

## المحاضرة رقم 01:

### مدخل عام إلى علم الاجتماع الإعلامى

#### 1. نشأة علم الاجتماع الإعلامى:

إن الثورات الضخمة التى شهدتها القرن العشرين فى مجالات عديدة منها الصناعة التقنية والإعلام الآلى تركت بصماتها وأثارها فى المجتمع ككل، وهذا ما أدى إلى ظهور فروع جديدة من علم الاجتماع (علم الاجتماع الإعلامى)، الذى يعتبر حديث النشأة نسبياً مقارنة بالتخصصات الأخرى فى علم الاجتماع، حيث لم يظهر إلا مع نهاية أربعينات وبداية خمسينيات القرن الماضى، بفضل مدرسة كولومبيا الأمريكية، أى ظهر فى الفترة ما بعد الحرب العالمية 2 بالولايات المتحدة الأمريكية أساساً مقارنة بعلم الاجتماع (أواخر القرن 19) وعلوم الإعلام والاتصال الذى ظهرت فى مرحلة ما بعد الحرب العالمية الأولى.

ولم يحتل هذا العلم موقعا متخصصا ومنفردا إذ نجده فرع من علم الاجتماع تارة أو تابعا لعلوم الإعلام والاتصال تارة أخرى، كما أن مجالاته تمتد إلى تخصصات أكاديمية أخرى، أى أنه يتطرق ويتداخل مع علوم أخرى كعلم النفس والاقتصاد واللسانيات بحكم تمازج الظاهرة الإعلامية والعوامل المحيطة بها.

وقد كان للتطور والانتشار الذى عرفته وسائل الإعلام الجماهيرى دور كبير فى بروز دراسات وبحوث اهتمت بهذا الجانب، خاصة بعد ما تم التأكد من مدى تأثير العلاقة التفاعلية بين هذه الوسائل وبين أفراد المجتمع. لقد مر علم الاجتماع الإعلامى بثلاثة مراحل أساسية، وهى:

▲ **مرحلة انتشار البث الإذاعى:** وكانت خلال الفترة الأولى من القرن 20 حتى 1927، وخلالها كانت الدراسات الاجتماعية الإعلامية وخصوصا قبل الحرب العالمية الثانية، وقد استخدم البث الإذاعى فى تلك الفترة لأغراض سياسية خصوصا.

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

▲ **المرحلة الثالثة والأخيرة:** تبدأ بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية وتتصف بإشباع الجمهور الإذاعى وتحسن البرامج، كما تتصف بظهور منافس قوى وجذاب وهو التلفزيون.

## 2. تعريف علم الاجتماع الإعلامى:

علم الاجتماع الإعلامى أو كما يعرف بسوسىولوجى الإعلام، هو فرع من فروع علم الاجتماع يركز فى اهتماماته على دراسة العلاقة القائمة بين وسائل الإعلام أو وسائل الاتصال الجماهيرىة التى تشمل جمهورا كاملا والمجتمع، وإذا كانت الوسائل فى حد ذاتها أدوات شبة محايدة ومنتج من منتجات التطور التكنولوجى، فإن العلاقة المذكورة سابقا هى التى تتباين وفق هذا المجتمع أو ذلك.

ويعتبر هذا العلم حديث النشأة نسبيا حيث ظهر فى الفترة ما بعد الحرب العالمية 2 بالولايات المتحدة الأمريكية أساسا مقارنة بعلم الاجتماع (أواخر القرن 19)، وعلم الإعلام والاتصال الذى ظهر فى مرحلة ما بعد الحرب العالمية الأولى.

ولم يحتل هذا العلم موقعا متخصصا ومنفردا إذ نجده فرع من علم الاجتماع تارة أو تابعا لعلوم الإعلام والاتصال تارة أخرى، كما أن مجالاته تمتد إلى طبقات أكاديمية أخرى، أى أنه يتطرق ويتداخل مع علوم أخرى كعلم النفس والاقتصاد واللسانيات بحكم تمازج الظاهرة الإعلامية والعوامل المحيطة بها كالعلم الاجتماعى، الاقتصادى والنفسى واللغوى.

يعرف "جبارة عطية جبارة" علم اجتماع الإعلام فى كتابه علم اجتماع الإعلام بأنه: "فرع من فروع علم الاجتماع الذى يهتم بدراسة العملية الإعلامية باعتبارها اتصالا يقوم بين الأفراد والجماعات الاجتماعية، والذين يمارسون من خلالها العديد من الأفعال الاجتماعية المحددة فى إطار التنظيم الاجتماعى القائم مع الوضع فى الاعتبار مدى التغيير الاجتماعى الذى يصيب مثل هذا الكيان سواء فى كلياته أو فى فرعياته سلبا وإيجابا سرعة أو ببطء بما تقتضيه الثقافة المرئية، ومراعاة العلاقة الحتمية بين كل هذه الأمور والأوضاع الاجتماعية.

كما يعرف علم الاجتماع الإعلامى بأنه: "العلم الذى يدرس وسائل الإعلام بوصفها ظاهرة اجتماعية دراسة وصفية بمعنى دراسة الواقع الفعلى لهذه الوسائل أى دراسة ما هو كائن وليس ما ينبغى أن يكون".

يهتم علم الاجتماع الإعلامى بدراسة عملية الاتصال باعتبارها ظاهرة اجتماعية ذات دور كبير فى تماسك المجتمع، من خلال العلاقات الاجتماعية التى يعتبر أساسها. فالاتصال يمثل أحد ضروريات الحياة وبدونه لا يمكن بناء المجتمع. فهو يعمل على نقل المعلومات والأفكار والاتجاهات والعواطف بين الأفراد والجماعات من خلال بناء رمزى أساسه اللغة، وهو ما يميزه عن الإعلام فى كونه لا يحتاج دائما للإطار التقنى فقد يستغنى على الوسائل التقنية كالهاتف وغيرها.

كما يهتم بالدراسة العلمية الوصفية التحليلية لوسائل الإعلام الجماهيرى من حيث وجودها فى المجتمع الإنسانى مؤثرة فيه ومتأثرة به، كما يركز فى دراسته على اعتماد المقارنة فى تقصى الاختلاف الموجود بين المجتمعات فى علاقتها بهذه الوسائل.

ىمكن الاقتراب من موضوع علم الاجتماع الإعلامى إذا اتجهنا إلى تعريف وسائل الاتصال الجماهيرىة، حىث ترمز هذه فى الأدبىات العامة إلى الصحافه المطبوعه والتلفزيون والإذاعه والوسائط المتعدده والشبكات المعلوماتىة (الانترنت) والمسرح والسىنما. لكن هذا التعريف لا ىحمل بوضوح البعد الاجتماعى (والأبعاد الأخرى فى الإعلام باستثناء الوسىلة، وهذا ما ىدفعنا فى البداىة إلى تبىن التعريف الذى ىعتبر وسائل الاتصال الجماهيرىة "بىئة اجتماعىة" تتألف من سبىع مركبات تعود 4 منها إلى ما أتى به (هارولد لاسوىل Harolod lasswell) وترتبط الخامسة بالزعه الماكلوهانىة، وتتعلق اثنتان بمساهمات بعض الباعثىن من أمثال (عزى عبد الرحمان)، هى:

1. من؟ (المرسل)
2. ماذا؟ (الرساله)
3. لمن؟ (المتلقى)
4. بأى أثر؟
5. كىف؟ (الوسىلة)
6. النظام الإعلامى والاجتماعى
7. النظام الإعلامى والحضارى

### 3. أهمىة علم الاجتماع الإعلامى:

تكمن أهمىة علم الاجتماع الإعلامى فى:

- ▲ إن دراسه الظاهره الاتصالىة تعد من الموضوعات الأساسىة للدراسه فى علم الاجتماع، فالاتصال أحد الظواهر الاجتماعىة التى أثرت تأثيرا كبرىا فى التفكىر والسلوك والمواقف والعملىات الاجتماعىة.
- ▲ أن العملىات الاجتماعىة كالتعاون والصراع والتنافس تتم عبر الفعل الاتصالى وهى عملىات تعتبر من موضوعات علم الاجتماع.
- ▲ تظهر أهمىة الظاهره الاتصالىة ووسائل الإعلام فىما ىمكن أن تحدده هذه الوسائل من تغيرات كبرىة فى العادات والتقالىد الراسخه فى المجتمعات الإنسانىة.
- ▲ تعتبر التنشئه الاجتماعىة من أهم العوامل المؤثرة فى السلوك الاجتماعى، وتعد وسائل الإعلام أكثر العوامل تأثيرا فى التنشئه الاجتماعىة.
- ▲ إن التطور السرىع لوسائل الإعلام أدى إلى طرح مواضىع وبعوث متعدده وجديده حول تطور هذه الوسائل وملكىة هذه الوسائل واستخداها.

#### 4. أهداف علم الاجتماع الإعلامي:

يقوم علم الاجتماع الإعلامي بعدة وظائف يمكن تحديد أبرزها على النحو التالي:

▲ **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 الحاصل للوصول إلى القوانين التي تحكم تلك الظواهر.

▲ **التغيير التكنولوجي للإعلام:** يهدف علم الاجتماع الإعلامي تعرف الأبعاد المختلفة للتغيير الناشئ عن المتغيرات الحضرية الحاصلة 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.

#### 4. العلاقة بين علم الاجتماع العام وعلم الاجتماع الإعلامي:

نظرا لتزايد الحياة الإعلامية والاتصالية تشابكا وتعقيدا أصبح واضحا عجز علم الاجتماع العام عن الإحاطة الشاملة بالحياة الإعلامية وانعكاساتها الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية، وبرزت الحاجة إلى أن يندرج هذا الموضوع الخاص من الحياة الإعلامية في علم اجتماع خاص ومستقل وهو علم الاجتماع الإعلامي، تماما كما حدث في المجالات الأخرى التي فرض تطورها في مستوى معين وجود علوم اجتماعية خاصة بها. وبهذا فإن علم الاجتماع الإعلامي ظهر بسبب الحاجة الماسة لدراسة اجتماعية لوسائل الإعلام المختلفة وتطورها وانتشارها واختلافها من مجتمع إلى آخر.

ويمكن تلخيص العلاقة بين علم الاجتماع الإعلامي وعلم الاجتماع في النقاط التالية:

▲ علم الاجتماع العام هو العلم الذي يدرس الظواهر الاجتماعية وفق أسس مناهج البحث العلمي، أما علم الاجتماع الإعلامي فهو العلم الذي يدرس الظاهرة الإعلامية باعتبارها ظاهرة اجتماعية.

- ▲ يعد علم الاجتماع الإعلامى فرعا من فروع علم الاجتماع، وهو بالتالى يحيل موضوعاته إلى جوانبها الاجتماعية، ويصبح العلم الذى يمثل نقاط التقاطع بين ما هو اجتماعى وما هو إعلامى.
- ▲ هناك علاقة وثيقة بين علم الاجتماع العام وعلم الاجتماع الإعلامى، وذلك نظرا لأنه ينظر إلى النشاط الإعلامى باعتباره أحد الظواهر الاجتماعية التى لا يمكن فهمها وتفسيرها تفسيراً متكاملاً إلا فى ضوء التفاعل والتأثير المتبادلين بين بعضها البعض.
- ▲ إن السلوك الإعلامى هو سلوك اجتماعى أصلاً وظاهرة اجتماعية مادام يتعلق بالأسباب، ولكنه مهمت بعيد أو ينسق محدد داخل الإطار العام للنسق الاجتماعى ككل، ولهذا يرى بعض الباحثين أن هذا الارتباط بين ما هو إعلامى وما هو اجتماعى هو الذى حال دون طموح علوم الإعلام والاتصال لتكون علم مستقلاً ذا قدرة منهجية ومفاهيمية تمكنها من دراسة الظواهر الاجتماعية وفهمها باستقلالية عن محيطها الاجتماعى وعلى الإحاطة بجميع الظواهر الإعلامية.
- ▲ النظرة التكاملية للمجتمع، أى النظر إلى المجتمع باعتباره كلاً متكاملاً أو مجموعة من العناصر المتداخلة (سياسة، اقتصاد وثقافة... الخ)، وتوجد فيما بينها علاقة اعتمادية متبادلة، بحيث يصعب أن نفهم أو أن نفسر ظاهرة إعلامية ما دون الرجوع إلى البناء الاجتماعى الذى ظهرت فيه هذه الظاهرة، والذى تمارس فيه وجودها مع كعلاقات قوة وسيطرة.
- ▲ يستخدم علم الاجتماع الإعلامى نظريات علم الاجتماع وطرائقه ومناهجه ومبادئه فى دراسة الظواهر الإعلامية، وبالتالى يشكل جانباً تطبيقياً من دراسة علم الاجتماع العام، وهو لا يعدو كونه علم الاجتماع الذى يدرس الظاهرة الإعلامية فى مناحها المتعددة وفى إطار علاقتها مع الواقع الاجتماعى ككل.
- صحيح أن خصوصية علم الاجتماع الإعلامى تنبع من خصوصية موضوعه (الظاهرة الإعلامية)، ولكن الصحيح أيضاً هو أن علم الاجتماع الإعلامى يعالج المسألة الإعلامية وفقاً لمنهج علم الاجتماع العام وفى ضوء نظرياته ومدارسه المختلفة.