

البحث في علوم الإعلام والاتصال: بين سؤال الهوية و الاشكاليات المنهجية وتحديات البيئة  
الاتصالية الجديدة- قراءة تحليلية-

**Research in information and communication sciences Between the  
identity question and methodological problems and the challenges of  
the new environment -Analytical reading**

جبابلية ياسين<sup>1\*</sup>، طائر مفيدة<sup>2</sup>

جامعة قسنطينة3، (الجزائر)، yassine.djebablia@univ-constantine3.dz

جامعة قسنطينة3، (الجزائر)، moufida.Tair@univ-constantine3.dz<sup>2</sup>

Djebablia Yassine<sup>1\*</sup>, Tair Moufida<sup>2</sup>

<sup>1</sup> University of Constantine 3 (Alegria)

<sup>2</sup> University of Constantine 3 (Alegria)

تاريخ الاستلام: 2021/07/29 تاريخ القبول: 2021/11/13 تاريخ النشر: 2022/01/15

ملخص:

تهدف الدراسة إلى مناقشة مجموعة من الأفكار حول البحث في علوم الإعلام والاتصال، حيث ينطلق البحث بمناقشة إشكالية التقاطع المعرفي في علوم الإعلام والاتصال، ثم نتوقف عند قراءة في أبرز المشكلات المنهجية في بحوث التخصص في الجزائر، لنرصد أهم قضية في الدراسة وهي قراءة تحليلية للتحديات النظرية والمنهجية لبحوث الإعلام والاتصال في ظل البيئة الاتصالية الجديدة، مشفوعة بمجموعة من الحلول لمواجهة هذه التحديات. توصلت الدراسة الى ضرورة إعادة النظر في العدة النظرية والمنهجية التي ارتبطت بالاتصال الكلاسيكي عند مقارنة الظواهر الاتصالية الجديدة، واعتماد البحوث المختلطة من أجل فهم أفضل لظواهر البيئة الاتصالية الجديدة.

الكلمات المفتاحية: بحوث الإعلام والاتصال، التقاطع المعرفي، المشكلات المنهجية، البيئة الاتصالية الجديدة.

**Abstract:**

The study aims to discuss a range of ideas on research in communication sciences, The research begins with discussing the problem of knowledge intersection in information and communication sciences, and then we stand on a reading in the most prominent methodological problems in specialized research to monitor the most important issue in the study, which is an analytical reading of the theoretical and methodological challenges of information and communication research in the new communication environment, together with a set of solutions to these challenges. The study reached a call for strengthening the process of knowledge intersection in communication research, revising the theoretical and methodological tools associated with classical communication when approaching new communicational phenomena.

**Keywords:** Information and Communication Research, Knowledge Intersection, Methodological Problems, New Communicational Environment.

\* المؤلف المرسل. مخبر علم الاجتماع للاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة3

## 1- مقدمة:

يحتل الإعلام والاتصال مكانة اجتماعية متزايدة في حياة الأفراد والمجتمعات، فالاتصال اليوم أرتبط بكل مجالات الحياة المختلفة مستفيدا من التقنيات الحديثة التي لا تتوقف عن التطور، وبالتالي تتزايد أهمية مجال الدراسات الأكاديمية الإعلامية والاتصالية من أجل فهم هذا الوجود المتنامي للإعلام والاتصال الذي مس كل جوانب الحياة الاجتماعية للأفراد، والبحث في علوم الإعلام والاتصال كسب مساحات كبيرة في الجزائر خاصة بعد فتح التخصص في الكثير من الجامعات وظهور العديد من المجالات العلمية في المجال واتساع النشر العلمي به، إلا أن البحث العلمي الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال يواجه الكثير من التحديات منها ما هو مرتبط بالتخصص في حد ذاته و منه ما أرتبط بالتطور التكنولوجي وآخر مرتبط بالممارسة البحثية الجزائرية في المجال.

يذكر (دونسباخ، 2011/2006) في مقال له أنه عندما طالبوا كمختصين في الاتصال بأن يتم مؤسسة الاتصال إلى جانب علم الاجتماع في النظام الأكاديمي الألماني، رفض رئيس جمعية علماء الاجتماع الألمان إدماجه بحجة تمكينية مقارنة مفادها "عدم حاجتنا لعلم الدجاج أو البط داخل البيولوجيا"، فتخصص علوم الإعلام والاتصال يأخذ عنه دائما أنه غير واضح المعالم بسبب تشابهه مع مجمل العلوم الإنسانية الأخرى وحتى التقنية منها.

فتخصص الاتصال منذ ظهوره يبحث عن هوية خاصة به إلا أن عدم استقلاله بنظريات ومناهج بحثية خاصة واعتماده على العدة النظرية والمفاهيمية للعلوم الإنسانية الأخرى كعلم الاجتماع والنفس والفلسفة وغيرها جعله كتخصص أكاديمي موضع تساؤل في الكثير من جوانبه. هذا وإضافة إلى إشكالية الهوية، يتفق معظم دارسي علوم الإعلام والاتصال في الجزائر على أن بحوث الإعلام والاتصال يكتنفها الكثير من النقائص مما جعل نتائجها عرضة للمساءلة من قبل المتخصصين لا سيما غلبة الفلسفة الوضعية في التفكير في ظواهر الإعلام والاتصال بالجزائر، هذه التحديات ازدادت تفاقما في ظل البيئة الاتصالية الجديدة والتي تجنح أكثر للتفاعلية وإعلاء للذاتية. مما أنتج مرة أخرى تحديات جديدة للباحث في علوم الإعلام والاتصال، فالخصوصيات التقنية لوسائل الإعلام الجديدة والتي تختلف كثيرا عن وسائل الاتصال التقليدية التي تركز أساسا على المركزية والخطية في عملية الاتصال في مقابل تشاركية بالنسبة لوسائل الاتصال الجديدة طرح اشكالية مدى صلاحية العدة النظرية والمنهجية لمقاربة الظواهر الاتصالية المرتبطة بالإعلام الجديد.

سنحاول إذا بناء على ذلك أن نناقش هذه العوامل لوضع الباحث في علوم الإعلام والاتصال بالجزائر في حالة استبصار بها وهو يبحث في هذا الحقل المعرفي بغرض تجويد عملية البحث ولهذا تستهدف الدراسة الاجابة على التساؤلات التالية:

- 2- هل لجوء تخصص الاتصال في دراسة مواضيعه إلى استلاف العدة النظرية والمنهجية من التخصصات المتشابهة معه يعد عجز ذاتي للتخصص أم ضرورة معرفية؟
- 3- ماهي أهم الاشكاليات المنهجية في بحوث علوم الإعلام والاتصال في الجزائر؟
- 4- ماهي التحديات النظرية والمنهجية التي تواجه بحوث الإعلام والاتصال في ظل البيئة الاتصالية الجديدة وما سبل تجاوزها؟

## 02. مدخل مفاهيمي

### 01.02 مفهوم الإعلام والاتصال:

**01.1.02 مفهوم الإعلام:** تعرف عاطف (2016) الإعلام هو نقل الأخبار والمعلومات وإبداء التعليق والرأي في شكل مقروء أو مرئي أو مسموع، باستخدام وسائل اتصالية. والإعلام شكل متطور للاتصال وهذا الأخير هو تفاعل مباشر بين "المرسل" و "المستقبل"، بينما الإعلام هو بث عبر وسيط أو أداة. (عاطف، 2016، ص18).

يطلق مصطلح الإعلام على جميع الوسائل والتقنيات والمنظمات، إضافة إلى المؤسسات سواء التجارية أم غير الربحية العامة أو الخاصة الرسمية أو غير الرسمية التي تكون مهمتها ووظيفتها الأساسية نشر الأخبار والمعلومات المختلفة ونقلها، وحاليا تعدت وظيفة الإعلام هذه الأمور فأصبح يتضمن الترفيه والتسلية. (الطيب عيساني، 2000، ص7).

**2.1.2 مفهوم الاتصال:** يرجع أصل كلمة اتصال في اللغة الإنجليزية إلى الكلمة اللاتينية (**communis**) ومعناها مشترك عام، وبالتالي فالاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل... الخ وكلمة الاتصال في صيغة المفردة وكصفة (**communication**) تستخدم للإشارة إلى عملية الاتصال التي يتم عن طريقها تبادل الأفكار والمعلومات أما كلمة الاتصال في صيغة الجمع **communications** فتشير إلى الوسائل التي تحمل المضمون أو مؤسسة الاتصال ذاتها. (عزت، 2018، ص10-11).

توجد تعريفات عديدة لكلمة اتصال منها تعريف "كارل هوفلاند" أن الاتصال هو العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الآخرين (مستقبلي الرسالة). ويرى تشارلس موريس أن مصطلح الاتصال حين نستخدمه بشكل واسع النطاق فإنه يتناول أي ظرف يتوافر فيه مشاركة عدد من الأفراد في أمر معين". (مكاوي، حسين السيد، 1998، ص24).

وتعرف رشتي (1978) الاتصال بأنه العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقى ومرسل الرسالة -كائنات حية أو بشر أو آلات- في مضامين اجتماعية معينة، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات (منبهات) بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين، فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء. (رشتي، 1978، ص46).  
مما سبق يمكن إيجاز تعريف الاتصال في المفاهيم المفتاحية الآتية: "عملية تفاعل معلوماتية واجتماعية هادفة"، وتعريف الإعلام في كونه: "نقلا هادفا للمعلومات". (دليو، 2013، ص).

### 2.2 البحث في علوم الإعلام والاتصال:

**1.2.2 البحث:** استقصاء منظم يهدف إلى إضافة معارف يمكن توصيلها والتحقق من صحتها عن طريق الاختبار العلمي. (بدر، 2008، ص16).

مجموع الجهود المنظمة التي يقوم بها الإنسان مستخدما الأسلوب العلمي وقواعد الطريقة العلمية لزيادة سيطرته على بيئته واكتشاف ظواهرها وتحديد العلاقات بين هذه الظواهر (عبيدات، عدس، كابد، 1984، ص42)

هو عبارة عن الطرق المقننة والمنظمة التي يسلكها الباحث في معالجة أية مشكلة من مشكلات المعرفة كشفها واختراعاً أو تذليلاً وبرهاناً متفقاً مع الأسلوب والطريقة التي تناسبها (العبد لله، 2010، ص44).

**2.2.2 البحث في علوم الإعلام والاتصال:** إن القصد بالبحث في علوم الإعلام والاتصال في بحثنا هذا هو رسم إطار الاهتمامات الأساسية المكونة لما يجب أن يبحث في الإعلام والاتصال من موضوعات معينة، باستخدام مناهج وأدوات محددة وهنا لا بد من التساؤل هل لهذا النشاط البحثي موضوعات محددة على غرار ما نسجل ذلك في العلوم الأخرى مثل علم الاجتماع والنفس؟ وهل الإعلام والاتصال علم قائم بذاته من حيث اهتماماته المستقلة وأدوات بحثه المتميزة ونظرياته العلمية الخاصة؟. (بن مرسلي، 2010، ص24).

**3.2: التقاطع المعرفي في علوم الإعلام و الاتصال:** هو أسلوب البحث الذي يتم من خلاله استعارة الباحث في علوم الإعلام والاتصال للأدوات والمنظورات والمفاهيم والنظريات من تخصص آخر أو من عدة تخصصات متشابهة معه من أجل فهم الظواهر الاتصالية والإعلامية والاحابة على بعض المشكلات البحثية ومعالجة المواضيع الاتصالية.

### 3. حاجتنا إلى تخصص الإعلام والاتصال

يلعب الإعلام والاتصال اليوم في حياتنا دوراً محورياً في هذا القرن، وبمجرد ملاحظات بسيطة في حياتك وفي حياة من حولك تكتشف الأهمية البالغة لوسائل الإعلام والاتصال. وقد أخترق الاتصال معظم مجالات الحياة الاجتماعية والمهنية مستفيداً دائماً من قوة جذب هائلة بفضل الأفعال التي تتسم باسمه والتقنيات العديدة التي يقترحها والدلالة الرمزية التي ينشرها (مبيج، 2011/2005) وبالتالي تتزايد وتتعاظم أهمية مجال الدراسات الأكاديمية الإعلامية والاتصالية لتتناول هذا الوجود الإعلامي والاتصالي في حياة الناس.

ويذكر الجيزان (2004) أنه نبعت الحاجة إلى إجراء البحوث الإعلامية من أهمية وسائل الإعلام ذاتها مشيراً إلى مجموعة من الأسباب والعوامل التي دعت إلى ضرورة البحث في الموضوعات الإعلامية ودراستها بأسلوب علمي وبالتالي نشأة علم البحث الإعلامي :

-اهتمام الجمهور والحكومات بتأثير وسائل الإعلام، ويعد هذا العامل في مقدمة العوامل الداعية إلى البحث في الموضوعات الإعلامية ولقد كانت للتأثير السلبي المتوقع أن تحدثه تلك الوسائل في الجمهور دافع قوي إلى قلق الجمهور والحكومات من استحواذها على أوقات الجماهير وبالتالي حقنهم بما تريد تلك الوسائل والمتحكمون بها.

-فهم أنواع الاتصال ووسائله، فعلى الرغم من سهولة التعرف على هذا الحافز بشكل مجرد إلا أن الحاجة إلى سير أغوار العملية الاتصالية وما يحيط بها من جزئيات تظل مسألة صعبة ومعقدة وهذا ما دعى إلى وجود منهجية واضحة لشرح إبعاد تلك العملية

-نمو تخصص الإعلام وتعدد مجالاته

-حاجة المعلنين إلى التعرف على الجمهور المستهلك وتحديد سبل الوصول إليه.

والظاهر أن نمو هذا التخصص سيزداد وذلك للأسباب الستة التالية:

-الأهمية المتزايدة للمعلومات في النجاحات الفردية والاقتصادية.

- الأهمية المتزايدة للمهارات الاتصالية في العلاقات العامة التي أصبحت أكثر التخصصات نمواً في مجالنا.  
- التزايد المستمر للوقت المخصص للتعرض لوسائل الإعلام (أكثر من سبع ساعات يوميا في ألمانيا مثلا).  
وكتيجة لذلك، التزايد المستمر لاعتبار وسائل الإعلام مصدرا أساسيا لإدراك الواقع (السياسي خاصة). فثلاثة أرباع الألمان يذكرون وسائل الإعلام الجديدة (التلفزيون خاصة) كأهم وسيلة مساعدة لتحديد طبيعة تصويتهم السياسي أثناء الانتخابات.

- تحول تزايد الترابط بين النظام الإعلامي وباقي الأنظمة الاجتماعية وخاصة السياسية منها إلى وسيلة للسلطة السياسية .

- أهمية تخصص الاتصال عند الحديث عن أهمية تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية في نوعية التواصل بين الجماهيري والخاص، بحيث ازداد الطلب على البحث والخبرة في المجال بغية معرفة ماذا يجري وكيف نتصرف اتجاهه. (دونساخ/2006/2011)

#### 4. نشأة البحث في علوم الإعلام والاتصال

**1.4 السياق العسكري والمؤسستي لظهور البحث في علوم الإعلام والاتصال:** مع بداية الحرب العالمية الثانية ومن أجل افتتاحك إجماع من الشعب الأمريكي للدخول في الحرب وزيادة إسهامه في الجهود الحربية جندت الحكومة الأمريكية النخب والمؤسسات من أجل الدعاية الحربية عبر صناعة برامج دعائية لتعبئة المواطن الأمريكي للتعامل مع الوضع الجيوسياسي في تلك الفترة، وأصبح من الضروري تحريك الأحاسيس و مشاعر الولاء لكي يغرسوا في نفوس المواطنين البغض والخوف من العدو وقد كانت الدعاية هي وسيلة تحقيق هذه الأهداف الملحة (ديفلير، روكيتش، 1992/1989).

إن هذه الدعاية الحربية التي أحدثت آثار على المتلقين بشكل ملحوظ لفتت انتباه بعض المختصين وهذا «الانتباه» يعد هو الإرهاصات الأولى لولادة تخصص الإعلام والاتصال ويعتبر جون ديوي المتخصص في علوم التربية من الأوائل الذين انتبهوا لخطورة تأثير وسائل الإعلام وممارستها للرقابة الاجتماعية على الجماهير وتأثيرها في آرائهم وتوجهاتهم ولهذا مارس نقدا شديدا للممارسات الدعائية ونبه الجميع لخطورتها على المجتمع الأمريكي.

ثم تأتي مرحلة أو فترة الإثبات حيث مثلت نهاية الحرب العالمية منعرجا مهما لبحوث الاتصال إذ وبعد أن وظف الباحثون في مكاتب حكومية وعسكرية لوضع مؤسسات للدعاية أثناء الحرب قام هؤلاء الباحثون بالاهتمام أكثر بتأثير الدعاية على عدة مستويات بعد انتهاء الحرب من خلال فرق بحث و في معاهد ومؤسسات مختصة بالقضايا الاتصالية. (مرتاض نفوسي، 2018، ص5)

وفي هذا السياق، تجدر الإشارة إلى الدور الذي لعبته مؤسسة روكفلار في التأسيس للبحث في علوم الإعلام والاتصال من خلال الندوات التي كانت تعقدها أين قامت بدعوة في الأربعينات إلى نخبة من المفكرين المهتمين بالاتصال وكان من أبرزهم لازارسفيلد وهارولد لازويل وكان محور النقاش في هذه الندوات هو إنشاء إطار نظري عام يسمح للمؤسسة بتحديد المعايير ذات الصلة بدعم المشاريع المتعلقة بالاتصال. وكان من أهم مخرجات الندوة ما توصل إليه هارولد "نموذجه" الشهير عن الاتصال من؟ يقول ماذا؟ لمن؟ بأي وسيلة؟ وبأي اثر؟ الذي

كان له تأثيراً على البحث الصاعد في الاتصال. لقد سطر لاسويل برنامج عمل للباحثين، بحيث يجد كل واحد منهم ذاته فيه من جامعيين ومسؤولي الوسائط والقادة السياسيين، ذلك أن التقسيم المقترح يحدد بدقة اختصاصات كل تخصص. (ميج، 2011/2005).

فهذه الصياغة خلقت شهرة هارولد لاسويل انطلافاً من سنة 1948 وأوصلته -حسب البعض- إلى تزويد علم الاتصال الفتي بإطار مفاهيمي ذو طبيعة سوسولوجية وظيفية وأنزله من العلياء الفلسفية وأخرجته من دائرة التفسيرات السوسيو-فلسفية (سعيدات، أيت قاسي، 2019، ص110).

وعطفاً على ما سبق فإن البحث في علوم الإعلام والاتصال في الدول العربية ومنها الجزائر مقتصر فقط على الأكاديميين بالجامعات ولم يسجل تاريخياً على حسب علم الباحث أي اهتمام بالبحث في هذا الحقل من قبل مؤسسات أو جهات خاصة في حين أن مساهمة مثل هذه الجهات بإمكانها أن تعطي دفعا قويا للبحث في هذا المجال.

**2.4 البحث في علوم الإعلام و الاتصال: أسبقية التجريب على التنظير:** على الرغم من أنه مضى ما يقارب القرن على بروز علوم الإعلام والاتصال كتخصص علمي في الجامعات العالمية إلا أن النقاش يتجدد في كل مرة ويعود إلى الواجهة ومرد ذلك إلى أن هذه العلوم لم تظهر نتيجة نقاشات ثقافية فلسفية للنخبة الفكرية في المجتمع وإنما فرضتها تطورات تقنية تكنولوجية برزت الحاجة إلى إيجاد أطر داخل الجامعات من أجل تفسيرها. (لعبان، 2016، ص82)، فالعلوم في أغلبها نمت وفق نموذج تطوري تبدأ عادة بالمرحلة الفلسفية بالنسبة للعلم الذي هو في طور الظهور بحصول تراكم معرفي كبير على مستوى تخصص علمي ما. مما يؤدي إلى عجز أدوات التحليلية (مناهج، أدوات بحث) عن معالجة هذا الكم المعلوماتي. الأمر الذي يدفع إلى التفكير في إيجاد أدوات تحليل بديلة للقيام بالمهمة المذكورة. ومن أجل تحقيق هذه الغاية لا بد من الدخول حتماً في مرحلة فلسفية للعلم الذي هو في طور الظهور حيث يتم في هذه المرحلة التركيز على تحديد مجالات اهتمام أساسية جديدة عبر تكوين مفاهيم عامة وإعادة النظر في الافتراضات الأساسية المعروفة وكذا في مناهج البحث وأدواتها المستخدمة في جمع المعلومات [...] لئتم الانتقال مباشرة إلى المرحلة التجريبية التي يختبر فيها مضمون هذا الاتفاق ميدانياً من خلال القيام بتطبيق أدوات التحليل الجديدة في بحث الموضوعات المحددة (بن مرسل، 2010، ص26).

وبناء على ما ذكر فإن ظهور علوم الإعلام والاتصال لم تكن محصلة نقاش فكري بل فرضه التحول الذي طرأ على المجتمع الإنساني بدخوله عصر المجتمع الاتصالي بظهور وسائل الاتصال جماهيرية، فكانت الحاجة ماسة إلى تخصص يدرس عمليات الإعلام والاتصال.

لكن هذا لم يثني الكثير من الباحثين خاصة الأوائل منهم الذين اهتموا بمجال الاتصال على غرار لازار سفيلد الذي كان يقود المدرسة الأميركية ورواد المدرسة النقدية بقيادة مدرسة فرانكفورت على محاولة التأسيس لعلم الاتصال كتخصص مستقل.

وكانت المحاولات الأولى مع الباحث الأمريكي هارولد لازويل في الولايات المتحدة الأمريكية والذي ينتمي إلى المدرسة الأميركية من خلال دراساته المتعلقة بموضوع الدعاية خلال الحرب العالمية الأولى، أين قام لأول مرة

بمحاولة تطبيق الأساليب الكمية في معالجة مواضيع الصحافة لإخراج عمليات التحليل من دائرة القراءة الذاتية والانطباع الشخصي. وبهذا قام لاسويل لأول مرة في التاريخ بتطبيق أسلوب جديد في بحث المواد الصحفية حيث سمح جهده العلمي بإخراج هذا النوع من مجال التخمين إلى التطبيق العملي العامل الذي ساعد أبحاث الإعلام والاتصال على الدخول في مرحلة جديدة هي المرحلة التجريبية. (بن مرسلي، 2010، ص32).

وإلى جانب لازويل أسس عالم الاجتماع النمساوي الأصل بول لازارسفيلد (1901-1976) مكتب البحوث الاجتماعية التطبيقية الذي تحول فيما بعد إلى مركز هام للبحوث الأميركية المتعلقة بآثار وسائل الاتصال في المدى القصير على المواقف والآراء والسلوك الانتخابي، إذ قام سنة 1937 ببحث هام حول طبيعة أثار الراديو الاجتماعية وذلك باستخدام منهجية تعتمد على ثلاث مراحل: التحليل الثانوي لدراسات الجمهور، تحليل محتوى البرامج، استعمال عدة تقنيات للمساعدة على التسجيل الفوري لردود مستخدمي الراديو الموجودين في وضعية استماع تجريبية وبالتالي أقتدت الكثير من الأبحاث الميدانية بهذا النموذج من الدراسات .

وقد تفرعت المدرسة الأميركية بعد الستينيات إلى مداخل مختلفة تبعا لتركيز اهتمام الباحثين على "الآثار"، "الاستعمالات" أو "المحتوى".

**التوجه الأول:** البحث حول استعمال وسائل الاتصال تحت عنوان "الاستعمال والرضا" الذي جلب اهتمام الكثير من الباحثين الذين أرادوا التعرف على ماذا يفعل الجمهور بالوسائل بدلا من ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟ .

**التوجه الثاني:** يتمثل في الدراسات المنحزة في إطار تمديد وتعميق العلاقة "البيئشخصية" وتعنى بها البحوث التي تجرى حول "نشر المبتكرات"

**التوجه الثالث:** فهو نظرية الثقافة التي تربط بين محتوى الاتصال الجماهيري وتأثيراته المحتملة على الأفراد والمجتمع، فهي من منظور وظيفي تمكن من معالجة محتوى وتأثيرات وسائل الاتصال وخاصة التلفزة منها.

**التوجه الرابع:** فيتعلق بنظرية "التبعية" وهي مقارنة سوسولوجية تحاول أن تحدد تحت أي من الشروط يصبح فيها الأفراد تابعين لوسائل الاتصال الجماهيرية، أن منظريها يبرزون العلاقة المتزايدة المتبادلة بين نظام الوسائل وأنظمة اجتماعية أخرى .

أما القطب الثاني الذي رافق المدرسة الأميركية في محاولة التأسيس لعلم الاتصال منذ البدايات فهو المدرسة النقدية بقيادة قدماء مدرسة فرانكفورت بقيادة هوركايمر وأدرنو وغيره، هذا القطب الذي كان يملك مقاربة مختلفة للاتصال من خلال نموذج "الاتصال-سياق" فالأولوية في تحليلهم تعطى للسياق والمحيط الاجتماعي الذي يتم فيه الاتصال .

تأثرت المدرسة النقدية منذ البداية بالفكر الماركسي فكان أتباعها يركزون أساسا على المحيط الثقافي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي للبلد الذي يتم فيه الاتصال. فكانوا يرفضون الجانب الإداري في البحوث الأميركية ويعيرون عليها تركيزها على الاتصال وإهمالها للمحيط التاريخي والثقافي وهو الأمر حسبهم الذي يشوه حقيقة الاتصال.(دليو، 2003، ص27).

وكما تفرعت المدرسة الأميركية إلى اتجاهات متعددة فالمدرسة النقدية هي الأخرى انقسم أتباعها إلى عدة اتجاهات حيث أهتم كل فصيل بمؤشر معين .

ويختلف الاتجاهان النقدي والأميريقي ليس فقط في منهاجياتهما ونتائجهما ولكن أيضا في المسلمات الإيديولوجية الضمنية إذ يعتبر الأول حاملا لرؤية قيمة حول أهمية الحفاظ على الشروط الديمقراطية في سياق اجتماعي جديد قائم أساسا على وسائل الإعلام . أما الثاني فهو ذو طبيعة نفعية تلاعبية: إنه يسعى إلى التعبير وإذا أمكن الأمر قياس ظروف الاستعمال الأمثل لوسائل الإعلام في سياق إقناعي على المدى القصير .وعلى الرغم من اختلافهما فهذان التقليدان يتقاربان حول فكرة إن وسائل الإعلام تعتبر أدوات هامة في التأثير وجذب السلوكيات والآراء .

وإذا كان مجال الاتصال بداية أركز على الثنائية التي جئنا على ذكرها أعلاه، فقد ظهرت توجهات أخرى منها ما سمي بالحتمية التكنولوجية وهي نظرية جديدة لصاحبها مارشال ماكلوهان صاحب مقولة "الوسيلة هي الرسالة"، ويذكر ماكلوهان أن وسائل الإعلام التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استعمالها ستحدد طبيعة هذا المجتمع وكيف يعالج مشاكله وتؤثر على الطريقة التي يفكر ويعمل وفقا لها .

فمن العرض السابق يتضح أن المحاولات التأسيسية التجريبية الأولى التي قادها هارولد لاسويل لم تصل بالتخصص إلى إنجازات على المستوى التنظيري أو إلى بناء نظرية خاصة بالعلم، بالإضافة إلى أنها اعتمدت إجرائيا على إغارة أدوات بحثها ومناهجها من العلوم الأخرى.

## 5.التقاطع المعرفي لتخصص الاتصال مع العلوم الأخرى: عجز ذاتي في التخصص أم ضرورة لفهم الظواهر الإعلامية والاتصالية .

شهد البحث في مجال الإعلام والاتصال نقاشا مستفيضا حول ما إذا يعتبر الاتصال مبحثا علميا مستقلا بذاته أم أنه مبحثا متعدد التخصصات. فارتباط ظاهرة الإعلام والاتصال بالنشاطات المتنوعة للإنسان والمجتمع جعلها موضع العديد من الاهتمامات العلمية أي موزعة على أكثر من تخصص علمي مما كان وراء مواجهتها لصعوبات كبيرة تتمثل في الغموض المنهجي والنظري الذي تعانیه علوم الإعلام والاتصال وهذا الغموض تسبب في عدم إمكانية تحديد موضوعاتها بصورة مستقلة، وإيجاد المناهج والأدوات الخاصة بمعالجتها وبلورة النظريات ذات العلاقة ببحثها (بن مرسل، 2010، ص36).

فتخصص الاتصال ومنذ نشأته وهو يواجه أزمة هوية وكثيرا ما يلقي إليه بمجموعة من التساؤلات تتمحور أساسا حول ما إذا كان الاتصال نشاطا بحثي له موضوعات محددة على غرار ما هو قائم لدى العلوم الأخرى مثل علم الاجتماع والنفس وغيرها، وحول ما إذا كان للإعلام والاتصال اهتماماته المستقلة وأدوات بحثه المتميزة ونظرياته الخاصة. وعند هذه النقطة عادة ما يعاير تخصص الاتصال انه لا يمكنه أن يكون تخصصا مستقلا وهو يستعير عدته النظرية من علوم أخرى، وعند هذه النقطة أحصى "كرايغ" سنة 1999 سبعة تقاليد أكاديمية في نظريات الاتصال تقوم بالتنظير للاتصال بطرق مختلفة : البلاغة، السيميائية، الظاهرية، السيبرنتيكية، علم النفس الاجتماعي علم الاجتماع الثقافي وعلم الاجتماع النقدي. بينما نجد أن لعلوم الطبيعية تقليدا نظريا واحدا ولعلم النفس اثنين(السلوكية والتحليل النفسي)، ونحن لدينا سبعة أو أكثر(دونسباخ، 2011/2006).

ولهذا اذا قمنا بفحص البدايات الاولى لتأسيس علوم الإعلام والاتصال نلاحظ بصورة جلية طبيعة وحقيقة التناهي التي صبغ هذا المجال منذ بداياته الأولى، وفي هذا السياق يمكن ذكر ما عاينه الحيدري (2017) في مقال له حول الوضعية الأستمولوجية لعلوم الإعلام والاتصال أين رصد مكونات الهيئة العلمية للاتصال التي شكلها روبراسكاربيت في جامعة بوردو بفرنسا في التجربة الأولى لتأسيس علوم الإعلام والاتصال في التجربة الفرنسية والتي كانت تتكون من مشارب مختلفة منها أن ماري لولان من علم الاجتماع واندرى جون توداسك متخصص في تاريخ الصحافة، وجونميريات متخصص في الإعلام والتوثيق، ورولان بارت متخصص في السيميولوجيا، وكيمادا متخصص في اللسانيات، وروبين متخصص في الفيزياء.

فتشكيل هذه الهيئة التي أنشأت لتعميق الحوار حول هذا المجال البحثي الجديد تشير بصورة واضحة إلى التعقيد الذي يسكن هذا التخصص مما يستدعي تناهجا وتقاطعا معرفيا لأجل فهم الظاهر الاتصالية . إن تقاطع التخصصات هذا حسب البعض عقد من مشكلة علوم الإعلام والاتصال في سعيها إلى الاستقلالية وبناء هوية خاصة بها وطرح أمام-تخصص الاتصال- هذا التقاطع إشكاليات متنوعة سواء في الجانب النظري والمعرفي أو المنهجي الإجرائي.

إلا أن هذه النظرة لا يتقاسمها كل الباحثين فيرى لوصيف (2015) إن التعقيد خاصة من خصائص التفكير المنهجي والعلم الحديث، فلذلك فان الظواهر الاتصالية والاجتماعية تتميز هي الأخرى بالتعقيد [...] ويتضح من منظور التعقيد أن مكونات الظواهر الاجتماعية هي متباينة، مما يستدعي من الناحية النظرية والمنهجية أن نفعل عدة تخصصات ونبني بينها جسورا معرفية ونرغمها على الاندماج والتعاون فيما بينها، بغية تحقيق غاية الاستكشاف والفهم والوصف والتحليل. ويضيف لوصيف (2015) أن التخصص المفرط من شأنه أن يضيق من منظور الباحث وأفق العلم وأن يفقر التخصص المزمع في حد ذاته.

إن تعقد الظاهرة الاتصالية يستدعي منا أن نطل عليها من خلال نوافذ متعددة، فيساعدنا علم الاجتماع والعلوم السياسية وعلم الاقتصاد في مناقشة أنواع السياقات المختلفة التي تعمل فيها وسائل الإعلام. على سبيل المثال يساعدنا علم الاجتماع في تحديد السياق الاجتماعي لوسائل الإعلام من خلال منحنا فهما نظريا وتجريبيا للمؤسسات مثل الأسرة والمدرسة والحكومة والكنيسة، فوسائل الإعلام تعمل داخل هذه البني الاجتماعية كافة وتؤثر فيها. علاوة على ذلك تعد هذه المؤسسات مصدر القيم والاتجاهات التي تؤثر على طريقة تفكيرنا في الإعلام في حياتنا اليومية واستخدامه. (اندرى، بروس 2010/2017) أن جميع التخصصات تقترض بعضها من بعض، تحليل محاولة دراسة علم الاجتماع دون الاستفادة من رؤى علم النفس أو محاولة فهم السياسة دون فهم التاريخ أيضا. وتعد الدراسات الإعلامية تخصصا متميزا نظرا لأنها تضع بيئة الإعلام في بؤرة تركيزها وتصر على أن وسائل الإعلام هي ملمح أساسي للمجتمع الحديث ومحوري في أي تحليل دقيق للحياة في القرن العشرين (اندرى، بروس 2010/2017).

والباحث في علم الاجتماع الانجليزي "أيان كريب" والمحاضر في جامعة اكسس في بريطانيا يلاحظ أنه "من المفارقات أن أحد أهم الكتب المؤثرة في علم الاجتماع منذ الثلاثين السنة الماضية لم يكن في علم الاجتماع على الإطلاق بل في تاريخ العلوم الطبيعية، أقصد كتاب توماس كون (بنية الثورات العلمية). (سعد، 2011، ص3).

إن المعرفة في الحقل الاجتماعي أصبحت متداخلة بل عابرة للتخصصات و أي اقتراب من نظريات الاتصال يجب أن ترفده جملة من الكفاءات في مجال السياسة والسوسولوجيا (علم الاجتماع) وعلم الأثروبولوجيا (علم الاناسة) والسيميائية وعلم النفس واللسانيات والفلسفة والاقتصاد والسيرنطيقا. (ماتلار، 2005/2004).

وبناء على ما قيل قد يعود السبب في ضعف مخرجات بحوث الإعلام والاتصال في جامعاتنا وتواضع النتائج المتوصل إليها هو غياب هذه الإحاطة المعرفية لدى طالب الإعلام والاتصال بالتخصصات المتشابكة مع تخصصه وانكفاءه على دراسة مواضعه البحثية من منظور تخصصه، ذلك أن الانكفاء على التخصص في مثل تخصص علوم الإعلام والاتصال الذي يعد من العلوم البينية بالإضافة إلى الطبيعة الديناميكية للظاهرة الاتصالية والتي لا يمكن أن تعمل دون أن تكون لها تماس مع النظم والسياقات الاجتماعية الأخرى قد يكون له مخرجات متواضعة.

إن كل عالم منصف على شيء من الدراية والاطلاع على بحوث الاتصال يعرف بلا شك ودون مواربة إن ميدان بحوث الاتصال لم يتطور بعد إلى الحد الذي يمكن أن يعد فيه ميدانا علميا مستقلا برأسه. فهو ما زال يمثل مبحثا علميا متميزا، أو نقطة التقاء علمية تتقاطع عندها اهتمامات طائفة من العلوم الإنسانية والاجتماعية وهي حقيقة لا ينبغي أن تؤخذ كدليل على تواضع شأن هذا الميدان أو تعد وسيلة للتقليل من شأنه، ولكننا نؤكد عليها لكي ندلل على حقيقة منهجية علمية، هي أن الدراسة في بحوث الاتصال وعملياته لا بد أن تتم بواسطة الفريق المتكامل التخصصات او المتعدد التخصصات. (lerner and shramm, 1967, p6)، إن التحاقل المعرفي أصبح اليوم ضرورة فرضته اليوم وسائل التواصل الاجتماعي أيضا، فقد أصبح من الصعب دراسة ما يحدث في حضن هذه الوسائل مثلا دون الاستعانة بعلوم النفس والتربية والاجتماع وغيرها من العلوم. فالبحث العلمي في ميدان علوم الإعلام والاتصال مجالا ثريا وخصبا ومتجددا، وتكمن خصوصية البحث في علوم الإعلام والاتصال كمجال للتقصي والفحص في ارتباط الظاهرة الإعلامية والاتصالية بالظاهرة التكنولوجية التي لم تتوقف ولن تتوقف عن التطور والتجديد. الأمر الآخر وهو أن الظاهرة الإعلامية والاتصالية ذات طبيعة اجتماعية تتفاعل وجوبا مع السياقات الاجتماعية بأشكالها المختلفة وتشابكها بذلك مع جملة كبيرة من التخصصات، والأمر الثالث هو تأثيرها بمنظومة القيم والأفكار والمعتقدات في كل المجتمعات.

هذه الخصوصية للبحث في علوم الإعلام والاتصال غالبا ما ينتج عنها اتساع في مساحة المواضيع التي تستدعي البحث، فضلا عن التحديات المنهجية التي تطرحها المواضيع الجديدة .

وعلى الرغم من أن تخصص الإعلام والاتصال يستفيد من التخصصات الأخرى إلا أن الدراسات الإعلامية يمكن أن تشكل مجالا فريدا من نوعه وحيويا في حد ذاته وأن لجوءه إلى التخصصات الأخرى للإطلاع على الظاهرة الاتصالية قد يعد ميزة أكثر منه نقيصة بل يعتبر الكثيرون أن التحاقل المعرفي في تخصص الإعلام والاتصال هو الاستقلالية ذاتها. إلا انه يستوجب على الباحثين في هذا الحقل أن يدفعوا نحو اعطاء هوية خاصة للبحث في هذا الحقل المعرفي.

## 6 - قراءة في أهم الإشكاليات المنهجية في بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر:

إن البدايات الأولى لتدريس الإعلام والاتصال في الجزائر أنطلق مع فتح المدرسة الوطنية العليا للصحافة عام 1964 وقد كانت الغاية الأولى تكوين صحفيين باللغتين العربية والفرنسية، وقد أقتصرت التكوين على أعداد محدودة وهذا بهدف تكوين إعلاميين لخوض تجربة العمل الإعلامي والصحفي من طرف خريجها. وعليه تعتبر تاريخيا هذه هي الانطلاقة الأولى للدراسات والبحث في هذا المجال. وتشير إحصائيات 2015-2016، إلى وجود ما لا يقل عن 35 مؤسسة للتعليم العالي تهتم بالتكوين الإعلامي في الجزائر. (ميلود، 2018، ص 308-318) وتتصدر بذلك الدول العربية من حيث تعداد أقسام الإعلام والاتصال، وبحوث الإعلام والاتصال في الجزائر ورغم الكم الهائل الذي ينتج سنويا خاصة على مستوى المؤسسات الأكاديمية، إلا أن التكوين في علوم الإعلام والاتصال لا سيّما في شقه المتعلق بالبحث كنشاط فكري ومنهجي لا يزال موضع انتقاد من قبل المتخصصين، وفي هذا السياق يذكر لعياضي (2013) أن القسم الأكبر من هذه البحوث العربية ومنها الجزائرية توصلت إلى نتائج تضع مواضيعها، إشكالياتها، ونظرياتها ومناهجها وأدواتها البحثية موضع مساءلة، وفي هذا المبحث سوف نتناول بالدراسة بعض مكامن القصور المنهجي في بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر انطلاقا من استقراء أهم الملاحظات للمتخصصين في مجال الإعلام والاتصال، واحدة من الملاحظات المهمة هي أنه كثير من المواضيع المختارة للدراسة يبدو واضحا انفصالها عن مجالات اهتمام علوم الإعلام والاتصال، وابتعادها عن البحث فيها، يشير (فلاق، لعلاوي، 20، ص3) بقوله صحيح أن علوم الإعلام والاتصال تشكل ملتقى لمجالات معرفية متعددة غير أن عدم الاعتراف الضمني باستقلالية مواضيعها ومناهجها عن المواضيع الأخرى سيؤدي لا محالة إلى فقدان الهوية البحثية في هذا المجال العلمي، فكثير من البحوث مرتبطة بشكل مباشر بمجالات علمية أخرى يتم إقحام الإعلام والاتصال فيها بشكل عرضي.

النقطة الأخرى التي تعد من نقاط ضعف بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر هي تركيزها على براديغمات تتجاوزها الزمن حتى في البيئات التي أنتجتها، مما يؤدي إلى إعادة انتاج بحوث متماثلة لا تحقق أي تطور أو تقدم في تناول الظواهر الاتصالية والإعلامية في البيئة الجزائرية، وعند هذا السياق يذكر (قسايسية، 2006، ص28) أن دراسات الإعلامية و الاتصالية تستند في أغلبيتها إلى نماذج تقليدية تشاؤمية و/أو تفاعلية وضعت في ظروف تاريخية متعلقة بالتطور التاريخي العام وتاريخ تطور وسائل الإعلام الجماهيرية وملابسات بيئات اجتماعية واقتصادية وتكنولوجية، لم تعد قائمة في المجتمعات المرجعية نفسها، في حين أن الجهل بالبراديغمات يؤدي في الغالب إلى تشتت الجهد البحثي وعدم معرفة الهدف المرجو منه.

تسقط الكثير من بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر عادة في عدم الملاءمة بين التوقع الاستمولوجي والتصميم المنهجي، ففي كثير من الأحيان يختار الباحثون تموضعا استقرائيا إلا أن أدواتهم البحثية المختارة تكون كمية رغم أن نظرة الباحث للحقيقة والمشكلة هي التي تحدد له أدواته المنهجية، وحسب تقدير الباحث أن ذلك يعود إلى طريقة تدريس المنهجية في الجامعة الجزائرية التي تغلب عليها الروح التقنية فالمفهوم التقنوي للمنهجية هو من يسقط الباحث في هذا الخلط بين تموقعه الاستمولوجي وتصميمه المنهجي، وفي هذا السياق يعاني البحث في علوم الإعلام والاتصال من إشكالية هوس التكميم ولهذا يتميز عموما في الدول العربية ومنها الجزائر بميله

المفرط إلى استخدام المنهج الكمي والبحث الكمي يرتبط بالتصور الوضعي للأشياء، فلا يمكن الحديث عن العلم ضمن هذا المنظور دون الحديث عن تكميم الظواهر، فالمدرسة الوضعية انطولوجيا ترى أن الحقيقة مطلقة موجودة ويمكن تجريدها عن الوعي البشري، أما إبستمولوجيا الوصول للحقيقة يكون من خلال فهم العلاقات والقوانين التي تحكمها وترتبط بين المتغيرات المختلفة أما منهجيا فالمنهج الكمي يعتمد المنهج الاستنباطي المبني على نظريات وتستخدم التجربة والطرق الكمية لإيجاد العلاقات، والباحث ضمن هذا المنهج يجب عزل نفسه وتبني الموضوعية التامة وهنا يذكر بوعمامة(2019) أن البحث العلمي والأكاديمي في حقل الإعلام والاتصال في الجزائر يتسم بجملة من الخواص أهمها تبعيته المعرفية الإبستمولوجية، افتقاره للتأصيل النظري والمعرفي، اعتماده على النظريات الغربية الجاهزة وانفصامه عن واقعه التاريخي والثقافي. إضافة إلى هوسه بالتكميم وطغيان الجوانب الامبريقية على مختلف المقاربات الكيفية وأولويتها عليها. ولهذا يفتقر البحث في علوم الإعلام والاتصال إلى الاصاله عادة، ويرجع حماد(2018) ذلك إلى مجموعة من الأسباب منها:

- إعادة انتاج الفكرة البحثية ذاتها والالتفاف على بعديها الزماني والمكاني.
- النقل الحرفي لتساؤلات اجاب عنها باحثون سابقون
- السذاجة في الرصد السطحي لعناوين الدراسات السابقة
- الانطلاق من مفاهيم يجهد الباحث نفسه التركيز عليها دون أن يبحث في دقة تعبيرها عن الواقع.
- تصدير البحوث باطار منهجي محدد المعالم، هذا السرد المدرسي لعناصر البحث وكأننا نفترض من يقرأ الانتاج طفل صغير دون مستوى الفهم.

هذه بعض معالم القصور في بحوث علوم الإعلام والاتصال، واليوم وفي ظل بيئة اتصالية جديدة سيجد الباحث نفسه في هذا الحقل المعرفي أمام تحديات جديدة مرتبطة بالتحول الكبير الذي مس كل أركان العملية الاتصالية من مرسل ومستقبل ورسالة ووسيلة وسياقات الاتصال وهو ما سنتناوله بالتحليل في المبحث القادم.

## 7- البيئة الاتصالية الجديدة وتحديات المفهوم، النظرية، والمنهجية.

**1.7 إشكالية المفهوم:** إن الكثير من المفاهيم التي تتعامل معها بحوث الإعلام الجديد بجميع أشكاله لا تزال مفاهيم لا تلقى الإجماع من قبل الباحثين الذين لا يستخدمون نفس المصطلحات للتعبير عن نفس الظواهر أو المدركات، وتكمن أهمية الاطار المفاهيمي أنه " يترجم جملة التصورات والهواجس والاستدلالات الذهنية التي تحوم في ذهن الباحث /المفكر عند تناوله للحقائق وللظواهر العلمية، فالإطار المفاهيمي هو بمثابة الأدوات الذهنية التي يتم توظيفها في فهم واستيعاب الواقع المعيش وظواهره (بن صغير، 2019، ص185). ويزدحم حقل دراسات الإعلام والاتصال في ظل البيئة الاتصالية الجديدة بالكثير من المفاهيم التي لم يتفق إلى حد الآن على مضامينها، فنذكر في هذا المقام مفهوم الإعلام الجديد الذي ينعت أيضا بالإعلام البديل، الإعلام الالكتروني، الإعلام الذي تسانده الألة، إعلام المواطن...إلخ، كما يمكن الحديث في هذا السياق عن مصطلح شبكات التواصل الاجتماعي على سبيل المثال لا الحصر حيث تحتل بحوث شبكات التواصل الاجتماعي حيزا كبيرا

ضمن البحوث الأكاديمية في علوم الإعلام والاتصال وتتناول الدراسات شبكات التواصل الاجتماعي بمسميات مختلفة منها الإعلام الاجتماعي، مواقع التشبيك الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها مما يصعب من فهم هذه المصطلحات المنتشرة في البيئة الاتصالية الجديدة، كما تطرح في هذا الجانب مشكلة السياق المنتج للمفاهيم والذي هو سياق غربي فأغلب المفاهيم المتداولة صنيعة عملية بحثية محكومة بسيرورة اجتماعية وثقافية ونقلها إلى بيئتنا البحثية الجزائرية ينطوي هذا الأمر على محاذير عدة. وأمام هذه التحديات فالباحث في علوم الإعلام والاتصال أمام رهانات بحثية معقدة في ظل بيئة الاتصال الجديدة، وفي مجال مشكلة المفاهيم يتوجب عليه احاطة هذه المرحلة من البحث بكثير من العناية من خلال الانطلاق من تحديد المفاهيم التي يشتغل بها وتكييفها وتبنيها.

## 2.7 التحديات النظرية في ظل البيئة الاتصالية الجديدة: تكمن أهمية النظرية في البحث العلمي

أنها أرقى ما يتوصل له الحقل المعرفي، فالنظريات من أهم شروط تشكل العلوم إلى جانب الموضوع والمناهج، كل دراسة يجب أن تحتكم إلى نظرية، فالنظرية هي الإطار التحليلي الذي يعتمده الباحث لتفسير الواقع أو استشراف المستقبل ومن خلالها أيضا يستوحي الباحث أدوات ووسائل عمله وإجراءاته المنهجية من أجل إنتاج المعرفة والإلمام بالظواهر المدروسة. لقد أدى التطور التكنولوجي إلى حدوث تغييرات كبيرة وعلى كل الأصعدة، وكان مجال البحث في علوم الإعلام والاتصال من المجالات التي مسّها هذا التغيير في العمق كما ونوعا. فقد أقبل الباحثون على تناول الكثير من الظواهر المرتبطة بالتكنولوجيات والتقنيات الحديثة، مما طرح أمام الباحثين الكثير من التحديات والإشكاليات البحثية والمنهجية ومن ثم فقد ثار جدالا كبيرا منذ ظهور الإعلام الجديد وتزايد حجم البحوث التي تتناول ظواهر حول مدى صلاحية الأطر النظرية التي أطرت البحث في الاتصال الجماهيري التقليدي لاستخدامها في بحوث الإعلام الجديد ضمن بيئة اتصالية جديدة تختلف كثيرا عما عهدناه سابقا. وتكمن أهمية النظرية في البحث العلمي أنها أرقى ما يتوصل إليه العلم، فالنظريات من أهم شروط تشكل العلوم إلى جانب الموضوع والمناهج، فكل دراسة يفضل أن تحتكم إلى نظرية التي تمثل الإطار التحليلي الذي يعتمده الباحث لتفسير الواقع أو استشراف المستقبل، ومن خلالها أيضا يستوحي الباحث أدواته ووسائل عمله وإجراءاته المنهجية من أجل إنتاج المعرفة والإلمام بالظواهر المدروسة. وبناءا عليه وجد الباحثون الذين يتناولون بالدراسة الظواهر الاتصالية الجديدة قصورا في النظريات الكلاسيكية في استيعاب وتفسير واقع جديد. ويمكن إنجاز بعض الاختلافات الجوهرية بين وسائل الإعلام الجديدة والقديمة فيما يلي:

- أنهت وسائل الإعلام الجديد احتكار القائم بالاتصال للعملية الاتصالية، بعد أن كان لمدة زمنية طويلة هو المسيطر عليها، ومن ثم شهدنا بعد انتشار وسائل الإعلام الجديد نهاية القبضة الحديدية للدولة والنخب بشكل عام على وسائل الإعلام. ففي حين نسمح وسائل الإعلام التقليدية إلى المركزية تعزز وسائل الإعلام الجديدة الذاتية والفردية واللامركزية.

- غيرت وسائل الإعلام الجديدة من وظيفة المتلقي في العملية الاتصالية، إذ انمحت الحدود التي كانت بين المرسل والمتلقي وأصبح المرسل متلقي في نفس الوقت وتقاسم المرسل والمتلقي بنفس الدرجة السيطرة على العملية الاتصالية.

- اختلاف جوهري بين المجتمع الذي اشتغلت فيه وسائل الإعلام التقليدية عن الجديدة حيث يشير ماكويل (2010) في كتابه نظرية الاتصال الجماهيري إلى أننا أمام نشأة مجتمع جديد يختلف اختلافا شديدا عن المجتمع الجماهيري، مجتمع يتميز بشبكة اتصال تفاعلية شديدة التطور، وفي هذه الظروف يقول ماكويل نحن بحاجة إلى إعادة تقييم التوجه الرئيس للنظرية الثقافية والاجتماعية لوسائل الإعلام.

- ذوبان الفارق بين الاتصال الجماهيري الذي ظهر مع وسائل الإعلام الجماهيرية والاتصال الشخصي، ذلك أن الاتصال عبر وسائط الإعلام الجديد يمكن استخدامه للغرضين، فوسائل الإعلام الجديدة جمعت بين مميزات الاتصال الشخصي والجماهيري.

- اختلاف وسائل الإعلام التقليدي عن الجديد في أن الأول يشتغل في سياق مؤسسي مهني بينما في الثاني يغيب هذا الأمر فهو يخضع لتقديرات المستخدمين.

- أما على مستوى الوظائف التي يقدمها كل من الإعلام الجديد والقلم يذكر القعاري (2018) أن الإعلام الجديد يختلف في وظائفه عن الإعلام القديم، فقد ألغى الإعلام الجديد وظيفتين رئيسيتين للإعلام القديم وهما مراقبة البيئة والتفسير من جانب واحد وطور وله وظيفتين هما التعليم والتسلية وأضاف وظيفتين جديدتين هما توفير المعلومات وإقامة شبكة من العلاقات.

وبناء عليه فإن هذا التحول الكبير في البيئة الاتصالية قد أثار تحديات كبيرة حول طبيعة المسار البحثي الذي يستوجب استخدامه عند دراسة الظواهر الجديدة المتعلقة بوسائل الإعلام الجديد فهل يطبق المدخل النظرية التقليدية نفسها لدراسة الإعلام الجديد خاصة تطبيقات الإعلام الاجتماعي مثلا، أم تستدعي الخصائص التكنولوجية الجديدة لهذه الوسائل البحث عن أفق نظرية جديدة تتلاءم مع طبيعة البيئة الاتصالية الجديدة؟.

ويمكن في هذا السياق أن نسوق للباحثين مؤشرات عن محدودية بعض النظريات والتي تنتمي في غالبيتها للمنظور الوظيفي وهو المنظور الذي يغلب على جلّ البحوث في منظومتنا البحثية في مجال الإعلام والاتصال فما موقع نظرية حارس البوابة في ظل منظومة الاتصال الجديدة كالمواقع الإلكترونية والمنتديات ومواقع الفيديو وشبكات التواصل الاجتماعي؟ مما لا شك فيه أن الإعلام الجديد قد أنهى احتكار المعلومة ولم يعد مستخدمو الوسائط الإعلامية الجديدة في حاجة إلى حراس بوابات ينوب عنهم في اختيار ما يراه مناسبا له، بل أصبح هو في حد ذاته صانعا للمعلومة وللمحتوى الخاص بهم، ورغم أن هناك نقاش كبير حول تكيف نظرية حارس البوابة في ظل الإعلام الجديد إلا أن هذا الأخير قد أحلّ بالأركان الرئيسية للنظرية مما يستدعي إعادة النظر في استخدامها لتأطير والتفكير في ظواهر الاتصال الجديدة. يمكن أيضا أن نشير في هذا السياق إلى نظرية لولب الصمت أين اكتسبت الأقليات في المجتمع أدوات جديدة للتعبير وإبداء الرأي والدفاع عن حقوقها دون الخوف من العزلة الاجتماعية كما جاء في النظرية بل أصبحت هذه الأقليات تؤثر في مجرى الأحداث في مجتمعاتها كما أن هذه التقنيات سمحت للأفراد من إخفاء هوياتهم. نفس الشيء يمكن قوله فيما يتعلق بنظرية التدفق على مرحلتين حيث تبدلت الكثير من المفاهيم فيما يخص قائد الرأي من خلال ظهور أنماط جدد من المؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي ولم يعد قائد الرأي بالمفهوم الذي طرحته نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين. هذه بعض النماذج التي توضح تأثير البيئة الاتصالية الجديدة على أسس التنظير في علوم الإعلام والاتصال.

### سبل تجاوز التحديات النظرية عند دراسة الإعلام الجديد.

من خلال التراكم المعرفي الذي بدأت تعرفه بحوث الإعلام الجديد، ذهب العديد من الباحثين إلى رصد ثلاث (03) مسارات بحثية مقترحة للتعامل مع إشكالية النظرية عند تناول بالدراسة الإعلام الجديد، إذ تطرح عبد المجيد (2016) هذه المسارات فيما ينقله محمد علي القعاري في:

- مسار يشير إلى استخدام نماذج نظرية تتناسب مع الاختلافات التي تميز الإعلام الجديد عما سواه .
- مسار يشير إلى أن بعض النظريات القديمة المعروفة سوف تبقى صالحة ومناسبة لدراسات الإعلام الجديد.
- مسار يشير إلى العمل على تعديل أو إعادة طرح أو إنتاج النظريات والنماذج المعروفة، ولكن في ضوء الاختلافات التي حدثت في بنية وخصائص وجمهور الإعلام الجديد حتى تتمكن من فهم وشرح التأثيرات المختلفة لاستخدامات الإعلام الجديد.

في تقدير الباحث أن التوفيق في اختيار مقاربة نظرية في بحوث الإعلام الجديد يتطلب تأني كبير، ويتطلب أفق نظري وقدرة على التمييز بين النظريات التي أصبحت متجاوزة بالكامل ولا تصلح اعتمادها في البيئة الاتصالية الجديدة، والنظريات التي تمكنت من التعايش مع التطورات التكنولوجية، في حين تتطلب بعض المواضيع الاستناد إلى نظريات أرتبط ظهورها كلية بالإنترنت. كما أنه من المفيد استخدام المزج في النظريات وعدم الاعتماد على نظرية واحدة من أجل الإلمام أكثر بالظواهر الاتصالية الجديدة بعد عجز النظريات الشمولية على تفسير الواقع.

**3.7.3 التحديات المنهجية في بحوث الإعلام والاتصال في ظل البيئة الاتصالية الجديدة:** يطرح التناول المنهجي لظواهر الاتصال المرتبطة بالتقنيات والتكنولوجيات الحديثة جملة كبيرة من التحديات أمام الباحثين في علوم الإعلام والاتصال وذلك انطلاقاً من سؤال مدى صلاحية المنهجيات التقليدية المرتبطة بدراسة الاتصال التقليدي لبحث ودراسة الإعلام الجديد بكل أشكاله، نظراً للفروقات الجوهرية والخصائص التكنولوجية التي تميز هذه الأخيرة وفي مقدمتها التفاعلية وإعلاء الذاتية في استخدامها. ومن ثم يصبح السؤال مشروعاً عن كفاية الاستراتيجيات والأدوات المنهجية التقليدية لبحث قضايا وتساؤلات ومواضيع جديدة أنتجها سياق البيئة الاتصالية الجديدة، في هذا السياق سوف نطرح مجموعة من المؤشرات عن الصعوبات والتحديات التي تواجه الباحث في مجال دراسة الإعلام الجديد منهجياً.

**1.3.7.3 عدم كفاية التصميمات المنهجية الكمية بمفردها في فهم ظواهر الاتصال الجديدة:** سبق وان تم الإشارة في مبحث سابق إلى غلبة المنهج الكمي على بحوث الإعلام والاتصال، والبحوث الكمية غايتها شرح الظواهر وتفسيرها وهي البحوث التي تفترض وجود حقائق اجتماعية موضوعية منفردة ومعزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد وتعتمد غالباً على الأساليب الإحصائية في جمع البيانات وتحليلها. إن انتشار الظواهر الاتصالية الجديدة والتي يعبر عنها بالكثير من المسميات كالإعلام الجديد، الميديا الجديدة، الاتصال الجماهيري الفردي، قد أنتج ظواهر جديدة تختلف عن ما عهدناه مع وسائل الاتصال الجماهيري حيث يشير لعياضي (2013) إلى أن وسائل الاتصال الجماهيري الفردية قد أفرز انشغالات بحثية جديدة وطرح مواضيع بحثية مستجدة تتمحور حول تمثل هذه الوسائل، واستملاكها، واستخدامها، مما عزز مكانة البحوث النوعية. وهي إشارة إلى محدودية الاعتماد على المنهج الكمي لوحده في محاولة لفهم ما استجد من ظواهر اتصالية جديدة،

نظرا لتعدد الظاهرة الاتصالية الإنسانية في ظل تطور تكنولوجيا الاتصال، إن التوجه إلى اكتشاف بيانات كمية حول الجمهور (سمات ديمغرافية، المنطقة الجغرافية، مدة الاستخدام، نوعية المحتوى الذي يطالعه...أخ) كان ملائما مع وسائل الاتصال التقليدية، لكن اليوم وبسبب التطور التقني أصبح يسيرا الحصول على هذه البيانات فهناك برامج تقنية يمكنها أن تمدّ الباحث ببيانات دقيقة جدا عن المبحوثين، ولهذا أصبح اليوم التوجه هو نحو المعرفة النوعية لمستخدمي وسائل الإعلام الجديد في كيف يتمثلون هذه الوسائل وكيف يدمجونها في حياتهم الاجتماعية، وهذا لن يتم إلا عبر الأدوات المنهجية الكيفية. إذا يمكن القول هنا بأهمية السياقات الاجتماعية والثقافية، ففهم واستيعاب الأدوات التكنولوجية الجديدة وكيفية تغلغلها في عمق الحياة الاجتماعية للأفراد لا بد فيه من مراعاة للسياقات المختلفة ولهذا توفر لنا الأدوات الكيفية على غرار الملاحظة والملاحظة بالمشاركة والمقابلات والمجموعات المركزة فهم أكثر للظواهر الاتصالية الجديدة. الأمر الأخر الذي يمكن أن يعقد من استخدام البحوث الكمية في الظواهر الاتصالية الجديدة هو صعوبة المعاينة ذلك أن المستخدمين يشكلون مجتمعات افتراضية يصعب جدا ضبطها فقد يستحيل تحديد إطار عام لمجتمع البحث مما سيثير تساؤلات كبيرة حول صدق البيانات و صدق النتائج.

وبناء على ما سبق، فقد تبين محدودية الاعتماد على المنهج الواحد في دراسات الإعلام والاتصال الحديثة، فالتوجه نحو البحوث المختلطة يعد استراتيجيا قد تكون أكثر إفادة ونفعا في فهم الظواهر الاتصالية الجديدة.

**2.3.7 صعوبة في المعاينة:** واحدة من أبرز التحديات في دراسة وسائط الاتصال الجديدة هو مشكل تحديد إطار عام لمجتمع البحث ومن تم صعوبة الحصول على عينة تمثيلية لإجراء الدراسة، وتنطبق هذه المشكلة سواء في دراسة الجمهور أو تحليل المحتوى، تصور مثلا لو أردت دراسة تفاعل الجمهور مع تغريدة لشخصية سياسية سيجد الباحث صعوبة في تحديد عينة لمثل هذه الدراسة، نفس الصعوبة قد يواجهها الباحث عند محاولة إجراء معاينة في دراسات تحليل المحتوى نظرا للديناميكية التي يتسم بها المحتوى المنشور على وسائط الإعلام الجديد سريع التغيير، سريع التطور كما أنه قد يعتريه الحذف أو التغيير، بالإضافة إلى التنوع الكبير في المحتوى المنشور في وسائل الإعلام الجديد على عدة مستويات مستوى طبيعة المحتوى كونه نصوصا أو سمعيا أو سمعيا بصريا، مستوى اللغة أيضا حيث يتنوع الشكل اللغوي للمحتوى، كل هذه الإشكاليات يصعب من مهمة الباحث عند اللجوء لتحديد عينة ممثلة .

**3.3.7 مشكلة صدق البيانات:** بقدر ما سهّلت وسائل الإعلام الجديد كالفيسبوك وغيره، عملية إخفاء الهوية ومنحت حرية أكبر لمستخدمي هذه الوسائل في التعبير عن الآراء والأفكار من دون خوف أو حرج، بقدر ما طرحت إشكالية صدق البيانات عند إجراء بحوث ودراسات على هذه الوسائط، فاستخدام الهويات غير الحقيقية يرفع من خطورة الوقوع في زيف البيانات ومن تم يؤثر على صدقية النتائج المتوصل إليها. ويمثل صدق الأفكار والآراء المطروحة على وسائل الإعلام الجديد تحدي آخر للمصداقية فليس دائما يتطابق رأي الشخص مع ما يعبر عنه كتابة أو بأي شكل آخر ضمن أدوات التكنولوجيا الحديثة مما قد يوقع الباحث في هذا المجال في عدم مصداقية النتائج. ويمكن أيضا أن يواجه الباحث عدم صدق التجارب الإلكترونية مع المبحوثين حيث يمكن للمبحوث أن ينسحب بكل سهولة من المقابلة الإلكترونية وعدم استكمالها.

**4.3.7 تحدي الأخلاقيات البحثية في بحوث الإعلام والاتصال في السياق الاتصالي الجديد:** تعد أخلاقيات البحث من الأمور الأساسية لكل باحث وقد ازداد هذا الأمر أهمية مع بحوث الإعلام الجديد، ويتعلق الأمر خاصة بمسألة الخصوصية وخصوصية البيانات المتوفرة على وسائط الإعلام الجديد خاصة بيانات المستخدمين على شبكات التواصل الاجتماعي، فقد لا يرغب الباحثين الإفصاح عن هوياتهم وكشفها ضمن نتائج البحث، مما قد يوقع الباحث في مشاكل أخلاقيات البحث خاصة وان حتى عدم ذكر الباحث لأسماء الباحثين لا يعني بالضرورة عدم قدرة الاستدلال عليهم والوصول إليهم من خلال كتاباتهم التي رصدتها البحث، إذا تم اقتباسها والإشارة إليها بالنص ضمن النتائج، ذلك أن النشر الإلكتروني التلقائي الذي تقوم به محركات البحث يمكن أن يقود إلى الحساب الإلكتروني الذي ورد فيه النص المذكور على مواقع التواصل الاجتماعي (صلاح عبد المجيد، 2015).

وفي نفس السياق، يوصي الكثير من الباحثين لا سيما عند إجراء البحوث التتوغرافية أن يفصح الباحث عن نواياه البحثية عند طلب الانضمام مثلا لمجموعة افتراضية أو أعضاء مجموعة على الانترنت وان يوضح لهم أسباب تواجده معهم عندما يريد دراسة هذه المجموعات.

**5.3.7 سبل تجاوز التحديات المنهجية عند دراسة الظواهر الاتصالية الجديدة:** هذه إذن بعض التحديات وبعض النقاش حول ما يواجهه الباحث لدى دراسته ظواهر الإعلام والاتصال الجديد منهجيا، وعطفا على ما سبق ذكره في هذا السياق نطرح مجموعة من السبل لتجاوز هذه الإشكاليات:

- التوجه إلى اعتماد البحوث المختلطة في دراسة الظواهر الاتصالية الجديدة لتجاوز القصور الموجود في كل من المنهج الكمي والكيفي وعدم الاكتفاء بالمنهج الكمي لوحده لعدم قدرته على النفاذ إلى أعماق وإلى ما يفكر فيه مستخدمو الوسائط الاتصالية الجديدة .

- اعتماد العينات القصدية والتأني في اختيارها والتأكد من مدى تحقق الخصائص المطلوبة فيه لتحقيق أهداف الدراسة.

- الحرص على أخلاقيات البحث وطلب الموافقة من كل الباحثين في حالة اقتباس وغيرها من الأمور التي قد تمس بخصوصية مفردات الدراسة.

#### خاتمة:

إن البحث في علوم الإعلام والاتصال ينفرد بميزات خاصة فهو آخر العلوم الإنسانية الذي ظهر، وقد ارتبط ظهوره بأحداث خاصة أيضا في مقدماتها أحداث الحرب العالمية. ومن ميزات البحث في حقل علوم الإعلام والاتصال تشابهه مع الكثير من العلوم والمعارف، وذلك بحكم خصائص الظاهرة الاتصالية الديناميكية وتقاطعها مع المجالات المعرفية الإنسانية وحتى التقنية منها.

إن تعقد الظاهرة الاتصالية يحتم على الباحث في علوم الإعلام والاتصال من أن يفعل جملة من التخصصات المعرفية للإطالة على الظاهرة الاتصالية التي لا تتوقف على التطور والتغير المستمر.

الا أننا اليوم أصبحنا أمام تحديات أكبر بعد أن أضحت هذه النظريات والمنهجيات المستعارة من التخصصات الأخرى بداية والمرتبطة بسياق الاتصال التقليدي من جهة أخرى غير قادرة على تفسير الظاهرة الاتصالية

والإعلامية الجديدة، بعد أن ألحقت هذه البيئة الجديدة تطورات عميقة في جوانب العملية الاتصالية، يبدو عند هذه النقطة من الضروري إعادة النظر في العدة المنهجية والنظرية في مقارنة الإعلام الجديد ويكون في مقدمة الممارسات الجديدة هذه هو التوجه نحو البحوث المختلطة، وتبني توجهات منهجية جديدة في علوم الإعلام والاتصال تركز أساساً على استخدام البرامج الإلكترونية المنهجية في جمع وتحليل البيانات لتتناسق مع المستخدم الذي اقترن بكل ما هو تقني ورقمي.

### المراجع باللغة العربية:

- 01- إبراهيم، حماد، (2018)، لماذا يفتقر البحث الإعلامي للأصالة، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 04، ص ص 9-39.
- 02- أحمد رشتي، جيهان، (1978)، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، القاهرة، دار الفكر العربي.
- 03- أحمد، بدر، (2008)، علوم الإعلام (البحث العلمي-المناهج-التطبيقات)، القاهرة، دار فباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع.
- 04- اندريا، البرس، بروس ايه ويليامز، (2017)، مقدمة إلى بيئة الإعلام الجديد، (أحمد شكل، مترجم). مؤسسة هندايوي اوي سي اس سي، (العمل الاصيلي نشر عام 2010).
- 05- بن مرسللي، أحمد، (2010)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، القاهرة، ديوان المطبوعات الجامعية.
- 06- بيرنارمبيج، (2011)، الفكر الاتصالي من التأسيس إلى منعطف الألفية الثالثة، (أحمد القصور، مترجم)، دار توبقال للنشر، (العمل الاصيلي نشر عام 2005).
- 07- الجيزان، محمد بن عبد العزيز. (2004). البحوث الإعلامية أسسها أساليبها، القاهرة، مكتبة الملك فهد الوطنية.
- 08- الحيدري، عبد الله الزين، (2018)، الوضعية الأستمولوجية لعلوم الإعلام والاتصال، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد 05، ص ص 125-157.
- 09- دليو، فوضيل، (2003)، الاتصال-مفاهيمه-نظرياته-وسائله-القاهرة، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 10- دونسباخ، فولغناغ، (2005)، هوية البحث في الاتصال(فوضيل دليو، مترجم)، (العمل الاصيلي نشر في 2005).
- 11- ديفلير، ملفين، روكيتش، ساندربول، (1992)، نظريات وسائل الإعلام، كمال عبد الرؤوف، مترجم)، (العمل الاصيلي نشر في 1989).
- 12- سعد، حسن، (2011)، البراديغمات المسيطرة في علوم الإعلام والاتصال وإشكالياتها المعرفية، مساهمة في الحلقة البحثية بعنوان (البراديغمات العلمية) لطلاب الدكتوراه اللبنانية.
- 13- سعيادات، الحاج عيسى، ايت قاسي، ذهبية، (2019)، ابستمولوجيا الاتصال اشكاليات متولدة من رحم التنظير الفلسفي، مجلة سلسلة الانوار، العدد 10، ص ص 105-115.
- 14- عاطف، نحى، (2016). الإعلام الشعبي بين إعلام الدولة ودولة الإعلام، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع .
- 15- العبد الله، مي، (2010)، البحث في علوم الإعلام والاتصال من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات المنهجية، بيروت، دار النهضة العربية .

- 16- عبيدات، عدس، عبدالرحمان، كايد، عبدالحق، (1985). البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، عمان، دار الفكر .
- 17- عزت، محمد فريد محمود، (2018)، الاتصال ووسائله الجماهيرية التقليدية والتكنولوجية، القاهرة، دار النشر للجامعات.
- 18- عيساني، رحيمة الطيب، (2007)، مدخل إلى الإعلام والاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية، عمان، جدار للكتاب العلمي.
- 19- لعبان، عزيز، (2018)، تقاطع التخصصات لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية، في (محررون)، التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التموقعات الأستمولوجية والتقاطعات المعرفية، (ص ص.79-96)، مخبر بحث استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر .
- 20- لوصيف، سعيد، (2016)، التفكير المنهجي في الظواهر الاتصالية التجاسر المعرفي بين التخصصات والتموقع الأستمولوجي، في (محررون)، التفكير في منهجيات دراسة الإعلام والاتصال في المجتمع الجزائري التموقعات الأستمولوجية والتقاطعات المعرفية، (ص ص.41-69)، مخبر بحث استخدامات وتلقي المنتجات الإعلامية والثقافية في الجزائر .
- 21- ماتلار، ميشال، (2005)، تاريخ نظريات الاتصال (نصرالدين لعياضي، الصادق رايح، مترجمان)، (العمل الأصلي نشر في عام 2004).
- 22- مرتاض نفوسي، لمياء، (2018)، التاريخ الجديد للبحث في علوم الإعلام والاتصال، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 5، ص 148-167.
- 23- مكاوي، حسن عماد، حسن السيد، ليلي، (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- 24- ميلود، مراد. (2018). إشكالية التكوين الأكاديمي للإعلام في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية. العدد 09، ص 308-318).
- 25- محمد القعاري، العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد دراسة نقدية. المجلة المصرية للبحوث. عدد خاص، 2018، (ص ص، 27-56).
- 26- العربي بوعمامة، بلقاسم محمد أمين ابن عميرة، . التكوين الجامعي في علوم الإعلام والاتصال وديالكتيك الكفاءات المهنية والأكاديمية، مخبر دراسات الاتصال والإعلام، 2019، جامعة مستغانم، الجزائر.
- 27- فلاق، احمد، لعلاوي، خالد. (2018). إشكاليات منهجية في أطروحات الدكتوراه لعلوم الإعلام والاتصال بالجزائر. مجلة الاتصال والصحافة، العدد 8. (ص ص 91-104)
- 28- قسايسية، علي. (2006). المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر (2006.1965)، رسالة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام . جامعة الجزائر.
- 29- بن الصغير، يعقوب. (2020)، المشروعية الأستمولوجية في نقل المفاهيم العلمية إلى حقل الاتصال-ثنائية النقل الميكانيكي والبيئة- . المجلة الجزائرية للأمن الانساني، العدد 01. (ص ص 183-200)

المراجع باللغة الاجنبية:

1. Daniel, Lerner, Wilbur, shramm, (1967), communication and change in developing countries An East-West centre book, P6.