

المحاضرة الأولى:

مدخل نظري عام لسوسيولوجيا وسائل الإعلام "المفهوم، الخصائص ..."

سوسيولوجيا وسائل الإعلام هي فرع يدرس تأثير الإعلام على المجتمع، وكيف يؤثر المجتمع على الإعلام، مفهومها يرتكز على دراسة سلوك الجمهور والتقاعلات الاجتماعية المحيطة بالرسالة الإعلامية، وخصائصها تتضمن كون الجمهور واسعاً، متباعدة، غير متجانس، وغائب عن التنظيم الاجتماعي، بينما تتفاعل هذه الجماهير مع المحتوى بطرق نشطة إيجابية وسلبية، وتقهم عبر مداخل نظرية متعددة كالبنائية الوظيفية والتفاعلية الرمزية.

● المفهوم:

- سوسيولوجيا الإعلام : هي دراسة الظاهرة الإعلامية من منظور اجتماعي ، بهدف فهم كيف يشكل الإعلام الواقع الاجتماعي ، وكيف يتأثر المجتمع بهذه الرسائل ، وكيف تستخدم هذه الوسائل في بناء المعنى وتشكيل السلوكيات والقيم.
- دور الإعلام : يعتبر الإعلام أداة لنشر المعرفة ، وتبني القيم ، وتشكيل سلوكيات الأفراد والمجموعات ، ويحقق الرفاهية في التواصل الحضاري.

● خصائص الجمهور في سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري:

1. الحجم الواسع: يتسم جمهور وسائل الإعلام بحجمه الضخم مقارنة بالجماعات الأخرى.
2. التباعد المكاني: يتواجد أفراد الجمهور في أماكن متباعدة، ولا يتقاولون وجهاً لوجه بشكل مباشر مع بعضهم البعض أو مع المرسل، خاصة في ظل انتشار التكنولوجيا.
3. عدم التجانس: يتكون الجمهور من طبقات وفئات اجتماعية وثقافية مختلفة مما يجعلهم غير متجانسين.
4. التشتت: نتيجة للحجم الكبير والتباعد المكاني، يتسم الجمهور بالتشتت وصعوبة تشكيل وحدة متماسكة أو العمل كوحدة واحدة بشكل مباشر.

5. التفاعل الاجتماعي: في حين أن النظريات الأولى اعتبرت الجمهور معزولاً، وأشارت الأبحاث الحديثة إلى وجود تفاعل اجتماعي داخل الجماعات التي ينتمي إليها الأفراد، وكيفية تأثرهم بهذه التفاعلات عند تلقي الرسائل الإعلامية.

● خصائص سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري:

1. التركيز على التفاعل الاجتماعي: تدرس كيف تتفاعل الجماعات والأفراد مع وسائل الإعلام، بدلاً من النظر إليهم كأفراد معزولين.
2. دراسة البنية الاجتماعية: ترصد كيف تؤثر وسائل الإعلام في تشكيل ثقافة المجتمع وبنيته، وتأثيرها على المفاهيم الاجتماعية والثقافية والحديثة.
3. تحليل التأثير: تهتم بتحليل دور وسائل الاتصال في تشكيل الرأي العام، وتوجيه الاتجاهات، والمساهمة في التغيير الاجتماعي.
4. مفهوم الجمهور النشط: تنظر إلى الجمهور على أنه نشط وقدر على التفاعل وتشكيل وعيه بناءً على اهتماماته وحاجاته وتفاعلاته الاجتماعية، وليس متلقياً سلبياً.
5. التطور مع التكنولوجيا: تتطور هذه السوسيولوجيا لمواكبة تطور وسائل الاتصال والتكنولوجيا، مثل الأنترنت التي غيرت مفهوم الجمهور وأضافت أبعاد جديدة لدراسته مثل التواجد الكلي في كل مكان وزمان، وتشمل أنواعاً جديدة من الجمهور مثل "الجمهور المشبك" و "الجمهور الرقمي".

● تعريف الاتصال:

الاتصال عملية يتم بمقتضها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضمون اجتماعية معينة، وفي هذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن قضية، أو معنى مجرد أو واقع معين .

والاتصال عملية مشاركة (Participation) بين المرسل والمستقبل، وليس عملية نقل (Transmission)، إذ أن النقل يعني الانتهاء عند المبنع، أما المشاركة فتعني الازدواج أو التوحد في الوجود، وهذا هو الأقرب إلى العملية الاتصالية، ولذا فإنه يمكن الاتفاق على أن الاتصال هو عملية مشاركة في الأفكار والمعلومات عن طريق عمليات إرسال وبث للمعنى، وتوجيه وتسخير له، ثم استقبال بكفاءة معينة لخلق استجابة معينة في وسط اجتماعي معين.

وتتفق أغلب الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، منذ ما يزيد على نصف قرن، وحتى الوقت الراهن على تقسيم الاتصال إلى أنواع أو نماذج عدّة، ومن أبرزها: الاتصال الذاتي والاتصال الشخصي والاتصال الجماعي والاتصال الجماهيري (الإعلامي)، وهذا النوع الأخير من الاتصال، وبشكله العصري التقني يتجاوز اللقاء المباشر، والتفاعل الاجتماعية وجهاً لوجه، وذلك باستخدام وسائل تقنية معقدة باهظة التكاليف، كالطباعة والإذاعة المسموعة والتلفزيون والسينما، فضلاً عن منظومة الاتصالات والمعلومات عبر الأقمار الصناعية، وشبكة الأنترنت. ومن جهة أخرى يمكن القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال وهذا حسب تعدد المدارس العلمية والفكيرية للباحثين في هذا المجال:

• المدخل الأول:

ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم فيها طرف أول (مرسل) بإرسال رسالة إلى طرف مقابل (مستقبل) بما يؤدي إلى إحداث أثر معين على متلقي الرسالة. يهدف إلى تعزيز المراحل التي يمر بها الاتصال، ويدرس كل مرحلة على حدٍ، وهدفها وتأثيرها على عملية الاتصال ككل.

• المدخل الثاني:

يرى أن الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل، والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة، وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوسيع المعنى، وفهم الرسالة. إنه تعريف بنائي أو تركيبي، حيث يركز على العناصر الرئيسية المكونة للمعنى، والتي تنقسم بدورها إلى ثلاثة مجموعات رئيسية:

- الموضوع : إشارته ورموزه.
- قارئ الموضوع والخبرة الثقافية والاجتماعية التي كونته ، والإشارات والرموز التي يستخدمها.
- الوعي بوجود واقع خارجي يرجع إليه الموضوع.

• خصائص الاتصال:

يمكن الإشارة إلى محددات وخصائص العملية الاتصالية بكونها نشاطاً إنسانياً تفاعلياً بين الأفراد، ومن أهمها:

أ- عملية مستمرة (دينامية):

العملية الاتصالية نشاط مستمر لا يتوقف ولا يتجمد عند نقطة أو حالة أو واقع معين، إنما تعتمد على محمل العوامل الشخصية والت الثقافية والبيئية، والتي بدورها توحد الشخص مع الطرف أو الموقف تحت تسمية (الموقف الاتصالي) Communication Stand، إذ أن انتقال المعلومات بين الأفراد، سواء كان هذا الفرد مستقبلاً أو مرسلًا، خاضع إلى سلسلة طويلة من الخبرات والانطباعات والعوامل التي تتصل بموافق أخرى أكثر تعقيداً، وبذلك فإن عملية الاتصال لا تحدث من فراغ، وإنما هي تراكمًا وانسجامًا وسياقات أخرى متصلة، هذا الاستمرار والدينامية تعني نشاطاً تفاعلياً تراكمياً متسلسلاً بين عناصر المنظومة التي تشكل الفعل الاتصالي.

ب- تفاعل إجتماعي:

يشير مفهوم التفاعل Interaction إلى (أي موقف يتبادل التأثير فيه شيئاً أو أكثر، ويتضمن نوعاً من الاحتكاك والمبادلة، بحيث يكون حافزاً لردود فعل الطرف الآخر)، وبما أنَّ الاتصال عملية اشتراك واندماج مقصودة بين الأفراد والجماعات فإنه بذلك يرتبط عضوياً بمرجعياتهم الاجتماعية والسياسية، ونسق بنائهم الثقافي والإيكولوجي.

ج- نظام من الرموز:

تشكل العلاقة الرمزية جوهر العملية الاتصالية، وتقع قاسماً مشتركاً بين عناصرها، والرمز (هو ما يستخدم عمداً ليحل محل الشيء أو معنى آخر)، والرمز Symbol حسب مفهوم "وايت White" هو (شيء يكتسب قيمته أو معناه من يستخدمونه)، فالمعنى ليس أصيلاً في الرمز، إنما ينشأ معنى الرمز من التفاعل الإنساني، كما يبقى عليه ويثيره، وهو ما يسمى بالتفاعل الرمزي والذي يعد الشكل المثالي من التواصل المميز والملائم للحياة الاجتماعية وأداته في البقاء والاستمرار، فضعف المشاركة الرمزية تجعل الفرد منعزلاً وغريباً وضعيفاً إلى حد كبير، وكذلك الترميز يعني (العملية التي على وفقها يقوم الأفراد بتحويل الأفكار والمهارات والمفاهيم في أشكال مختزلة، وبشكل عددي أو تلقائي، ليتم إدراكتها، ومن ثم تعديل السلوك في ضوئها أو القيام بنقلها إلى الآخرين).

● عناصر عملية الاتصال:

ت تكون عملية الاتصال من ستة عناصر أساسية هي:

أ- المصدر أو المرسل: (Source)

ويقصد به منشئ الرسالة، وقد يكون المصدر فرداً أو مجموعة من الأفراد، وقد تكون مؤسسة أو شركة، وكثيراً ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال.

ب- الرسالة: (Message)

وهي المعنى أو الفكرة أو المحتوى الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وتتضمن المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة، يتم التعبير عنها رمزاً سواء باللغة المنطقية أو غير المنطقية، وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع ولغة التي يقدم بها، فالصطلاحات العلمية والمعادلات الرياضية المعقدة الخاصة بالكيمياء الحيوية مثلاً، تكون مفهومة بين أستاذ الكيمياء وطلابه، أما إذا تحدث نفس الأستاذ عن الموضوع مع طلاب الإعلام والاتصال لا يكون الأمر كذلك، فهناك فجوة أو عدم وجود مجال مشترك للفهم بين المرسل والمستقبل.

ج- الوسيلة أو القناة: (Channel)

وتعرف بأنها الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل، وتحتفل الوسيلة باختلاف مستوى الاتصال، فهي في الاتصال الجماهيري تكون الصحفة أو المجلة أو الإذاعة أو التليفزيون، وفي الاتصال الجماعي مثل المحاضرة أو خطبة الجمعة أو المؤتمرات يكون المكروفون، وفي بعض مواقف الاتصال الجماعي أيضاً قد تكون مطبوعات أو شرائح أو أفلام فيديو، أما في الاتصال المباشر فإن الوسيلة لا تكون ميكانيكية (صناعية)، تكون طبيعية (وجه لوجه).

د- المتلقى أو المستقبل: (Recliver)

وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها، وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال.

هـ- رجع الصدى أو رد الفعل: (Feed Back)

يتخذ رد الفعل اتجاهها عكسياً في عملية الاتصال، وهو ينطلق من المستقبل إلى المرسل، وذلك للتعبير عن موقف المتلقى من الرسالة ومدى فهمه لها واستجابته أو رفضه لمعناها، وقد أصبح رد الفعل مهماً في تقويم عملية الاتصال، حيث يسعى الإعلاميون لمعرفة مدى وصول الرسالة للمتلقى ومدى فهمها واستيعابها.

و- التأثير: (Effective)

التأثير مسألة نسبية ومتغيرة بين شخص وآخر وجماعة وأخرى، وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية وفهمها، غالباً ما يكون تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية بطيئاً وليس فورياً كما يعتقد البعض، وقد يكون تأثير بعض الرسائل مؤقتاً وليس دائماً.

● أهمية سosiولوجيا الإعلام والاتصال:

- تفسير الظواهر الاجتماعية : توفر إطاراً لفهم تأثيرات الإعلام الجديدة والمحتوى الإعلامي على الثقافة والعادات والأفكار.

- الكشف عن التأثيرات الاجتماعية : تساعد في رصد التأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل الإعلام على الأفراد والمجتمع، مثل العزلة الاجتماعية والاكتئاب الناجم عن الاستخدام المفرط للأنترنت.

- تطوير نظريات الاتصال : تثري علم الاتصال من خلال تطوير وتحليل النظريات التي تفسر العلاقة بين الإعلام والمجتمع.

بشكل عام، تعمل سosiولوجيا الإعلام والاتصال على كشف الجوانب الاجتماعية، والتحولات الثقافية المرتبطة بتكنولوجيا الإعلام والتواصل في العصر الحالي.