إنتاج وتلقي الخطاب الإعلامي.

"وإذا كانت وسائل الإعلام تلعب دورا إيديولوجيا لمصلحة المجموعات المسيطرة، من خلال سعيها إلى فرض مدونة مرجعية على المنتج الإعلامي، فإن الخطاب الإعلامي لا يحتفظ بنفس المعنى الذي دون به، وهذا بالضبط ما يتيح للمتلقي إمكانية تقديم قراءة مغايرة.

" على أن القراء والمشاهدين لا يتمتعون بنفس المهارات في إضفاء المعاني والدلالات لمحتويات الرسائل التي يتلقونها، ذلك أن متغيرات الجنس والسن والأصول الاجتماعية والجماعات الثقافية التي ينتمون إليها تلعب دورا أساسيا في سلوك الجمهور .

ينطلق دافيد مورلي David Morly من النتائج التي توصل إليها ستيوارت هول، إذ يرى أنه لا يكفي مشاهدة التلفيزيون بقدر ما يجب مشاهدته بوعي وقد درس مورلي العائلة بوصفها سياقا حاسما في التلقي التلفيزيوني، فأوضح أن فعل مشاهدة التلفيزيون يخضع لتنظيم دقيق من قبل العائلة، حيث يمكننا الحديث عن قواعد عائلية: المواقيت الأماكن واختيار البرامج وأشار إلى الدور الذي يلعبه التلفيزيون في تفاعل أفراد العائلة أو في قطع التواصل.

-3- دراسات سوسيولوجيا الإستخدام والتملك

تعتبر سوسيولوجيا استخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال من بين الدراسات الحديثة نسبيا، والتي تحاول رصد العلاقة بين هذه التكنولوجيا والسياق الإجتماعي التي تستعمل فيه، ليس من منظور سببي تقني ولكن وفق مقاربة سوسيو تقنية، تبحث في العلاقة بين التقني والإجتماعي وكنا تداعيات وتجاذبات هذه العلاقة المتبادلة في السياق الإجتماعي، أخذه بذلك الطابع السوسيولوجي، الذي يعطي استخدام التقنية، بعده الإجتماعي."(1)

تشير سوسيولوجيا الاستخدامات إلى اهتمام ملاحظ لنمط من المشكلات التي تقع في تقاطع ثلاث تخصصات سوسيولوجيا التقنية وسوسيولوجيا الإتصال وسوسيولوجيا أنماط الحيات إن عكفت على بحث تجاذبات العلاقة بين التكنولوجيا، الإتصال، والمجتمع وتحليلها وفق أساليب مختلفة". (2)

ان سوسيولوجيا الإستخدامات اتخذت لنفسها في الغالب الفعل الفردي كوحدة للتحليل وتمثل هذا في رصد ممارسات الأفراد اليومية أثناء تعاملهم مع مختلف تكنولوجيات الإتصال والإعلام، أي دراسة تملك هؤلاء الأفراد لهذه الوسائل.

من هذه الناحية، فضلت سوسيولوجيا الإستخدامات مقاربة فردية وذاتية تحتوي أساسا على مكون معرفي ومكون هوياتي، في حين التملك يحتوي أيضا على بعد سياسي وجماعي، هذا البعد الذي كان حاضرا في بداية سوسيولوجيا الإستخدامات في نهاية الثمانينات والذي استبعد تدريجيا بعد ذلك. "(3)

الأدوات الإتصالية TICهي حاملة للخيال والتمثلات والقيم التي تعطي البعد الرمزي. "(4)

ينطلق تيار سوسيولوجيا الإستخدامات الذي ركزت عليه عدة بحوث إعلامية تناولت خلاله بداية أنماط استخدامات هذه التكنولوجيات في فضاء الحياة اليومية، من منظور اجتماعي ما طرح لنا العديد من الدراسات التي تم إدراجها ضمن تيار "سوسيولوجيا الإستخدامات والذي عكف على البحث فيما يفعله الأفراد بتقنيات الإتصال أي استخدامات وسيلة معينة مع الأخذ بعين الإعتبار السياق الإجتماعي والثقافي الذي يحيط بالمستخدم.(5)

"هذا التيار شكل مجالا خصبا للبحث في طبيعة العلاقة التي تجمع بين الإنسان المستخدم والوسائل الإتصالية الجديدة، الذي يعتبر أن المستخدم فاعلا مستقلا يتمتع بقدرة الإبداع."

في هذا المجال تبين الباحثة جوسيان جوي josaine jouet مسار دراسات الإستخدام في فرنسا مع بداية الثمانيات مع العديد من دراسات الإستخدامات اليومية للتقنيات الهاتف، الكومبيوتر ...) وغيرها من التقنيات، حيث شكل تيار بحث يطرح مجموعة من الأسئلة والتي تناقض مع الأعمال الأنجلو ساكسونية المنجزة حول وسائل الإعلام. "(6)

انطلقت فيه هذه الدراسات من مبدأ أساسي هو اعتبار الاستخدام كبناء اجتماعي حيث نقر "جوسيان جوي بأن الإستخدام المنتظر ليس هو دائما الإستخدام الفعلي هذا الأخير هو نتاج للإطار السوسيو تقني المستمر،

وكذا ثمرة لخيال المبتكرين وهو نتيجة الإبتكار الذي يتولد من ممارسات المستخدمين أو انعكاس لحالتهم السوسيوثقافية. إن الإستخدام تحليل معروف على أنه كيان اجتماعي، وبالتالي لا يمكن وضع حد للإستخدام عند الإشكال الذي تنص عليها الأجهزة التقنية، أي عدم التقيد بدليل الإستعمال، والذي يعبر دون شك عن جزه من الإستخدام، وإنا يمتد إلى سيرورة متعددة لوساطة تحقق جودة استخدام اجتماعى فعلى. (7)

"وفقا لجوي" بناء الإستخدام يتم تدريجيا وعبر مراحل تتمثل في التبني الإكتشاف، التعلم، الإعتياد أو التعود الاندماج اجتماعي لتكنولوجيا الإعلام والإتصال إن تكون الإستخدام يحدث وفق مراحل ملاحظة، من خلال تقليص الإستخدامات مقارنة بالتوقعات الأولية لوظائف التقنية خلال مرحلة الإكتشاف وصولا إلى الوضعية العادية عبر دمج التقنية في الممارسات الإجتماعية."(8)

إن مفهوم التملك ليس مجرد الحيازة المادية والفيزيقية للأدوات التقنية، بل هو بناء رموز إنطلاقا من مرجعية المستخدم في سيرورة معقدة. أما الباحث Serge Proulk في شرحه على أنه التحكم في الأداة أو الوسيلة وهو

الغاية النهائية لعملية الإستخدام، وكذا الإندماج الإبتكاري لعناصر الثقافة الرقمية في الحياة اليومية للمستخدمين سواء أفرادا أو جماعات."(9)

١٧ سوسيولوجيا مهني السمعي البصري (الصحافي، المنتج المبرمج ...)

1- السوسيولوجيا الوظيفية للصحافيين:

رغم الدور المهم الذي يلعبه الصحافي في العملية الاتصالية فهناك معلومات ضئيلة جدا قدمت عنه في أوساط الأبحاث الإعلامية وبالمقابل نلاحظ اهتمام كبير أعطي للتأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام، جمهور وسائل الإعلام ودراسات الرأي العام، بينما دراسات قليلة جدا اهتمت بمحترفي الصحافة أو دواقعهم واهتماماتهم. "(1)

من ذلك يتضح أن الاهتمام بالقائمين بالاتصال وإجراء بحوث عليهم جاء في مرحلة متأخرة نسبيا، بعد بدايات الاهتمام بالجمهور، وبمضامين الرسائل الإعلامية، مع أن القائمين بالاتصال يمثلون أولى حلقات العملية الاتصالية والبداية الطبيعية لها.(2)

ويمكن أن نعزو ذلك إلى القيود والتحفظات الخطيرة التي فرضتها الآثار المباشرة لوسائل الاتصال يضاف إلى ذلك ... كان من الصعب على الباحثين الإطلاع على سير العمل وطبيعة التنظيم القائم في المؤسسات الصحفية أو الإناعية والتلفيزيونية ..."(3)

إن الحاجة لدراسة سوسيولوجية رجال الإعلام يبررها عدم إمكانية علماء الإعلام وباحثو وسائل الإعلام الإستغناء عن بعد مهم من أبعاد عملية الاتصال يرى كاري أن البعد الثالث للثورة الاتصالية، والذي يتمثل في بروز دور الصحافي المحترف، لم يبحث بعد، وتساؤلات مثل: ما هو أصل الدور الوظائف الذي تشكله بطريقة جماعية، الوظائف التي يخدمها الدور، أو القوانين والضغوط التي تقيد أصحاب الدور لم تطرح

بعد. (4)

الباحث "جير ينادي السوسيولوجية الصحفي لفهم طريقة أحسن ولشرح بطريقة أكمل السلوكيات وتصرفات محترفي الإعلام والصحافة إن سوسيولوجية الصحافي موضوع معقد للدراسة،

أولا، لأن الصحافي يحتل مكانا مهما في التحكم في تدفق المعرفة والأخبار .

ثانيا، لأن الصحافي حنيس أفكار المسبقة وانحيازه وضحبة استعماله من طرف رجال الدعاية الذين يمدقون إلى توجيه فهمه للأحداث.

"لما ورايت" فإنه يرى أن رجال الإعلام، رغم دورهم المهم في عملية الإتصال، فإنهم لم يحظوا باهتمام الباحثين، يقول: إن الدراسة السوسيولوجية لرجال الإعلام همشت ولم تحظ بالاهتمام اللازم منذ زمن بعيد إذا ما قورنت باهتمامات الأبحاث في المجالات الأخرى بعملية الإتصال خاصة دراسة المحتوى وديموغرافية الجمهور .

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

يرى ماكويل" أنه يجب على علماء الاجتماع دراسة رجال الإعلام للأسباب التالية:

-1 لمعرفة من هم نظرا للامتيازات التي يتمتعون بها للوصول والحصول على المعلومات والمعرفة ونظرا للدور الذي يلعبونه كحراسة البوابة وكمراقبين.

2- النظر في طريقة فهمهم لدورهم وفي كيفية نظرهم لجمهورهم.

3- التحقيق في تأثير المؤسسة الإعلامية والإطار البيروقراطي التي تعمل فيه على المنتج النهائي الرسائل.

4- تقييم تأثير الخلفية الإجتماعية، القيم الشخصية القوانين المهنية والأخلاقية على عملية الإختيار والمراقبة التي يقوم بهما الصحافي

2 الصحافيون ومحيطهم

يلحان الباحثان ويفر" وقري في مقالهما على علماء الإتصال أن ينظروا في آثار المناخ السوسيولوجي والفكري على القيم الإخبارية، السلوكيات والأداء."

يرى الباحثان أن هناك حاجة ملحة بالنظر في تأثير عوامل عدة كالخلفية العائلية، التكوين الصحفي،

محيط العمل داخل قاعة التحرير، حجم المؤسسة الإعلامية نوعية ملكية المؤسسة الإعلامية.