

المحاضرة الأولى: مفهوم الاعلام والاتصال

تمهيد

لقد رأينا في السداسي الأول مفهومي الاعلام والاتصال والمفاهيم المشابهة لهما، حتى نرفع اللبس عن هذين المفهومين وندرك تمام الادراك خصائص كل منهما والتفرقة بينهما وبين المفاهيم المشابهة لهما، لنتناول خلال هذا السداسي مجالات وتخصصات البحث في علوم الاعلام والاتصال والتي في الحقيقة جاءت متأخرة بمقارنة الى النمو المتسارع لمفهومي الاعلام والاتصال، فالنظم الإعلامية وعلاقتها بالسلطة ليتم التعرف في وقت لاحق عن مختلف النظريات الاتصالية المتعلقة بهذا العلم الحديث .

1- مجالات وتخصصات البحث في علوم الاعلام والاتصال:

1-1 تعريف بحوث الاعلام والاتصال:

واجهت علوم الاعلام والاتصال في بدايتها العديد من الصعوبات أخرت من ظهورها ويمكننا ذكر أهمها وهي:

- ارتباط الاتصال وتقاطعته مع مجموعة من العلوم، فهو علم يلتقي بالكثير من التخصصات العلمية، فقد أثارت سيرورة الاتصال اهتمام الكثير من العلوم المتنوعة، ابتداءا بالفلسفة، والتاريخ، والجغرافيا، وعلم النفس، والسيبولوجيا و الأنطولوجيا، والاقتصاد، مروا بالعلوم السياسية وعلم الأحياء، وصولا الى السيبرنيطيقيا(التحكم الالي)...¹ ولعل الرواد الأوائل المؤسسين لعلوم الاعلام والاتصال المنتمين الى العلوم الأخرى السالفة الذكر، خير دليل على ذلك.
 - التأخر في وضع نظريات خاصة بعلوم الاعلام والاتصال مقارنة بالعلوم الأخرى.
 - النمو غير المتوازن بين مفهوم الاعلام والاتصال وبحوث الاعلام، فالتطور المسجل للإعلام في السنوات الأخيرة وازدياد دوره واستخداماته في مجال التنمية لم يوكبه تقدم ملحوظ في بحوث الاعلام خاصة منها البحوث الكيفية (من حيث النوع) مقارنة بالبحوث الكمية.
- ويمكننا بعد هذا التقديم محاولة تعريف بحوث الاعلام والاتصال، مع التأكيد على صعوبة الأمر، لنقول على أنها الاطار الموضوعي الذي ينظم كافة الأنشطة والعمليات الاعلامية والاتصالية، وهي بذلك تلك الجهود المنظمة الدقيقة التي تسعى الى توفير المعلومات عن الجمهور الموجه اليه الرسالة الإعلامية، وقنوات الاتصال والتي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط

الجهود الإعلامية والاتصالية، كما تشمل مختلف عناصرها المكونة لها انطلاقاً من الوسيلة ، فالرسالة والمصادر ، والجمهور المتلقي للعملية الإعلامية والاتصالية وصولاً الى التأثيرات المستهدفة.

1-2 أنواع البحوث الإعلامية:

هناك أنواع مختلفة للبحوث الإعلامية نذكر فيها ما يلي:

أ- بحوث تستهدف توفير معلومات وبيانات عن العوامل والمتغيرات المؤثرة في الاعلام والاتصال بالجمهور 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 الإعلامي والعلاقات التركيبية بين هذه العوامل، والمتغيرات من جهة والسياسات الإعلامية التي تؤثر في النشاط الإعلامي والعلاقات التركيبية بين هذه العوامل و المتغيرات من جهة والسياسات الإعلامية والاتصالية وأساليب وطرائق تنفيذها من جهة أخرى.

ب- بحوث تستهدف التعرف على اتجاهات جمهور المتلقين للرسائل الإعلامية وخصائصهم وأنماط استفادتهم من هذه الوسائل ويشمل هذا النوع من البحوث المجالات التالية: بحوث الرأي العام، بحوث خصائص الجمهور، بحوث أنماط التعرض للرسالة الإعلامية .

ج- بحوث تستهدف التعرف على خصائص وسائل الاعلام والقائمين بالاتصال وأساليب الممارسات الإعلامية، للكشف أو التعرف على نوع الوسيلة الإعلامية وخصائصها .

د- بحوث تستهدف دراسة الرسالة الإعلامية وتليلها وتشمل مجالين إثنين ، الأول تلك التي تخص الدراسات القبلية التي تسعى الى التعرف على مدى توفر معلومات معينة لدى الجماهير . وبعث تحليل المضمون.

هـ- بحوث قياس عائد الجهود الإعلامية وتقييم اثر الاعلام، وهي البحوث التي تقيس التأثيرات التي تحققت نتيجة الجهود الإعلامية كمخرجات إتصالية .

و- بحوث تستهدف تقييم أثر الجهود الاعلامية غير المحلية الإقليمية والدولية على الأوضاع الإعلامية الوطنية في المجتمعات المختلفة.

3-1 عوامل ظهور بحوث الاعلام والاتصال:

أ-العامل السياسي: يعود ظهور المفاهيم الأولى لتيار بحوث علوم الاعلام والاتصال لا سيما بحوث وسائل الاتصال الجماهيري لسنة 1927، حيث قام المنظر هارولد لازويل بقراءة للحرب العالمية الأولى(1914 - 1918) التي أظهرت أن وسائل الاعلام والاتصال قد أصبحت أدوات ضرورية في "إدارة الرأي العام من طرف الحكومات". وقد عرفت وسائل الاعلام والاتصال خلال هذه الفترة قفزة واسعة لم تعرفها من قبل انطلاقا من التلفون مرورا بالسينما وصولا الى الإذاعة. واعتبر المفكر لازويل أن الدعاية تتناغم مع الديمقراطية. وبذلك تم استخدام مختلف وسائل الاعلام لتمرير رسائل دعائية خاصة في أوروبا مع النازية والفاشية².

العامل الاجتماعي الثقافي:

هذا العامل تعلق أساسا بمضمون وسائل الاعلام والاتصال، التي كانت محل انتقاد النخبة على اعتبار انها أدت الى تدهور المستوى الثقافي وهذا ما أدى الى بروز البحوث التي تعني بدراسات التأثير

العامل العلمي الأكاديمي:

يرتبط هذا العامل بالعوامل السابقة الذكر، حيث تطورت أساليب قياس الرأي العام المتمثلة في الاستفتاء، الدراسات المسحية، وتحليل المضمون كما تم استحداث تقنيات وأدوات بحثية لإيجاد النتائج بسرعة.

نظريات الإعلام والاتصال الفلسفية:

أ-تعريف النظرية:

لغة، كلمة مشتقة من "نظر" ، ومعناها التأمل أثناء التفكير في شيء ما، أما اصطلاحا وحسب المعجم الفلسفي لالند فهي إنشاء تأملي للفكر يربط النتائج بالمبادئ، وهي أيضا بناء فرضي استنباطي يعكس رؤية العالم حول قضية متنازع عليها كما أنها تقابل المعرفة الجزئية على أن النظرية تركيب كلي يسعى الى تغيير عدد من الظواهر ويسلم بها كفرضية تحتل الصدق أو الكذب¹. وهي حصيلة دراسات ، أبحاث ومشاهدات وصلت الى مرحلة من مراحل التطور ووضعت في إطار نظري وعملي وتحاول تفسيره ، كما أن النظريات قامت على كم من التنظير والافتراضات التي قويت تدريجيا من خلال إجراء تطبيقات ميدانية، ومن هنا فإن ما يميز النظرية الإعلامية قدرتها التصويرية على إيجاد تصورات جديدة بالبحث الإعلامي².

ب- مفهوم نظريات الإعلام والاتصال:

يقصد بنظريات الإعلام خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للاتصال الإنساني بال جماهير بهدف تفسير ظاهرة الاتصال والإعلام ومحاولة التحكم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع، فهي توصيف للنظم الإعلامية في دول العالم على نحو ما جاء في كتاب نظريات الصحافة الأربع لبيترسون و شرام³.

ت- مفهوم نظريات الإعلام الفلسفية:

وهي خلاصة نتائج الباحثين والدارسين للإعلام وكذا الاتصال الإنساني بهدف تفسير ظاهرة الاعلام ومحاولة التحكم فيه والتنبؤ بتطبيقاتها وأثرها في المجتمع فهي توصيف للنظم الإعلامية في دول العالم.

ومن جهة أخرى نظريات الاعلام تُعنى بوضع الفلسفات والأسس والسياسات الإعلامية في أي دولة أو أي مجتمع أو أي مؤسسة إعلامية، وخاصة فيما يتعلق بملكية وسائل الاعلام وحق الناس في حرية التعبير وطبيعة النظم السياسية التي تعمل هذه الوسائل للتعبير عنها.

ومن هذا المنطلق وضع بعض الباحثين مصطلحات أخرى مرادفة لنظريات الاعلام مثل النظم الإعلامية، المذاهب الإعلامية، الفلسفات الإعلامية⁴.

مع مرور الزمن تبين أن خير ما يمثل المجتمعات هي وسائل الاعلام، فهي الألسن الناطقة للأنظمة التي تحكمها وتتحكم فيها ولذلك لا يمكن بأي حال من الأحوال الفصل بين خصائص الاعلام ووظائفه في مجتمع ما وبين النظام السياسي العام المطبق في هذا المجتمع.

ما تجدر الإشارة اليه، الأصل في النظريات الإعلامية والاتصالية الفلسفية هما نظريتان اثنتان وهما نظرية السلطة ونظرية الحرية، ثم تولد عنهما نظريتان أخريان وهما: نظرية المسؤولية الاجتماعية والنظرية الاشتراكية، اما الدول النامية فقد حاولت تبني نظرية اعلام التنمية أو النظرية التنموية، لتكون المعبر عنها، لكن المشكلة التي اعترضت تلك الدول هي تحديد أساليب التنمية الواجب إتباعها، فرأى البعض أن تسير على المنهج الاشتراكي، بينما رأى آخرون أن تواكب الرأسمالية، وذهب طرف ثالث الى إتباع منهج وسط بين النظامين. وخلال هذا السداسي سنتطرق الى كل تلك النظريات بالشرح والايضاح، لكن قبل ذلك ماذا نعني بالنظام الإعلامي وماهي العوامل المؤثرة فيه؟

تعريف النظام الإعلامي:

يشير مفهوم النظام الإعلامي الى مجموعة المؤسسات أو الوسائل الإعلامية، عمومية كانت أو خاصة، والمضبوطة بمجموع من النظم والتشريعات المحددة لعملها. وتؤدي النظم الإعلامية ست وظائف أساسية وهي: الاعلام، التحليل، و التفسير التعليم والتنشئة الاجتماعية الاقناع والعلاقات العامة، الترويج والاعلان، الترفيه والفنون.

العوامل المؤثرة في النظم الاعلامية:

أ/ الخصائص الجغرافية والمادية للمجتمع:

بمعنى آخر هي تلك العوامل الجغرافية التي يمتاز بها كل مجتمع، مثل تأثير المناخ، المساحة، عدد السكان وتوزيعهم وخصائصهم... وغير ذلك من الخصائص التي تؤثر على النظام الإعلامي في المجتمع.

ب/ الكفاءات التقنية:

- وجود كفاءات علمية في المجالات النظرية والتطبيقية تسهم في تطوير وسائل الاعلام سواء في مجالات البحث والدراسة أو مجالات التشغيل والصيانة.
- وفرة المواد الخام الخاصة بصناعة الاعلام، مثل ورق الصحف، وخدمات الطباعة، والذي يؤثر طبعا على الصحف الصادرة.
- قدرة المجتمع الصناعية على إنتاج الأجهزة أو الوسائل الإعلامية جماهيريا أو وفرة الأموال لشرائها.
- المهارات المدربة التي يمكن ان تقوم بدورها في تحقيق وظائف النظم المتعددة، فالوسائل لا يمكن ان تنجز مهامها بدون المهارات التقنية المدربة.

ج/ الخصائص الثقافية:

لكل مجتمع أحكامه ومعاييره الخاصة به، فهناك العادات والتقاليد الاجتماعية، والثقافية، والمعايير، والقيم، والاتجاهات التي تشكل السمات الثقافية والخصائص الاجتماعية لكل مجتمع.

د/ الظروف الاقتصادية:

ونقصد هنا، الظروف الاقتصادية للمتلقين والتي تحدد اقبالهم على وسائل الاعلام، وإمكانية ملكيتهم للأجهزة التي يمكنهم من خلالها متابعة مختلف وسائل الاعلام.
هـ/الفلسفة السياسية:

يتبلور هذا الأمر في العلاقة التي تربط وسائل الاعلام بالسلطة، ومدى الحرية المتاحة لهذه الوسائل للممارسة نشاطها وتبقى بذلك الوظائف المنوطة بها هي تلك التي تحددها السلطة، وبذلك تختلف نوع السيطرة ورجتها من مجتمع لآخر.
و/نوعية وسائل الاعلام:

يتأثر النظام الإعلامي أيضا بخصائص المؤسسة الاجتماعية في كل مجتمع .

المراجع:

- 1- أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: نصر الدين لعياضي و رابح الصادق، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، المنظمة العربية للترجمة، 2005، ص19.
- 2- المرجع نفسه، ص47.
- 3- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، الجزائر، دار القصبه للنشر، 2006، ص:54.
- 4- عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاعلام، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص:78.
- 5- هاني رضا و رامز عمار، الرأي العام والاعلام والدعاية، لبنان، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 1998، ص 139.
- 6- المرجع نفسه، ص: 117.