

المحاضرة الرابعة علم اجتماع الاعلام

مفهوم الاعلام :

يعني الاعلام الحصول على معلومات حول قضية معينه ونشرها بهدف تشكيل درجة من الوعي بالتطورات المهمة لدى صانعي القرارات والاداريين وقطاعات الجمهور كافة ، وكلمة إعلام منبثة من " اعلمه بالشيء " وتعني تزويد الجمهور بأكبر قدر ممكن من المعلومات الموضوعية الصحيحة الواضحة ، وبقدر ماتكون هاتان الصفتان متوفرتين بقدر مايكون الإعلام سليماً وقويا ، والاعلام هو نشر الحقائق الثابته الصحيحه والأخبار والمعلومات السليمة الصادقة والافكار والآراء والاسهام في تنوير الرأي العام ، وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور .

مفهوم الاعلام ومفهوم الاتصال :

اشمل وأعمل من مفهوم الاعلام . والاعلام جزء لايتجزأ من الاتصال ويؤدي وظيفة من وظائفه من خلال نقل المعلومة الى الفرد أو المجتمع عن طريق وسائله المختلفة سواء كانت السمعية أو البصرية أو المقروءة ، كما أن الاعلام يعد شكلاً من اشكال الاتصال .

مفهوم علم الاجتماع الاعلامي :

هو فرع من فروع علم الاجتماع وهو يركز في اهتماماته على العملية الاعلامية كعملية اجتماعية دينامية بما تشمله من عناصر كالمرسل والرسالة والوسيلة والاداة والمستقبل والتأثير وماتؤديه من وظائف تربوية وتوجيهية تندرج بدورها على المجتمع ككل .

مفهوم العملية الاعلامية :

عندما ينظر الى الاعلام بوصفه عملية إعلامية فإن هذا يعني وجود عناصر اساسية تحكم هذه العملية ووجود علاقات تربط هذه العناصر ووجود درجات من التأثير والتأثر والتطور والتغيير .

الدراسة الاجتماعية لوسائل الاعلام في خطوتين :

دراسة مورفولوجية وهي دراسة بنيوية أي دراسة بنية كل وسيلة من حيث النشأة والتطور والانتشار من وجهة النظر الاجتماعية .

دراسة فسيولوجية وظيفية وذلك بدراسة الدور الوظيفي الذي يمكن أن تؤديه كل من هذه الوسائل داخل المجتمع بغية الوصول الى القوانين التي تحكمها .

كما يعرف علم الاجتماع الاعلامي بأنه العلم الذي يدرس وسائل الاعلام بوصفها ظاهره اجتماعيه دراسة وصفية بمعنى دراسة الواقع الفعلي لهذه الوسائل أي دراسة ماهو كائن وليس ماينبغي ان يكون .

وعندما يطبق على علم الاجتماع الاعلامي مناهج البحث العلمي فإنه يلزمه أن يتصف بالعملية أي الدراسة الدقيقة المنظمة التي تهدف الى الوصول لنتائج يمكن تعميمها ، كما يتصف بالموضوعية بمعنى بعده عن الهوى والرغبات لدى الباحث قبل اجرائه للبحث أو ايه افكار مسبقة أو شائعات لاتعني عن الحق شيئاً .

ابعاد التداخل والترابط الاجتماعي والاعلامي :

نجد الاعلام يقوم بدور اساسي في عملية تشكيل الرأي العام وتحفيزه ونشر العديد من الايدولوجيات الحديث والمتعدده والتي تمثل إضافة أو إثارة الاجتماعي القائم .

ويمكن توضيح أثر الراديو في الرأي العام على النحو التالي :

- تحقيق القدر الادنى من حده التفكير والشعور والهدف والقيم اللازمة لتماسك الأمة وسلامة الدولة .
 - حفز الناس على اختلاف ميولهم واتجاهاتهم ومشاكلهم على الاهتمام بالمسائل العامة ومناقشتها ومتابعتها والاسهام فيها .
 - التخفيف من حدة العصبية الاقليمية والاقبال من شأنها .
 - متابعه تثقيف الجماهير واشباع احتياجاتها الفكرية والنفسيه والارتفاع بمستوياتها الثقافيه والحضارية .
 - دحض الشائعات الضاره في الحال وخاصة في اوقات الحروب والطوارئ والحيلولة دون تفشي البلبلة الفكرية
 - القيام بدور اساسي في الدعوة للقيم الجديده وتدعيم القيم التي تخدم التطور .
 - اما التلفزيون فإنه يستطيع توثيق الصله بين الجمهور والشخصيات السسياسية اكثر مما تستطيع الاذاعه .
- وللصحافة دور اساسي في التأثير على الرأي العام الا ان الباحثين يقسمون هذا التأثير بحسب البيئه الاجتماعيه التي تستخدمها . حيث يرون ان الصحافة المتخصصة يطالعها القادة والصفوة والمتفقون ، وهؤلاء يقومون بدور رئيسي في وضع السياسة العامة وتحديد القضايا المطروحه التي تؤثر في بقية شرائح المجتمع ، والصحافة المتميزة وهي الاخبارية التي تعتمد على اساليب المنطق والعقل في معالجتها للموضوعات المختلفة ويقرأها المثقفون المطلعون وأفراد الصفوة وعدد من افراد الجمهور العام ، والصحافة الشعبيه وهذ النوع من الاعلام يقدم مواداً خفيفة تهتم بالتسلية والترفيه كما ان عرضه للاخبار يكون سطحيًا وسريعًا .
- يرى اصحاب النظرية الخطية ان التغيير الاجتماعي محصلة النمو الفكري للانسان ويصاحب هذا النمو الفكري للانسان ويصاحب هذا النمو الفكري نمو أخلاقي وتغيرات في النظم الإجتماعيه .

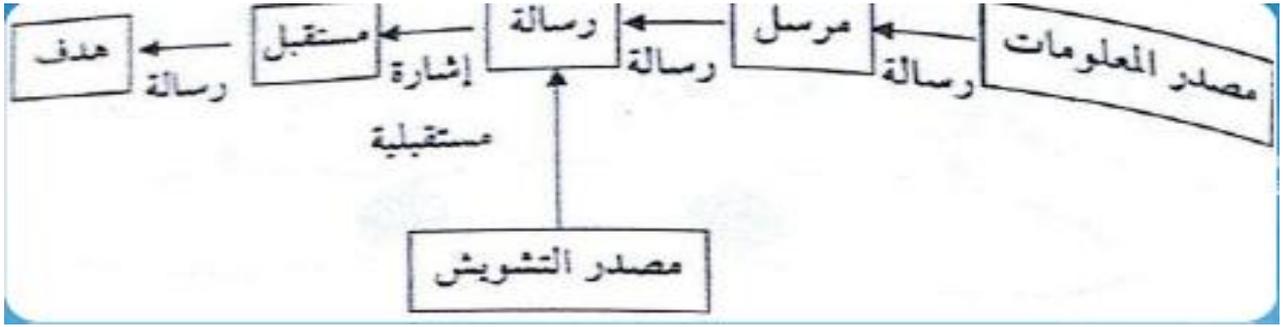
النظريات الخطيه :

تطور اخلاقي مثل علبا < تغيير في النظم الاجتماعي

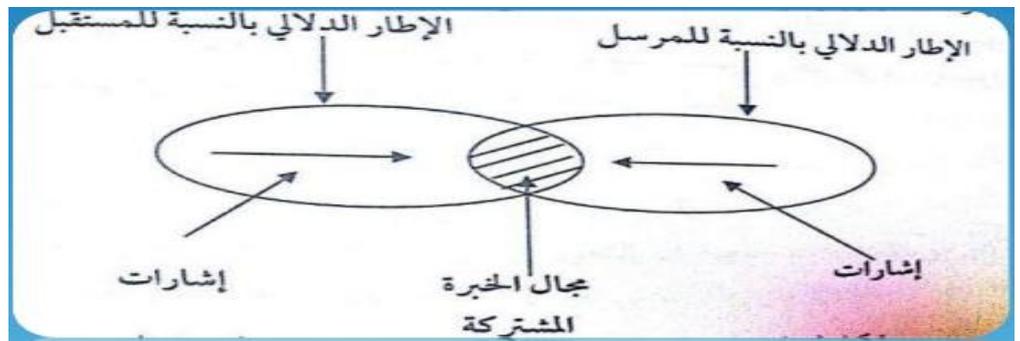
تطور العقل < تطور اجتماعي

وقد اهتم علماء علم الاجتماع بالنموذج الخطي للرسالة الاعلامية عندما ظهر في عام ١٩٣٤ م عالم السياسة الامريكي (هارولد لازويل) والذي تبناه عام ١٩٤٨ م في بناء نظرية للاعلام تدور حول تساؤلات خمس : " من ؟ ماذا؟ بأي وسيلة ؟ لمن ؟ وماهو التأثير ؟ ويتمثل نموذج لازويل الخطي في المرسل والرسالة والمستقبل ، والذي يتعبّر الاتصال يعمل كعمل الطلقة السحرية وتفترض حتمية التأثير ووصول الرسالة الى مستقبلها المطلوب .

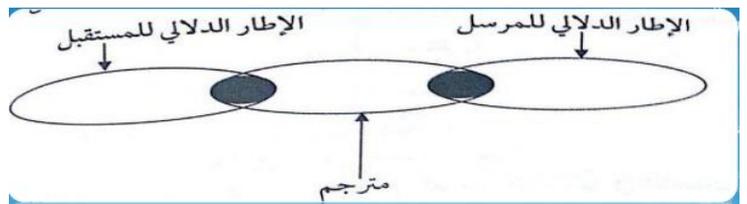
نموذج شانون وويفر :



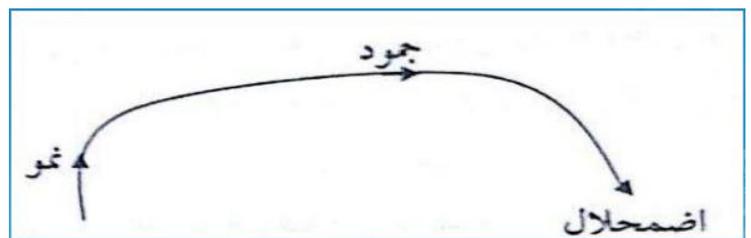
مجال الخبرة المشتركة نموذج ولبورشرام :



مجال الخبرة المتباعدة :



التغير الاجتماعي الدائري :



الاتجاه نحو المسؤولية الاجتماعية لوسائل الاعلام :

النقد المرير الموجه للصحافة ولوسائل الاعلام بالنسبة لنمو حجمها وزيادة احتكاراتها وأهميتها مما يجعلها عامل ضغط حتى على الحكومة نفسها وربما الجو الفكري الجديد الذي عبر فيه بعض المفكرين عن شكهم في الفروض الاساسية التي تقوم عليها نظرية الحرية بجوانبها المطلقة .

ارساء قواعد المهنة الصحفية خصوصا بعد اشتغال كثير من المفكرين والمتعلمين على مستويات عالية بهذه المهنة .

وسائل الاعلام كظاهرة اجتماعية :

يمكننا ان نقرر أن وسائل الاعلام بصفة عامة ظاهرة اجتماعية تختلف باختلاف المجتمعات على مر العصور كما ان ما نطلق عليه اسم وسائل الاعلام الجماهيرية والتي تقوم بنقل الافكار في رسائل مطبوعه أو إلكترونية بين الافراد والجماعات تسمح للانسان الاجتماعي الذي يتصل بأمثاله وأن يتغلب على عنصري الزمان والمكان ، أي اننا نعد وسائل الاعلام وسائط لنقل التفاعل بين افراد المجتمع الانساني الكبير .

وسائل الاعلام كأنظمة اجتماعية :

هيئات البحث العلمي التي ترغب في الحصول على المعلومات من الجمهور في مقابل مادي أو بدون مقابل وهي تبذل جهودها من أجل الوصول الى اسباب الاستخدام وسمات الجمهور المستخدم واولوياته وتفصيلاته ودوافعه واشباعاته وقد اعتبرت العلاقة بين هيئات البحث والجمهور نظما فرعيه من النظام الاجتماعي الاعلامي . وتقوم الهيئات بتقديم معلومات للمسؤولين عند انتقاء انواع المحتوى الذي سيتم توزيعه .

ويعتبر الجمهور العنصر الاساسي الاول لوسائل الاعلام الجماهيريه كنظام اجتماعي هذا العنصر على قدر كبير من التعقيد وذلك لان الجمهور متنوع وينتمي الى طبقات متعددة وهو متصل ببعضه البعض بطرق عديدة .

ويقدم ملفن دوفلور فكرته حول وسائل الاعلام كنظام اجتماعي حيث يعتبر أن مضمون وسائل الاعلام الهابط أو المنخفض الذوق والذي سبب هجوم النقاط ، هو العنصر الاساسي الذي حافظ على استقرار ذلك النظام وحافظ على توازنه المالي لأنه يغذي اذواق الافراد الذين يكونون القطاع الاكبر من (السوق) لهذا نعمت وسائل الاعلام الجماهيرية بالرغم من مضمونها الهابط ، بالاستقرار بالرغم التواصل عليها.

عناصر النظام الاجتماعي لوسائل الاعلام :

وغالبا ماتبدو العلاقة بين الجمهور والموزع في البداية ذات رباط احادي الاتجاه فالموزع يقدم المحتوى الترفيهي ولكن الجمهور رغم اهتمامه يقدم القليل بشكل مباشر في مقابل ذلك ، والحقيقة هي أن اهتمام الجمهور هو مايسعى الموزعون بالتحديد الى اكتسابه . وبالنسبة لوسائل الاعلام التي يدعمها الاعلان فإنها تباع هذه السلعة بشكل مباشر الى ممولياها وفضلاً عن ذلك يوفر الجمهور المعلومات اللازمه لعنصر البحث ، هي تقدم بشكل غير مباشر الى الموزعين في شكل معلومات عائده أو feedback ، حتى يتمكنوا من قياس وتقدير مدى الاهتمام الذي يحدثونه .

المنتجون والممولون هناك مجموعه كبيره من الانظمة الغربيه ضمن عنصر المنتج الذي يعتمد على الوسيلة الخاصة ومن أمثلة ذلك : الممثلون ، والمخرجون ، ومنتجو التليفزيون ، والفنيون ، والمراسلون الاجانب ، ورؤساء اقسام

الاخبار العالمية في وكالات الانباء ، ومنتجو الافلام ، ورؤساء الاتحادات (النقابات) العالمية والناشرون ، ومحرورو اقسام مراجعه الاصول الصحيفه ، والسكرتارية وغير ذلك .

وكالات الاعلان وفيها ترتبط الممول والموزع وهيئه البحث بوكالات الاعلان ويتمثل دور الممول الاكبر في تزويد الممول برسائل اعلامية .

نظم الرقابه الفرعيه : فالهيئات التشريعيه على المستوى الحكومي والوطني التي تضع اللوائح التنظيمية الخاصة بوسائل الاعلام ، تمثل جزءاً مهماً من عنصر الرقابه وهناك جزء آخر من النظام الفرعي هو هيئات التنظيم الرسمية التي تنقد سياسات التي تسبق تشريعها والعلاقة بين الهيئه التشريعيه والجمهور وتمثل الرأي .

تدريبات

عرف الاعلام ، علم الاجتماع الاعلامي

ارسم : النموذج الخطي ، التغيير الدائري