

## المحاضرة رقم 02:

### السوسيولوجيا والظاهرة الإعلامية والاتصالية

#### 1. الظاهرة الاجتماعية وخصائصها:

تعرف الظاهرة الاجتماعية بأنها: "نتاج تأثير شخص أو مجتمع أو جماعة على شخص آخر، وينطوي هذا التأثير على كل نماذج السلوك الذي يحدث بين الناس، سواء كان فيزيقيا أو نظاميا، وعلى جميع المواقف الاجتماعية".

"الظاهرة الاجتماعية هي كل ضرب من السلوك ثابتا كان أو غير ثابت يمكن أن يباشر نوعا من القهر الخارجي على الأفراد، أو هي كل سلوك يعم في المجتمع بأسره وكان ذا وجود خاص مستقل عن الصور التي يتشكل بها في الحالات الفردية".

وقد تضمن المفهوم الذي جاء به (إيميل دوركايم Émile Durkheim) - الظاهرة الاجتماعية- أكثر الموضوعات إثارة للمناقشة والجدل، ذلك هو أن الظاهرة الاجتماعية شيء والشيء عند (دوركايم Durkheim) يقابل الفكرة وحدها، بمعنى آخر أراد أن لا يكون مصدر الدراسة الاجتماعية هو الفكرة وحدها أي أن يجلس الباحث على مكتبه ويضع تصورات ثم يتخيل شكل النظام الاجتماعي ويقدم خلاصة أبحاثه، بل طالب أن تدرس الظواهر الاجتماعية بأسلوب دراسة العلوم الطبيعية، حيث قام (دوركايم Durkheim) بتشخيص الظاهرة الاجتماعية، ووجد أن هناك ظواهر اجتماعية في الحياة يتم تفسيرها على ضوء التحليل النفسي وقد قسمها إلى نوعين:

✓ **ظواهر اجتماعية عامة**، تفرض نفسها على كافة شرائح المجتمع.

✓ **ظواهر اجتماعية خاصة**، تظهر في بعض شرائح المجتمع.

وتتميز الظاهرة الاجتماعية بمجموعة من الخصائص أهمها أنها:

- **إنسانية**، أي تنشأ داخل المجتمع الإنساني وتتميز بها عن المجتمع الحيواني شريطة ابتعاد البحث في هذه الظاهرة عن نطاق البحث البيولوجي والنفسي (كالشعور بالألم والتفكير)، فهذه برغم إنسانيتها إلا أنها تخرج عن الظواهر الاجتماعية، إضافة إلى ذلك فإن الظواهر الاجتماعية ليست وراثية بل مكتسبة من الوسط الاجتماعي الذي بدونه لا توجد مطلقا.

- **موضوعية (واقعية)**، أي لها وجود خارج شعور الفرد بل يتلقاها من المجتمع الذي نشأ فيه، وهذه الميزة تمكن علم الاجتماع من أن يكون علما لأن العلم يتعامل مع ما هو موجود.

- **إلزامية**، لما كانت الظاهرة الاجتماعية خارجة عن شعور الفرد، فهي إما أن تكون حاملة لصفة الجذب أي جاذبة أو أنها مفروضة على الشعور، ويستجيب لها تلقائياً مثل الأخلاق، اللغة، الدين، التراث، وغيرها.
- **تاريخية**، أي أنها سابقة في الوجود على الوجود الفردي.
- **تلقائية**، يمارسها الفرد دون تردد و ناتجة عن اجتماع الأفراد معا في مجتمع، فهي لا تنتج و لا توجد ببقاء الأفراد بعيدين عن بعضهم دون اتصال بينهم.
- **نسبية ومتغيرة من حيث الزمان والمكان.**
- **معقدة**، بمعنى لا يمكن إرجاعها لسبب واحد كونها تعود إلى عوامل متعددة.
- **مكتسبة**، حيث يتم تنشئة الأفراد عليها داخل الأسر والمجتمع.
- **عامة**، توجد في كل مكان بمجرد وجود اتصال وتفاعل بين الأفراد
- **مترابطة مع بقية الظواهر الاجتماعية ومع البيئة الاجتماعية التي ولدت فيها**، أي ليست منعزلة أو منفردة و لا تعمل بمعزل عن الظواهر الأخرى بل مترابطة ومتشابكة معها تؤثر و تتأثر بها، ولذلك يختلف الإعلام من مجتمع لآخر.

هذه إذن أهم الخصائص المميزة للظواهر الاجتماعية التي استأثر بدراستها علم الاجتماع، وجعل منها ميدانا ومجالا خصبا لدراساته وبحوثه.

## 2. خصوصيات الظاهرة الإعلامية:

لقد تميزت الظاهرة الإعلامية عن غيرها من الظواهر التي أثارت فضول الباحثين، بكونها سريعة التغير ومرتبطة بكافة التحولات التي عرفتها المجتمعات الحديثة، التي انتقلت من الزراعة إلى الصناعة إلى عصر المعلومات وهو ما جعل دراستها تتميز بالتجديد المستمر.

فقد عرفت أوروبا منذ منتصف القرن 15، ظهور الطباعة، مفتحة بذلك بداية عصر جديد لما أحدثته هذه الوسيلة من ثورة اتصالية، وبصدور أول الصحف المطبوعة وانتشارها وازدياد عدد قرائها ومتابعيها، ثم ظهور بقية الوسائط الإعلامية تباعا خلال القرن العشرين (الإذاعة والتلفزيون) التي ساهمت في إحداث معظم التغييرات التي عرفتها المجتمعات الحديثة، لكن التطور الكبير لوسائط الإعلام برز منذ العقد الأخير من القرن العشرين والعقد الأول من القرن الواحد والعشرين أين غيرت التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال كل المفاهيم السابقة وصنعت واقعا مختلفا، لمكانة هذه الوسائط وقوة سيطرتها وتأثيرها.

ارتبط المجتمع بالإعلام ارتباطا وثيقا، بسبب تزامن التطور في الوسائط الإعلامية مع التغييرات السريعة التي شهدتها المجتمعات الحديثة التي ضعفت فيها العلاقات الأسرية والروابط التقليدية وانعزل فيها الأفراد اجتماعيا وأصبح من

السهل التأثير علمهم، والتحكم فيهم من طرف وسائل الإعلام، وبهذا تحولت هذه الظواهر الإعلامية بسرعة إلى مجال بحثى بقى يتوسع ويتمدد إلى غاية تحوله إلى ميدان متميز يستقطب فئات متعددة من الدارسين والممارسين.

وعليه، يمكن أن نحدد خصوصيات الظاهرة الإعلامية محل الدراسات المعاصرة فيما يلي:

١ ارتباطها الوسيط بالتغيرات الحاصلة في المجتمع في شتى النواحي، وبالتالي فهي تتعلق بكافة السياقات.

٢ اعتمادها على نتائج البحوث التي توصلت إليها المجالات الأخرى واستخدامها لمناهجها

٣ تأثرها بالمدارس والتوجهات الكبرى التي سيطرت على الدراسات الحديثة.

٤ تركيزها على المجالات الأساسية المتعلقة بعناصر الاتصال الخمس: القائم بالاتصال، المضمون، الجمهور،

الوسيط، الأثر الذي أخذ الحظ الأوفر من الدراسات الأولى المتخصصة في الظاهرة الإعلامية

### 3. الظاهرة الإعلامية كموضوع لعلم الاجتماع:

بما أن مفهوم علم الاجتماع الإعلامي يرتبط أساساً بالعلاقة بين علم الاجتماع وعلوم الإعلام والاتصال، حيث يعتبر علم الاجتماع الإعلامي فرعاً من علم الاجتماع العام الذي يدرس الظواهر الاجتماعية، ولأن الظاهرة الإعلامية والاتصالية تلعب دوراً في حياة المجتمعات وتترك تأثيرات على طبيعة الأفعال والعلاقات والأنماط السلوكية الاجتماعية، ونماذج القيم والعادات والمفاهيم، فقد كانت أهم الظواهر الحديثة التي أصبحت محط اهتمام علماء الاجتماع وحفرتهم إلى تتبع ودراسة وتحليل جوانبها المختلفة على اعتبار أن الظاهرة الاجتماعية هي نتاج تأثير الشخص على شخص آخر.

حيث كانت بدايات الاهتمام بالظاهرة الاتصالية مع دراسة ميولات المستهلكين حول المنتجات والسلع كالمجلات والجرائد ودور السينما وحتى عن السلع والمنتجات المعلن عليها في الجرائد والإذاعة كون أن الإعلانات من المصادر المهمة للأموال لها، وبهذا ازدادت أهمية تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرية بتطور هذه الوسائل، وبظهور التلفزيون تتوجه الدراسات السوسولوجية للاهتمام بدراسة المحتوى الإعلامي (محتوى الرسالة الإعلامية) والأثر الذي تتركه وسائل الاتصال على رأي الجماهير خاصة في ما يتعلق بتوقعات نتائج الانتخابات، وهذا من خلال دراسة محتوى الرسالة الإعلامية السياسية والتأثيرات التي تتركها على الجمهور المتلقي.

ليتوجه البحث فيما بعد للدراسات المقارنة التي كانت تقارن ما بين وسائل الاتصال والإعلام المختلفة، وهذا بتحديد خصائص ومميزات كل وسيلة ونواحي قوتها ومزاياها بالنسبة للوسائل الأخرى وتأتي في ما بعد الاهتمامات بدراسة القائم بالاتصال كمرحلة متأخرة بالرغم من أن هذا الأخير يمثل الحلقة الأولى في عملية الاتصال، وتطور الدراسات الاجتماعية أكثر بتركيزها على كل جوانب الظاهرة الاتصالية أو الإعلامية، وتغير هذه الظاهرة مع التطور التكنولوجي والرقمي الذي عرفته المجتمعات إلى يومنا هذا.

على أساس ما تقدم، تتوضح الأهمية والضرورة لدراسة وسائل الإعلام والاتصال دراسة اجتماعية، وفيما يلي أهم العوامل التي تؤكد ذلك:

1. إذا كان علم الاجتماع هو الدراسة العلمية للمجتمع، فإن أحد موضوعاته الأساسية هو دراسة الظواهر الاجتماعية و علاقاتها مع بعضها البعض، وفي علاقاتها بالبيئة التي تطورت في نطاقها والتي تعد الظاهرة تعبيراً عنها، و الإعلام هو أحد أبرز الظواهر الاجتماعية التي تركت بصماتها على نماذج التفكير و نماذج السلوك و المفاهيم، نتيجة التأثير الذي يحدثه المرسل عن طريق الوسيلة والرسالة في المستقبل ومواقفه، اتجاهاته، قيمه ومعايير وأنماط سلوكه، ولذلك تكون دراسة الظاهرة الإعلامية من قبل علماء الاجتماع كدراسة أي ظاهرة اجتماعية أخرى.

2. إذا كان علم الاجتماع يركز في دراسته على المعطيات الاجتماعية التي تعكس أشكال التفاعل الاجتماعي مثل (التوافق، التعاون، التنافس، الصراع، الثقيف، التوافق)، فإن جميع هذه العمليات الاجتماعية تتم عبر الفعل الاتصالي، وهي تضم كافة عناصر العملية الاتصالية، ولذلك فإن دراسة وسائل الإعلام هو جزء من دراسة العمليات الاجتماعية.

3. تأتي الضرورة الثالثة للدراسة الاجتماعية للإعلام من خلال كونه أحد العوامل المؤثرة في التنشئة الاجتماعية من خلال ترسيخ الثقافة، العادات، القيم، الأفكار والآراء، وكل هذه العمليات تتم عن طريق الفعل الاتصالي البناء، و تعد وسائل الإعلام والاتصال أبرز وسائل التنشئة الاجتماعية، لهذا السبب فعملية دراستها ضرورية لفهم سيرورة المجتمع، ومن هنا كان لزاماً على علم الاجتماع التعرف على العملية الاتصالية، أبعادها، مكوناتها وعلاقاتها بالظواهر الأخرى.

4. إن تنوع و تباين العلاقات القائمة بين الإعلام الحديث قد أدى إلى الازدواجية في استخدام وسائل الاتصال و الازدواجية في المواقف تجاه هذه الوسائل من الجانب الإيجابي أو السلبي، وهذا الوضع يتطلب الدراسة العلمية لوسائل الإعلام الجماهيري وضرورة إلقاء الضوء على علاقاتها المتداخلة و آثارها المتباينة بحيث تشكل هذه الرغبة ضرورة اجتماعية وليست ترفاً أو مزاجاً.

5. يمثل التطور الهائل على مستوى الإعلام و الاتصال جانباً من الجوانب الحاصلة في الأساس المادي الموضوعي للمجتمعات، و عند حصول التطور و التغيير في الجانب المادي (التكنولوجي) لا بد أن ينعكس على البناء الثقافي الاجتماعي، أو لا بد أن يترافق مع تغيير الجانب الاجتماعي، و إلا لحصل التخلف الثقافي، ولذلك فإن هذا التطور المتسارع يقتضي التحليل و الدراسة بهدف إمكانية حصول تغيير في الجانب الاجتماعي تناسب هذا التطور.

6. معروف أن حدة و نسبة المشاكل الاجتماعية في أي مجتمع تزداد عمقا و تنوعا و سرعة مع سرعة التغييرات المادية، و اليوم مع ثورة الاتصال نشهد موجة متزايدة من المشاكل الحديثة، وهذا ما يتطلب تكثيف الجهود والعمل على التصدي لها، و البحث في العوامل التي روجت و ساهمت في وجودها. وهنا يفرض الاتصال نفسه على علم الاجتماع

كظاهرة اتصالية خاصة مع التطور الذى عرفه مجال الاتصال والإعلام على مستوى الوسائل وعلى مستوى المحتوى، وكذا على مستوى نطاق التأثير الذى جاء مصاحباً لما يعرف بالعوامة.

7. لقد أتيح لوسائل الإعلام أن تتجاوز حدود التوقعات العلمية الخاصة بالدور الذى يمكن لها أن تلعبه فى حياة الناس، ونقل المعلومات لتتحول إلى عصب الحياة السياسية، والاجتماعية، والتربوية، وذلك على نحو تجاوزت فيه كل التصورات التى تتصل بوظائفها وأدوارها، الأمر الذى ترتب عليه أن بدأت وسائل الإعلام تلعب أدواراً فى مختلف مجالات الحياة (السياسية، الاقتصادية، الإيديولوجية... الخ)، حتى أصبحت صاحبة النفوذ الأكبر فى تشكيل الرأى العام، وإحياء الإيديولوجيات أو إسقاطها، ودعم الأنظمة السياسية والاقتصادية أو هدمها، وتكوين الاتجاهات، وأنماط السلوك، والأعراف، وتحديد نوع الثقافة... الخ.