

## المحاضرة الثالثة: رواد علم الاجتماع الإعلامي:

### 1. ماكس فيبر (1864\_1920) max weber

الذي عاش في الفترة ما بين عامي 1864 و 1920، كان عالما اجتماعيا ألمانيا بارزا ويُعتبر واحدا من أبرز الرواد في مجال علم الاجتماع وعلى الرغم من أنه تركز بشكل رئيسي على فهم التغيير الاجتماعي والبيروقراطية، إلا أن مساهماته أيضًا في مجال علم الاجتماع الإعلامي كانت بارزة. هناك بعض المساهمات التي يُعتبر أنها مهمة في هذا السياق، حيث يعتبر "فيبر" من أوائل العلماء الذين تناولوا مفهوم الموافقة الاجتماعية وأثرها على الثقافة والسلوك الاجتماعي، قدم "فيبر" نظريته حول تأثير الإعلام على سلوك الأفراد من خلال تشجيع الموافقة على القيم والسلوكيات المتناقضة مع معتقداتهم الشخصية، كما قدم طرحا يقارب نظرية الاختيار المحدود التي تُشير إلى أن الأفراد يستفيدون من المعلومات التي تقدم لهم وسائل الإعلام بشكل اعتمادي، هذا يعني أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام في اتخاذ قراراتهم وتشكيل آرائهم، وهذا بالتأكيد يؤثر على سلوكهم واتجاهاتهم.

### 2. هيربرت بلومر: (1900-1987) Herbert Blumer

قدم العديد من المساهمات الهامة التي ساعدت في فهم تأثير وسائل الإعلام على المجتمع والثقافة، ومن أبرز إسهاماته في نظرية السلطة الرمزية التي تركز على كيفية استخدام وسائل الإعلام لتشكيل الرؤى والمعتقدات والقيم في المجتمع، يُعتبر بلومر واحدًا من العلماء الذين أبرزوا الدور الحيوي لوسائل الإعلام في تحديد الثقافة وتوجيه السلوكيات الاجتماعية من خلال تقديم الرموز والرسائل الرمزية، كما قدم عديد الدراسات حول تأثير وسائل الإعلام على الجمهور وتصوراتهم، وفي دراسته للتأثير الإعلامي كان يركز على كيفية تأثير التلفزيون، وخاصة البرامج الدرامية والأخبار، على تصورات الأفراد للعالم وللقضايا الاجتماعية والسياسية، كما ركز على التحليل الثقافي في كشف الرسائل والرموز الثقافية التي تحملها وسائل الإعلام، و كان "بلومر" يستخدم هذا النهج لفحص كيفية تشكيل وسائل الإعلام للواقع الاجتماعي والثقافي وكيفية تأثير ذلك على فهم الجمهور للواقع، وكان يرى بضرورة تعزيز التنوع الإعلامي، وذلك من خلال تمثيل مختلف الثقافات والمجتمعات في وسائل الإعلام، وكان يعتبر أن التنوع في المحتوى الإعلامي يعزز التفاعل والتفاهم بين الثقافات المختلفة ويسهم في إثراء الحوار الثقافي.

### 3. بول لازارسفيلد (1901-1976) Paul Lazarsfeld

بول لازارسفيلد، عالم اجتماعي أمريكي اشتهر بمساهماته البارزة في مجال دراسة التأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام والثقافة الشعبية، تركزت أبحاثه على فهم كيفية تأثير الإعلام والثقافة على المجتمع والأفراد، وكيفية تشكيلهم للهوية الثقافية والسلوكيات الاجتماعية.

من خلال كتابه "الثقافة ووسائل الإعلام"، الصادر في عام 1981، قدم لازارسفيلد تحليلاً معمقاً لعلاقة الثقافة ووسائل الإعلام وتأثيرهما على التفاعلات الاجتماعية، استند لازارسفيلد في أبحاثه إلى منهج سوسيولوجي يستكشف كيفية استخدام وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك الاجتماعي، ومن جملة المفاهيم التي طرحها لازارسفيلد "الاستهلاك الثقافي"، الذي يشير إلى كيفية تفاعل الأفراد مع الثقافة ووسائل الإعلام واستخدامها في تحديد هويتهم وتشكيل ممارساتهم الثقافية، ويعتبر هذا المفهوم أحد المساهمات المهمة التي ساهمت في توسيع فهمنا للعلاقة بين الثقافة والإعلام والتأثير الاجتماعي لهما.

بفضل مساهماته القيمة، أصبح لازارسفيلد مرجعاً هاماً للدارسين والباحثين في مجالات علم الاجتماع الإعلامي ودراسات الثقافة، وقدم رؤى معمقة حول تأثير وسائل الإعلام ودورها في بناء الثقافة وتشكيل الهويات الاجتماعية.

#### 4. هارولد لاسويل: (1902-1978) Harold Lasswell

عالم الاجتماع الأمريكي يعتبر أحد الرواد البارزين في مجال دراسة التأثير الاجتماعي للإعلام، تركيز أبحاثه وكتاباته ينصب على فهم كيفية استخدام وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك الاجتماعي، يستند لاسويل إلى مفهوم الهيمنة الثقافية، وهو مفهوم سوسيولوجي يُشير إلى السيطرة التي تمارسها الطبقات الحاكمة في المجتمع على القيم والمعتقدات السائدة، ويرى لاسويل أن وسائل الإعلام تلعب دوراً حاسماً في تحقيق الهيمنة، حيث يتم استخدامها لتوجيه الرسائل وتشكيل الرأي العام وتوجيه سلوكيات الفرد والمجتمع بما يخدم مصالح الطبقات الحاكمة.

من خلال كتابه الشهير "التحكم من خلال الإعلام: الاتجاهات في المجتمع الغربي" الصادر عام 1979، قدم لاسويل تحليلاً عميقاً لكيفية استخدام الإعلام لتحقيق الهيمنة والسيطرة الاجتماعية، يركز لاسويل في كتابه على الآثار الاجتماعية لتطور وسائل الإعلام، وكيفية تأثيرها على الثقافة والتفكير الجماعي، باستخدام منهج سوسيولوجي، ويحلل العلاقة بين الإعلام والسلطة والهيمنة، ويسلط الضوء على كيفية استخدام الإعلام كأداة لتشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك الجماعي بما يخدم مصالح الطبقات الحاكمة. وبفضل مساهماته، أصبح لاسويل مرجعاً هاماً في دراسة التأثير الاجتماعي للإعلام وفهم دورها في المجتمع الحديث.

#### 5. جورج جيربнер (1919-2005) George Gerbner

كان عالم اجتماع وباحث في مجال علم الاجتماع الإعلامي، وقدم العديد من المساهمات الهامة في هذا المجال، حيث قاد جيربнер فريقه البحثي حول تأثير العنف في الإعلام على السلوك الاجتماعي والنفسي،

كانت دراساتهم تركز بشكل خاص على تأثير العنف في البرامج التلفزيونية على الأطفال والشباب، وقد أظهروا أن التعرض المتكرر للمشاهد العنيفة يمكن أن يؤدي إلى زيادة معدلات العنف والقلق لدى الفرد، كما أدخل جيرينر مفهوم السيطرة الإعلامية، والذي يشير إلى السلطة التي تتحكم فيها الشركات الكبرى لوسائل الإعلام في تحديد المحتوى الذي يتم عرضه للجمهور. هذا المفهوم يبرز الأثر الهائل للشركات الإعلامية في تشكيل الرأي العام وتوجيه الثقافة.

أيضا كان لـ "جيرينر" دور بارز في استكشاف التنوع الثقافي في وسائل الإعلام، وكيف يمكن أن يؤثر ذلك على تشكيل الهويات والمفاهيم الثقافية. كان يؤمن بأهمية تمثيل مختلف الثقافات والمجتمعات في الإعلام، وكان يدعو إلى تعزيز التنوع الثقافي في وسائل الإعلام، وهي المساهمات البارزة لجورج جيرينر في مجال علم الاجتماع الإعلامي، والتي ساهمت في تطوير فهمنا لتأثير الإعلام على المجتمع والثقافة.

#### 6. هيربرت شيلدتس 1951 (Herbert Schilldt)

كان باحثاً ومفكراً بارزاً في مجال علم الاجتماع الإعلامي، وقدم العديد من المساهمات الهامة التي ساهمت في فهمنا لدور الإعلام في المجتمع والثقافة. إليك بعضاً من أبرز إسهاماته "نظرية الاتصال الكائن" التي تعتبر أساساً لفهم تأثير الإعلام على المجتمع والثقافة، هذه النظرية تشير إلى أن الاتصال ليس مجرد تبادل للمعلومات بل هو عملية تشكيل وتشكيل للواقع والثقافة، كما انتقد شيلدس نقد السيطرة الإعلامية والهيمنة الثقافية التي تمارسها الشركات الكبرى على وسائل الإعلام، وكان يركز على كيفية استخدام الإعلام لخدمة أهداف السلطة والاقتصاد، وكيفية تشكيل الرأي العام وتوجيه الثقافة، كما أسهم "شيلدتس" في تطوير التحليل النقدي لوسائل الإعلام، حيث يركز على فحص السياق الاقتصادي والسياسي لإنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، ووضع الضوء على كيفية تشكيل الإعلام للرأي العام وتوجيه تركيزه بناءً على أجندات معينة، وفي كتابه "الثقافة الجديدة للرأسمالية"، قدم شيلدتس تحليلاً نقدياً لتأثيرها على الثقافة والإعلام، وكيفية تشكيل الثقافة وتوجيه الاهتمامات الثقافية والسلوكيات الاجتماعية من خلال السوق الرأسمالي، كما كان "شيلدتس" يدعو إلى تعزيز التنوع الإعلامي وتعدد الأصوات في وسائل الإعلام، وكان يعتبر أن السيطرة الكبيرة للشركات الكبرى على الإعلام تقوض التنوع وتقيّد حرية التعبير والوصول إلى المعلومات.