المحاضرة العاشرة نظريات علم الاجتماع الإعلامي

أولا: نظرية المجتمع الجماهيري:

ترى أن المجتمع الجماهيري يتميز بتعقيد أكبر حيث ينعزل فيه الأفراد اجتماعيا عن بعضهم، وهي لا تعني المجتمع الضخم كثير العدد وإنما التصنيف يتم على أساس العلاقة القائمة على الأفراد ومن أبرز سماته

- ✓ يتسم الأفراد في المجتمع الجماهيري بالعزلة النفسية عن الآخرين.
- ✓ يسود انعدام المشاعر الشخصية عند التفاعل مع الآخرين.
- ✓ يتحرر الأفراد نسبيا من الالتزامات الاجتماعية العامة.
- ✓ فالمجتمع الجماهيري يتكون من أفراد مرتبطين ببعضهم ارتباطا طفيفا نتيجة لضعف الروابط التقليدية وتنامي العقلانية وتقسيم العمل تأسيس هذه النظرية قام على أساس مفهوم جمهور الأفراد المنعزلين وهذا ضمنيا يعني:

- جمهور المتلقين لمضمون الوسائل الإعلامية عبارة عن عدد كبير من أفراد المجتمع ولا يعتبر هذا العدد جماعة أو حشد.
- غير معروفين لبعضهم البعض ولا للقائم بالاتصال غير مدرك لذاته وهويته ولا يستطيع اتخاذ خطوات جماعية.
- تغيير الأعضاء تغيرا مستمرا نسبيا.
- لا يستطيع خدمة مصلحته و عرضة للاستهداف والتأثير.
- جمهور متنوع باعتبار الشرائح التي ينتمي إليها وجمهور واحد باعتبار سلوكه تجاه قضية محددة وطبقا لمعاملة من يريد التأثير فيه.

ترجع هذه النظرية في تأسيسها إلى عدد من علماء الاجتماع في خمسينيات القرن الماضي، وتؤكد على التداخل والاعتماد المتبادل بين المؤسسات النافذة في المجتمع ومنها وسائل الإعلام التي ينظر إليها على أنها جزء لا يتجزأ من النظام القائم، كما تقوم بإخضاع أجزاء المجتمع المختلفة وتوحيده وتحث سلطة النظام الاجتماعي، لكنها لا تستطيع أن تقدم نظرات متعددة وناقدة لكنها تسعى لتكييف الأفراد للقبول واقعهم، ومما تقدمه وسائل الإعلام للفرد من منظور هذه النظرية:

- تزويد الأفراد بفكرة عن مكانتهم في النظام الاجتماعي.
- توفر للأفراد طرقا للاسترخاء والهروب من المشكلات اليومية.

- تعمل على تمكينهم من التعايش مع واقعهم (رتابة في العمل، الحاجة للترفيه، الخضوع لسطوة البيروقراطية، الانكفاء على الذات الاعتزال الانغماس في طلب الرزق ضعف الاهتمام والمشاركة العامة وانحسار التضامن الاجتماعي).

فوسائل الإعلام من منظور هذه النظرية هي الوسيلة الأولى في المحافظة على هذا الشكل الاجتماعي من خلال تكوين جماهير مضللة ومغتربة غير مترابطة ومن خلال تقديم نظرة مزيفة وغير واقعية للعالم الذي يعيشون فيه ولذلك تعتبر هذه النظرية أداة تضليل قوية في يد القوى السياسية و الاقتصادية في المجتمع عنصر مهم في المحافظة على التوازن النفسي لأفراد الجماهير التي تعيش مصاعب المعيشة اليومية وظروفها.

ومن سلبيات النظرية : متشائمة جدا في نظرتها للمجتمع وغير قابلة للدراسة الامبريقية وتفسيرها شمولي وعام، ومبنية على التصور النقدي والحنين إلى المجتمع المحلي الصغير.

من ناحية التأثير الإعلامي: تؤكد على السيطرة وعلى أن اتجاه التأثير اتجاه فوقي.

ثانيا: نظرية الاعتماد:

تكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم، وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضا على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون، فالحكومات الحديثة التي ترغب في الاتصال بمواطنيها، والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين ، لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصي بشكل وحيد أو أساسي، لكي يصلوا إلى ملايين الأفراد وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون في الوصول إليها، وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام لعمل الربط أو الاتصال بالجمهور المستهدف، وفي نفس الوقت تتحكم وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال التي تحتاجها المنظمات السياسية لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة، ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماما، فهي أيضا تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكي تمارس عملها بكفاءة أيضا، ويمكن وصف ذلك بمفهوم "الاعتماد المتبادل" فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها.

ثالثا: نظرية التأثير الاجتماعي للإعلام:

تعتبر هذه النظرية جزءا أساسيا من دراسة علم الاجتماع الإعلامي، فهي تركز على فهم كيفية تأثير وسائل الإعلام على المجتمع والأفراد، وتستند هذه النظرية على المفهوم الأساسي للتأثير الاجتماعي، الذي يشير إلى

القدرة التي تمتلكها وسائل الإعلام على تشكيل وتغيير السلوك والمعتقدات والقيم لدى الأفراد والمجتمع بشكل عام.

من المفترض أن يؤثر الإعلام على الأفراد من خلال عدة آليات، بما في ذلك الإعلانات التجارية، والبرامج التلفزيونية، والأخبار، ووسائل التواصل الاجتماعي. ويعتبر التأثير المباشر وغير المباشر، والاستعاري الضمني، والكلي أساليب تفسيرية مهمة لتفسير طبيعة التأثير الإعلامي، وتعتبر نظرية التأثير الاجتماعي للإعلام أداة قيمة لفهم دور وسائل الإعلام في بناء وتشكيل الثقافة والمجتمع، وعلى الرغم من أنها تواجه انتقادات بشأن التبسيط والتجاهل للتفاعلات الاجتماعية الأخرى، إلا أنها ما زالت تظل أحد النماذج الرئيسية في دراسة تأثير الإعلام على المجتمع.

ومن بين أبرز الرواد والمفكرين في نظرية التأثير الاجتماعي للإعلام والتر ليبمان: الذي يُعتبر من الرواد الرئيسيين في دراسة التأثير الاجتماعي للإعلام، حيث قام بتطوير مفهوم "التأثير الثقافي"، الذي يشير إلى قدرة الإعلام على تشكيل وتوجيه الثقافة والمعتقدات الجماعية، كذلك **مارشال ماكلوهان** الذي حاول فهم تأثير وسائل الإعلام على المجتمع، **وجورج جيربنر**: كان عالم اجتماع أمريكيًا ومفكرًا في مجال الإعلام والسياسة. قدم **جيربنر** نظرية "التأثير السياسي لوسائل الإعلام"، التي تركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام على السياسة وعمليات صنع القرار، وإليزابيث نويفرت التي حاولت فهم كيفية تأثير الإعلام على سلوك ومعتقدات الأفراد، وخاصة فيما يتعلق بالإعلانات التجارية والرسائل السياسية.

رابعا: البنائية الوظيفية:

على الرغم من أن "البنائية الوظيفية" ليست بالضرورة نظرية محددة في علم الاجتماع الإعلامي، إلا أنها تشير إلى وجهة نظر مهمة في فهم كيفية تأثير ووظيفة وسائل الإعلام في المجتمع، يعتبر نهج البنائية الوظيفية مرتبطًا بفهم كيفية تشكيل وسائل الإعلام للرؤية والأهداف الاجتماعية والسياسية.

تعتبر البنائية الوظيفية أن وسائل الإعلام لها دور وظيفي في المجتمع، مثل تعزيز الثقافة وتعزيز التواصل والديمقراطية، وتقوم الوسائل الإعلامية بتشكيل آراء وتوجيه السلوكيات، وتؤثر في شكل التفكير الجماعي وتشكيل الرأي العام.

هذا النهج يسلط الضوء على العلاقة بين الإعلام والسلطة، وكيف يتم استخدام وسائل الإعلام من قبل الهيئات الحاكمة والقوى السياسية لتحقيق أهدافها في الوقت نفسه، يمكن أن يشير البحث والنقد بناء الوظيفية أيضا إلى الطرق التي يمكن من خلالها تحسين وسائل الإعلام وتوجيهها نحو تحقيق أهداف أكثر قيمة اجتماعية وسياسية.

ففهم البنائية الوظيفية في علم الاجتماع الإعلامي يمكن أن يتضمن النظر إلى عدة جوانب، بما في ذلك الدور الاجتماعي والسياسي والثقافي لوسائل الإعلام، وكيفية تشكيلها وتأثيرها على المجتمع، وعلاقة وسائل الإعلام بالمجتمع والثقافة، وتقدم مفاهيم حول كيفية تأثير الإعلام على السلوك الاجتماعي وتشكيل الرأي العام، وتأثيرها على الهويات الثقافية والسياسية، مع التركيز على الأبعاد الرقمية الحديثة.

خامسا: النظرية النقدية في وسائل الإعلام:

المعروفة أيضا بمدرسة فرانكفورت، هي تيار نقدي في علم الاجتماع والفلسفة الذي نشأ في مدينة فرانكفورت بألمانيا في عقد الثلاثينيات والأربعينيات من القرن العشرين، وازدادت شهرتها في العقود التالية، تعتبر هذه النظرية مدرسة فلسفية واجتماعية تركز على تحليل الهيمنة الثقافية والسياسية والاقتصادية، وكذلك الطرق التي يتم فيها تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك الاجتماعي.

أما فيما يتعلق بتطبيق النظرية النقدية على وسائل الإعلام، فإنها تركز على دراسة كيفية استخدام الإعلام كوسيلة لتحقيق الهيمنة والتحكم الاجتماعي من قبل السلطات السياسية والاقتصادية، وتقوم بتحليل كيفية تشكيل الإعلام للرأي العام وتوجيه التفكير الجماعي في الاتجاهات المفضلة لهذه السلطات ومن أبرز العلماء الذين ساهموا في تطوير النظرية النقدية وتطبيقها على وسائل الإعلام:

- ✓ **ماكس هوركهايمر**: كان أحد أبرز مؤسسي المدرسة النقدية، وقد ساهم بشكل كبير في تطوير نظرياتها حول الثقافة والإعلام.
- ✓ **ثيودور أدورنو**: كان من أبرز أعضاء مدرسة فرانكفورت، وقد ساهم في تطبيق النظرية النقدية على الثقافة الشعبية ووسائل الإعلام.
- ✓ **هيربرت ماركيوز**: قام بتطوير نظريات النقدية حول الإعلام ودوره في تشكيل الرأي العام والثقافة، وهؤلاء العلماء والفلاسفة كانوا من أبرز الشخصيات في تطوير النظرية النقدية وتطبيقها على وسائل الإعلام، وقد ساهموا بشكل كبير في فهمنا لدور الإعلام في الثقافة والمجتمع.

سادسا: النظرية الماركسية المحدثة:

تركز على تحليل دور الإعلام في المجتمع الحديث من منظور ماركسي، وتستند هذه النظرية إلى المفاهيم الأساسية لفلسفة كارل ماركس وأتباعه، وتطبيقها على واقع وسائل الإعلام ودورها في نظام الاقتصاد الرأسمالي، حيث تركز النظرية الماركسية المحدثة في وسائل الإعلام أساسا على النقاط التالية:

- *هيمنة الطبقة السياسية والاقتصادية*: تنظر النظرية الماركسية إلى وسائل الإعلام كأداة تستخدمها الطبقة الحاكمة في المجتمع الرأسمالي لتعزيز هيمنتها والحفاظ على النظام السائد، من خلال تشكيل وتوجيه الرأي العام وتعزيز قيم ومفاهيم تخدم مصالح الطبقة السياسية والاقتصادية الحاكمة.

توجيه الوعي الجماعي: تؤكد النظرية الماركسية على دور وسائل الإعلام في توجيه وتشكيل الوعي الجماعي للناس، حيث تسعى لتشكيل تفكير الفرد وتوجيهه نحو القيم والمفاهيم التي تخدم مصالح الطبقة الحاكمة.

- *توظيف الإعلام في الاستبداد الاقتصادي*: تناول النظام الرأسمالي الحالي يستخدم وسائل الإعلام لدعم وتشجيع الاستهلاك والتبذير، مما يسهم في تعزيز الاقتصاد الرأسمالي وزيادة التفاوت الاجتماعي.
- *تكثيف الفجوة بين الطبقات الاجتماعية*: تؤكد النظرية الماركسية على دور وسائل الإعلام في تعزيز الفجوة الاجتماعية بين الطبقات، حيث يتم توجيه الرسائل والمحتوى بشكل يخدم مصالح الطبقات الثرية ويقوي مواقفها على حساب الطبقات الفقيرة.

وبالمجمل تعتبر النظرية الماركسية المحدثة في وسائل الإعلام جزءا من التحليل النقدي للإعلام، وتسعى إلى فهم كيفية استخدام الإعلام كأداة لتعزيز الهيمنة والتحكم في المجتمع الحديث من قبل الطبقة السياسية والاقتصادية الحاكمة.