# التراكمات العربية المعرفية في مجال الاتصال

## [ دراسة استكشافية تقويمية ]


**د. محمد بن سليمان الصبيحي**

الأستاذ في قسم الإعلام المتخصص

بكلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية



بحث منشور في مجلة العلاقات العامة والإعلان

التي تصدرها الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلام (العدد الرابع ٢٠١٧م)

# الفهرس


- ملخص الدراسة ..... ٤٨٠
- مدخل لموضوع الدراسة وأهميته ..... ٤٨٣
  - ١ ) البيئة الإعلامية والاتصالية المتغيرة ..... ٤٨٤
  - ٢ ) البيئة العلمية ..... ٤٨٤
  - ٣ ) البيئة المهنية ..... ٤٨٥
  - ٤ ) البيئة القيمية ..... ٤٨٥
  - الإشكاليات العامة ..... ٤٨٨
    - ١ ) إشكالية استقلالية علم الاتصال ..... ٤٨٩
    - ٢ ) إشكالية قصور النظرية في فهم الواقع العربي ..... ٤٨٩
    - ٣ ) إشكالية التقليد والتكرار ..... ٤٩٠
    - ٤ ) إشكالية سيادة نماذج نظرية محددة ..... ٤٩٠
    - ٥ ) إشكالية سيادة مناهج بحثية معينة ..... ٤٩٠
- مشكلة الدراسة ..... ٤٩٣
- أهداف الدراسة ..... ٤٩٤
- المدخل النظري للدراسة ..... ٤٩٥
- منهج الدراسة ..... ٤٩٨
- المرجعية المعرفية لدراسة ..... ٤٩٩
  - المرحلة الأولى ..... ٤٩٩
  - المرحلة الثانية ..... ٥٠١
  - المرحلة الثالثة ..... ٥٠٣
  - المرحلة الرابعة ..... ٥٠٤
- نتائج الدراسة ..... ٥١٠

- أولاً: بحسب التطور الزمني للدراسات ..... ٥١٣
  - ١ ) ما قبل عام ١٩٤٠ ..... ٥١٧
  - ٢ ) مرحلة ١٩٤٠ - ١٩٦٠ ..... ٥١٨
  - ٣ ) مرحلة ما بعد ١٩٦٠ ..... ٥١٨
- ثانياً: بحسب الظواهر الاتصالية ..... ٥٢٠
- ثالثاً: بحسب المستجدات الاتصالية ..... ٥٢٢
- رابعاً: بحسب عناصر العملية الاتصالية ..... ٥٢٥
- خامساً: بحسب مجتمعات الدراسة ..... ٥٢٧
- سادساً: بحسب المناهج ..... ٥٢٩

ملخص نتائج الدراسة ..... ٥٣٤

توصيات الدراسة ..... ٥٣٧

مراجع الدراسة ..... ٥٤٠

# التراكمات العربية المعرفية في مجال الاتصال

## (دراسة استكشافية تقويمية)

د.محمد بن سليمان الصبيحي(*)

■ **ملخص الدراسة:**

سعت هذه الدراسة إلى استكشاف طبيعة التراكمات العربية المعرفية في مجال الاتصال وتقويميها من خلال استقراء نتائج عدد من الدراسات المرجعية في عدد من البيئات العربية المتنوعة، وفي سياقات زمنية وظاهراتية مختلفة، حيث راجع الباحث (٢٠) دراسة نقدية تناولت واقع النتاج العلمي في مجال نظريات الاتصال وتطبيقاتها البحثية، بهدف إعطاء صورة شاملة تحدد ملامح هذا النتاج واتجاهاته ومدى قدرته على بناء تراكم معرفي متخصص يؤدي إلى إيجاد بيئة عربية لنظريات الاتصال، وانتهت الدراسة إلى نتائج من أهمها:

١. استطاعت الدراسات العربية -إلى حد ما- تطوير التناول النظري في الدراسات الإعلامية، لا سيما إذا ما وضع في الاعتبار المدى الزمني الذي يبدأ مع ظهور الظاهرة الإعلامية، وقد أوضحت المعالجات النظرية وفقاً للمسار الزمني عدم قدرة البحوث والدراسات على التحول من حالة الاستغراق النظري، إلى حالة النقد النظري أو السعي فيما وراء النظريات نحو أطر ومداخل جديدة في العالم العربي.

٢. اتبعت الدراسات العربية في تناولها للظواهر الإعلامية على اختلافها

(*) الأستاذ في كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية في المملكة العربية السعودية.

-في الغالب الأعم- المشارب النظرية نفسها، واعتمدت على المداخل والنظريات التي تشير إلى التوجه العام في دراسة الظواهر الإعلامية، وهو ما يشير إلى حالة من الاستسهال النسبي في توظيف نظريات سائدة أو ذات طابع عام، في مقابل محاولة السعي للتعمق الرأسي في المعالجات النظرية المثلى، التي يمكن أن تتعامل مع ظواهر مختلفة تقتضي معالجات مختلفة؛ بل وأحياناً متباينة.

٣. بروز محاولات حقيقية في معالجة المستجدات الاتصالية للخروج من إطار النماذج النظرية المهيمنة، والواضح أن الإنترنت والإعلام الجديد والاتصال الاجتماعي قد اثروا بالفعل في الاقتناع بضرورة الخروج من فخ التبعية النظرية لدراسات الاتصال الجماهيري، إلا أن هذه المسألة لم تخرج في أغلب الأحيان عن مساحة القناعة الفكرية أو المطالبة بها.

٤. افتقرت الدراسات العربية إلى تضمين الثقافة الوطنية وسياقات البيئات المحلية ضمن الدراسات الإعلامية، وهي قضية متكررة؛ فالمعالجات النظرية تنزع نحو اعتبار المجتمعات ثابتة من جهة، مما يجعل القياسات متشابهة لا تحمل متغيرات وطنية، كما تنزع كذلك إلى إسقاط النموذج الأميركي على المستوى الدولي، والنموذج المصري على المستوى العربي في دراسات الإعلام على الظواهر الإعلامية في البلدان العربية المختلفة، المتأثر بدوره بالنموذج الأمريكي.

٥. تعكس أزمة المنهج حالة معيارية تامة تؤكد على وجود اختلالات منهجية تتعلق بالتكرار والنمطية والاعتماد على المناهج الكمية والدراسات الوصفية والعينات غير الاحتمالية، واتباع النموذج المهيمن في الدراسات

الإعلامية في العموم، ونقص البعد التجريبي والدراسات النقدية والاعتماد على المناهج الكيفية والبعد عن التحليل الثقافي بأنواعه.

❊ ❊ ❊

## مدخل لموضوع الدراسة وأهميته

يشهد المجال الإعلامي في الوقت الحاضر تطوراً ملحوظاً، تنامت أهميته وتسارعت خطاه نظراً لما يتميز به من إمكانيات عالية، وتطويعه للتقنيات والمستحدثات التكنولوجية واستيعابه لها، بما انعكس على استخداماته الحيوية في مختلف المجالات.

ومع هذا التطور السريع لم يواكب ذلك تقدماً موازياً في بحوث الإعلام خاصة من حيث النوعية، مما زادة معه الهوة المعرفية بين ما يمكن للإعلام أن يؤديه في المجالات المختلفة والأساليب والطرائق المثلى لهذا الأداء، وبين ما تتم ممارسته بالفعل من سياسات إعلامية ربما افتقرت إلى السند العلمي الموضوعي الذي تنطلق منه ممارساته ومهنياته.

كانت النشأة الأولى لنظريات الاتصال في دول الشمال المتقدم وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية، وتعود الجذور التاريخية لعلم الإعلام بعامة إلى علمي: النفس والاجتماع، وقد انعكس ذلك على الاتجاه السائد لدى الباحثين والدارسين لعلم الإعلام، وأثر بدوره على بلورة رؤية نظرية مبكرة لهذا العلم الوليد؛ ففي الوقت الذي تنامت فيه هذه الأبحاث بشكل مطرد، لم تطرأ أي تغيرات كبيرة وواضحة في الجانب النظري لعلم الإعلام، فالمعرفة النظرية المتوفرة اليوم هي نتاج لما قام به الباحثون الأوائل، وكان لهذا الاتجاه إشكالاته العلمية والمنهجية.

وفي هذا الإطار أكدت بريندا في كتابها بعنوان فلسفة الاتصال الجماهيري «إن مزيداً من الأبحاث في ميدان الاتصال الجماهيري كشفت عن معلومات جمة، لكنها

لم تساعد على نشوء نظريات جديدة وقوية، وقد ساعد هذا الوضع- من وجهة نظرها- على اتساع الهوة بين الاتصال الجماهيري كعلم، والذي لم يحقق إنجازات علمية بارزة، وبين الاتصال الجماهيري كممارسة يومية تتمثل في تكنولوجيا وأنشطة وسائل الإعلام التي شهدت قفزات متتالية بمعدل سنوي متزايد».[1]

**ويمكن في هذا الصدد الإشارة إلى أهم العوامل المؤثرة على تطور نظريات الاتصال منها:**

■ **(١) البيئة الإعلامية والاتصالية المتغيرة:**

التي تتطلب على الدوام إعادة النظر في التراث النظري من حيث، قدرته على التعاطي مع متغيرات البيئة الجديدة للإعلام من عدمها، وفي هذا الإطار ثمة جهود بحثية رئيسة في العالم، سعت ولا تزال إلى التعرف على البيئة الجديدة للإعلام وإعادة اختبار النظريات في سياقات الاتصال الجماهيري التقليدية في البيئة الجديدة، التي شملت تغيرات مؤثرة على صعيد كل من الإعلام الجديد والاتصال الجماهيري في حد ذاته.

■ **(٢) البيئة العلمية:**

التي تشير إلى تطور المناهج وأساليب التدريس في أقسام وكليات الإعلام على مستوى الدرجات الجامعية المختلفة، والتي تسفر عن نشوء أجندات تعليمية وتدريسية وبحثية وأكاديمية تتعامل مع الواقع العلمي والمهني للإعلام،

(١) العصماني، عبدالرزاق صالح (١٩٩٧م) أسباب ضعف الأسس النظرية في بحوث الاتصال الجماهيري: دراسة لاتجاهات أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإعلام بالمملكة العربية السعودية، (جامعة الكويت: المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد ٥٧، السنة ١٥، ١٩٩٧م) ص ١٠٦-١٢٩.

مما يعيد اختبار فعالية النظريات التي يتم تدريسها في سياق قدرتها على التعامل مع احتياجات المجتمع من جهة، وتعزيز حالة التطور العلمي من جهة أخرى.

■ **(٣) البيئة المهنية:**

التي تشير إلى ظهور مستجدات على مستوى أداء وسائل الإعلام لأدوارها ووظائفها في المجتمع، مما يتطلب ضرورة التعامل معها في سياق نظامي عام، يمكن على أساسه وضع مداخل ونظريات تفسر الواقع الفعلي، الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام، وطريقة عملها، وتفاعلها مع المنظومات الأخرى في المجتمع.

■ **(٤) البيئة القيمية:**

حيث قيمة وسائل الإعلام ورسائلها وما تحمله من اتجاهات واهتمامات، وما تطرحه من قيم، تتبدل من حين إلى آخر، فنظرة الأفراد والمجتمعات لأدوار ووظائف الإعلام تختلف باختلاف الزمان والمكان وطبيعة تغول أي منظومة اجتماعية على الأخرى، فتغول الرأسمالية في ملكية وسائل الإعلام، يعني بالتبعية استهدافها للربح، وهو ما يجعل المضامين تتحول من فكرة الجدوى القيمية والأخلاقية للجدوى الربحية، وهو ما ينعكس على نظريات الإعلام، وقدرتها على التعامل مع فكرة تغير أدوار وسائل الاتصال المختلفة ووظائفها ضمن سياقات اجتماعية عامة عالمية او خاصة محلية.

والواقع يؤكد أن مسارات البحث العلمي في العالم العربي فيما يخص التعامل مع البيئات الأربع سالفة الذكر يتسم بعدم التوازن، فعلى سبيل المثال: فإنه لا يمكن مقارنة الدراسات التي قامت على دراسة البيئة العلمية ومتغيراتها، مع متغيرات البيئة الإعلامية أو المهنية لا كمًا ولا كيفًا.

وعلى المستوى التطبيقي فإن المقصود بتراكم التناول النظري في الدراسات الإعلامية يعني التعامل مع النظرية على مستويات عديدة، وفق المتغيرات والمستجدات التي تشوب البيئات الأربع سالفة الذكر، ويكون هذا من منظور الافتراض البحثي على المستويات التالية:

- **(١) ابتكار نظري جديد:**

حيث يفرض تغير البيئات السالفة في العالم العربي السعي وراء ابتكار نظرية إعلامية، يمكن أن تقوم بأدوار التحليل والتفسير والتأصيل ومعالجة العلاقة بين المتغيرات المستحدثة.

- **(٢) تطوير نظريات موجودة بالفعل:**

حيث يتطلب التغيير إعادة النظر في النظريات، التي نشأت في سياقات مغايرة لتطويعها لتلبي الحاجة إلى التطوير الذي تستدعيه تغيرات البيئات السالفة.

- **(٣) تحقيق التكامل بين النظريات:**

وصولاً إلى مدخل نظري جديد، وذلك عبر ابتكار نماذج جديدة تقوم على التوفيق بين عدة نظريات، لتحقق ما يمكن أن يطلق عليه (التقارب النظري) سيما وأن البيئة الإعلامية المعاصرة تقوم على فكرة التقارب الاتصالي والتكنولوجي.

وفي ضوء ذلك تتحدد عدة إشكاليات في إطار تراكم النظرية، وتبدو الإشكالية الأهم أن مثار هذه الإشكاليات ذاتها، هو اختلاف المعالجات البحثية التي واجهت هذه الإشكاليات وتنوعها؛ ففي حين يرى البعض أن أسباب تأخر المعالجة النظرية السليمة تظهر في عدم وجود نظرية عامة للاتصال، وطبيعة علم الاتصال باعتباره علماً يتساند مع علوم أخرى على رأسها علوم الاجتماع والنفس

والسياسة، يرى البعض الآخر أن مسار تقدم النظرية هو المزيد من الانفتاح على هذه العلوم الأخرى، واقتباس نماذج جديدة منها، لا سيما وأن جمود النظرية في الاتصال مبعثه توقف هذا التقاطع بين علم الاتصال والعلوم الأخرى التي يمكن اعتباها روافد أصيلة له.

وفي حين يرى البعض أن إشكالية علم الاتصال تكمن في جمود منهجياته البحثية، حيث السيطرة البالغة للنموذج المهيمن في الدراسات الإعلامية، هو ما يجعل مناهج البحث قاصرة عن الاستفادة القصوى من معطيات أي نظرية، وبالتالي فإن المخرج هو توسيع نطاق مناهج البحث في اتجاه تكاملي يستوعب مناهج وطرائق معالجة جديدة وتكاملية، نجد في المقابل من يؤكد أن قصور المنهج منشأه الرئيس هو التزامه بوجود أطر نظرية جامدة، وأن تطوير النظرية سينعكس بالضرورة على تطوير مناهج البحث.

وفي حين يرى البعض أن مثار قصور النظرية هو عدم مواكبتها للتطورات النظرية والتطور العلمي في تناولها في العالم، مما يتطلب ضرورة الانفتاح على العالم في تناول أبعاد وظواهر جديدة يمكن العمل عليها ومعالجتها بحثيًا، فإن البعض يؤكد أن مثار الخلل هو التقليد المستمر للنماذج النظرية الغربية دون الأخذ في الاعتبار الخصوصيات الثقافية للعالم العربي، مما جعل عوائد الأبحاث العلمية والعمل الأكاديمي في العالم العربي قاصراً عن فهم طبيعة البيئة العربية، ويؤثر على نواتج البحث العلمي وقدرته على ملاقاة الواقع وتفسيره.

ولعل مما يفسر الجانب الأساس من جوانب القصور التي أفضت إلى هذه المعاناة المنهجية تأثر أبحاث الاتصال في العالم العربي _كما في مناطق عديدة من العالم_ بتوجه المدرسة الإمبيريقية الأمريكية في البحث العلمي

الذي تؤدي الأرقام والنسب المئوية فيه دوراً حاسماً، ويستخدم فيه الباحثون الطرق الإحصائية في تحليل البيانات ومعالجتها؛ فرغم أهمية هذا الاتجاه البحثي للتصدي لبعض الظواهر إلا أنه شجع على ما يعرف بالأبحاث القصيرة، وهي أبحاث تهتم بقضايا جزئية ولا تولد اتجاهاً نظرياً واضحاً.(١)

كما أن هذا التوجه - كما يرى عدد من الباحثين - أضعف الإطار النظري الذي كثيراً ما تطوره الأبحاث الكيفية التي تتسم بدراسة الظواهر الإعلامية ذات الطابع التفاعلي في أطر تحليلية نقدية أكثر عمقاً، مما نجم عنه ضعف المساهمة في البناء النظري، لأن ما ينتج عن هذه الأبحاث كم هائل من المعلومات لا تؤدي إلى تدعيم النظريات الموجودة أو فتح آفاق نظرية جديدة.

كما يمكن النظر إلى الرؤى الخاطئة التي تبناها كثير من الباحثين العرب التي مفادها أن العلم لا وطن له جعلهم يعتمدون على النقل والاقتباس من المدارس الغربية -استنادا على هذه الرؤية- مما أفقد الباحثين العرب سماتهم الخاصة، إذ إن هذه الرؤية قد تنطبق جزئياً على العلوم الطبيعية، ولكنها_ بالقطع _لا تنطبق على العلوم الإنسانية وفروعها التي تتأثر بالخصوصية الثقافية لكل مجتمع، فضلاً عن اختلاف معدلات التطور الاجتماعي والاقتصادي والبيئي والظروف المجتمعية العامة التي حكمت مسيرة كل مجتمع، وحددت خلفياته الثقافية وسماته النفسية والأنماط السلوكية لشعوبه وجماعته.(٢)

**ويمكن تحديد الإشكاليات العامة على النحو التالي:**

(١) العصماني، عبدالرزاق صالح (١٩٩٧م) مرجع سابق، ص ١١٢

(٢) عبدالرحمن، عواطف (٢٠٠٢م) النظرية النقدية في بحوث الاتصال (القاهرة: دار الفكر العربي) ط١، ص ٨

### ■ (١) إشكالية استقلالية علم الاتصال:

حيث تعد هذه إحدى أهم الإشكاليات ظهوراً في أدبيات البحث الإعلامي لا سيما في الآونة الأخيرة، ففي حين يرى البادي[١] أن علم الاتصال علماً مستقلاً، وينبغي العمل على استقلاليته وخروجه عن التأثر بالعلوم الأخرى، ويرى أهمية إنشاء نظريات اتصالية تامة ومستقلة عن مسارات البحث والتنظير فيي علمي الاجتماع والنفس على وجه التحديد، فإنه على الجانب الآخر لا سيما في ظل ظهور تقنيات الإعلام الجديد يرى حماد[٢] أن علم الاتصال هو علم متساند مع مجموعة من الروافد العلمية الأخرى التي تغذيه بالنماذج والنظريات، وأن مسار تطور علم الاتصال يكمن في انفتاحه على العلوم الأخرى ونظرياتها لا الجمود والانغلاق على نظريات بعينها، أو محاولة إنتاج نظرية بمعزل عن العلوم الأخرى، حيث الظاهرة الاتصالية هي ظاهرة اجتماعية نفسية ثقافية تكنولوجية سياسية.

### ■ (٢) إشكالية قصور النظرية في فهم الواقع العربي:

وهي إشكالية مرتبطة أكثر بفكرة التبعية العلمية لمدارس فكرية ونظرية معينة على رأسها النموذج الأميركي، وترجع أهم أسباب هذه الإشكالية في سببين: أحدهما موضوعي، والآخر منهجي؛ فأما الموضوعي فيرتبط بعدم تضمين الدلائل الثقافية العربية والاعتماد على الوصف فقط، وأما المنهجي فيرتبط بعدم تطبيق دراسات الحالة المعنية بإبراز الخصوصية والتركيز على العوامل الكامنة أو الدراسات النقدية.[٣]

---

(١) البادي، محمد محمد (١٩٩٧م) علوم الاتصال الجماهيري واستقلالها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد الثالث، سبتمبر، ١٩٩٧م، ص ٢٤٥-٢٧٠.

(٢) حماد، أحمد سمير وآخرون (٢٠١٣) مناهج البحث في الإعلام الجديد (القاهرة: الوابل الصيب للنشر والتوزيع. ص ١٥٩-١٧٠

(٣) العصماني، عبدالرزاق صالح (١٩٩٧م) ص ١١٠

■ **(٣) إشكالية التقليد والتكرار:**

وهي إشكالية ملموسة ومحسوسة وتمت الإشارة إليها تقريباً في كافة دراسات تحليل المستوى الثاني، حيث تقوم البحوث بتقليد الاتجاهات السائدة سواء على مستوى اختيار الموضوعات، أو النظريات أو المناهج، أو حتى الأبعاد الشكلية في كتابة وصياغة الفرضيات والنتائج.

■ **(٤) إشكالية سيادة نماذج نظرية محددة:**

حيث النظريات الشائعة ذات الطابع الوظيفي القائمة على قياس الأثر هي السائدة، وذلك على الرغم من أن الكثير منها يشوبه القصور على النحو الذي أظهره البشر،[١] حيث أوضح وجود اختلالات في فرضيات نظريات الغرس والاستخدامات والإشباعات وترتيب الأولويات، وهي أكثر النظريات شيوعاً في التناول النظري للبحوث العربية.

■ **(٥) إشكالية سيادة مناهج بحثية معينة:**

حيث يسيطر المنهج الكمي الوصفي على أغلب البحوث في ضعف واضح لوجود المناهج الكيفية والدراسات النقدية، وعلى الرغم من أن هذا الأمر شائع كذلك في دراسات تحليل المستوى الثاني فإن الحقيل[٢] يؤكد أن خلل التناول النظري لا يرجع لطبيعة البحوث الكمية، بل يرجع لعدم التزام البحوث الكمية

(١) البشر، محمد بن سعود (٢٠٠٣م) قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت، العدد، الثالث والثمانون صيف،٢٠٠٣م، ص ٨٥-١١٢.

(٢) الحقيل، عبدالله بن صالح (٢٠١٣م) النظرية الإعلامية في ضوء النظرية الإحصائية: دراسة تطبيقية على نظرية ترتيب الأولويات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد التاسع، مايو، ٢٠١٣م، ص ١١-٥٨.

بتطبيق فرضيات علم الإحصاء وتطبيقه على النحو الذي يمكن معه استخراج المعاني الكامنة، بل إن السائد هو المعالجة النمطية المتكررة دون محاولة حقيقية للاستغلال الأمثل لنظريات ومعطيات وقدرات علم الإحصاء في استجلاء المعاني.

لقد انعكست هذه السمات وغيرها _ مما سيأتي ذكرها _ على التراكمات العربية المعرفية في مجال الاتصال انعكاساً سلبياً، حيث عانت الدراسات التطبيقية من فجوة منهجية بين ما تورده في إطارها النظري من عرض للنظرية وبين ما تورده في الإطار التطبيقي، إذ تتسم معظم الدراسات العربية بعدم تناول النظرية بالشكل الشمولي المتكامل [1] مقتصرة على رصد وصفي تاريخي للنظرية دون أن يشمل ذلك تناول البناء الفلسفي للنظرية والتجارب التي مرت بها، وهي في طور النشأة والتطبيقات الميدانية لقياس فرضياتها بما يتوافق مع البيئة العربية، أو من خلال محاكاتها-أي الدراسات التطبيقية العربية- لبعض الدراسات غير العربية في تطبيقها للنظرية، مما يعني قصورها في تحديد شخصية مستقلة للنظرية تتوائم مع البيئة العربية، فكان ذلك وراء تعثر الباحثين العرب في بناء رؤية بديلة في النظرية الاتصالية.

لا شك أن هذا الواقع الذي غلب على معظم الدراسات العربية، لم يمكن الباحثين العرب من مراجعة النظريات الاتصالية في مسيرتها التاريخية والأسس الفلسفية التي انطلقت منها هذه النظريات والمناخ الفكري والسياسي الذي أحاط بظروف نشأتها وبداياتها وتأثيرها على مجمل الوعي الاجتماعي الإنساني.

(١) استعرض عبدالحافظ صلوي في دراسته (تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ١٩٩٥م) أثناء مراجعته للدراسات السابقة عدداً من الدراسات العربية التي تم تطبيقها في ضوء هذه النظرية مشيراً إلى أنها تناولت جانباً من جوانب النظرية.

هذا الواقع يقود إلى ضرورة التوجه نحو تبني دراسات مرجعية لتقويم النتاج العلمي العربي للدراسات الإعلامية في مجال نظريات الاتصال من خلال رؤية شمولية تسهم في بناء فكري معرفي لنظريات الاتصال في البيئة العربية سعيا لتسكين علم الاتصال وبحوثه في موقعه العلمي الصحيح معرفياً ونظرياً.

❊ ❊ ❊

## مشكلة الدراسة

بالعودة إلى الجذور التاريخية لنشأة نظريات الاتصال نجد أنها نشأة خارج البيئة العربية، إضافة إلى كونها متجذرة في علمي الاجتماع والنفس، وبالتالي فقد أدى ذلك إلى اعتماد الباحثين العرب على نقل هذه التجربة إلى البيئة العربية.

وفي ضوء ما سبق عرضه في هذه الدراسة من إشكالات طالت التنظير الإعلامي، في سعيه نحو تأسيس معرفة متخصصة في الحقل الإعلامي، فإن نقل وتكييف هذه المعرفة من بيئة النشأة لتتوافق مع البيئة العربية واحتياجات أفراد مجتمعها سيتأثر- بلا شك- بتلك الإشكالات، إضافة إلى إشكالات أخرى تخص البيئة العربية.

لذا تأتي هذه الدراسة لتقدم تحليلاً للتناولات العربية لنظريات الاتصال من خلال عينة من الدراسات التي استهدفت تقويم النتاج العربي للدراسات والبحوث التطبيقية لنظريات الاتصال، في سعي نحو دراسة طبيعة التراكم النظري من منظور استكشافي تقويمي، حيث يمكن استناداً إلى نتائج تلك الدراسات التعرف على المسارات النظرية في الدراسات الإعلامية في سياقات زمنية وظاهراتية مختلفة ومتنوعة، بما يفضي إلى إعطاء صورة شاملة، تحدد ملامح هذا النتاج واتجاهاته ومدى قدرته على بناء تراكم معرفي متخصص، يؤدي إلى إيجاد بيئة عربية لنظريات الاتصال.

❋ ❋ ❋

## أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى استكشـاف المعالجات البحثية للنظريات الاتصالية في البيئة العربية وتقويمها في ضوء المتغيرات التالية:

**١ ) متغير التطور الزمني للدراسات.**

**٢ ) متغير دراسة الظواهر الاتصالية.**

**٣ ) متغير المستجدات الاتصالية.**

**٤ ) متغير عناصر العملية الاتصالية.**

**٥ ) متغير المجتمعات الاتصالية.**

**٦ ) متغير المناهج البحثية المستخدمة.**

❊ ❊ ❊

## المدخل النظري للدراسة

تستند هذه الدراسة في أساسها النظري على المدخل النقدي في بحوث الاتصال الذي يستمد جذوره من النظرية النقدية في العلوم الاجتماعية الذي يفترض أن النظريات الاجتماعية ينبغي أن تقوم على قاعدة من القيم والأهداف المثالية لحياة الإنسان، ويهدف هذا المدخل إلى بناء دليل لعمليات الإصلاح أو تحول المؤسسات الاجتماعية أو النظام الاجتماعي حتى تصبح القيم المهمة حقيقة في حياة هذه المجتمعات،[1] وتعد العلاقة بين وسائل الإعلام والثقافة الجماهيرية (Cloture Mass) هي مهد النظريات النقدية في علاقتها بمختلف المشكلات الاجتماعية، ولذلك فإنها تطرح العديد من الأسئلة حول الدور الاجتماعي المثالي لوسائل الإعلام، ومناقشة دوافع المهنيين في هذه الوسائل، ومعايير المهنة ومسؤولياتها الاجتماعية وغيرها من القضايا والأفكار التي تهتم بالبعد الاجتماعي لوسائل الإعلام، ودورها في عملية التغيير الاجتماعي.

ويرى أنصار هذا المدخل أن الاستناد إلى نظرياته كأطر علمية تكشف في مجال الدراسات الاتصالية عن حقيقة البحث التقليدي، الذي يعمد إلى عزل وسائل الإعلام عن الوجود الشامل الذي تعمل في إطاره، وأن المفاهيم والمناهج التي تم توظيفها لدراسة وسائل الاتصال ينبغي أن تنبع بالضرورة من نظرية المجتمع التي تضع الظواهر في إطارها الصحيح والفعال.[2]

ويؤكد المدخل النظري على أنه لا توجد نظريات أو مناهج عامة يمكن تطبيقها

(١) الصبيحي، محمد بن سليمان (٢٠١٧م) المداخل النظرية في الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى، ص ١٣٥

(٢) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧م) ص ١٥٨.

على كل الظواهر الاجتماعية وكل الظروف، وعلى الباحثين في الدراسات الإعلامية أن يضعوا في الاعتبار طبيعتها النسبية التي تنبع من مضمونها الخاص المؤقت.

وقد جاءت تحليلات المدخل النقدي في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري سواء في الولايات المتحدة الأمريكية، أو أوربا والاتحاد السوفيتي السابق ممثلة في إطار تحليلهم للنظام الثقافي (The cultural system) والأفكار المعرفية (Epistemological Views) التي ارتبطت بصورة خاصة بواقع هذه المجتمعات، وذلك باعتبار أن النظام الإعلامي ووسائل الاتصال ما هي إلا نظم فرعية ترتبط بالنظام الثقافي العام الذي يشكل الإطار العام المعرفي والأيديولوجي ككل.

ويرى الباحثون أن المدخل النقدي في مجال الدراسات الإعلامية [1] يؤكد على أن السياق الاجتماعي بمعناه الأشمل (Macro) هو المجال الذي يوضح صيغة العلاقات بين وسائل الإعلام والقوى المسيطرة في المجتمع، وذلك فإنه يرفض الدراسات الجزئية التي تهتم بجمهور وسائل الإعلام واتجاهاته وسلوكه الاتصالي، أو تحليل المحتوى الإعلامي دون إطار نظري كاف يربط أنماط السلوك الاتصالي والمحتوى بالسياق الاجتماعي الأكبر.

يتميز هذا المدخل باهتمامه بدراسة الظاهرة الإعلامية في سياقها التاريخي والمجتمعي وقدرته على التعرف- ليس فقط- على دور أو مدى تأثير وسائل الإعلام على الجمهور؛ بل أيضا العلاقة التفاعلية الجدلية بين الإعلام والجمهور، والعوامل التي تقف وراء تأثير أو عدم تأثير الإعلام على الجمهور، وذلك لأن السياق المجتمعي هو المجال الذي يوضح العلاقة بين وسائل الإعلام والقوى المسيطرة في المجتمع.

(١) الصبيحي، محمد بن سليمان (٢٠١٧م) مرجع سابق، ص ١٤٠

كما يهتم المدخل النقدي بقراءة الواقع أو البحث والدراسة في ضوء المعايير والقيم والأصول، وتبيان مدى التزامه بها أو اتفاقها واختلافها معها.

واستناداً على ذلك فإن هذه الدراسة وهي تعالج مشكلتها البحثية تنطلق في أساسها النظري من فرضيات هذا المدخل الذي يقدم الإطار المنهجي والمعرفي لتقويم ومراجعة الدراسات برؤية شمولية تحدد مدى سير الدراسات الإعلامية في مجموعها نحو تحقيق أهدافها، داخل مجتمعها ومدى تكييفها للنظريات والمناهج لتتوافق مع بيئتها واحتياجات أفراد مجتمعها.

❋ ❋ ❋

## منهج الدراسة

تنتمي هذه الدراسة في نوعها لمجموعة الدراسات الاستكشافية التقويمية باستخدام المنهج الكيفي لاستقراء محتوى عدد من الدراسات المرجعية العربية في حقل الإعلام، لاستنباط الشواهد والاستدلالات العلمية التي تصف الملامح والسمات التي غلبت على النتاج العربي للدراسات الإعلامية.

❊❊❊

## المرجعية المعرفية للدراسة

يمثل التنظير الإعلامي المصدر الرئيس لبناء المعرفة المتخصصة في الحقل الإعلامي، ويقصد به في هذه الدراسة البحوث والدراسات التي سعت لتطوير نماذج ونظريات ومداخل وأطر مرجعية، تفسر الظاهرة الإعلامية، وتمد الممارسة الإعلامية بالمعايير والفلسفات التي تنطلق منها في تنظيم وإدارة النشاط الإعلامي بفاعلية وكفاءة.

وقد مرت تلك الدراسات منذ بداياتها المبكرة بعدة مراحل وانتقالات مفصلية كان لها الأثر البين في توجيه وتحديد ملامح البناء المعرفي لعلم الإعلام:(١)

### المرحلة الأولى:

ظهرت وسائل الإعلام بصفة أساس استجابة لمتطلبات المجتمع الحديث إبان الثورة الصناعية في أوربا، وبالتالي فقد سبق هذا الظهور وجود أساس علمي تنطلق منه الممارسات الإعلامية، لذا بدأت المرحلة الأولى للدراسات الإعلامية مع بداية القرن العشرين، في أحضان علمي: الاجتماع والنفس، ومنذ ذلك الوقت بدأ علماء الاجتماع يهتمون بوسائل الإعلام على أساس أنها تؤثر في تكوين الرأي العام والمعتقدات السائدة في المجتمع وفي تغيير العادات وفرض التغيرات

(١) أنظر:

- عبد الحميد، محمد (١٩٩٧م) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب) مرجع سابق
- مكاوي، حسن عماد، وليلى السيد (١٩٩٨م) الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى.
- العبد الله، مي (٢٠٠٥) نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة الأولى.

السياسية، ومع مرور السنوات بدأ اهتمام علماء الاجتماع يتزايد بوسائل الإعلام وبدأوا يشعرون بأن هذا التأثير الجديد في المجتمع – تأثير وسائل الإعلام – لا يمكن دراسته في إطار الدراسات الاجتماعية وإنما يحتاج إلى نظام مستقل، لذا بدأت تظهر داخل الجامعات الأمريكية معاهد للصحافة والإعلام متخصصة في الدراسات الإعلامية.

لم يكن للدراسات الإعلامية في ذلك الوقت أي أساس نظري، حيث كان المجال جديداً، ولم تكن هناك أي نظريات عن كيفية عمل وسائل الإعلام أو تأثيرها في المجتمع، وفي الوقت نفسه كانت الدراسات الإعلامية حينذاك تستند إلى بعض النظريات من العلوم القريبة الصلة بالدراسات الإعلامية مثل نظريات علم النفس وعلم النفس الاجتماعي وعلم الأنثربولوجيا.

كانت نظرية المجتمع الجماهيري هي أولى النظريات الاجتماعية التي استندت إليها الدراسات الإعلامية، التي ظهرت نتيجة الثورة الصناعية والزيادة الكبيرة في عدد السكان، ونتيجة للتخصص وتقسيم العمل وانتقال الأفراد من المجتمعات الريفية إلى المجتمعات الحضرية، وكذلك نظرية المنبه والاستجابة في علم النفس؛ حيث كان التأثير السريع لوسائل الإعلام بمثابة الاستجابة التي تحدث نتيجة الرسائل الإعلامية (المنبه).

في ضوء نظرية المجتمع الجماهيري ونظرية المنبه والاستجابة أصبحت الدراسات الإعلامية تركز على التأثيرات القصيرة الأمد لوسائل الإعلام، وكانت معظم هذه الدراسات تتعلق بالآراء والاتجاهات وسلوك الأفراد بعد تعرضهم لوسائل الإعلام، وبالتالي فقد ساد اعتقاد لدى الباحثين أن لوسائل الإعلام تأثير قوي بطريقة متشابهة وفورية ومباشرة؛ فزاد إقبال الأنظمة الشمولية في أوربا إلى

استخدام وسائل الإعلام للتأثير على الجماهير في أعقاب الحرب العالمية الأولى لتحقيق أهداف سياسية وأيديولوجية.

وقد تبنت الدراسات الإعلامية خلال العقود الثلاثة من القرن العشرين وجهة النظر التي ترى أن لوسائل الاتصال تأثيراً قوياً على متلقي الرسالة؛ حيث تكون الرسائل الاتصالية "رصاص سحري" يصل فوراً إلى عقول المستقبلين، وظهر ذلك في دراسات هارولد لا زويل وكانتريل وجوديت وهيرزوج وكان تركيز الدراسات الإعلامية في ذلك الوقت على تأثير وسائل الإعلام (الصحافة والراديو) على الرأي العام.

### ۞ المرحلة الثانية:

تأثرت الدراسات الإعلامية خلال هذه المدة باكتشاف الفئات الاجتماعية في علم الاجتماع والفروق الفردية في علم النفس وتأثيرها على جماهير وسائل الإعلام، هذه التطورات البحثية دفعت التفكير بعيداً عن نظرية المجتمع الجماهيري أو الآثار الموحدة الناتجة عن التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري، وكان محور التغيير في تفسير هذه النظريات إعادة تعريف الطبيعة البشرية، مما ترتب عليه إعادة النظر في طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والأفراد، فتم رفض فكرة أن الناس يواجهون وسائل الإعلام باعتبارهم ذرات منعزلون لا رابط بينهم، وأنهم يتأثرون بصورة متشابهة نتيجة تعرضهم للرسالة الإعلامية، وذلك من خلال ثلاثة مداخل رئيسة هي: مدخل الفروق الفردية، ومدخل الفئات الاجتماعية، ومدخل العلاقات الاجتماعية، وأظهر هذا التغيير أن قوة وسائل الإعلام تتم من خلال التكوينات الموجودة للعلاقات الاجتماعية وأنظمة القيم والمعتقدات، أي أن تأثير وسائل الإعلام ليس تأثيراً مطلقاً وإنما يحدث من خلال عوامل وسيطة.

ظهرت في تلك المدة نظرية إعلامية استندت إلى ما مبدأ الفئات الاجتماعية والفروق الفردية تتحدث عن التدفق الإعلامي على مرحلتين (انتقال المعلومات على مرحلتين) حيث تمر الرسالة الإعلامية قبل وصولها إلى الأفراد العاديين الأقل نشاطاً في المجتمع.

أعقب ظهور مصطلحي التدفق على مرحلتين وقادة الرأي ظهور عدة دراسات وبحوث ركزت على دراسة تأثير قادة الرأي في المجتمع، وقد ساهم كل من لازارزفيلد وكاتز في إدخال تعديلات على نموذج التدفق على مرحلتين، وتأثرت الدراسات الإعلامية في المدة التي تلت ذلك بالنظرية الوظيفية التي كانت إطاراً نظرياً سائداً في ذلك الوقت في الدراسات الاجتماعية.

كان ذلك بمثابة تحول من نظرية الآثار الموحدة إلى مفهوم نظريات التأثير الانتقائي، الذي يتبنى الآثار غير المباشرة لوسائل الإعلام، وبالتالي انتقل الباحثون من دراسة التأثير إلى دراسة العوامل النفسية والاجتماعية التي تميز الأفراد داخل المجتمع وتتحكم في تأثرهم وتفسيراتهم للرسائل الإعلامية، وكان ذلك تحولاً من رؤية الجماهير على أنها عنصر سلبي غير فعال، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء رسائل ومضمون مفضل من وسائل الإعلام، وعلى هذا الأساس فإن السؤال الأساس في العديد من الدراسات التي أجريت خلال هذه المدة قد تغير من: ماذا تفعل وسائل الإعلام للأفراد؟ إلى كيف يستخدم الأفراد وسائل الإعلام؟ وذلك للتعرف على أسباب استخدام الناس لوسائل الإعلام والنتائج التي تترتب عليها، وخلال سنوات الحرب العالمية الثانية أصبح هناك كم وفير من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام والإشباعات التي تحققها، واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينيات في أعمال لازرسفيلد

وستاتون وبيرلسون وفي الخمسينيات في أعمال ريليز وفريدسون وماك كوبي وفي الستينيات في أعمال شرام وليل وباركر من خلال منظور الاستخدام والإشباع.

بدأت النظرة الفردية للجمهور التي سادت في المرحلة الأولى وبدايات المرحلة الثانية تتعرض لنقد الباحثين وتحولت النظرة إلى الطبيعة الاجتماعية للأفراد، وبدأ اهتمام الباحثين أيضاً بالعوامل الاجتماعية التي تتوسط وتؤثر على اختيار أفراد الجمهور لوسائل الإعلام وتأثرهم بالرسائل الإعلامية، التي تصل إليهم عبر الوسائل المختلفة، إلا أنه على الرغم من هذا التغير في نظرة الباحثين إلى أفراد الجمهور، فقد ظل الاهتمام بدراسة الفرد وليس الجماعة، مما أدى إلى دراسة العوامل الاجتماعية الوسيطة على أساس أنها اختلافات اجتماعية فردية، وبالتالي اتسمت بحوث هذه المرحلة بمحدودية التأثير المباشر لوسائل الإعلام.

### ۞ المرحلة الثالثة:

عاد بعض الباحثين في هذه المرحلة للقول بقوة تأثير وسائل الاتصال الجماهيري خاصة على المستوى القومي، إذا ما تم استخدامها في إطار حملات إعلامية منظمة، تعتمد على عدة متغيرات من أهمها تحديد هدف الرسالة بدقة، ومعرفة الجمهور المستهدف، وتوقيت تقديم الرسالة، وكيفية التقديم والمعوقات المحتملة وكيفية القضاء عليها لتحقيق الاقناع المطلوب.

نادت نيومان بالعودة إلى قوة وسائل الإعلام ورأت أن لوسائل الإعلام تأثيرات قوية على الرأي العام تم التقليل من شأنها بسبب قيود منهجية في الدراسات الإعلامية، وتقترح نيومان لاكتشاف قوة وسائل الإعلام استخدام مجموعة من مناهج البحث تجمع بين المقاييس الميدانية والمسحية للجمهور والقائمين بالاتصال، فضلاً عن استخدام أسلوب تحليل المحتوى، على مدد

ممتدة للكشف عن التأثير التراكمي لوسائل الإعلام.

وقد ظهرت خلال هذه المدة عدد من النظريات التي تفترض قوة تأثير وسائل الإعلام من أهمها نظرية اجتياز المجتمع التقليدي التي طورها دانيال ليرنر في دراسته لدور وسائل الإعلام في التنمية القومية، ونظرية وسائل الاتصال كامتداد للحواس التي قدمها مارشال مكلوهان، ونظرية دوامت الصمت التي طورتها الباحثة الألمانية إليزابيث نويل – نيومان.

لم تتسم هذه المرحلة من مراحل التنظير الإعلامي بالاستقلالية نتيجة تداخلها مع المرحلتين السابقة واللاحقة من مراحل الدراسات الإعلامية وقصر مداها الزمني، وهي عودة إلى القول بقوة تأثير وسائل الإعلام نتيجة لعوامل متعددة ظهر من خلالها انتقادات لاذعة للاستخدامات السلبية لوسائل الإعلام خاصة فيما يتعلق بالعنف والجنس.

### ۞ المرحلة الرابعة:

برزت في أواخر الستينيات وفي السبعينيات نماذج تفاعلية جديدة لدراسة آثار وسائل الإعلام، اصطلح على تسميتها بنظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، تضع جميع العناصر والظروف المتصلة بالعملية الاتصالية في الاعتبار، وبالتالي تفترض نظريات التأثير المعتدل أن وسائل الإعلام في ظل ظروف معينة تتنوع تأثيراتها بين القوة والضعف، وأن التأثيرات لا تقتصر على دراسة المواقف والآراء، وأن تأثيرها على متغيرات أخرى أكبر، كما اتجهت هذه النظريات في هذه المرحلة إلى مراعاة التأثيرات بعيدة المدى لوسائل الإعلام وهو ما يعرف بالتأثير التراكمي.

خـلال هذه المرحلة اتسـمت نظـرة الباحثيـن بالاعتدال في دراسـة تأثيرات وسـائل الإعلام، نتيجـة اعتمادهم على أدوات ومناهج بحثيـة أكثر دقة، وفي هذا الاتجـاه وضع **برنارد برلسـون** إطاره الشـهير للإجابة عن الأسـئلة الخاصة لآثار الاتصـال حيـث قال: «بعض أنـواع الاتصال، لبعـض أنواع القضايـا، تؤدي إلى اهتمام بعض البشـر بمحتوى وسـائل الإعلام، في ظل بعـض الظروف، مما ينتج عنه بعض أنواع الأثر».

وقـد ظهرت في هـذه المرحلة عـدد من النظريـات التي تتبنى هـذا الاتجاه، ومن بين أهم هذه النظريات نظرية ترتيب الأولويات التي طرحها **ليبمان**، ونظرية الغـرس الثقـافي **للباحث جـورج جربنر**، ونظريـة الاعتماد على وسـائل الإعلام للبحاثين ملفين ديفلير وساندرا بول روكتش، التي تستهدف الكشف عن الأسباب التي تجعل لوسـائل الإعلام أحيانـاً آثاراً قوية ومباشـرة، وفي أحيان أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوع ما.

بدأت تظهـر الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسـات الإعلام، تعتمد هذه الاتجاهـات الحديثـة علـى الفكرة القائلـة بأن وسـائل الإعلام ليسـت بمفردها العوامـل المؤثرة في المجتمع؛ بل إن هناك عوامل أخرى تؤثر في الجمهور علاوة على وسائل الإعلام.

في ضوء ما سبق يمكن الوقوف على ملامح رئيسة اتسم بها التنظير الإعلامي في بيئة النشأة وانعكس بضلاله على التراكم العلمي للدراسات الإعلامية في البيئة العربية **ومن أهم هذه الملامح التحليلية ما يلي:**

١. سـيطرة فكرة دراسـة التأثير الإعلامـي على الدراسـات الإعلامية خلال تاريخـه ومراحلـه وذلـك لعـدد مـن العوامـل والمصالـح، وكان تعامل

الباحثين في دراستهم للأثر باعتباره نتيجة أكثر من كونها فرضية وانطلقوا يبحثون في الدلائل التي تؤكد النتيجة وليس البحث في قبول الفرضية أو رفضها، فبنيت أغلب الدراسات والمناهج وأدوات القياس لتثبيت وتأكيد التأثيرات الإعلامية بأشكال مختلفة ومتعددة متأثرة بالمبدأ الراسخ وبالمنطلق الأساس أن وسائل الإعلام مؤثرة وأن ذلك يكاد يكون فوق الشبهات، رسائل علمية وبحوث كثيرة تمت وفق انحياز منهجي لتأكيد التأثيرات الإعلامية بدلا من اختبارها انطلاقًا من مفهوم محايد.

٢. استعار الباحثون كثيراً من نظريات التأثير من العلوم الأخرى مثل: علم الاجتماع وعلم النفس، وتم إسقاطها على الحالة الإعلامية، وعلى العملية الإعلامية، فساعدت هذه النظريات الجاهزة الناجحة التي تم تشكيلها وبناؤها وفق متطلبات العلوم الأخرى وشروطها على التعاطي مع التأثيرات الإعلامية على أنها نتيجة أكثر من فرضية، وأن العملية الإعلامية عملية ناجحة، بل إن الصناعة الإعلامية صناعة ناجحة في ضوء مخرجاتها.

٣. أثار الجدل غير المحسوم في دراسات التأثير الإعلامي، والصعوبات التي أعجزت الباحثين عن الوصول إلى نتائج علمية محددة، إلى انتقال الباحثين إلى اتجاه بحثي آخر يعنى بالعلاقة الوظيفية بين وسائل الإعلام وجمهورها والمتمثل في الإجابة عن ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام، إلا أن أحد هذين الاتجاهين لا يمكن وحده أن يؤدي إلى فهم دور وسائل الإعلام في المجتمع؛ فوسائل الإعلام تعنى باحتياجات الفرد والمجتمع ومن ثم يستخدمونها، وفي الوقت نفسه فإن وسائل الإعلام تؤثر فيمن يستخدمها.

٤. أدى المفهوم الاستثماري الذي اتصفت به الظاهرة الإعلامية في العصر الحديث، إلى تركز المراكز البحثية ذات التمويل الأجنبي على دراسة عادات ومواقف وميول الجمهور المتلقي، وغيرها من الموضوعات، التي يمكن الاستفادة منها في الحملات السياسية وتسويق السلع والأفكار، التي تسعى إلى تسويق نسق عالمي من القيم والميول الاستهلاكية،[١] الأمر الذي أدى إلى نقل اهتمامات الباحثين إلى تلك الدراسات التي يعول عليها في تحقيق المصالح المادية، دون النظر إلى معياريتها العلمية وجدواها المهنية، وهذا ما صرف العديد من الدراسات والأبحاث إلى التعامل مع التطبيقات وجوانب الإثارة العلمية، فقد أكدت عدد من الدراسات والبحوث التي أجريت على الإعلان _ على سبيل المثال _ أن وسائل الإعلام لا تتعامل مع الجمهور باعتباره مستهلكاً فحسب، وإنما تحول الجمهور نفسه إلى سلعة تباع للمعلنين.[٢]

٥. التركيز على الدراسات الوصفية لمعلومات تتعلق بالكم، التي تهدف إلى تحسين فعالية وسائل الإعلام لتحقيق أهداف سياسة معينة أو تحقيق أهداف تجارية بدلاً من تعريف المفاهيم أو تطوير النظريات أو اختبار الفروض القائمة أو بحث الأوضاع الحالية أو العمل على توفير الاحتياجات الأساسية للاتصال أو تحقيق التغير الاجتماعي، وبالتالي فإن هذا النوع من البحوث يمكن النظر إليه على أساس أنها منهج يركز على الوسائل بدلاً من التركيز على المجتمع وهذا النوع من البحوث لم يعطي أي أهمية للنظرية، ولم ينظر إلى الوسائل الإعلامية في إطار

(١) عواطف عبدالرحمن، مرجع سابق، ١٤٦

(٢) عواطف عبدالرحمن، مرجع سابق، ١٥٣

علاقاتها مع المؤسسات الأخرى في المجتمع، وكانت هذه البحوث نادراً ما تتناول قضايا تتعلق بالسلطة والملكية وتنظيم وسائل الإعلام، وبالتالي يمكن النظر إلى تلك البحوث أو على الأقل الغالبية العظمى منها على أساس أنها بحوث تتعلق بالأفعال وليس بالتفكير أو بحوث تركز على خدمة النظام القائم بدلاً من انتقاده.

٦. أن الدراسات الميدانية لا التطبيقية كما أشار إلى ذلك العزي[١] في دراسته عن النظرية الاتصالية في ميدان البحث العلمي الإعلامي، خاصة ما يتعلق بتحليل مضمون نص إعلامي أو شبه إعلامي أو دراسة جمهور ما تعيد إنتاج جزء من الواقع، وفي معظم الأحيان بصفة شبه مشوهة بحكم غياب المنطلق والتمثيل (العينة الممثلة) لكنها لا تستطيع في انعدام المقاييس النظر في هذا الواقع أو تعديله أو تغييره أو الحكم عليه، أم التطبيقي فتجسيد لما يكون قد تم الاتفاق عليه على مستوى النظر ولو بصفة جزئية، هذا التمييز يتضح أكثر كما يقول العزي بالقول إن الميداني لا يقترن عادة بالكل في حين يتعين على التطبيقي أن يتوجه إلى المجسد عبر المجرد.

٧. على الرغم من تحول العديد من الباحثين في فهم الاتصال من ذلك الشكل الخطي الذي يفترض أن الاتصال يمضي من المصدر إلى المتلقي بهدف الاقناع، إلى كون الاتصال عملية تتفاعل عناصرها في الموقف الاتصالي إلا أن هذا التحول ظل قاصراً على المفاهيم النظرية دون أن يسهم في توجيه بحوث الإعلام وجهة جديدة.

(١) عزي، عبدالرحمن (٢٠١٣م) دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتاب المستقبل العربي، العدد ٢٨، الطبعة الثالثة، ص ٧٠

هذه الحالة التي اتسم بها التنظير الإعلامي ألقت بظلالها على مجمل البناء المعرفي لعلم الإعلام، وكان لها أثرها البالغ على التراكمات العربية المعرفية في مجال الاتصال، وهو ما يتطلب تعاضد الباحثين ومؤسسات التعليم ومراكز البحث في الوطن العربي لمراجعة هذا الإرث العلمي وتقويمه بصورة تسهم في تطويره.

❊ ❊ ❊

## نتائج الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحليل نتائج عدد من الدراسات التي تناولت تطبيقات نظريات الاتصال في البيئة العربية، ومع ندرة هذه الدراسات النقدية التفسيرية في البيئة العربية إلا أن الباحث تمكن من مراجعة (٢٠) دراسة نقدية تناولت واقع النتاج العلمي في مجال نظريات الاتصال وتطبيقاتها البحثية، وهي:

١. الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، العدد الرابع، أكتوبر- ديسمبر ٢٠٠٠م.

٢. اتجاهات الدراسات الإعلانية في مصر، مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع، يوليو ١٩٩٣م

٣. الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث ودراسات الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس، العدد الأول، يناير/ يونيه،٢٠٠٤م.

٤. اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر: دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لدوريتي الصحافة والإعلام الأمريكية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام، المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم، ٢٣-٢٥/ ١٠/ ٢٠٠٧م.

٥. أسباب ضعف الأسس النظرية في بحوث الاتصال الجماهيري: دراسة لاتجاهات أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإعلام بالمملكة العربية السعودية، (جامعة الكويت: المجلة العربية للعلوم

الإنسانية، العدد ٥٧، السنة ١٥، ١٩٩٧م)

٦. الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماع: رؤية تحليلية، المؤتمر الدولي لوسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، الرياض، ١٠-١١/ ٣/ ٢٠١١م.

٧. الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني: دراسة من منظور تحليلي، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الإعلام الجديد. التحديات النظرية والتطبيقية) الرياض، ١٥-١٦/ ٤/ ٢٠١٢م.

٨. بحوث الإعلام العربية (٢٠٠٥م-١٩٩٠م) بين تحليل الواقع وتطلعات المستقبل، المنتدى الإعلامي السنوي الثالث: التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢٦-٢٨ نوفمبر ٢٠٠٥م.

٩. بحوث الإعلام بين الماضي والحاضر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد السابع، يناير/ يوليه ٢٠٠٠م.

١٠. الجوانب الإجرائية والمنهجية لبحوث الصحافة والإعلام، دراسة تحليلية تقويمية لخطط ورسائل الماجستير والدكتوراه التي سجلت في قسم الصحافة والإعلام بكلية اللغة العربية بجامعة الأزهر، مجلة كلية اللغة العربية، بجامعة الأزهر، العدد الخامس عشر، ١٩٩٦م.

١١. الرهانات الإبستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي: نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين، ٧-٩ أبريل ٢٠٠٩م.

١٢. ستون عاماً من دراسات القائم بالاتصال، ملتقى فضاءات الاتصال والوسطاء الثقافيون: التحولات والرهانات، معهد علوم الصحافة والأخبار، جامعة تونس، ٢٤-٢٥أبريل،١٩٩٧م.

١٣. العلاقة المنهجية بين البحوث الإعلامية والاجتماعية والنفسية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر، العدد السابع عشر يناير ٢٠٠٢م.

١٤. علوم الاتصال الجماهيري واستقلالها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد الثالث، سبتمبر، ١٩٩٧م

١٥. قراءة في دراسات الإعلام العماني: رؤية عامة، مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي: الواقع والطموح، مسقط، ٢٢-٢٤ أبريل ٢٠٠٣م.

١٦. قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية (جامعة الكويت: العدد ٨٣ السنة ٢١ ،٢٠٠٣م).

١٧. مناهج البحث في أقسام الإعلام بالمملكة العربية السعودية: بين الواقع واحتياجات المستقبل، المنتدى الأول لجمعية الإعلام والاتصال في المملكة العربية السعودية،٢٨/ ٣-١/ ٤/ ٢٠٠٣م.

١٨. نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير الإعلام وتطورها: دراسة نقدية تحليلية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت، العدد السادس والأربعين، شتاء ١٩٩٤م

١٩. النظرية الإعلامية في ضوء النظرية الإحصائية: دراسة تطبيقية على نظرية ترتيب الأولويات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد التاسع، مايو، ٢٠١٣م.

٢٠. واقع الدراسات الإعلامية المصرية في مجال الوسائل الإلكترونية في العقدين الأخيرين من القرن العشرين: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، العدد الثامن، أغسطس/ أكتوبر ٢٠٠٠م.

ويمكن تصنيف هذا النوع من الدراسات بمستويين: أحدهما يتناول الاتجاهات العلمية والمنهجية وأولويات البحث والحجم والنوع، والثاني: يتناول تقييم الدراسات التطبيقية للنظريات برؤية شمولية ممتدة لعدد من الدراسات الجزئية للوصول إلى بناء نمط حول ظاهرة معينة أو التحقق من صحة تطبيق فروض إحدى النظريات، وخرجت نتائج الدراسة بالنتائج وفق عدد من التصنيفات التي يمكن معها تحقيق وضوح الرؤية في المعالجات البحثية العربية على النحو التالي:

## ■ أولاً: بحسب التطور الزمني للدراسات

ينطلق هذا التصنيف من فرضية مؤداها أن العامل الزمني يعد عاملاً رئيساً في تطور المعالجات البحثية للنظريات، إذ إن التراكم المعرفي يفترض وجود تطور في

مسارات الدراسات الأكاديمية الأمر الذي ينعكس بدوره على انتشار معالجات نظرية محددة في أوقات معينة والتي تتغير طبقاً لتغير الزمن والمعطيات التي يفرضها من تغيير في بيئات الاتصال وحركة الاتصال في المجتمع.

وتشير **عبد المجيد**[1] في دراستها الصادرة ٢٠٠٥ أنه بعد عشر سنوات كاملة من وجود حلقة نقاشية حول إشكالية المنهج في الدراسات الإعلامية في جامعة القاهرة عام ١٩٩٦ فإن طبيعة الدراسات الإعلامية والتوظيف النظري لها لم يتغير، وقد قامت الباحثة بتتبع الدراسات الإعلامية العربية في ١٥ عاماً منذ ١٩٩٠ وحتى ٢٠٠٥ لتصل إلى نتيجة رئيسة هي أن إشكاليات الدراسات الإعلامية العربية لا تزال مستمرة كما هي، بل تتفاقم في بعض الأحيان.

حيث غلبة الطابع الإجترائي والتفتيت الحاد للظواهر الإعلامية، إلى جانب الاستغراق التام في التفاصيل الإجرائية على حساب التأصيل النظري للظواهر البحثية، والانفصال شبه الكامل بين ما يعرضه الباحث من فرضيات الإطار النظري الذي استخدمه وبين دراسته الإمبريقية، وتكرار وتشابه المشكلات والظواهر البحثية المختلفة، والتركيز على الفئات النوعية من الجمهور كالشباب والطفل.

إلا أن أهم ما أوضحته الباحثة في هذا السياق هو التأكيد على فكرة وجود موجات بحثية حيث تتجه الدراسات إلى دراسة موضوعات بحثية معينة بغض النظر عن قيمتها المعرفية أو النظرية، ثم اختفاء الموجة لتحل محلها موجة جديدة وهكذا، وقد أظهرت هذه الدراسة غلبة المداخل الوظيفية وبحوث التأثير دون

(١) عبد المجيد، ليلى(٢٠٠٥م) بحوث الإعلام العربية (٢٠٠٥م-١٩٩٠م) بين تحليل الواقع وتطلعات المستقبل، المنتدى الإعلامي السنوي الثالث: التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢٦-٢٨ نوفمبر ٢٠٠٥م.

وجـود تأثير فعال وحقيقي للعامل الزمني حيث نسـبة ٧ , ٣٧٪ من الأطر النظرية كانت تطبيق لنظرية واحدة هي الاستخدامات والإشباعات، ثم ترتيب الأولويات بنسبة ٤ , ١٩٪، ثم الاعتماد على وسائل الإعلام بنسبة ٥ , ١١٪ ثم فجوة المعرفة بنسـبة ٨ , ٥٪ ثم تحليل الأطر بنسـبة ٧ , ٤٪ إضافة إلـى تمثيل ضعيف لنظريات دوامـة الصمـت ومدخـل تمثيل المعلومـات وحـارس البوابـة والأداء الوظيفي للقائم بالاتصال.

ويشـير **عبد العزيز**[١] في دراسته لتطور الدراسات الإعلانية في مصر بين عامي ١٩٥٠-١٩٩٢ إلـى وجود تطور كمي في الدراسـات الإعلانية على المسـتويين الكمـي والكيفـي، ففي حين تطور الكم اسـتناداً إلـى تطور وتراكم وزيـادة تأثير الإعـلان في الظاهـرة الإعلاميـة في مصـر، فإن التطـور الكيفي نقـل البحوث من التركيـز علـى الإعلان ككل إلـى التركيز علـى الظواهر المتضمنـة داخل ظاهرة الإعـلان عبر التطبيق علـى عناصرها مثل الوكالات، القائم بالاتصال، الرسـالة، الجمهور وسـلوك المسـتهلك، فعاليـة الرسـالة الإعلانية، والقيـم المتضمنة في الإعلان.

إلا أن هذا التطور الكمي والنوعي لدراسـات الإعـلان لم يصاحبه في الواقع حالـة من التطور في وضع سـياق نظري عام لدراسـات الإعلان، فقد اعتمدت في البداية على نماذج مستوحاة من الدراسات السيكولوجية، في الوقت الذي ذهبت فيه فيما بعد إلى الاتجاه السائد في الدراسات الإعلامية العامة من تطبيق المداخل الوظيفية ونظريات التأثير والاستمالات وغيرها.

(١) عبـد العزيز، سـامي(١٩٩٣م) اتجاهات الدراسـات الإعلانية في مصر، مجلة بحـوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع، يوليو ١٩٩٣م، ص ١٠-٤٣.

في حين يرى **عبد الموجود**[1] في دراسته لبحوث الصحافة والإعلام بين عامي (١٩٨٢-١٩٩٥) في جامعة الأزهر، أن العامل الزمني يعد عاملاً مؤثراً في اختيار موضوع البحث ونظرياته ومناهجه وأدواته، ففي حين انتمت نسبة كبيرة من البحوث الأولى في جامعة الأزهر إلى الدراسات ذات الطابع التاريخي والتوثيقي، واعتمدت على المصادر الأولية، فإنها ما لبثت أن تحولت نحو الدراسات ذات الطابع الإمبريقي وفق النموذج السائد في الدراسات المصرية، وبعد أن كانت تهتم بالأبعاد المفاهيمية أو التاصيلية فإنها انطلقت نحو القضايا والظواهر المعاصرة في المجتمع المصري والعربي بعد ذلك.

إلا أنه يؤكد أن ثمة قصور في الجوانب الإجرائية والمنهجية الذي جعل الاهتمام بوجود أطر نظرية واضحة غير كاف؛ إذ تصاعد الاهتمام منذ بدء العام ١٩٩٠ بوضع أطر نظرية واضحة تتم من خلالها المعالجات البحثية بعد اهمال هذا الجانب لسنوات.

بينما تشير دراسة **ثابت**[2] إلى أن التطور الزمني قد أثر سلبًا في توجهات الدراسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية، ففي حين كان الهدف الرئيس هو دعم الدراسات التأصيلية والاهتمام بالإعلام الإسلامي وتطوير نظرياته،

(١) عبد الموجود، جابر محمد (١٩٩٦م) الجوانب الإجرائية والمنهجية لبحوث الصحافة والإعلام: دراسة تحيلية تقويمية لخطط ورسائل الماجستير والدكتوراه التي سجلت في قسم الصحافة والإعلام بكلية اللغة العربية بجامعة الأزهر، مجلة كلية اللغة العربية، بجامعة الأزهر، العدد الخامس عشر، ١٩٩٦م، ص ٤٧٣-٥٤٧.

(٢) ثابت، سعيد بن علي (٢٠٠٣م) مناهج البحث في أقسام الإعلام بالمملكة العربية السعودية: بين الواقع واحتياجات المستقبل، المنتدى الأول لجمعية الإعلام والاتصال في المملكة العربية السعودية، ٢٨/ ٣-١/ ٤/ ٢٠٠٣م.

فقد حادت أغلب أقسام الإعلام عن هذا الهدف حتى قسم الإعلام الإسلامي بجامعة أم القرى، في حين أن قسم الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود شهد تبايناً في اتجاهات البحاث؛ ففي حين ركزت رسائل الماجستير على ربط الإعلام بقيم المجتمع السعودي، اتجهت رسائل الدكتوراه على الدراسات ذات الطابع التطبيقي دون التأصيلي أو النقدي منذ عام ١٩٩١م وعلى مدار حوالي ربع قرن، وبالتالي فإن هذا التطور ـ كما يرى **ثابت** ـ أخرج الدراسات الإعلامية في المملكة العربية السعودية عن هدفها الذي وضعت لأجله، حيث اكتفت الدراسات بالتقليد وتطبيق المداخل النظرية الغربية وأدوات ومناهج البحث الغربية متجاهلة دورها في ضرورة القيام بالتأصيل النظري للظاهرة الإعلامية من منظور إسلامي.

**ويرى طايع[1] أن بحوث ودراسات الإعلام تطورت زمنياً عبر ثلاث مراحل رئيسة هي:**

### (١) ما قبل عام ١٩٤٠:

وهي الفترة التي طغى عليها الاستخدام الاجتماعي للدراسات الاتصالية وسيطرة نظرية المجتمع الجماهيري كبعدها الأساس المفسر للسلوكيات الاتصالية، ثم تدخلت بعض المظاهر النفسية المرتبطة بالآراء والاستجابات وفق نماذج سيكولوجية محددة مثل المثير والاستجابة، وتناولت بعض المظاهر العاملة في إطار فهم عملية الاتصال مثل الأطر الدلالية، إلا أن الإطار الجامع للنظرية العامة التي تم تبنيها هو نظرية المجتمع الجماهيري على سبيل الحصر والذي يرى أنها كانت المؤسسة لعلم الاتصال الجماهيري.

(١) طايع، سامي عبدالرؤوف (٢٠٠٠م) بحوث الإعلام بين الماضي والحاضر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد السابع، يناير/ يوليه ٢٠٠٠م، ص ١٩٨-٢٣٣.

### (٢) مرحلة ١٩٤٠-١٩٦٠:

وهي المرحلة التي سعت لكشف المتغيرات المتداخلة والوسيطة في المنظومة الاجتماعية مما أدى لتطور أساليب القياس، ثم الاتجاه نحو التركيز على دراسات الجهور وانتقال المعلومات على مرحلتين، واخيراً التناول المفرط في الدراسات المعتمدة على النظرية الوظيفية وظهور اتجاهات دراسات التأثير.

### (٣) مرحلة ما بعد عام ١٩٦٠:

وهي التي تناولت عناصر العملية الاتصالية وارتباطها بالمؤسسات الإعلامية فتم التركيز على نظريات ترتيب الأولويات والتأثير المحدود لوسائل الإعلام، وشيوع الدراسات الإمبريقية، والتعامل مع المنظومة الاتصالية كبيئة، وبدء ظهور الاتجاهات النقدية في البحوث والدراسات الإعلامية.

في حين يرى **المنيس**[1] أن دراسات الإعلام ركزت في مراحلها المختلفة على التأثير حين انتقلت من المرحلة التأسيسية لعلم الاتصال إلى المرحلة البحثية التي تعالج الظواهر المختلفة لعلم الاتصال، وقسم تطور تناول نظريات التأثير في دراسات الإعلام على التقسيم السابق الذي يقسمها لثلاثة مراحل هي ما قبل ١٩٤٠، وما بين ١٩٤٠-١٩٦٠، ثم ما بعد ١٩٦٠، ويرى أن نظريات التأثير في المرحلة الأولى استأثرت بفكرة الاتجاه الخطي الواحد من المؤسسة الإعلامية إلى المتلقين، بينما ركزت المرحلة الثانية على نظريات التأثير الاختياري والأبعاد

(١) المنيس، جمال جاسم (١٩٩٤م) نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير الإعلام وتطورها: دراسة نقدية تحليلية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت، العدد السادس والأربعين، شتاء ١٩٩٤م، ص ٥٦-٧٥

الوظيفية معتمدة على تطبيق مناهج البحث الإمبريقية، في حين اتجهت دراسات التأثير في المرحلة الثالثة من منظور فردي نسبي أحادي ولكنه نموذج تفسيري يحاول أن يفسر قوة أو سطوة وسائل الإعلام في حياة الفرد والمجتمع.

وفي دراسته حول القائم بالاتصال يرى **قيراط**[1] أن الشروط والظروف التي اقتضتها الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وتفاعلها مع المؤسسة الاعلامية، وتفاعل المؤسسة الإعلامية على الجانب الآخر مع مختلف قوى المجتمع قد أثرت في مسارات البحث العلمي المرتكز على بحث ودراسة القائم بالاتصال عبر الأزمنة المختلفة، ففي حين ارتكزت هذه الدراسات على التراجم والسير في الفترة من (١٨٠٠-١٩٣٠) دون وجود أي إطار نظري أو إشكاليات بحث حقيقية، فإنها بدأت تتقاطع مع علوم النفس والاجتماع والسياسة في الفترة من ١٩٣٠-١٩٥٠ متأثرة بنظريات القوى الاجتماعية، والدعاية، والتأثير والرأي العام ومحتوى الرسالة الإعلامية، والسلوكيات الانتخابية وغيرها، بينما اتجهت بعد العام ١٩٥٠ ولمدة قرابة ستين عاماً على دراسات تشتمل على ظواهر صغيرة ومحدودة في كل دراسة، فصارت تدرس المقروئية، واستهلاك رسائل الإعلام، والعوامل المؤثرة على رضى القائم بالاتصال عن عمله ...إلى غير ذلك.

**وقد حدد (قيراط) مسارات البحث فيما يخص القائم بالاتصال على أربعة مسارات بحسب المنهجية وطبيعة الأطر النظرية المستخدمة فقسمها إلى:**

١ ) الدراسات التي استعملت عينات صغيرة أو مجموعات محددة.

(١) قيراط، محمد (١٩٩٧م) ستون عاماً من دراسات القائمين بالاتصال، ملتقى فضاءات الاتصال والوسطاء الثقافيون: التحولات والرهانات، معهد علوم الصحافة والأخبار، جامعة تونس، ٢٤-٢٥أبريل،١٩٩٧م، ص ٧-٢٣.

٢ ) الدراسات التي ركزت على تطور مهنة الصحافة وازدهارها وطبيعة وأسباب تأثيرها

٣ ) الدراسات السلوكية للقائم بالاتصال التي اهتمت بمتغيرات الخبرة والاحترافية

٤ ) الدراسات التي اعتمدت على عينات منتظمة وممثلة لمجتمع البحث.

## ■ ثانياً: بحسب الظواهر الاتصالية

ينطلق هذا التصنيف من فرضية مؤداها أن النظريات المستخدمة لمعالجة ظواهر اتصالية معينة تختلف عن النظريات المستخدمة لمعالجة ظاهرة أخرى، وعليه فإنه من المنطقي أن تتناول الدراسات التي تعالج ظواهر مختلفة من منطلقات نظرية مختلفة، وأن سيادة العمومية النظرية في هذا السياق يشير إلى وجود اختلال في توظيف النظرية في حقل الدراسات الإعلامية العربية.

وتشير دراسة **عبد المجيد**[1] إلى أن دراسات الرأي العام والصورة الذهنية احتلت مساحة كبرى بين الدراسات الإعلامية، وارتكزت في الأساس على تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباعات، ونظرية ترتيب الأولويات، وأحياناً العلاقة المتبادلة بين النظريتين، وقد أغفلت الدراسات العوامل المرتبطة ببناء الأجندة، وارتكز بعضها على تطبيق نظرية دوامة الصمت، وتمت جميع هذه الدراسات على توظيف النموذج الأحادي الخطي الاستكشافي دون النموذج التفاعلي أو النقدي أو التفسيري، في حين ظهر اتجاه ضعيف الأثر في الاهتمام بتوظيف المداخل النظرية الأخرى مثل تأثيرية الآخرين أو الشخص الثالث.

(١) عبدالمجيد، ليلى(٢٠٠٥م) مرجع سابق.

وترصد **الطرابيشي**[1] اتجاهات بحوث الرأي العام لتؤكد على أن دراسات الرأي العام اعتمدت على عدة نظريات محددة هي نظرية الأجندة، ودوامة الصمت، والاستخدامات والإشباعات، وتأثير الشخص الثالث، والغرس الثقافي، ومداخل تفسيرية ارتبطت بفكرة العولمة أو النظام العالمي الجديد.

وترى أن الاتجاهات النظرية العالمية التي تطبق نظريات التجاهل الجمعي، والرؤية المنعكسة، والإجماع الزائف وغيرها لم تحظ بأي تواجد في الدراسات المصرية أو العربية، وترجع هذا إلى أن الاتجاهات البحثية الجديدة تظهر في الولايات المتحدة ليبدأ الباحثون العرب بتطبيقها بعد حوالي عشرين عاماً من ظهورها دون تصد منهم لأي اتجاه بحثي أو نظري جديد أو مبتكر.

ويشير **عبد العزيز**[2] إلى أن الدراسات الإعلانية بين عامي (١٩٥٠-١٩٩٢) تنوعت في الطرح الذي تناول أغلب أشكال الظاهرة الإعلانية، إلا أن نتائج الدراسات الإعلانية لم تؤصل لقواعد علمية أصيلة لما يجب أن تكون عليه أهداف النشاط الإعلاني حسب طبيعة المنشآت والمؤسسات المختلفة.

وقد لاحظ كذلك تركيز الدراسات الإعلانية على فئتين رئيستين هما: وكالات الإعلان والرسالة الإعلانية، ثم الجمهور، وتنوعت في الأساس على قياس العوامل المؤثرة على الإعلان وصياغته، في مقابل العوامل الوظيفية المرتبطة بفعالية استخدام الإعلان وتأثيره على الجمهور عبر الاستمالات المختلفة ولغة الإعلان وتصميمه وغير ذلك.

---

(١) الطرابيشي، مها محمد كمال(٢٠٠٤م) الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث ودراسات الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس، العدد الأول، يناير/ يونيه،٢٠٠٤م، ص ٣٦٩.

(٢) عبدالعزيز، سامي(١٩٩٣م) مرجع سابق، ص١٠-٤٣

كما اشارت نتائج دراسته إلى عدم وجود أطر نظرية واضحة تقوم على أساسها الدراسات بالتفسير أو التقويم، بل ظل الاتجاه السائد في الدراسات يرتبط وعلى نحو مباشر بالاستكشاف، وتطبيق نظريات التأثير العامة في الأغلب الأعم.

وتشير دراسة **عبد المجيد**[1] في بحوث الإعلان تركيز الدراسات على التأثير على سلوك المستهلك، واعتمادها على مسوح الجماهير في المقام الأول، وتطبيقها للمداخل النظرية الوظيفية كذلك، وإهمالها لأساليب القياس والأدوات الشائعة في الدراسات الغربية.

## ■ ثالثاً: بحسب المستجدات الاتصالية:

يقوم هذا التصنيف على أساس أن المستجدات الاتصالية لا سيما تلك التي غيرت شكل وأساليب إنتاج واستهلاك الرسائل الإعلامية أو التي غيرت من واقع البيئة الاتصالية في العالم وعلى رأسها الإنترنت والإعلام الجديد والميديا الرقمية، ومن قبلها الدراسات المعنية بالبث الفضائي المباشر والإعلام الإلكتروني وغيرها، تتطلب تطبيق نظري من منظور يقوم على تطوير النظرية الإعلامية أو ابتكار نظريات جديدة، وبالتالي فإن اعتماد الدراسات التي تبحث في المستجدات الاتصالية مع تطبيق الأسس النظرية للاتصال التقليدي تشير إلى وجود خلل جسيم في توظيف النظرية في هذا الإطار.

وتشير دراسة **مصباح**[2] التي درست ظاهرة الإعلام الإلكتروني بما تشمله من

(١) عبدالمجيد، ليلى(٢٠٠٥م) مرجع سابق.

(٢) مصباح، هشام محمود (٢٠٠٠م) واقع الدراسات الإعلامية المصرية في مجال الوسائل الإلكترونية في العقدين الأخيرين من القرن العشرين: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، العدد الثامن، أغسطس/ أكتوبر ٢٠٠٠م، ص ١٧١-٢٠٤.

راديـو وتليفزيون وفيديـو وصحافة إلكترونية وانترنت خـلال عقدي الثمانينيات والتسـعينيات إلى أن أغلب دراسات وسـائل الإعلام الإلكترونية بهذا الفهوم لم تنطلـق مـن إطار نظري خـلال حقبة الثمانينيات إلا بنسـبة بلغـت (٤ , ٠٪) فقط بواقع دراسـة واحدة بينما تحول الوضع في التسعينيات حيث بلغت (٥٦) دراسة اعتمـدت على المداخل النظرية، وتنوعت بين الاسـتخدامات والإشـباعات ثم التعلـم، ثم وضـع الأجندة، ثم الغرس، ثـم تمثيل المعلومات ثـم فجوة المعرفة والاعتماد، وهو ما يشـير إلى أن واقع دراسات الإعلام الإلكتروني قام على مدى عقد كامل بالوصف والاستكشاف واستطاع التحول إلى توظيف فروض نظريات الاتصال المختلفة واختبارها بعد استقرار الظاهرة على نحو واضح.

وتشـير دراسـة **عبد المجيـد**[1] إلـى اهتمـام الدراسـات العربية منـذ عامي (١٩٩٠م-٢٠٠٥م) بظاهـرة البث الفضائي، وتركيزهـا على قياس تأثيراتها على القيم والهوية والمعرف والسلوك الاجتماعي، واعتمادها على المناهج الوصفية ودراسـات الجمهور والبعد التأثيري، وتطبيق المداخل الوظيفية، وتطبيق أدوات القياس الكمية النمطية وعلى رأسها الاستبانات.

وتـرى **صـلاح**[2] أن ظاهـرة الإعلام الاجتماعـي تعاني من قصور شـديد في التنـاول النظـري والمنهجـي يتأتى من اعتمادهـا على الأطر المنهجيـة والنظرية المتعـارف عليهـا في الإعـلام التقليـدي دون وجـود خصوصية حقيقيـة لظاهرة

(١) عبدالمجيد، ليلى(٢٠٠٥م) مرجع سابق.

(٢) صـلاح، مهـا عبد المجيـد (٢٠١٥م) الإشـكاليات المنهجية في دراسـة تطبيقات الإعـلام الاجتماع: رؤية تحليلية، المؤتمر الدولي لوسـائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، كلية الإعـلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سـعود الإسـلامية، المملكة العربية السـعودية، الرياض، ١٠-١١/ ٣/ ٢٠١٥م.

الاتصال الاجتماعي، وترى ضرورة تبني مداخل نظرية بينية تربط بين علوم الاتصال والعلوم الأخرى سواء التقليدي منها المرتبط بعلمي النفس والاجتماع أو علوم الحاسب الآلي والسياسة العامة، بما يمكن الباحثين من المقدرة على التناول المنهجي الكمي الكيفي مثل: الجمع بين تحليل المحتوى والتحليل الإثنوجرافي على سبيل المثال.

في حين ترى **عثمان**[1] أن المداخل النظرية الحديثة دخلت حيز دراسات الإعلام الإلكتروني ولم تتوقف عند المداخل النظرية التقليدي على الرغم من تواجدها واستمراريتها، حيث جاءت في المرتبة الأولى نظرية الاستخدامات والإشباعات بنسبة (١٨,٧٪) ثم نظرية ثراء الوسيلة بنسبة (١٢,٥٪) ثم عدم الاعتماد على أطر نظرية محددة بنسبة (٨,٣٪) ثم نظريات ومداخل جديدة بنسبة (٤,٢٪) واشتملت على كل من نظرية تمثيل المعلومات ونظرية الحضور الاجتماعي، ومدخل تحليل النظم، ومدخل صحافة المواطن، بينما جاءت بقية النظريات بنسبة بلغت (٢,١٪) واشتملت على نظريات المجال العام، والأدوار، والنظرية النسوية، وبناء الأجندة، وحارس البوابة، والبناء المعرفي، وتفاعل الإنسان مع الحاسب، وتحليل الأطر، والبنائية الوظيفية، والاغتراب السياسي، ونظرية الاغتراب السياسي، ومدخل صحافة المشاركة، ومدخل صحافة المصادر المعتمدة على الجماهير، ومدخل الصحافة التعاونية، ونموذج تأثرية الآخر، ونموذج الاتصال عبر الكمبيوتر، ونموذج الأبعاد الخمسة للشخصية، ونموذج الاستخدام والاعتماد، ونموذج التحول الإعلامي، وكما هو واضح

(١) عثمان، عزة عبد العزيز (٢٠١٢م) الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني: دراسة من منظور تحليلي، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الإعلام الجديد.. التحديات النظرية والتطبيقية) الرياض، ١٥-١٦/ ٤/ ٢٠١٢م.

كثرة التعرض لنظرية الاستخدامات والإشباعات لدراسة الانترنت مقابل قلة للنظريات والمداخل الأخرى التي تعنى بدراسة الجوانب المختلفة المرتبطة بالتعامل مع الانترنت.

## ■ رابعاً: بحسب عناصر العملية الاتصالية:

من الطبيعي أن تقوم الدراسات الإعلامية على سياقات نظريات ومداخل نظرية تضع في حسبانها تغير واختلاف الأدوار بين أطراف العملية الاتصالية وعناصرها ومكوناتها، فالدراسات القائمة على معالجة ظاهرة ترتبط بالقائم بالاتصال ينبغي أن تقوم على أطر نظرية متعلقة بالقائم بالاتصال هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن التوازن الكمي والكيفي بين الدراسات المرتبطة بعناصر العملية الاتصالية كذلك يعد أمراً مطلوباً، إذ لا يصح أن تتركز الدراسات على عنصر واحد من عناصر العملية الاتصالية مع الإغفال النسبي لبقية العناصر.

يرى **قيراط**[1] أن مسارات البحث فيما يخص القائم بالاتصال لم تختلف كثيراً عن الاتجاهات السائدة في الدراسات الاتصالية عموماً، ويؤكد أن التطورات الزمنية والموضوعية والتطبيقات النظرية التي سيطرت على دراسات الاتصال الجماهيري عموماً، لم تتغير تطبيقاتها على عناصر العملية الاتصالية وعلى رأسها القائم بالاتصال. ويرى أن الاتجاهات المستقبلية ينبغي أن تمنح خصوصية لدراسات القائم بالاتصال لتجعلها تتجه نحو:

١ ) الاتجاه المؤسساتي الذي ينزع إلى دراسة النظام الإعلامي.

٢ ) اتجاه مخرجات النظام الإعلامي ومحتوى المنتج الإعلامي على نحو

(١) قيراط، محمد (١٩٩٧م) ستون عاماً من دراسات القائمين بالاتصال، مرجع سابق، ص ٧-٢٣.

تكاملي لا يختص فقط بالقائم بالاتصال بل يعني بتحديد دوره في النظام.

٣ ) اتجاه الجمهور حيث تتم دراسة علاقة الجمهور بالقائم بالاتصال كطرفي للعملية.

٤ ) اتجاه فاعلية القائم بالاتصال في القيام بدوره كعنصر فاعل ومؤثر.

٥ ) اتجاه دراسة البيئة أو المحيط العام للقائم بالاتصال.

في حين يرى **إبراهيم**[١] أن دراسات القائم بالاتصال تأتي في مرحلة متأخرة عن دراسات الجمهور، وهو ما يعكس الارتباط الوثيق لبحوث الاتصال بمفهوم السوق الحر الذي يركز على المستهلك أكثر من دراسة ملائمة المنتج والقائمين عليه.

ويؤكد على التبعية العربية للمدرسة الأميركية في دراسات القائم بالاتصال على المستويين الكمي والكيفي مع وجود فاصل زمني في تطبيق الدراسات والمداخل ذاتها.

ويحدد أن أغلب دراسات القائم بالاتصال لم تنطلق من أطر نظرية محددة، وفي حين بلغت الدراسات التي اعتمدت على أطر نظرية واضحة (٢٨,٧٪) فإن النظريات المستخدمة تمثلت في نظرية حارس البوابة، وانتشار الأفكار المستحدثة، وسوسيولوجيا العمل الإخباري، ووضع الأجندة، والتوازن المعرفي، والنظرية الوظيفية والبنائية، والشخصية والحافز والاستخدامات والإشباعات، وركزت بعض الدراسات التحليلية على النماذج التوجيهية وتحليل الأنساق وقياس الفاعلية والجماعات المرجعية.

(١) إبراهيم، محمد سعد (٢٠٠٠م) الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، العدد الرابع، أكتوبر-ديسمبر ٢٠٠٠م، ص ١٨٠-١٩٥.

من جهته أشار **عبدالحميد**[1] إلى أن العديد من الدراسات التطبيقية العربية اهتمت بمفهوم الأثر كهدف أو نتيجة، وترى في الوقت ذاته صعوبة قياسه وعدم إمكانية تعميمه من خلال نتائج هذا القياس، مما أدى إلى عزل مفهوم الأثر في البحوث والدراسات عن حركة عناصر العملية الإعلامية واتجاهاتها، وهذا يعود إلى النظرة الجزئية في تناول حركة عناصر العملية الإعلامية مما يجعل نتائج البحث في النهاية محدودة بحدود هذه الأجزاء أو الفئات.

## ■ خامساً: بحسب مجتمعات الدراسة:

ينطلق هذا التصنيف من فرضية تقوم على اعتبار خصوصية كل مجتمع، فكل مجتمع من الضروري أن يفرز دراسات تقوم على تضمين خصوصياته المختلفة ضمن عناصر البحث، وعليه فإن القيام بدراسات ذات طابع متشابه في دول مختلفة، تعني نزوعاً نحو التقليد والتكرار أكثر من وجود هدف حقيقي وراء الوصول لنتائج علمية يمكن أن تعبر عن المجتمع الذي قامت الدراسة فيه.

ويرى **عبد العزيز**[2] أن الدراسات الإعلانية في مصر على سبيل المثال تم تنازعها بين الدراسات التجارية والإعلامية بين عامي (١٩٥٠م- ١٩٩٢م) وأن تطور هذه الدراسات قد دفع الاتجاه منذ العام (١٩٧٠م) إلى الدراسات الإعلامية بما يتفوق على الدراسات التجارية، وهو ما يشير إلى وضوح الوظيفة الإعلامية للإعلان التجاري، وتخصص أقسام الإعلان في كليات الإعلام بدراسة الظاهرة الإعلانية. إلا أنه يشير كذلك إلى أن الدراسات الإعلانية في مصر قد قصرت على نحو واضح في تلمس التوجهات الإعلانية الغربية على الرغم من التبعية الواضحة والمباشرة للأجندة البحثية الغربية، وان الدراسات العربية الأخر

(١) عثمان، عزة عبد العزيز(٢٠١١م) مرجع سابق.

(٢) محمد عبدالحميد، مرجع سابق، ص٦٤

قد تماهت مع الطرح المصري لدراسات الإعلان.

كذلك فإن دراسة **عبد الموجود**[١] أشارت إلى أن (٧٧٪) من عينة دراسته قد اختصت بتناول قضايا ذات طابع مصري خالص، في مقابل (٢٣٪) من الدراسات التي تناولت ظواهر بحثية عربية (٥ , ١٣٪) أو أجنبية (٥ , ٧٪) أو ظواهر إعلامية عامة (٢٪).

ويقارن **كامل**[٢] بين الإصدارات البحثية المصرية والأميركية ويستخلص وجود فروق إيجابية لصالح الدوريات الأميركية في رعايتها للباحثين الشباب وطلاب الدراسات العليا على خلاف المصرية، ويؤكد أنه على الرغم من أن تفوق الإصدارات العلمية الأميركية أمراً بدهياً إلا أنه لا يوجد ثمة اختلافات حقيقية في تنوع المضامين من حيث الموضوعات أو مجالات البحث المختارة إلا في حدود طبيعية، ويرجع الباحث حالة التبعية النظرية من جهة، وضعف وجود نظرية مصرية في الاتصال إلى ضعف اشتراك الباحثين المصريين في الدوريات العلمية العالمية إضافة إلى شيوع البحث الفردي في مقابل البحوث الجماعية التي تعزز من حالة التجديد في المناهج والنظريات والتطبيقات.

وقد سعى **الحسني**[٣] إلى وضع خارطة لدراسات الإعلام في عمان التي بلغت عددها (٢٩) دراسة في المدة بين (١٩٨٦م وإلى ٢٠٠١م) وتوصلت

(١) عبد الموجود، جابر محمد (١٩٩٦م) مرجع سابق، ص ٤٧٣-٥٤٧

(٢) كامل، محمود عبدالرؤوف (٢٠٠٧م) اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر: دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لدوريتي الصحافة والإعلام الأمريكية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام، المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم، ٢٣-٢٥/ ١٠/ ٢٠٠٧م.

(٣) الحسني، عبدالمنعم بن منصور (٢٠٠٣م) قراءة في دراسات الإعلام العماني: رؤية عامة، مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي: الواقع والطموح، مسقط، ٢٢-٢٤ أبريل ٢٠٠٣م.

الدراسة إلى وجود تركيز كبير على دراسات الوسيلة ثم الجمهور بواقع (٢٥) دراسة، في حين ركزت ثلاث دراسات على أكثر من بعد وتصدت دراسة واحدة فقط للقائم بالاتصال.

كذلك فإن الدراسات ارتبطت بالبعد الوصفي على نحو طاغ، ومثلت المسوح وتحليل المضمون (٢١) دراسة في مقابل أربع دراسات فقط استخدمت المناهج التاريخية، وثمة غياب كبير لوجود أطر نظرية واضحة، إلا أن الإطار العام الحاكم هو مجموع نظريات التأثير والنظريات الوظيفية، وقد قام الباحث بنقد الواقع الراهن للدراسات الإعلامية العمانية التي أظهرت الغياب الواضح عن قضايا المجتمع العماني ونزوعها نحو التقليد والتكرار، وابتعادها عن فهم البيئة العمانية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وعدم انطلاقها من أجندات بحثية أو ارتباطها بنسق ثقافي أو علمي محدد، إضافة إلى غياب الدراسات الجماعية أو العمل المنظم وغياب المناظير النقدية أو التحليلية للظواهر الاتصالية وإغفال بعض المؤسسات الإعلامية في الدراسات وعلى رأسها الإذاعة العمانية.

### ■ سادساً: بحسب المناهج:

من الضروري التأكيد على أن الدراسات المختلفة التي تدرس ظواهر مختلفة، وعناصر مختلفة في مجتمعات مختلفة أن تختلف في المناهج العلمية والبحثية التي تقوم عليها وتطبقها، وبالتالي فإن تشابه المنهجيات دليل على قصور في تحقيق التطبيق الأمثل للنظرية في حقل الدراسات الإعلامية.

وقد كشفت دراسة **عبد المجيد**[1] أن الدراسات والبحوث العربية اعتمدت على البحث الوصفي، والانفصال بين ما يعرضه الباحث من فرضيات نظرية وما

(١) عبدالمجيد، ليلى(٢٠٠٥م) مرجع سابق.

يقوم به بالفعل حال التطبيق، وشكلية وضع الدراسات السابقة والأدبيات.

كما كشفت دراسة **عبد العزيز**[1] عن أن مناهج البحث في الدراسات الإعلانية في المدة (من ١٩٥٠م - ١٩٩٢م) اعتمدت على البعد الوصفي بهدف تحقيق نتائج استكشافية، وأن نسبة (٣, ٨٣٪) اعتمدت على منهج المسح، في حين اعتمدت (٥٠٪) منها على التساؤلات فإن (٢٣٪) فقط احتوت على فروض، وجاءت البقية كدراسات مكتبية توثيقية، وعلى مستوى الأدوات فقد اعتمدت (٤٧٪) على استمارة الاستقصاء، في مقابل (٧, ٢٣٪) على تحليل المضمون كأدوات بحثية، في ظل ندرة تامة لتطبيق أدوات بحثية جديدة.

بينما كشفت كذلك دراسة **عبد الموجود**[2] عن الاعتماد على البحوث الوصفية دون اهتمام كاف بالبحوث التجريبية أو دراسات الحالة، كذلك أشارت إلى قصور في الاستناد إلى الفروض العلمية حيث اقتصرت (٤, ٨٣٪) من بحوث دراسته على التساؤلات دون الفروض، في حين اعتمدت (٢, ٧١٪) من عينة دراسته على أكثر من أداة بحثية، وظهرت بعض الاتجاهات لتوظيف أكثر من منهج بغض النظر عن ملائمة المناهج المستخدمة لموضوع الدراسة.

وفي دراسته الأخرى يرى **عبد الموجود**[3] أن الدراسات الإعلامية التي ارتبطت بالأبعاد الاجتماعية والنفسية اعتمدت على منهج المسح بهدف الوصف، في حين اعتمدت الدراسات النفسية على البعد التجريبي في تطرقها

(١) عبدالعزيز، سامي(١٩٩٣م) اتجاهات الدراسات الإعلانية في مصر، مرجع سابق، ص١٠-٤٣

(٢) عبد الموجود، جابر محمد (١٩٩٦م) مرجع سابق، ص ٤٧٣-٥٤٧.

(٣) عبدالموجود، جابر محمد (٢٠٠٢م) العلاقة المنهجية بين البحوث الإعلامية والاجتماعية والنفسية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر، العدد السابع عشر يناير ٢٠٠٢م، ص ٦٠-١١٣.

للأبعاد الإعلامية فإن البعد العكسي قد غاب تقريباً إذ لم تتطرق الدراسات الإعلامية ذات الطابع النفسي إلى التطبيق التجريبي.

كما توصل إلى الاستخدام التقليدي للأدوات البحثية من حيث الاستبانات أو المقابلة أو تحليل المضمون، وأكد كذلك على وجود ضعف في عمليات وضع المفاهيم والمصطلحات ودرجة معياريتها بين الدراسات الأمر الذي أورث حالة من التداخل في المفاهيم واختلاط المعاني حتى على مستوى إدراك الباحثين لمفاهيم منهجية ترتبط بالمنهج والأداة والأسلوب والوسيلة.

ويرصد **مصباح**[1] في دراسته للوسائل الإلكترونية أن الدراسات اعتمدت على منهج واحد فقط في الأغلب الأعم مستخدمة مناهج رئيسة حيث بلغت المسوح الجماهيرية (٦ , ٥١٪) في مقابل (٨ , ٤٣٪) لمسوح المضمون، في حين بلغ المنهج التجريبي (٦ , ٣٪) فقط في الوقت الذي تقلص فيه الاعتماد على المناهج الأخرى مثل المنهج التاريخي.

كما يرصد **إبراهيم**[2] في دراسته عن القائم بالاتصال اعتماد الدراسات على المنهج المسحي بنسب (٥ , ٦١٪) وإغفال (٤ , ٩٪) من الدراسات ذكر الجوانب المنهجية مقتصرة فقط على ذكر أدوات الدراسة، وانخفاض الدراسات التجريبية حيث بلغت نسبتها (١ , ٣٪) فقط.

في حين يرى **لعياضي**[3] في معرض دراسته النقدية حول المنهج الكيفي أن

(١) مصباح، هشام محمود (٢٠٠٠م) مرجع سابق، ص ١٧١-٢٠٤.

(٢) إبراهيم، محمد سعد (٢٠٠٠م) مرجع سابق، ص ١٨٠-١٩٥.

(٣) لعياضي، نصر الدين (٢٠٠٩م) الرهانات الإبستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي: نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين، ٧-٩ أبريل ٢٠٠٩م.

وهـن البحث الإعلامـي ارتكز في أدبيـات الباحثين حول السـطحية والانطباعية والاعتمـاد على النظريات الغربيـة وتبعيته الفكرية للمـدارس الأميركية والغربية عمومـاً وانفصامه عن الواقع في البلاد العربية، إلا أن قلة قليلة من الباحثين ذهبوا إلى أن أسـاس الاختلال يأتي من المنهج المنتج للمعرفة الذي يقوم على المنهج الكمـي القائـم على النمـط المهيمن في الدراسـات ذات الطابـع الوضعي حيث الاحتـكام إلى مـا يصرح به الفرد عـن الظاهرة وليس ما يفعله فقط هو الأسـاس العلمي في هذه الدراسات.

ويرى في السياق ذاته أن المنهج الكيفي أو النوعي يمكن أن يكون مخرجاً حقيقيـاً يسـاهم في تطويـر الـرؤى والمعالجـات النظريـة والبحثيـة للظواهر الإعلاميـة المختلفـة، بما يحمله من قـدرات تربط الإعـلام بالثقافة على نحو أكثر وضوحـاً ودقة.

وعلى الرغم من أهمية الاتجاه الكمي في دراسة بعض الظواهر أو في التمرحل ضمن سلسـلة بنـاء المعرفـة العلمية إلا أن التركيـز على الأبحـاث الكمية، دون ربطها بالسـياق الذي تتـم في إطاره العمليات الاتصاليـة، أضعف الإطار النظري الـذي كثيراً ما تطوره الأبحـاث الكيفية بمفاهيمها النظريـة، مما نجم عنه ضعف المساهمة في البناء النظري، لأن ما ينتج عن هذه الأبحاث كم هائل من المعلومات لا تـؤدي إلى تدعيم النظريات الموجودة أو فتـح آفاق نظرية،[1] ويرى جون فيت أن التركيز على الأدوات البحثية على حسـاب الجوانب النظرية يوشـك أن يحيل

(١) أشـارت دراسة ثابت (مرجع سـابق) إلى أنه «بلغت مخرجات قسم الإعلام بجامعة الإمام من رسائل الدكتـوراه ٢٤ رسـالة لـم يتجـه منها نحو الدراسـات الكيفيـة إلا سـت رسـائل أي ٢٥٪ من مجمل مخرجات هذا البرنامج خلال قرابة أربع وعشـرين سـنة أما الدراسـات التطبيقية فقد بلغت ١٨ رسالة نسبتها ٧٥٪"

أقسام الإعلام ومراكز البحوث الإعلامية إلى مراكز لجمع المعلومات بدلاً من التفسير والتنظير العلمي الذي يدفع بالمعرفة الإنسانية قدمًا،[1] ولعل الاهتمام الزائد بالبحوث الكمية قد دعا أحد العلماء إلى مخاطبة زميله قائلاً: لقد تعلمت ببحوثك الكمية كيف تعد وتحسب ولكنك توقفت عن التفكير،[2] فالدراسات النظرية ذات المنهج الكيفي تسهم من خلال استقرائها للتراث العلمي في مواصلة الجهد لمن سبق مع تكوين الملكات الإبداعية المتخصصة للوصول إلى رؤى إبداعية تتوافق مع متطلبات حركة المجتمع وتفاعلاته المتطورة.

وفي هذا المجال يؤكد العديد من المنظرين على أن المعرفة الإنسانية هي رصيد متراكم ينبغي من خلاله الوصول إلى قوانين محددة تحكم الظواهر فقد أشار المخترع العظيم أدسن إلى أن أي اكتشاف علمي لا يمكن النظر إليه بمعزل عن الاكتشافات أو الإسهامات العلمية التي مهدت له وساعدت في الوصول إليه[3] وهذا الاتجاه هو ما يدعمه الاتجاه النقدي في الدراسات الكيفية.

❊ ❊ ❊

(١) العصماني، مرجع سابق، ص ١٠٨،١٠٩

(٢) أحمد البدر، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي (القاهرة: دار قباء، ١٩٩٨م) ص ٢٥

(٣) العصماني، مرجع سابق، ص ١٠٨،١٠٩

## ملخص نتائج الدراسة

سعت هذه الدراسة إلى استكشاف طبيعة التراكمات العربية المعرفية في مجال الاتصال وتقويميها، من خلال استقراء نتائج عدد من الدراسات المرجعية في عدد من البيئات العربية المتنوعة، وفي سياقات زمنية وظاهراتية مختلفة، حيث راجع الباحث (٢٠) دراسة نقدية تناولت واقع النتاج العلمي في مجال نظريات الاتصال وتطبيقاتها البحثية، بهدف إعطاء صورة شاملة تحدد ملامح هذا النتاج واتجاهاته، ومدى قدرته على بناء تراكم معرفي متخصص يؤدي إلى إيجاد بيئة عربية لنظريات الاتصال، وفي إطار التحليل الاستقرائي لنتائج تلك الدراسات يمكن استخلص النتائج الرئيسية التالية:

١. التأكيد على أن المسار الزمني استطاع -إلى حد ما- تطوير التناول النظري في الدراسات الإعلامية، لا سيما إذا ما وضع في الاعتبار المدى الزمني الذي يبدأ مع ظهور الظاهرة الإعلامية، حيث اتجاه الدراسات إلى الاستكشاف يتطلب لدى الباحثين النزوع نحو التجرد من النظريات أولاً، ثم وضع الملامح المؤسسة للنظرية يليها حالة من توظيف النظرية لدراسة الظواهر المختلفة مما يصل في كثير من الأحيان لحالة من الاستغراق النظري التام، وقد أوضحت المعالجات النظرية وفقًا للمسار الزمني عدم قدرة البحوث والدراسات على التحول من حالة الاستغراق النظري إلى حالة النقد النظري أو السعي فيما وراء النظريات نحو أطر ومداخل جديدة في العالم العربي، الأمر الذي يحول النظريات في مراحل الاستغراق النظري إلى ثوابت مؤكدة تتحول بعد فترة إلى عوائق حقيقية أمام أي محاولة لنشوء مدخل بحثي أو نظرية جديدة أو

أطر نظرية جامعة لعدد من النظريات غير تلك المتعارف عليها.

٢. اتبعت الظواهر الإعلامية على اختلافها -في الغالب الأعم- المشارب النظرية نفسها، واعتمدت على المداخل والنظريات التي تشير إلى التوجه العام في دراسة الظواهر الإعلامية المختلفة والمعتمدة على غلبة الاتجاه الوظيفي ونظريات التأثير وبحوث الجمهور.. الخ، وهو ما يشير إلى حالة من الاستسهال النسبي في توظيف نظريات سائدة أو ذات طابع عام في مقابل محاولة السعي للتعمق الرأسي في المعالجات النظرية المثلى التي يمكن أن تتعامل مع ظواهر مختلفة تقتضي معالجات مختلفة بل واحياناً متباينة.

٣. بروز محاولات حقيقية في معالجة المستجدات الاتصالية للخروج من إطار النماذج النظرية المهيمنة، والواضح أن الإنترنت والإعلام الجديد والاتصال الاجتماعي قد اثروا بالفعل في الاقتناع بضرورة الخروج من فخ التبعية النظرية لدراسات الاتصال الجماهيري، إلا أن هذه المسألة لم تخرج في أغلب الأحيان عن مساحة القناعة الفكرية أو المطالبة بها، بينما على مستوى التطبيق لا تزال هذه الدراسات تعاني معاناة حقيقية من سيطرة النموذج المهيمن على دراسات الإعلام الجديد ومحاولات على استحياء للتطوير النظري الذي قد يستدعي بالتبعية معالجات جديدة ومناهج وأدوات مستحدثة.

٤. سيطرة النماذج المهيمنة الوصفية ذات الطابع الكمي المعتمدة على نظريات التأثير، فمسارات الدراسات التي تناولت العناصر المختلفة

للاتصال لم تختلف فيما بينها كثيراً، مما يعني وجود قصور حقيقي في التعامل مع الظواهر الاتصالية بحسب عناصرها، والاعتماد على تعميم النظريات الموضوعة بالأساس لدراسة عنصر واحد من عناصر الاتصال على بقية العناصر.

٥. عدم تضمين الثقافة الوطنية وسياقات البيئات المحلية ضمن الدراسات الإعلامية، وهي قضية متكررة، فالمعالجات النظرية تنزع نحو اعتبار المجتمعات ثابتة من جهة، مما يجعل القياسات متشابهة لا تحمل متغيرات وطنية، كما تنزع كذلك إلى إسقاط النموذج الأميركي على المستوى الدولي والنموذج المصري على المستوى العربي في دراسات الإعلام على الظواهر الإعلامية في البلدان العربية المختلفة، المتأثر بدوره بالنموذج الأمريكي.

٦. تعكس أزمة المنهج حالة معيارية تامة تؤكد على وجود اختلالات منهجية تتعلق بالتكرار والنمطية والاعتماد على المناهج الكمية والدراسات الوصفية والعينات غير الاحتمالية واتباع النموذج المهيمن في الدراسات الإعلامية في العموم، ونقص البعد التجريبي والدراسات النقدية والاعتماد على المناهج الكيفية والبعد عن التحليل الثقافي بأنواعه.

❊ ❊ ❊

## توصيات الدراسة

أظهرت هذه الدراسة عدداً من المؤشرات العلمية التي تعكس واقع التراكمات العربية المعرفية في مجال نظريات الاتصال، وما يعتريها من قصور أدى إلى ضعف بنيتها النظرية التي يمكن الارتكاز عليها لإيجاد بيئة عربية لنظريات الاتصال تتوافق مع متطلبات المجتمع واحتياجاته بصورة تستهدف تحريك الاتجاه الإيجابي نحو الاستناد إلى بحوث الإعلام ونظرياته في مجال التخطيط الإعلامي ورسم السياسات وقياس الأثر الإعلامي.

وهذا يطرح على الباحثين والإعلاميين مسؤولية إعادة النظر في بيئتنا الاتصالية والثقافية والتفرقة بين إيجابيات التراث الغربي وسلبيات تعميمه في بعض فروع المعرفة خاصة في مجال العلوم الإنسانية وعلى الأخص في حقل الاتصال، مما يتطلب مراجعة نقدية للتراكم العربي المعرفي في مجال نظريات الاتصال.

واستشراف المستقبل – في هذا الصدد – يقتضي التفاتة جادة من قبل القائمين على البحث العلمي في الدول العربية على مستوى مؤسسي وفردي للعمل على:

١. تلافي السلبيات المشار إليها كواحد من أبرز الجهود التي يمكن أن تبذل في هذا السياق.

٢. الاهتمام بإرساء بنية بحثية مستقلة من خلال إرساء نظام متكامل ومتسق يضم مجموعة من الفرضيات والأفكار والمناهج وأدوات التحليل والبرهنة ترتبط بصورة جدلية بالظواهر الإعلامية في سياقها المجتمعي العربي.

٣. الحاجة إلى دراسات تقويمية للكم المعرفي الغزير في هذا المجال بما يسهم في فتح آفاق واسعة للنقد البناء الذي يفضي إلى تأسيس رؤية عربية لبناء نظرية إعلامية.

٤. بناء معايير علمية للدراسات التطبيقية التي تبني فرضياتها في ضوء إحدى نظريات الاتصال بما يؤدي إلى ربط نتائج الدراسة بفرضيات النظرية وتكييفها بما يتوافق مع البيئة العربية.

٥. إجراء دراسات تقويمية للتجربة العربية وفق منهجيات علمية تتميز بالتحليل العلمي والدراسة المقارنة وفق أصول النظريات والأبحاث التي صاحبت نشأتها.

٦. إجراء دراسات علمية للفروق البيئة والثقافية بين بيئة النشأة للنظريات والبيئة العربية لتأسيس فروض تتناسب والبيئة العربية.

٧. توجيه الدراسات البحثية من خلال الأقسام العلمية إلى هذا المجال الحيوي.

٨. الاهتمام المتوازن بنوعيات البحوث الإعلامية بين الكم والكيف، إذ من الأخطاء الشائعة أن يتبنى بعض الباحثين أحد هذين المنهجين بتعصب يحاول فيه المنافحة عن منهجه والبحث عن عيوب المنهج الآخر، إذ ينبغي الإفادة من كلا المنهجين وفقاً لما تقتضيه طبيعة المشكلة المدروسة، بل إن الباحث قد يستعين بمعلومات كيفية لشرح نتائج كمية أو العكس.

٩. الاهتمام بالبحث العلمي وتمويله وتطوير آلياته.

وختاماً فإن الباحث – رغم ما تضمنته دراسته من نقد وتصويب – لا يخالجه الشك أن الباحثين الإعلاميين العرب يدركون العديد من جوانب القصور التي تضمنتها هذه الدراسة وهذا ما نشاهده في سعي بعضهم نحو تلافي هذا القصور، إلا أنها لا تزال جهودهم فردية ومحدودة وينقصها العمل التفاعلي المنظم الذي تدعمه المؤسسات الإعلامية والحكومات، من أجل إيجاد قنوات للتواصل العلمي في ظل بيئة تنظيمية وسياسية، تدفع نحو المشاركة الجادة لإحداث التوازن المطلوب بين حركتي النشاط الإعلامي المتسارعة والبحث الإعلامي، بما يفضي لإيجاد بيئة عربية لنظريات الاتصال تسهم في بناء إطار نظري متكامل، يدفع بالعمل الإعلامي العربي إلى صياغة نظمه واستراتيجياته الإعلامية وفقاً لمخرجات هذا الإطار، الذي يعطي مساراً صحيحاً للخطط والبرامج الإعلامية المدعومة بالشواهد والبراهين العلمية، والمبنية على مناهج بحثية أصيلة بما تقدمه من خطوات علمية مقننة تعد مفتاحاً جوهرياً لبناء تركم علمي قويم.

❊ ❊ ❊

## مراجع الدراسة


١. إبراهيم، محمد سعد (٢٠٠٠م) الاتجاهات الحديثة في دراسات القائم بالاتصال، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، العدد الرابع، أكتوبر-ديسمبر ٢٠٠٠م.

٢. البدر،أحمد (١٩٩٨م) مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي (القاهرة: دار قباء ،١٩٩٨م).

٣. حماد، أحمد سمير وآخرون (٢٠١٣) مناهج البحث في الإعلام الجديد (القاهرة: الوابل الصيب للنشر والتوزيع.

٤. البادي، محمد محم٧٧د (١٩٩٧م) علوم الاتصال الجماهيري واستقلالها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد الثالث، سبتمبر، ١٩٩٧م

٥. البشر، محمد بن سعود (٢٠٠٣م) قصور النظرية في الدراسات الإعلامية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت، العدد، الثالث والثمانون صيف،٢٠٠٣م.

٦. ثابت، سعيد بن علي (٢٠٠٣م) مناهج البحث في أقسام الإعلام بالمملكة العربية السعودية: بين الواقع واحتياجات المستقبل، المنتدى الأول لجمعية الإعلام والاتصال في المملكة العربية السعودية،٢٨/ ٣-١/ ٤/ ٢٠٠٣م.

٧. الحسني، عبدالمنعم بن منصور (٢٠٠٣م) قراءة في دراسات الإعلام العماني: رؤية عامة، مؤتمر ثورة الاتصال والمجتمع الخليجي: الواقع والطموح، مسقط، ٢٢-٢٤ أبريل ٢٠٠٣م.

٨. الحقيل، عبدالله بن صالح (٢٠١٣م) النظرية الإعلامية في ضوء النظرية الإحصائية: دراسة تطبيقية على نظرية ترتيب الأولويات، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد التاسع، مايو، ٢٠١٣م.

٩. الصبيحي، محمد بن سليمان (٢٠١٧م) المداخل النظرية في الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى.

١٠. صلاح، مها عبد المجيد (٢٠١٥م) الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماع: رؤية تحليلية، المؤتمر الدولي لوسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، الرياض، ١٠-١١/ ٣/ ٢٠١٥م.

١١. صلوي، عبدالحافظ (١٩٩٥م)تأثير وسائل الإعلام السعودية في ترتيب أولويات اهتمام الجمهور بالقضايا الخارجية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدعوة والإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ١٩٩٥م)

١٢. طايع، سامي عبدالرؤوف(٢٠٠٠م) بحوث الإعلام بين الماضي والحاضر، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد السابع، يناير/ يوليه ٢٠٠٠م.

١٣. الطرابيشي، مها محمد كمال(٢٠٠٤م) الاتجاهات العالمية الحديثة في بحوث ودراسات الرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الخامس، العدد الأول، يناير/ يونيه،٢٠٠٤م.

١٤. عبد الحميد، محمد (١٩٩٧م) نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب)

١٥. عبد العزيز، سامي(١٩٩٣م) اتجاهات الدراسات الإعلانية في مصر، مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع، يوليو ١٩٩٣م.

١٦. العبد الله، مي (٢٠٠٥) نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، الطبعة الأولى.

١٧. عبد المجيد، ليلى(٢٠٠٥م) بحوث الإعلام العربية (٢٠٠٥م-١٩٩٠م) بين تحليل الواقع وتطلعات المستقبل، المنتدى الإعلامي السنوي الثالث: التعليم والتدريب الإعلامي في الوطن العربي، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ٢٦-٢٨ نوفمبر ٢٠٠٥م.

١٨. عبد الموجود، جابر محمد (١٩٩٦م) الجوانب الإجرائية الإجرائية والمنهجية لبحوث الصحافة والإعلام: دراسة تحليلية تقويمية لخطط ورسائل الماجستير والدكتوراه التي سجلت في قسم الصحافة والإعلام بكلية اللغة العربية بجامعة الأزهر، مجلة كلية اللغة العربية، بجامعة الأزهر، العدد الخامس عشر، ١٩٩٦م.

١٩. عبدالرحمن، عواطف (٢٠٠٢م) النظرية النقدية في بحوث الاتصال (القاهرة: دار الفكر العربي) ط١

٢٠. عبدالموجود، جابر محمد (٢٠٠٢م) العلاقة المنهجية بين البحوث الإعلامية والاجتماعية والنفسية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية اللغة العربية بجامعة الأزهر، العدد السابع عشر يناير ٢٠٠٢م، ص ٦٠-١١٣.

٢١. عثمان، عزة عبد العزيز (٢٠١٢م) الإشكاليات المنهجية لبحوث الإعلام الإلكتروني: دراسة من منظور تحليلي، المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال (الإعلام الجديد..التحديات النظرية والتطبيقية) الرياض، ١٥-١٦/ ٤/ ٢٠١٢م.

٢٢. عزي، عبدالرحمن (٢٠١٣م) دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتاب المستقبل العربي، العدد ٢٨، الطبعة الثالثة، ص ٧٠

٢٣. العصماني، عبدالرزاق صالح (١٩٩٧م) أسباب ضعف الأسس النظرية في بحوث الاتصال الجماهيري: دراسة لاتجاهات أعضاء هيئة التدريس المتخصصين في مجال الإعلام بالمملكة العربية السعودية، (جامعة الكويت: المجلة العربية للعلوم الإنسانية، العدد ٥٧، السنة ١٥، ١٩٩٧م)

٢٤. قيراط، محمد (١٩٩٧م) ستون عاماً من دراسات القائمين بالاتصال، ملتقى فضاءات الاتصال والوسطاء الثقافيون: التحولات والرهانات، معهد علوم الصحافة والأخبار، جامعة تونس، ٢٤-٢٥أبريل،١٩٩٧م.

٢٥. كامل، محمود عبدالرؤوف (٢٠٠٧م) اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر: دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لدوريتي الصحافة والإعلام الأمريكية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام، المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم، ٢٣-٢٥/ ١٠/ ٢٠٠٧م.

٢٦. لعياضي، نصر الدين (٢٠٠٩م) الرهانات الإبستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي: نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، أبحاث المؤتمر الدولي: الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد، جامعة البحرين، ٧-٩ أبريل ٢٠٠٩م.

٢٧. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، ١٩٩٧م)

٢٨. مصباح، هشام محمود (٢٠٠٠م) واقع الدراسات الإعلامية المصرية في مجال الوسائل الإلكترونية في العقدين الأخيرين من القرن العشرين: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، العدد الثامن، أغسطس/ أكتوبر ٢٠٠٠م.

٢٩. مكاوي، حسن عماد، وليلى السيد (١٩٩٨م) الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى.

٣٠. المنيس، جمال جاسم (١٩٩٤م) نشأة المداخل العلمية لدراسة تأثير الإعلام وتطورها: دراسة نقدية تحليلية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، مجلس النشر العلمي بجامعة الكويت، العدد السادس والأربعين، شتاء ١٩٩٤م.

❋❋❋