

## المحاضرة الثانية: ماهية علوم الإعلام والاتصال

هي الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية المستهدفة ل توفير المعلومات، والحديث عن تطور علوم الإعلام والاتصال يقودنا للحديث عن تطور البحث الإعلامية والاتصالية بشكل خاص هذه البحث التي مررت 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 و يتم الانتقال إلى المرحلة التجريبية التي يختبر فيها هذا الافتراض ميدانيا (إذا حدث العكس تستمر المرحلة الفلسفية). كما أن مجال بحوث الإعلام غالب عليها الطابع الفلسفى والتارىخي والقانونى والأدبى..
- مع اختراع المطبعة كانت البحث 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 لييمان كتاب حول الرأي العام سنة 1922 كأطلالة 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 الفلسفى إلى الطابع التجريبى نظر العدة عوامل منها:
  - انتشار الصحافة وتناولها لمختلف القضايا الاجتماعية خلال الحرب العالمية الأولى (الدعائية) مما دفع الباحثين لدراسة محتوى هذه الصحف مثل ما فعله لاسوويل لدراسة المضامين الصحفية، مما دفع بمدرسة الصحافة بكولومبيا في و.م.أ لأخذ جهود لاسوويل وتطوير أساليب القياس الكمي حيث استخدمت طرق العد والقياس (عناصر المساحة، المواضيع، الصور...) كوحدات في القياس الكمي.
  - ظهور الراديو في منتصف العشرينات كأداة اتصال جديدة ودخوله منذ الثلاثينات مجال الاستخدام الواسع، جعله موضع البحث مثل قياس الجمهور لتحسين مستوى الإعلام (مع ضرورة الإشارة إلى أن بحوث الإعلام الأولى استعانت 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 بالدعائية خلال الحربين العالميتين الأولى والثانية وتشجيعها على تطبيق مناهج البحث وتطبيقاتها على نطاق واسع لقياس تأثير المادة الإعلامية وتشجيع دراسات التسويق والإعلان؛
  - السيطرة السياسية على وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري في الاتحاد السوفيتي وألمانيا النازية وإيطاليا الفاشية، أدى إلى غضب المجتمعات الديمocratية وتخوفها خاصة عندما استغل ذلك علماء الاجتماع لتضليل قدرات وسائل الاتصال والإعلام الجماهيري في التأثير على العقول والسيطرة؛
  - تركز ملكية وسائل الاتصال والإعلام في أيدي قلة من المالكين في و.م.أ واحتكرها مما أبرز الحاجة لدراسة احتكار وسائل الإعلام؛

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