

المحور الثالث:

التطور التاريخي لبحوث نظريات الإعلام والاتصال.

تمهيد:

تطورت نظريات الاتصال عبر التاريخ الإنساني مع المحاولات التي بذلها الباحثون لدراسة وتحليل عملية الاتصال ووصف أبعادها وعناصر تكوينها، ودورها في تطوير وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، وقد ذكر الباحث الإنكليزي "ويلز" (H.G. Wells) أن: "تطور التاريخ الإنساني هو ظاهرة اجتماعية واحدة تدفع الإنسان للاتصال بأخيه الإنسان، في مكان آخر أو مجتمع آخر"، معتبراً أن التطور التاريخي البشري هو قصة رافقت تطور عملية الاتصال، وقسمها إلى مراحل وهي: الكلام، والكتابة، واختراع الطباعة، ومن ثم المرحلة العالمية، مرحلة الإذاعة والاتصال الإلكتروني، حيث أن في هذه المرحلة الأخيرة من تطور الاتصال أصبح للوسائل الإلكترونية دوراً مهماً في حياة المجتمعات، واستطاع الإنسان نقل أفكاره ومشاعره ومعلوماته عبر الحواجز الجغرافية باستخدام أجهزة الاستقبال الإذاعية المسموعة والمرئية، لتأتي أخيراً شبكة الإنترنت العالمية مكتملة لما سبق من التطور العلمي والتقني في مجال الاتصال الإنساني.

1. لمحة تاريخية عن تطور بحوث علوم الإعلام والاتصال:

يعود تاريخ ظهور المفاهيم الأولى لتأثير بحوث وسائل الاتصال الجماهيري إلى سنة 1927، حيث يعتبر كتاب "هارولد لاسويل" (Harold Lasswell) (1902-1978) الذي يحمل عنوان: "تقنيات الدعاية خلال الحرب العالمية" (World Propaganda Techniques in the War) من أول البحوث التي قدمت قراءة للحرب العالمية الأولى مبينة كيف أن وسائل الاتصال أصبحت من أهم الأدوات الضرورية لإدارة أو تسيير الرأي العام من طرف الحكومات، سواء تعلق الأمر بالرأي العام الموجود داخل الدول الحليفة أو في الدول المعادية. ففي هذه الفترة بالذات، عرفت وسائل الاتصال - التليفون، الإذاعة، السينما - تطوراً معتبراً وأصبحت تستعمل في الدعاية التي اعتبرت من طرف "لاسويل" الوسيلة الوحيدة في خلق الانتماء والولاء لدى الجماهير، وهي أكثر اقتصادية من العنف. وهذه الرؤية الجديدة، كرست القوة الهائلة لوسائل الإعلام معتبرة إياها أدوات في استعمال الرموز المؤثرة، وكان من نتيجة ذلك أن اعتبر انهزام الجيش الألماني إنما كان، إلى حد كبير، بسبب العمل الدعائي للحلفاء¹. وقد عملت الدراسات الأولى التي اهتمت بوسائل الإعلام، على تشييء الجمهور، معتبرة أنه يخضع، من دون وعي، لثنائية المثير والاستجابة. بمعنى أن وسائل الإعلام تعمل وفق مبدأ الذي جاء به "لاسويل": "الإبر المخدرة".

¹. أرمان وميشال ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: نصر الدين لعياضي والصادق رابح، المنظمة العربية للترجمة، ط03، لبنان، 2005، ص47.

وجاءت أفكار "لاسويل" الذي راجت خلال فترة ما بين الحربين العالميتين تزامنا مع ظهور نظريات عديدة: نظرية علم نفس الحشود لـ "لوبون" (Le Bon)، نظرية التوجه السلوكي سنة 1914 لـ "جون ب. واتسون" (John B. Watson)، ونظرية "بافلوف"، وكذلك دراسات أحد رواد علم النفس الاجتماعي، البريطاني "وليام ماكدوغال" (William Mc Dougall)، الذي قال بأن بعض الدوافع البدائية أو الغريزية وحدها يمكن أن تفسر سلوكيات البشر والحيوانات. ومع اقتراب الحرب العالمية الثانية، ظهرت عدة مؤلفات غذت فكرة القوة التأثيرية الهائلة التي تملكها وسائل الإعلام والدعاية خصوصا، من ذلك كتاب الروسي المهاجر إلى فرنسا "سيرج تشاخوتين" (Serge Tchakhotine) الذي جاء بعنوان "الدعاية السياسية واغتصاب الجماهير سنة 1939 (Le viol des foules par la propagande) (politique).

وشكلت ثلاثينيات القرن الماضي مختبرا كبيرا للأسئلة لدراسة الدعاية السياسية، فقد كان انتخاب روزفلت سنة 1932 نقطة انطلاق لما عرف بالسياسة الجديدة، وتقنيات تشكيل الرأي العام، حيث ارتبط الأمر بتعبئة الجماهير لدعم برامج دولة الرفاه والخروج من الأزمة. وتزامن ذلك مع ظهور تقنيات سبر آراء الجمهور كأدوات أساسية في التدبير اليومي لمسائل الشأن العام. فقد تنبأت استطلاعات ما قبل الانتخابات التي أجراها "غالوب" و"روبر" و"كروسلي" بفوز روزفلت سنة 1936، وهو ما حدث بالفعل مما دفع بالجمعية الأمريكية لبحوث الرأي العام سنة 1937 إلى إنشاء أول مجلة جامعية تهتم بالاتصال الجماهيري حملت عنوان: The Public Opinion Quarterly.

وفي سنة 1935 اقترح "لاسويل"، في بحثه "السياسة العالمية وفقدان الأمن الشخصي"، دراسة محتوى وسائل الإعلام دراسة منتظمة وبناء مؤشرات عامة، بهدف استخلاص توجهات، أو ما أطلق عليه تسمية "اهتمامات العالم"، بمعنى العناصر التي تشكل "البيئة الرمزية العالمية"، وبالتالي إمكانية بناء سياسات عملية. وقد نجح، جزئيا، في تحقيق هذا المشروع سنتي 1940-1941، عندما كلف بتنظيم قسم دراسة الاتصال زمن الحرب بمكتبة الكونغرس¹.

وفي سنة 1948 توصل "لاسويل" إلى تزويد السوسيولوجيا الوظيفية لوسائل الإعلام بإطار مفاهيمي من خلال صياغة أسئلته الشهيرة: من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ بأية قناة؟ كيف؟ وبأي أثر؟ التي ترجمت إلى الأقسام البحثية التالية: تحليل التحكم والرقابة، تحليل المحتوى، تحليل وسائل الإعلام أو الحوامل، دراسة الجمهور، دراسة التأثيرات.

ومع "لاسويل" برز "لازارسفيد" (Lazarsfeld) (1901-1976) إلى جانب عالمي النفس "كيرت لوين" (Kurt Lewin) و"كارل هوفلند" (Carl Hovland) كأحد المؤسسين لبحوث الاتصال، وقد أسس

¹. أرمان وميشال ماتلار: مرجع سابق، ص 48.

سنة 1941، مكتب البحوث الاجتماعية التطبيقية لجامعة كولومبيا. وكان أول من فتح عهدا جديدا في الدراسات الكمية عن الجمهور.

2. من يكون "هارولد وايت لاسويل" ؟

يعتبر الأمريكي عالم الاجتماع السياسي "هارولد دوايت لاسويل" (Harold Dwight Lasswell) ولد في "دونلسون" ولاية "إلينوي" يوم 13 فيفري 1902 وتوفي 18 ديسمبر 1978، من المنظرين الأوائل لعلم علوم الإعلام والاتصال، حيث يعود له الفضل الكبير في ظهور هذا العلم، من خلال أبحاثه ودراساته المعمقة حول تأثيرات الدعاية بعد نهاية الحرب العالمية الأولى. كان طالب دكتوراه في جامعة شيكاغو، ثم أستاذا للقانون في جامعة ييل. شغل منصب رئيس الجمعية الأمريكية للعلوم السياسية (APSA)، والجمعية الأمريكية للقانون الدولي والأكاديمية العالمية للفنون والعلوم (WAAS). ولقد تم وصفه على أنه "جامعة من رجل واحد" تعتبر كفاءتها ومساهماتها في الأنثروبولوجيا والاتصالات والاقتصاد والقانون والفلسفة وعلم النفس والطب النفسي وعلم الاجتماع كافية لجعله عالما سياسيا في نموذج اليونان الكلاسيكية".

وفقا لمذكرات السيرة الذاتية التي كتبها "غابرييل ألموند" وقت وفاة "لاسويل" ونشرتها الأكاديميات الوطنية للعلوم عام 1987، فقد صنف "لاسويل" من بين عشرات من المبدعين المبدعين في العلوم الاجتماعية في القرن العشرين، وارتبط "لاسويل" بتخصصات العلوم السياسية وعلم النفس وعلم الاجتماع ومع ذلك فهو لم يلتزم بالتمييز بين هذه الحدود ولكنه محو الخطوط الموضوعة لتقسيم هذه التخصصات¹. كما ترأس مجموعة "الإعلام في زمن الحرب" في مكتبة الكونغرس، أثناء الحرب العالمية الثانية. ومن أهم أعماله²:

- Propaganda Technique in the World War (1927) Reprinted with a new introduction,(1971).
- Psychopathology and Politics, (1930); reprinted,(1986).
- World Politics and Personal Insecurity (1935); Reprinted with a new introduction, (1965).
- Politics: Who Gets What, When, How (1936).
- The Garrison State (1941).
- Power and Personality (1948).

3. عوامل تطور بحوث الإعلام والاتصال:

¹. منير موسوعة اللغة العربية: هارولد دوايت لاسويل، متاح على الموقع الإلكتروني:

<https://mimirbook.com/ar/763a9215b82> تاريخ الزيارة: 2020/10/16.

². معرفة: هارولد لاسويل، متاح على الموقع الإلكتروني: <https://www.marefa.org>، تاريخ الزيارة: 2020/10/16.

لقد أدت تنامي بحوث ودراسات الخاصة بدراسة الظواهر الاتصالية خاصة بعد نهاية الحلاب العالمية الأولى إلى بداية ظهور نظريات الإعلام والاتصال، والتي كانت بداياتها مع ظهور نظرية الطلقة السحرية بفضل دراسات "هارولد لاسويل" وزملائه، ويرجع تطور بحوث الإعلام والاتصال في تلك الفترة إلى مجموعة من العوامل الأساسية نذكرها بالتفصيل فيما يلي:

العامل السياسي:

لقد أدت الدعاية المصممة تصميمًا دقيقًا أثناء الحروب إلى تعلق الأمة بالقصص الإخبارية والصور والأفلام والأسطونات والخطب والكتب والإعلانات والشائعات، وكان يتعين على الناس أن يكرهوا العدو وأن يحبوا بلادهم وأن يزدوا إسهامهم في المجهود الحربي بداية من الحرب العالمية الأولى لأقصى درجة، فلم يكن على القيادات العليا الاعتماد على أساليب ووسائل الاتصال المتوفرة لابد منه، فأصبحت الوسائل الإعلامية هي الأدوات الرئيسية لإقناع الناس بالإقدام على ما يخدم الصالح الحربي، كما ذهب كل من "ملفين ديفلر" و"ساندرا بول روكيتش" فإنَّ انتشار هذا الأسلوب الذي ساهم في إقناع الناس بهذه الطريقة جاء في وقت كان الناس يعيشون بالبراءة الواضحة، بل ويردف الباحثان أن كلمة "دعاية" لم يكن معناها مفهومًا آنذاك عند المواطن العادي حتَّى¹.

العامل الثقافي:

اتهمت وسائل الاتصال الجماهيرية مع بدايات ظهورها بالكثير من الظواهر السلبية في المجتمع، حيث تم تحميلها مسؤولية²:

- تدهور المستوى في الذوق الثقافي العام.
- زيادة معدلات اللامبالاة والميل إلى انتهاك القانون.
- قتل وقمع فردانية الفرد.
- قمع القدرة على الخلق والابتكار.
- تشجيع الجماهير على السطحية السياسية.
- توقيف سرعة تطور المجتمع الجماهيري.

وحسب الصفوة البارزة تعتبر وسائل الإعلام هي المسؤولة عن رداءة الذوق أو أنها العامل المُحفز على زيادة ارتكاب الجريمة والشذوذ الجنسي وتدهور الملكات الفردية وعلى اختفاء المعايير الأخلاقية للمجتمع بشكل عام، وانتقدت وسائل الإعلام بشكل كبير في نشرها أو بثها لصور وأعمال الدعارة والعنف

¹. ملفين ديفلر وساندرا بول روكيتش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للاستثمارات، القاهرة، 2002، ص232.

². فريال أوصيف وأمل رقية: البحث العلمي في حقول علوم الإعلام والاتصال، مدونة فضاء أكاديمي، نشر يوم: 2013/11/11، متاح على الموقع الإلكتروني: http://academic-space.blogspot.com/2013/11/blog-post_8244.html، تاريخ الزيارة: 2020/10/17.

والمحتوى الترفيهي ذو المضمون التافه، وإذاعة الأنباء السطحية والتملق السياسي والإعلانات المثيرة للكآبة والموسيقى التي لا معنى لها، كل هذه المواقف ساهمت في ظهور دراسات وبحوث عديدة حول التأثير السلبي لوسائل الإعلام على الثقافة والسلوك في المجتمع¹.

العامل التجاري الاقتصادي:

عندما كانت الجرائد المصدر الأساسي للإشهار لم تكن هناك حاجة ماسة للبحث عن الجمهور المتلقي، ذلك أن إمكانية ضبط أعداد المستهلكين من خلال بيانات السحب والتوزيع كانت كافية إلى حد ما كقاعدة لمعرفة حجم الجمهور القارئ، لكن مع ظهور الإذاعة إلى ميدان الاتصال الجماهيري أصبح من المستحيل التدقيق في معرفة هذا الجمهور وأنماط استهلاكه فأصبح من الضروري بالنسبة للمؤسسات التجارية آنذاك حشد الإمكانيات لدعم بحوث الجمهور المتلقي الجديد على غرار: كيفية استهلاكه وأنماطها، المواد التي يرغب في اقتنائها، احتياجاته الثقافية ... إلخ.

العامل الأكاديمي:

لقد كان لتطور طرق وأدوات البحث في حقل العلوم الاجتماعية الأثر الكبير في بروز البحث في الدوائر المعرفية لعلوم الإعلام والاتصال، وذلك مع تطور مناهج البحث وطرق إعداد الاستفتاء واستحداث آلات لإخراج النتائج بسرعة وتلخيص كميات هائلة من المعلومات، إلى جانب تطور أساليب القياس الحديثة وتطور التكنولوجيات التي سمحت للجمهور المتلقي بالنفوذ إلى قيم جديدة غير تلك التي يضح بها مجتمعه².

ويعد علم علوم الإعلام والاتصال منبع معظم العلوم الاجتماعية والإنسانية، فهو آخر العلوم ظهورا بعد بقية العلوم كعلم الاجتماع والقانون والاقتصاد والسياسة وعلم النفس، لذلك كان الفضل لتطور بحوث الإعلام والاتصال لـ "هاورلد لاسويل" بسبب تمكنه من بقية العلوم كعلم الاجتماع، السياسة والقانون وعلم النفس.

4. مراحل تطور بحوث الاتصال والإعلام:

يقصد بالبحث في علوم الإعلام والاتصال ذلك الإطار الموضوعي الذي يضم كافة الأنشطة والعمليات الإعلامية والاتصالية مع الجهود المنظمة والدقيقة، والتي هدفها توفير المعلومات عن الجمهور الموجه إليه الرسالة الإعلامية وقنوات الاتصال ووسائله التي تستخدم كأساس في اتخاذ القرارات وتخطيط الجهود الإعلامية الاتصالية³.

ولقد مر تطور البحث في علوم الإعلام والاتصال بعدة مراحل كان الأساس فيها هو تعاقب تطور

¹. ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش: مرجع سابق، ص 203.

². فريال أوصيف وأمل رقية: مرجع سابق، د ص.

³. سمير حسن: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، دار الشعب، القاهرة، 1976، ص 19.

وسائل الاتصال على مر العصور، ابتداء من الطباعة إلى غاية عصرنا الحالي، وفي كل مرة كان البحث في هذا المجال يتطور بتطور التقنية والعلم والمناهج والنظريات زد على ذلك تعدد الظواهر المرتبطة بالإعلام والاتصال، ويمكن تلخيص هذا التطور في المراحل التالية¹:

المرحلة الأولى: (من 1900 إلى 1960).

تزامنت هذه المرحلة التي مع ظهور اهتمام علماء الاجتماع بوسائل الإعلام مطلع القرن العشرين، حيث ارتبطت البحوث في هذه المرحلة بتأثيرات الأفلام التي انتشرت بشكل كبير جداً، كما كان البحث وقتها غير منتظم كما هو الحال اليوم، وكانت الدراسات أيضاً حول الوسائل المتوفرة فقط كالصحف والإذاعة، ومع الحرب العالمية الأولى والثانية اهتم الباحثون أكثر بالدعاية وأساليبها وتقسيماتها. ومع الثورة الصناعية تدعمت الأعمال والأبحاث بدراسات علمية عن أهمية الإعلان كفاعل اقتصادي ها في وسائل الإعلام، إضافة إلى دراسات اهتمت بمجال الحملات الانتخابية في التلفزيون والراديو وانتقل البحث بعدها إلى المؤسسات التعليمية أين اقترح (Robert lee) عام 1868 تكويناً جامعياً يخص مجال الإعلام والاتصال.

وفي هذه المرحلة كان التنظير في بدايته وينطلق من اجتهادات علماء الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، وسيطر على تفسير الظواهر كل من نموذجي الوضعي والنموذج السلوكي، وكان توجه الدراسات أكثر على الجمهور وأهمل بشكل كبير المضمون أو الرسالة الإعلامية، كما تقاطع المجال المعرفي في هذا التخصص مع المجالات المعرفية الأخرى وتضاربت الاتجاهات البحثية واختلفت المناهج والرؤى والتقنيات وأدوات القياس ومع الانطلاقة الحقيقية للبحث في علوم الإعلام والاتصال في نهاية القرن العشرين ظهرت أول نظرية تركز على تفسير تأثير وسائل الإعلام في الجمهور وهي نظرية المجتمع الجماهيري أو الرصاصة السحرية أو الحقنة تحت الجلد وذلك مباشرة بعد نهاية الحرب العالمية الأولى.

المرحلة الثانية: (من 1960 إلى 1990).

تأثرت هذه المرحلة من عمر البحث في مجال علوم الإعلام والاتصال بالباحثين الأمريكيين الذين اعتمدوا في دراساتهم على نظريات علم النفس الاجتماعي والوظيفة والتأثير والاتجاه إضافة إلى أساليب القياس وظهرت دراسات عن بعض المشكلات المجتمعية كالجنس والعنف ومدى ارتباط مضامين الإعلام بتطور أو تعقد أو الحد من هذه المشكلات، وكانت الدراسات هنا تركز على التأثير قصير المدى وقد اكتشف خلال هذه المرحلة أهمية العوامل الاجتماعية الوسيطة وتأثيرها على جمهور وسائل الإعلام، وتبعاً لما كان سائداً في المرحلة السابقة عند الباحثين من خلال نظرية المجتمع الجماهيري إلى أن الفرد المتلقي سلبي ويعد مفردة منعزلة عن جملة الظروف المحيطة به جاء اتجاه ثان في البحث خلال هذه

¹. منال هلال المزاهرة: *مناهج البحث الإعلامي*، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط01، عمان، 2014، ص ص41-47.

المرحلة ينتقد هذا الرأي بأن الجمهور المتلقي له القدرة على تلقي المضامين الإعلامية وفقا لخبراته الشخصية وميولاته والعوامل المحيطة به وهنا بدأ الانتقال في البحث إلى مرحلة جديدة لازال إلى اليوم الانطلاق منها مهما ومفيدا¹.

المرحلة الثالثة: (من 1960 إلى غاية يومنا هذا).

في هذه المرحلة أخذت بحوث الإعلام مجالا أوسع وأعمق عما سبق، إذ لم تعنى فقط بتأثيرات وسائل الإعلام على المدى القصير بل صارت تشمل كافة أوجه النشاط الإعلامي والاتصالي من مرسل إلى رسالة إلى وسيلة إلى متلقي وأيضا علاقة الإعلام ككل بالأنظمة المجتمعية الأخرى. وقد ظهرت نماذج كثيرة كنموذج التأثير القوي إلى المعتدل إلى المحدود إلى ترتيب الأولويات إلى حارس البوابة إلى دوامة الصمت إلى الاعتماد والاستخدام والإشباع.... وتطورت المناهج والبحوث ما بين الكمية والكيفية. ومع التطور التكنولوجي الحاصل وتبادل الأدوار بين كل من طرفي العملية الإعلامية والاتصالية وتدفق المعلومات بشكل كبير ومتسارع وبوسائط إعلامية متعددة وتدخل المتلقي في عملية التفاعل وانتقال المعلومات وقد أثبتت العديد من النظريات قدرتها على تفسير الظواهر وأخرى قصورها في تفسيرها².

¹. منال هلال المزاهرة: مرجع سابق، ص 48-50.

². المرجع نفسه، ص 50-55.