

## المحاضرة الخامسة. البحث في الاتصال الجماهيري

ماذا نبحت في الإعلام والاتصال؟ ما هي الموضوعات؟ هل الإعلام والاتصال علم قائم بذاته؟

إن القصد بالبحث في الإعلام والاتصال هو لا بد من التساؤل هل لهذا النشاط البحثي موضوعات محددة على غرار ما نسجل ذلك في العلوم الأخرى..و هل الإعلام والاتصال علم قائم بذاته من حيث اهتماماته المستقلة و أدوات بحثه المتميزة و نظرياته العلمية الخاصة ،

معنى كلمة علم هو"المعرفة المنظمة ذات العلاقة بفئات معينة من الأحداث والظواهر "معناه العلم أن العلم المعرفة التي خضعت إلى المعالجة العلمية عن طريق البحث والاستدلال في إطار موضوعي وأيضا خضعت لتصنيف دقيق لموضوعاتها وهذا انطلاقا من نظم فكرية لها مفاهيمها وأطروحاتها و أيضا مقاييسها.

وقد مرت أبحاث الإعلام والاتصال بمرحلتين على غرار الأبحاث الأخرى:

أ-المرحلة الفلسفية:

تبدأ المرحلة الفلسفية في أي علم بحصول تراكم معرفي كبير على مستواه ويؤدي إلى عجز أدواته التحليلية (مناهج وأدوات البحث) تصبح عاجزة عن معالجة هذا الكم من المعلومات تبدأ المرحلة الفلسفية في التفكير لإيجاد أدوات تحليل بديلة للقيام بالمهمة التحذيرية وهنا يدخل العلم المرحلة الفلسفية بالنسبة للعلم الذي سيظهر حيث يتم في هذه المرحلة التركيز على تحديد مجالات إهتمام جديدة عبر تكوين مفاهيم عامة بمعنى ليست محددة وإعادة النظر في الافتراضات الأساسية المعروفة وكذا في مناهج البحث وأدواتها فإذا كللت خطوة المراجعة باتفاق الباحثين أولا على طبيعة الموضوعات التي تم وضعها وكذا على نوعية المناهج والأدوات التي تستخدم في بحث هذه الموضوعات.

ب-المرحلة التجريبية:

يتم فيها اختبار مضمون هذا الاتفاق ميدانيا من خلال القيام بتطبيق أدوات التحليل الجديدة في بحث الموضوعات الجديدة أيضا وهذا قصد جمع المعلومات والحقائق لتثبيت صحة أو خطأ ما اتفق عليه في المرحلة الفلسفية فإذا تمكنا من الوصول في شكل نظريات وقوانين من خلال هذا الجمع للمعلومات فإننا نشهد بميلاد هذا العلم الجديد فإذا حصل تراكم معرفي جديد وعجزت المناهج والأدوات عن معالجة هذا الكم الهائل من المعلومات معناه الدخول في مرحلة فلسفية جديدة. كيف تجسدت المرحلة الفلسفية والتجريبية في أبحاث الإعلام والاتصال؟ إذا طبقنا هذا النموذج التطوري على أبحاث الإعلام والاتصال فنجد أن هذه الأخيرة خضعت في مفهومها الواسع إلى مرحلة فلسفية ارتبطت فيها بالأبحاث الإنسانية التي تناولت بشكل عام نشاط الإنسان مثل ما قام به أرسطو في محاولة تفسير عملية الاتصال بين الأفراد والجماعات في كتابه فن البلاغة قسم أرسطو الاتصال إلى الشخص المتحدث والحديث والمستمع.

عرف الاتصال "بأنه جميع وسائل الإقناع المتوفرة"لأن الخطابة في زمن أرسطو والزمن الذي بعده قبل ظهور المطبعة كانت الأداة أو الطريقة الأساسية في عملية الاتصال حتى في الحضارة العربية الإسلامية.

تنتهي سيطرة الخطابة كأداة اتصال بعد ظهور المطبعة بالحروف المتحركة في أوروبا في القرن 15 ميلادي مما مهد إلى ظهور الدوريات في القرنين السابع والسادس عشر.

أدت الصحافة إلى نشر الأخبار وقيام الثورتين الفرنسية والأمريكية التي أعطت للمواطن الغربي الحريات الأساسية وحسنت أوضاعه الإجتماعية على مستوى الشغل والتعليم والرعاية الصحية مما جعله يرتقي ثقافيا وإجتماعيا وسياسيا .

وأصبح نادرا على قراءة الجرائد ومتابعة أحداثها الشئ الذي دعم مركز وسائل الإعلام داخل المجتمع وارتباط هذه الأخيرة بالجماهير من حيث توجيه الرأي العام خاصة أثناء الحملات الانتخابية وبذلك أصبحت الدوريات التي أطلق عليها بدءا من 1939 وسائل الاتصال الجماهيري الأدوات الأساسية داخل المجتمعات.

بالرغم من التطور الكبير الذي عرفته الصحافة المكتوبة منذ اختراع المطبعة سنة 1939 إلا أن أبحاث الإعلام والاتصال لم تواكب هذه النهضة ولم تحاول الاستقلال بنفسها كعلم مستقل بل استمرت في شكل دراسات تغلب عليها الطابع التاريخي

والفلسفي والقانوني والأدبي ضمن الأبحاث الإنسانية معتمدة على الحدس والتخمين لكن هذا الوضع لم يستمر طويلا لأنه في بداية القرن العشرين، برزت بعض المحاولات قام فيها أصحابها بتطبيق أساليب جديدة أكثر موضوعية في عملية البحث للموضوعات الإعلامية مثلما قام به الباحث دانيال ستارش *DANIEL STRACH* عن الإعلان والإذاعة خلال الفترة 1927-1922 والتي قام فيها بتطبيق أساليب القياس الكمي كما أن نشر *ولتر ليبمان* في كتابه "الرأي العام" سنة 1922 كان من المحاولات الأساسية لتأسيس البحث في الإعلام والاتصال في إطار مستقل لكن هذه المحاولات فشلت لاعتماد أصحابها على مفاهيم غامضة.

### المرحلة التجريبية لأبحاث الإعلام والاتصال:

نقصد بالمرحلة التجريبية لأبحاث الإعلام والاتصال مرحلة تطبيق مناهج البحث العلمي الحديثة في معالجة الظواهر الإعلامية قبل التطرق إلى هذه النقطة لابد من التطرق إلى نقطة هامة كان لها الأثر البالغ في تطور أبحاث الإعلام والاتصال والتي تتمثل في انتقال البحث العلمي في العلوم الاجتماعية خلال القرن العشرين من طور التخمين والحدس والتأمل العقلي إلى طور الدراسات التجريبية وحصل هذا التطور أولا على مستوى علم الاجتماع بعد التحول الكبير الذي أحدثه التصنيع في الدول الغربية وظهور مجتمعات المدن الكبيرة وتعدد العلاقات الاجتماعية داخلها من خلال ظهور مشاكل متنوعة مثل النمو السكاني والبطالة والسكن والتموين والآفات الاجتماعية أما على مستوى نشاط البحث العلمي فإن العلوم الطبيعية خلال هذه الفترة حققت نزعة نوعية على مستوى تطور مناهجها وأساليب بحثها مما أثر على العلوم الاجتماعية في هذا الوقت ظهرت الدولة القومية في أوروبا التي أصبحت تهتم أكثر بالبرمجة الصناعية والتخطيط الاجتماعي الأمر الذي شجع الروح العلمية التي تمتد أكثر بالحقائق والبيانات في شكل أرقام وانتشرت لغة الإحصاء في معالجة مشاكل.

كل هذه العوامل سمحت للمثقفين الذين ازداد عددهم بفعل انتشار التعليم باستخدام أساليب البحث التجريبي المطبوعة آنذاك في العلوم الطبيعية في بحث الظواهر الاجتماعية.

### مفاهيم الاتصال الجماهيري

#### تعريف الاتصال.

الاتصال عملية ديناميكية يقوم بها شخص ما أو أشخاص بنقل رسالة تحمل المعلومات و الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات أو المشاعر إلى الآخرين لتحقيق هدف ما عن طريق الرموز لتحقيق استجابة ما في ظرف ما أو سياق أو بيئة اتصالية بغض النظر عما قد يعترضها من تشويش و هذا التعريف يشتمل على مجموعة من العناصر

1. إن الاتصال عملية و هذا يعني بأنه سلسلة من العمليات أو الأحداث المستمرة المتحركة دائما تجاه هدف ما ذلك أن الاتصال ليس كيانا جامدا و ثابتا في دنيا الزمان و المكان و لكنه عملية ديناميكية يتم استخدامها لنقل المعاني و القيم الاجتماعية و الخبرات المشتركة.

2. المتصل ( القائم بالاتصال) أي عملية اتصالية تتم بوجود المتصل و هو من يقوم بالاتصال و قد يكون شخصا عاديا أو معنويا ( مؤسسة) و هو الطرف الذي يبادر بالاتصال إذ يقوم بتوجيه رسالته إلى شخص أو أشخاص عديدين.

3. الرسالة و تعني بها المعلومات و الأفكار أو المشاعر أو الاتجاهات التي يرغب المتصل بنقلها إلى الآخرين عبر الرموز (لفظية أو غير لفظية) التي قد تكون صوتية مثل الكلام أو صورية مثل الكتابة أو حركية مثل الإشارات أو لونية كالصور و الأفلام أو تكون خليطا مكونا من أكثر من نوع من أشكال الرموز هذه.

4. المتلقي و تعني بالمتلقي هنا ( الآخر) الذين يتلقون الرسالة سواء أكان المتلقي فردا أو جماعة أو جماهير.

5. الهدف. أي عملية اتصال التي يجربها المتصل و تكون لهدف ما قد يكون للتأثير على أفكار أو مشاعر أو اتجاهات أو آراء المتلقين للرسالة أو لإنجاز مصلحة و تحقيق حاجة.

6. وسيلة نقل الرسالة. يتم نقل الرسالة عن طريق وسيلة ما و في حالة الاتصال الشخصي يتم نقلها عن الطريق الشفوي و في حالة الاتصال الجماهيري قد يتم نقلها عبر الكتاب أو المجلة أو الجريدة أو الإذاعة أو التلفزيون أو السينما أو الانترنت أو الهاتف الجوال .

7. الاستجابة بالرجع ( التغذية المرتدة ). يهدف المرسل إلى تحقيق تأثيره عبر حصوله علما استجابة لرسالته تسعى الرجوع أو التغطية المرتدة .

8. الظرف أو السياق ( البيئة الاتصالية )

كل عملية اتصالية لها ظرفها الخاص الذي تتم فيه و هذا الظرف له تأثيره في طبيعة الاتصال و نوعية رسائله فالطالب يقدم موضوعا ما بطرق مختلفة .

9. التشويش

مهما كان نوع عملية الاتصال أو مستواها أو الوسيلة المستخدمة يوجد دوما عنصر سلبي يتخلل العملية الاتصالية إذ أن هناك بعض عناصر التشويش التي يحتمل أن تتداخل في العملية الاتصالية التي قد ترتبط بإحدى العناصر السالفة مما يؤثر في نجاح العملية الاتصالية.

و يمثل النموذج التالي الذي اقترحه " دافيد بيرلو 1960 " بعناصره الأساسية و هي المصدر ( المتصل ) و الرسالة ( المضمون ) و القناة ( الوسيلة ) و المتلقي ( الجمهور ) أية عملية اتصالية.

المصدر المرسل ← الرسالة ← القناة ← المتلقي المستقبل

و لخص هارولد لاسويل عملية الاتصال بأسئلته المشهورة التالية .

من هو؟ - ماذا يقول؟ - بأي وسيلة؟ - لمن؟ - وبأي تأثير؟

و هكذا يمكننا فهم عملية الاتصال و التعرف عليها فيما حولنا و يمكننا بكل بساطة أن نحلل عملية الاتصال و نكتشف عناصرها السابقة.

الاتصال الجماهيري

هو عملية الاتصال التي تتم باستخدام وسائل الإعلام الجماهيرية و يميز الاتصال الجماهيري في قدرته على توصيل

الرسائل إلى الجمهور و هو جمهور عريض حيثما يكون متباين الاتجاهات و المستويات و لأفراد غير معروفين للقائم بالاتصال تصلهم الرسالة في نفس اللحظة و بسرعة مذهشة مع قدرة على خلق رأي عام و على تنمية اتجاهات و أنماط من السلوك غير موجودة أصلا و القدرة على نقل المعارف و المعلومات و الترفيهية.

و تشمل وسائل الإعلام الجماهيرية تلك الوسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل التي لها مقدرة على نقل الرسائل

الجماهيرية من مرسل إلى عدد كبير من الناس و تتمثل مقدرتها الاتصال باستخدام معدات ميكانيكية أو الكترونية مثل الصحف و المجلات و الكتب و السينما و الراديو و التلفزيون و الهاتف الجوال و الانترنت.