

المحاضرة 14 :

مجالات وتخصصات البحث في علوم الاعلام والاتصال:

واجهت علوم الاعلام والاتصال خلال تطورها صعوبات كبيرة على مستوى استقلالية موضوعاتها حيازة ادواتها، ادواتها التحليلية الخاصة بها، وتمكنها من نظرياتها ذات العلاقة بمعارفها، وبالرغم من هذه الصعوبات إلا ان الاهتمامات المتنوعة بوسائل الاعلام ونشاطها العام داخل المجتمع جعلت البحث في علوم الاعلام والاتصال ممكنا بالصورة التي هو عليها اليوم وذلك بعد تحديد مجاله من طرف الباحثين.

-تعريف علوم الاعلام والاتصال:

يشير هذا المصطلح او المفهوم الى العلوم التي تهتم بدراسة الكيفية او الطريقة التي من خلالها يتم نقل الرسالة الى الجمهور، وترتبط هذه العملية بالقائم بالاتصال(المرسل، المصدر) الذي يقدم الرسالة في حد ذاتها، ووسيلة الاتصال، والاثر الممكن للرسالة على الجمهور المتلقي. ويرى فرنسيس بال بأن هذه العلوم هي تخصص امريكي في اصولها على الاقل، وتعود الدراسات الاولى لكل من: كارل هوفلاند، بول لازارسفيلد، هارولد لاسويل، كورت لوين الذين اعطوا للدراسات حول وسائل الاتصال الجماهيري المبرر العلمي الذي كانت تفتقد اليه، فمع تراكم هذه البحوث جعلوا من دراسة الاتصال الجماهيري علما قائما بذاته.

ولهذا فان علوم الاعلام والاتصال ارتبطت تاريخيا بالدراسات الاولى حول وسائل الاتصال الجماهيري في و.م.أ، وكانت هذه الدراسات وطبيعتها الامبريقية هي السائدة والغالبة في الدراسات الاعلامية حتى في اوربا التي عانى ميدان الاتصال فيها من ازمة الهوية لمدة زمنية معتبرة، فلم تصل الدراسات الاعلامية فيها مستوى الرواج الذي ساد في أمريكا وهو ما دفع كارل نورد سيتسونج بقول بأن : الميدان الاوربي ليس مصدر ثريا للتمرن الثقافي اذ لا يوجد عادة إلا مصدر او مصدرين للدراسات الاعلامية في البلد الواحد

في الحقيقة ان ابحاث الاعلام والاتصال تهتم اساسا ب :

- دراسة الاتصال الجماهيري، معرفة تنظيم مؤسسات الاعلام والاتصال واساليب السيطرة الاجتماعية عليها.

- مركز المؤسسة في التنظيم الاجتماعي العام (المجتمع)، وظيفتها وجمهورها ومسؤوليتها وطريقة قيامها بتلك المسؤوليات ودراسة طبيعة التأثير والسيبل الى تحقيق فاعلية الاتصال واختيار الوسائل الملائمة و طبيعة كل وسيلة ونوع الجمهور المستقبل لها ومشكلة نقل المعاني

الملاحظ ان التطور التاريخي لجميع العلوم يكاد يكون نفسه فهو يمر بثلاث مراحل رئيسية هي :

***المرحلة الاولى** وتسمى **المرحلة الفلسفية** : وهي التي تنتهي بالتوصل الى اتفاق عام على بعض المفاهيم والمبادئ الاساسية وبعض طرق واساليب البحث اي ان التركيز فيها يكون منصبا على تحديد نواحي الاهتمام الاساسية فيسود الاهتمام بتكوين مفاهيم كلية او افتراضات اساسية كما يعاد النظر في طرق واساليب البحث التي يمكن بواسطتها تجميع المعلومات او الحقائق عن ذلك العلم.

***المرحلة الثانية** هي **المرحلة التجريبية** : وهي التي يتم فيها تجريب او التأكد من المفاهيم والمعلومات النظرية التي تم الاتفاق عليها في المرحلة السابقة وذلك باستعمال القياس العلمي وهنا يتم الانتقال من التعميمات الى الجزئيات والتفاصيل.

***المرحلة الثالثة** : وهي المرحلة التي يتم فيها الخروج بنظريات او اقتراحات جديدة تؤددة مرة اخرى الى تقدم الأبحاث التجريبية ويؤدي هذا التقدم في النهاية الى ظهور مشاكل اساسية.

6- كيف ظهرت بحوث الاعلام؟ (كيف تطورت الابحاث الاعلامية؟)

في البداية لا بد من الاشارة الى ان علوم الاعلام والاتصال واجهت في البداية جملة من الصعوبات اخرجت او بالأحرى لم تعجل بظهورها ولعل ابرزها :

- الارتباط الوثيق لعلوم الاعلام والاتصال بالعلوم الاجتماعية الاخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس وعلم النفس الاجتماعي، وما يفسر ذلك هو ان رواد هذا العلم (علم الاعلام والاتصال) كانوا ينتمون الى العلوم السالفة الذكر.

- التأخر في وضع نظريات خاصة بهذه العلوم (علوم الاعلام والاتصال) بالإضافة الى الغموض النظري والمنهجي لبحوث الاعلام والذي مرده الخلط بين وظيفة الاعلام والاتصال في حد ذاتها وبين الدور الذي يمكن ان تؤديه بحوث الاعلام في اطار الوظيفة الاعلامية او الاتصالية.

- النمو غير المتوازن بين مفهوم الاعلام والاتصال وبحث الاعلام، فالتطور الملحوظ للإعلام في السنوات الاخيرة وازدياد دوره واستخداماته الحيوية في مجالات التنمية لم يواكبه تقدم ملحوظ في بحوث الاعلام وعلى الاخص من حيث النوعية.

6-1 تعريف بحوث الاعلام:

يعرفها الدكتور **سمير محمد حسين** على انها: هي الاطار الموضوعي الذي ينظم كافة الانشطة والعمليات الاعلامية والاتصالية وهي الجهود المنظمة الدقيقة التي تستهدف توفير المعلومات عن الجمهور الموجه اليه الرسالة الاعلامية وقنوات الاتصال ووسائله والتي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط الجهود الاعلامية والاتصالية كما أن مهمتها تبدأ قبل بدء الجهود الاعلامية وتستمر باستمرارها وتقيس فعاليتها قياسا مرحليا وشاملا، كما تشمل خدماتها كافة العناصر الداخلة في العملية الاتصالية كالجمهور والوسائل والرسائل والمصادر والتأثيرات

المستهدفة بطريقة متوازنة ومتكافئة، وهكذا فإنها تعين مخططي الاستراتيجيات الاعلامية في تحديد المداخلات الاعلامية الصحيحة، وفي التعرف على المخرجات المتحققة ومدى مطابقتها للأهداف المحددة سلفا مما يسهم كافة الجهود الاعلامية وتطويرها وتميئتها باستمرار.

يؤدي الاستخدام الواعي المنتظم للبحوث الاعلامية الى تحقيق العديد من الاهداف منها :

- المساهمة في دعم المعرفة الاعلامية و اثرائها.

- ترشيد السياسات الاعلامية.

- تأسيس عملية اتخاذ القرارات و.رسم الاستراتيجيات الاعلامية على اسس موضوعية سليمة.

6-2 أنواع البحوث الاعلامية :

هناك انواع مختلفة للبحوث الاعلامية نذكر فيها ما يلي :

ا/ بحوث تستهدف توفير معلومات وبيانات عن العوامل والمتغيرات المؤثرة في الاعلام والاتصال بال جماهير والكشف عن الدور الاجتماعي والثقافي والتعليمي والتربوي للإعلام، هذه البحوث تستهدف الكشف والتعرف على المتغيرات البيئية والاجتماعية والثقافية والاقتصادية والسياسية العامة التي تؤثر في النشاط الاعلامي والعلاقات التركيبية بين هذه العوامل، والمتغيرات من جهة والسياسات الاعلامية العامة التي تؤثر في النشاط الاعلامي والعلاقات التركيبية بين هذه العوامل والمتغيرات من جهة والسياسات الاعلامية والاتصالية واساليب وطرائق تنفيذها من جهة اخرى.

ب/ بحوث تستهدف التعرف على اتجاهات جمهور المستفيدين من الخدمات الاعلامية وخصائصهم وأنماط استفادتهم من هذه الوسائل ويشمل هذا النوع من البحوث المجالات التالية :
بحوث الرأي العام، بحوث خصائص الجمهور، بحوث أنماط التعرض للرسالة الاعلامية (القراءة، الاستماع، المشاهدة).

ج/ بحوث تستهدف التعرف على خصائص الوسائل الاعلامية والقائمين بالاتصال واساليب الممارسات الاعلامية، وتهدف هذه البحوث الكشف او التعرف على نوع الوسيلة الاعلامية وخصائصها بهدف تقسيمها.

د/ بحوث تستهدف دراسة المواد الاعلامية وتحليلها وتشمل نطاقين اساسيين هما:

1-النطاق الخاص بالدراسات القبليية التي تستهدف التعرف على مدى توافر معلومات معينة

لدى الجماهير.

2-بحوث تحليل المضمون

ه/ بحوث قياس عائد الجهود الاعلامية و تقييم اثر الاعلام، وهي البحوث التي تقيس التأثيرات التي تحققت نتيجة الجهود الاعلامية كمخرجات الاتصالية باعتبار ان غاية الاعلام تتمثل في تحقيق الاهداف المحددة سلفا للبرنامج او لمجموعة البرامج الاعلامية

و/ بحوث تستهدف تقييم اثر الجهود الاعلامية غير المحلية الاقليمية والدولية على الاوضاع الاعلامية الوطنية في المجتمعات المختلفة.

6-3 العوامل الموضوعية لظهور بحوث الاعلام:

أ/ **العامل السياسي** : والمتمثل في ظاهرة الدعاية وهذه الاخيرة ظهرت بمعناها الحديث منذ ح ع 1 خاصة في اوربا مع الحركة النازية والفاشية التي استعملت وسائل الاعلام الصحافة السينما الراديو كوسائل للممارسات الدعائية من اجل التحكم ومراقبة الانظمة السياسية ولذلك ظهرت لأول مرة دراسات تحليل المضمون كنتيجة للتخوف من المضامين الدعائية.

ب/ **العامل الاجتماعي الثقافي**: (الاشكالية الثقافية، الاجتماعية، الحضارية) : و هذا العامل تعلق اساسا بمضمون وسائل الاعلام والاتصال التي كانت محل انتقاد النخبة على اعتبار انها ادت الى تدهور المستوى الثقافي، وهذا ما أدى الى بروز البحوث التي تعني بدراسات التأثير.

ج/ **العامل التجاري**: وارتبط اساسا بظاهرة الاشهار، حيث سعت الوسائل الى معرفة جمهورها وهو ما ادى الى ظهور البحوث المتعلقة بالجمهور.

د/ **العامل العلمي الاكاديمي**: وهو مرتبط بالعوامل السابقة حيث تطورت أساليب قياس الرأي العام المتمثلة في: الاستفتاء، الدراسات المسحية و تحليل المضمون، كما تم استحداث آلات لإيجاد النتائج بسرعة، وظهرت الدراسات الاحصائية وسبر الآراء.