



جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم اجتماع

الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الأول مقياس: مدخل لسوسيولوجيا
الاتصال والميديا

الجواب الأول: (08 نقاط)

1- تعريف الإعلام: يشير مفهوم الإعلام إلى منهج وعملية تهدف إلى التثقيف، والإحاطة بالمعلومات التي تنساب إلى عقول الأفراد ووجدانهم فترفع من مستواهم الفكري، وتدفعهم إلى العمل من أجل المصلحة العامة، وتخلق مناخاً صحياً يُمكن الأفراد من الانسجام والتكيف. (01.5 نقطة)

أهم وظائفه: (02.5 نقطة)

1. التثقيف.
2. نقل المعلومات.
3. نقل الأخبار والأحداث.
4. تشكيل الرأي العام.
5. التوجيه لتحقيق مصلحة المجتمع.

2- أذكر الظروف والعوامل التاريخية التي ساهمت في ظهور فرع علم اجتماع الإعلام والاتصال: (04 نقاط)

- تطور وسائل الإعلام: كان ظهور وتنامي وسائل الإعلام الجماهيرية كالإذاعة والتلفزيون سبباً مباشراً في الحاجة لدراسة تأثيرها الاجتماعي والسياسي.
- الدراسة الأكاديمية المتخصصة: مع ظهور الإنترنت، أصبحت الحاجة ماسة لتخصيص دراسة في مجال الإعلام والاتصال، خاصة بعد اكتشاف أن الحدود بين المرسل والمتلقي أصبحت أكثر نفاذية.
- تأثيرات وسائل الإعلام على المجتمع: اهتمت الدراسات الأولية بتأثير وسائل الإعلام على الرأي العام، والتحكم في تدفق المعلومات، وكيفية تشكيلها للثقافة والهوية الاجتماعية.
- تداخل التخصصات: نشأت الحاجة لدراسة الظاهرة الإعلامية من منظور اجتماعي، حيث أن الاتصال بحد ذاته ظاهرة اجتماعية. لذا، تداخلت الأطر النظرية والمفاهيم بين علم اجتماع الإعلام وعلم النفس الاجتماعي والعلوم الاجتماعية الأخرى.

الجواب الثاني: (12 نقاط)

1- المقدمة: (01 نقطة)

تتمحور إسهامات مدرسة فرانكفورت حول مفهوم "صناعة الثقافة"، الذي ترى أنه يحول الثقافة إلى سلعة تنتجها وسائل الإعلام بطريقة موحدة لتسويقها وتحقيق الربح، وليس لتعزيز التفكير النقدي أو الأصالة. جادل أعضاء المدرسة، مثل أدورنو وهوركهايمر، بأن هذه الصناعة تُنتج وعياً زائفاً يهدف إلى إلهاء الجماهير وترسيخ هيمنة النظام الرأسمالي من خلال تقديم متعة سطحية وسهلة (ليس بالضرورة مقدمة هكذا حرفياً)

2- العرض: (08 نقاط)

- أبرز إسهامات مدرسة فرانكفورت في سوسيولوجيا الإعلام والاتصال: (06 نقاط)

- مفهوم "صناعة الثقافة": هو المساهمة الأكثر شهرة، حيث يشير إلى تحويل المنتجات الثقافية إلى سلع تهدف إلى تحقيق الربح، مما يفقدها قيمتها الجمالية والنقدية المستقلة.
- الترميم والتوحيد القياسي: تُنتج الصناعة الثقافية منتجات وفق قوالب نمطية لضمان نجاحها التجاري، مما يؤدي إلى فقدان الأصالة والتفرد في الفن والثقافة.
- التأثير المخدر والمهدئ: تهدف صناعة الثقافة إلى توفير ترفيه سلبي هروبي، بدلاً من تحفيز التفكير النقدي أو التساؤل حول الأوضاع السائدة.
- خلق "وعي زائف": ترى مدرسة فرانكفورت أن صناعة الثقافة تخلق وعياً زائفاً يساهم في تكريس الهيمنة والنظام السائد، بدلاً من التفكير النقدي المستقل.
- إلغاء الفردانية الحقيقية: على الرغم من تقديمها خيارات تبدو متنوعة، فإنها في الواقع تعزز الامتثال والتماثل وتجعل الأفراد يتقبلون نماذج سلوكية وقيماً تخدم مصالح النظام.
- السيطرة عبر الإغواء: لا تعتمد صناعة الثقافة على القمع المباشر، بل تسعى إلى دمج الأفراد في النظام من خلال إغواءهم بمتع زائفة وإشباعات سطحية.

- الاستعانة بأمثلة واقعية: (02 نقاط)

3- الخاتمة: (01 نقطة)

(للطلاب مطلق الحرية في الخاتمة في إطار حوصلة لما ورد أعلاه في المقال)