

المحاضرة الثالثة . مدخل إلى البحث العلمي الإعلامي

تعد البحوث الإعلامية من البحوث العلمية التي لاققت اهتماما كبيرا و اكتسبت أهمية خاصة منذ مطلع القرن العشرين نظرا لتطور وسائل الإعلام الجماهيرية التي أدت إلى البدء في الاهتمام بدراسة تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية و ظهور بعض العوامل التي ساعدت على الاهتمام بهذه البحوث و أهمها ازدهار الدعاية التي رافقت الحربين الأولى و الثانية التي لها تأثير واضح في تقدم مجال دراسة الدعاية و أنواعها و بالأخص الدعاية المضادة و دخول الإعلان كعامل اقتصادي هام ضمن اقتصاديات الصحف و الإذاعة الأمر الذي أدى إلى دعم الأبحاث في مجال اختبار تأثيرات وسائل الإعلام بالإضافة إلى الدراسات التي أجريت على الحملات الانتخابية في الراديو و التلفزيون حيث أسهمت هذه العوامل جميعها في تطوير البحوث الإعلامية .

حيث استمرت الدراسات الإعلامية التي يغلب عليها الطابع التاريخي و الفلسفي و القانوني و الأدبي ضمن الأبحاث الإنسانية و الاجتماعية الأخرى معتمدة على الحدس و التخمين ثم برزت بعض المحاولات لتطبيق أساليب جديدة أكثر موضوعية في البحوث الإعلامية من أشهرها "ولتر ليبمان" WALTER LEBMAN كتابه الرأي العام عام 1922 الذي كان من المحاولات الأساسية فشلت لاعتماد أصحابها على مفاهيم غامضة إلا أن انتقال البحث العلمي في العلوم الاجتماعية خلال القرن العشرين من مرحلة التخمين و الحدس إلى مرحلة الدراسات التجريبية التي ابتدأت بعلم الاجتماع بعد التحول الكبير الذي أحدثته التصنيع في الدول الغربية و ظهور مجتمعات المدن الكبيرة و تعقد العلاقات الاجتماعية و ظهور مشاكل متنوعة مثل النمو السكاني و البطالة و السكن و التموين و الآفات الاجتماعية خلال القرن العشرين كان لها الأثر البالغ في تطور أبحاث الإعلام و الاتصال .

كما أن ارتباط ظاهرة الإعلام و الاتصال بدراسة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور جعلها موضع العديد من الاهتمامات الموزعة على أكثر من تخصص علمي جعل أبحاث الإعلام و الاتصال تواجه صعوبات كبيرة تمثلت في الغموض المنهجي و النظري الذي تسبب في عدم إمكانية تحديد مفهوم علمي لها على نحو يسمح للباحثين من تحديد موضوعاتها بصورة مستقلة و إيجاد المناهج و الأدوات الخاصة بها .

و على الرغم من الصعوبات التي واجهتها البحوث العلمية و نظرا للدور الذي تقوم به وسائل الإعلام و الاتصال داخل المجتمعات في كل المجالات أدى إلى وجود وعي متزايد بمشكلات و قضايا الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام حيث تجلى هذا الوعي باهتمام الحكومات بوسائل الاتصال الجماهيري بفعل الدور الكبير الذي تؤديه خاصة على مستوى تكوين الرأي العام و الترويج السلمي و الخدمات أيضا و في تأسيس العديد من المعاهد و الكليات و مراكز التدريس و التدريب و البحث المتخصصة في الإعلام و الاتصال خلال الخمسينات من القرن الماضي إضافة إلى الجهود البحثية التي بذلت و ما قام به الباحث لازويل من جهود أسفرت عن ميلاد أسلوب تحليل مضمون بمفهومه الكمي الحالي و كذا بحوث وسائل الإعلام و المجتمع لعالم النفس الاجتماعي بول لازارسفيلد PAUL LAZARSFELD منذ سنة 1933 التي ركز فيها على دراسة الرأي العام و تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية .

حيث لم تشهد أنواع البحوث العلمية أي جدل و نقاش كالتي شهدته البحوث الإعلامية نظرا لطبيعة و قدرة وسائل الإعلام في التأثير في المجتمعات و الأفراد التي تحظى باهتمام العديد من المؤسسات سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو تعليمية و غيرها حيث تتعرض وسائل الإعلام إلى الكثير من الشك و الإيهام بعدم الموضوعية و التحيز مما تسبب في نقدها حتى و إن اعترفنا بالتأثير القائم لهذه الوسائل سلبيا أو ايجابيا .

1-2 تاريخ تطور البحوث الإعلامية :

إن تطور نظريات و مناهج العلوم الاجتماعية و الإنسانية و السلوكية في القرن التاسع عشر و المرتبطة بتطور العلوم البيولوجية و الطبيعية حتى أصبحت واقعا ملموسا مع مطلع القرن العشرين بعد تطور التقنيات العلمية للاحتتمالات الإحصائية و بعد ذلك تلاحقت الأبحاث و التطورات العلمية التي اعتمدت أساسا على نظريات تأثير وسائل الإعلام المستمدة من المجتمع الجماهيري و التي تقوم في فراغ نظري إنما يلزمها أن ترتكز على نظريات و فرضيات تعتمد عليها .

أولاً. تعتبر الحرب العالمية الأولى البداية الحقيقية لبحوث الإعلام بشكل علمي :

عندما اكتشفت الدول الكبرى تأثير الإعلام خاصة بريطانيا كسلاح للتأثير على عقول الجماهير عن طريق الدعاية المنظمة من خلال الإعلام الموجه وازداد الاهتمام بعد ذلك بدراسة الإعلام بشكل لم يسبق له نظير ، إلا أن الدفعة القوية للبحث العلمي في مجال وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية بدأت مع اهتمام الحكومات بالدعاية خلال الحرب لدراسة الروح المعنوية للقوات المسلحة والمدنيين وسيكولوجية القيادة ومشاكلها والعلاقة بين الضباط والجنود وما رفقها من حجة للأبحاث التجريبية و كان هذا الاهتمام بمثابة الحافز الذي دفع الباحثين إلى خوض مجال السياسية و علم النفس ، و قد ظهرت أسماء جديدة من الباحثين العلميين مثل : جون لونج - بارنيز - وريس - أبراهام ليسكي - رالف كيس - ايفي لي وغيرهم .

كما لفتت الحرب العالمية الأولى أنظار الباحثين إلى أبعاد جديدة للعمل الدعائي وازداد الاهتمام بوسائل الاتصال والإعلام وأساليب التأثير على الرأي العام و اعتبرت الفترة الممتدة من عام 1920 و حتى عام 1930 نقطة التحول الهامة على طريق الدراسات العلمية الإعلامية و بداية حقيقية لتطبيق مناهج البحث التجريبية الحديثة في مجال دراسة الاتصال والإعلام ووسائله و أساليبه و تقنياته .

كما كان لنجاح الدعاية السوفييتية و الفاشية الابطالية في استخدام الدعاية كسلاح من أسلحة السياسة الخارجية للدولة و كوسيلة ناجحة للسيطرة على الجماهير إضافة إلى التقدم الهائل للإعلان التجاري في الولايات المتحدة الأمريكية .

ثانياً. ظهور الإعلان و فن التسويق :

بعد انتشار وسائل الإعلام الجماهيرية و بعد أن تغير مفهوم الإعلان من مجرد وسيلة لتوفير المعلومات عن المنتجات إلى تمجيد السلع و زيادة عدد المستهلكين حيث أصبح فن التسويق قادراً على تحديد ما يقوله المعلنون و كيف و كم و بأي وسيلة و لمن ... و بالتالي ظهرت الحاجة إلى معرفة تركيبة الجمهور و استجاباته و وفق قياسات علمية دقيقة حينما بدأ الباحثون بدراسة الجمهور و محتوى وسائل الإعلام و أثرها عليهم

فظهر الإعلان فرض الحاجة إلى ضرورة استخدام طرق جديدة في البحث العلمي لمعرفة أفضل طرق جذب المعلنين شهدت عشرينات القرن العشرين بداية تطبيق أساليب حديثة في البحث الميداني لدراسة سلوك المستهلكين و اهتمامات قراء الصحف و المجلات و مستمعي الراديو و رواد صالات السينما و الرأي العام كما شهدت بعض الدراسات الإحصائية و محاولات لقياس الآراء و الاتجاهات لعب فيها الباحثان " لويس ثرستون" في مجال علم النفس و "ستيوارت رايس" في مجال السياسة و الإحصاء دوراً بارزاً .

ثالثاً . اندلاع الحرب العالمية الثانية كانت السبب الرئيسي لاستخدام الإذاعات المسموعة

الدولية الموجهة كسلاح من الأسلحة الهامة في الحرب استعملتها الدول الكبرى آنذاك كإيطاليا الفاشية و ألمانيا النازية و اليابان و الاتحاد السوفييتي و بريطانيا و فرنسا و الولايات المتحدة الأمريكية ، حيث بدأت هذه الإذاعات بالبحث باللغات الأجنبية المختلفة . يهدف التأثير على شعوب الدول الأخرى و كسب الرأي العام العالمي لصالح قضاياها و مصالحها في العالم

2-3 العوامل المساعدة على تطوير البحوث العلمية الإعلامية :

- ازدياد اهتمام الحكومات بالدعاية التي أدت إلى تطوير مناهج البحث و تطبيقاتها على نطاق واسع لقياس تأثير المادة الإعلامية إضافة إلى انتشار دراسات التسويق و الإعلان على نطاق أوسع .
- خوف الدول الديمقراطية من السيطرة السياسية على وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيرية و استخدامهم لوسائل الإعلام لدعم نفوذهم السياسي في الداخل و الخارج .
- تركيز ملكية وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيرية المقروءة و المسموعة و المرئية في أيدي القلة من المالكين في الولايات المتحدة الأمريكية و أوروبا أدى إلى انعدام المنافسة في السوق الإعلامية في الدول الغربية و انتشار ما يسمى بالاحتكار الإعلامي

- اشتداد المنافسة بين وسائل الاتصال و الإعلام الجماهيرية المقروءة و المسموعة و المرئية للحصول على أكبر قدر من الدخل و التمويل ، عن طريق جذب الإعلانات و الدعاية إليها.
- أدى الاهتمام بدراسة التأثير السياسي لوسائل الاتصال و الإعلام الجماهيرية و خاصة أثناء الحملات الانتخابية في و.م. أ إلى دفع العديد من مراكز الدراسات و الأبحاث ، كمركز الدراسات الاجتماعية و التطبيقية بجامعة كولومبيا و مؤسسات البحث العلمي في بيل و ستانفورد... للقيام بدراسات حول الاتصال الشخصي في المجتمعات المتقدمة و دور الجماعة في التأثير على أعضائها و تأثير الإشاعة و من الأساليب الشهيرة المتبعة في ثلاثينات القرن العشرين كان أسلوب " جورج جالوب " في قياس اهتمامات قراء الصحف و الذي عرف باسم أسلوب التعرف و استخدمته مؤسسة أبحاث الإعلان في دراستها المستمرة لقراء الصحف في الفترة من عام 1939 و حتى عام 1953.
- البدء في التعاون بين مؤسسات التعليم العالي و هيئات البحث العلمي في النصف الثاني من القرن العشرين في مجال الدراسات الإعلامية ، حيث أدى إلى تراكم معرفي في هذا المجال ، من أبرزها البحث الذي موله معهد الصحافة الدولي في زيوريخ الذي درس طبيعة الأخبار الدولية على عينة من صحف كل من الولايات المتحدة الأمريكية تحت عنوان " تدفق الأخبار " عام 1953 و كذا تم وضع عدة نماذج لشرح عملية الاتصال الجماهيري
- التطورات الحديثة و الهائلة لوسائل الإعلام الجماهيرية في نهاية القرن العشرين و خروجها من إطار المحلية إلى إطار الدولية أدى إلى تركيز الباحثين على دراسات الاتصال و الإعلام الدولي و ما نتج عن ذلك من مشاكل معقدة تحتاج إلى فهم المتغيرات التي طرأت على نظم الاتصال و الإعلام الجماهيري .