

الأستاذة : بلعمر فاطمة

ملخص محاضرات مقياس : التحليل السوسيولوجي للإعلام

ماستر سنة أولى علم الاجتماع والاتصال

## **1-علاقة علم الاجتماع بالإعلام**

في البداية وقبل التطرق إلى استقراء ماهية التحليل

السوسيولوجي للإعلام لابد من الإشارة في بادئ الأمر إلى مفهوم علم الاجتماع ومفهوم الإعلام .

➤ مفهوم علم الاجتماع : يعنى علم الاجتماع في حقيقة الأمر بدراسة موضوعات

الدراسة الاجتماعية والمتمثلة في :

- دراسة العلاقات والعمليات الاجتماعية .
- دراسة الظواهر الاجتماعية .
- دراسة عمليات التغيير الثقافي و التغيير الاجتماعي .
- دراسة النظم الاجتماعية والبناء الاجتماعي.

➤ مفهوم الإعلام :هو تزويد الجمهور بالأخبار والمعلومات الصحيحة ، كما أنه التعبير

الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحهم وميولهم واتجاهاتهم في نفس الوقت وهو " العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تركز على الصدق والصرحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي العام

ويقوم الإعلام على التقرير والتثقيف مستخدماً أسلوب الشرح والتفسير والسؤال المنطقي<sup>1</sup> وعلى هذا الأساس فإن الدراسة السوسولوجية للإعلام تعنى بدراسة العملية الإعلامية كعملية دينامية حركية ويقصد بذلك أنها تركز على دراسة عناصر العملية الاتصالية من مرسل ومستقبل ورسالة ووسيلة ورجع صدى والعلاقات التي تجمع كل عنصر بالآخر والتأثيرات المترتبة عن هذه العلاقات ، ويفهم من خلال ذلك ان دراسة هذه العلاقات يكشف عن تطور الطبيعة الاتصالية التي تجمع بين هذه العناصر حيث كانت النظرة التقليدية تنظر إلى العملية الإعلامية نظرة خطية في اتجاه واحد وهو دور المرسل أو الوسيلة مثلا في التأثير الفوري والعميق على المستقبل كنظرية الفذيفة السحرية أما الآن فقد تغيرت هذه النظرة بفعل التطور الحاصل في الوسائل التي أتاحت الفرصة للمستقبل بأن يتحكم في الوسيلة وفي البرامج التي يشاهدها لتصبح العملية الإعلامية تسير في اتجاهين متعاكسين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل الى المرسل وهذا ما أكدته نظرية الاستخدامات والاشباعات وظهر مفهوم "الجمهور النشط"، واهتمام الدراسات الإعلامية بما يسمى بدراسة الجمهور والأخذ بعين الاعتبار العوامل الاجتماعية المؤثرة في إدارة المؤسسات الإعلامية واحترام مايسمى ( بالتذوق الفني للجمهور).

---

<sup>1</sup>المشاقبة بسام ، نظريات الإعلام ، دار أسامة ، الأردن ، 2011 ، ص15.

ومن ثمة فإنه عند وضع البرامج الإعلامية يجب الأخذ بعين الاعتبار طبيعة المرسل والمستقبل والوسيلة إذا كانت مناسبة لهذا الجمهور أم لا من حيث ظروفه النفسية والاجتماعية والتعليمية.

## 2- أساسيات التحليل السوسولوجي للإعلام

يسمى بالدراسة الاجتماعية للإعلام يعنى في حقيقة الأمر بدراسة ما يلي :

1- دراسة وظيفية للإعلام: والتي تعنى بدراسة وظائف وسائل الإعلام والآثار المترتبة عن هذه الوظائف في المجتمع.

2- دراسة بنيوية أو مورفولوجية : والتي تعنى بدراسة التطور التاريخي والبنيوي لوسائل الإعلام من حيث نشأتها وتطورها وانتشارها اجتماعيا.

ومن هذا المنطلق سنركز هنا على أسس الدراسة الاجتماعية للإعلام وهي دراسة الإعلام كظاهرة اجتماعية وكناء اجتماعي ودور الإعلام في عمليات التغيير الثقافي والاجتماعي وعمليات التنشئة الاجتماعية... الخ

وسائل الإعلام كظاهرة اجتماعية: إن مفهوم الظاهرة الاجتماعية كما تطرق لها العالم اميل دوركايم ينقسم أي نوعين "الظواهر الاجتماعية العامة والتي تفرض نفسها على كافة أفراد المجتمع، والظواهر الاجتماعية الخاصة وهي التي تظهر في قوميات معينة وعند شرائح معينة وفي فترة زمنية معينة كالممارسات الدينية... الخ

✚ وتتميز الظاهرة الاجتماعية بالعديد من الخصائص وهي :

✓ موضوعية واجتماعية

✓ إلزامية

✓ إنسانية

✓ تلقائية

✓ مترابطة

ومنه فإن وسائل الإعلام تعد ظاهرة اجتماعية صاحبت ووجدت في المجتمعات المختلفة عبر مختلف العصور فهي من صنع الإنسان كما أنها موضوعية فهي خارجة عن شعور الفرد وملتزمة بالجماعة وإذا أمعنا النظر في وجودها فإنها إلزامية قهرية فلا يستطيع المجتمع بأفراده أن ينقطعوا عن وسائل الإعلام وتلقائية أي أن أفراد المجتمع تلقائيا يستعملونها كتعلم لغة مثلا في الصغر كما أنها مترابطة أي مترابطة بظواهر اجتماعية أخرى موجودة في ذلك المجتمع.

✚ وسائل الإعلام كنظام اجتماعي :النظام الاجتماعي عبارة عن تجمع أساسه الأعمال

المستقرة والتي تتكرر وتحدث وفقا لنمط معين ويعتبر الجمهور العنصر الأساسي الأول

لوسائل الإعلام الجماهيرية كنظام اجتماعي ووفق هذا المنظور يرى ملفن دوفلور أن

وسائل الإعلام كنظام اجتماعي ارتبطت بالمضامين الإعلامية المقدمة إلى الجمهور

حيث وجد أن المضمون الهابط هو أساس استقرار واستمرار هذا النظام ولقد قسم عناصر

النظام الإعلامي إلى نظام اجتماعي فيما يلي:

✓ الجمهور

✓ المنتجون والممولون

✓ الموزعون

✓ وكالات الاعلان

✓ هيئات البحث

✓ التنظيمات التشريعية .

### **3-البنوية والوظيفية في وسائل الإعلام :**

1-البناء الإعلامي : والمقصود بذلك التطور الحاصل في بناء هذه الوسائل حيث شهدت

هذه الاخيرة العديد من التغيرات البنوية خاصة في ظل التطور التكنولوجي الذي أضفى

على هذه الوسائل خصائص لم تكن تعرفها هذه الوسائل من قبل ومنها: د

✓ قابلية التحرك

✓ قابلية التحويل

✓ قابلية التوصيل

✓ التفاعلية

✓ الشبوع والانتشار والكونية

✓ تقنيت الجمهور

2-الوظيفية الاعلامية: ويعتمد هذا المنظور على تفسير وظائف الإعلام ومنها :

✓ تدعيم المعايير الاجتماعية

✓ نقل التراث الثقافي

✓ الإعلام والأخبار

✓ تحقيق التماسك الاجتماعي

✓ تحقيق التواصل الاجتماعي

✓ الترفيه

✓ التعبئة

"ولقد أكد العالم تشالز رايت بأن التحليل الوظيفي لوسائل الإعلام ينطلق من فهم

طبيعة هذه الوسائل كظاهرة اجتماعية وتأثير هذه الظاهرة على النظام الاجتماعي

.."

# 4 وسائل الإعلام والبنى الثقافية في المجتمع [الثقافة الاستهلاكية نموذجاً]

« تمتاز الثقافة بأنها ثابتة في عناصرها العامة ومع ذلك فهي عرضة للتغير فطالما أن الثقافة جزء من ظواهر الكون ويخضع هذا الكون لظواهره للتغير فما ينطبق على الكل ينطبق على الجزء ويصيب التغير الثقافي كافة عناصر الثقافة المادية وغير المادية ويحدث التغير الثقافي وفق ما تضيفه الأجيال الجديدة إليها من أساليب وخبرات وأدوات وقيم وأنماط سلوك أو بفضل ما تستبعده وتحذفه من أساليب وأفكار وأدوات نتيجة لأنها لم تعد تتفق مع الظروف الجديدة أو يحدث نتيجة الاحتكاك والاتصال الثقافي بين المجتمعات بعضها البعض»<sup>2</sup>.

وتلعب وسائل الإعلام الآن دوراً رائداً في تغيير البنية الثقافية في المجتمع خاصة في ظل طغيان مفهوم الربحية واقتصاد السوق على المؤسسات الإعلامية وظهور ما يسمى بالثقافة الاستهلاكية التي أضحت منتشرة في العالم بأسره

الثقافة الاستهلاكية: " نظام ثقافي يهدف إلى تغيير الواقع الثقافي لتقبل مخرجات السوق ومنتجاته بالاعتماد على وسائل الإعلام ، كما أنها ترابط الأنشطة الاقتصادية مع الممارسات الثقافية ، تلك الممارسات التي يمكن تحديدها تماماً بواسطة دوران راس المال او سيكولوجية الافراد وللثقافة الاستهلاكية وتعد الثقافة الاستهلاكية « أحد الجوانب الثقافية المصاحبة للعملية الاستهلاكية أي أنها مجموع المعاني والرموز والصور التي تصاحب العملية الاستهلاكية والتي تضيف على هذه العملية معناها وتحقق دلالتها في الحياة اليومية

<sup>2</sup> رشوان حسين ، الثقافة " دراسة في علم الاجتماع الثقافي " ، مؤسسة شباب الجامعة ، الإسكندرية ، 2008، ص 53.

، وهي تلتف بالأساس حول عملية الاستهلاك المادي ولكن فهم هذه الجوانب لا يكتمل إلا بفهم الجوانب المعنوية المتصلة بها والتي توسع من دائرة الثقافة الاستهلاكية لتشمل المعاني والرموز المصاحبة لعملية الاستهلاك المادية حيث يرتبط مفهوم الثقافة الاستهلاكية بهذا المعنى بمجموعة أخرى من المفاهيم مثل مفهوم «النزعة الاستهلاكية» والتي تعني تحول معاني ورموز الاستهلاك إلى هدف في حد ذاته وذلك تحت تأثير الانتشار السريع لثقافة الاستهلاك وتحولها من خلال وسائل الاتصال الجماهيري إلى ثقافة جماهيرية، بالإضافة إلى مفهوم «أسلوب الحياة الاستهلاكي» الذي يشير إلى أنماط محددة وواعية من التفضيلات تميز السلوك الاستهلاكي وتضفي عليه طابعا اسلوبيا متميزا ، زد على ذلك مفهوم «رموز الاستهلاك» والذي يشير إلى تحول الاستهلاك إلى لغة أشبه بلغة الحياة اليومية يخاطب بها الأفراد بعضهم بعضا ويكونون من خلالها رصيذا يحدد مكانة الأفراد ونطاق تفاعلهم، بالإضافة إلى مفهوم «استهلاك الصور» حيث يرتبط استهلاك سلعة معينة بصورة ذهنية معينة تلتصق بهذه السلعة من خلال أسلوب العرض أو تكرار الدعاية والإعلان عن هذه السلعة ، وبهذا فان ثقافة الاستهلاك تشير إلى مجموع المعاني والرموز التي تصاحب العملية الاستهلاكية بدءا من تبلور الرغبة الاستهلاكية مرورا بالاستهلاك الفعلي وانتهاء فيما بعد بالاستهلاك».<sup>3</sup>

---

3زايد أحمد ،الاستهلاك في المجتمع القطري أنماطه وثقافته ، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية ، الدوحة ، 1991، ص28-29.

## ✚ خصائص الثقافة الاستهلاكية :

1. التركيز على الجسد
2. ثقافة قهرية
3. ثقافة ترفض مقولة النخبوية
4. ثقافة بصرية
5. ثقافة آنية
6. تشجع النزعة الشهوانية
7. ارتباط الثقافة بمقاولين ثقافين
8. المنافسة الحادة بين مراكز الثقافة العالمية.

## ✚ دور الثقافة الاستهلاكية في تغير البنى الثقافية ( الآثار):

1. خلق تطلعات استهلاكية
2. تحطيم القيم الاجتماعية وتعزيز القيم المادية
3. معايشة الثقافة الجديدة
4. استفحال ظاهرة الزنا والمخدرات والهجرة غير الشرعية
5. تقويض الحدود بين الطبقات
6. ظهور أتباع الثقافة المستعارة وأتباع الثقافة المستعادة
7. انتشار ثقافة الأطعمة السريعة
8. ظهور حركات دينية جديدة.

# 5- المقاربات السوسيو إعلامية المفسرة لوظائف الاعلام والتغير الثقافي المجتمع

## 3- تفسير وظائف الاعلام :

✚ **النظرية النقدية:** وما يؤكد عليه في هذه النظرية هو قيام بوسائل الإعلام من خلال الوظائف التي تقوم بها بترويج إيديولوجية الصناعة الثقافة Culture industry حيث تقوم الصناعة بتلبية جميع حاجات المشاهدين، تلك الحاجات التي يتم أصلاً تحديدها مسبقاً، بحيث يرى المشاهد نفسه مستهلكاً لصناعة الثقافة التي توهمه بأنها تشبع احتياجاته وبذلك فمن خلال الإعلام والثقافة تم السيطرة على الفرد وبسطت الدولة هيمنتها عن طريق تعزيز الوعي الزائف وتقييد الفكر المعارض والنقدي من جانب الإنسان الذي تحول ليكون ذو البعد الواحد.

✚ **نظرية الغرس الثقافي :** أهم أساسيات هذه النظرية في التحليل الوظيفي لوسائل

## الاعلام

✓ أولاً: يعد التلفزيون وسيلة فريدة للغرس مقارنة مع وسائل الاتصال الأخرى:

فالتلفزيون هو الوسيلة الأكثر حضوراً حتى الآن لساعات طويلة خلال اليوم، وتمتد الأطفال برموز وتصورات ، وتسهم في تنشئتهم الاجتماعية المبكرة، بينما تلعب الوسائل الأخرى دورها بعد أن يكون الطفل قد اكتسب القيم والعادات والاهتمامات في منزله بمشاركة دور التلفزيون، وبذلك يظهر واضحاً تأثير التلفزيون على الطفل، بنتيجة خصائص التلفزيون المميزة الجاذبة، ووجود التلفزيون داخل المنزل، يساعد على قيام الأسرة على دعم انتقاء الطفل للمواد التي يتعرض لها.

✓ ثانياً: تشكل الرسائل التلفزيونية نظاماً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد في الثقافة:

✓ يرتبط الغرس كعملية ثقافية بتماسك النسق المعرفي والقيمي الموجود في المجتمع. ويرى باحثون أن الأفكار والقيم والسمات التي تظهر في البرامج والمواد التلفزيونية، هي في حقيقة الأمر منسجمة، ومتناغمة، ومتسقة مع بعضها، ولا تعارض بينها ولا تناقض أو تنافر، وذلك تفسيره إلى أن هذه المواد التلفزيونية تعبر عن سياسات القائمين على هذه الوسائل والذين يهدفون إلى الوصول إلى أكبر جمهور مستهدف، دون إحداث اختلافات أو إثارة قضايا خلاقة، فالتلفزيون أصبح يلعب دور البائع الذي يوزع الصور والأفكار التي تعد راسخة وسائدة في الثقافة الشعبية، وبذلك أصبح التلفزيون غير منفصل عن الثقافة السائدة بل هو نفسه ذلك الاتجاه السائد.

✓ ثالثاً: تحليل المضمون للمواد الإعلامية من أهم مفاتيح فهم عملية الغرس:

✓ يرى جرينر وزملاؤه أن الأسئلة الاستطلاعية أو الاستكشافية غير المعمقة لا تصح في عملية الغرس، بل يجب استخدام أسئلة مسح مستخدمة تعكس المضامين المختلفة في المواد التلفزيونية. وفي سبيل الوصول إلى ذلك فإن عملية التحليل من خلال استخدام أسئلة مسح ضمن استبيان تعكس ما يقدمه التلفزيون في رسائله باعتبارها أفكاراً للغرس لجماعات كبيرة من المشاهدين لفترات طويلة، مع التركيز على المشاهدة بشكل كلي عام ودون الخوض في التفصيل.

✓ رابعاً: يركز الغرس على دور التلفزيون في صياغة تفكير الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة:

✓ إن المهمة الرئيسية لتحليل الغرس هي تحديد إلى أي مدى يمكن لرسالة معينة أن تسهم في تكوين معتقدات الواقع الاجتماعي لدى الأفراد، بطريقة تتفق مع معظم القيم والصور الذهنية التي تتضمنها هذه الرسائل.

✓ خامساً: تحليل المضمون يهتم بتدعيم الاستقرار والانسجام في المجتمع:

✓ توصل عدد من العلماء أن تأثير وسائل الإعلام الأساسي يميل إلى الحفاظ على المعايير السائدة بدلاً من تغييرها، ويذهب جرينر وزملاؤه إلى أن التلفزيون يقوم حالياً

بدور شيخ القبيلة أو رجل الدين كراوي للقصص والأساطير، كذلك فإن التلفزيون هو أكثر الوسائل ترويجاً للصور الذهنية والثقافة الشعبية.

**ملاحظة : يمكن للطالب الاستفادة من مراجع إضافية حول هذا المقياس**