

## المحاضرة 13: علم اجتماع الإعلام والاتصال

1- نشأة وتطور علم الاجتماع الإعلام والاتصال:

- مفهوم علم الاجتماع الإعلام والاتصال: علم الاجتماع الإعلام والاتصال أو كما يعرف بسوسيولوجيا التواصل، كترجمة دقيقة للمصطلح المستعمل في الأدبيات الإنجليزية **sociologie communication**، هو فرع من فروع علم الاجتماع وهو يركز في اهتماماته على العملية الإعلامية كعملية اجتماعية دينامية بما تشمله من عناصر كالمرسل والرسالة والوسيلة والأداة والمستقبل والتأثير وما تؤديه من وظائف تربوية وتوجيهية تندرج بدورها على المجتمع كما يعرف أيضا بأنه العلم الذي يدرس وسائل الإعلام بوصفها ظاهرة اجتماعية دراسة وصفية بمعنى دراسة الواقع الفعلي لهذه الوسائل أي دراسة ما هو كائن وليس ما ينبغي أن يكون. (انشرح الشال، 2001).

من جهة أخرى علم الاجتماع الإعلام يهتم بالدراسة العلمية الوصفية التحليلية لوسائل الإعلام الجماهيري من حيث وجودها في المجتمع الإنسان يموثرة فيه ومتأثرة به، كما يركز في دراسته على اعتماد المقارنة في تقصي الاختلاف الموجود بين المجتمعات في علاقتها بهذه الوسائل.

أما علم الاجتماع الاتصال فهو يهتم بعملية الاتصال باعتبارها ظاهرة اجتماعية ذات دور كبير في تماسك المجتمع ، من خلال العلاقات الاجتماعية التي يعتبر أساسها، فالالاتصال يمثل أحد ضروريات الحياة وبدونه لا يمكن بناء المجتمع، فهو يعمل على نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات والعواطف بين الأفراد والجماعات من خلال بناء رمزي أساسه اللغة، وهو ما يميزه عن الإعلام في كونه لا يحتاج دائما للإطار التقني ، فقد يستغني على الوسائل التقنية كالهاتف وغيرها ([www.tadwina.com](http://www.tadwina.com)).

إن موضوع علم الاجتماع الأساسي هو الظاهرة الاجتماعية والتي تعتبر نتاج تأثير شخص أو عدة أشخاص على الآخرين، وينطوي هذا التأثير على كل نماذج السلوك الذي يحدث بين كافة أعضاء البناء الاجتماعي، وبالتالي على جميع المواقف والتفاعلات الاجتماعية، وهنا يبرز دور الاتصال وكذا الإعلام الذي تحدثه الرسالة الموجهة من شخص إلى آخر، وهو ما يؤدي بدوره إلى إحداث تأثير مطلوب أو غير مطلوب، ويحقق الهدف أو لا يحققه، وذلك على مستوى ضعيف أو قوي، فمثلا يهتم علم الاجتماع بدراسة الأسرة كظاهرة اجتماعية عالمية، وبالوظائف الاجتماعية والسيكولوجية التي تؤديها الأسرة التي تشكل وحدة مستقلة عن باقي المجتمع المحلي، وقد وضع "دافيز" أربع وظائف أساسية للأسرة هي: التناسل- الرعاية-الوضع-التنشئة الاجتماعية جنبا إلى جنب مع الوالدين، وربما تتضح أهمية ذلك عندما نقارن عدد الساعات التي يقضيها الأطفال مع الوالدين، فهي أضعاف هذه الساعات التي تقضى أمام شاشات التلفزيون والحواسيب، وبالنظر إلى ظهور أشكال من العلاقات الاجتماعية الجديدة، التي تنشأ نتيجة استخدام وسائل الإعلام الحديثة وانتشارها في المجتمعات.

ومع تنامي التكنولوجيا الحديثة في مجال الاتصال العالمي نجد أن للإعلام دور أساسي في عملية تشكيل الرأي العام وإثرائه وتحفيزه، ونشر العديد من الأيديولوجيات الحديثة والمتعددة، والتي تمثل إضافة أو أثاراً للوضع الاجتماعي العام، كل هذه العوامل تساعد على حدوث عملية التغيير الاجتماعي داخل المجتمع، وهذا ما يفسر وجود علاقة قائمة بين علم الاجتماع العام وكذا علم اجتماع الاتصال والإعلام من ناحية وبين علم الاجتماع الاتصال وعلوم الإعلام والاتصال (إبراهيم إمام، 1969).

إن الثورات الضخمة التي شهدتها القرن العشرين في مجالات عديدة منها الصناعة التقنية والإعلام الآلي تركت بصماتها وأثارها في المجتمع ككل، وهذا ما أدى إلى ظهور فروع جديدة من علم الاجتماع (علم الاجتماع الإعلامي)، والذي يعتبر حديث النشأة مقارنة بالتخصصات الأخرى في علم الاجتماع، حيث لم يظهر إلا مع نهاية أربعينات وبداية خمسينيات القرن الماضي، بفضل مدرسة كولومبيا الأمريكية، وقد كان

للتطور والانتشار الذي عرفته وسائل الإعلام الجماهيري دور كبير في بروز دراسات وبحوث اهتمت بهذا الجانب، خاصة بعد ما تم التأكد من مدى تأثير العلاقة التفاعلية بين هذه الوسائل وبين أفراد المجتمع.

مر علم الاجتماع الإعلام والاتصال بثلاثة مراحل أساسية وهي: (بلقاسم سلاطنية، 2012).

1-2- مرحلة انتشار البث الإذاعي: وكانت خلال الفترة الأولى من القرن 20 حتى 1927، وخلالها كانت الدراسات الاجتماعية الإعلامية وخصوصا قبل الحرب العالمية الثانية، وقد استخدم البث الإذاعي في تلك الفترة لأغراض سياسية خصوصا.

2-2- مرحلة النضج في البث الإذاعي: وتشمل الفترة الواقعة بين 1927-1940، حيث أصبح جمهور الإذاعة كبيرا، ولم يعد مقتصر على الهواة في بث الأخبار والموسيقى، وأصبح الراديو في الوقت نفسه أداة الإعلام والدعاية السياسية وقد جاءت الحرب العالمية الثانية واستخدمت الإذاعة فيها على نطاق واسع مما أدى في هذه المرحلة إلى دراسات وأبحاث اجتماعية إعلامية.

3-2- المرحلة والأخيرة: تبدأ بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وتتصف بإشباع الجمهور الإذاعي وتحسن البرامج كما تتصف بظهور منافس قوي وجذاب وهو التلفزيون. وتتم الدراسة الاجتماعية لوسائل الإعلام في خطوتين: (منال أبو الحسن، 2007).

- دراسة مورفولوجية وهي دراسة بنيوية، وتتضمن دراسة بنية كل وسيلة من حيث النشأة والتطور والانتشار من وجهة نظر اجتماعية.

- دراسة فسيولوجية وظيفية، وذلك بدراسة الدور الوظيفي الذي يمكن أن تؤديه هذه الوسائل داخل المجتمع، وذلك بهدف الوصول إلى القوانين التي تحكم هاته الوسائل.

2- نظريات علم الاجتماع الإعلام الاتصال:

1-2- النظريات السوسولوجية المبكرة:

- أوغست كونت: من المبادئ الأساسية التي تميز تنظيم المجتمع (ككائن عضوي) التي جذبت انتباه "كونت" بدرجة عظيمة هو مبدأ التخصص *Speicaligation*، الذي يعني عنده، أن انقسام الوظائف التي يقوم بها الأشخاص بطريقة طوعية، هو الذي يمثل الطريق الأساسي إلى استقرار المجتمع وانسجامه، ولكن "كونت" نظر إلى المبالغة في التخصص باعتبارها تمثل خطرا جسيما على المجتمع، بل قد يؤدي إلى تفككه وهنا يتعين أن نشير إلى أن هذه النقطة تعتبر ذات أهمية خاصة بالنسبة لدارس عملية الاتصال الجماهيري، لأنها استخدمت بعد ذلك بواسطة بعض النظريين المتأخرين، لتطوير مفهوم (المجتمع الجماهيري)، وحيث كان هذا المفهوم يمثل أهمية مركزية في التذكير المبكر الذي دار حول وسائل الاتصال، وأما العنصر الأساسي الذي ينطوي عليه هذا المفهوم فهو الذي يشير إلى أن التنظيم الاجتماعي غير الفعال يفشل في توفير روابط ملائمة بين الأفراد، وبالتالي فإنه يخفق في عملية تدعيم نسق الضبط الاجتماعي، التي يتميز بالتكامل والاستقرار، وقد استطرد "كونت" في حوارهِ المستفيض، فحاول تحديد مجموعة الآثار والنتائج التي يمكن أن تنجم عن استمرار التوسع في تقسيم العمل، فلاحظ أنه كلما كان الأفراد مختلفين في وضعهم في النسق الاجتماعي قلت درجة فهمهم لزملائهم من المواطنين، ورأى أن الأشخاص الذين يشتركون في نفس التخصص يعملون على تطوير روابط متبادلة بينهم، ولكنهم يصبحون مغتربين عن الجماعات الأخرى، وإذن فإن المبدأ الذي يمكن بواسطته أن ينمو المجتمع ويمتد، هو ذاته الذي يؤدي إلى تشتيت هذا المجتمع أو تقسيمه إلى مجموعات كثيرة غير مترابطة فيما بينها، وتبدو على أنها لا تنتمي إلى ذات الأنواع (غريب محمد سيد أحمد وآخرون، 2004).

- إميل دوركايم:

كان الهدف الأساسي من تحليل "دوركايم" هو توضيح كيف أن تقسيم العمل في مجتمع ما، يعتبر المصدر الرئيسي للتضامن الاجتماعي في هذا المجتمع، وأنه كلما تطور تقسيم العمل، تبدأ مجموعة تغيرات مصاحبة تطرأ على المجتمع، وجدير بالذكر هنا أن مفهوم "تقسيم العمل" عند "دوركايم" كان يشير إلى أكثر من مجرد التخصص في النظام الاقتصادي، ولكي يوضح "دوركايم" المضامين الاجتماعية لتقسيم العمل، وضع نوعي التضامن: الآلي والعضوي على طرفي نقيض، وذلك على أساس أن التضامن الآلي هو ذلك التضامن الذي يوجد بين الأشخاص الذين يتميزون بأنهم متشابهون في خصائصهم الأساسية. فمن خلال حياتهم المشتركة يتمكن أعضاء مجتمع معين من التوصل إلى مجموعة معتقدات، قيم، وتوجيهات أخرى يعتقدونها جميعا بقوة وبعق، وبقدر ما يكون تكون هذه التوجيهات مميزة لكل عضو، سيكون احتمال نمو الفردية ضعيفا جدا.

وعندما لا يكون هنا تقسيم للعمل أو عندما يوجد هذا التقسيم في أضيق الحدود، يتصرف الناس بطرق متشابهة، ويفكرون ويشعرون أيضا بطرق متشابهة كما يرى "دوركايم"، معنى ذلك أن الطابع السائد في هذا المجتمع هو التجانس (غريب محمد سيد أحمد وآخرون، 2004).

## 2-2- النظريات المحدثة:

نظرية الفروق الفردية: لقد أصبح من المحتم على دارسي عملية الاتصال الجماهيري أن يعيدوا النظر في طريقة تفسيرهم "لوسائل الفنية" "Media"، بعد ظهور هذه التطورات الجديدة في أفق علم النفس، وفي هذا الصدد لم يعد الجمهور بمثابة جمع متجانس يستجيب للمضمون الذي يعرض عليه على نحو يتميز بالاتساق أو التماثل بل أصبح مبدأ "الانتباه الانتقائي"، بمثابة القضية الأساسية في النظر إلى السلوك الاتصالي للشخص العادي، وبتطبيق هذا المبدأ على عملية الاتصال، أصبح من الممكن تتبع آثار عملية الاتصال، على الجمهور بواسطة الإشارة إلى أن النماذج المختلفة للأشخاص في جمهور معين، تنتقي مضمون عملية الاتصال الجماهيري، وتفسره بطرق تختلف فيما بينها اختلافا كبيرا، وبرغم أن هذا المبدأ السيكولوجي لم يضع كنظرية محددة، إلا أنه يعكس مجموعة الميكانيزمات السيكولوجية الوسيطة التي أضيفت على "مخطط المنبه والاستجابة" المتصل بنظرية الاتصال الجماهيري (عبد الفتاح محمد دويدار وآخرون، 2005).

## نظرية الفئات الاجتماعية (الفروق الاجتماعية):

هي نظرية موازية لنظرية الفروق الفردية، تدعي أن هناك جموع كبيرة أو فئات اجتماعية يتميز سلوكها تجاه منبه معين، ومجموعة منبهات محددة، بأنه أكثر أو أقل اتساقا، والمقصود بالفئة الاجتماعية هو الجماعة التي تتميز بخاصية أو مجموعة خصائص مشتركة، كالسن، والنوع، ومستوى الدخل، والمستوى التعليمي.

وفي الواقع أن معرفة بعض المتغيرات البسيطة كالسن والنوع والتعليم، توفر لنا مرشدا لنموذج مضمون عملية الاتصال الذي يمكن لفرد معين أن ينتقيه أو لا ينتقيه من وسائل الاتصال المتاحة.

فالناس الذين يشتركون في عدد من الخصائص المتشابهة لابد أن تكون لديهم عادات شعبية متشابهة فيما يتعلق بالاتصال الجماهيري وطرق مماثلة في التفكير، كما سوف تؤدي أساليب التوجيه والسلوك المتشابهة، إلى ربطهم بوسائل الاتصال بطريقة منسقة تماما، ولذلك لابد لأعضاء نفس الفئة أن يختاروا في مضمون الاتصال ويستجيبون نحوه بطريقة متماثلة.

وانطلاقا من هذا التحديد يمكننا أن نقول أنه إذا كانت نظرية الفروق الفردية تقدم وجهة نظر في عملية الاتصال، تعتبر أكثر اتساقا مع النتائج التي توصل إليها علم النفس العام، فإن نظرية الفئات

الاجتماعية تعتبر متسقة مع النظريات السوسيولوجية الأكثر عمومية والمتصلة بطبيعة المجتمع، بل أنها تعتبر مشتقة من هذه النظريات (عبد الفتاح محمد دويدار وآخرون، 2005).  
نظرية العلاقات الاجتماعية:

اكتشف دور العلاقات الاجتماعية في عملية الاتصال الجماهيري بطريق الصدفة، مثله في ذلك مثل كثير من الاكتشافات الهامة في مجال العلم، كما أنه يشبه كثير من الأفكار، وسوف تتولى الإشارة إلى تعليقات الروابط الجماعية، باعتبارها "مركبا من مجموعة المتغيرات الوسيطة" في تحديد أثر عملية الاتصال (غريب محمد سيد أحمد، 2004).

3- وظائف علم الاجتماع الإعلام والاتصال:

يقوم علم الاجتماع الإعلام الاتصال بعدة وظائف يمكن تحديد أبرزها على النحو التالي:(جبارة عطية جبارة، 1958).

- الوصف الواقعي: وصف الواقع الاجتماعي للعملية الإعلامية وما تتأثر به وما تؤثر فيه، وذلك في كافة مجالات التفاعل الاجتماعي أي وصف ما هو واقع وليس ما ينبغي أن يكون شريطة خضوع مثل هذا الوصف لإمكانية التحقق في كافة أبعاده.

- التعرف على مكونات البناء: ونقصد به مكونات البناء الاجتماعي لمنظمات ومؤسسات الإعلام ودورها في هذا البناء، من منطلق أن كل مجتمع أو كل جيل يختلف في تحديد هذا الدور، بل إنه يختلف كذلك في المجتمع الواحد عبر الأزمنة المختلفة.

- دراسة وظائف البناء: يهتم علم الاجتماع الإعلامي بدراسة الوظائف الاجتماعية التي يؤديها البناء الإعلامي، وما يرتبط به من نظم أخرى عن طريق الفعل الاجتماعي السائد.

- البحث في الظاهرة الاجتماعية: يهدف علم الاجتماع الإعلامي إلى التعرف على الظواهر الاجتماعية التي تحكم كافة المجتمعات والتنظيمات الاجتماعية من واقع التفاعل الاجتماعي الحادث للوصول إلى القوانين التي تحكم تلك الظواهر.

- التغيير التكنولوجي للإعلام: يهدف علم الاجتماع الإعلامي تعرف الأبعاد المختلفة للتغيير الناشئ عن المتغيرات الحضرية الحادثة في التفاعلات الاجتماعية داخل النطاق الإعلامي وخارجه.

- الإعلام والمشكلات الاجتماعية: يهدف علم الاجتماع الإعلامي تعرف المشكلات والتوترات والصراعات الإعلامية التي تؤثر على المجتمع وتنعكس سلبا على أنظمتها والتعرف على العوامل التي تؤدي إليها.