

## المحاضرة الثانية: ماهية علوم الإعلام والاتصال

هي الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية المستهدفة لتوفير المعلومات، والحديث عن تطور علوم الإعلام والاتصال يقودنا للحديث عن تطور البحوث الإعلامية والاتصالية بشكل خاص هذه البحوث التي مرت بنفس مراحل تطور علوم الاتصال الجماهيري يمكن توضيحها من خلال ملخص المراحل الآتية:

- المرحلة الفلسفية: تبدأ بتراكم معرفي على مستوى تخصص علمي ما، مما يؤدي إلى عجز أدواته التحليلية (مناهج وأدوات) في معالجة هذا الكم المعلوماتي ما يدفع إلى التفكير في إيجاد أدوات تحليلية بديلة، حيث يتم في هذه المرحلة التركيز على مجالات اهتمام جديدة عبر تكوين مفاهيم عامة وإعادة النظر في الافتراضات الأساسية المعروفة وكذا في المناهج وأدوات البحث، وإذا كللت الجهود باتفاق الباحثين على المناهج والأدوات فإن المرحلة الفلسفية تكون وصلت إلى نهايتها ويتم الانتقال إلى المرحلة التجريبية التي يختبر فيها هذا الاتفاق ميدانيا (إذا حدث العكس تستمر المرحلة الفلسفية) كما أن مجال بحوث الإعلام غلب عليها الطابع الفلسفي والتاريخي والقانوني والأدبي..

- مع اختراع المطبعة كانت البحوث الإعلامية ضمن الأبحاث الإنسانية تعتمد على الحدس والتخمين.
- مع مطلع القرن 20 ظهرت محاولات جديدة مثل جهود -دانيال ستراش Daniel Strash- عن الإذاعة والإعلان والتلفزيون 1922-1927 حيث حاول تطبيق أساليب القياس الكمي، كما نشر لبيمان كتاب حول الرأي العام سنة 1922 كانطلاقة لتأسيس البحث في الاتصال.

- المرحلة التجريبية: تطبيق مناهج البحث العلمي الحديثة في معالجة الظواهر الإعلامية وجاء ذلك بعد انتقال العلوم الاجتماعية خلال القرن 20 من الطابع الفلسفي إلى الطابع التجريبي نظرا لعدة عوامل منها:
  - انتشار الصحافة وتناولها لمختلف القضايا الاجتماعية خلال الحرب العالمية الأولى (الدعاية) مما دفع الباحثين لدراسة محتوى هذه الصحف مثل ما فعله لاسويل لدراسة المضامين الصحفية، مما دفع بمدرسة الصحافة بكولومبيا في و.م.أ لأخذ جهود لاسويل وتطوير أساليب القياس الكمي حيث استخدمت طرق العد والقياس (عناصر المساحة، المواضيع، الصور...) كوحدات في القياس الكمي.

- ظهور الراديو في منتصف العشرينيات كأداة اتصال جديدة ودخوله منذ الثلاثينات مجال الاستخدام الواسع، جعله موضع البحوث مثل قياس الجمهور لتحسين مستوى الإعلام (مع ضرورة الإشارة إلى أن بحوث الإعلام الأولى استعارت أدواتها التحليلية من العلوم الأخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس ...)، مما جعلها محتواه في علوم أخرى وكونه أيضا مجال حتمي لكل العلوم الأخرى.

- كما أن هناك عوامل ساهمت في تطور علوم الإعلام والاتصال منها:
  - ازدياد اهتمام الهيئات الحكومية بالدعاية خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية وتشجيعها على تطوير مناهج البحث وتطبيقها على نطاق واسع لقياس تأثير المادة الإعلامية وتشجيع دراسات التسويق والإعلان؛

- السيطرة السياسية على وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية في الاتحاد السوفياتي وألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية، أدى إلى غضب المجتمعات الديمقراطية وتخوفها خاصة بعدما استغل ذلك علماء الاجتماع لتضخيم قدرات وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري في التأثير على العقول والسيطرة؛
- تركز ملكية وسائل الاتصال والإعلام في أيدي قلة من المالكين في و.م.أ واحتكارها مما أبرز الحاجة لدراسة احتكار وسائل الإعلام؛

- اشتداد المنافسة بين وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية المقروءة والمسموعة والمرئية للحصول على أكبر قدر من الدخل والتمويل عن طريق جذب الإعلانات والدعاية إليها، فزادت الحاجة لدراسات قياس تأثير وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية على كل حدا ومقارنتها ببعضها.