

## المحاضرة الاولى: مدخل الى بحوث الاعلام

1. البحث العلمي والدراسات الاعلامية
2. العوامل التي ساهمت في ظهور بحوث الاعلام
3. مراحل تطور بحوث الاعلام

## 1. البحث العلمي والدراسات الاعلامية :

يعرّف البحث العلمي على أنه نشاط منظم ومحدد، نقدي وتطبيقي يسعى إلى كشف الحقائق ومعرفة الارتباط بينها، ثم استخلاص المبادئ العامة والقوانين التفسيرية. أو هو التحقق المنظم في موضوع ما أو قضايا فرضية للكشف عن الحقائق أو النظريات وتطويرها.

وفي هذا الاطار يمكن تعريف البحث في مجال الاعلام والاتصال بأنه: النشاط العلمي المنظم للكشف عن الظواهر الاعلامية والحقائق المتصلة بالعملية الاعلامية وأطرافها والعلاقات بينها وأهدافها، والسياقات الاجتماعية التي تتفاعل معها من أجل تحقيق هذه الاهداف، ووصف هذه الحقائق وتفسيرها والتوقع باتجاهات الحركة فيها.

## 2. العوامل التي ساهمت في ظهور بحوث الاعلام:

### العامل السياسي :

لقد لعبت وسائل الاعلام عامة والاذاعة بشكل خاص اثناء الحروب ومنذ الحرب العالمية تحديدا دورا دعائيا رئيسيا في إقناع الناس على مساندة الحرب سواء بالانضمام الى صفوف الجيش او بتوفير الموارد الأولية للحرب. كما عملت على شحن الجماهير ضد العدو وإحباط هذا الأخير معنويا. وفي ظل هذا التأثير قام العديد من الباحثين بتحليل مضامين الرسائل الدعائية، وفي سنة 1927 نشر العالم هارولد لاسويل كتابه حول تقنيات الدعاية. وفي أثناء الحرب العالمية الثانية كلفت الحكومة الامريكية نخبة من الباحثين بدراسة الدعاية النازية وتم تأسيس معهد الدراسات الدعائية بأمريكا.

### العامل الثقافي والاجتماعي:

حُمّلت وسائل الإعلام مسؤولية رداءة الذوق العام واتهمت بتحفيزها على ارتكاب الجريمة ومخالفة المعايير الأخلاقية للمجتمع، كما انتقدت لبثها المحتوى الترفيهي ذو المضمون التافه وكذلك إذاعة الأنباء السطحية وترويجها للعنف. هذه الاتجاهات المعارضة ساهمت في ظهور بحوث عديدة حول التأثير السلبي لوسائل الاعلام على المجتمع.

## العامل الاقتصادي:

إن ظهور الاذاعة كوسيلة جديدة للإعلان دفعت بالمؤسسات التجارية لحشد الامكانيات المادية لإجراء بحوث عن الجمهور لمعرفة احتياجاته وأنماط استهلاكه, فالراديو مثلاً لم يكن لديه شبك تذاكر مثل السينما أو أوراق توزيع مثل الصحف, لذلك اضطر المسؤولون إلى استخدام الأساليب الإستقصائية لجمع معلومات حول المستمعين.

## العامل الأكاديمي:

إن تطور طرق البحث وأدواته في العلوم الاجتماعية وتطور أساليب القياس انعكس بالإيجاب على البحث في مجال الإعلام والاتصال, حيث زاد الاهتمام في عشرينيات القرن 20 بالدراسات الاحصائية الكمية وبقياس الاتجاهات والآراء. وكان للباحث لويس ثرستون في علم النفس وستيوارت رايس في الإحصاء والسياسة دور مهم في ذلك. وتعددت الهيئات التي تقوم بقياس الرأي (جالوب- روبر- كروسلي) كما ظهرت مجلات إعلامية مثل مجلة الصحافة عام 1925 لنشر الأبحاث العلمية, وفي الخمسينيات تعاونت الهيئات الأكاديمية والمعاهد العلمية في إجراء الأبحاث. وتطورت طرق إعداد الاستقصاءات خاصة مع اختراع آلات لإخراج النتائج بسرعة وتلخيص كميات كبيرة من المعلومات. كما ساعد الاهتمام بالاذاعات الموجهة على تطوير أساليب تحليل مضمون الدعاية بوسائل كمية وموضوعية.

## 3. مراحل تطور بحوث الاعلام :

لقد مرت بحوث الاعلام بمراحل عديدة وسادت كل منها أدوات بحثية ومناهج ومفاهيم ونظريات معينة, وهناك تقسيمات مختلفة لهذه المراحل أبرزها تقسيم الباحث دينس ماكويل الذي حدد ثلاث مراحل بارزة لتطور بحوث التأثير وتمثل في :

## المرحلة الأولى :

تجدر الإشارة الى ان الدراسات الاعلامية ركزت في بدايتها على الجوانب الفلسفية والتاريخية والادبية, حيث تناولت تاريخ الصحافة والفرق بين اللغة الاعلامية والادبية, واهتمت أيضاً بمفاهيم فلسفية مثل حرية الصحافة وحق الأفراد في نشر آرائهم دون تدخل السلطة. وتطورت هذه الأبحاث لتتحول من الطابع الكيفي (الوصفي والتاريخي والفلسفي) إلى الطابع الكمي, حيث استفادت من مناهج العلوم السلوكية وأصبحت تستخدم الإحصاءات والرياضيات إلى جانب توظيفها للأبحاث الميدانية والتجارب العملية والعينات في عمليات القياس بدلا من الحدس والتخمين

والانطباعات الذاتية. لهذا السبب وقعت في بدايتها تحت تأثير النزعة التجريبية والنماذج الرياضية وكذا الميل إلى محاكاة العلوم الطبيعية في تعميم النتائج، ومن هنا جاءت فرضيات نظرية الرصاصة السحرية. وتمتد من بداية القرن العشرين حتى عام 1939 وتطورت في أوروبا وأمريكا الشمالية، سادت فكرة قوة وسائل الإعلام الهائلة في التأثير في تشكيل الآراء والمعتقدات وتغيير العادات والسلوك لدى الجمهور الذي يمثل حشدا من أفراد منعزلين او ذرات مبعثرة تقتقد إلى العلاقات الاجتماعية وتستجيب بطريقة مباشرة وموحدة للمضامين الإعلامية.

### المرحلة الثانية :

بدأت من عام 1940 إلى غاية أوائل التسعينيات من القرن العشرين، واتضحت ملامحها بفضل الدراسات التي قام بها لازرسفيلد عن انتخابات الرئاسة الأمريكية عامي 1940 و1948، وعززت بدراسات كل من بيرسلون عام 1954 والبرنامج البحثي الذي أشرف عليه هوفلاند لاستخدام الأفلام في تدريب الجنود الأمريكيين وتكوين عقائدهم. وقد زاد اعتماد هذه الدراسات على البحث الامبريقي الاجتماعي، واستفادت من نتائج بحوث ونظريات علم النفس وعلم الاجتماع حيث شكلت الاختلافات الفردية والفتنات الاجتماعية منظورا جديدا لدراسة التأثير، وبالتالي تقلص الاعتقاد بصحة نظرية الرصاصة السحرية.

وأجريت دراسات أخرى خارج الولايات المتحدة قام بها ترنمان وماكويل توصلت إلى التأثير المحدود لوسائل الإعلام إذ لا تعتبر هذه الأخيرة سببا مباشرا في حدوث الجريمة كما انها لا تعمل بشكل مستقل في تغيير الآراء والاتجاهات. ويؤكد كلابر هذه الفكرة بقوله " إن وسائل الإعلام لا تعمل عادة كسبب كاف وضروري لإحداث تأثيرات عند الجمهور لكنها تعمل من خلال سلسلة مترابطة من العوامل الوسيطة ". وعبر كاتز عن فكرة التأثير المحدود او نسبته بقوله: "إن بعض أنواع الاتصال بالنسبة لبعض انواع القضايا التي تعرض تحت ظروف معينة على بعض من أنواع النس يمكن أن يكون لها بعض التأثير على هؤلاء الناس".

### المرحلة الثالثة :

وتمتد هذه المرحلة إلى السبعينيات من القرن العشرين وجاء التأكيد على أهمية دراسة التأثير في إطار الاستعدادات الشخصية والمواقف الاجتماعية. كما قامت على انتقاد نماذج البحث ومناهجه لتركيزها على دراسة التغييرات السريعة، وبالتالي أجريت خلال هذه المرحلة العديد من البحوث التي تدرس التأثيرات طويلة الأمد التي تحدث للناس في سياقهم الاجتماعي، كما تم الأخذ بعين الاعتبار دوافع الفرد واستخداماته كعوامل وسيطة لحدوث التأثير، إلى جانب الاهتمام

ببنية القيم والاتجاهات السائدة في المجتمع أكثر من الحالات الفردية. وتم إجراء دراسات حول طبيعة المضمون الذي تقدمه وسائل الاعلام بدراسة اللغة والرموز المستخدمة وكذلك دراسة القائم بالاتصال ووظائف الاعلام. وخلال هذه المرحلة عاد الاهتمام ببحث قوة تأثير وسائل الاعلام باعتبار هذه الأخيرة من أهم مصادر المعلومات.