

المحاضرة السادسة: مجالات علم الاجتماع الإعلامي.

أولاً: مجالات علم الاجتماع الإعلامي:

علم الاجتماع الإعلام هو فرع من علم الاجتماع يركز على دراسة العلاقات والتفاعلات الاجتماعية من خلال التركيز على عمليات الاتصال وتأثيرها على المجتمع والفرد، يهتم علم الاجتماع الاتصال بدراسة الطرق التي يتفاعل بها الأفراد والمجتمعات مع بعضها البعض، سواء كان ذلك عبر الكلام، أو اللغة الجسدية، أو الرموز، أو الوسائل الإلكترونية ووسائل الاتصال الأخرى. يهدف علم الاجتماع الاتصال إلى فهم كيفية تشكيل وتأثير الاتصال على هويات الأفراد والمجموعات وتفاعلاتها الاجتماعية.

إن التواصل عملية تشمل خطوات محددة، في شكلها الأبسط يتعلق الأمر بالمحفز والاستجابة وينبع المحفز من المتحدث ويستجيب المتلقي، ولا يكتمل التواصل حتى يتم فهم الرسالة التي نقلها المرسل بشكل صحيح من قبل المتلقي، يجب أن يحتوي أي عملية اتصال على خمسة عناصر بالضرورة - المرسل والمتلقي والرسالة القناة الأثر، كل عنصر له غرض مميز يحدد الرسالة، ويأتي المتلقي بالاستجابة، الهدف في أي تواصل هو استحضار الاستجابة المرغوبة، عندما يؤدي الفهم إلى الإجراء المقصود، يتحقق هدف التواصل.¹ ومن أهم المجالات البحثية لعلم الاجتماع الإعلام:

- الهوية الاجتماعية:

الجنسية الجنس العرق اللغة وغيرها...هي سمات نشترك فيها مع ملايين من الأشخاص الآخرين، هذه الكلمات مألوقة ويومية، ولكن إذا فكرنا في الأمر، فإن كل واحدة منها تحتوي على مكون اجتماعي، أي أنها تشير إلى العلاقات مع الآخرين، يشير علماء الاجتماع عادة إلى هذه الأشياء كجزء من هويتنا الاجتماعية، وهي علامة تضع الأشخاص في فئات اجتماعية معينة.

فالكثير من الناس جنسيتهم هي بيان مهم لهويتهم الاجتماعية، فأن نقول إنني جزائري يعني أننا نقول أكثر من أننا نعيش في منطقة معينة من العالم، فمعظم الدول، لديها لغتها الخاصة وحكومتها وقوانينها، ليس هذا فحسب، بل لديها أيضاً تقاليداً الخاصة وعاداتها وأعرافها ودينها وعقائدها المقبولة عموماً، إذ يشير علماء الاجتماع إلى هذه بأنها قواعد تتغير مع مرور الوقت داخل دولة معينة وتتغير أيضاً بين الدول، فعلى سبيل المثال، التدخين في الأماكن العامة أو استهلاك الكحول قانوني في بعض الدول وغير قانوني في البعض الآخر، وتؤثر هذه القواعد الثقافية بشكل مهم على المجتمعات، فهي تؤثر على كيفية تصرفنا،

¹ NAAC : **SOCIOLOGY OF MEDIA AND COMMUNICATION**, A State University Established by the Government of Tamil Nadu, p12.

وكيف ننظر إلى سلوك الآخرين، وكيف نرى العالم.¹ وحيث تتكون العديد من البلدان بشكل متزايد من مجموعات عرقية مختلفة، من خلال المجموعة العرقية، يقصد علماء الاجتماع مجموعة اجتماعية لديها بعض الخصائص المشتركة، مثل الثقافة المشتركة، والتاريخ، واللغة، والعادات، والمؤسسات. بالنسبة للكثير من الناس، قد تكون عرقيتهم مصدرًا للهوية بشكل متساوي، أو أكثر أهمية من هويتهم الوطنية.

- في بناء الواقع الاجتماعي:

في عام 1966، كتب علماء الاجتماع "بيتر بيرجر" و"توماس لاكمان" كتابا يسمى "بناء الواقع الاجتماعي"، اعتبروا فيه أن المجتمع يتم إنشاؤه من قبل الأفراد والتفاعل البشري، الذي يطلقون عليه "التعميد". يصف التعميد كيف أن "أي إجراء يتكرر بشكل متكرر يصبح ملتصقًا بنمط، الذي يمكن بعد ذلك تنفيذه مرة أخرى في المستقبل بنفس الطريقة وبنفس الجهد الاقتصادي" (بيرجر و لاكمان 1966) لا نقوم ببناء مجتمعنا فحسب، بل نقبله كما هو لأن الآخرين قد أنشئوه قبلنا، في الواقع، المجتمع هو "عادة". على سبيل المثال، مدرستك موجودة كمدرسة وليس مجرد مبنى لأنك والآخرين توافقون على أنها مدرسة. إذا كانت مدرستك أقدم منك، فقد تم إنشاؤها باتفاق الآخرين قبلك. في بعض الأحيان، تكون مؤسسة ما مثل هذا، العملية التي يتم فيها غرس تقليد أو قاعدة في المجتمع. تذكر أن المؤسسة، على الرغم من أنها تم بناؤها اجتماعيًا، فإنها لا تزال حقيقية تمامًا.

طريقة أخرى للنظر في هذا المفهوم هي من خلال مبرر توماس المعروف الذي يقول: "إذا عرف الرجال المواقف كحقيقة، فهي حقيقية في نتائجها"، وهذا يعني أن سلوك الأشخاص يمكن أن يتحدد بناءً على بناء الواقع الشخصي لهم بدلاً من الواقع الموضوعي على سبيل المثال، قد يعيش مراهق يُعطى تسمية بشكل متكرر - ناجح، لاعب، عاطل - وفقًا للمصطلح حتى لو كانت بداية ليست جزءًا من شخصيته.²

ثانياً: المدخل الاجتماعي للإعلام والاتصال:

لا يمكن أن نتصور المجتمعات الصناعية المركبة التي بلغت درجة عالية من النمو الرأسمالي وتقسيم العمل، والتجديد التكنولوجي، والتحضر والتباين في الأبنية الاجتماعية، كما لا يمكن أن نتصور وجود تلك المجتمعات واستمرارها بدون نظم الاتصال الجماهيري، القادرة على الوصول إلى الدوائر الشعبية العريضة في تلك المجتمعات، على أنه لا يصح مع ذلك أن تعد وسائل الاتصال الجماهيري كالصحافة والفيلم والإذاعة والتلفزيون والكتاب، والمجلات وغيرها... لا يصح أن تعتبر مجرد المادة اللاصقة التي تربط أجزاء البناء الاجتماعي ووحداته إلى بعضها البعض، سواء كانت تلك الأجزاء جماعات اجتماعية، أو

¹ Biniam Abebaw : Media, Communication and Culture, University of Gondar, ethiopie, 2016, p 79.

² Biniam Abebaw : p83.

نظما ومؤسسات اجتماعية أو ثقافات فرعية، كما لا يصح أن نعتبرها مجرد أداة لكشف الصراعات وتسييل الضوء عليها، أو إخفائها أو توصيلها كما هي، وإنما ينبغي أن ندرك حقيقتها الأصيلة وهي كونها فوق ذلك غاية ووسيلة في نفس الوقت لعمليات استثمار وإنتاج وتوزيع ذات طبيعة اقتصادية. ويتعين أن ندرك بكل وضوح أن آثار تلك العمليات الاقتصادية تتبدى في كم هائل من القيم والسلع ذات الطبيعة المادية وغير المادية، الأمر الذي يساهم في صياغة وتشكيل حياة أبناء تلك المجتمعات بطرق وأساليب متنوعة.

لقد نجحت وسائل الاتصال الجماهيري نجاحا هائلا غير مسبوق كأدوات لترويج ونشر واقع حياتي معين يتميز بالذاتية أكثر مما يتصف بالموضوعية، ولهذا السبب يتطلب ذلك الطوفان من المادة التي تنشرها وسائل الاتصال الجماهيري أن يشهد كل فرد منا قدرته على تلقي تلك المادة الإعلامية واستيعابها، وذلك إذا ما أراد لنفسه ألا يقع ضحية الخلط بين الواقع وصورة هذا الواقع، والتي تنقلها إليه وسائل الاتصال- ولقد أفاضت الأفلام في وصف هذه الظاهرة وإلقاء الضوء على خطورتها وعدتها تهديدا للإنسان المعاصر ومع ذلك لم يؤد هذا النقد الحاد إلى تدمير تلك الوسائل أو إلغائها وجودها من المجتمع الصناعي المعاصر.¹

لقد حدث العكس من ذلك اهتمام بتحليل تلك الأخطار على فرض وجودها - التي تهدد إنسان اليوم من أجل الوقوف على جوانبها الاجتماعية والسياسية والثقافية والاقتصادية وبلورتها، وتقديم العون من أجل التخفيف من وطأتها أو علاج آثارها، من هذا مثلا أصبح من الواضح للمشتغلين بهذا العلم أن هناك صناعات بأكملها مهددة بالزوال، لو أننا قررنا مثلا إلغاء وسائل الاتصال الجماهيري من المجتمع الحديث، فلن تكون هناك على سبيل المثال صناعة الأدوات الكهربائية، التي تتولى إنتاج أجهزة الإرسال وأجهزة الاتصال، وسوف تختفي كذلك من الوجود صناعة إنتاج الأدب وإنتاج الموسيقى، وصناعة الورق كذلك سياترب على هذا الاختفاء الافتراضي فوسائل الاتصال إمكانيات التوزيع الواسع النطاق للسلع الاستهلاكية، حيث لن يتسنى لأفراد المجتمع معرفة بوجود تلك السلع، بسبب اختفاء قنوات الإعلان الرئيسية، ولن يصبح من الميسور إثارة احتياجات لدى الجماهير نحو سلع جديدة أو معينة.

ومع ذلك فالخسارة لن تقتصر على القطاع الاقتصادي للمجتمع المعاصر الذي سيرتد إلى مرحلة من مراحل التطور السابقة على التصنيع، وان الأمر سوف يمتد إلى ما هو أوسع وأشمل من هذا، وأخطر تلك الآثار التي يمكن أن تنجم عن اختفاء وسائل الاتصال الجماهيري تقليل إمكانيات نمو وتراكم الثروة الثقافية في المجتمع، فسوف نجد أنفسنا في موقف تضائل فيه رصيدنا من المخزون الثقافي، الذي كانت

¹ محمد الجوهري وآخرون: علم الاجتماع الاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، د س، ص 1 - 2.

وسائل الاتصال تتيحه للجماهير العريضة، ولن يكون هناك وجود لشيء اسمه ثقافة الجماهير، أو الثقافة الجماهيرية، التي تقدم للمجتمع زادا للتسلية والترويح، كما ستفقد المؤسسات الثقافية المتخصصة مبرر وجودها، وأولها وعلى رأسها أجهزة الاتصال الجماهيري نفسها كالصحف والإذاعة ومحطات التلفزيون.....الخ.¹

فالممارسة الفردانية لوسائل الإعلام جعلت الفرد يفقد فردانيته، وأصبحت قيمته في ظل الجماعة فقط بحكم الوجود الاجتماعي، فالرأسمالي حسب مدرسة فرانكفورت هو من يفكر في مكانه ويفرض عليه ما يستهلكه ونمط معيشته، هكذا أصبحت وسائل الإعلام بحكم النظام الإعلامي الذي سبق وتحدثنا عنه تنشر ثقافة المرسل أي المسيطر على وسائل الإعلام، كتعبير عن إيديولوجية متضمنة في نمط الإنتاج وليس البنية التحتية الاقتصادية كما جاء بها "كارل ماركس" في شكل ثقافة جماهيرية لكل الجماهير دون الاهتمام بالفروقات الفردية من سن، جنس، عوامل نفسية، اجتماعية، سياسية، اقتصادية وغيرها، وهذا ما رجح لفكرة العولة التي جاء بها "هارولد لازويل"، نتيجة لما سبق أصبح الفرد عاجزا عن مواجهة الزخم المعلوماتي أو التدفق المعلوماتي الناتج عن صراع وتنافس بين مالك وسائل الإعلام للسيطرة أكثر على عقول الجمهور، فأصبح يستهلك كل ما يرسل إليه دون نقد وتمحيص حتى يقول رواد مدرسة فرانكفورت أن المتلقي سقط في فخ التسليع أو ما يعرف بصناعة الثقافة، وفقدت الثقافة المستوى وجردت من محتواها النقدي وقيمتها الأدبية وتفهمت في قالب التسليع حتى أصبحت ثقافة تضحل حسب آراء و عملية التنميط التي يقوم بها الرأسمالي في المجتمع الجماهيري.

قائمة المراجع:

- (1) محمد الجوهري وآخرون: علم الاجتماع الاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، د.س.
- 2) NAAC : SOCIOLOGY OF MEDIA AND COMMUNICATION, A State University Established by the Government of Tamil Nadu..
- 3) Biniam Abebaw : Media, Communication and Culture, University of Gondar, ethiopia, 2016

¹ محمد الجوهري وآخرون: مرجع سابق ص 2.