**وضعية 3:**

**السند:**

 استخلص باحثون سوسيولوجيون كإينيس و"فريدسون" منذ بداية النصف الثاني من القرن الماضي، اجتماعية جمهور وسائل الإعلام، فمنذ بداية الستينات وضح إينيس ثلاثة جوانب رأى أنها حاسمة في تحديد الطابع الاجتماعي لسلوك أي جماعة، عممها كتاب وباحثون إعلاميون بعده على جمهور وسائل الإعلام، وفيما رأى فريدسون أنه مع بداية دخول التلفزيون فضاء الاتصال، أقحمت وسائل الإعلام في جل نشاطات الحياة الاجتماعية حتى أصبح الناس ينظرون إلى أعمال فردية، مثل الذهاب إلى السينما، على أنها سلوك اجتماعي، فالتلفزة على سبيل المثال التي تشاهد وسط العائلة تعرض رسائل إعلامية يتفاعل معها أفراد العائلة ويتفاعلون مع بعضهم البعض، لما توفر لهم من مواضيع للحديث وتبادل الأراء والإحساسات وحتى اتخاذ المواقف، وربما تكون مشتركة، أما بعض وسائل الإعلام مثل الصحف والراديو ينتج عن استعمالها العزلة عن المحيط الاجتماعي، ولقد توصلت عدة دراسات نظرية وأبحاث إمبريقية إلى نتائج تدعم الأطروحة القائلة بأن استعمال وسائل الإعلام هو أداة فضلى لتحسين العلاقات الاجتماعية.

**التعليمة:** أجب على المهمات التالية:

**المهمة1:** إشراح المقصود بالسمات السوسيولوجية لجمهور وسائل الإعلام

**المهمة2:** اشرح الفئات السوسيولوجية التي رأى إينيس أنها حاسمة في تحقيق  الطابع الاجتماعي للجمهور

**المهمة3:** إشرح أثر وسائل الإعلام المختلفة في تحديد اجتماعية سلوك الجمهور

**المهمة4:** إشرح علاقة استخدام وسائل الإعلام بتحسين العلاقات الاجتماعية