

ملخص محاضرات مقياس علم الاجتماع الإعلامي

مفهوم الإعلام : يعتبر الباحثون ان الاعلام ينطلق من أنه كل وسيلة جماهيرية هدفها الإخبار و الاعلام و التثقيف و كذلك الترفيه ،و يعتبر الاعلام علما في حد ذاته ،له أهداف و رسائل ووسائل ،كما نجد العديد من وسائل الاعلام كالتلفزيون و الصحف و الإذاعة و غيرها فالإعلام يعتبر شكلا من أشكال الإتصال و هو جزء لا يتجزء منه

مفهوم علم الاجتماع الإعلامي :

علم الاجتماع الإعلامي Sociology of Information هو فرع من فروع علم الاجتماع وهو يركز في اهتماماته على العملية الإعلامية information process كعملية اجتماعية دينامية بما تشمله من عناصر كالمرسل والرسالة والوسيلة والأداة والمستقبل والتأثير وما تؤديه من وظائف تربوية وتوجيهية تدرج بدورها على المجتمع ككل.

عناصر العملية الإتصالية:

- 1- المصدر
- 2- الرسالة
- 3- المستقبل
- 4- الوسيلة
- 5- رجع الصدى

علاقة علم الاجتماع بالإعلام: إذا كان علم الاعلام يدرس خصائص وسائل الاعلام المختلفة وتطورها وانتشارها فإن علم الاجتماع يدرس اختلاف وسائل الإعلام باختلاف المجتمعات المتواجدة بها.

فعلم الاعلام يدرس الخصائص العامة لكل وسيليه من وسائل الاعلام. وعلم الاجتماع يدرس النظم الإجتماعية التي تؤثر في هذه الوسائل داخل المجتمع ، إذا أن علم الاجتماع ينظر إلى هذه الوسائل على أنها متعددة ومتطورة و ترتبط بظروف المجتمع الذي توجد به .

أي أنها لا تعمل منفردة أو منعزلة بل تتأثر كما تؤثر في النظم والظواهر الاجتماعية الأخرى. فوسائل الاعلام في القرى و الأرياف ، تختلف عن وسائل الاعلام في المدن ، كما أنه النظام السياسي القائم في المجتمع ينعكس على وسائل الاعلام التي تصبح عندئذ صوتا للجهاز الحاكم

فإذا كانت الحكومة دكتاتوريا فينعكس ذلك في برامج وسائل الاعلام فدور وسائل الإعلام يختلف في الدول الرأسمالية عن الاشتراكية كما أن محتوى وسائل الاعلام نفسه يختلف باختلاف النظام الاقتصادي .

الإهتمام بالإعلام :

عرف الربع الثاني من القرن العشرين تطورا سريعا في ميدان الاعلام سواء من ناحية التقنيات أو ناحية المضمون أو من ناحية الدراسات المتعلقة به أو من ناحية الجمهور المستهلك. وهذا التطور ناتج عن عوامل عدة نذكر منها :

7- انتقال الاهتمام بالإعلام من أوروبا الى أمريكا وخصوصا الولايات المتحدة.

2 - ظهور وسائل اعلامية جديدة وظهور التنافس بينها.

3-اهتمام علم الاجتماع بالبحوث الميدانية.

بعد الحرب العالمية الأولى خرجت الدول الغربية الكبرى ضعيفة منهكة القوى تتخبط في أزمات مختلفة مالية واقتصادية واجتماعية وعرفت الصناعة الأوروبية نوعاً من الكساد جعلها تفقد زمام المبادرة ولا تحسن تطوير صناعة الراديو مع أن هذه الوسيلة اكتشفت بأوروبا واستعملت لأول مرة فوق أرضها، ثم سرعان ما ظهرت أزمات سياسية جديدة بين الدول مثل النزعة النازية المتفشية أو المذهب الماركسي المنتصر بروسيا، مما جعل أوروبا تظهر وكأن الهرم قد ألحقها بحيث أصبحت تهتم أكثر فأكثر بالحفاظ على ما لديها دون اتخاذ أي مبادرة في الاختراع أو التجديد، وهذا ما وقع بالنسبة للإعلام حيث فبعد أن كانت الصحافة الوسيلة الإعلامية الوحيدة حتى أوائل القرن العشرين ظهرت بعدها السينما و الراديو ثم التلفزيون في أواسط هذا القرن حتى كانت الولايات المتحدة الأمريكية تعرف هذه الوسائل الأربعة بكثرة .

وقد أحدث هذا التنافس مظاهر جديدة في المجتمع تناولها العلماء بالدرس والتحليل فتغيرت مواقف الجمهور وأصبحت ميولة تتجه نحو وسيلة دون الأخرى مما استرعى اهتمام السياسيين وأرباب الأموال والتجارة بمعرفة هذه الإتجاهات ومعرفة مقدار تأثير الوسائل الإعلامية على الجمهور، مما أدى هذا التنافس وهذا الإهتمام الى تطوير كبير في الصناعة الإعلامية والدراسات الإعلامية .

ومن المعلوم أن البحوث الميدانية في العلوم الاجتماعية ظهر في أوروبا، في أواخر القرن التاسع عشر، فأجرى ماركس فيبر دراسة ميدانية حول عمال القطاع الفلاحي، ثم أجرى دوركايم دراسة ميدانية حول الانتحار غير أن هذا النوع من الدراسة (الميدانية) لم يزدهر وبقي ضعيفا حتى سنة 1930 ،وبعد ذلك الأمريكيون يعتنون بهذا النوع من الدراسات . حول مشاكل علم النفس الاجتماعي وحول علاقات الاتصال بين الأفراد والجماعات تحت إشراف بارسونز، وتأثرت الدراسات الأخرى بهذا النوع من الدراسات وبقي علم النفس الاجتماعي يهيمن على جميع الدراسات الميدانية ومن

جملتها الدراسات الاعلامية التي كانت هي الاخرى مرتبطة بالدراسات السياسية بحيث كان لازسفيد و هو من علماء علم الاجتماع السياسي أول من أجرى بحوثا ميدانية حول تأثير الراديو على الجمهور وكان ذلك سنة 1940 وقد فتحت هذه الدراسة الطريق لعدد كبير من الدراسات الميدانية الأخرى التي استطاعت أن تكشف أسرار الظاهرة الإعلامية وأن تثري الوسائل الاعلامية بقدرة كبيرة على معرفة دورها في المجتمع.

وقد استعملت البحوث الميدانية طرقا مختلفة مثل الأسئلة المكتوبة والحوار المباشرة أو بالتليفون، وأجهزة فنية تعطي للمستمعين وكراسات توزع كذلك على المستمعين وأحيانا تستعمل هذه الطرق بانفراد أو بالتكامل فيما بينها حتى تكون المعرفة أدق وأشمل وتجري البحوث على عينة من الأشخاص يحاول الباحث خلالها أن يجمع أكبر عدد ممكن من نماذج الاشخاص التي يتكون منها المجتمع حتى تكون صورة حقيقية لهذا المجتمع، غير أن العيب الذي يلاحظ على هذه البحوث أنها تجزأ الظاهرة الاجتماعية وأنها تستلزم اجراء عدد كبير من البحوث متكاملة بعضها ببعض للتوصل الى معرفة ظاهرة ما بصفة شاملة.

إعتبار وسائل الإعلام كظاهرة إجتماعية :

قام إميل دوركايم بتشخيص الظاهرة الاجتماعية، حيث وجد أن هناك ظواهر معينة في الحياة الاجتماعية يتعذر تفسيرها في ضوء التحليل النفسي أو الطبيعي فوضع أسس وخصائص للظواهر الإجتماعية و إمكانية تحليلها و دراستها.

و يعتبر دوفلور ملفين MELVIN DEFLEUR أن هناك موضوعات أخرى مهمة غير التأثير يجب أن تحظى باهتمام الباحثين .أهم تلك الموضوعات هي حقيقة أن وسائل الإعلام في المجتمعات الجماهيرية مثل أمريكا تستمر في العمل و الإنتعاش بالرغم من أنها تقدم مضمونا أدانته و رفضته الصفوة من قادة المجتمع و رجال

السياسة و التعليم باستمرار ، فعدم تأثير وسائل الإعلام بالنقد القوي الموجه إليها يحتاج إلى تفسير ، وقد يقول البعض أن وسائل الإعلام تقدم مضمونا يستميل الجماهير، و ان الجماهير هي التي تطلب ذلك المضمون .

يرى دفلير أنه لو تم دراسة وسائل الاعلام كأنظمة إجتماعية تعمل في نطاق نظام خارجي معين أي نطاق مجموعة من الظروف الاجتماعية و الثقافية التي تشكل المجتمع نفسه .فتصبح في الإمكان تفسير كيف تعمل مواد معينة _أي مضمون له طبقة معينة _ على تحقيق إستقرار النظام ككل .