

المحاضر رة الثانية: البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال:
النشأة والتطور

1- نشأة علم الإعلام والاتصال :

لقد ظهر علم الإعلام والاتصال "لأن المجتمع أصبح بحاجة إلى علم يُعنى بدراسة مختلف عمليات الإعلام والاتصال الناجمة أفعال منتظمة ، هادفة ، مؤسسة على جملة من التقنيات القائمة على المشاركة في أشكال التواصل الاجتماعية و الثقافية" (Miege,1995,p 84) وتجدر الإشارة في هذا الإطار ، أن هناك جملة من العوامل والأحداث التي أسهمت في نمو أبحاث وسائل الإعلام والاتصال وتطورها و بالتالي نشأة علم الإعلام والاتصال.

2- عوامل نشأة علم الإعلام والاتصال :

من بين أهم العوامل التي أسهمت في نشأة علم الإعلام والاتصال :

- بروز أهمية الدعاية بعد الحرب العالمية الأولى : حيث سعى الباحثون إلى استكشاف طبيعة تأثير وسائل الإعلام على الأفراد و المجتمعات ، خاصة و أن الأنظمة السياسية الغربية القائمة آنذاك قد وظفت وسائل الإعلام لأغراض دعائية ، في ظل افتراضات حول قوة تأثير وسائل الإعلام ، وهي التي عرفت لاحقا بنظرية الحقنة تحت الجلد. الأمر الذي وجه اهتمام العديد من الباحثين و على رأسهم Harold Lasswell إلى دراسة محتويات وسائل الإعلام.

- تطور أساليب و أدوات البحث : يعتبر هذا العامل نتيجة مباشرة للعامل السابق ، حيث أن اهتمام الباحثين بدراسة وسائل الإعلام و محتوياتها أفضى إلى تطوير مناهج و أساليب أسست لبحث الظاهرة الإعلامية ، فعلى هامش التحولات السريعة التي عرفت العلوم الاجتماعية خلال عشرينيات القرن الماضي بفعل " تبني أساليب البحث التجريبي المطبقة آنذاك في العلوم الطبيعية في بحث الظواهر الاجتماعية" (بن مرسل، 2003م، ص:30). و تبعا لازدياد شعبية وسائل الإعلام و انتشارها الواسع، و كذا اهتمامها بتغطية جميع جوانب الحياة اليومية للأفراد و الجماعات ، اهتم العلماء و الباحثون بمختلف تخصصاتهم السياسية و الاجتماعية و النفسية و الأنثروبولوجية و التاريخية بدراسة وسائل الإعلام و محتوياتها " و تميزت تلك المرحلة بإنشاء أول مجلة متخصصة لنشر الأبحاث الإعلامية سنة 1925 و التي

تدعى Journalism Quarterly " (رشتي، 1975، ص: 25) حيث برز في هذا المجال " الباحث الأمريكي Harold Lasswell الذي شرع منذ 1915 في محاولاته الأولى الهادفة إلى دراسة مواضيع الدعاية ذات العلاقة بالحرب العالمية الأولى في الصحف من خلال تحليل مضامين ما تنشره هذه الأخيرة من مواضيع. وكلل جهده هذا سنة 1927 بإصدار كتاب بعنوان Propaganda Techniques in the World War الدعاية في الحرب العالمية " (بن مرسل، 2003، ص: 31) ليكون بذلك قد أسس منهجيا لتطبيق أسلوب التحليل الكمي في بحث محتويات وسائل الإعلام ، و هو ما أدى لاحقا إلى استحداث تحليل المضمون الأمر الذي ساهم بشكل مباشر في نشأة علم الإعلام و الاتصال.

- الأهداف التجارية لدراسات الجمهور : أدرك المعلنون خمسينيات القرن الماضي أهمية توفير قاعدة بيانات واضحة حول جمهور وسائل الإعلام في اختيار أنجع سبل اقناع الزبائن المحتملين لشراء المنتجات و الخدمات ، وعليه "شجعوا دراسات فعالية الرسائل و دراسات حجم الجمهور و خصائصه البشرية ومواقع الإعلان لتحقيق أعلى مستوى من التعرض ... و كذلك اختيار الوسيلة التي تقدم أفضل الفرص للوصول إلى الجمهور المستهدف" (Wimmer and Dominick, 2011,p 23)

- الإشكالات الثقافية ، الاجتماعية و الحضارية لوسائل الإعلام و الاتصال: أدى الانتشار الواسع لوسائل الإعلام في المجتمع و تنامي الاعتماد عليها إلى بروز عدد من الإشكالات الثقافية و الاجتماعية التي انقسمت حولها أكار الباحثين و المثقفين و حتى ممارسي العمل الإعلامي بين من يعتقدون أن بروز وسائل الاتصال الجماهيري في المجتمع من شأنه الرقي بالمستوى الثقافي للأفراد و تأكيد الديمقراطية في المجتمع من جهة ، و من يرون أنها تهدد صارخ للقيم الثقافية و الحضارية للمجتمع من جهة ثانية . ولقد أدى هذا الواقع إلى ضرورة بحث الظاهرة الإعلامية بهدف استجلاء واقع تأثيرها على الفرد و المجتمع .

- تنامي المنافسة بين وسائل الإعلام : فالوسيلة الإعلامية الأنجع هي الوسيلة التي تستطيع نيل أكبر قاعدة جماهيرية ، لتصبح بالتالي الوسيلة الأكثر استقطابا للمعلنين و العائدات الإعلانية . وعليه تحاول وسائل الإعلام ، من خلال البحوث العلمية ، التعرف على طبيعة جمهور وسائل الإعلام و القيم الاستهلاكية السائدة فيه و كذا التقصي لردود أفعال أفرادها النفسية و الاجتماعية إزاء البرامج و المحتويات

الإعلامية . كما تتضمن هذه البحوث ذلك النوع من الدراسات التي تسعى إلى بناء استراتيجيات إدارية قادرة على استقطاب اهتمام الجمهور و الحفاظ عليه

3- تطور بحوث وسائل الإعلام والاتصال:

تمثل مطبعة غوتمبرغ (منتصف القرن 15) نقطة تحول مؤثرة و حاسمة في التغير الاجتماعي¹، إذ ساهمت سرعة انتشار الكتب في انتشار خبرات القراءة و المطالعة لدى العامة ، و بالتالي توسيع دوائر تداول الأفكار و والآراء و مناقشة القضايا و المواقف . و هو ما فعل التحول نحو عصر وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيري، الذي بدأ بظهور الصحيفة الورقية التي استأثرت بالفضاء الإعلامي لقرون قبل أن يشاركها إياه الراديو و التلفزيون ، بدء بالتمكن من طبع عدد كبير من النسخ في وقت وجيز بفضل مطبعة غوتمبرغ ، و هو ما ساهم في قيام مؤسسات صحفية تضطلع بمهام توزيع المضامين و المحتويات على جمهور بدأ يتكاثر شيئا فشيئا ، وصولا إلى ما شهدته المطبعة من تطورات تقنية بظهور المطبعة البخارية أولا ثم المطبعة الكهربائية بما اكتسبته من تطورات تقنية لاحقا.

و بالموازاة مع التطورات التي شهدتها الصحيفة²، تم اختراع الراديو الذي عرف انطلاقته الفعلية كوسيلة إعلامية جماهيرية عشرينيات القرن الماضي ، و على خطى الراديو و نتيجة لتطور تقنيات التصوير الضوئي و تراكم المعرفة العلمية، ظهرت السينما ثم التلفزيون . و بتزايد التوزيع الجماهيري للصحف و جاذبية الصوت و

¹ يُعتبر اكتشاف الطباعة ثورة الاتصال الثانية، بعد ثورته الأولى المتمثلة في اكتشاف الكتابة، حيث تمّ الانتقال من مرحلة الاتصال الشفهي إلى مرحلة الكتابة " قبل أكثر من خمسة آلاف سنة... إذ حدث الانتقال الأول لعصر الكتابة بين السومريين و المصريين في الهلال الخصيب القديم و الذي يظم الآن أجزاء من تركيا و العراق و إيران و مصر " و قد شهدت الكتابة مراحل تطور متعددة انتقلت بفعلها من الكتابة التصويرية إلى استخدام الحروف المسمارية و الأبجدية للتعبير عن الأصوات استجابة لعاملين رئيسيين يتمثل أولهما في الحاجات الاجتماعية و التجارية و الاقتصادية المختلفة* و يتعلق العامل الثاني بالتقنية حيث تعتبر الكتابة اختراعا بالمعنى التقني للكلمة، إذ تزامن تطور الكتابة مع تطور تقنيات و وسائط حفظ و استرجاع المعلومات من الحجر إلى الطين إلى الورق ، حيث حدثت واحدة من أهم التحولات في وسائط تخزين المعلومات من خلال الانتقال إلى استخدام وسيط أخف و أقدر على الصمود أمام العوامل الطبيعية مما ساهم في إحداث تغيير كبير في المجتمع البشري . و قد أوضح كل من Illich Ivan و Sanders Barry في كتابهما A B C Alphabetization of the Western Mind (أ ب ج تحول العقل الغربي إلى الحروف الأبجدية) كيف غير التحول من الثقافة الشفهية إلى الثقافة المكتوبة أساليب الجنس البشري في فهم الواقع و فهم نفسه و كيف استطاع تنظيم مجتمعاته

واعتبرت مطبعة غوتمبرغ منتصف القرن الخامس عشر ثورة الاتصال الثانية باعتبارها اكتشافا لا يقل أهمية عن الكتابة تبعاً لما نتج عنها من ثورات فكرية و علمية و اجتماعية، إذ رسخت (الطباعة) تحول المجتمع من الاتصال الشفوي إلى الاتصال المكتوب، هذا الأخير الذي أتاح إمكانية تسجيل المعارف السابقة و المستجدة و أسهم في ظهور الصحافة و انتشار التعليم و الثقافة مما أدى إلى إشراك المجتمع في شتى مجالات الحياة بطريقة غير مسبوق في تاريخ الحضارة

² مرت الصحيفة في تطورها التاريخي بعدة مراحل ، حيث أن الصحف في بداياتها الأولى تميزت بعدم انتظام الصدور و اقتصرها على جمهور محدد لذلك اتسمت في هذه المرحلة بصفة النخبوية، و انتقلت في مراحل لاحقة إلى الجماهيرية في ظل التطور الاقتصادي و التجاري و بروز الحاجة الملحة لتسويق السلع و الخدمات عن طريق الإعلان ، إضافة إلى نمو الطبقة المتوسطة التي سعت لتلبية حاجاتها للمعلومات، التي تمكنها من المشاركة في الحياة السياسية خاصة و الاجتماعية عامة، عن طريق قراءة الصحف

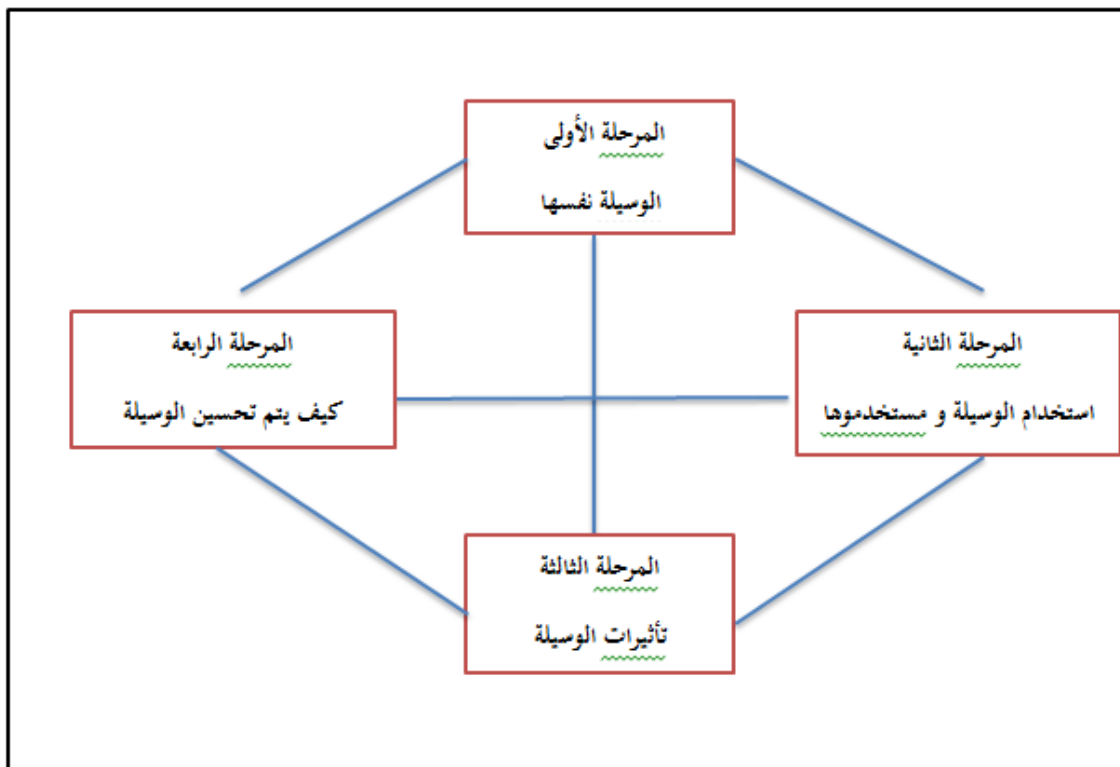
الصورة، وبفعل التغير الاجتماعي الذي حدث على هامش الثورة الصناعية (أوروبا وأمريكا) احتلت كل من الصحافة، الراديو و التلفزيون، و التي باتت تعرف بوسائل الاتصال الجماهيري، مكانة هامة في المجتمع و هو ما دفع الباحثين إلى الاهتمام بدراسة الظاهرة الإعلامية من خلال بحث وسائل الإعلام ذاتها.

و قد ضبط كل من Roger Wimmer و Joseph R Dominick في مؤلفهما Mass Media Research : an Introduction نموذجاً لتطور بحث وسائل الإعلام على النحو الذي يوضحه الشكل رقم (01) حيث يتم مقارنة الوسيلة الإعلامية في كل مرحلة على النحو التالي :

- المرحلة الأولى : و التي يتم فيها الاهتمام البحثي بالوسيلة نفسها من خلال الإجابة على الأسئلة "ما هي الوسيلة؟ كيف تعمل؟ ما هي التكنولوجيا التي تستخدمها؟ كم هي مختلفة عما لدينا فعلاً؟ ما هي الخدمات و الوظائف التي تقدمها؟ و كم هي تكلفتها؟" (Wimmer and Dominick, 2011,p 06)
- المرحلة الثانية: يربط الباحثان بدء هذه المرحلة بمجرد تطوير الوسيلة، حيث تتوفر فيها (المرحلة) قاعدة بيانات حول الوسيلة نفسها و يصبح البحث موجهاً نحو تجميع " معلومات محددة عن استخدام الوسيلة و مستخدميها إجابة عن السؤال : كيف يستخدم الأفراد الوسيلة في الواقع ؟لماذا؟ ما هي الإشاعات التي تقدمها الوسيلة ؟ ما هي أنماط المعلومات و التسلية التي تقدمها الوسيلة ؟ هل كانت التوقعات الأصلية حول استخدام الوسيلة صحيحة؟ ما هي الاستخدامات غير تلك التي جرى توقعها في البحث الأولي؟" (Wimmer and Dominick, 2011,p 07)
- المرحلة الثالثة: تتعلق هذه المرحلة بتقصي "التأثيرات الاجتماعية و النفسية و المادية للوسيلة ، من خلال الإجابة على الأسئلة كم من الوقت يقضي الناس مع الوسيلة ؟هل تحدث الوسيلة تغييراً في وجهات نظر الناس حول أي شيء؟ ما الذي يتوقع مستخدم الوسيلة أن يسمعه أو يراه ؟ هل هناك أي تأثيرات ضارة لها علاقة باستخدام الوسيلة ؟ هل يمكن ظم الوسيلة إلى وسائل أخرى أو تكنولوجيا أخرى لجعلها أكثر فائدة ؟" (Wimmer and Dominick, 2011,p 07)
- المرحلة الرابعة : أما في المرحلة الرابعة فيتم إجراء البحوث العلمية لدراسة سبل تحسين الوسيلة ، سواء تعلق الأمر بالبحوث التي تهتم بمساءلة الطرق الأنجع

لاستخدامها أو تلك التي تستجيب للإشكاليات المطروحة بفعل التطورات التكنولوجية التي تلحق بالوسيلة.

الشكل رقم (01) : نموذج تطور بحوث وسائل الإعلام³



³ Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick. (2011). **Mass Media Research: An Introduction**. Wadsworth: Cengage Learning. p.07

المدخل الأساسية في بحوث الصحافة
ماستر 1 الصحافة المطبوعة والإلكترونية
د/ سعاد ولد جاب الله
