

(المحاضرة الأولى) التعرف على علم الاجتماع الإعلامي من ناحية (المفهوم والمفاهيم الأساسية)

أولاً: تأصيل علم الاجتماع الإعلامي: نحو فهم الأصل والتأسيس:

تعتبر الأغلبية من الباحثين في مجال الإعلام والاتصال أن الأسس والجذور الأولى للبحث في مجال الإعلام والاتصال متجذرة بوضوح في مجال علم الاجتماع، حيث كان عالمي الاجتماع "هارولد لاسويل"¹ و"بول لازارسفيلد"² من الباحثين الأوائل الذين وضعوا أول معالم البحوث الاجتماعية في مجال الإعلام والاتصال في العام 1920 في الولايات المتحدة الأمريكية، تلك البحوث التي نشأت البحوث عن أسئلة سوسيولوجية بحتة، مثل "ما هو دور وسائل الإعلام في الانتقال من المجتمعات التقليدية إلى المجتمعات الحديثة، وما هي أبعاد بناء المجتمع عبر وسائل الإعلام؟ وبإيجاز فإن دراسات علم الاجتماع والدراسات الإعلامية مترابطة بشكل لا يمكن الفصل بينهما بشكل كبير.

وخلال الحرب العالمية الثانية، شهد علم اجتماع الإعلام في الولايات المتحدة نقلتين رئيسيين مهدتا لظهوره وبروزه كتخصص معرفي وبحثي ومنهجي؛

✓ الانتقال الجغرافي: فمن الناحية الجغرافية، انتقل مركز دراسات علم اجتماع الإعلام من جامعة "شيكاغو" إلى جامعتي "هارفارد" و"كولومبيا"، وانتقل التركيز البحثي من وسائل الإعلام والأخبار إلى الاتصال الجماهيري والرأي العام،

✓ الانتقال في الناحية التحليلية: كذلك انتقل التركيز من العلاقة بين المجتمع الحديث ووسائل الإعلام إلى اهتمام أوسع حول الأساليب الإقناعية والدعاية في الحرب الموظفة في الإعلام، وبفضل الدعم المالي من الحكومات الأمريكية المتعاقبة والمؤسسات الخاصة، استحوذ الرأي العام على اهتمام كبير من قبل علماء وباحثين في حقلي الإعلام والاتصال في خمسينيات القرن الماضي ومع ذلك، فقد فقدت بحوث علم الاجتماع التوجهات التي تركز على القضايا الهيكلية الاجتماعية تدريجياً مركزيتها الأكاديمية، فاسحة المجال أمام بحوث الإعلام والاتصال القائمة على مناهج ونظريات أكثر حداثة، ويشير هذا التحول المفاجئ إلى الفجوة البحثية في مجال الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع خصوصاً في الولايات المتحدة، وعلى ما يبدو فإن علم الاجتماع الإعلامي على مكانة بارزة في الميدان الأكاديمي للبحث بنهاية القرن العشرين.³

¹ عالم الاجتماع هارولد لاسويل (Harold Lasswell) (1902-1978): كان عالم اجتماع وسياسي أمريكي، هو معروف بأبحاثه في مجال العلاقات الدولية وعلم الاجتماع، قدم مساهمات هامة في فهم الاتصالات السياسية وتأثيرها على صنع القرارات والديمقراطية.

² بول لازارسفيلد (Paul Lazarsfeld) (1901-1976): عالم اجتماع نمساوي أمريكي، من أبرز علماء الاجتماع في القرن العشرين، قام بأبحاث مهمة في مجال علم الاجتماع الإعلامي، وخاصة في مجال البحوث النقدية وعلم الاجتماع الكمي.

³ Atif shahzad : Media Sociology: An Appraisal, global political review, volume 11, n° 3, 2019, page 1

ثانيا: الدراسات السوسيو إعلامية كمجال أكاديمي

إن الإعلام المعاصر في الواقع مزيج من العديد من المفاهيم المقترضة من مجالات أخرى مثل علم الاجتماع وعلم النفس و الأنثروبولوجيا والتاريخ وغيرها، وهو يفرض نفسه على جميع التخصصات الأكاديمية لتثبيت وتجسيد أسسه النظرية المفاهيمية، فالدراسات السوسيو - إعلامية لا تعالج مفاهيم أحادية فقط، بل هي مزيج من مجالات دراسية مختلفة كما أن تأثير النظريات المختلفة من مجالات مختلفة مثل علم النفس وعلم الاجتماع على دراسات الإعلام هو مثال على هذا.

هناك آراء مختلفة بين الباحثين حول التطور الأساسي لدراسات الإعلام وأصلها، على سبيل المثال، ادعى كافل (2007)، باحث في دراسات الإعلام، في مقاله "الخطاب الإعلامي" أن الإعلام يعود إلى الدراسات الثقافية في العقد العشرين وفقا له، كان الإعلام خلال العقد العشرين يتأثر بشكل كبير بالثقافة الأوروبية وكان يمثل دعايتهم الاستعمارية في المجالات والإذاعات ووسائل الإعلام التقليدية الأخرى.

في حين يعتقد خبراء آخرون في دراسات الإعلام أن دراسات الإعلام نشأت من علم الاجتماع واللغة الإنجليزية والتي تطورت لاحقا إلى تدريب مهني عندما أدركت قوة وضرورة الإعلام في المجتمع، وبالتالي يمكننا القول إن دراسات الإعلام ليست مجالا معرفيا منفصلا بل مزيجا من العلوم الاجتماعية بما في ذلك الدراسات الثقافية واللغة الإنجليزية والتاريخ وعلم النفس، فهي تتأثر على نطاق واسع بكل هذه المجالات الدراسية، على عكس المجالات الدراسية الأخرى مثل الفيزياء أو البيولوجيا أو حتى الحساب، فإنها مرتبطة بشكل أساسي بالنظريات والمفاهيم الأساسية لعلم الاجتماع و الأنثروبولوجيا، وبالتالي يمكننا القول بإيجاز إنها يمكن اعتبارها مزيجاً من فروع أخرى من العلوم الاجتماعية.

ثالثا: 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 ديناميكية بها تشملها من عناصر كالمُرسل والرسالة والوسيلة والأداة والمستقبل والتأثير وما تؤديه من وظائف تربوية وتوجيهية تندرج بدورها على المجتمع ككل.

رابعا: مفهوم العملية الإعلامية

عندما ينظر إلى الإعلام بوصفه عملية إعلامية فإن هذا يعني وجود عناصر أساسية تحكم هذه العملية ووجود علاقات تربط هذه العناصر ووجود درجات من التأثير والتأثر والتطور والتغيير» فإذا كانت النظرة الأولى لعناصر الاتصال كانت نظرة خطية بمعنى أن هناك مرسلًا يريد أن يوصل رسالة إلى مستقبل فإن هذه النظرة تطورت بتطور العلم وتطور وسائل الاتصال وتطور المجتمعات: حيث تطور الاهتمام

بالمستقبل أو الجمهور وأصبح يوضع في الاعتبار العوامل التي يمكن أن تؤثر فيه سواء كانت نفسية أو اجتماعية أو مادية أو سياسية أو غيرها من أجل تحقيق أهداف الاتصال ككل وليس المرسل كحركة بداية للاتصال أو المستقبل كعنصر أخير فأضيف لهذه العناصر جوانب أخرى يجب أن تراعى لكي يصبح الاتصال عملية فالمرسل عندما يريد إرسال رسالة اتصالية أو إعلامية معينة فإنه يضع في اعتباره الوسيلة المستخدمة وما إذا كانت تتناسب مع هذه الرسالة أم يهب تعديلها ويضع في اعتباره الجمهور المستقبل هذه الرسالة وظروفه النفسية والاجتماعية وإمكانياته التعليمية همل نتوافق مع طبيعة هذه الرسالة أم لا وقدرته على استقبالها واستخدام الوسائل الإعلامية المستخدمة من قبل المرسل، فالجمهور الأمي غير المتعلم غير المثقف والطفل غير الشاب غير الراشد والمرأة غير الرجل، فكل هذه أمور أصبحت توضع في اعتبار صانع الرسالة الإعلامية ويضاف إلى ذلك مدى التأثير المتوقع أو المطلوب وهنا لا تتوقف أو تنتهي عملية الاتصال، ولكن لابد أن يضع المصدر أو مرسل الرسالة في استراتيجياته تطور العملية الإعلامية من حيث إمكانية التعديل للرسالة أو استخدام وسائل إعلام جديدة لنفس الرسالة، أو توسيع دائرة الجمهور المستهدف، كما يضع في اعتباره إمكانية تغيير العملية الإعلامية ككل بتغيير في خصائص عناصر الاتصال لفشلها في تحقيق التأثير المطلوب؛ وقد يلجأ المصدر إلى تطوير الرسالة الاتصالية نتيجة لتداعيات تطوير وسائل الإعلام وإضافة العديد من الخصائص التقنية إليها، الأمر الذي يستدعي ضرورة تغيير الخطط والاستراتيجيات لمواجهة التطور التقني للوسائل الإعلامية وبالتالي فإن هذه الأمور دائمة التطور والتغيير هي التي توضح أن الإعلام عملية لا تنتهي بمجرد وصول الرسالة إلى المستقبل أو الجمهور. وتتم الدراسة الاجتماعية لوسائل الإعلام في خطوتين:

✓ دراسة مورفولوجية وهي دراسة بنيوية أي دراسة بنية كل وسيلة من حيث النشأة والتطور والانتشار من وجهة النظر الاجتماعية.

✓ دراسة فسيولوجية وظيفية: وذلك بدراسة الدور الوظيفي الذي يمكن أن تؤديه كل من هذه الوسائل داخل المجتمع بغية الوصول إلى القوانين التي تحكمها.

كما يعرف علم الاجتماع الإعلامي 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.¹

خامسا: موضوعات علم الاجتماع الإعلامي:

ترتكز موضوعات هذا الميدان من ميادين علم الاجتماع على دراسة البنية الاجتماعية لعمليات الاتصال فهي في ضوء التعريف المشار إليه بمثابة الأساس الذي تقوم عليه عملية الاتصال في كليتها، ولا يمكن

¹ منال أبو الحسن: أساسيات علم الاجتماع الإعلامي النظريات والوظائف والتأثيرات، دار النشر للجامعات، القاهرة، مصر، 2006، ص 25-27.

تصور أية عملية اتصالية أو عملية إعلامية دون بنية اجتماعية أو وسط اجتماعي يحتضنها، ويحدد خصائصها وأبعادها ويترتب على هذا التصور أن علم الاجتماع الإعلامي يأخذ بدراسة مجموعة واسعة من الموضوعات التي تشترك في دراستها ميادين أخرى من ميادين العلم كما هو الحال بالنسبة لعلوم الاتصال نفسها من جهة؛؛ وعلوم النفس والنفوس الاجتماعي وغيرها، ويمكن توصيف موضوعات علم الاجتماع الإعلامي بشكل أساسي على النحو الآتي:

✓ البنية الاجتماعية لعملية الاتصال.

✓ البنية الاجتماعية والجهات الفاعلة في عملية الاتصال.

✓ البنية الاجتماعية لغايات عملية الاتصال.

✓ البنية الاجتماعية لوسائل الاتصال.

✓ البنية الاجتماعية لعملية التلقي.

✓ البنية الاجتماعية للرأي العام ومكوناته.¹

¹ أمل دكاك: مدخل إلى علم الاجتماع الإعلامي، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 3.