

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة 3-

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم العلاقات العامة

الرقم التسلسلي:

رقم التسجيل:

مواضيع، نظريات ومناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر

المجلة الجزائرية للاتصال نموذجاً

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشرافه:

أ.د. فضيل دليو

إعداد:

زينب خلافة

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيساً	جامعة أم البواقي	أستاذ التعليم العالي	أ.د. صالح بن نوار
مشرفاً ومقرراً	جامعة صالح بوبنيدر	أستاذ التعليم العالي	أ.د. فضيل دليو
عضواً	جامعة عنابة	أستاذ التعليم العالي	أ.د. جمال العيفة
عضواً	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	أستاذ محاضر	د. أحمد عبدلي
عضواً	جامعة صالح بوبنيدر	أستاذ محاضر	د. السعيد دراحي
عضواً	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	أستاذ محاضر	د. ليلى فيلاي

السنة الجامعية 2017-2018

شكر وعرّفان

اللهم لك الحمد والشكر كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك، على إكرامي بتمام هذا العمل
ثم أتقدم بأسمى عبارات الشكر والامتنان إلى الذي أعطى من عمره فأجزل، وعمل فأجاد، وعلم فأفاد،
وغرس فأحسن، وكان الحصاد أجيالا ستذكره دائما بكل خير، وسيظل ذكرى طيبة في العقول والقلوب
إليك أستاذي الفاضل "أ.د. فضيل دليو" جازاك الله عنا كل خير
كما لا يفوتني أن أشكر كل من ساهم في إنجاز هذا العمل وخروجه إلى النور، وأخص بالذكر الأستاذة
"بوعنان أسماء" والسيد "عزوز بشلم"، على كريم عطائهما.

فهرس المحتويات

شكر وعرهان

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

مقدمة.....13-15

الفصل الأول: موضوع الدراسة وأجراءاتها المنهجية

1-1- موضوع الدراسة

1-1-1- تحديد المشكلة.....16

1-1-2- أسباب اختيار الموضوع.....18

1-1-3- أهمية الدراسة.....19

1-1-4- أهداف الدراسة.....19

1-1-5- الدراسات السابقة.....20

1-1-6- المدخل النظري للدراسة.....32

1-1-7- تحديد المفاهيم.....34

1-2- الإجراءات المنهجية للدراسة

1-2-1- مجتمع الدراسة.....39

1-2-2- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.....43

الفصل الثاني: مواضيع البحث في علوم الإعلام والاتصال

1-2- علوم الإعلام والاتصال كمجال للبحث

1-2-1- إشكالية المفهوم.....53

1-2-2- موضوع البحث في علوم الإعلام والاتصال.....55

1-2-3- محاور البحث في علوم الإعلام والاتصال.....57

1-2-4- مواضيع البحث في المجلة الجزائرية للاتصال.....63

2-2- أنواع البحوث الإعلامية

1-2-2-1- البحوث الاستكشافية.....77

- 79.....-2-2-2- البحوث الوصفية.
- 82.....-3-2-2- البحوث التجريبية.
- 83.....-4-2-2- البحوث التاريخية.
- 84.....-5-2-2- البحوث الإعلامية في المجلة الجزائرية للاتصال.

الفصل الثالث: نظريات علوم الإعلام والاتصال

3-1- نظريات الصحافة

- 93.....-1-1-3- نظرية السلطة/ السلطوية.
- 93.....-2-1-3- نظرية الحرية/ الليبرالية.
- 95.....-3-1-3- النظرية الاشتراكية/ السوفييتية.
- 96.....-4-1-3- نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- 97.....-5-1-3- النظرية التنموية.
- 99.....-6-1-3- نظرية المشاركة الديمقراطية.
- 100.....-7-1-3- نظريات الصحافة في المجلة الجزائرية للاتصال.

3-2- النظريات النقدية

- 107.....-1-2-3- النظرية النقدية الكلاسيكية.
- 112.....-2-2-3- نظرية الاقتصاد السياسي.
- 113.....-3-2-3- نظرية الدراسات الثقافية.
- 118.....-4-2-3- النظريات النقدية في المجلة الجزائرية للاتصال.

3-3- نظريات التأثير

3-3-1- نظريات التأثير القوي

- 124.....أ- نظرية اجتياز المجتمع التقليدي ليرنر.
- 128.....ب- نظرية الحتمية التكنولوجية.
- 132.....ج- نظرية دوامة الصمت.
- 138.....د- نظريات التأثير القوي في المجلة الجزائرية للاتصال.

3-3-2- نظريات التأثير المعتدل

- 146.....أ- نظرية انتشار المبتكرات.

- ب- نظرية التدفق على مرحلتين.....149.....
ج- نظرية ترتيب الأولويات.....151.....
د- نظرية الاستخدامات والإشباع.....160.....
هـ- نظريات التأثير المعتدل في المجلة الجزائرية للاتصال.....165.....

3-3-3- نظريات التعلم

- أ- نظرية الغرس الثقافي.....172.....
ب- نظرية التعلم بالملاحظة.....177.....
ج- نظريات التعلم في المجلة الجزائرية للاتصال.....181.....

3-3-4- نظريات نشوء المجتمع الجماهيري

- أ- نظرية سبنسر.....187.....
ب- نظرية تونيز.....188.....
ج- نظرية الحقنة تحت الجلد.....190.....
د- نظريات نشوء المجتمع الجماهيري في المجلة الجزائرية للاتصال.....193.....

3-3-5- نظريات أخرى

- أ- نظرية حارس البوابة.....198.....
ب- نظرية الفجوة المعرفية.....203.....
ج- نظرية التأثير الانتقائي.....206.....
د- نظريات أخرى في المجلة الجزائرية للاتصال.....209.....

3-4-4- النظريات السوسولوجية الكلاسيكية

- 3-4-1- النظرية الوظيفية.....216.....
3-4-2- النظرية السلوكية.....219.....
3-4-3- نظرية التفاعلية الرمزية.....221.....
3-4-4- النظريات السوسولوجية الكلاسيكية في المجلة الجزائرية للاتصال.....224.....

الفصل الرابع: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال

4-1-1- مناهج وأدوات جمع البيانات الكمية

4-1-1-1- مناهج البحث الكمية

- أ- المنهج الوصفي /المسح.....235
- ب-المنهج المقارن.....239
- ج- المنهج التجريبي.....240
- د- منهج تحليل المحتوى الكمي.....244
- هـ- المناهج الكمية في المجلة الجزائرية للاتصال.....248

4-1-2- أدوات جمع البيانات الكمية

- أ- الاستبيان.....253
- ب-المقابلة المقننة.....256
- ج- أدوات جمع البيانات الكمية في المجلة الجزائرية للاتصال.....258

4-2-2- مناهج وأدوات جمع البيانات الكيفية

4-2-1- مناهج البحث الكيفية

- أ- منهج دراسة الحالة.....262
- ب- المنهج التاريخي.....265
- ج- المنهج الإثنوغرافي.....270
- د- منهج تحليل المحتوى الكيفي.....273
- 1- منهج تحليل الخطاب.....274
- 2- منهج التحليل السيميولوجي.....277
- هـ- المناهج الكيفية في المجلة الجزائرية للاتصال.....256

4-2-2- أدوات جمع البيانات الكيفية

- أ- الملاحظة.....286
- ب-المقابلة المتعمقة.....290
- ج- المجموعات المركزة.....292
- د- الأساليب الإسقاطية.....296
- هـ- أدوات جمع البيانات الكيفية في المجلة الجزائرية للاتصال.....298

نتائج الدراسة

1- النتائج العامة للدراسة

- أ- النتائج الخاصة بمواضيع البحث في المجلة الجزائرية للاتصال.....302
- ب-النتائج الخاصة بنظريات البحث في المجلة الجزائرية للاتصال.....304
- ج-النتائج الخاصة بمنهج البحث في المجلة الجزائرية للاتصال.....314
- 2-نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات.....317
- خاتمة.....319
- قائمة المراجع321
- الملاحق.....332

فهرس الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	توزيع مفردات عينة الدراسة	42
02	محكمي استمارة تحليل المحتوى	50
03	مهاور البحث في الاتصال	58
04	عناصر العملية الاتصالية كمهاور للبحث	63
05	توزيع المواضيع حسب الأعداد	64
06	توزيع المواضيع حسب فئة اللغة	66
07	توزيع المواضيع حسب فئة مجال البحث	67
08	توزيع المواضيع حسب فئة عناصر العملية الاتصالية	69
09	توزيع فئة طبيعة الموضوع	70
10	توزيع فئة المصدر حسب الانتماء الأكاديمي	72
11	توزيع فئة المصدر حسب الدرجة العلمية	73
12	توزيع فئة نوع البحث	84
13	توزيع فئة البحوث النظرية	85
14	توزيع فئة نوع البحوث الميدانية	87
15	توزيع فئة نوع البحوث الميدانية	87
16	توزيع نظريات الصحافة	101
17	توزيع فئة الزمن على نظريات الصحافة	102
18	توزيع نظريات الصحافة حسب مجال البحث	103
19	توزيع نظريات الصحافة حسب عناصر العملية الاتصالية	104
20	توزيع نظريات الصحافة حسب طبيعة الموضوع	105
21	توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات الصحافة	106
22	توزيع النظريات النقدية	118
23	توزيع فئة الزمن على النظريات النقدية	118
24	توزيع النظريات النقدية حسب مجال البحث	120
25	توزيع النظريات النقدية حسب عناصر العملية الاتصالية	121
26	توزيع النظريات النقدية حسب طبيعة الموضوع	122

123	توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب النظريات النقدية	27
138	توزيع نظريات التأثير القوي	28
139	توزيع فئة الزمن على نظريات التأثير القوي	29
141	توزيع نظريات التأثير القوي حسب مجال البحث	30
142	توزيع نظريات التأثير القوي حسب عناصر العملية الاتصالية	31
143	توزيع نظريات التأثير القوي حسب طبيعة الموضوع	32
145	توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات التأثير القوي	33
165	توزيع نظريات التأثير المعتدل	34
166	توزيع فئة الزمن على نظريات التأثير المعتدل	35
168	توزيع نظريات التأثير المعتدل حسب مجال البحث	36
169	توزيع نظريات التأثير المعتدل حسب عناصر العملية الاتصالية	37
170	توزيع نظريات التأثير المعتدل حسب طبيعة الموضوع	38
171	توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات التأثير المعتدل	39
181	توزيع نظريات التعلم	40
181	توزيع فئة الزمن على نظريات التعلم	41
183	توزيع نظريات التعلم حسب مجال البحث	42
184	توزيع نظريات التعلم حسب عناصر العملية الاتصالية	43
185	توزيع نظريات التعلم حسب طبيعة الموضوع	44
186	توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات التعلم	45
193	توزيع نظريات نشوء المجتمع الجماهيري	46
194	توزيع فئة الزمن على نظريات نشوء المجتمع الجماهيري	47
195	توزيع نظريات نشوء المجتمع الجماهيري حسب مجال البحث	48
196	توزيع نظريات نشوء المجتمع الجماهيري حسب عناصر العملية الاتصالية	49
197	توزيع نظريات نشوء المجتمع الجماهيري حسب طبيعة الموضوع	50
198	توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات نشوء المجتمع الجماهيري	51
210	توزيع النظريات الأخرى	52
210	توزيع فئة الزمن على النظريات الأخرى	53
212	توزيع النظريات الأخرى حسب مجال البحث	54
213	توزيع النظريات الأخرى حسب عناصر العملية الاتصالية	55

214	توزيع النظريات الأخرى حسب طبيعة الموضوع	56
215	توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب النظريات الأخرى	57
224	توزيع النظريات السوسولوجية الكلاسيكية	58
225	توزيع فئة الزمن على النظريات السوسولوجية الكلاسيكية	59
226	توزيع النظريات السوسولوجية الكلاسيكية حسب مجال البحث	60
227	توزيع النظريات السوسولوجية الكلاسيكية حسب عناصر العملية الاتصالية	61
228	توزيع النظريات السوسولوجية الكلاسيكية حسب طبيعة الموضوع	62
229	توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب النظريات السوسولوجية الكلاسيكية	63
247	توزيع فئة نوع المنهج حسب المناهج الكمية	64
248	توزيع فئة الزمن على المناهج الكمية	65
250	توزيع الاستخدام النظري للمناهج الكمية	66
250	توزيع الاستخدام التطبيقي للمناهج الكمية	67
258	توزيع فئة أدوات جمع البيانات الكمية	68
258	الاستخدام النظري لأدوات جمع البيانات الكمية	69
259	الاستخدام التطبيقي لأدوات جمع البيانات الكمية	70
279	توزيع فئة نوع المنهج حسب المناهج الكيفية	71
280	توزيع فئة الزمن على المناهج الكيفية	72
282	توزيع الاستخدام النظري للمناهج الكيفية	73
283	توزيع الاستخدام التطبيقي للمناهج الكيفية	74
298	توزيع فئة أدوات جمع البيانات الكيفية	75
298	الاستخدام النظري لأدوات جمع البيانات الكيفية	76
299	الاستخدام التطبيقي لأدوات جمع البيانات الكيفية	77

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
62	نموزج لعملية الاتصال	01
86	توزيع المقالات النظرية	02
103	تطور استخدام نظريات الصحافة	03
119	تطور استخدام النظريات النقدية	04
127	الاختلافات الجوهرية بين النظام الشفهي والنظام الإعلامي	05
127	مجالات نظام الإعلام الشفهي والإعلامي	06
140	تطور استخدام نظريات التأثير القوي	07
167	تطور استخدام نظريات التأثير المعتدل	08
182	تطور استخدام نظريات التعلم	09
195	تطور استخدام نظرية الحقنة تحت الجلد	10
211	تطور استخدام النظريات الأخرى	11
226	تطور استخدام النظريات الكلاسيكية السوسولوجية	12
249	تطور استخدام المناهج الكمية	13
251	الاستخدام النظري والتطبيقي للمناهج الكمية	14
281	تطور استخدام المناهج الكيفية	15
284	الاستخدام النظري والتطبيقي للمناهج الكيفية	16

مقدمة

يعد العصر الحالي عصرا اتصاليا بامتياز نتيجة تزايد أهمية الاتصال ووسائله ووظائفه وتأثيراته وارتباطه بمختلف مجالات الحياة ان لم نقل كلها، وبالنشاطات المتنوعة للأفراد والمجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء. مما نجم عنه تحول نوعي في مسار تطور الدول والمجتمعات، الذي لم يعد قائما اليوم على التطور الاقتصادي والسياسي والعسكري بقدر ما أصبح قائما على تطور قطاع الإعلام والاتصال، حيث باتت أولوية ارساء وتطوير بنية تحتية وفوقية للاتصال في الدول المتقدمة تعادل أولوية ارساء قواعد القوة العسكرية، الأمر الذي دفع العديد من الدول الغربية تتقدمها الولايات المتحدة الأمريكية الى اعطاء أهمية كبيرة لتطوير المجال، ودعم البحوث والدراسات في المعاهد والجامعات ومراكز التطوير والتدريب والبحث المتخصصة في الإعلام والاتصال، حيث تنفق الجامعات الأمريكية الملايين من الدولارات بتمويل من الحكومة على بحوث الاتصال الجماهيري بهدف إرساء أساسيات البحث في علوم الإعلام والاتصال.

وتعود البدايات الفعلية للبحث والتنظير في مجال علوم الاعلام والاتصال، بعيدا عن التأمّلات الفلسفية والأدبية والتاريخية إلى منتصف الأربعينيات، وذلك بعد إدراك الدور الهام الذي لعبته كل من الصحف والمحطات الإذاعية اثناء الحربين العالميتين الأولى والثانية لاسيما في مجال الدعاية السياسية منها والتجارية.

وبوتيرة متصاعدة راح هذا المجال يشهد تطورات كبرى ومتسارعة ومتلاحقة، وتجسد ذلك بدخول أبحاث الإعلام والاتصال المرحلة التجريبية التي عرفت بداية تطبيق مناهج البحث العلمي الحديثة في معالجة الظواهر الاتصالية، وظهور العشرات من النظريات منذ منتصف الأربعينيات وحتى الوقت الراهن، هذه الأخيرة التي تعد بمثابة الدعامة الأساسية لأي علم مهدت ليكون الاتصال علما مستقلا بذاته.

إضافة لما سبق عرف العالم أواخر الستينيات وبداية السبعينيات سنوات تطورات في مجال الاتصال لم يسبق لها مثيل، حيث شهدت هذه الفترة الزيادة في نشر الكتب والدوريات والمجلات التي تعنى بأبحاث الاتصال الجماهيري. وفي هذه المرحلة بالذات كانت الجزائر حديثة العهد بالاستقلال ومع ذلك فقد كانت من الدول السبّاقة عربيا وإفريقيا للاهتمام بقطاع الإعلام والاتصال، إدراكا من الجهات والسلطات الوصية للدور الاستراتيجي لوسائل الاتصال الجماهيري في دعم العمل الثوري

سابقا والعملية التنموية لاحقا، فأسست معهد الصحافة بالجزائر العاصمة والذي تخرج منه خيرة الإعلاميين والأساتذة والباحثين الجزائريين، وكان النواة الأولى لإرساء قواعد التكوين والبحث في مجال الإعلام والاتصال في الجزائر. وتأسيا بالتقاليد العريقة للمعاهد والجامعات العالمية آنذاك أصدر المعهد المجلة الجزائرية للاتصال التي تجمع بين دفتيها مجموعة من البحوث، من خلال استقراءها الإلمام بتوجهات ومسار البحث الإعلامي في الجزائر، والوقوف على أهم النظريات والبحوث المعتمدة في انجاز تلك الأبحاث، وهذا ما يعد محور هذه الدراسة.

وتأسيسا على ما سبق جاءت دراستنا لمحاولة التعرف على طبيعة المواضيع المثارة والمناهج المستخدمة في بحوث الإعلام والاتصال المنشورة في المجلة الجزائرية للاتصال، وكذا النظريات المستعملة لتحليل وتفسير مختلف قضايا ومشاكل الاتصال نظرا للمكانة العلمية المتميزة للمجلة، والسمعة التي تتمتع بها في تقديم أبحاث ذات مستوى في ميدان علوم الإعلام والاتصال، وذلك خاصة في ظل انفرادها لزمن بعيد بهذا المجال وغياب مجالات أخرى متخصصة. وسعيا منا لمعرفة المسار الذي تتجه إليه أبحاث الإعلام في الجزائر، ومدى معالجتها لقضايا الاتصال المختلفة، من خلال إرساء تقليد علمي يعنى بنقد وتتبع ما ينشر في هذا المجال. وعملا على تحقيق هذه الأهداف جاء تقسيم الدراسة على النحو الآتي:

خصص الفصل الأول لموضوع الدراسة واجراءاتها المنهجية، بدءا بطرح المشكلة، والتعرف على أهم أسباب اختيار الموضوع، وأهمية الدراسة والأهداف التي ترمي إلى تحقيقها. إضافة إلى التعرض إلى بعض الدراسات السابقة، وتحديد أهم المفاهيم المتداولة في الدراسة، والمدخل النظري المناسب لها. ثم عرض الاجراءات المنهجية التي تضمنت تحديد عينة الدراسة، المنهج، وأدوات جمع البيانات.

أما الفصل الثاني فقد تعرض لعلوم الإعلام والاتصال كمجال للبحث، من خلال تحديد موضوعه والمحاور التي يبحثها هذا العلم، وأهم أنواع البحوث الإعلامية وذلك نظريا، ثم تطبيقيا من خلال عرض كيفية استخدامها في المجلة الجزائرية للاتصال.

فيما تطرقنا في الفصل الثالث لنظريات البحث في علوم الإعلام والاتصال بأنواعها المختلفة، مع عرض كيفية استعمالها في المجلة الجزائرية للاتصال.

ليخصص الفصل الرابع والأخير لمناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال بنوعها الكمي والكيفي، وأدوات جمع البيانات الكمية والكيفية أيضا، مع تبيان استخداماتها في المجلة الجزائرية للاتصال.

وأخيرا تم عرض أهم نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات المطروحة، والأهداف المزمع تحقيقها. لتختتم الدراسة بخاتمة وطرح لآفاق الدراسة في هذا المجال.

الفصل الأول: موضوع الدراسة وإجراءاتها المنهجية**1-1- موضوع الدراسة**

1-1-1 تحديد المشكلة

2-1-1 أسباب اختيار الموضوع

3-1-1 أهمية الدراسة

4-1-1 أهداف الدراسة

5-1-1 الدراسات السابقة

6-1-1 تحديد المفاهيم

7-1-1 منظور الدراسة

2-1- الإجراءات المنهجية للدراسة

1-2-1 مجتمع البحث وعينة الدراسة

2-2-1 منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

1-1- موضوع الدراسة

1-1-1- تحديد المشكلة

يعد الاتصال عصب الحياة الاجتماعية، حيث أنه يعتبر أحد دعائمها الأساسية، باعتباره أساس التفاعل الاجتماعي بأبعاده المختلفة. فهو يشكل حاجة اجتماعية وإنسانية هامة بين البشر نمت وتطورت عبر تطور الحياة الإنسانية نفسها.

والاتصال في الأساس هو عملية اجتماعية تعتمد على نسق كامل من الرموز لا يتوقف عند حدود اللغة المنطوقة أو المكتوبة فحسب، بل يمتد إلى مجموعة من الأفعال التي يأتيناها الإنسان في موقف ما، من خلال الكلمات والإشارات والحركات والإيماءات واللافتات والتعبير،... وبالتالي فهو عملية اجتماعية تعتمد على التفاعل الاجتماعي بكل أبعاده. وبهذا يشير مفهوم الاتصال إلى المشاركة في المعنى عن طريق رسائل مختلفة، تلك التي تنتقل بها الأفكار والآراء والمعلومات والاتجاهات داخل نسق اجتماعي معين، وبين أطراف مؤثرة ومتأثرة. (منال طلعت محمود، 2002، 11).

وفي الحقيقة تشير كلمة "اتصال" لمعان عديدة ومختلفة لدى الناس، فمنهم من يراه مجرد نشاط، ومنهم من يراه علما قائما بذاته، ومنهم من يعتبره نشاطا عفويا لاجمال فيه للتخطيط الهادف. ولعل السبب الرئيسي لذلك هو اهتمام العديد من الباحثين والعلماء بدراسته، واعتباره موضوعا لأبحاثهم ودراساتهم، وذلك على اختلاف تخصصاتهم ومشاربهم، فأضحى الاتصال بذلك حلقة وصل بين العديد من العلوم والتخصصات.

إن تنوع التخصصات التي اهتمت بدراسة الاتصال خلق تنوعا في طريقة النظر إليه من قبل العلماء. فمنهم من اعتبره جزء من العلوم الإنسانية والفنون، ومنهم من درسه في إطار علم النفس، وآخرون درسوه في إطار علم الاجتماع أو الأنثروبولوجيا أو العلوم السياسية أو القانون وغيرها من العلوم. وهذا ما خلق تفاوتاً في مستوى ودرجة الاهتمام، خاصة بالنسبة للتخصصات التي ركزت على إجراء دراسات بحثية نظرية أو تطبيقية ميدانية.

إن مجال بحوث الاتصال يعتبر من المجالات العلمية الحديثة التي ظهرت خلال أواخر القرن الـ19 وبدايات القرن الـ20 وذلك رغم قدم الظاهرة الاتصالية في حد ذاتها. فلقد ارتبط تطور بحوث علوم الإعلام والاتصال بتطور الوسائل في حد ذاتها، وأهمية المكانة التي أصبحت تحتلها في المجتمع لما لها من انعكاسات وآثار على الفرد والمجتمع سواء كانت إيجابية أو سلبية. وبالتالي فقد

أفرز هذا الأمر تنوعا في مواضيع البحث في حد ذاتها؛ فمنها ما تناول الوسيلة ومضامينها، ومنها ما ركز على جمهورها ومستقبلها والآثار الناجمة عنها سواء كانت اجتماعية أو ثقافية أو سياسية، ومنها ما ارتبط بمرسل الرسالة في حد ذاته.

إن تنوع مواضيع البحث في الاتصال تطلب بالضرورة نظريات وأساليب ومناهج وأدوات علمية تنظمه في شقه النظري والإمبريقي على حد سواء، وتقوده نحو المنحى والمسار الصحيح، وهو الأمر الذي قام به ثلة من العلماء والمتخصصين الذين استعاروا العديد من المناهج والأدوات والنظريات وسخروها لخدمة علوم الإعلام والاتصال، كما عمل عدد منهم على صياغة نظريات قائمة بذاتها لخدمة هذا العلم دون غيره.

ونظرا للدور الكبير والهام الذي تلعبه النظريات في إرساء قواعد علمية صحيحة للبحث في الاتصال وتوجيهه الوجهة الصحيحة، وإعطائه التفسيرات المعقولة لمواكبة الحاضر والتنبؤ بالمستقبل، اهتم العلماء بجملة من النظريات التي ساهمت في دراسة وسائل الاتصال من مختلف جوانبها ومكوناتها وآثارها ونتائجها خاصة نظريات الاتصال الجماهيري. فحاولوا إثراء استخدام هذه النظريات في دراسة العملية الاتصالية، وتوجيه جهود الباحثين لدراسة المشكلات الاجتماعية والعلمية الحديثة ذات العلاقة بهذه العملية.

زيادة على ما سبق، فقد استدعى تعدد مواضيع البحث و تنوع المداخل النظرية لدراساتها بالضرورة تنوعا في المناهج أو الطرق المنهجية، وقد تراوحت هذه المناهج بين المناهج الكمية والكيفية، والتي ينضوي تحت كل منها أنواع من البحوث والدراسات.

وفي الجزائر اقتصر البحث في علوم الإعلام والاتصال على الأكاديميين والجامعيين، ولم يبرز الاهتمام به من قبل جهات أخرى خاصة أو حكومية. ولم يتعد الأمر مساهمة الباحثين الجامعيين سواء بمقالات تنشر في المجلات أو الجرائد، أو من خلال مجموعة من البحوث التي تقدم في إطار الليسانس أو الماجستير والدكتوراه. ولم يبرز مجهود آخر للباحثين إلا من خلال الثمرة التي ولدت في العشر سنوات الأخيرة تقريبا من القرن الماضي وعادت للظهور خلال هذا القرن، والمتمثلة في "المجلة الجزائرية للاتصال" الصادرة عن قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، والتي اهتمت بتقديم بحوث ودراسات حول قضايا الاتصال المختلفة، وتناولت وسائله على اختلاف أنواعها من صحافة وإذاعة وتلفزيون وانترنت وغيرها بالبحث والتحليل.

ونظرا للطابع الريادي الذي تحتله هذه المجلة في تناول بحوث علوم الإعلام والاتصال في الجزائر، والدور الذي تلعبه نظريات ومناهج البحث في قيادة البحوث وتطويرها، إرتأينا طرح تساؤل جوهري مفاده: ما هي مواضيع، نظريات ومناهج البحث المستخدمة في بحوث المجلة الجزائرية للاتصال؟

بالإضافة إلى جملة من التساؤلات الفرعية:

- ما هي المواضيع التي تطرحها وتعالجها بحوث المجلة الجزائرية للاتصال من حيث:

أ- مجال البحث

ب- عناصر العملية الاتصالية

ت- طبيعة الموضوع

- ما هو المجال الموضوعاتي الذي استخدمت فيه النظريات في المجلة الجزائرية للاتصال؟
- هل تقدم النظريات المستخدمة في المجلة تفسيرات كافية لمشاكل وقضايا الاتصال المعاصرة، وخاصة في الجزائر؟

- ما هي مناهج البحث الكمية والكيفية التي اعتمدت عليها بحوث المجلة الجزائرية للاتصال؟

- ما هي أدوات جمع البيانات التي تستخدم في بحوث المجلة الجزائرية للاتصال؟

- هل هناك تطور في استخدام النظريات والمناهج في بحوث المجلة الجزائرية للاتصال؟

1-1-2- أسباب اختيار الموضوع

إن الأسباب التي أدت إلى اختيار هذا الموضوع في مجملها أسباب موضوعية، يمكن حصرها

في الآتي:

- التغيرات السريعة والمتلاحقة التي عرفها المجتمع بسبب وسائل الاتصال الجماهيري والثورة الهائلة التي مستها من مختلف الجوانب، مما يستدعي دراستها والتعرض لها وفق نظريات ومناهج مناسبة كفيلة باحتوائها وتحليلها.

- أهمية كل من النظريات والمناهج في إرساء قواعد صحيحة ومتينة للبحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، والحاجة الماسة إليها للاقتراب العلمي الصحيح من قضايا ومشكلات الاتصال.

- المكانة العلمية المتميزة للمجلة الجزائرية للاتصال، والسمعة التي تتمتع بها في تقديم أبحاث ذات مستوى في ميدان علوم الإعلام والاتصال، وذلك خاصة في ظل انفرادها ولزمن بعيد بهذا المجال وغياب مجالات أخرى متخصصة.

1-1-3- أهمية الدراسة

تكتسي هاته الدراسة أهمية علمية (أكاديمية) تتبع في الحقيقة من مجموعة من النقاط تتمثل في:

1- أهمية النظريات والمناهج في حد ذاتها في إرساء القواعد العلمية للبحث في علوم الإعلام والاتصال، والاهتمام بظاهرة الاتصال وكل ما يحيط بها ودراستها دراسة علمية، خاصة مع زيادة أهمية وسائل الاتصال الجماهيري وانعكاساتها الخطيرة والهامة على المجتمع الحديث.

2- علاقة الموضوع بتخصص علوم الإعلام والاتصال، فهو يمس عمق التخصص كونه يتعرض إلى لبنة أساسية- المواضيع، النظريات والمناهج- من لبنات هذا العلم، وبالتالي فهو يمثل حاجة أساسية للمتخصصين.

3- تقديم صورة عن طبيعة بحوث علوم الإعلام والاتصال التي تنشرها المجلة الجزائرية للاتصال، وتبيان مراكز اهتمامها بقضايا الاتصال في الجزائر والعالم العربي وحتى الغربي.

1-1-4- أهداف الدراسة

تسعى الدراسة إلى بلوغ جملة من الأهداف، تتمثل خاصة في:

1- تحديد مواضيع البحث في الإعلام والاتصال في المجلة الجزائرية للاتصال.

2- تحديد النظريات والمناهج المستخدمة في أبحاث الاتصال في المجلة الجزائرية للاتصال، ومحاولة تصنيفها ضمن علوم الإعلام والاتصال أو العلوم الأخرى التي تنتمي إليها.

3- تتبع التطور التاريخي للنظريات والمناهج المستعملة في بحوث المجلة، خلال الفترة الزمنية التي صدرت فيها.

4- معرفة المجال الموضوعاتي الذي استخدمت فيه النظريات في بحوث المجلة الجزائرية للاتصال، والفائدة أو الغاية من وراء هذا الاستخدام.

5- مساعدة الباحثين في التعرف على المسار الذي تتجه إليه بحوث الإعلام والاتصال في الجزائر من خلال المواضيع التي تطرحها المجلة، وطريقة معالجتها لها، لبيان مدى تماشيها مع المستجدات التي عرفها ولازال يعرفها حقل الإعلام والاتصال.

6- محاولة إرساء تقليد علمي أكاديمي يعنى بجرد وإحصاء ما يكتب وينشر في مجال علوم الإعلام والاتصال، بشكل خاص في المجالات الأكاديمية المتخصصة.

1-1-5- الدراسات السابقة

إن صفة العلم التراكم، وإن وظيفة الدراسات السابقة في البحث هي تحقيق هذه الصفة. فعلى عكس البحوث الاستكشافية، فإن الباحث في البحوث الوصفية ينطلق مما توصل إليه الآخرون من نتائج، في المجال الذي يبحثه أو يريد التعمق فيه. ونحن في هذه الدراسة انطلقنا مما توصل إليه غيرنا، سواء في العالم الغربي أو العربي، أو حتى على مستوى الوطن. ورغم قلة الدراسات التي تحصلنا عليها، والتي تتقاطع مع دراستنا بصفة جزئية، إلا أنها تتميز بالحدثة والجدة، وبثقل المادة العلمية التي تحملها. ورغم اختلاف مواضيعها والمشكلات التي تعالجها، إلا أنها تتلاقى في العديد من النقاط ذات العلاقة بمتغيرات دراستنا. وقد حاولنا ترتيبها وفقاً لأهميتها، ودرجة الاعتماد عليها في البحث. وتتمثل هذه الدراسات في الآتي:

1- دراسة موسومة بـ "النظرية والبحث في الاتصال الجماهيري" للباحثين **Jennings Bryant** و **Dorina Miron** منشورة في مجلة **Journal of Communication**، ديسمبر 2004. هذه الدراسة حاولت تتبع تطور النظريات في مجال الاتصال الجماهيري، وذلك من منطلق التغيرات التي طرأت على وسائل الاتصال الجماهيري، وخاصة في الفترة الأخيرة التي شهدت ظهور شبكة الإنترنت وتطورها. فكان الهدف العام التقييم المنهجي لتطور النظريات عبر الزمن، ومن أجل ذلك تم استخدام تحليل المحتوى. وتمثلت أهداف استخدام هذا الأخير في الآتي:

- تعريف النظريات (بما فيها النماذج)، البراديغمات الواسعة الاستخدام في البحث العلمي والتنظير، المدارس الفكرية التي أنتجت مثل هذه البراديغمات.
 - تحديد انتمائهم إلى المجالات العلمية والمجالات الفرعية التي أنتجتهم.
 - تحديد الهدف من استخدام النظريات المذكورة في الدراسات التي استشهدت بها.
- ومن أجل تحقيق هذه الأهداف قامت الدراسة بتحليل معالجة النظريات في عينة غير قصدية من المقالات، التي تنتمي إلى ثلاث مجلات تصدر فصلياً، تعرضت لأبحاث الاتصال الجماهيري لما يقارب ربع قرن على الأقل، وهي: **Journalism and Mass Communication Quarterly** (JMCQ), **Journal of Communication** (JOC), **Journal of Broadcasting and**

(Electronic Media (JOBEM). والفترة الزمنية التي تم اعتمادها امتدت من 1956 (تاريخ نشر أول عدد لأصغر مجلة JOBEM) إلى غاية سنة 2000. وقد تم اختيار موضوع واحد في السنة من أجل تحليله، وذلك بطريقة عشوائية. لتحصل الدراسة على 45 قضية في كل مجلة، أي ما يقارب الربع مما تم نشره خلال الفترة المختارة. كما تم تحليل 1806 مقال موزعين كآلآتي: (JMCQ = 964، JOC = 498، JOBEM = 344)، منها 576 مقالا في الاتصال الجماهيري تتضمن بعض النظريات وذلك بنسبة 31.89%. وكل نظرية تم احتسابها مرة واحدة، بغض النظر عن عدد المرات التي ذكرت فيها.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تتمثل في:

- قدر مجموع الإحالات بـ1393، منها إحالات لـ 604 نظرية مختلفة، وإحالات لبراديجمات علمية عامة، المدارس الفكرية التي تم تطويرها من قبل دارسي الاتصال، أو التي تم استقدامها من قبل دارسين في تخصصات مماثلة، وذلك في إطار دراسة ظاهرة الاتصال الجماهيري.
- متوسط الإحالات للنظريات المختلفة في المقال قدر بـ2.42، من بينها 76 مقالا ضموا إحالات إلى 5 نظريات أو أكثر، و5 مقالات أخرى استشهدوا بـ10 إلى 15 نظرية، براديجمات علمية أو مدارس فكرية.
- 59.22% من الإحالات للنظريات تنتمي إلى حقل الاتصال، والقسم الثاني الأكبر ينتمي إلى علم النفس وذلك بنسبة 12.42%. ثم يأتي آخر قسم والذي يضم البراديجمات العلمية العامة والمدارس الفكرية، والتي كانت كلها متعددة التخصصات بنسبة 9.55%. ثم تأتي النظريات التي تنتمي إلى تخصصات أخرى بنسب متفاوتة؛ علم الاجتماع 5.24%، العلوم السياسية 4.74%. أما التخصصات الأخرى التي لم تساهم سوى بنسبة 1% من مجموع 1393 إحالة فقد كانت على التوالي: الإقتصاد 3.3%، السبرنطيقا والمعلوماتية بنسبة 1.94% والبيولوجيا بنسبة 1.08%.
- وقد ظهرت النظريات التي قسمت إلى 6 مجالات بنسب متفاوتة. نظريات تتناول الجوانب النفسية والاجتماعية 30.22%، نظريات تعالج قضايا قانونية وسياسية بنسبة 12.35%، نظريات الاتصال الجماهيري العام فقد جاءت بنسبة 8.18%. أما نظريات إقتصاديات الإعلام والبرمجة، ونظريات تكنولوجيايات الإعلام، ونظريات الاتصال الشفوي فلم تساهم إلا مساهمة بسيطة في الأبعاد النظرية للاتصال الجماهيري. كما أن المدارس الفكرية الأربعة (الدراسات

الثقافية البريطانية، مدرسة شيكاغو، مدرسة فرنكفورت، حلقة فيينا) التي تم الاستشهاد بها في المجالات الثلاث، فقد تم تصنيفها "غير اتصالية" لأن نطاقها كان أوسع، وتضمن الظواهر الاجتماعية والسياسية.

- تقريبا نصف اقتباسات النظريات والمدارس الفكرية من قبل الكتاب في بحوث الاتصال الجماهيري، كانت مجرد إحالة أو ذكر بنسبة 48.03٪، وأكثر من الربع أي بنسبة 26.13٪ استعملت كإطار نظري للدراسة. ومن بين الاستعمالات الأخرى مقارنة بين نظريتين أو أكثر بنسبة 7.9٪، ونقد نظرية أو نظريات 4.31٪، وقد كانت الأكثر انتشارا.

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية المشكلة التي تعالجها في حد ذاتها، ومن طبيعة المنهجية المتبعة في معالجتها، فضلا عن العينة المختارة. فقد تعرضت للنظريات المتداولة في مجال الاتصال الجماهيري، سواء الخاصة بمجال الاتصال أو بالعلوم الأخرى، معتمدة على أداة تحليل المحتوى في استخراجها والتعرف عليها. كما اعتمدت على أكثر من مجلة عريقة متخصصة في مجال الاتصال، وحللتها لمدة تقارب الربع قرن. وهي تتقاطع مع دراستنا في أهم متغير من المتغيرات الثلاث المدروسة، ألا وهو متغير "النظريات"، ورغم أن دراستنا ركزت على مجلة واحدة - المجلة الجزائرية للاتصال - إلا أنها تتشابه معها في طول المدة المدروسة، حيث أن دراستنا امتدت من 1988 إلى غاية 2015. فضلا عن ذلك فقد استخدمت دراستنا نفس الأداة أي تحليل المحتوى، واعتمدت على هذه الدراسة بشكل كبير في بناء الاستمارة في الشق المتعلق بالنظريات. ورغم اختلاف البيئة العلمية لهذه الدراسة عن تلك الخاصة بنا، إلا أنها قدمت لنا صورة موسعة عن استعمال النظريات في مجال الاتصال، وساعدتنا على بناء مشكلة الدراسة.

2- دراسة إسبانية معنونة بـ "تطور براديفغات، منهجيات ومجالات الاتصال في مجلة *Revista Latina* للاتصال الاجتماعي" خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2013 للباحث *J Bermijo Berros*، من جامعة "فالادوليد" بإسبانيا. إن الهدف العام لهذه الدراسة هو تحليل بعض المؤشرات في "ريفستا لاتينا" "رلكس"، كواحدة من مجلات الاتصال الأكثر وضوحا وتأثيرا في المجتمع العلمي في أمريكا اللاتينية. فمن سبل التفكير في التقدم المحرز في الأسس المعرفية للاتصال، هو فحص المؤشرات المختلفة الموجودة في الإنتاج العلمي. وينعكس هذا الأخير في المنشورات، ومن بينها المجالات العلمية التي لها دور بارز في التأثير على المجالات البحثية. وتطرح الأسئلة التي يسعى هذا العمل إلى الإجابة عليها على خلفية تغييرين هامين في العقد الماضي: من ناحية، زيادة الإنتاج

العلمي في مجال الاتصال في إسبانيا، الذي صاحبه زيادة إدخال دراسات الاتصال في الجامعة، ومن ناحية أخرى تأثر بيئة النشر العلمي في السنوات الأخيرة بعدة عوامل منها الانتقال من الورق إلى العالم الرقمي، وتضاعف التركيز على النشر، وفي الوقت نفسه الاعتبار المؤسسي لمنشأ المنشور عند تقييم أعضاء هيئة التدريس.

وفي هذا السياق الاقتصادي والاجتماعي والمؤسسي، تهدف هذه الدراسة إلى إظهار تطور "رلكس"، من خلال مجموعة من المؤشرات التي تسمح بتحديد بعض الأسس المعرفية المركزية في مجال الاتصال. فمن بين السبل الكفيلة بتحديد التقدم المحرز والأسس المعرفية لمجال علمي، هو تحليل نوع البحوث التي يقوم بها أعضاء تلك الأوساط العلمية. فالانضباط العلمي لا يعرف فقط بالمشاكل التي تتناولها البحوث، بل أيضا بالطرائق التي اختيرت لحلها. وبما أن "رلكس" هي مجلة علمية متخصصة في الاتصال، تقع في سياق الباحث الدولي والثقافي، مما يعني أنها في وضع جيد يسمح بفهم التدفقات والاتجاهات السائدة في مجال بحوث الاتصال، وفي هذه الدراسة فإنه ينطوي على استكشاف المعالجة المعرفية لمضمون المقالات من خلال مؤشرات منهجية، وهو جانب لم يتم تناوله بعد في هذا النوع من البحوث.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على فرضية مفادها أن هناك تقدما إبستمولوجيا في المخرجات العلمية المنشورة في "رلكس" التي يمكن تحديدها من خلال مجموعة من السمات والمؤشرات المنهجية. ومن أجل استكشاف الكيفية التي تطورت بها الأسس الإبستمولوجية، تم اختيار مجموعة من المؤشرات وتطبيقها على الكتيب، الذي يضم عينة تتكون من 339 مقالة نشرتها "رلكس" في العقد الماضي، من 2004 إلى 2013. ولتحليل مضمون المقالات المختارة، استخدم الباحث دليلا منهجيا يستند إلى مقترحات من مؤلفين مختلفين فيما يتعلق بكل معيار من المعايير المستخدمة. وتشمل هذه المؤشرات كلا من البراديجمات، المناهج وتقنيات البحث المستعملة، بالإضافة إلى أصول المؤلفين وانتماءاتهم، ومجالات الاتصال.

ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام كل من تحليل المحتوى والتحليل البيبليومتري. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن هناك تطورا معتبرا في المؤشرات المعرفية محل التحليل، وأنها قد أحدثت تأثيرا على أبحاث الاتصال في إسبانيا وفي البيئة الثقافية لأمريكا اللاتينية. كما أن البحث في الاتصال في إسبانيا - من خلال "رلكس" - يتجه نحو التقارب مع المعايير الدولية المعتمدة

في المجالات العلمية التي تركز على الاتصال، والتي تظهر فيها سلسلة من نقاط القوة والضعف، في أسسها المعرفية والمنهجية الحالية.

تتقاطع هذه الدراسة بشكل مباشر مع دراستنا في عدة نقاط، رغم اختلاف البيئة العلمية التي تنطلق منها كلتا الدراستين، خاصة وأن هذه الدراسة تتعلق بتحليل مجلة غربية تختلف فيها غالبا طبيعة المواضيع والمشاكل المطروحة عن تلك الخاصة ببيئتنا. وأول نقاط التقاطع هي من حيث المادة محل التحليل؛ حيث أن كلا الدراستين استخدمت كمادة للتحليل إحدى المجالات المهمة والمعروفة في تناول البحوث المتخصصة في الاتصال، وهي مجلة "لكس" بالنسبة لهذه الدراسة، و"المجلة الجزائرية للاتصال" بالنسبة لدراستنا. وثانيا فقد تناولت هذه الدراسة تطور البراديجمات، المناهج وأدوات جمع البيانات في البحوث والدراسات المنشورة في مجلة "لكس"، مما يجعلها تتشابه مع دراستنا في بحث أنواع المناهج والأدوات المستخدمة في المقالات المنشورة في المجلة الجزائرية للاتصال، وتتبع تطورها خاصة فيما يتعلق بالمناهج. وثالثا فإن الدراستين تتقاطعان أيضا في طبيعة أداة جمع البيانات المستخدمة، ألا وهي أداة تحليل المحتوى، بالرغم من أن هذه الدراسة استخدمت إلى جانب هذه الأخيرة "التحليل البيليومتري". وقد استفدنا من هذه الدراسة خاصة في بناء مشكلة البحث وتحديد أهدافها، وكذا في بناء استمارة تحليل المحتوى، وتحديد فئاتها.

3- دراسة موسومة بـ "البحث في الاتصال في إسبانيا خلال 1998-2007، تحليل للأوراق المنشورة في مجلات الاتصال الإسبانية" لكل من الباحثين Manuel Martinaz Nicolas و Enric Sapiras Lapiedra بجامعة "ري خوان كارلوس" بمدريد. لقد انطلقت هذه الدراسة من إشكالية مفادها أن هناك نموا لأبحاث الاتصال في إسبانيا في العشرية الأخيرة، وأن هذا النمو يتناقض مع نقص في الأعمال التي تحاول وصف ملامح البحوث التي يقوم بها الباحثون، وتقييم جودتها. ومن هنا فإن هذه الدراسة سعت إلى التقدم في هذا المنحى، من خلال استخدام تحليل المحتوى الكمي، لتحليل عينة تشمل كل الأوراق البحثية التي نشرت خلال أربع سنوات ما بين 1998 و 2007، في أربع مجلات إسبانية متخصصة في دراسات الاتصال وهي: أناليسي (تابعة لجامعة مستقلة في برشلونة، 1980)، الاتصالات والمجتمع (جامعة نافارا، 1988)، دراسات عن الرسالة الصحفية (جامعة كومبلوتنس في مدريد، منذ عام 1994) و زر (جامعة الباسك، منذ عام 1996). هذه المجالات لها تاريخ طويل ومتفوق في تخصص الاتصال منذ عقد من الزمن، وعلى الرغم من أن

بعضها تم إنشاؤها في التسعينيات، إلا أنها كلها يتم تحريرها من قبل الأقسام التابعة إلى أربع كليات رائدة في علم المعلومات والاتصالات في إسبانيا.

وقد قدرت العينة المأخوذة من هذه المجلات بـ 285 نصا، 235 منها أنجزها كتاب يعملون في جامعات، أو مراكز بحث إسبانية. ولتحليلها قام الباحثان بتصميم بطاقة ترميز تتضمن ما يصل إلى 40 متغيرا، وقد جاءت هذه البطاقة واسعة جدا ومصنفة تصنيفا قاطعا. والتي جمع فيها كل من المقالات التي تم تحليلها، أو من بين بيانات أخرى، معلومات عن التأليف والانتماء المؤسسي للمؤلفين (النظرية، المنهجية أو الإمبريقية)، ومجال التخصص (العلوم الاجتماعية أو العلوم الإنسانية)، والموارد اللازمة لبناء الأطر النظرية (النظريات المذكورة أساسا) وتقنيات البحث التجريبية المستخدمة وطريقة تطبيقها، في حالة النصوص التي تتلاءم مع هذا التوجه.

وقد بينت النتائج أن الباحثين مهتمون بشكل خاص بدراسة المواضيع الخاصة بالصحافة، وبشكل أخص تحاليل خطابات الأخبار، بينما ينقسم النصف الآخر من الجهد البحثي بين بقية المجالات الإعلامية والمهنية التي يتم فيها النشاط الإعلامي كالإعلان، التسويق، الاتصالات السمعية والبصرية، العلاقات العامة والاتصالات المؤسسية أو التي تعمل على وسائل الإعلام الجديدة. كما أن هذه الأبحاث هي أبحاث ذات منحى إمبريقي، يتصف بوجود قيود منهجية واسعة النطاق على الأقل فيما يتعلق باستخدام تقنيات موحدة لجمع البيانات. وثالث هذه الدراسات فقط من يعرف هذه التقنيات، سواء كانت كمية أو نوعية، مع هيمنة واضحة لتلك المستخدمة في دراسة الرسائل الإعلامية (تحليل المحتوى وتحليل الخطاب)، واستخدام نادر لإجراءات الحصول على البيانات من مصادر حية كالمسح، المقابلة المتعمقة، مجموعات النقاش، وما إلى ذلك. هذه القيود بدأت في التلاشي خلال الفترة المتضمنة في التحليل، ولكن يبدو أنها بدأت في النمو في الأعمال المنشورة حديثا.

تتشابه هذه الدراسة أيضا مع دراستنا بشكل مباشر في تحليلها لمقالات مجموعة من المجلات المتخصصة في بحوث الاتصال، وفي استعمالها لأداة تحليل المحتوى الكمي لبيان مجموعة من المؤشرات، خاصة فيما يتعلق بمواضيع البحث في الاتصال، مناهجه وأدواته. وقد استفدنا من هذه الدراسة في بناء مشكلة الدراسة، وبشكل أخص الجزئية المتعلقة بالدراسة النقدية لما تم نشره في هذا المجال. كما اعتمدنا عليها في الشق النظري فيما يتعلق بالمناهج والأدوات الكمية والكيفية، وفي الشق التطبيقي في بناء استمارة تحليل المحتوى.

4- دراسة موسومة بـ"اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر: دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لعينة من الدوريات العلمية في الدولتين" لمحمد عبد الرؤوف كامل. وهي دراسة قدمت للمؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم بمصر، خلال الفترة 23-25 أكتوبر 2007. تسعى هذه الدراسة من خلال المشكلة المطروحة إلى سد ثغرة في دراسات بحوث الصحافة والإعلام، ولفت الانتباه إلى ضرورة إجراء مثل هذه الدراسات استبصارا لماضي وحاضر الدراسات الإعلامية ومستقبلها في مصر وأمريكا. فعلى الرغم من أن دراسات الصحافة والإعلام في مصر تجاوزت الستين عاما من عمرها، وسبقها أمريكا بأكثر من ثلاثين عاما، وعلى الرغم من تأثير هذه الدراسات في مصر وغالبية الدول العربية بالمدرسة الأمريكية في هذا المجال، إلا أنه لم تجر دراسة واحدة حول الموضوع، تبين أوجه الشبه والاختلاف والإيجابيات والسلبيات، وتقتصر ما يمكن إضافته، وتوصي بما ينبغي عمله. وقد طرحت هذه الدراسة العديد من التساؤلات، أهمها يتمحور حول الاستفسار عن المضامين التي تنشرها كلا الدوريتين، وتصنيف هذه المضامين كما وكيفا، وتبيان أوجه التشابه والاختلاف بين الدوريتين من حيث الشكل والمضمون.

كما سعت هذه الدراسة إلى اختبار مجموعة من الفرضيات تتمثل في:

- تنشر الدورية الأمريكية موضوعات أكثر من مثيلتها المصرية، من حيث العدد والتنوع أو من حيث شمولها موضوعات الإعلام المتعددة.
- تتشابه موضوعات البحوث في الدوريتين من حيث النسبة والترتيب.
- الدورية الأمريكية Journalism and Mass Communication Quarterly أكثر انتظاما في الصدور وفي مواعيدها من المصرية.
- غالبية البحوث في الدوريتين يقوم بها مدرسون وأساتذة مساعدون، وأساتذة مشاركون، ونادرا ما تنشر بها بحوث لأساتذة.

وهذه الدراسة تنتمي إلى نوعين من الدراسات فهي أولا دراسة استكشافية تسعى إلى استكشاف ما كتب عن نشأة الدراسات الإعلامية وتطورها في أمريكا ومصر، وثانيا فهي دراسة وصفية تحليلية مقارنة استبصارية من المستوى الثاني، لما خلصت إليه البحوث والمقالات التي تتناول هذا الموضوع. واستخدمت الدراسة أسلوب المسح الشامل لأعداد دوريتي الصحافة والإعلام الفصلية الأمريكية، والمجلة المصرية لبحوث الإعلام منذ عام 1989، بداية صدور هذه الأخيرة وحتى عام 2007 أي مدة 18 عاما. كما استخدمت "استمارة تحليل المحتوى" كأداة لجمع البيانات، حيث تشمل الفئة الأولى

لتحليل المضمون (ماذا قيل) تصنيف بحوث الاتصال حسب موضوعها أو التخصص (صحافة، إذاعة، تلفزيون، علاقات عامة، إعلان، تاريخ وسائل الاتصال، مناهج البحث، انترنت، أخرى تذكر). وتمت إضافة فئة (من قال) لتصنيف الباحثين (الجامعات التي يعملون بها، كلياتهم، درجاتهم العلمية). أما الفئة الثانية وتتعلق (كيف قيل) وتشمل (حجم الدورية أي مساحة صفحاتها وعددها، نوع الورق، تصميم الغلاف، التبويب، الانتظام في دورية الصدور في المواعيد المحددة، أخطاء اللغة والطباعة).

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج تدعم فروضها وتجيب عن تساؤلاتها، مثل أن الدورية الأمريكية أكثر انتظاما في الصدور وتتضمن بحثا أكثر من مثيلتها المصرية، وأفضل شكلا ومضمونا وتنسيقا من حيث جودة الطباعة، وانعدام أخطاء اللغة والطباعة. وتشابهت الدوريتان في نسب مضامين البحوث وترتيبها، مثل تصدر بحوث الصحافة المطبوعة قائمة تخصص البحوث، وفي شمول البحوث المنشورة لكل تخصصات الإعلام بنسب متفاوتة. وتقاربت الدوريتان أيضا في نسب القائمين بالبحوث من درجات ما قبل درجة أستاذ، وفي نسبة الباحثات الإناث. وتفوقت الدورية الأمريكية في نسبة البحوث المشتركة، وفي إتاحة الفرصة للباحثين من طلاب الدراسات العليا وتشجيعهم لنشر بحوثهم. تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في تناولها لعينة قريبة من مجتمعنا ألا وهي الدورية المصرية، رغم مقارنة محتوياتها مع الدورية الأمريكية، فهي تقدم صورة عن طبيعة البحوث المقدمة في مجال الإعلام، في بلد رائد في هذا المجال كمصر. وبالرغم من عدم التطابق بين هذه الدراسة ودراستنا في طبيعة الفئات المعالجة، خاصة فيما يخص فئات الجانب الشكلي، إلا أننا استفدنا منها في بناء الجانب المنهجي والتطبيقي للدراسة خاصة استمارة تحليل المحتوى.

5- دراسة بعنوان "ستون عاما من دراسات القائمين بالاتصال: الدروس المستخلصة والاتجاهات المستقبلية" لمحمد قيراط، منشورة بالدورية المغربية لبحوث الاتصال، الصادرة عن المعهد العالي للإعلام والاتصال، العدد 12، أبريل 2000. تطرح هذه الدراسة إشكالية متعلقة بالدراسات الإعلامية التي لم تنظر إلى مكونات وآليات العملية الإعلامية والاتصالية بإنصاف، حيث نلاحظ إهمال بعض العناصر لصالح عناصر أخرى. كما نلاحظ عدم الاهتمام الكافي من الناحية البحثية بعنصر هام من عناصر العملية الاتصالية وهو القائم بالاتصال، ففي الاتجاه نفسه يؤكد كل من "ويفر" و"غري" أن بعد المرسل لم يأخذ نصيبه من الأبحاث والدراسات الإعلامية، ولم يعط الأهمية التي يستحقها.

وقد سعت هذه الدراسة إلى تقييم الدراسات والأبحاث الإعلامية التي تناولت بالدراسة والتحليل القائم بالاتصال، والنظر فيها من حيث المنهجية المتبعة (أدوات البحث، العينة، طرق تحليل النتائج)، أسئلة البحث، الفرضيات ومحاور البحث. والهدف من هذه الدراسة هو استخلاص الدروس والوقوف عند نقاط القوة والضعف في هذه الدراسات، وهذا للخروج باقتراحات واتجاهات بحثية جديدة تتعلق بمختلف المتغيرات التي تؤثر وتتأثر بالقائم بالاتصال.

وتكمن أهمية هذه الدراسة في مسح الدراسات السابقة، وتقديم اقتراحات منهجية للنظر إلى القائم بالاتصال من الزوايا المختلفة التي تحيط به، وكذلك النظر في المتغيرات التي تؤثر فيه. ولتحقيق ذلك استخدمت الدراسة منهج "التحليل الماورائي" لرصد وتحليل الأبحاث العلمية والدراسات التي تطرقت إلى القائم بالاتصال خلال العقود الستة الماضية، أي ابتداء من دراسة "روبرت هارل" الموسومة بـ"عوامل النجاح في الصحافة" وذلك من سنة 1931 إلى نهاية سنة 1996. وقد تم استخدام المصادر التالية لتحديد الدراسات والأبحاث الأكاديمية والعلمية التي درست القائم بالاتصال: *Journalism Abstracts, Communication Abstracts, Dissertation Abstracts International*. وقد استعمل الباحث ستين دراسة واستبعد عددا منها لم تتوفر فيه الشروط الأساسية للبحث العلمي، كذلك الدراسات التي درست القائم بالاتصال دون تحديد منهجية بحث معينة (العينة، الاستبيان، المقابلة...) وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن دراسات القائم بالاتصال قد انقسمت إلى مجموعات متباينة، وهذا حسب اهتماماتها البحثية وحسب المنهجية التي اتبعتها كل مجموعة. فهناك مجموعة من الدراسات استعملت عينات صغيرة ومجموعات فرعية من مجتمع القائمين بالاتصال، أما النوع الثاني من الدراسات فتمثل في الأبحاث التي ركزت على تطور وازدهار مهنة الصحافة. وميزت المجموعة الثالثة الدراسات السلوكية التي اهتمت ووضعت عدة نماذج لقياس الاحترافية، أما المجموعة الرابعة فهي تلك الدراسات التي اعتمدت على عينات منتظمة وممثلة لمجتمع البحث، وشملت عدة محاور بحثية كالخلفية التعليمية والاجتماعية للقائم بالاتصال، والاحترافية، والتوجهات المهنية والقيم الإخبارية، والأدوار الموكلة للصحافة، وأخلاقيات المهنة، والرضا عن العمل والالتزام والتفاني.

تتقاطع هذه الدراسة مع دراستنا بشكل جزئي، ذلك أنها تتناول فقط الأبحاث المتعلقة بعنصر "القائم بالاتصال". وبالرغم من أن الدراسة من إنجاز باحث جزائري، ومنشورة بدورية مغربية، إلا أنها تعالج هي الأخرى عينة ممثلة لمجموعة من الأبحاث الغربية، لذلك فإن نتائجها تبقى هي

الأخرى بعيدة عن مجتمعنا. وبالرغم من عدم وضوح العينة التي أنجز حولها البحث، إلا أننا استفدنا من منهجيتها المتبعة في الاقتراب من هذه الدراسات.

6- دراسة موسومة بـ"المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي - دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006" لعلي قسايسية. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006-2007. تشكل هذه الدراسة مقارنة نقدية وتقييمية للأبحاث الأكاديمية التي تمت على مستوى قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر والتي تهتم جمهور وسائل الإعلام من 1995 إلى 2006، ذلك أن العشرية المشار إليها تعتبر فترة أساسية في التحول الاجتماعي والسياسي والإقتصادي في الجزائر، من مجتمع موجه إلى مجتمع ليبرالي، تزامن معه تطور مهم في دراسات وسائل الإعلام بشكل عام بما فيها أبحاث التلقي والجمهور، والتي انتقلت من نسبة أقل من واحد بالمئة سنة 1995 إلى حدود 20 بالمائة سنة 2005.

ونظرا لغياب تقاليد استغلال الدراسات العلمية في الحياة اليومية والعملية، ارتأى الباحث أنه من المفيد محاولة دراسة وتحليل التراث البحثي الذي أنجز خلال العشرية الأخيرة في مجال علوم الإعلام والاتصال، والجمهور بصفة خاصة، سعيا للمساهمة في تأسيس تقاليد علمية أكاديمية على غرار الجامعات العريقة والمجتمعات القائمة على العلم والمعرفة. فهذه الدراسة تتناول المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات الجمهور بكيفية تساعد على فهم الإشكالية التي يطرحها جمهور وسائل الإعلام في حد ذاته، ثم طبيعة الدراسات المتعلقة به، قبل استعراض ومحاولة تصنيف نماذج دراسات الجمهور في المجتمعات المرجعية، مع التركيز على منظور الدراسات النقدية، وخاصة مقاربات التلقي. وعلى ضوء تلك الأسس النظرية والمنهجية التي تطورها باستمرار دراسات الجمهور في المجتمعات الرائدة، حاول الباحث تحليل عينة قصدية من أبحاث الجمهور في الجزائر ذات الطابع الأكاديمي، لمحاولة تصور مشروع مقارنة منهجية لدراسة جمهور وسائل الإعلام في مجتمع كالمجتمع الجزائري، تركز على المنطلقات النظرية الإنسانية العامة وتأخذ في الحسبان خصوصيات البيئة الثقافية الإثنية المتميزة للجماعات المحلية.

فالسؤال الذي تطرحه هذه الدراسة في هذا السياق يتعلق إذن بمدى الانسجام بين واقع جمهور وسائل الإعلام والدراسات المتعلقة به في الجزائر من جهة، وبينها وبين المنطلقات النظرية والمنهجية التي تستند إليها والتي توصلت إليها أبحاث الجمهور في المجتمعات المرجعية من جهة أخرى.

لكن تجدر الإشارة إلى أنه بالرغم من غياب الدراسات والأبحاث حول هذه الظاهرة، إلا أن هذه الدراسة وفرضياتها توّطرها المعرفة النظرية حول دراسات الجمهور ونتائجها المتراكمة عبر عقود من الزمن. ومن هنا تتمثل الفرضيات التي تسعى هذه الدراسة لاختبارها في الآتي:

1- انصبت أغلبية أبحاث الجمهور في الجزائر، وخاصة التي ركزت على الجمهور كطرف أساس في العملية الاتصالية، على إشكالية التأثير ونادرا ما اهتمت بمسألة الأثر ناهيك عن التفاعل والتفاعلية.

2- ركزت المنطلقات النظرية التي توّطر هذه الأبحاث على النماذج التشاؤمية أو التفاؤلية التقليدية، من مثل نظريات التأثير البالغ والوخز الإبري، والجمهور السلبي وتأثير قادة الرأي والجماعات المرجعية.

3- لا تتموقع معظم أبحاث العينة ضمن براديجم محدد، ولا تستند إلى نظرية بعينها.

4- معظم الأبحاث لم تركز على واقع ظاهرة الجمهور وموضوع دراستها، ولكنها راحت تبحث عن تأثيرات يمكن إسنادها لوسائل الإعلام.

ولاختبار هذه الفرضيات اعتمدت الدراسة منهجا تكامليا يتألف من ثلاثة مناهج وهي المنهج التاريخي والمنهج المقارن والمنهج المسحي. كما اعتمدت عينة قصدية غير احتمالية، كتقنية لتفكيك مفردات الرسائل العلمية المكتوبة، وتحليلها تحليليا كميًا ونوعيا على ضوء منظور الدراسات النقدية. فيما استبعدت هذه الدراسة تحليل المضمون كتقنية شائعة الاستعمال في دراسات محتويات الرسائل الإعلامية، لكون هذه التقنية عانت كثيرا، واعتبرت أخيرا فقط ضمن التحقيق العلمي. وتضم عينة الدراسة ست أطروحات دكتوراه دولة تهتم أساسا بالجمهور كموضوع للتأثير المفترض لواحدة من وسائل الإعلام التقليدية أو الإلكترونية، أو بجمهور عدد من الوسائل مجتمعة أنجزت في الفترة الممتدة من 1998 إلى 2006. مع العلم أن مجتمع البحث يتكون من الدراسات الأكاديمية التي أنجزت خلال عشرية من الزمن (1995-2006)، وهي تتضمن 144 رسالة وأطروحة منجزة للحصول على درجة ماجستير أو دكتوراه دولة أو شهادة تأهيل في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، وهي دراسات تناولت مختلف جوانب العملية الاتصالية.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة هامة من النتائج، تتمثل أبرزها في:

- إن الأبحاث موضوع هذه الدراسة رغم ما يكتنفها من غموض ولبس وعموميات في صياغة الإشكاليات، ومن نقائص نظرية ومنهجية وهفوات تحليلية، إلا أنها تبقى ذات قيمة أكاديمية وتوثيقية في ميدان الإعلام والاتصال الجماهيري في الجزائر.
- تعتبر هذه الدراسات لبنات أولية في سياق بناء نموذج بحث وتحليل اجتماعي للتفاعلات التي تثيرها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، في السياق المحلي المتميز ثقافيا وإثنوغرافيا عن السياق الشامل.
- مشكلة البحث العلمي في مجال الجمهور تكمن في صعوبة تفسير مواقف تشتمل على عمل بشري من أكثر الكائنات تعقيدا، وصعوبة التنبؤ بسلوكه وضبطه والتحكم فيه، لأنه مجال تتداخل فيه متغيرات معلومة ومتغيرات غير معلومة.
- نشأة دراسات الجمهور في الجزائر وتطورها في المستقبل المنظور، سيساهم في إعادة الاعتبار للعديد من العوامل الاجتماعية والثقافية والإثنية التي تم إهمالها عمدا لأسباب إيديولوجية بالدرجة الأولى.
- أما بالنسبة للنتائج في ظل الفرضيات فقد بينت الدراسة أن:
 - الفرضية الأولى تحققت؛ حيث انصب الاهتمام في أغلبية أبحاث الجمهور على إشكالية التأثير، ونادرا ما اهتمت بمسألة الأثر، ناهيك عن التفاعل والتفاعلية.
 - الفرضية الثانية تحققت؛ حيث ركزت أبحاث العينة على النماذج التثاؤمية أو التفاوضية التقليدية، وهي نظريات لم يعد يعتد بها كثيرا في المجتمعات الرائدة إلا على سبيل الاستئناس بمنحنى التطور التاريخي والتراكم المعرفي.
 - الفرضية الثالثة تبين فيها أن أغلبية أبحاث الجمهور استندت إلى نماذج تقليدية.
 - الفرضية الرابعة المتعلقة بالاستنتاجات تحققت جزئيا؛ حيث أن موضوع الدراسة والإشكالية والمنهج المستخدم، لم تكن دائما منسجمة مع الخلاصات المتوصل إليها.
- وفي الأخير فقد دعت هذه الدراسة إلى مشروع مقارنة بديلة لدراسات الجمهور في الجزائر، ويتعلق الأمر بالمقارنة الإثنوغرافية التي تتلاءم والأسس العامة والمحلية الخاصة بالمجتمع الجزائري.
- تتمثل خصوصية هذه الدراسة مقارنة بالدراسات السابقة، في كونها الدراسة الوحيدة التي تتناول الإنتاج العلمي الأكاديمي المقدم في الجامعة، من بين رسائل الدكتوراه والماجستير المتخصصة في علوم الإعلام والاتصال. كما تتمثل خصوصيتها أيضا في كونها تنقسم نفس المجتمع ونفس الجامعة

التي تصدر عنها المجلة الجزائرية للاتصال موضوع دراستنا، ألا وهي جامعة الجزائر. وبالرغم من أن هذه الدراسة لا تتقاطع مع دراستنا إلا جزئياً، كون تركيزها قد انصب على دراسات الجمهور، من بين الدراسات الإعلامية، إلا أنها تقترب منها في اعتمادها لمقاربة نقدية لما تم إنجازه من أبحاث، وفي سعيها لإرساء تقليد علمي أكاديمي يرسم لنا معالم البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر، ويبين اتجاهه. وقد كانت أوجه الاستفادة من هذه الدراسة متعددة، أبرزها تبيان طريقة تحليل ونقد ما قدمه غيرنا من أبحاث ودراسات.

1-1-6- المدخل النظري للدراسة

إن أي بحث مؤسس ونجاح لا بد له من مدخل نظري، فيجب أن تكون كل مشكلة بحث مدمجة أولاً ضمن منظور نظري عام، ويكون هذا المنظور النظري هو الضامن لإدماج البحث في المجموعة العلمية. إنطلاقاً من هذا المنظور، يجب على الباحث تصور إطار نظري خاص للإشكالية. ويختلف هذا الأخير عن النظرية نوعاً ما، لأنه يؤسس بناء على مشكلة أو قضية بحث معينة فقط. وفي الوقت الذي تقوم النظرية بتعميم التفسير لبعض العلاقات على عدد من الأحداث والوقائع، فإن الإطار النظري يبنى بهدف تفسير ظاهرة واحدة ومشكلة محددة بدقة.

بالإضافة إلى كون هدف الإطار النظري هو إدخال إشكالية معينة ضمن نظام أو عدة أنظمة للحصول على تفسير معترف به من طرف الجماعة العلمية، فهو يسمح أساساً بتقديم إطار تحليلي، وتعميم علاقات الفرضيات التي تمت البرهنة عليها في سياقات أخرى، لمحاولة تطبيقها على المشكلة. (أ. لارامي، ب.فالي، 2009، 162-163)

وبناء على هذا، تتلخص أهمية اختيار المدخل النظري للدراسة الإعلامية أو المشكلة المطروحة في تحقيق الوظائف التالية:

- الاتفاق على المفاهيم والمصطلحات ودلالاتها المقصودة في الدراسة محل البحث.
- رد المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في بناء المشكلة وتحديدتها إلى أصولها الفكرية والنظرية.
- توظيف المدخل أو المرجعية العلمية في صياغة الفروض العلمية من خلال النظريات، أو التعميمات التي تطرحها هذه المرجعية.
- بناء إطار للتفسير والاستدلال للحقائق التي يتوصل إليها الباحث في دراسته للمشكلة. (محمد عبد الحميد، 2004، 30)

وقد وقع اختيارنا في هذه الدراسة على المدخل النقدي التقييمي، لتسليط الضوء على بحوث المجلة الجزائرية للاتصال، وبالتالي فإن البحث الذي قمنا به هو عبارة عن "بحث التفسير النقدي". ويعتمد هذا النوع من البحوث - بحث التفسير النقدي- إلى حد كبير على التدليل المنطقي، وذلك للوصول إلى حلول للمشكلات. ويستخدم هذا النوع عندما تتعلق المشكلة بالأفكار أكثر من تعلقها بالحقائق؛ ففي بعض المجالات (كالفلسفة والأدب) يتناول الباحث الأفكار أكثر مما يتناول الحقائق، وبالتالي فإن البحث في ذلك يمكن أن يحتوي بدرجة كبيرة على التفسير النقدي لهذه الأفكار. ولحده النظر والفتنة والخبرة تأثير في هذا النوع من البحوث، لاعتمادها على المنطق والرأي الراجح. وهذا النوع خطوة متقدمة عن مجرد الحصول على الحقائق، وبدون هذا النوع لا يمكن الوصول إلى نتائج ملائمة بالنسبة للمشكلات التي لا تحتوي إلا على قدر ضئيل من الحقائق المحددة. (محمود حسن إسماعيل، 2011، 35-36)

وفي التفسير النقدي لا بد أن تعتمد المناقشة أو تتفق مع الحقائق والمبادئ المعروفة في المجال الذي يقوم الباحث بدراسته، وأن تكون الحجج والمناقشات التي يقدمها الباحث واضحة منطقية، وأن تكون الخطوات التي اتبعتها في تبرير ما يقول واضحة، وأن يكون التدليل العقلي تدليلاً أميناً وكاملاً، حتى يستطيع القارئ متابعة المناقشة وتقبل النتائج التي يصل إليها الباحث. والخطر الأساسي الذي ينبغي تجنبه في بحث التفسير النقدي هو أن تعتمد النتائج على الانطباعات العامة للباحث، وليس على الحجج والمناقشات المنطقية المحددة. (نفس المرجع، 36)

وبالتالي فقد تم الاعتماد على "النظرية النقدية" ذلك أن البحوث النقدية تنطلق من منظور الإدراك المتزايد للسياسات الاجتماعية والثقافية الأشمل التي تتحرك بداخلها الظواهر الإعلامية، فهي تتبنى رؤية تفاعلية للإعلام، وتمنح أولوية قصوى للعلاقة بين الإعلام والواقع الثقافي الشامل. وبينما يحرص أنصار المدرسة الإمبريقية على الفصل بين الواقع الإعلامي والإطار الثقافي في بحوثهم الإعلامية، نلاحظ أن الباحثين النقديين يؤكدون على العلاقة الوثيقة ذات الطابع الجدلي بين الإعلام والواقع الثقافي العام، ولذلك فهم يشجعون الرؤية التأميلية المتعمقة للظواهر، والتي لا تركز على التحليل الشكلي والتفسير الوصفي للظواهر وأسبابها، بل تسعى إلى الكشف عن التناقضات القائمة في البيئة الإعلامية وظواهرها وأسبابها. (عواطف عبد الرحمن، 2002، 80)

وإذا ما أسقطنا هذا على بحثنا، فس نجد أنه يتناول بالنقد أبحاث المجلة الجزائرية للاتصال التي تمثل الواقع الثقافي والعلمي والأكاديمي، الذي يعنى بدراسة مشاكل وقضايا الإعلام والاتصال. كما أنه

يسعى إلى تقديم وصف وتفسير عميق لبحوث الأكاديمين في مجال الاتصال، إنطلاقاً من المواضيع التي يتطرق إليها والنظريات والمناهج التي يستخدمها.

1-1-7- تحديد المفاهيم

إنه لمن الضروري التعرض لأهم المفاهيم المفتاحية التي تتناولها الدراسة، وذلك من خلال توضيح معناها المتداول في الموسوعات والقواميس والكتب، فضلاً عن تحديد مفهومها الإجرائي الموافق لاستعمالنا لها. وتتمثل أهم هذه المفاهيم في الآتي:

• النظرية

تعرف النظرية على أنها: "تلك التعميمات المجردة عن الواقع، والتي يمكن استخدامها في تفسير ظواهر إعلامية مشابهة، أو توقع ما يحدث من ظواهر على المستوى نفسه في المستقبل". (أحمد بن مرسل، 2003، 42)

فالنظرية العلمية هي محاولة جادة لتفسير جملة من الظواهر المتعلقة بمجال معين كالاتصال، تتم عبر انتهاج الأساليب التي يقرر المنهج العلمي ملاءمتها لذلك المجال.

كما يعرفها "كارل بوبر" بأنها "مجموعة متناسقة من الفرضيات". (Paul Attalah, 1991, 10)

وعرفت أيضاً بأنها "مجموعة افتراضات ذات علاقة بعضها ببعض، تقدم وجهة نظر منتظمة حول ظاهرة معينة، من خلال شرح العلاقة بين المفاهيم والأفكار المتعلقة بهذه الظاهرة". (مي العبد الله، 2006، 15)

معنى ذلك أن النظرية تقدم وجهة نظر لشرح ظاهرة معينة، يمكن أن تكون صحيحة، كما يمكن تكذيبها، لأنها بنيت على جملة من الافتراضات.

ولكن هناك من يرى بأن النظرية "ليست شكلاً من التكهّنات، ولكنها معرفة موضوعية مؤسسة على بيانات متناسقة، صحيحة ويمكن دحضها". (Paul Attalah, 1991, 12)

فهي محصلة دراسات وأبحاث ومشاهدات، وصلت إلى مرحلة من مراحل التطور، ووضعت في إطار نظري وعملي لما تحاول تفسيره. كما أنها قامت على كم كبير من التنظير والافتراضات التي قويت تدريجياً من خلال اجراء تطبيقات ميدانية، وأن أهم ما يميز النظرية قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديدة للبحث، إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلمي. (بسام عبد الرحمن المشاقبة، 143)

فالنظرية ليست مجرد فكرة بسيطة، بل حزمة من الاقتراحات المترابطة التي تفترض وجود علاقات بين المفاهيم، وتكشف عن العلاقة المتوقعة بين هذه الاقتراحات والآليات التي تشرحها. إذن " فالنظرية تشرح حدثاً أو سلوكاً، وتثير وضعاً غامضاً أو ملتبساً، تحوصل المعطيات والبيانات وتلفت انتباهنا إلى ما هو عصي عن الفهم". (نصر الدين لعياضي، 2016، 11)

فهي بشكل عام "نظام تجريدي من التصورات، يضم مؤشرات تبين العلاقة بين المفاهيم، تساعدنا في فهم الظاهرة". (Richard West, 2000, 37)

كما يقصد بها: "الأطر الفكرية والفلسفية التي شخصتها بعض النماذج والمدارس النظرية". (فضيل دليو، 2003، 27)

إجرائياً: يمكن القول بأن النظرية هي عبارة عن نظام تجريدي تابع لتيار فكري أو فلسفي معين، يتبنى مجموعة من الأفكار والافتراضات والتصورات، لتقديم تفسيرات لظاهرة معينة.

مفاهيم مشابهة لمفهوم النظرية

• البراديغم

يعرف "كوهين" البراديغم بأنه "مجموعة من التوجهات، المواقف والأساليب التي تعتبرها مجموعة من الباحثين صالحة ومقبولة في حقبة زمنية معينة". (Paul Attallah, 1991, 19)

فالبراديغم هو نظرة سوية ومشروعة للعالم، ذلك أن هذا المفهوم المشترك يحدد ترتيب الاهتمامات والمسائل والنظريات والمناهج الخاصة بكل علم من العلوم. (أ. لارامي، ب.فالي، 2009، 62)

فالبراديغمات أو النماذج كما تسمى أيضا - حسب كوهين - هي اكتشافات يجب أن تتميز بخاصيتين مشتركتين. فأولا يجب أن تكون ملفتة للانتباه بشكل كاف، لجلب مجموعة بحث منسجمة كانت تمارس أنشطة علمية منافسة. وثانيا يجب أن تكون قادرة على توفير آفاق واسعة وكافية لتزويد هذه المجموعة الجديدة من الباحثين، بمجموعة متنوعة من المشكلات التي تحتاج إلى حلول. (نفس المرجع السابق، 65)

ومن خلال هذه التعاريف يتبين أن البراديغم أوسع وأشمل من النظرية، وأن هاته الأخيرة يمكن ان تصنف ضمن أحد البراديغمات المسيطرة بناء على ما تتضمنه من أفكار، وما تقدمه من تفسيرات للمشكلات أو الوضعيات الغامضة.

• النموذج

إن مصطلح نموذج في معناه الواسع يمكن أن ينطبق على أي تمثيل رمزي لشيء أو عملية أو فكرة. فعلى المستوى التصوري هناك نماذج تمثل الأفكار والعمليات، وهذه النماذج يمكن أن تكون لفظية، رياضية أو صورية. وعلى أية حال فإن النموذج عادة ما ينظر إليه على أنه تماثل لظاهرة حقيقية أو واقعية. (Stephen Littlejohn, 2004, 6)

إن النماذج هي عبارة عن بناءات مثلها مثل النظريات. والنموذج كما يفسره لنا "غوثيه وآخرون" هو تفسير مبسط لنظام حقيقي، فهو تمثيل مجرد، مثالي، حسابي رمزي للحقيقة يعطي رؤية مبسطة لظاهرة ما. (أ. لارامي، ب.فالي، 2009، 161)

وفي تفرقة بين النموذج والنظرية قدم "ليونارد هاوس Leonard Howes" في "براغماتيات التمثيل"، النظرية بأنها تفسير والنموذج بأنه تمثيل. وبالنسبة إليه فإن النماذج تمثل فقط أوجه الظاهرة، ولكنها لا تشرح العلاقات الداخلية بين أجزاء العملية الممثلة. (Stephen Littlejohn, 2004, 6)

أما "غرانبجيه" فيؤكد بأن الفرق بين النظرية والنموذج هو فرق في الدرجة وليس الطبيعة. في هذا المعنى تعتبر النظرية نموذجا أكثر اتساعا وأكثر طموحا، أما النموذج فهو محلي أكثر، بمعنى أن المبادئ والافتراضات التي ينطلق منها تكون أكثر خصوصية، وقابلة للمراجعة بسرعة حسب النتائج التجريبية. غير أن هذا التأكيد يبقى نسبيا، لأن "أوبيه" يشير إلى أن كلمة نموذج تغلبت في الاستخدام على كلمة نظرية، عندما نريد دراسة مشكلة ما بصفة شاملة. (أ. لارامي، ب.فالي، 2009، 161-162)

من الواضح أنه ليس هناك اتفاق على الفرق بين النظرية والنموذج، ولكن يبقى الأرجح أن الأولى أكثر شمولاً واتساعاً، وأكثر قدرة على التفسير. بينما يبقى الثاني أي النموذج رمزياً تمثيلاً، وأقل تجريداً من النظرية.

• المدخل

إن جوهر مفهوم المدخل يتمثل في بناء الإطار النظري لمشكلة البحث، فيستخدم هذا المفهوم للدلالة على المرجعية العلمية أو المعرفية، التي يمكن طرح مشكلة البحث وتفسير نتائج الدراسة في إطارها. (محمد عبد الحميد، 2004، 29-30)

ويستخدم مصطلح "المدخل" للدلالة على الطريقة التي يسلكها الباحث حين يعالج موضوع البحث، أو الزاوية التي يبدأ منها تناول الموضوع. وقد يرتبط المدخل بالعلوم الأكاديمية، أو بالظواهر

والمشكلات المختلفة. كما قد يرتبط بالطريقة الاستنباطية أو الاستقرائية في التفكير، أو المدخل الكمي أو الكيفي للتعبير عن الظواهر. (أحمد بدر، 2008، 18)

ويفيد المدخل عند الاستقراء، وتحقيق الارتباط بين أكثر من فكرة أو اتجاه علمي، للنظر إلى المشكلة أو الاستنباط أو الاستدلال، في تفسير الحقائق التي يصل إليها الباحث في إطار المرجعية العلمية أو المعرفية. (محمد عبد الحميد، 2004، 29-30)

إن المدخل النظري لأي دراسة يمكن أن يكون نظرية في حد ذاتها، أو يكون أكثر اتساعاً أو شمولاً منها.

• المنهج

يعرف "موريس أنجرس" المنهج على أنه: "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة".

ويعرف أيضاً بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة، أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون". (أحمد بن مرسل، 2003، 282-283)

فاستادا للتعريفين فإن المنهج هو السبيل للانطلاق من المجهول إلى المعلوم، وهو الطريق التي تؤدي إلى الحصول على نتيجة.

ويطلق على المنهج في بعض الكتابات "طرق البحث" باعتبار أن المنهج يعني "تلك الطرق التي ينبغي على الباحث أن يسير عليها في دراسته للظواهر، لكي يصل إلى نتائج يقينية في الكشف عن طبيعة هذه الظواهر، وما يكتنفها من أسباب ومسببات، وما تخضع له من قوانين".

كما يعرف بأنه "الطريق المؤدية بالعلم من مجرد الشك والتصور والوهم، إلى الحقائق الموثوق فيها، والنتائج السليمة الموضوعية". ذلك أنه يهدف إلى الدقة والتدقيق، ويعتمد على كل من المنطق، وعلى الأساليب اللازمة للتحقق والقياس، كما يتضمن إمكانية التعبير الرياضي عن العلاقات بين المتغيرات المختلفة. (إبراهيم عبد الله المسلمي، 2009، 17-18)

فكما يتبين لنا من خلال التعريفين، فإن المنهج هو المسلك العلمي الذي ينتهجه الباحث للوصول إلى نتائج علمية دقيقة، وصادقة لا تحتمل التكذيب.

هذا ويمكن تعريف المنهج بأنه "مجموعة من الخطوات المنظمة والعمليات العقلية الواعية، والمبادئ العامة والطرق الفعلية التي يستخدمها الباحث لتفهم الظاهرة موضوع الدراسة". ومن ثم

فالمنهج يجب على سؤال مؤداه كيف يمكن حل مشكلة البحث، والكشف عن جوهر الحقيقة، والوصول إلى قضايا يقينية لا يشوبها احتمال أو شك، وهو يطبق في مجالات العلوم المختلفة بغض النظر عن اختلاف موضوعاتها. (عبد الحميد أحمد رشوان، 2004، 136)

إجرائياً: المنهج هو "مجموعة من الإجراءات المنطقية التي يتبناها الباحث، من أجل فهم الظاهرة محل الدراسة، والوصول إلى نتائج دقيقة ويقينية".

• أداة جمع البيانات

تعرف أداة جمع البيانات على أنها الوسيلة التي يلجأ إلى استخدامها الباحث، للحصول على المعلومات والبيانات التي يتطلبها موضوع الدراسة. وهي تمكن الباحث من الإجابة على السؤال الذي مؤداه، بماذا نحل مشكلة الدراسة. (عبد الحميد أحمد رشوان، 2004، 136)

كما يطلق اصطلاح "أدوات البحث" على الوسائل والأساليب التي يجمع بها الباحث البيانات والمعلومات التي تلزمه. (عبد الرحمن سيد سليمان، 2014، 217)

إجرائياً: أداة جمع البيانات هي "الوسيلة التي يستعملها الباحث في جمع المعلومات التي تخص موضوعه، كمية كانت أو كيفية".

• البحث الكمي

تعرف البحوث الكمية بأنها البحوث التي تقدم النتائج في صورة أرقام أو إحصاءات رياضية أو رسوم بيانية، وتتضمن العديد من أدوات جمع البيانات مثل الاستبانة والمقابلات والمسوحات التلفونية والبريدية والإلكترونية. (منال مزاهرة، 2011، 191)

وينطلق البحث الكمي من البراديغم الوضعي، وإنطلاقاً من هذا الأخير فإن المعرفة يتم اكتسابها عبر الملاحظة والقياس المنهجي للواقع. فالوضعيون يرون أن الواقع موضوعي، وأنه موجود ككيان في حد ذاته، وأنه من مهام الباحث ملاحظته، فهمه وقياسه. ومن أجل ذلك لابد من ترجمة هذا الواقع إلى أرقام، ووضعه في فئات وتصنيفه، بالاستعانة بمؤشرات محددة وملموسة. (Luc Bonneville Et Autres, 2007, 68)

كما تعرف البحوث الكمية على أنها تلك البحوث التي تستخدم الأرقام في تحليل بياناتها، وتخضع لشروط الصدق والثبات، وتعالج بياناتها إحصائياً. وهي تعتمد على البحوث المسحية التي تعنى بجمع البيانات من خلال استخدام أدوات قياس كمية، فالهدف من هذه البحوث هو التأكد من

صدق الظاهرة، ودراسة المجتمع الأصلي للعينات، دراسة السلوك، وملاحظة الظواهر التي يمكن ملاحظتها. (منال مزاهرة، 2011، 199)

إجرائيا: يقصد بالبحث الكمي "البحث الذي ينطلق من فلسفة وضعية، يركز على العد والقياس، والأساليب الإحصائية في معالجة الظواهر المختلفة".

• البحث الكيفي

البحوث الكيفية هي البحوث التي تستخدم للكشف عن قوة الاتجاهات، وعمق الظواهر. تتسم بمرونة الأسئلة، وتتضمن كل من أسلوب الملاحظة والمجموعات المركزة والمقابلات المتعمقة ودراسات الحالة. (منال مزاهرة، 2011، 191)

فالبحث الكيفي أو النوعي هو عبارة عن منهجية أساسية في البحث العلمي في مختلف أنواع العلوم، وهو يركز عادة على وصف الظواهر والأحداث، وعلى الفهم الأعمق لها. ومشكلة البحث أو السؤال المطروح فيه، هو سؤال مفتوح النهاية، يهتم بالعملية والمعنى والدلالات، أكثر من اهتمامه بالسبب والنتيجة. (عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، 2009، 58)

فكما يبين التعريفين فإن البحث الكيفي هو بحث يبحث في عمق الظواهر، يركز على الفهم والاستنتاج، مستعينا بأدوات جمع بيانات مختلفة.

كما تعرف البحوث الكيفية بأنها البحوث التي تقوم على مادة علمية غير كمية، يتم جمعها بالأدوات المناسبة. تنظم هذه المادة وتصيغها مع ربطها بالأفكار والنظريات، وتفسرها في السياق الزمني والمجتمعي دون أن يكون للتحليل الكمي دور جوهري. ذلك أنها لا تقوم على معالجات إحصائية للتحقق من الفروض، أو للإجابة على تساؤلات معينة. (منال مزاهرة، 2014، 146)

إجرائيا: البحث الكيفي هو "البحث الذي ينطلق من فلسفة تأويلية، يبحث في عمق الظاهرة، ويركز عن المعنى والدلالات دون الاستعانة بالعد والقياس".

1-2-1- الإجراءات المنهجية للدراسة

1-2-1-1 مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الأعداد المنشورة للمجلة الجزائرية للاتصال (الصادرة عن قسم ثم كلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر)، والتي طبقنا الأسلوب العمدي في اختيارها، ذلك أنها تعد الرائدة في تناول البحوث المتخصصة في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر.

كما اعتمدنا عينة زمنية مقدرة بـ 23 عددا، تم فيها الحصر الشامل لجميع أعداد المجلة وذلك من ابتداء من العدد الثاني الصادر في 1988، لتعذر الحصول على العدد الأول الصادر سنة 1984، إلى غاية العدد 24 الصادر سنة 2015 تاريخ إنطلاق الدراسة التحليلية.

إن المجلة الجزائرية للاتصال هي مجلة أكاديمية دولية محكمة، تأسست كمجلة وطنية سنة 1984، وهي من أقدم المجلات المتخصصة في علوم الإعلام والاتصال في العالم العربي والقارة الإفريقية. تهدف المجلة إلى نشر الدراسات والبحوث في كل مجالات علوم الإعلام والاتصال في تعدديتها الإستمولوجية والمنهجية والنظرية، وهي تنشر باللغات الثلاث: العربية، الفرنسية والإنجليزية. (المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 24، 2015، 7)

تنشر المجلة التقارير عن الملتقيات العلمية التي تتناول مختلف الإشكاليات المتعلقة بالظاهرتين الإعلامية والاتصالية، كما تنشر مختلف النصوص التشريعية الوطنية والأجنبية حسب تقدير هيئة التحرير. (نفس المرجع، 10)

وقد كانت المجلة تنشر سابقا المقالات والدراسات المترجمة عن اللغات الأخرى، شريطة أن تكون على درجة كبيرة من الأهمية، وذات علاقة مباشرة بتخصص المجلة (الإعلام والاتصال). كما تنشر أيضا عروض الكتب الجديدة الجيدة، وملخصات الرسائل الجامعية الحديثة (ماجستير ودكتوراه). (المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، 1996، أ)

وتعود المبادرة الأولى لميلاد المجلة (العدد الأول 1984) أو كما كانت تعرف بـ "الكراسات الجزائرية للإعلام والاتصال" **Cahiers Algériens de la Communication et de l'Information** إلى مدير معهد العلوم السياسية والإعلام السيد "عباسة محمد"، وبعض معاونين القريبين منه سواء من إدارة المعهد أو أعضاء المجلس العلمي على رأسهم السادة: محرز لطفى، سايح جيلالي محمد، وزوبير شاوش رمضان. كما كانت هيئة التحرير آنذاك تتكون من السادة: بن بوزة صالح، بن مرسلي أحمد، زوبير شاوش رمضان، حاج علي سماعيل، سايح جيلالي محمد، طالب بن ذياب عبد الرحيم والسيدة بن علاق نورة.

ومن المهم معرفة أن العدد الأول الصادر سنة 1984 حمل (باللغة العربية والفرنسية) شعار **INSIC** والذي يعني المعهد الوطني لعلوم الإعلام والاتصال (خارج عن الجامعة)، وذلك باقتراح من مدير المعهد "عباسة محمد" ومجموعة من الأساتذة الذين كانوا يرغبون في الخروج عن الوصاية. ومع التغييرات التي شهدتها الإدارة ما بين 1985 و 1986 حمل العدد الثاني والأعداد المنشورة تباعا اسم

"المجلة الجزائرية للاتصال" الصادرة عن معهد علوم الإعلام والاتصال (1988-1998)، ومعهد العلوم السياسية والإعلام لجامعة الجزائر (1998-2008)، ثم كلية العلوم السياسية والإعلام (2008-2013) التابعة لجامعة الجزائر. وأخيرا ومنذ 2014 كلية علوم الإعلام والاتصال التابعة لجامعة الجزائر¹.

ولم تعتمد المجلة تحكيم المقالات المنشورة إلا ابتداء من العدد 13، "الذي حمل في ثناياه تجديدين من اقتراح المجلس العلمي، يتمثل الأول في شروط النشر، والثاني في كون المجلة أصبحت محكمة، وهذا من أجل تحقيق المزيد من النوعية في أبحاث الإعلام والاتصال". (المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، 1996، 7)

وللعلم فقد شهدت "المجلة الجزائرية للاتصال" عدة إنقطاعات وذلك من 1992-1995، ثم من 1998-2004، ثم من 2005-2008، وبعدها من 2008-2011، وأخيرا من 2011 إلى 2014. ولكنها تمكنت من إصدار 25 عددا خلال 33 سنة وذلك ابتداء من أول عدد سنة 1984 إلى غاية سنة 2017.

¹ مقابلة مع البروفيسور "زوبير شلوش رمضان"، ماي 2017

- جدول رقم (1) يبين توزيع مفردات عينة الدراسة -

العدد	تاريخ الصدور
01	1984 ¹
02	مارس 1988
03	مارس 1989
04	خريف 1990
05	شتاء 1991
06 و 07	ربيع وخريف 1992
08	شتاء 1992
09	ربيع 1992
10	شتاء 1995
11 و 12	ربيع 1995
13	جانفي - جوان 1996
14	جويلية - ديسمبر 1996
15	جوان 1997
16	جوان - ديسمبر 1997
17	جوان 1998
18	جانفي - جوان 2004
19	جانفي - جوان 2005
20	جانفي - جوان 2008
21	السداسي الأول 2011
22	2014
23	السداسي الأول 2015
24	السداسي الثاني 2015

¹ العدد الاول لم يدخل ضمن مفردات العينة، لتعذر الحصول عليه

1-2-2- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

• منهج الدراسة

تتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية ، والتي تعتمد على استخدام منهج مناسب بغية الوصول إلى نتائج علمية دقيقة.

والدراسات الوصفية هي دراسات تلائم العديد من المشكلات الإعلامية أكثر من غيرها، فهي تهدف إلى وصف ظواهر أو أحداث أو أشياء معينة، وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها، ووصف الظروف الخاصة بها، وتقرير حالتها كما توجد عليها في الواقع. وتشمل البحوث الوصفية أنواعا فرعية متعددة تشمل الدراسات المسحية ودراسات الحالة، ودراسات النمو أو الدراسات التطويرية. (منال هلال المزاهرة، 2014، 307)

وقد اعتمدت هذه الدراسة على مجموعة من المناهج المناسبة للدراسة الوصفية بغية الوصول إلى الأهداف المسطرة، تمثلت في كل من منهج دراسة الحالة ومنهج المسح.

وتمثل دراسة الحالة نوعا من البحث المتعمق عن العوامل المعقدة التي تسهم في فردية وحدة اجتماعية ما، شخصا كانت أو أسرة، أو جماعة، أو مؤسسة اجتماعية، أو مجتمعا محليا. فمن خلال استخدام عدد من أدوات البحث، تجمع بيانات دالة عن الوضع القائم للوحدة، والخبرات الماضية، والعلاقات مع البيئة. وبعد النظر في العوامل والقوى التي تحدد سلوكها بعمق، وتحليل نتائج تلك العوامل وعلاقتها، يستطيع الباحث أن ينشئ صورة شاملة متكاملة للوحدة كما تعمل في المجتمع. (عبد الرحمن سيد سليمان، 2014، 156)

وتمثل المجلة الجزائرية للاتصال هنا الحالة التي نود التعمق في دراستها، من خلال التطرق إلى المواضيع التي تعالجها، والنظريات والمناهج التي تستخدمها في مختلف هذه المواضيع.

أما بالنسبة لمنهج المسح، أو كما يعرف عند البعض بالمنهج الوصفي، فإنه يعتبر أحد الطرق التي يفضل استخدامها في البحوث الوصفية، التي تهدف إلى تقديم صورة كلية عن الموقف الاجتماعي أو الوحدة الاجتماعية موضوع الوصف، بهدف إلقاء الضوء على العناصر المتباينة التي تكون هذه الصورة، وما يترتب على ذلك من بيان طبيعة العلاقة بين هذه العناصر، وبالتالي تحديد أي العناصر ترتبط ببعضها أكثر من غيرها. فالمسح يوفر لنا البيانات الدقيقة والمنظمة التي تساعد على تصوير الوضع الراهن للوحدة الاجتماعية موضوع الوصف. (سامية محمد جابر، 2000، 281).

وقد استخدمناه في مسح جميع المقالات المنشورة في المجلة، سواء كانت تمثل دراسة نظرية أو تطبيقية، التي بإمكانها الإجابة عن التساؤلات المطروحة، وتحقيق الأهداف التي نسعى إلى بلوغها. مستثنين في ذلك بعض المواضيع التي تقدم ملخصات عن المؤتمرات، وأيضا تلك التي تنشر نصوصا تشريعية مختلفة. بالإضافة إلى تلك التي تقدم عرضا (قوائم) للرسائل التي نوقشت على مستوى معهد علوم الإعلام والاتصال، دون الغوص في تفاصيلها، والتي كانت تنشر في الأعداد الأولى للمجلة.

• أدوات جمع البيانات

لقد اعتمدت هذه الدراسة على أداتين من أدوات جمع البيانات هما: استمارة تحليل المضمون والمقابلة.

1- استمارة تحليل المضمون

توفر استمارة التحليل للباحث إطارا محددا لتسجيل المعلومات التي تقي بمتطلبات البحث، حيث يتم تصميمها بما يتفق وأغراض التحليل، وتعبّر كميّا عن رموز الوثيقة الواحدة، التي تشمل فئات التصنيف ووحدات التحليل، ووحدات القياس، بالإضافة إلى البيانات الأولية عن وثيقة المحتوى. واستمارة التحليل باعتبارها إطارا كميّا لبيانات البحث، فإنها تعتبر نهاية عملية ملاحظة الباحث للمحتوى في وثائق النشر أو الإذاعة أو العرض، وبداية عملية العد والإحصاء للرموز الكمية واستخراج النتائج الكمية، ورسم العلاقات الإحصائية بينها تمهيدا لتفسير النتائج والاستدلال من خلالها. (محمد عبد الحميد، 2010، 151-152)

ويضم الهيكل العام لاستمارة التحليل الأقسام التالية:

- البيانات الأولية
- فئات التحليل
- وحدات التحليل
- وحدات القياس

- ملاحظات. (نفس المرجع، 153)

وفي استمارة تحليل المحتوى التي اعتمدها في هذه الدراسة، سنركز على فئات "ماذا قيل" أي فئات المحتوى دون فئات "كيف قيل" أي فئات الشكل ما عدا فئة اللغة التي تم الاحتفاظ بها، لأن التوبيخ لا يمكن إسقاطه شكلا بالاعتماد على فئات "كيف قيل؟"، وذلك لأن المادة ثابتة من حيث الشكل وجاءت بصيغة واحدة.

وقد تم اعتماد استمارة تحليل المحتوى بالشكل التالي:

فئة الشكل:

- اللغة: العربية/ الفرنسية/ الإنجليزية

فئات الموضوع:

• **فئة الموضوع:** ويقصد بها تحديد طبيعة الموضوع المستخدم في المقالات المنشورة في المجلة الجزائرية للاتصال، سواء كان ذلك في الدراسات النظرية أو التطبيقية.

أ- فئة مجال البحث:

- إعلام: إذاعة/ تلفزيون/ إعلام إلكتروني وتكنولوجيات الاتصال/ صحافة/ مسرح/ سينما/ كتاب

- اتصال: علاقات عامة/ إعلان

- تشريعات إعلامية

ب- فئة عناصر العملية الاتصالية:

- القائم بالاتصال

- الرسالة

- الوسيلة

- المتلقي

- الأثر

ج- فئة طبيعة الموضوع:

- سياسي

- اجتماعي

- إقتصادي

- ديني

- رياضي

- علمي

- ثقافي

- بيئي

- أخرى

- فئة المصدر: ويقصد بالمصدر كتاب المقالات داخل المجلة. وتهدف هذه الفئة إلى تحديد انتمائهم الأكاديمي، والدرجة العلمية التي ينتمون إليها.
 - أ- الانتماء الأكاديمي:
 - من الجامعة الجزائرية
 - من خارج الجامعة الجزائرية
 - مصدر غير معروف
 - ب-الدرجة العلمية:
 - أستاذ التعليم العالي
 - أستاذ محاضر
 - أستاذ مساعد
 - غير معروفة
- فئة نوع البحث
 - نظري/ تطبيقي
- فئة نوع البحوث النظرية
 - مقالات التحاليل المهمة: وهي التي تهدف إلى تشخيص مشكلات وقضايا البحث العويصة (دون حل)
 - مقالات التحليل المفاهيمي: تهدف إلى تحديد المفاهيم غير الواضحة.
 - المقالات المعرفية: تهدف إلى تحديد وضعية العلوم إزاء موضوع بحثي معين، وتبيان حدود المعرفة فيه
 - مقالات التطوير المنهجي: تهدف إلى تبين كيفية تحسين استعمال أداة منهجية معينة، يستفاد منها في إجراء دراسات إمبريقية مستقبلية.
 - مقالات مترجمة
 - مقالات تقديم كتب
 - أخرى

- فئة نوع البحوث الميدانية
 - كمية/ كيفية/ مختلطة
 - كشفية/ وصفية/ تجريبية/ استشرافية
- فئات النظريات: ويقصد بها النظريات التي تم استخدامها في المجلة، سواء في الدراسات النظرية أو التطبيقية.
 - أ- نظريات الصحافة:
 - نظرية السلطة (السلطوية)
 - نظرية الحرية (الليبرالية)
 - نظرية المسؤولية الاجتماعية
 - النظرية الاشتراكية (السوفييتية)
 - النظرية التنموية
 - نظرية المشاركة الديمقراطية
 - ب- النظريات النقدية:
 - النظرية النقدية الكلاسيكية/ نظرية الإقتصاد السياسي/ نظرية الدراسات الثقافية
 - ج- نظريات التأثير:
 - نظريات التأثير القوي: نظرية ليرنر لاجتياز المجتمع التقليدي / نظرية دوامة الصمت/ نظرية الحتمية التكنولوجية
 - نظريات التأثير المعتدل: نظرية انتشار المبتكرات/ نظرية التدفق على مرحلتين/ نظرية الاستخدامات والإشباع/ نظرية ترتيب الأولويات
 - نظريات التعلم: نظرية الغرس الثقافي/ نظرية التعلم بالملاحظة
 - نظريات نشوء المجتمع الجماهيري: نظرية سبنسر/ نظرية تونيز/ نظرية الحقنة تحت الجلد
 - نظريات أخرى: نظرية القائم بالاتصال أو حارس البوابة/ نظريات التأثير الإنتقائي/ نظرية الفجوة المعرفية/ أخرى

د- النظريات السوسولوجية الكلاسيكية:

- النظرية الوظيفية
- نظرية التفاعلية الرمزية
- النظرية السلوكية
- أخرى
- فئة الزمن (زمن الاستخدام): ويقصد بها تبيان تطور استخدام النظرية عبر الزمن، وقد تم الاعتماد على فترات الانقطاع التي شهدتها المجلة لتوضيح هذا التطور، فتم توزيع الأعداد على ثلاث فترات.¹

1992 - 1988 -

1998 - 1995 -

2015 - 2004 -

● فئة مواطن التعرض: ويقصد بها المجال الموضوعاتي الذي استخدمت فيه النظرية.

- حسب مجال البحث

- حسب عناصر العملية الاتصالية

- حسب طبيعة الموضوع

● فئة الهدف: ويقصد بها تحديد الغاية التي استخدمت من أجلها النظرية، سواء في الدراسات

النظرية أو التطبيقية.

- كإطار نظري (كخلفية نظرية)

- للمقارنة

- نقد

- شرح وتفسير

- دعم واستشهاد

- اختبار

- مجرد إشارة

¹ لقد استخدمت هذه الفئة في المناهج أيضا لتوضيح وقت وتطور استخدامها عبر السنين

• فئة المنهج: ويقصد بها المناهج التي تم استخدامها في المجلة، سواء في الدراسات النظرية أو التطبيقية

- كمي: المسح/المقارن/ تحليل المحتوى الكمي/ التجريبي
- كفي: دراسة الحالة/ الإثنوغرافي/ التاريخي/ تحليل المحتوى الكفي (المنهج السيميولوجي، تحليل الخطاب)

• فئة نوع الاستخدام

- الاستخدام النظري للمناهج الكمية والكيفية
- الاستخدام التطبيقي للمناهج الكمية والكيفية

• فئة أدوات جمع البيانات

- كمية: الاستبيان/ المقابلة المقننة
- كيفية: الملاحظة/ المجموعات المركزة/ المقابلة المعمقة/ الأساليب الإسقاطية

• فئة نوع الاستخدام

- الاستخدام النظري لأدوات جمع البيانات الكمية والكيفية
 - الاستخدام التطبيقي لأدوات جمع البيانات الكمية والكيفية
- كما تم الاعتماد على كل من وحدات الفكرة، الموضوع والشخصية.

الصدق والثبات

أ- الصدق: يقصد بالصدق أو الصحة صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه، أو بمعنى آخر هو صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة فيما توصل إليه الباحث من نتائج، بحيث يمكن الانتقال منها إلى التعميم. ولذلك تجرى اختبارات الصدق أثناء العمل وقبل تفسير النتائج، للتأكد من أن أداة القياس تقيس فعلا ما هو مراد قياسه. (محمد عبد الحميد، 2010، 279)

وفي دراستنا تم التأكد من صدق محتوى الاستمارة، أو ما يعرف بـ "الصدق الظاهري" من خلال عرضها للتحكيم من طرف مجموعة من الأساتذة المتخصصين في مجال علوم الإعلام والاتصال. وقد شمل التحكيم مجموعة من الأساتذة المبين أسماؤهم في الجدول:

-جدول رقم (2) يبين محكمي استمارة تحليل المحتوى-

الاسم	الرتبة	التخصص	الجامعة
صالح بن نوار	أستاذ التعليم العالي	علوم الإعلام والاتصال	العربي بن مهيدي - أم البواقي
أحمد عبدلي	أستاذ محاضر	دعوة وإعلام	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة
العيفة جمال	أستاذ التعليم العالي	علوم الإعلام والاتصال	جامعة عنابة

ب- الثبات: يعني الثبات من الناحية النظرية ضرورة الوصول إلى اتفاق كامل في النتائج بين الباحثين الذين يستخدمون نفس الأسس والأساليب على نفس المادة العلمية، وإن كان يصعب تحقيق هذا الاتفاق الكامل من الناحية العملية لاحتمالات تسرب الخطأ إلى أي مرحلة من المراحل أو تدخل قدر من الذاتية فيها.

ولذلك فعلى الباحث أن يحاول تخفيض نسبة التباين إلى أقل حد ممكن من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي إلى ظهور هذا التباين في كل مرحلة من مراحل البحث. (محمد عبد الحميد، 2010، 267)

وهناك ثلاث طرق شائعة لاختبارات الثبات وهي: طريقة الاختبار وإعادة الاختبار، طريقة التقسيم النصفي وطريقة الأشكال المتكافئة أو المتعادلة.

وفي دراستنا استخدمنا "طريقة الاختبار وإعادة الاختبار" وتحديدًا إعادة الاختبار على فترتين متباعدتين؛ حيث يقوم الباحث بتحليل المادة نفسها مرتين، وعلى فترتين متباعدتين. وفي مثل هذه الحالة يستخدم عنصر الزمن في قياس ثبات التحليل وذلك بأن يقوم الباحث بنفسه بتحليل عينة صغيرة من المادة موضوع الدراسة مستخدماً أداة التحليل التي أعدها، وبعد فترة من الزمن يعيد بنفسه تحليل نفس العينة مستخدماً نفس الأداة دون الرجوع بأي صورة من الصور للتحليل السابق الذي أجراه. وبعد الانتهاء من تحليله الثاني يجري بعض العمليات الإحصائية التي يستخرج من خلالها معامل الثبات. (رشدي أحمد طعيمة، 2004، 226)

وقد استعملنا معادلة "هولستي" لحساب معامل الثبات كالاتي:

معامل الثبات = $2n/1 + 2n$

$n =$ عدد الحالات التي يتفق فيها الباحث والمحكم الخارجي (أو الباحث نفسه في مرتي التحليل).

$n = 1 =$ عدد الحالات التي رمزها الباحث.

$n = 2 =$ عدد الحالات التي رمزها المحكم الخارجي (أو الباحث نفسه). (السيد أحمد مصطفى عمر،

2002، 240)

$n = 2 \times 120 / 100 + 120$

$n = 0.83$

$n = 83\%$

وبما أن هذه النتيجة تقع بين المجال 75% و90% الذي حدده الباحثون كمجال لتحقيق الثبات

في الدراسات الإعلامية، يمكن القول أن مستوى الثبات قد تحقق في دراستنا.

2- أداة المقابلة

لقد تم الاعتماد على المقابلة نصف المقننة، والتي وجهت إلى بعض رؤساء التحرير، وإلى

مسؤول النشر، بعد تعذر الوصول إلى كل رؤساء تحرير المجلة، وعدم ردهم حتى على أسئلة

المقابلة الإلكترونية. وقد تمثلت محاور المقابلة في:

- اختيار رؤساء التحرير والمحكمين

- تحكيم المقالات، وطرق اختيارها

- تفسير الانقطاع المتكرر للصدور

وقد وجهت المقابلة إلى كل من: البروفيسور "شاوش زبير رمضان" رئيس تحرير 1989،

البروفيسور رمضان بوجمعة" رئيس تحرير 2014-2015، والبروفيسور "أحمد حمدي" مسؤول عن

النشر لعدة سنوات.

الفصل الثاني: مواضيع البحث في علوم الإعلام والاتصال

1-2- علوم الإعلام والاتصال كمجال للبحث

1-1-2- إشكالية المفهوم

2-1-2- موضوع البحث في علوم الإعلام والاتصال

3-1-2- محاور البحث في علوم الإعلام والاتصال

4-1-2- مواضيع البحث في المجلة الجزائرية للاتصال

2-2- أنواع البحوث الإعلامية

1-2-2- البحوث الاستكشافية

2-2-2- البحوث الوصفية

3-2-2- البحوث التجريبية

4-2-2- البحوث التاريخية

5-2-2- البحوث الإعلامية في المجلة الجزائرية للاتصال

2-1- علوم الإعلام والاتصال كمجال للبحث

2-1-1- إشكالية المفهوم

إن تحديد موضوع البحث في علوم الإعلام والاتصال، يحيلنا بالدرجة الأولى إلى تحديد المفاهيم المرتبطة بهذا العلم. فكلية "اتصال" يمكن أن تحمل معانٍ مختلفة ومتعددة، فقد تستعمل لمعنى الدراسة الأكاديمية أو النشاط التطبيقي الملازم لها، أو بوصفها علماً أو فناً أو علاقات إنسانية أو وسائل اتصال جماهيرية. وقد عرف بعض الباحثين الاتصال من زوايا مختلفة، ومن هذه التعاريف:

- الاتصال هو العملية التي يتم من خلالها نقل رسالة معينة أو مجموعة من الرسائل من مرسل أو مصدر معين إلى مستقبل، أما الاتصال الجماهيري فهو ذلك النمط من الاتصال الذي يتم بين أكثر من شخصين لتمام العملية الاتصالية، والتي غالباً ما تقوم بها المؤسسات أو الهيئات عن طريق رسائل جماهيرية.

- الاتصال هو نقل للمعلومات والأفكار والاتجاهات أو العواطف من شخص أو جماعة لآخر أو آخرين، من خلال رموز معينة.

- الاتصال عملية تفاعل بين طرفين من خلال رسالة معينة، فكرة أو خبرة، أو أي مضمون اتصالي آخر عبر قنوات اتصالية، ينبغي أن تتناسب مع مضمون الرسالة بصورة توضح تفاعلاً مشتركاً فيما بينهما.

- الاتصال عملية يتم من خلالها تحقيق معاني مشتركة متطابقة بين الشخص الذي يقوم بالمبادرة بإصدار الرسالة من جانب، والشخص الذي يستقبلها من جانب. (زهير عبد اللطيف عابد، 2015، 22-23)

بالإضافة إلى تعدد استعمالات مصطلح "الاتصال"، يرى الكثير من الباحثين أن هناك إشكالات أخرى في تحديد موضوع البحث في علوم الإعلام والاتصال، يكمن في الاختلاف الموجود بين مفهومي "الإعلام" و"الاتصال" ورغم تجاوز هذا الإشكال في الوقت الحالي، إلا أن الطرح الدقيق لهذا الموضوع، لا بد أن يثير هذه الإشكاليات ولا بد من العودة إلى تحديد هذين المفهومين.

إن "الإعلام" و"الاتصال" ليس مترادفين، حتى ولو كنا نعلم أنه منذ 50 سنة من التطور التكنولوجي فإن الأمر يتعلق بالقدرة على إنتاج وتوزيع - بشكل أكبر وأسرع - عدد معتبر من المعلومات على اختلاف أنواعها. وكلنا يعلم أن الصعوبة تكمن أساساً في الاتصال، والذي يتضمن

"العلاقة" أي الأخذ في الحسبان "الآخر". ومع "الإعلام" فنحن نبقي بجانب "العلامة"، أي الوحدة العقلية والرمزية. فالاختبار يبقى الآخر مهما كانت طبيعته، شكل المعلومة ومركز المرسل إليه. فالتقاطع بين المعلومة ومضاعفتها، مثل اختلاف خصائص وطبائع المتلقين تجعل هذا الخلط أو عدم الإنسجام بين الإعلام والاتصال واضحا. وهذا موجود دائما، ولكن منذ قرون جعلتنا قلة المعلومات وصعوبة إرسالها، وأيضا المحدودية النسبية للتبادلات، نعتقد أن الإعلام خلق الاتصال. ولكن مفارقة إنفجار المعلومات، التطور التكنولوجي، وأيضا سلم الاستقبال هو الذي جعل هذا الخلط "التنافر" أكثر وضوحا.

([https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004/Dominique Wolton: Information et Communication "Deux Chantiers Scientifiques, Cultures et Politiques"/ Juin 2017/ 12.00](https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004/Dominique_Wolton:Information_et_Communication_\))

فالإعلام يخص أساسا المعطيات والأخبار والمعلومات، والاتصال يستلزم الحوار ووجود علاقات. وإذا كان مفهوم الإعلام يخص عادة شيئا ثابتا (محتوى، حالة، وضعية)، فالإتصال عبارة في الغالب عن عملية (علاقة)، إنه يُفعل الإعلام بجعله أمرا عمليا. ومن ثم فقد يوجد إعلام دون علاقة اتصالية (تواصلية)، ولكن لا يمكن أن يكون هناك اتصال دون إعلام؛ فالإتصال أشمل، وهو أكثر استعمالا حاليا في التراث الأكاديمي المتخصص. (فضيل دليو، 2013، 19)

ومن ناحية أخرى يطرح البعض صعوبات التفكير في الإتصال كعلم من الصعوبة المطروحة بين مفهومي "الإتصال" و"وسائل الإعلام" في حد ذاتها. فالتطور الدلالي لكلمة "تواصل" الذي ظهر في القرن الرابع عشر في اللغة الفرنسية وفي القرن الخامس عشر في اللغة الإنجليزية، يشهد على التآرجح بين التصورين "إتصال" و"وسائل الإعلام" كما أشار إلى ذلك "إيفز وينكن"، وبقي هذا التعبير مرتبطا لزمان طويل بفكرة شارك مع، ومن فعل، إلى أن انمحت فكرة المشاركة تدريجيا لصالح فكرة النقل ووسيلة المرور مع تكاثر وتطور تقنيات النقل (سفن، قطار، سيارة...) وتقنيات العلاقات بين الأفراد أو بين الجماعات (هاتف، صحافة...). فالكلمة تعني إذا اليوم مثلا وهما على السواء (المشاركة في اللغة نفسها، تشكيل جزء من تجمع معين)، وكل أبعاد فعل التبادل الوظيفي: الموضوع أو المحتوى المتغير، والتقنيات المستخدمة، والتنظيمات الاقتصادية التي تطور وتدير هذه التقنيات بأشكال وسائل الإعلام الوطنية أو المحلية. وهكذا يبقى لكلمة تواصل غموض التعبير الذي يمكن أن يجذب لجهة القيمة أو لجهة التقنية؛ فهي تحيز كل التوفيقات. (إريك مغري، 2009، 37-38)

أما كلمة " وسائل الإعلام " فهي تعود من ناحيتها إلى إقامة علاقة عن بعد، بدون إمكانية قصوى من التفاعل بين المتلقي والمرسل، أي إلى نوع من التواصل الذي يتميز عن التواصل بين الأفراد (وجها لوجه)، حيث أن المتلقي يكون عنده ضعف في القدرة على الإجابة على المرسل. ومن ناحيتها اعتمدت كلمة Media في الفرنسية لطرح البعد التكنولوجي بحصر المعنى، واعتمد التعبير الإنجليزي Mass Media ليعني تقنيات التواصل على نطاق واسع. (نفس المرجع السابق، 38-39)

وهكذا فقد تأثر البحث في علوم الإعلام والاتصال، بتحديد المفاهيم الأساسية لهذا العلم في حد ذاته.

2-1-2- موضوع البحث في علوم الإعلام والاتصال

إن تحديد موضوع البحث في الاتصال لا يرتبط بالمفهوم فقط، ولكنه يرتبط أيضا بالظروف التي ظهر فيها هذا العلم، وخاصة علاقة هذا الأخير ببقية العلوم الأخرى. فالاتصال كعلم هو حديث نسبيا في بنائه النظري بالمقارنة بالعلوم الاجتماعية والسلوكية مثل علم النفس، علم الاجتماع، علم السياسة والإقتصاد. وحتى الآن نجد العديد من الأساتذة والباحثين في المجال مازالوا يتجادلون حول طبيعته ومفهومه وعلميته مع التأكيد المستمر على انه علم. (خضرة عمر المفلح، 2015، 69-70)

إن تحليل أصول علوم الإعلام والاتصال المقدمة في كتاب Bruno Olivier المعنون "مراقبة الاتصال"، يبين بشكل جلي إلى أي درجة ولدت هذه العلوم في أحضان العلوم الأخرى، البعض منها مؤسس أصلا مثل التحليل الألسني أو السوسولوجي، والأخرى كانت في طريقها للظهور كالسيميولوجيا مثلا. إن الأشياء المادية التي تعمل عليها هاته العلوم عادة ما تكون متشابهة، ولديها تقريبا نفس المفاهيم ونفس المناهج. ولكن المطالب التخصصية عادة ما لا تكون على توافق مع بروز "مناطق للبحث" والتي تبنى حول المناهج والمفاهيم أو المواضيع. وعلى هذا حاولت علوم الإعلام والاتصال أن تكتسب مكانها في عالم التخصصات، وفي نفس الوقت أن تستكشف مجالات جديدة للبحث. فأخذت تجرب وتتبنى مفاهيم ومناهج حددت لمواضيع أخرى، في ميادين علمية أخرى. كما ابتكرت مقاربات جديدة وجلبت رؤية جديدة لمواضيع تمت معالجتها من قبل غيرها من العلوم. وتحت هذه الزاوية تتكون "الرغبة التخصصية" التي تحدث عنها Yves Jeanneret في "رسالة الإعلام والاتصال"، والتي تكون علامة لميلاد مجال علمي جديد، والذي يفترض طريقة جديدة لتكوين مواضيع علمية تطالب برؤية تخصصية.

(<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004/> Jean Davallon: *Objet Concret, Objet scientifique, Objet de Recherche*/ Juin 2017/ 12.20)

وهكذا فإن علوم الاتصال مدانة لإسهامات تخصصات مختلفة تشمل الرياضيات، علم النفس، المنطق، علم الاجتماع، الألسنية، الأنثروبولوجيا، السيميائية،... والشيء نفسه يمكن قوله عن مناهج البحث المستوحاة من تخصصات مثل الاقتصاد، علم الاجتماع،... فالتحقيقات والدراسات الإحصائية ودراسات الحالة والملاحظة بالمشاركة،... تشهد على هذا التنوع الكبير.

وهذا الأمر يجعل الاتصال عبارة عن مجال بحث أو مجال استقصاء، فمجال الاستقصاء - مقارنة مع مجال البحث- يتحدد بمجموعة مشاكل وليس تبعا لأي تصنيف تخصصي معين. فلا يمكن أن نغفل كون الاتصال علما مشتتا، وبالفعل فالالاتصال تطور نتيجة استفادته من العديد من مجالات المعرفة؛ فالالاتصال إذن علم التقائي تتمثل خصوصيته في طابعه العابر، المتعدد والمابين التخصصي. فسبب دعوة مجال بحثه بـ"علوم الاتصال" بدلا من علم الاتصال هو بالضبط طابعه متعدد التخصصات. (لارامي، ب.فالي، 2009، 80)

وهكذا يتضمن علم الاتصال الدراسة العلمية لوسائل الاتصال الجماهيرية، شاملا الرسائل التي تبثها، الجماهير التي تهدف إليها وتأثيراتها على هذه الجماهير. وتقليديا يشمل الإطار الأكاديمي للاتصال الجماهيري دراسة كل من الصحافة، الاتصالات السلوكية واللاسلكية، الإعلان، العلاقات العامة، وبعض الأقسام الفرعية للاتصال اللفظي،... (خضرة عمر المفلح، 2015، 69-70)

وتجدر الإشارة إلى أن تطور علوم الاتصال ارتبط بدون شك بتطور الظاهرة التقنية، إذ أن التراث العلمي غني بالملاحظات الميدانية والأفكار النظرية حول دور الظاهرة التقنية في عمليات الاتصال، وذلك إلى حد إثارة العديد من الأسئلة والاستنتاجات المتنوعة.

فموضوع علوم الاتصال حسب بعض الباحثين هو إنتاج، نقل واستقبال الإشارات، وعلاقة هذه الأخيرة بنظام رمزي وتأثيراتها على السلوكيات، المعتقدات، قيم الأفراد والجماعات، وكذا على طرق تنظيمهم الجماعي (لارامي، ب.فالي، 2009، 80)

إن معرفة ارتباط البحث في علوم الإعلام والاتصال بالبعد التقني، يخلق خوفا من تقليد مواضيعها البحثية، سواء في عالم الأشياء الموجودة فعلا في المجتمع، أو اتجاه هذا الحس العام الذي يشكل مفهوم الاتصال. فكل المواضيع - خاصة الإعلامية أو الثقافية- من جرائد وكتب، حصص، معارض، عروض... تصبح كلها مواضيعا علمية للبحث.

(<https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004/> Jean Davallon: Objet Concret, Objet scientifique, Objet de Recherche/ Juin 2017/ 12.20)

ويعكس لنا التراث العلمي لبحوث الاتصال التي ظهرت خلال النصف الأخير من القرن العشرين، أنها تعددت وتنوعت حسب الموضوعات والقضايا التي ترتبط بظاهرة الاتصال، وأيضا حسب اهتمامات الباحثين المهتمين بتصنيف مجالات هذه البحوث لتحديد نطاق هذه المجالات. ولقد تم تصنيف البعض منها من حيث ارتباطها بالسياسة العامة وبحوث الرأي العام، والدعاية، والإعلام، أو تصنيفها من حيث نوعية موضوع البحوث والقضية أو المجال الذي تهتم به. كما يرى البعض إمكانية تصنيف مجالات البحث حسب نوعية وسائل الإعلام مثل بحوث الإذاعة وبحوث الصحافة وبحوث التلفزيون وغيرها. (عبد الله محمد عبد الرحمن، 2005، 206)

وعموما يمكن أن تغطي بحوث الإعلام والاتصال المجالات التالية:

- 1- حسب المجال: البحوث السياسية، بحوث الرأي العام، بحوث الإعلان...
- 2- حسب الوسيلة: بحوث التلفزيون، بحوث الصحافة، بحوث الإذاعة...
- 3- حسب مكونات عملية الاتصال: ويشمل ذلك أربعة أنواع رئيسية للبحوث التي تتضمن

عناصر عملية الاتصال:

- أ- بحوث القائم بالاتصال.
- ب- بحوث دراسة مضمون وسائل الاتصال.
- ج- بحوث جمهور وسائل الاتصال.
- د- بحوث دراسة عملية الاتصال عامة. (نفس المرجع السابق، 207)

2-1-3- محاور البحث في علوم الإعلام والاتصال

بعد تحديد موضوع البحث في علوم الإعلام والاتصال، لجأ الباحثون إلى تحديد المحاور الكبرى التي يبحثها هذا العلم، وقد قسمها البعض وفقا للمواضيع والبعض الآخر وفقا لعناصر العملية الاتصالية.

أ- البحث في الاتصال وفقا للمواضيع

ويشمل هذا العنصر مجموعة من المواضيع كما يبين الجدول التالي:

- جدول رقم (03): محاور البحث في الاتصال -

محور البحث	أمثلة عن مواضيع البحث
وسائل الإعلام التقليدية (السمعي البصري، الصحافة، الإذاعة)	- المجال العمومي والاتصال - إقتصاد المجال - الاستقبال والجمهور
وسائل الإعلام الحديثة	- الاستخدام الاجتماعي للوسائل الجديدة (الابتكار، الامتلاك،...) - تاريخ العلوم والتكنولوجيات - القانون وتكنولوجيات الإعلام والاتصال
الاتصال والثقافة	- السينما (السينما الوثائقية، السينما المتنقلة، متعدد الثقافات...) - الفن والنص الفائق (جمالية الصورة الرقمية، الممارسات الفنية على الانترنت، القراءة والتفاعلية...) - الصناعات الثقافية
الاتصال والتعليم	- شبكات توزيع المعرفة باتجاه الجماهير الكبيرة (ببليومتري،...) - تفاعل أستاذ- طالب - التكوين عن بعد
الاتصال التنظيمي	- الاتصال الداخلي والخارجي - الإعلان والتسويق - اتصال الأزمات والمنظمة
الاتصال والبيئة	- تهيئة المحيط، الديناميكية المدنية وتكنولوجيات الاتصال - المدن ومشاكل الربط الاجتماعي - الاتصال والتطوير المستمر
الاتصال والصحة	- أنظمة الإعلام والخدمات الصحية - تسيير الأزمات (الصحة العمومية) - حملات الوقاية
الاتصال الدولي، التطوير والتداخل الثقافي	- الاتصال التشاركي والتطوير الدولي - الاتصال الدولي والعلاقات الدولية - الاتصال والتنوع الثقافي العرقي
صحافة	- الأخلاقيات والصحافة - صحافة الانترنت - تطبيقات صحافية
الاتصال الجمعي	- العلاقات داخل الجماعات - دراسة نموذج التأثير المتبادل - تحليل المحادثات
الاتصال السياسي	- الحركات الاجتماعية والانترنت - الأحزاب السياسية والانترنت - الدعاية والإيديولوجيا

المصدر: (Luc Bonneville et Autres, 2007, 10-11-12)

ب- البحث في الاتصال وفقا لعناصر العملية الاتصالية

تناول علماء الاتصال العملية الاتصالية وعناصرها المختلفة في كتاباتهم المتعددة، واتفقوا على أن هذه العناصر هي عماد الاتصال وبدونها لا يمكن أن تحقق عملية الاتصال الأهداف أو الغايات المقصودة منها. ورغم تأكيد العلماء على ما سبق ذكره، إلا أنهم اختلفوا بشأن تحديد هذه العناصر وتقديم بعضها على بعض، أو إضافة لعنصر يراه أساسي وضروري، في حين يحذف آخرون ركنا معيناً يرون أنه غير مناسب وهكذا. (أحمد محمد موسى، 2009، 63)

تتمثل العملية الاتصالية بعناصر رئيسية من خلال نموذج "برلو"، إذ لا يتم الاتصال إلا من خلالها، وإذا فقد عنصر واحد منها تعتبر العملية الاتصالية ناقصة، وغير واضحة ومشوشة.

ويمكن حصر هذه العناصر في الآتي:

المرسل: ويقصد به الشخص أو المصدر (أو مجموعة الأشخاص) الذي يود أن يؤثر في الآخرين بشكل معين ليشاركوه في أفكار أو اتجاهات أو معلومات، أو خبرات معينة، ويقصد به منشأ الرسالة وقد يكون مؤسسة أو شركة. وكثيراً ما يستخدم المصدر بمعنى القائم بالاتصال، غير أن ما يجدر التنويه إليه أن المصدر بالضرورة هو القائم بالاتصال. (محمد صاحب سلطان، 2014، 112)

وهو مصدر الرسالة التي يصفها في كلمات أو حركات أو إشارات أو صور ينقلها للآخرين، والمرسل هو في الواقع نقطة الانطلاق في عملية الاتصال، وعنه تصدر الرسالة التي تحمل معنى محدداً يتفق مع وجهة نظره، وهو يهدف من الرسالة استثارة استجابة محددة لدى الجمهور المستقبل.

(كامل خورشيد مراد، 2014، 67)

المستقبل: يقصد به الشخص (أو مجموعة الأشخاص) الذي يستقبل محاولات التأثير الصادرة عن المرسل، وهو الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها، وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال. ولا شك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دوراً مهماً في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور. ولا يمكن أن نتوقع أن الجمهور يصدق وينصاع تلقائياً للرسالة الإعلامية، فهو قد يستجيب لها، إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته. وقد يرفضها ويتخذ موقف اللامبالاة، ولا يتفاعل معها إن كانت لا تتوافق وميوله واتجاهاته ورغباته. (محمد صاحب سلطان، 2014، 113)

إن إدراك المستقبل لمفهوم الرسالة يتوقف على ما يسميه علماء الاتصال بـ"الخبرات المشتركة" بين الطرفين من جهة، وعلى قدرته على إدراك العلاقات المختلفة بين الجديد والقديم من جهة أخرى، بالإضافة إلى نوع الحالة الاجتماعية والنفسية والبيئية التي تحيط بالمستقبل.

ولذلك فإن مهمة المرسل تتعدى وظيفة التلقين أو الإلقاء، وإنما مطلوب منه أن يهيأ للمستقبل مجالات الخبرة والظروف التي تسمح باكتساب مضامين الرسالة وأهدافها، وتعديل أنماط السلوك بعد دراسة العوامل المحيطة بالرسالة. (كامل خورشيد مراد، 2014، 71-72)

الرسالة: تعرف الرسالة الاتصالية على أنها المحتوى المعرفي الذي يريد المرسل نقله إلى المستقبل (المتلقي)، وهي الهدف الذي تسعى إليه عملية الاتصال ككل لتحقيقه.

والرسالة هي مجموعة رموز مرتبة ومفيدة، تكون لغوية في الغالب بهدف إيجاد معانٍ متماثلة عند المشاركين في الاتصال، وهي معانٍ لا يتضح معناها إلا من نوع السلوك الذي يمارسه المستقبل. (نفس المرجع، 68)

فالرسالة هي مجموعة من الأفكار أو المفاهيم أو المهارات أو الحقائق أو المبادئ أو القيم أو الاتجاهات التي يرغب المرسل في توجيهها إلى المستقبل، وهي المعنى أو الفكرة أو المحتوى الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وتتضمن المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة، ويتم التعبير عنها رمزياً سواء باللغة المنطوقة أو غير المنطوقة. وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها، كما تتوقف على الحجم الإجمالي للمعلومات المتضمنة في الرسالة، ومستوى هذه المعلومات من حيث البساطة والتعقيد. (محمد صاحب سلطان، 2014، 113)

ويتعدد أنواع الرسائل بتعدد محتواها، إذ تنقل الرسائل الموضوعية الجانب الموضوعي العقلاني، بينما تنقل الرسائل العاطفية المشاعر والعواطف والانفعالات.

وموضوعات الرسالة تتألف من ثلاثة عناصر:

- 1- الرموز.
- 2- المضمون أو المحتوى: ويتضمن العبارات والمعلومات والاستنتاجات والأحكام، وتقدم بترتيب معين.

3- المعالجة أو الأسلوب وطريقة التقديم: فهي الطريقة التي يقدم بها المرسل أو المصدر الرموز والمضمون، مثل اختيار معلومات معينة، وتكرار دليل معين وعرض جميع الحقائق أو بعضها. (كامل خورشيد مراد، 2014، 69)

الوسيلة: ويقصد بوسيلة الاتصال الرمز أو اللغة أو الشكل الذي يتم استخدامه بواسطة المرسل ليعبر عن رسالته التي يرسلها إلى المرسل إليه، حتى يتحقق تفاعل المرسل إليه معها تفاعلات يؤدي إلى مشاركته في هذه الرسالة. (أحمد محمد موسى، 2009، 70)

وإذا نظرنا إلى الوسيلة باعتبارها وسيط لنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل فإننا يمكن أن نقول إن وسائل الإعلام هي أوعية أو وسائل للنقل تقوم بحمل المضمون من المرسل وإيصاله إلى المستقبل. ويوصف الاتصال بأنه ناجح إذا قامت الوسيلة بمهمة النقل دون تحريف (دون تشويش)، وعندها يفهم المستقبل الرسالة بالمعنى الذي قصده المرسل. (حسني محمد نصر، 2008، 27)

رد الفعل أو الرجوع أو التغذية المرتدة: وهي الإجابة التي يجيب بها المستقبل عن الرسالة التي تلقاها من المرسل، ويتخذ رد الفعل اتجاهها عكسيا في عملية الاتصال، وهو ينطلق من المستقبل إلى المرسل، وذلك للتعبير عن موقف المتلقي من الرسالة ومدى فهمه لها واستجابته أو رفضه لمعناها. وقد أصبح رد الفعل مهما في تقييم عملية الاتصال، حيث يسعى الإعلاميون لمعرفة مدى وصول الرسالة للمتلقي ومدى فهمها واستيعابها. (محمد صاحب سلطان، 2014، 114)

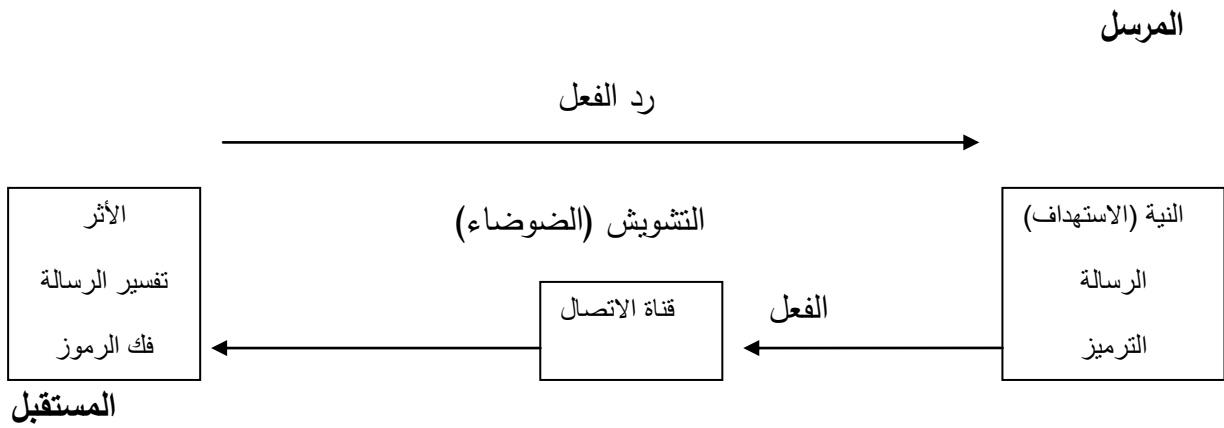
إن عملية الرجوع في أي عملية اتصال -سواء كان الاتصال وجها لوجه أم من أي نوع آخر- يعمل على إغناء الاتصال كنشاط إنساني نفسي اجتماعي ويقويه، ذلك أن الرجوع يعمل على توضيح الأفكار عند المتصلين بصورة تؤدي إلى أن يفهم المتلقي تماما قصد المرسل وتقل نسبة التشويش أو الغموض بالرسالة. (كامل خورشيد مراد، 2014، 73)

الأثر: ويعني التغيير الذي يطرأ في إدراك المتلقي للرسالة الإعلامية، وهو العنصر الأصعب بالعملية الاتصالية. فمن الصعوبة بمكان قياس تأثير وسائل الاتصال على جمهور وسائل الإعلام، حتى في حالة كون أدوات القياس مصاغة بطريقة علمية وسليمة.

إن التغيير الذي تحدثه وسائل الإعلام على الجمهور لا يحدث بشكل فوري وسريع، بل يستغرق في العادة مدة زمنية طويلة تجعل من المستحيل القول أن رسالة واحدة أو مجموعة رسائل إعلامية يمكن أن تتسبب في تغيير سلوكيات الجمهور. (نفس المرجع، 76)

ومن ثم فإن التأثير هو الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل، وهو النتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال، وعملية التأثير عادة ما تتم على خطوتين، الأولى هي تغيير التفكير، والثانية هي تغيير السلوك. (محمد صاحب سلطان، 2014، 114)

وهذه العناصر ليست نهائية كما سبق الذكر، إذ يمكن أن تشمل عملية الاتصال عناصر أخرى أكثر اتساعا وشمولا، وذلك وفقا للشكل التالي الذي يقدم نموذجا لعملية الاتصال:



-شكل رقم (01): نموذج لعملية الاتصال -

المصدر: (لارامي، ب.فالي، 2009، 82)

واعتمادا على هذا الشكل يمكن أن تكون هذه العناصر محورا وموضوعا للبحث في علوم الإعلام والاتصال كما يبين الجدول التالي:

-جدول رقم (04): عناصر العملية الاتصالية كمحاور للبحث-

العنصر	أمثلة عن البحث
المرسل	دراسة وسائل الاتصال الجماهيرية، وسائل إنتاجها، قوانين النشر، سلطة ومصداقية مؤسساتها.
النية (الاستهداف)	دراسة الإقناع في الإشهار، الدعاية السياسية، استراتيجيات البرمجة وشبكاتها.
الرسالة	تحليل مضمون الصحافة، البرامج التلفزيونية، نصوص مختلفة، أو التحليل السيميائي أو الدلالي للإشهار.
الترميز	دراسة الشكل الأيقوني أو البناء القاعدي النصي، اللفظي، غير اللفظي ووعاء الرسالة.
الفعل	دراسة الديناميكية التفاعلية والأفعال الاتصالية داخل المنظمات.
الوسيلة (القناة)	دراسة مختلف وسائل الاتصال الجماهيرية، شبكات الاتصال داخل المنظمات وتكنولوجيات الاتصال.
المستقبل	دراسات الجمهور وماذا يفعل الجمهور بالوسائل
فك الرموز	دراسة إدراك واستشعار الرموز غير اللفظية والتماثلية.
التأويل	فهم النصوص، الرمزية الإشهارية، والمعاني المشتركة بين المرسل والمستقبل للرسالة.
الأثر	دراسة أثر وسائل الاتصال الجماهيرية، الآثار الاجتماعية والثقافية للعنف وللإشهار، الآثار على السلوك، القيم والآراء.
رد الفعل	دراسة سبرنتيكية للمنظمات وللاتصالات الشخصية

المصدر: (لارامي، ب.فالي، 2009، 85)

2-1-4- مواضيع البحث في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد تعددت مواضيع البحث في الاتصال في المجلة الجزائرية للاتصال وتشعبت، وهو ما يتضح من خلال الجداول التالية:

-جدول رقم (05) يبين توزيع المواضيع حسب الأعداد-

العدد	التكرار	النسبة
02	20	7.06
03	15	5.30
04	15	5.30
05	15	5.30
06 و 07	15	5.30
08	14	4.95
09	11	3.89
10	11	3.89
11 و 12	14	4.95
13	11	3.89
14	12	4.24
15	11	3.89
16	11	3.89
17	11	3.89
18	13	4.59
19	09	3.18
20	15	5.30
21	18	6.36
22	21	7.42
23	08	2.82
24	13	4.59
المجموع	283	100

يتضح من خلال الجدول أن أكبر نسبة للمواضيع المنشورة بالمجلة قدرت بـ 7.42% وذلك بالعدد 22 وهو العدد الذي نشر سنة 2014 بعد تذبذب في النشر وانقطاع دام 3 سنوات منذ سنة 2011 ، وهو ما يفسر الارتفاع المسجل في المواضيع المنشورة مقارنة بالأعداد السابقة؛ حيث أن

نشر هذا العدد تزامن مع الذكرى الثلاثين لتأسيس المجلة الجزائرية للاتصال، وكذا الاحتفالية الخمسين لتأسيس فرع علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، بالإضافة إلى الانتقال الإداري للجامعة من قسم علوم الإعلام والاتصال إلى "كلية علوم الإعلام والاتصال". (رئاسة التحرير، 2014، أ)

أما ثاني أكبر نسبة فقد سجلت بالعدد الثاني وقد بلغت 7.06% بمعدل 20 موضوعا، وذلك لأن المجلة كانت في بداية ظهورها وهو ما يفسر الإقبال عليها وارتفاع عدد المواضيع المنشورة بها. لتسجل المجلة بعد ذلك ثباتا في عدد المواضيع المنشورة قدرت نسبته بـ 5.30% إلى غاية العددين 6 و7، ثم تغييرا في عدد المواضيع قدر بـ 11 موضوعا للعدد بنسبة 3.89%. والملاحظ أنه ليس هناك ثبات من حيث عدد المواضيع المنشورة بالمجلة، وهو تذبذب لا مبرر علمي له سوى الظروف المادية وكذا البشرية التي تتحكم في نشر المجلة، وقد سجلت أدنى نسبة بالعدد 19، والتي قدرت بـ 3.18%، بمعدل 9 مواضيع في العدد.

ويمكن رد هذا التذبذب في عدد المواضيع المنشورة بالمجلة إلى سياسات التحرير المختلفة التي مرت بها المجلة، وأيضا إلى الإنقطاعات التي شهدتها هذه الأخيرة. فربئيس التحرير كما يري البوفيسور "أحمد حمدي" هو المسؤول الأول على نشر كل ما يصدر في المطبوعة، فهو حلقة الوصل بين هيئة التحرير وجهاز إدارة المؤسسة، كما أنه المسؤول عن الخط الافتتاحي، وعليه فان موقعه جد مهم، ولذا يخضع اختياره لمعيار الكفاءة والخبرة، ومدى قدرته على تحقيق أهداف المطبوعة.¹ أما فيما يتعلق بمسألة الإنقطاعات فيرى البروفيسور "رضوان بوجمعة" أن ذلك خارج عن نطاق رؤساء التحرير، وله علاقة بالإدارة وبالمصاريف. رغم أن هذا الأخير يرى بأن تعيين رؤساء تحرير المجلة له علاقة غالبا بتوجهات العمداء، وبالنسق الجامعي ككل.²

¹مقابلة إلكترونية مع البروفيسور "أحمد حمدي"، ماي 2017.
²مقابلة إلكترونية مع البروفيسور "رضوان بوجمعة"، ماي 2017

-جدول رقم (06) يبين توزيع المواضيع حسب فئة اللغة-

الإنجليزية		الفرنسية		العربية		العدد
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
		16.39	10	4.95	10	02
5.00	01	14.75	09	2.47	05	03
10.00	02	6.55	04	4.45	09	04
5.00	01	9.83	06	3.96	08	05
10.00	02	6.55	04	4.45	09	06 و 07
15.00	03	8.19	05	2.97	06	08
10.00	02	3.27	02	3.46	07	09
10.00	02	3.27	02	3.46	07	10
10.00	02	4.91	03	4.45	09	11 و 12
				5.44	11	13
		1.63	01	5.44	11	14
		3.27	02	4.45	09	15
10.00	02			4.45	09	16
				5.44	11	17
5.00	01	3.27	02	4.95	10	18
5.00	01	1.63	01	3.46	07	19
5.00	01	3.27	02	5.94	12	20
		3.27	02	7.92	16	21
		3.27	02	9.40	19	22
		3.27	02	2.97	06	23
		3.27	02	5.44	11	24
100	20	100	61	100	202	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن المواضيع المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال تتراوح بين مواضيع باللغة العربية، وأخرى باللغة الفرنسية والإنجليزية. وأن المجلة قد حاولت الحفاظ على هذا التنوع اللغوي، إلا أن هذا التنوع لم يظهر في جميع الأعداد المنشورة، وسجل تفاوتاً بين اللغات، كما

أن بعض الأعداد قد صدرت باللغة العربية فقط. فقد عرف العدد الثاني تساويا بين المواضيع المنشورة باللغة العربية والأخرى المنشورة باللغة الفرنسية، حيث قدرت الأولى بنسبة 4.95% والثانية بنسبة 16.39%. بينما سجل العدد الثالث نشر تسع مواضيع باللغة الفرنسية بنسبة 14.75%، مقارنة بخمسة مواضيع باللغة العربية بنسبة 2.47%، ولم ينشر بالأعداد 13 و 16 و 17 أي موضوع باللغة الفرنسية، أما الأعداد من 20 إلى 24 فلم تتعد نسبة المواضيع المنشورة باللغة الفرنسية نسبة 3.27% بمعدل موضوعين في كل عدد. وكما تبين هذه النسب فهناك تراجع في استخدام اللغة الفرنسية مقارنة باللغة العربية، وهذا الأمر ناتج عن اتجاه الجامعة الجزائرية نحو التعريب، وهو ما أثر على عملية النشر بهذه اللغة. أما المواضيع المنشورة باللغة الإنجليزية فلم تتجاوز الثلاث مواضيع في كل الأعداد المنشورة وذلك بنسبة 15%، حيث أن عدد الباحثين الذين يتقنون هذه اللغة قليل، وكذلك الذين يقرأونها، باعتبار أنها اللغة الأجنبية الثانية في الجزائر بعد اللغة الفرنسية.

-جدول رقم (07) يبين توزيع المواضيع حسب فئة مجال البحث-

النسبة	التكرار	مجال البحث	
6.31	21	إذاعة	إعلام
17.11	57	تلفزيون	
19.52	65	صحافة مكتوبة	
0.90	03	مسرح	
2.10	07	كتاب	
6.31	21	إعلام إلكتروني وتكنولوجيات الاتصال	
4.20	14	سينما	
6.31	21	علاقات عامة	اتصال
1.20	04	إعلان	
4.81	16	تشريعات إعلامية	
2.10	07	تكوين أكاديمي	
29.13	97	أخرى	
100	333	المجموع	

يوضح الجدول أن مواضيع الصحافة المكتوبة كمجال للبحث تصدرت وسائل الإعلام الأخرى، بنسبة بلغت 19.52%. حيث أن هذه الوسيلة كانت ولمدة طويلة أهم وسائل الإعلام في الجزائر، وقد شهدت العديد من التغييرات والتطورات، ذلك أنها انتقلت من القطاع العمومي إلى القطاع الخاص، وهو الأمر الذي نجم عنه تنوع في العناوين وكذلك في المضامين المقدمة. وقد أولت المجلة اهتماما بالغا للصحافة المكتوبة خلال حقبة زمنية مختلفة، بدءا بالصحافة الجزائرية وقت الاستعمار، إلى الصحافة إبان الثورة التحريرية، ثم مرحلة الاستقلال، كما خصصت مواضيع للصحف العامة والصحف المتخصصة. وثاني وسيلة إعلامية نالت اهتماما بالغا وسيطرت مواضيعها في المجلة الجزائرية للاتصال كمجال للبحث هي التلفزيون بنسبة 17.11%. حيث تطرقت المجلة للعديد من المواضيع التي تخص هذه الوسيلة، بدءا من التلفزيون في الجزائر وتأثيراته على شرائح المجتمع المختلفة خاصة فئة الأطفال، وصولا إلى انتشار البث التلفزيوني والفضائي سواء على المستوى العالمي أو على مستوى الوطن العربي. أما تكنولوجيات الاتصال والإعلام الإلكتروني فقد جاءت بنسبة 6.31%. حيث لم تخصص المجلة العديد من المواضيع لهذه الفئة إلا ما تعلق بألعاب الفيديو وبعض تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وذلك رغم ما تطرحه هذه الأخيرة من إشكاليات للبحث، بفعل تأثيراتها الخطيرة والمتنوعة - الإيجابية والسلبية - على المستهلكين لها. أما الانترنت فلم يتم التطرق إليها إلا في بعض المواضيع، خاصة في الأعداد الأخيرة، وذلك بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وما انجر عنها من تغييرات وتأثيرات. فيما تم التطرق للاتصال المؤسسي والعلاقات العامة كمجال للبحث في المجلة الجزائرية للاتصال بنسبة 6.31%. وذلك في المواضيع المتعلقة بالحملات الإعلامية وبالاتصال الاجتماعي والصحي سواء في الجزائر أو في البلدان العربية كالإمارات العربية المتحدة.

هذا وقد أولت المجلة اهتماما لنشر المواضيع الخاصة بقوانين الإعلام والتشريعات التي تحكم الممارسة الإعلامية في الجزائر، وذلك بنسبة 4.81%. أما التكوين الإعلامي في الجزائر فقد كان هو الآخر محط اهتمامها بنسبة 2.10%. من خلال التعرض إلى المناهج والمضامين المختلفة التي يتلقاها الطلبة خلال تكوينهم الأكاديمي في علوم الإعلام والاتصال بالجامعة الجزائرية، ومدى مناسبة هذا التكوين للتماشي مع خصوصية الساحة الإعلامية في الجزائر وللتغييرات المتلاحقة التي تشهدها. أما بقية المواضيع التي تطرقت إليها المجلة على مدار أعدادها الـ 23 والتي جاءت تحت فئة "أخرى" فقد قدرت بنسبة 29.13%. وتمحورت في الغالب حول بعض طرق ومناهج البحث في علوم

الإعلام والاتصال، القيم الإعلامية والخبرية، السياسة الإعلامية في الجزائر، الرأي العام وطرق قياسه، وكيفية أداء وسائل الإعلام المختلفة للخدمة العمومية وغيرها من المواضيع.

-جدول رقم (08) يبين توزيع المواضيع حسب عناصر العملية الاتصالية-

النسبة	التكرار	عناصر العملية الاتصالية
6.01	17	القائم بالاتصال
23.32	66	الرسالة
33.57	95	الوسيلة
8.48	24	المتلقي
2.83	08	الأثر
25.79	73	أخرى
100	283	المجموع

أولت المجلة الجزائرية للاتصال اهتماما بالغا لأبحاث الوسيلة من بين عناصر العملية الاتصالية، وهذا ما تعكسه نسبة 33.57٪، وقد ظهر ذلك سواء من خلال البحوث الميدانية أو النظرية، بينما لم تخصص للقائم بالاتصال سوى نسبة 6.01٪ من بين المواضيع المنشورة. أما المواضيع الخاصة بالرسالة فكانت نسبتها 23.32٪، وهو ما يبين أهمية البحوث المتعلقة بهذه الأخيرة، لما لها من دور في التأثير على المتلقي من خلال ما تحمله من أفكار ورموز ومعاني، من شأنها النهوض بقطاع الإعلام، أو الإتحاد به إلى أدنى المستويات. فيما جاءت بحوث الجمهور أو المتلقي بنسبة 8.84٪، وهو ما من شأنه أن يعرفنا بسمات وخصائص وكذا مميزات جمهور كل وسيلة إعلامية، مما يساعد في بناء الرسالة الإعلامية، وفي تطويرها وفقا لحاجات ومتطلبات هذا الجمهور.

وكما تبين النسب فهناك تفاوت واضح بين البحوث الخاصة بالرسالة وتلك الخاصة بالجمهور، وفي هذا يقول "نصر الدين لعياضي" أن "عدم اهتمام البحث العلمي في المنطقة العربية بدراسة جمهور وسائل الإعلام، وخاصة جمهور الإذاعة والتلفزيون، يعود إلى جملة من العوامل منها احتكار الدولة للإذاعة والتلفزيون في أغلبية البلدان العربية. لذا تم التركيز في البحوث على الرسالة أو الخطاب، لأنه هو الغاية ومنتهى العملية الإعلامية. ومن هذا المنطلق استشرى تحليل المحتوى الذي

يبحث عن مدى مطابقة محتوى الرسالة مع توجيهات الخطاب الرسمي أو الانحراف عنه، كما لا نستبعد أن يكون للنزعة الإيديولوجية دور في هذا الاستشراء". (نصر الدين لعياضي، 2016، 22-23)

كما يقول بأن "الوضع تغير في العقدين الأخيرين، حيث بدأ الاهتمام بدراسة الجمهور، بهذا القدر أو ذاك، لأسباب متعددة منها الارتفاع المذهل في عدد القنوات التلفزيونية المختلفة، وهيمنة الطابع التجاري على الكثير منها. لكننا لاحظنا أن الجمهور يختزل في معظم البحوث في الطلبة، فتقدم كما من الإحصاءات الخرساء التي تعجز عن تقديم الملامح السوسيواجتماعية لجمهور الإذاعة أو التلفزيون. لكن هذا لا ينفي بتاتا وجود بعض المحاولات لدراسة الجمهور وفق مقاربات متعددة." (نفس المرجع، 23)

أما المواضيع المتعلقة بالأثر فلم تتجاوز نسبتها 2.83%، حيث خصصتها المجلة للتعرف على رد فعل الجمهور، وتفاعله مع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة المحلية أو الدولية. أما المواضيع الأخرى التي لم تعالج أيا من عناصر العملية الاتصالية كالمواضيع المخصصة للبحث في الإعلام بمناهجه وأدواته فقد بلغت نسبتها 25.79%.

- جدول رقم (09) يبين توزيع فئة طبيعة الموضوع -

النسبة	التكرار	طبيعة الموضوع
24.03	68	سياسي
26.86	76	اجتماعي
1.06	03	اقتصادي
15.19	43	ثقافي
		رياضي
22.97	65	علمي (أكاديمي)
0.35	01	ديني
0.71	02	بيئي
8.83	25	أخرى
100	283	المجموع

تبين لنا الأرقام والنسب المسجلة في الجدول أن المواضيع الاجتماعية والسياسية وكذا الأكاديمية العلمية هي التي كانت أكثر تناولا في المجلة الجزائرية للاتصال وذلك بنسبة 26.86%، 24.03% و 22.97% على التوالي. حيث ركزت المجلة على ما يسمى بسوسيولوجيا الإعلام، والتي تدخل فيها العديد من العناصر المتعلقة بالعملية الإعلامية، والمؤثرة فيها، خاصة ما تعلق بالساحة الإعلامية ومخرجاتها، وتأثر المجتمع بهذه المخرجات. ففيما يتعلق بالمواضيع السياسية فقد تناولت المجلة عدة مواضيع كالدعاية السياسية والإعلام السياسي خلال حرب التحرير، والاتصال السياسي - الذي نشر في أكثر من عدد- والسياسات الإعلامية العربية وغيرها من المواضيع، فضلا عن تخصيصها عددا تقريبا بأكمله للمواضيع السياسية، وهو العدد 21، والذي كان خارجا عن تخصص الإعلام في أغلب مواضيعه دون تقديم مبررات علمية أو موضوعية لذلك. فيما خصصت حيزا لا بأس به للمواضيع الأكاديمية من خلال التعرض لبعض نظريات البحث كالوظيفية والظاهرية وغيرها، وتقنيات ومناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، والتكوين في هذا التخصص، أو توضيح وشرح بعض المفاهيم المبهمة وغيرها من المواضيع. وهذه المواضيع -أي الأكاديمية- تتعلق خاصة بالقوالب الجاهزة والمبادئ والقواعد النظرية البعيدة عن الواقع الاتصال، وبالتنظير لمجال الاتصال أكثر من معالجته واقعا. (رضوان بوجمعة، 2004، 15)

أما المواضيع الثقافية فقد بلغت نسبتها 15.19%، وهي في مجملها تلك التي عالجت مواضيع كالمسرح والسينما وأيضا الكتاب، سواء بتقديم عرض للكتب المنشورة أو المترجمة. فيما بلغت نسبة المواضيع الأخرى 8.83% والتي كانت متنوعة، من بينها المواضيع التي تطرقت للقوانين والتشريعات والمراسيم التي تحكم قطاع الإعلام خاصة في الجزائر. أما المواضيع ذات الطابع الديني أو البيئي فهي لم تحظ باهتمام كاف من قبل المجلة، رغم أهميتها، وهو ما تبينه نسبها والتي جاءت على التوالي 0.35% و 0.71%. أما المواضيع المخصصة للرياضة فلم ترد في أي عدد من أعداد المجلة التي خضعت للتحليل، وهو ما يبين عدم الاهتمام الواضح بمثل هذه المواضيع.

ويمكن أن ترتبط طبيعة المواضيع المنشورة بطبيعة الكتاب في حد ذاتهم وخاصة المكونين بالخارج. فقد تكون هؤلاء في عدة بلدان تنصدرها فرنسا ثم تليها بعض البلدان الأنجلوساكسونية كإنجلترا وأمريكا وكذا بعض بلدان أوروبا الشرقية. ويلاحظ عامة أن المكونين من فرنسا يميلون في تعاملهم مع الميدان الإعلامي إلى الجوانب النظرية والتركيز على بعض الجوانب كالاقتصاد والاجتماع

والقانون، ويشكل الدور السياسي للإعلام هاجسا أساسيا لدى الكثير من هؤلاء، حيث أن السياسة تتدخل بنقل في ارتباطهم مع تخصص الإعلام والاتصال.

أما المتكثرون في المدارس الأنجلوساكسونية فيميلون إلى الجوانب العملية والإمبريقية لعملية الاتصال في المجتمع، مع التأكيد على الأساليب المنهجية في الدراسات الإعلامية، ويعتبر الجانب السياسي للإعلام عاملا إضافيا في أحسن الأحوال لدى هؤلاء. (عبد الرحمن عزي، 1990، 18-19)

-جدول رقم (10) يبين توزيع فئة المصدر حسب الانتماء الأكاديمي-

النسبة	التكرار	الانتماء الأكاديمي
83.16	237	من الجامعة
12.98	37	من خارج الجامعة
3.86	11	غير معروف
100	285	المجموع

حسب الجدول أعلاه والذي يبين الانتماء الأكاديمي لكتاب المقالات في المجلة الجزائرية للاتصال، فقد اعتمدت المجلة على كتاب وباحثين من داخل الجامعة الجزائرية بنسبة 83.16%. أما من خارج الجامعة فقد جاء عدد الكتاب بنسبة 12.98%، وأغلبهم جزائريون انتموا إلى جامعات أخرى كالإمارات العربية المتحدة، أو بعض الكتاب الأجانب الذين ينتمون خاصة إلى الجامعة المصرية. وما يفسر هذه النسب هو تكرار الجامعة لنفس الأسماء خاصة خلال الأعداد الأولى، والتي تنتمي في أغلبها لجامعة الجزائر. وهذا راجع لقلة المتخصصين في مجال علوم الإعلام والاتصال آنذاك، وتمركز التخصص بجامعة الجزائر دون جامعات الوطن الأخرى. وقد اعتمدت المجلة على نفس أسماء الباحثين بعد مغادرتهم للجامعة الجزائرية أو في ظل تعاونهم مع جامعات الخليج والجامعة الجزائرية في نفس الوقت، حتى يتسنى لها الإستفادة من خبراتهم. أما الكتاب الذين لم يعرف انتماءهم فقد جاؤوا بنسبة قليلة تعادل 3.86%، وعادة ما يسقط التعريف بهم لأخطاء إخراجية محضى.

وبشأن تكرار الأسماء في المجلة أجمع كل من البروفيسور "بوجمعة رضوان" و"زوبير شاوش رمضان" وكذا مسؤول النشر السابق البروفيسور "أحمد حمدي" بأن اختيار المواضيع لا يخضع للأسماء

ولكن لمدى احترام هذه الأخيرة للقواعد العلمية المتعارف عليها، وأيضا مدى جدية الموضوع ومناسبته للنشر، وفقا لتقديرات الهيئة العلمية المشرفة (التحكيم، التحرير) على المجلة. كما أكد جميعهم أن المجلة الجزائرية للاتصال موجهة لجميع الأساتذة المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال في ربوع الوطن، وأن هناك تنوعا في الأسماء خاصة في الخمس أعداد الأخيرة كما يقول البروفيسور "بوجمعة رضوان".

أما بشأن نشر بعض المقالات لكتاب من خارج الجامعة الجزائرية، فيضيف البروفيسور "بوجمعة رضوان" أن اختيارهم يخضع لقيمة المؤسسة الجامعية في الخارج (أي التي ينتمي إليها الكاتب)، طبيعة الموضوع و تنوع البلدان. أما البروفيسور "زبير شلوش رمضان" فيرى أن اختيارهم يخضع لنفس الشروط التي يخضع لها الكتاب الجزائريون، فيما يرى البروفيسور "أحمد حمدي" أنه لا توجد أسماء مكرسة، بل يجب أن تكون المقالات والأبحاث جادة وصادقت عليه هيئات التحكيم والتحرير.¹

-جدول رقم (11) يبين توزيع فئة المصدر حسب الدرجة العلمية-

النسبة	التكرار	الدرجة العلمية
5.98	17	أستاذ التعليم العالي
34.86	99	أستاذ محاضر
24.65	70	أستاذ مساعد
34.51	98	غير معروفة
100	284	المجموع

يوضح الجدول أن نسب الباحثين الذين يكتبون بالمجلة الجزائرية للاتصال من صنف الأساتذة المحاضرين، والباحثين دون درجة قد جاءت متقاربة، وذلك بنسبة 34.86% و 34.51% على التوالي. وذلك أن المعهد يضم فئة معتبرة (أكثر من الثلث) من المعيدين، وتتكون هذه الفئة أساسا من الذين أنهوا دراستهم النظرية على مستوى قسم الماجستير (أو ما يعادل ذلك للبعض الذين درسوا في الخارج)، ولكنهم لم يتمكنوا لسبب أو لآخر من إنجاز مذكرة الماجستير، ويمتلك هؤلاء بعض الخبرة خاصة أولئك الذين درسوا عدة سنوات تفوق العشر في بعض الحالات.

¹ مقابلات إلكترونية مع البروفيسور "أحمد حمدي"، "زبير شلوش رمضان" و"رضوان بوجمعة"، ماي 2017.

أما نسبة الكتاب من فئة الأساتذة المساعدين فتمثل 24.56٪، وذلك أن هذه الفئة والتي تمثل أكثر من الثلث من الأساتذة المساعدين والمكلفين بالدروس. وتضم هذه الفئة حملة الماجستير ودكتوراه الدرجة الثالثة والدكتوراه. (عبد الرحمن عزي، 1990، 18-19)

وهذه التفسيرات وإن كان قد مر عليها وقت إلا أن المعهد ظل محافظا إلى زمن طويل على هذه التركيبة إلا في السنوات العشر الأخيرة أين أصبح هناك العديد من حملة الماجستير من درجة الأساتذة المساعدين. أما بالنسبة للكتاب من حملة درجة بروفيسور فيمثلون نسبة 5.98٪، وهم قليلون جدا وغالبا هم أنفسهم الذين كانوا سابقا من حملة الدكتوراه طوروا مستواهم العلمي وحصلوا على درجة البروفيسوراه.

وفي كلمة العدد 24 للمجلة الجزائرية للاتصال، يذكر البروفيسور "أحمد حمدي"، أن هيئة التدريس اليوم تتشكل اليوم مائة بالمئة من أساتذة جزائريين موزعين كالتالي:

- 28 أستاذا من درجة بروفيسور
- 25 أستاذا من درجة أستاذ محاضر أ
- 14 أستاذا من درجة أستاذ محاضر ب
- 92 أستاذا من درجة أستاذ مساعد قسم أ
- 34 أستاذا من درجة أستاذ مساعد قسم ب (أحمد حمدي، 2015، 13)

2-2- أنواع البحوث الإعلامية

ليس من السهل تحديد وحصر أشكال البحث العلمي في مجال متطور ومتحرك مثل مجال علوم الإعلام والاتصال، وليس من البديهي كشف المعنى في البحث العلمي أو ماهية البحث العلمي وخصوصيته وتميزه. فمع غياب معنى البحث العلمي يغيب المعيار الذي يحدد عدد أشكاله في علوم الإعلام والاتصال وأصنافها وأنماطها، فيختلف هذا العدد بين تصنيف وآخر، وتفبرك أشكال بحث لا وجود لها في العلم. ويتوهم الباحثون وجود لائحة واحدة ووحيدة لأشكال البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ولا يكشفون الخلاف بينهم، في حين يفترض أنهم يمارسون شكلا مشتركا واحدا من أشكال البحث العلمي، يختلفون في ممارسته، ويتبادلون النقد والنقد المضاد، والشكل الواحد من أشكال البحث العلمي يمارس بأشكال متنوعة ومختلفة ومتعددة، في حين يفترض أنهم يمارسون أشكالا مختلفة. (مي العبد الله، 2011، 45-46)

وبناء على ما سبق هناك من يقسم البحوث حسب طبيعتها ودوافع البحث إلى:

1- بحوث أساسية أو بحثية.

2- بحوث تطبيقية.

وتقسم أيضا حسب مناهج وأساليب البحث المستخدمة إلى:

1- البحوث التاريخية.

2- البحوث الوصفية.

3- البحوث التجريبية. (رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 41-42)

كما تنقسم البحوث العلمية إلى:

1- بحوث علمية حسب أهميتها ودقتها وأسلوب المعالجة فيها.

2- بحوث علمية حسب المناهج التي تعتمد عليها والقائمين بها.

3- بحوث علمية حسب أسلوبها وطبيعتها المشكلة. (لحسن عبد الله باشيوة وآخرون، 2010، 43)

وبما أن هناك طرق عدة لتصنيف البحوث، يقتصرها البعض على طريقتين من هذه الطرق.

الأولى هي تصنيف البحوث بحسب أهدافها، والثانية بحسب طريقة إجراء البحث.

فمن حيث الأهداف تنقسم إلى:

1- بحوث أساسية

2- بحوث تطبيقية (محمد عبد العال النعيمي وآخرون، 2015، 33-34)

أما من حيث طرق إجرائها فتصنف إلى:

1- بحوث تجريبية

2- الدراسات العليا المقارنة

3- البحوث المسحية

4- البحوث النوعية وخاصة البحوث الإثنوغرافية. (نفس المرجع، 36-37)

وهناك محاولات أخرى لتصنيف البحوث حسب عامل الزمن وهي:

- 1- بحوث الماضي: ومهمتها نقد توجهات بحث السابقين بغرض توجيه الباحثين وجهة معينة، أي أنه يتم في هذا النوع من البحوث دراسة بحوث السابقين وتحليلها.
- 2- بحوث الحاضر: ومهمتها دراسة الواقع الخاص بالموضوع المستهدف بأية منهجية مناسبة من مثل البحوث المسحية.
- 3- بحوث المستقبل: ومهمتها معرفة التغييرات التي يمكن أن تحدث، وتتم هذه البحوث بشكل رئيس عن طريق ما يسمى بالبحوث التجريبية. (حسن عبد الله باشيوة وآخرون، 2010، 47)

وعموما يمكن عرض التقسيمات التالية للبحوث:

• **التقسيم الأول: أساسية/ تطبيقية/ تقييمية**

البحوث الأساسية: بحوث تجرى أساسا من أجل الحصول على المعرفة بحد ذاتها، وتسمى أحيانا البحوث النظرية، وتشتق عادة من المشاكل الفكرية، ويمكن تطبيق نتائجها فيما بعد على مشاكل قائمة بالفعل.

البحوث التطبيقية: بحوث عملية تكون أهدافها محددة بشكل أدق من البحوث النظرية، وتكون موجهة لحل مشكلة من المشاكل العلمية أو لاكتشاف معارف جديدة يمكن تسخيرها والاستفادة منها فوراً في واقع حقيقي وفعلي موجود في مؤسسة أو منطقة أو لدى أفراد، ويمكن الاستعانة بنتائجها فيما بعد لمعالجة مشكلة من المشاكل القائمة بالفعل. (حسن عبد الله باشيوة وآخرون، 2010، 43-44)

وهناك من يضيف نوع آخر من البحوث إلى هذين النوعين:

البحوث التقييمية: وهي ذلك النوع من البحوث الذي يعنى بتقدير أهمية ممارسة ما وقيمتها، بهدف تحديد درجة تحقيقها لأهدافها الموضوعية. (رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 43)

وتعتبر البحوث التقييمية نوعاً من أنواع البحوث التي انتشرت بشكل كبير في السنوات الأخيرة، وهي من أنواع البحوث التطبيقية التي تمارس في الميدان. والبحوث التقييمية نوعان الأول تطويري يهدف إلى اقتراح تعديلات تطور البرنامج، والنوع الثاني نهائي يقرر فيما إذا كانت الممارسة أو البرنامج قد حقق أهدافه أم لا. (محمد عبد العال النعيمي وآخرون، 2015، 33-34)

• التقسيم الثاني: كمية/كيفية

البحث الكمي: وهو البحث الذي يهتم بجمع البيانات من خلال استعمال أدوات قياس كمية (استبانات، اختبارات) يجري تطبيقها على عينة ممثلة للمجتمع الأصلي، وتتم معالجة تلك البيانات بأساليب إحصائية (إحصاء وصفي أو تحليلي) تقود إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع الأصلي في ضوء نتائج الفرضيات أو الأسئلة التي تم وضعها مسبقاً.

البحث النوعي: هو البحث الذي يعتمد على دراسة الظاهرة في ظروفها الطبيعية باعتبارها مصدراً مباشراً للبيانات، ويكون فيها الباحث نفسه منغمساً في الموقف، ويتم جمع البيانات بواسطة أدوات مثل الملاحظة المباشرة والمقابلات المعمقة وفحص الوثائق واستخدام المسجلات، ويتم عرض البيانات بطريقة وصفية تستخدم الكلمات والصور ونادراً ما تستخدم الأرقام. وفي هذا النوع من البحوث لا يمكن تحديد مشكلة الدراسة بوضع الفرضيات أو الأسئلة مسبقاً، بل يتم وضعها أثناء عملية جمع البيانات، وقد تتغير تلك الاستنتاجات بناء على بيانات لاحقة. (رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 44)

• التقسيم الثالث: استكشافية/ وصفية/ تجريبية/ تاريخية

تنقسم البحوث العلمية ومنها الإعلامية على أساس أهداف البحث العلمي ذاتها، والتي يمكن تكييفها بناء على المجال العلمي للدراسة أو التخصص العلمي وهي:

- 1- الأبحاث الاستطلاعية أو الكشفية أو الصياغية.
- 2- البحوث الوصفية.
- 3- البحوث التجريبية أو دراسات اختبار العلاقات السببية. (محمد عبد الحميد، 2004، 11)

وهناك من يضيف إلى هذا التقسيم الأبحاث التاريخية. ويتميز كل نوع من هذه البحوث بصفات تختلف عن الأخرى، وتتمثل في:

2-2-1- البحوث الاستكشافية

تتمثل البحوث الاستطلاعية كما يعبر عنها اسمها في استكشاف مسالك البحث على غرار ما يفعل المغامر تقريبا الذي يستكشف بيئة جديدة لا يعرف عنها الشيء الكثير. أما أهدافها فتكمن أولاً

في التعود على ظاهرة جديدة أو تطوير هواجس جديدة حولها، وثانيا في البحث عن صياغة واستكشاف قضايا أكثر دقة قد تسمح بطرح فرضيات. لذلك يتمثل الانشغال الكبير لهذه البحوث في الحدس والبحث عن الأفكار، ومن ثمة يجب على الباحث الذي يريد القيام بدراسة استطلاعية أن يعد مخطط بحث مرن يسمح له أن يتأمل عدة أوجه متباينة للظاهرة نفسها. (لارامي، ب.فالي، 2009، 221)

تهدف البحوث الاستكشافية إلى التعرف على ظاهرة أو موضوع معين، وتكون الحاجة إلى هذا النوع من البحوث عندما يكون موضوع البحث جديداً أو تكون المعلومات والمعارف المتعلقة به قليلة. (خالد حامد، 2012، 88)

كما تهدف هذه البحوث إلى التوصل إلى معلومات وبيانات لتوصيف ظاهرة جديدة لم يتم دراستها من قبل، أو استجلاء بعض النقاط الغامضة في ظاهرة معينة، وهي بحوث رائدة ومن نتائجها يتم التوصل إلى مجموعة فروض يتم اختبارها في بحوث أخرى ليست استكشافية، كما تساعد نتائجها في تحديد المفاهيم والمصطلحات. (محمود حسن إسماعيل، 2011، 95)

ويستخدم هذا النوع من الأبحاث في تحديد إشكالية البحث بصورة دقيقة قبل معالجتها، أو اختيار الفرضيات الخاصة باختبار طرح معين. وهي بذلك الخطوة الأولى في عملية البحث لاستكشاف الظواهر غير المعروفة كلياً أو جزئياً دون الذهاب إلى أبعد من ذلك، وهي تكون في شكل إجابة عن سؤال واحد يتناول نقطة بعينها لا غير، وبالتالي فإن بناءها الفني يتم بصورة مرنة لا يتطلب الكثير من الإجراءات البحثية أو التصميم الهيكلي المعقد.

كما أن هذه الأبحاث لا تتطلب استخدام التساؤلات أو الفرضيات، لكونها كما سبق تعالج نقطة واحدة في شكل إجابة على سؤال لا يخشى الدارس في معالجته الخروج عن مسار ما هو بصدد السعي إليه. (أحمد بن مرسل، 2003، 49)

وتعتبر مناهج البحوث الاستطلاعية مفيدة جداً لعلوم الإعلام والاتصال، لأن الباحث في هذه العلوم لا يجد أمامه الكثير من البحوث السابقة والمسالك المدروسة. فنظرياتها إما عامة جداً أو مفرطة في الخصوصية مما قد لا يجعلها صالحة لتوجيه البحث بدقة ووضوح، كما يسمح البحث

الاستطلاعي باكتساب الخبرة التي تساعد على إعداد الفرضيات الملائمة لبحوث نهائية أكثر إنجازية. (لارامي، ب.فالي، 2009، 222)

2-2-2- البحوث الوصفية:

هي البحوث التي تهدف إلى دراسة الظواهر والأحداث والمواقف كما هي عليه في الواقع، وتعمل على وصفها وصفا دقيقا من خلال التعبير النوعي الذي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أو التعبير الكمي الذي يقدم وصفا رقميا يوضح مقدار الظاهرة وحجمها. (رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 45)

إن هدف البحوث الوصفية هو توضيح خصائص أي ظاهرة، أي حدث، أي وضعية أو جماعة، ونستطيع أن نضيف لهذا الغرض غرضا آخر يتمثل في تحديد سرعة ظهور أو تكرار أية ظاهرة.

وخلافا للبحوث الاستطلاعية التي تعد مقارنة لتحديد مشكل دقيق، تركز البحوث الوصفية على تفسير الأوجه البارزة لأية ظاهرة. وتعتبر هذه الأخيرة انشغالها الرئيس، لأنه لوصف أية ظاهرة أو أي حادث، لا بد من تجنب الانحرافات المنظمة والتأكد من مصداقية المعلومات المحصل عليها.

وعكس البحوث الاستطلاعية تفرض البحوث الوصفية معرفة جيدة مسبقة للمشكل المزمع دراسته. وينبغي أن تكون للباحثين القدرة على تحديد ما يريدون قياسه بوضوح وإيجاد المناهج المناسبة للقيام بذلك، ولا بد أن تكون كل من "من" و"ماذا" اللتين تفيدان التقييم، على المستوى المفهومي والإجرائي، محددتين بطريقة دقيقة. (نفس المرجع السابق، 239)

وتجرى البحوث الوصفية بهدف الإجابة عن أسئلة أو اختبار فروض تتعلق بالحالة الراهنة لموضوع الدراسة باستخدام أدوات مثل الاستفتاءات المسحية أو المقابلات الشخصية أو الملاحظة، وترتبط أساسا بالمشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية، وتعتمد على دراسة الواقع أو الظاهرة نوعيا وكميا. (الحسن عبد الله باشيوه وآخرون، 2010، 47)

وتعد البحوث الوصفية من أكثر بحوث البحث العلمي استخداما من قبل باحثي الإعلام حيث تتميز بالخصائص التالية:

- 1- أنها تبحث العلاقة بين أشياء مختلفة في طبيعتها لم تسبق دراستها، فيتخير الباحث منها ما له صلة بدراسته لتحليل العلاقة بينها
- 2- أنها تتضمن مقترحات وحلول مع اختبار صحتها.
- 3- أنها كثيرا ما تستخدم الطريقة المنطقية (الاستقرائية، الاستنتاجية) للتوصل إلى قاعدة عامة.
- 4- أنها تصف النماذج المختلفة والاجراءات بصورة دقيقة كاملة قدر المستطاع، بحيث تكون مفيدة للباحثين فيما بعد. (محمود حسن إسماعيل، 2011، 96-97)

إن الهدف الأول والنهائي للأبحاث الوصفية هو الحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة، كما هو في الحيز الواقعي. أي وصف ما هو موجود في الواقع من زوايا مختلفة محققة للأهداف المتوخاة من إجراء الدراسة دون التدخل في الأسباب الكامنة وراء وجود الظاهرة المدروسة في هذه الوضعية أو تلك، أو التحكم فيها بصورة جزئية أو كلية. وهنا لا بد من الإشارة إلى أن البحوث الوصفية ليست مجرد جمع للبيانات عن الواقع المدروس، بل هي أيضا عملية تصنيف هذه البيانات إلى عناصرها الرئيسية والفرعية، وتفسيرها تفسيراً شاملاً من أجل استخلاص النتائج في شكل دلالات تساعد على الوصول إلى تعميمات حول المواقف المدروسة، وعلى بناء الأرضية التي يقوم عليها وضع الفرضيات بالنسبة للدراسات التفسيرية للعلاقات السببية. (أحمد بن مرسل، 2003، 51)

وهكذا فإن البحوث الوصفية لا تتمتع بمرونة البحوث الاستطلاعية، لأنه لو وصف أي شيء لا بد أن تكون المناهج المستخدمة مخططة بعناية. وذلك أن هدف البحوث الوصفية هو الوصول إلى معلومات مقبولة من طرف مجموعة من الباحثين، لذلك يجب أن يتضمن مخطط البحث احتياطات أكثر لمواجهة الأفكار المسبقة التي لا تتطلبها البحوث الاستطلاعية. (لارامي، ب.فالي، 2009، 239-240)

وفي البحوث الإعلامية تستخدم البحوث الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن للأفراد والجماعات، ووصف الاتجاهات، والدوافع والحاجات واستخدامات وسائل الإعلام، والتفضيل والاهتمام، وكذلك وصف النظم والمؤسسات الإعلامية، والوقائع والأحداث، ثم وصف وتفسير العلاقات المتبادلة بين هذه العناصر وبعضها في إطار علاقات فرضية يمكن اختبارها. وتتسم هذه البحوث بالآتي:

- وصف الظاهرة وعناصرها وعلاقاتها في وضعها الراهن.
- هدف الوصف يتعدى الوصف المجرد للظاهرة وحركتها وعناصرها، ولكن يمتد ليشمل وصف العلاقات والتأثيرات المتبادلة والوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها، للوقوف على الأسباب والمقدمات في علاقاتها بالنتائج وهذا هو جوهر عملية التشخيص الذي يشير بالتالي إلى أنسب الحلول للمشكلات الخاصة بالظاهرة نفسها أو علاقاتها.
- هذه البحوث وإن كانت تهتم في معظم إجراءاتها المنهجية بعملية جمع البيانات وتسجيلها، إلا أن ذلك لا يمثل الهدف الأساسي حيث يجب أن تكتمل البحوث الوصفية بأهداف التحليل والتفسير المقارن.
- لا تعتمد هذه البحوث على الأساليب الكمية فقط ولكنها تعتمد أيضا على الأساليب الكيفية، وإن كانت الصدارة دائما للأساليب الكمية والتحليل الإحصائي في تفسير البيانات. (محمد عبد الحميد، 2004، 13)

إن الهدف العلمي للأبحاث الوصفية هو تصويري للواقع المدروس. ومن ذلك فهي لا تستخدم الفرضيات في تحقيق نتائجها النهائية، لكونها ليست أبحاثا تفسيرية للعلاقات السائدة بين المتغيرات، بل تستخدم التساؤلات حتى يتمكن الباحث من الحفاظ على التطوير السليم لمسارات البحث وفق ما يستجيب لأهدافه النهائية، من خلال الارتباط دائما بما يتطلبه التساؤل من إجابة على مستوى كل محور من محاور الدراسة. ومن هنا كان منهج المسح والأساليب الكمية هي الأدوات التحليلية الأكثر ملاءمة للاستجابة لهذا النوع من الأبحاث، لكونها أدوات تعتمد على المسح الدقيق للمعطيات والتعبير عن النتائج بطرق خاصة، تستند فيها إلى وحدات القياس الكمي التي يتم فيها تسجيل المعطيات، وعدها في مرحلة أولى، ثم اعتماد الطرق الإحصائية في تبويبها وجدولتها وتحليلها، لاستخراج المؤشرات التي تحتويها في مرحلة ثانية.

وبما أن البحوث الوصفية تستخدم في التعرف على وسائل الإعلام وعلى ما تبثه من مضامين مختلفة على جماهيرها المتنوعة، فهي تعتمد إلى جانب منهج المسح على منهج دراسة العلاقات المتبادلة الذي يوظف في دراسة الحالة، أو في الدراسات السببية المقارنة (دراسة المواقف المختلفة ثم المقارنة بينها)، أو في الدراسات الارتباطية (تأكيد أو نفي ما إذا كانت هناك علاقات ارتباطية بين المتغيرات)، وعلى منهج الدراسات التطورية (وصف الوضع الراهن والتغيرات التي حدثت خلال فترة زمنية معينة). (أحمد بن مرسل، 2003، 52-53)

2-2-3- البحوث التجريبية:

يسمى البحث تجريبيا إذا كان يتضمن مواقف يكون فيها على الأقل متغير واحد يسمى بالمتغير التجريبي، ويتعامل الباحث مع هذا المتغير لبيان التغير الذي يحدث في المتغير التابع نتيجة المتغير التجريبي المسمى بالمستقل، ومن الممكن أن يكون لدى الباحث أكثر من متغير تجريبي واحد في تجربة واحدة. (محمد عبد العال النعيمي وآخرون، 2015، 35)

ويقوم البحث التجريبي على استخدام التجربة العلمية في دراسة الظاهرة ومتغيراتها، بحيث يمكن التحكم في هذه المتغيرات بدقة وعزل بعضها والسيطرة على ظروف إجراء التجربة، لذا يعرف بعضهم البحث التجريبي بأنه استخدام التجربة في إثبات الفروض.

ويعد البحث التجريبي أدق أنواع البحوث العلمية التي يمكن أن تجد أثر العلاقة بين متغيرين أحدهما مستقل والآخر تابع من خلال التجربة، وهو أيضا النوع الوحيد من البحوث الذي يختبر الفروض عن علاقات السبب والنتيجة. (رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 46-47)

إن تحقيق أهداف الضبط المحكم للظواهر العلمية والتوقع يظل محدودا ويتسم بندرة البحوث التي تتناول هذه المجالات، نظرا لصعوبة الضبط والتجريب نتيجة تعقد الظاهرة الإعلامية وتركيبها، وتعدد ارتباطاتها بالإضافة إلى خصائص عناصرها، وبصفة خاصة جمهور المتلقين الذي يتسم بالضخامة والتشتت والانتشار وعدم التجانس، وصعوبة تطبيق آليات التجريب على الأفراد في الظروف المعملية، لأن الإنسان حر متغير بطبيعته، يصعب التجريب المباشر للتأثير على سلوكه وعزل التأثيرات الاجتماعية الأخرى. (محمد عبد الحميد، 2004، 12)

إن تصميم أبحاث العلاقات السببية يتطلب دقة علمية متناهية، من حيث تحديد الإشكالية بصورة دقيقة واضحة، كما تتطلب اعتماد خطة علمية واضحة، يتمكن الباحث من خلالها من البرهنة بصورة جلية على ما اقترحه من فرضيات في البداية، مدعما جهده بتقديم البيانات والحقائق اللازمة بأسلوب تحليلي واضح مقنع وغير متناقض الطرح. (أحمد بن مرسل، 2003، 55)

فالبحوث التجريبية تسعى إلى تحقيق ثلاث وظائف:

- 1- البرهنة على وجود علاقة وظيفية بين المتغيرات المدروسة.
- 2- التحكم بشكل آلي في متغيرات الدراسة.
- 3- تسمح بتوقع الأحداث في الموقف التجريبي. (الرامي، ب.فالي، 2009، 275)

ويستخدم على مستوى أبحاث اختبار العلاقات السببية العديد من المناهج العلمية مثل المنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة والمنهج التتبعي، إلا أنها تعتمد بصورة أساسية على المنهج التجريبي نظرا لما يوفره من إجراءات تمكن الباحث من التحكم الدقيق في المتغيرات المؤثرة في الظاهرة وضبطها وفق متطلبات الدراسة. (أحمد بن مرسل، 2003، 56)

2-2-4- البحوث التاريخية:

تجرى البحوث التاريخية بهدف دراسة الأحداث الماضية للوصول إلى استنتاجات تتعلق بمعرفة أسبابها وآثارها، كما تفيد البحوث التاريخية في دراسة اتجاهات أحداث ماضية للوصول إلى شرح مناسب لأحداث حاضرة والتنبؤ بأحداث المستقبل. وهي بحوث تكون أدوات جمع المعلومات فيها معتمدة على المصادر والوثائق المطبوعة وغير المطبوعة، وكذلك المواد السمعية البصرية، وما شابه ذلك من مصادر المعلومات المجمع والمنظمة. (حسن عبد الله باشيوه وآخرون، 2010، 44)

ويهتم البحث التاريخي بدراسة الأحداث والمواقف الماضية وفهمها وتحليلها وتفسيرها على أسس منهجية وعلمية دقيقة، وصولا إلى نتائج تتعلق بأسباب هذه الأحداث وآثارها واتجاهاتها، مما يساعد في فهم الماضي، وتفسير الأحداث الحاضرة، وتوقع الأحداث المقبلة؛ فباختصار يحاول البحث التاريخي دراسة الماضي لفهم الحاضر والتنبؤ بالمستقبل. (ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 45)

وحتى في البحوث غير التاريخية يعتبر المنهج التاريخي مكملا للمناهج الأخرى في بعض الأبحاث التي تعتمد على تحليل مضمون الصحف أو المجلات أو البرامج الإذاعية والتلفزيونية، حيث يقوم الباحث بتحليل تلك المواد والحصول على بيانات وحقائق تساعده في التوصل إلى نتائج يمكن تعميمها. (محمود حسن إسماعيل، 2011، 114)

ومن الضروري أن تستخدم البحوث التاريخية في أبحاث الإعلام والاتصال، لأنه هناك مواضيع واشكاليات بحثية تعتمد اعتمادا رئيسيا عليها كالدراسات التطورية التي تتجاوز مجرد عملية وصف

الوضع الحالي للظاهرة، إلى وصف التغيرات التي حدثت خلال فترة زمنية معينة نتيجة لمرور الزمن، وهي مهمة لأنها تقود إلى تفسير ظاهرة أو ظواهر حالية، بل ربما تؤدي البحوث التاريخية إلى أبعد من ذلك في فتح آفاق أخرى لبحوث جديدة، كتلك المتعلقة بتطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال. (مي العبد الله، 2011، 171)

ومن خلال ما سبق، قسمت هذه الدراسة البحوث الإعلامية إلى: بحوث استكشافية، بحوث وصفية، بحوث تجريبية، وأخيرا بحوث استشرافية.

2-2-5- البحوث الإعلامية في المجلة الجزائرية للاتصال

اعتمد الباحثون في المجلة الجزائرية للاتصال أنواعا مختلفة من البحوث الإعلامية، كما تبين الجداول التالية:

-جدول رقم (12) يبين توزيع فئة نوع البحث -

نوع البحث	التكرار	النسبة
نظري	230	81.27
تطبيقي	53	18.73
المجموع	283	100

يوضح الجدول المبين أعلاه أن البحوث المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال هي بحوث نظرية بنسبة 81.27%، أما البحوث الميدانية فلا تمثل سوى 18.73% من البحوث المنشورة. فالأولى هي غالبا ما تكون في شكل مقالات تشخيصية للواقع الإعلامي الجزائري أو العربي وحتى الدولي، في أشكاله المختلفة المقروءة أو المسموعة أو المنطوقة. أما الثانية فهي أيضا متنوعة، وتتراوح غالبا بين بحوث الرسالة أو الجمهور أو الأثر. وحسب بعض رؤساء التحرير فإن اختيارهم للمقالات المنشورة لا يخضع لمعيار ما إذا كانت البحوث نظرية أو ميدانية تطبيقية، رغم الفائدة التي يمكن أن تعود من هذه الأخيرة، ذلك أنها تستخدم مناهجا وأدوات علمية من شأنها أن تقدم نتائج علمية دقيقة، يمكن الاعتماد عليها في شتى المجالات. وهو الأمر الذي يثمنه الأستاذ "رضوان بوجمعة" رئيس تحرير سابق، بأن

البحوث الامبريقية أحسن عندما تكون منجزة وفق معايير منهجية وعلمية واضحة.¹ أما البروفيسور "شاوش رمضان زوبير" فيشير أنه أثناء رئاسته تحرير المجلة لم يطرح موضوع تفضيل أي نوع من البحوث، وأن البحوث النظرية قد وجدت طريقها للنشر أكثر على حساب البحوث الإمبريقية.² أما البروفيسور "أحمد حمدي" بصفته مديرا سابقا للنشر، فيرى بأنه لكل مكانه وميدانه سواء كان البحث ميدانيا أو نظريا، بل وقد تكون طبيعة البحث وموضوعه هي التي تفرض نوعه.³

-جدول رقم (13) يبين توزيع فئة نوع البحوث النظرية-

نوع البحث	التكرار	النسبة
مقالات التحاليل المهمة	117	50.87
مقالات التحليل المفاهيمي	21	9.13
المقالات المعرفية	30	13.04
المقالات القانونية	14	6.09
مقالات التطوير المنهجي	11	4.78
مقالات مترجمة	18	7.83
مقالات تقديم كتب	06	2.61
أخرى	13	5.65
المجموع	230	100

يبين الجدول الذي يتناول طبيعة البحوث النظرية الواردة - في شكل مقالات- في المجلة الجزائرية للاتصال أن مقالات التحاليل المهمة كانت نسبتها 50.87٪، ذلك أن معظم الكتاب في مقالاتهم يركزون على التطرق للمشكلات والقضايا المطروحة في عالم الاتصال، ببعديه الوطني والدولي أو العالمي. كالمشكلات التي يطرحها البث الفضائي الواسع عبر الأقمار الصناعية، ومدى تأثير الجمهور به والمخاطر التي يمكن أن يشكلها على فئات المجتمع المختلفة، وخاصة فئة الأطفال. أو المشاكل الناجمة عن إخلال وسائل الإعلام بأدائها لوظائفها كما يجب، وما يتعلق بأدائها للخدمة العمومية، وغيرها من المشاكل المطروحة في عالم الاتصال. أما المقالات المعرفية فقد كانت نسبتها 13.04٪، وهي غالبا ما توسع المعارف حول موضوع ما وتطرح آخر تطوراتها، كالتعريف ببعض

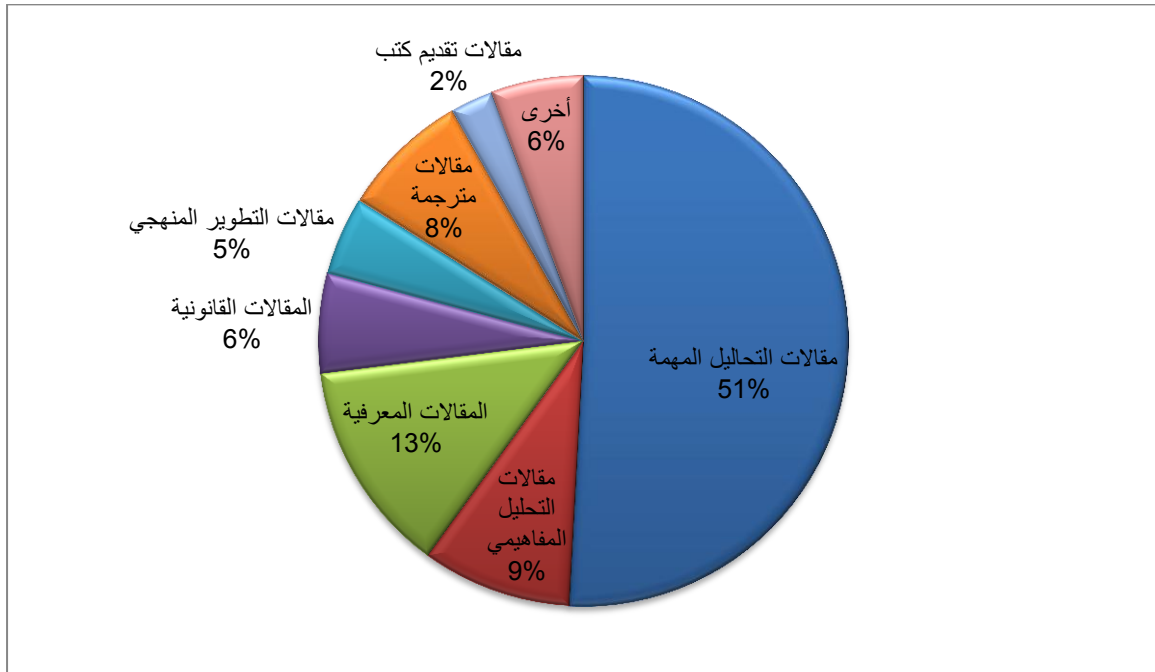
¹ مقابلة إلكترونية مع البروفيسور "رضوان بوجمعة"، 13 ماي 2017.

² مقابلة إلكترونية مع البروفيسور "زوبير رمضان شاوش"، ماي 2017.

³ مقابلة إلكترونية مع البروفيسور "أحمد حمدي"، 16 ماي 2017.

النظريات ومناقشة مدى ملاءمتها للبحث في موضوع محدد كإعلام الإلكتروني مثلا. هذا، وقد سجلت مقالات التطوير المنهجي نسبة 4.78٪، وهي تتعلق عادة بالتعرض لأحد مناهج البحث في الاتصال أو إحدى أدوات جمع البيانات. بينما قدرت نسبة المقالات القانونية بـ 6.09٪، وهي مرتبطة أشد الارتباط بالمواضيع التي تعالج التشريعات الإعلامية، وكل ما لديه علاقة بالمراسيم والقوانين التي تحكم الممارسة الإعلامية. أما المقالات المترجمة والمقالات التي تقدم كتب فقد كانت نسبتها على التوالي 7.83٪ و 2.61٪، وهو ما يبين ضعف حركة الترجمة بالرغم من الفائدة التي يمكن أن يقدمها نشر مثل هذه المقالات من نشر للمعرفة وتبادل للأفكار والخبرات بين الباحثين في حقل الاتصال. أما آخر نسبة والمقدرة بـ 2.61٪، فتمثل تلك المتعلقة بالمقالات التي تقدم الكتب وهي تعكس ضعف حركة النشر عامة في هذا التخصص، فقلما نجد في الأعداد المنشورة تقديم كتب تحاكي التخصص وتعالج مشكلاته خاصة في الجزائر.

وكما يبين الشكل التالي، فقد توزعت المقالات النظرية على هذا النحو:



-شكل رقم (02): توزيع المقالات النظرية-

- جدول رقم (14) يبين توزيع فئة نوع البحوث الميدانية -

النسبة	التكرار	نوع البحوث
64.15	34	كمية
26.41	14	كيفية
9.43	05	مختلطة
100	53	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن نسبة كبيرة من البحوث الميدانية أو الإمبريقية - على قلتها- المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال هي بحوث كمية، وهو ما تعكسه نسبة 64.15%. وهذه البحوث تستخدم مناهج وأدوات جمع بيانات كمية محضى. أما البحوث الكيفية فقد بلغت نسبتها 26.41%، وهي عادة ما تستخدم أيضا أحد مناهج البحث الكيفي، أو إحدى أدواته، ولكنها تفتقر غالبا إلى خطوات بناء وإعداد البحوث الكيفية. أما البحوث التي تجمع بين الكم والكيف، والمعروفة بالبحوث المختلطة فقد جاءت بنسبة 9.43% من مجموع البحوث الميدانية المنشورة.

- جدول رقم (15) يبين توزيع فئة نوع البحوث الميدانية -

النسبة	التكرار	نوع البحوث
3.77	02	استكشافية
88.68	47	وصفية
1.89	01	تجريبية
5.66	03	استشراافية
100	53	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن البحوث الوصفية كانت أكثر أنواع البحوث الميدانية استخداما، وذلك بنسبة 88.68%. والبحاث الوصفية عموما هي أكثر البحوث الإعلامية شيوعا والأكثر استخداما، وذلك لمناسبتها للدراسات الآنية، ووضوح خطواتها رغم الدقة التي تتميز بها. أما البحوث الاستكشافية فقد بلغت نسبتها 3.77%؛ ذلك أنه قلما يتم اللجوء إليها، إلا في حالة عدم توفر أرضية معرفية كافية حول موضوع معين، ولا تكون إلا مرافقة لنوع آخر من البحوث التي غالبا ما تكون البحوث الوصفية. أما البحوث الاستشراافية، والتي تعالج قضايا تخص المستقبل في موضوع ما، فلم تستعمل في المجلة

الجزائرية للاتصال إلا بنسبة 5.66٪، وذلك إما لعدم التحكم في إجراءاتها المنهجية، أو لعدم وضوح أهميتها ووزنها لدى الباحثين في التنبؤ بمستقبل ومشكلات الاتصال في جوانبه المختلفة. فيما بلغت نسبة البحوث التجريبية 1.89٪، بمعدل بحث واحد خلال 24 عدد نشر للمجلة، وهو بحث مصري وليس جزائري. ويعود السبب في ذلك لصعوبة إجراءاتها، وخاصة ما يتعلق بالتحكم في متغيرات الدراسة، لتعاملها مع السلوك الإنساني المتغير وغير الثابت. بالإضافة إلى أن جمهور وسائل الإعلام هو جمهور واسع مشتت غير واضح الصفات والمعالم، خاصة الآن في ظل اتساع استخدام الإنترنت والاتصال الرقمي، مما يخلق صعوبات أكبر في الاعتماد عليها.

الفصل الثالث: نظريات علوم الإعلام والاتصال

3-1- نظريات الصحافة

3-1-1- نظرية السلطة/ السلطوية

3-1-2- نظرية الحرية/ الليبرالية

3-1-3- النظرية الاشتراكية/ السوفييتية

3-1-4- نظرية المسؤولية الاجتماعية

3-1-5- النظرية التنموية

3-1-6- نظرية المشاركة الديمقراطية

3-2- النظريات النقدية

3-2-1- النظرية النقدية الكلاسيكية

3-2-2- الإقتصاد السياسي

3-2-3- النظريات الثقافية

3-3- نظريات التأثير

3-3-1- نظريات التأثير القوي

3-3-2- نظريات التأثير المعتدل

3-3-3- نظريات التعلم

3-3-4- نظريات نشوء المجتمع الجماهيري

3-3-5- نظريات أخرى

3-4- النظريات الكلاسيكية

3-4-1- النظرية الوظيفية

3-4-2- النظرية السلوكية

3-4-3- نظرية التفاعلية الرمزية

إنه لمن الصعوبة بما كان تصنيف نظريات الاتصال، ذلك أن كل واحدة من هذه النظريات تختص بتفسير وشرح جانب أو زاوية من زوايا العملية الاتصال، وبشكل خاص تأثير وسائل الاتصال الجماهيري على المتلقي أو الجمهور.

ولكن عموماً يقترح بعض الباحثين تصنيف نظريات الاتصال حسب مجموعة الظواهر الاتصالية التي تقوم عليها كآلاتي:

- 1- إذا كان بإمكان نظرية (أ) تقديم وصف كامل للظواهر التي تصفها النظرية (ب)، فإن النظرية (أ) تحل محل النظرية (ب).
- 2- إذا كان بإمكان النظرية (أ) تقديم وصف كامل للظواهر التي تصفها النظرية (ب)، وأيضاً الظواهر التي لم تتمكن النظرية (ب) من وصفها، فإن النظرية (أ) تستوعب النظرية (ب).
- 3- إذا كان بإمكان النظرية (أ) تقديم وصف كامل للظواهر التي تصفها النظرية (ب) بعدد أقل من المسلمات، فإن النظرية (ب) يمكن أن تلخص إلى النظرية (أ).
- 4- إذا كان بإمكان النظرية (أ) وصف (على الأقل جزء من) الظواهر الموصوفة من طرف النظرية (ب) بتباين أكثر، فإن النظرية (أ) تعتبر تخصيصاً للنظرية (ب).
- 5- إذا كان بإمكان النظرية (أ) تقديم مسلمات لظواهر موصوفة في النظرية (ب)، والتي بإمكانها تقديم وصف كامل للظواهر ذاتها الموصوفة في النظرية (ب) أو حتى (ج)، فإن النظرية (أ) تعتبر أساساً للنظرية (ب)، التي تعتبر نموذجاً للنظرية (أ).

وإنطلاقاً مما سبق فقد حاولت هذه الدراسة تصنيف نظريات الاتصال كآلاتي:

3-1- نظريات الصحافة

إن نظريات الصحافة ما هي إلا توصيف للنظم الإعلامية في العالم على نحو ما جاء في كتاب "نظريات الصحافة الأربع" لـ"بيترسون وشرام وسييرت". وترتبط هذه النظريات بالسياسات الإعلامية في المجتمع، من حيث مدى التحكم في الوسيلة من الناحية السياسية، وفرض الرقابة عليها وعلى المضمون الذي ينشر أو يذاع من خلالها. فهل تسيطر عليها الحكومة، أم لها مطلق الحرية أم تحددها بعض القوانين. (فواز منصور الحكيم، 2011، 139)

في عام 1956، ومن خلال كتاب "سيبرت، بيترسون وشرام" Siebert, Peterson et Schramm شاع الحديث عن أربع نظريات هي:

- النظرية السلطوية: الصحافة تقيد حرية وسائل الإعلام لحماية النظام الاجتماعي المعمول به.
- النظرية السوفيتية: تلعب الصحافة دور المحرّض، الدعاية والتوجيه في خدمة الشيوعية.
- النظرية الليبرالية: حرية التعبير والمبادرة.
- نظرية الصحافة المسؤولة (المسؤولية الاجتماعية).

وفي منتصف الثمانينيات من القرن الماضي، أضاف إليها عالم الاجتماع البريطاني "ماك كوايل" نظريتين، هما: **النظرية التنموية ونظرية الديمقراطية-التشاركية**، والتي هي في الحقيقة شبيهة بالنموذج الديمقراطي الذي تكلم عنه في العشرينتين السابقتين كل من "وليامس" و"كرّان".

وفي مطلع الألفية الثالثة، حاول كل من "هالن ومانشيني" (Hallin & Mancini) تجديد نظريات الصحافة مقترحين ثلاثة نماذج مثالية للعلاقة بين وسائل الإعلام والسياسة في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية، مع تأكيد ظرفيتها والدعوة إلى تحديد نماذج أخرى تبعا لمناطق جغرافية غير غربية. ويعتبر عملهما محاولة تجديدية لنظريات الصحافة الأربع من خلال القيام بدراسة وصفية إمبريقية لواقع أنظمة وسائل الإعلام في الغرب، مكنتهما من استعمال أربعة أبعاد قياسية لتحديد ثلاثة نماذج إعلامية: الأسواق الوطنية لوسائل الإعلام (خاصة المكتوبة منها)، مدى عكس أنظمة وسائل الإعلام للانقسامات السياسية (التوازي السياسي)، درجة تطور المهنة الصحافية (الاحترافية) ودرجة وطبيعة تدخل الدولة في نظام وسائل الإعلام. وتبعا لهذه الأبعاد المعيارية الأربعة حدد الكاتبان ثلاثة نماذج إعلامية في العالم الغربي: **النموذج المتوسطي أو التعددي الاستقطابي Polarized Pluralist** (تندمج فيه وسائل الإعلام في الأحزاب السياسية مع تدخل قوي للدولة)، نموذج شمال ووسط أوروبا أو **النموذج التشاركي الديمقراطي Demo. Corporatis** (يعتمد التعايش بين البعدين التجاري والاجتماعي مع محدودية تدخل الدولة، وهو يسود في شمال أوروبا والدول الأسكندنافية)، ونموذج شمال الأطلسي أو **النموذج الليبرالي** (يعتمد على آليات السوق وهو مهيم في بريطانيا وأمريكا الشمالية). (فضيل دليو، 2015)

وعموما تتطرق هذه الدراسة إلى نظريات الصحافة المعروفة، والأكثر شيوعا والتي تتمثل في:

3-1-1- نظرية السلطة/ السلطوية

ظهرت هذه النظرية في إنجلترا في القرن الـ16، وتعتمد على نظريات "أفلاطون ومكيافيلي"، وترى أن الشعب غير جدير بأن يتحمل المسؤولية أو زمام السلطة، فهي ملك للحاكم أو السلطة التي يشكلها.

وتعمل هذه النظرية على الدفاع عن السلطة، حيث تقوم الحكومة بمراقبة ما يتم نشره، كما يحظر على وسائل الإعلام نقد السلطة الحاكمة والوزراء وموظفي الحكومة. وعلى الرغم من السماح للقطاع الخاص بإصدار المجالات إلا أنه ينبغي أن تظل وسائل الإعلام خاضعة للسلطة الحاكمة. (مي العبد الله، 2011، 85)

ومن هذا المنطلق ووفقا لهذه النظرية، فإن السلطة الحاكمة تقوم على إدارة الإعلام لمصلحة الشعب، وكما يقدرها فرد واحد (الحاكم) أو فئة حاكمة. كما أنه وبموجب هذه النظرية فإن هناك تبريرات للقرارات التي تصدرها السلطة، وعلى هذا الأساس يتم احتكار وسائل الإعلام، وإلغاء دور الإعلام في التطور الاجتماعي ومتابعة المشاكل التي يطرحها الواقع، وكذلك الحلول التي تراها لهذه المشاكل وفق مصلحة الشعب والمجتمع. (عامر إبراهيم قندلجي، 2013، 80)

ومن الأفكار الهامة في هذه النظرية أن الشخص الذي يعمل في الصحافة أو وسائل الإعلام الجماهيرية، يعمل بها كامتياز منحه إياه الزعيم الوطني، ويتعين أن يكون ملتزما أمام الحكومة والزعامة الوطنية. (مي العبد الله، 2011، 86)

3-1-2- نظرية الحرية/ الليبرالية

ظهرت هذه النظرية في بريطانيا عام 1688، ثم انتشرت في أوروبا وأمريكا. وترى أن الفرد يجب أن يكون حرا في نشر ما يعتقد أنه صحيح عبر وسائل الإعلام، وترفض الرقابة أو مصادرة الفكر.

ومن أهداف نظرية الحرية تحقيق أكبر قدر من الربح المادي من خلال الإعلان والترفيه والدعاية، لكن الهدف الأساسي لوجودها هو مراقبة الحكومة وأنشطتها المختلفة من أجل كشف العيوب والفساد وغيرها من الأمور، كما أنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن تمتلك الحكومة وسائل الإعلام.

أما كيفية إشراف وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية فيتم من خلال عملية التصحيح الذاتي للحقيقة في سوق حرة بواسطة المحاكمة.

وتدعو هذه النظرية إلى فتح المجال لتداول المعلومات بين الناس بدون قيود من خلال جمع ونشر وإذاعة هذه المعلومات عبر وسائل الإعلام والاتصال كحق مشروع للجميع. (مي العبد الله، 2011، 86)

فقد عملت هذه النظرية على إلغاء القيود المفروضة على الإعلام وعلى العمليات الاتصالية المرافقة له، وذلك بهدف ضمان رقابة الرأي العام على الحكومة. ولكن هذه النظرية من جانب آخر لم تحدد للناس ماذا يفعلون بالحرية الإعلامية، مما أدى إلى ظهور عدد من المعوقات والسلبيات عند التطبيق، والتي من أهمها:

- تحول أجهزة الإعلام إلى مؤسسات رأسمالية، تهدف إلى الربح وتقيم نجاحاتها بقدر ما تقترب من احتكار القراء والمستمعين والمشاهدين.
- نقضي أجهزة الإعلام على غيرها في سوق المنافسة وتبذل قدرا كبيرا مما تنشره أو تذيعه لمجرد إغراء المتلقين، وتتوسل إلى ذلك بإغراء غرائزهم.
- توجه وسائل الإعلام وعي الناس عن المشكلات الحقيقية وتغرق انتباههم في مشكلات حياتية ووقتیة كثيرا ما تكون زائفة.
- تمنح وسائل الإعلام حق التلفيق والكذب أحيانا، بوسائل فنية وذكية متنوعة. لذا فحرية الرأي تستتر بحرية الكذب، وينتهي الأمر بأن تكون معرفة الناس بواقعهم الاجتماعي ومشكلاته تحت رحمة قلة من الأفراد. (عامر إبراهيم قندلجي، 2013، 83)

وقد تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات والانتقادات، حيث أصبحت وسائل الإعلام والاتصال - تحت شعار الحرية- تعرض الأخلاق العامة للخطر، وتقحم نفسها في حياة الأفراد الخاصة دون مبرر، وتبالغ في الأمور التافهة من أجل الإثارة وتسويق المادة الإعلامية الرخيصة.

كما أن الاتصال أصبح يحقق أهداف الأشخاص الذين يملكون المؤسسات على حساب مصالح المجتمع، وذلك من خلال توجيه الإعلام لأهداف سياسية أو إقتصادية، وكذلك من خلال تدخل المعلنين في السياسة التحريرية. وهنا يجب أن ندرك ان نظرية الحرية مطلوبة، لكن بشرط أن تكون

في إطار الذوق العام، وتحت المراقبة؛ فالحرية المطلقة تعني الفوضى وهذا يسيء إلى المجتمع ويمزقه.
(مي العبد الله، 2011، 86-87)

3-1-3- النظرية الاشتراكية/ السوفييتية

لقد وضع "ماركس وأنجلوس" الأفكار الرئيسية لهذه النظرية ، ووضع قواعد تطبيقها "لينين وستالين". ويمكن إيجازها في أن الطبقة العاملة هي التي تمتلك السلطة في أي مجتمع اشتراكي، وحتى تحتفظ هذه الطبقة بالسلطة والقوة فإنها لا بد ان تسيطر على وسائل الإنتاج الفكري التي يشكل الإعلام الجزء الأكبر منها، لهذا يجب أن تخضع وسائل الإعلام لسيطرة وكلاء لهذه الطبقة العاملة وهم في الأساس يمثلون الحزب الشيوعي. (مي العبد الله، 2011، 88)

ولقد حدد "لينين" - مفكر النظرية- اختصاصات الصحافة وأهدافها في الآتي:

- تأمين زيادة نجاح واستمرارية النظام الاشتراكي، وبوجه خاص دكتاتورية الحزب الشيوعي.
- لأعضاء الحزب الشيوعي والموالين، أكثر من الأعضاء الآخرين المعتدلين، حق استخدام وسائل وقنوات الاتصال.
- تخضع وسائل الإعلام للرقابة الصارمة.
- ينبغي أن تقدم وسائل الإعلام رؤية كاملة للمجتمع والعالم، طبقاً للمبادئ الشيوعية.
- إن الحزب الشيوعي هو الذي يحق له امتلاك وإدارة وسائل الإعلام من أجل تطويعها لخدمة الشيوعية والاشتراكية. (عامر إبراهيم القندلجي، 2013، 86-87)

إن المجتمعات الاشتراكية يفترض أنها مجتمعات لا طبقية، وبالتالي لا وجود لصراع الطبقات، لذلك لا ينبغي أن تنشأ وسائل الإعلام على أساس التعبير عن مصالح متعارضة حتى لا ينفذ الخلاف ويشكل خطورة على المجتمع. (مي العبد الله، 2011، 89)

واهتمت هذه النظرية أيضا بالربط بين العامل الإقتصادي والحرية الإعلامية، لكنها انتهت إلى شكل من أشكال نظرية السلطة؛ حيث أنها تقوم على إدارة المجتمع والهيمنة عليه ككل، وبالتالي توجيه وسائل الإعلام لما يسمونه بصالح الطبقة العاملة، وكما يقدره الحاكم أو فئة محدودة هي الحزب الشيوعي. (عامر إبراهيم القندلجي، 2013، 87)

3-1-4- نظرية المسؤولية الاجتماعية

بعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات، كان لابد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية. فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم هذه النظرية على مبدأ ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية. وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة، وذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، مما أدى إلى إساءة مفهوم الحرية. (مي العبد الله، 2011، 87)

فالتطور الفعلي لهذه النظرية ظهر بعد الحرب العالمية الثانية، وذلك بعد أن تم تشكيل لجنة متخصصة عرفت بلجنة "هنتشر" وضعت تقريراً محدداً حول الصحافة الحرة والمسؤولية. وأبرزت اللجنة دور الصحافة ووسائل الاتصال في تشكيل الثقافة القومية وصناعة الرأي العام وقيادته، ولذا طالبت اللجنة الحكومة الأمريكية بضرورة تعديل الدستور، لتعديل وتحديد المهام الوظيفية لوسائل الإعلام عموماً في المجتمع الحديث. وبالفعل تم تحديد عدد من المبادئ الأساسية التي تنطوي عليها مفاهيم المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام ومن أهمها:

- 1- ضرورة أن تلتزم وسائل الإعلام بالتزامات معينة اتجاه المجتمع.
- 2- ضرورة تحديد ميثاق العمل المهني ومسؤولياته وحدوده.
- 3- ضرورة الالتزام بالصدق والموضوعية والدقة والتوازن.
- 4- ضرورة اهتمام القائمين على وسائل الاتصال بمسؤولياتهم اتجاه المجتمع، واتجاه مؤسساتهم ومتطلبات السوق، وتحقيق التوازن بين هذه المسؤوليات. (عبد الله محمد عبد الرحمان، 2002، 173-174)

ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن تتولى تنظيم أمورها ذاتياً في إطار القانون والمؤسسات. ويجب أن تكون تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع منها مستويات أداء عليا. أما التدخل في شؤون وسائل الإعلام فيمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة

العامّة، أضف إلى ذلك فإنّ الإعلاميين في وسائل الإعلام يجب أن يكونوا مسؤولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية. (مي العبد الله، 2011، 88)

ومن ثمّ فلقد ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في إطار تحقيق نوع من التوازن والتوافق بين واجبات ومصالح كل من الأفراد والمجتمع، وذلك حسب تطور مفهوم الليبرالية. وقد ارتبط هذا الاهتمام بالتحليلات السوسيولوجية عند الرعيل الأول من علماء الاجتماع، كما ظهر أيضاً في تحليلات علماء البنائية الوظيفية. وبالطبع لقد انعكست هذه التحليلات على آراء العديد من المتخصصين في مجال الاتصال والإعلام، واهتمت هذه الدراسات بتحديد عدد من المسؤوليات مثل المسؤولية اتجاه المجتمع واتجاه المؤسسة الإعلامية، والسعي عموماً لتحقيق الوظائف العامة التي تتضمن الدور الفعال لوسائل الإعلام في المجتمع. (عبد الله محمد عبد الرحمان، 2002، 174)

وهكذا فإنّ هذه النظرية تهدف إلى تعزيز دور وسائل الإعلام لتحقيق الترفيه والحصول على الربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى. كما أنها تحظر على وسائل الإعلام التأثير السلبي على الأقليات في المجتمع، وتشجع القطاع الخاص على امتلاك هذه الأخيرة، رغم أنها تسمح للقطاعين العام والخاص بامتلاكها. (مي العبد الله، 2011، 88)

ورغم هذا فإنّ نظرية المسؤولية الاجتماعية لا تزال تواجه جدلاً مطولاً حول قضايا متعددة ترتبط بالمسؤوليات المتبادلة بين وسائل الإعلام والمجتمع، ومن أهمّ هذه القضايا الصراع حول المصالح، والتعامل مع مصادر الأخبار وصدقها، والدقة والعدالة والموضوعية، والخصومة والتعاون مع الحكومات وغيرها من القضايا. (عبد الله محمد عبد الرحمان، 2002، 174)

3-1-5- النظرية التنموية

نظراً لاختلاف ظروف دول العالم النامي التي ظهرت للوجود في منتصف القرن الماضي، والتي تختلف عن ظروف الدول المتقدمة من حيث الإمكانيات المادية والاجتماعية، كان لا بد لهذه الدول من نموذج إعلامي يختلف عن النظريات التقليدية، ويناسب الأوضاع القائمة في المجتمعات النامية. وبالتالي وفي الثمانينات من القرن الماضي ظهرت النظرية التنموية، والتي تقوم على الأفكار والآراء التي وردت في تقرير لجنة "ماك برايل" حول مشكلات الاتصال في العالم الثالث. فهذه النظرية تخرج عن نطاق بعدي الرقابة والحرية كأساس لتصنيف الأنظمة الإعلامية، فالمبادئ والأفكار التي تضمنتها

تعتبر مهمة ومفيدة لدول العالم النامي لأنها تعارض التبعية وسياسة الهيمنة الخارجية. (كامل خورشيد مراد، 2014، 253-254)

كما أن هذه المبادئ تعمل على تأكيد الهوية الوطنية والسيادة القومية والخصوصية الثقافية للمجتمعات، وعلى الرغم من أن هذه النظرية لا تسمح إلا بقدر قليل من الديمقراطية حسب الظروف السائدة، إلا أنها في نفس الوقت تفرض التعاون وتدعو إلى تضافر الجهود بين مختلف القطاعات لتحقيق الأهداف التنموية. (نفس المرجع، 254)

ولابد من الإشارة إلى أن النظرية التنموية تكتسب وجودها المستقل من نظريات الإعلام الأخرى، من اعترافها وقبولها للتنمية الشاملة والتغيير الاجتماعي. وعموما فإن أفكارها تتلخص في التالي:

- إن وسائل الإعلام يجب أن تقبل تنفيذ المهام التنموية بما يتفق مع السياسة الوطنية القائمة.
- إن حرية وسائل الإعلام ينبغي ان تخضع للقيود التي تفرضها الأولويات التنموية والاحتياجات الاقتصادية للمجتمع.
- يجب أن تعطي وسائل الإعلام أولوية للثقافة واللغة الوطنية في المحتوى الذي تقدمه.
- إن وسائل الإعلام مدعوة في إعطاء أولوية فيما تقدمه من أفكار ومعلومات لتلك الدول النامية الأخرى القريبة جغرافيا وسياسيا وثقافيا.
- إن الصحفيين والإعلاميين في وسائل الإعلام لهم الحرية في جمع وتوزيع المعلومات والأخبار.
- إن للدولة الحق في مراقبة وتنفيذ أنشطة وسائل الإعلام، واستخدام الرقابة خدمة للأهداف التنموية.
- لقد اهتمت هذه النظرية بربط الإعلام بالواقع، وبيان دور هذا الأخير في التحرر من التبعية وتأكيد الهوية القومية، والتأكيد على أهمية دور الدولة في العملية الإعلامية.
- إلا أن هذه النظرية وبحجة الأولويات التنموية للدول النامية، كانت قد مهدت الطريق للاستبداد الذي هو معوق كبير للتنمية ذاتها، كما أثبت واقع الحال في العديد من الدول النامية. (عامر إبراهيم قندلجي، 2013، 88-89)

3-1-6- نظرية المشاركة الديمقراطية

يعبر مصطلح "المشاركة الديمقراطية" عن معنى التحرر من نظام الأحزاب والنظام البرلماني الديمقراطي في المجتمعات الغربية، والذي أصبح مسيطرا على الساحة ومتجاهلا للأقليات والقوى الضعيفة في هذه المجتمعات. وتنطوي هذه النظرية على أفكار معادية لنظرية المجتمع الجماهيري، الذي يتسم بالتنظيم المعقد والمركزية الشديدة، والذي فشل في توفير فرص عاجلة للأفراد والأقليات في التعبير عن اهتماماتها ومشكلاتها. (فواز منصور الحكيم، 2011، 145)

لقد نشأت هذه النظرية كرد فعل ضد النظريات السابقة، وخاصة ضد الطابع التجاري ومبدأ الاحتكار، وكخطوة إيجابية نحو أشكال جديدة ومتطورة للمؤسسات الإعلامية، وكشكل أحدث من النظريات السابقة. وتعتبر هذه النظرية ضرورة لتشجيع الصحف ووسائل الإعلام الصغيرة على التواصل والتداخل مع وسائل الإعلام الكبيرة، لتمكين الأقليات والاتجاهات السياسية التي لا يمكنها التواصل عبر تلك الوسائل الكبيرة، أن تتواصل مع وسائل الإعلام الصغيرة التي تعبر عن آرائهم واتجاهاتهم وأفكارهم. (عبير الرحباني، 2013، 48-49)

ترى هذه النظرية أن نظرية الصحافة الحرة (نظرية الحرية) فاشلة بسبب خضوعها لاعتبارات السوق التي تجردها أو تفرغها من محتواها، كما ترى أن نظرية المسؤولية الاجتماعية غير ملائمة بسبب ارتباطها بمركزية الدولة. فمن منظور نظرية المشاركة الديمقراطية فإن التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام لم يمنع ظهور مؤسسات إعلامية تمارس سيطرتها من مراكز قوى في المجتمع، وفشلت في مهمتها وهي تلبية الاحتياجات الناشئة من الخبرة اليومية للمواطنين أو المتلقين لوسائل الإعلام والاتصال. (مي العبد الله، 2011، 120)

إن النقطة الأساسية في هذه النظرية تكمن في الاحتياجات والمصالح والآمال للجمهور الذي يستقبل وسائل الإعلام. وتركز النظرية على اختيار وتقديم المعلومات المناسبة وحق المواطن في استخدام وسائل الاتصال من أجل التفاعل والمشاركة على نطاق صغير في منطقتهم ومجتمعهم. وترفض هذه النظرية المركزية أو سيطرة الحكومة على وسائل الإعلام، ولكنها تشجع التعددية والمحلية والتفاعل بين المرسل والمستقبل والاتصال الأفقي الذي يشمل كل مسؤوليات المجتمع. ووسائل الإعلام التي تقوم في ظل هذه النظرية سوف تهتم أكثر بالحياة الاجتماعية وتخضع للسيطرة المباشرة من

جمهورها، وتقدم فرصا للمشاركة على أسس يحددها الجمهور بدلا من المسيطرين عليها. . (فواز منصور الحكيم، 2011، 145)

وتتلخص الأفكار الأساسية لهذه النظرية في النقاط التالية:

- إن للمواطن والجماعات حق الوصول إلى وسائل الإعلام واستخدامها، ولهم الحق كذلك في أن تخدمهم وسائل الإعلام طبقا للاحتياجات التي يحددها.
- إن تنظيم وسائل الإعلام ومحتواها لا ينبغي أن يكون خاضعا للسيطرة المركزية القومية.
- إن سبب وجود وسائل الإعلام أصلا هو لخدمة جمهورها، وليس من أجل المنظمات التي تصدرها هذه الوسائل، أو المهنيين العاملين بوسائل الإعلام.
- إن الجماعات والمنظمات والتجمعات المحلية ينبغي أن يكون لها وسائلها الإعلامية.
- إن وسائل الإعلام صغيرة الحجم والتي تتسم بالتفاعل والمشاركة أفضل من وسائل الإعلام المهنية الضخمة التي ينساب مضمونها في اتجاه واحد.
- إن الاتصال أهم من ان يترك للإعلاميين أو الصحفيين. (فواز منصور الحكيم، 2011، 146)

3-1-7- نظريات الصحافة في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد استخدمت نظريات الصحافة المختلفة من قبل الكتاب والباحثين في المجلة الجزائرية للاتصال كالتالي:

-جدول رقم (16) يبين توزيع نظريات الصحافة-

النسبة	التكرار	النظرية
5.88	04	السلطة
47.05	32	الحرية
26.47	18	المسؤولية الاجتماعية
5.88	04	الاشتراكية
00	00	المشاركة الديمقراطية
4.41	03	التنموية
10.29	07	أخرى
100	68	المجموع

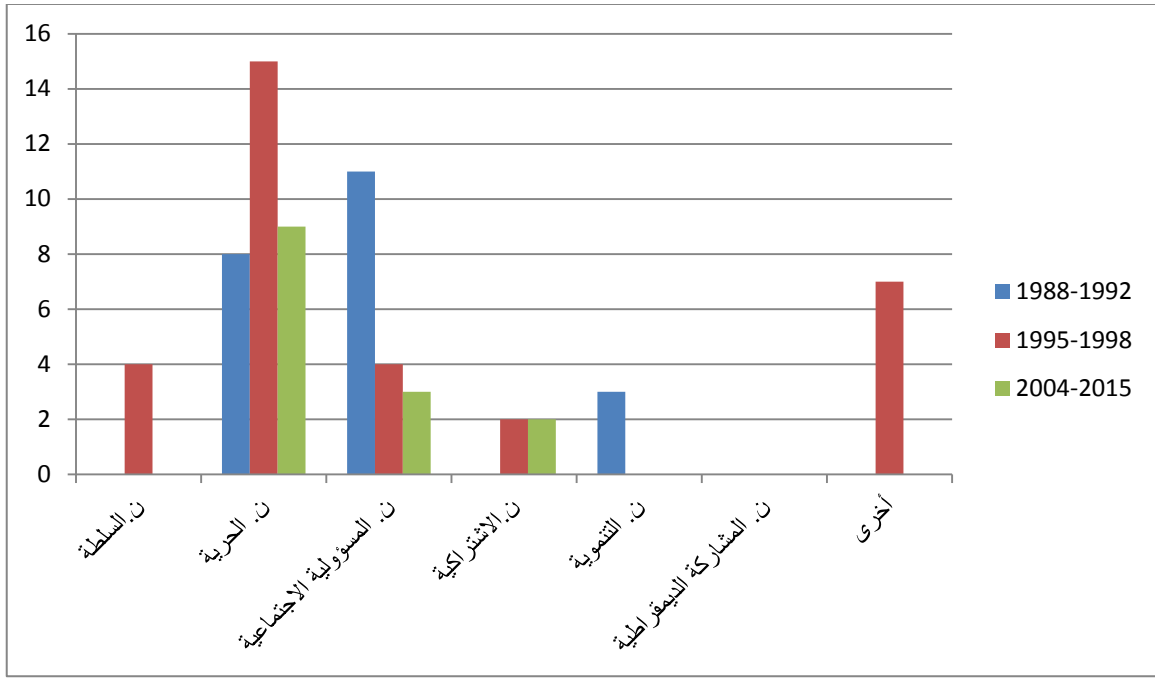
يبين الجدول ان هناك استعمالا متفاوتا لنظريات الصحافة في المجلة الجزائرية للاتصال، تتصدره نظرية الحرية بنسبة 47.05٪، ونظرية المسؤولية الاجتماعية بنسبة 26.47٪. وقد تم التطرق إليهما في الدراسات النظرية والتطبيقية، ذلك أن هاتين النظريتين تشرعان أو تفسران كيفية قيام وسائل الإعلام بوظائفها وأدوارها في المجتمع، في ظل احترام حرية الرأي والتعبير، وكذا المسؤولية التي تتحملها هذه الوسائل اتجاه المجتمع. أما نظرية السلطة أو النظرية السلطوية كما تعرف أيضا، والنظرية الاشتراكية أو السوفيتية فقد استعملتا بنسبة 5.88٪، ذلك أنهما عادة ما يتم التعرض لهما بالنقد، أكثر من الاستشهاد بهما، لما تحملانه من أفكار لا تخدم ممارسة العمل الإعلامي بحرية، خاصة في ظل الانفتاح الذي شهدته الصحافة المكتوبة في الجزائر بعد انتقالها من الهيمنة الأحادية إلى التعددية السياسية. هذا وقد تم التطرق إلى بعض نظريات الصحافة الأخرى غير الأربعة المعروفة بنسبة 10.29٪، ولم ترد نظرية المشاركة الديمقراطية ولو مرة.

-جدول رقم (17) يبين توزيع فئة الزمن على نظريات الصحافة-

النظرية الفترة	ن.السلطة		ن. الحرية		ن. المسؤولية الاجتماعية		ن.الاشتراكية		ن. التنمية		ن. المشاركة الديمقراطية		أخرى	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
-1988 1992			25.00	08	61.11	11			100	03				
-1995 1998	100	04	46.87	15	22.22	04	50	02					100	07
-2004 2015			28.13	09	16.67	03	50	02						
المجموع	100	04	100	32	100	18	100	04	100	03	100	00	100	07

حسب النسب الواردة في الجدول فقد عرفت بعض نظريات الصحافة تطورا خلال الفترات الزمنية المختلفة التي مرت بها المجلة الجزائرية للاتصال، بينما لم يتطور استخدام أخرى. فقد استعملت النظرية التنموية خلال الفترة الممتدة من 1988 إلى 1992، بينما استعملت نظرية السلطة خلال الفترة التي تليها من 1995 إلى 1998، ولم تظهر النظريتين فيما بعد خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015. وربما يعود السبب في ذلك إلى عدم صلاحية النظريتين في تفسير قضايا الاتصال الراهنة، ذلك أنهما استخدمتا سابقا خاصة خلال الفترة التي واكبت تطور الصحافة المكتوبة في الجزائر. أما نظرية الحرية ونظرية المسؤولية الاجتماعية فقد مر استخدامهما بالمجلة الجزائرية للاتصال بتطورات مختلفة؛ حيث عرفت الأولى أعلى نسبة استخدام قدرت بـ 46.87% خلال 1995 إلى 1998، أما الثانية فسجلت أعلى نسبة من 1988 إلى 1992 و قدرت بـ 61.11%، وهما الفترتان اللتان عرفتا تطورات عميقة في مسار الصحافة المكتوبة الجزائرية، وفي ظهور قوانين الإعلام كقانون 1990 وقبله قانون 1986، خاصة إذا علمنا أن هاتين النظريتين استخدمتا بشكل كبير في المواضيع المتعلقة بالتشريعات الإعلامية. كما بقي الاعتماد على هاتين النظريتين مستمرا خلال 2004 إلى 2015 للحاجة إليهما في تفسير وحل بعض المشكلات الاتصالية.

ويبين الشكل التالي التطورات المختلفة التي مرت بها نظريات الصحافة:



- شكل رقم (03): تطور استخدام نظريات الصحافة -

- جدول رقم (18) يبين توزيع نظريات الصحافة حسب مجال البحث -

النظرية	ن. السلطة		ن. الحرية		ن. المسؤولية الاجتماعية		ن. الاشتراكية		ن. التنمية		ن. المشاركة الديمقراطية		ن. أخرى	مجال البحث
	النظريات	النظريات	النظريات	النظريات	النظريات	النظريات	النظريات	النظريات	النظريات	النظريات	النظريات	النظريات		
إذاعة			01	2.94					02	28.57				إعلام
تلفزيون		02	08	23.53	12	66.67			02	28.57		01	14.29	
صحافة			02	5.88					02	28.57				
إعلام إلكتروني وتكنولوجيات														اتصال
مسرح														
كتاب														
سينما														
علاقات عامة														اتصال
إعلان														
تكوين أكاديمي														
تشريعات إعلامية		02	20	58.82	05	27.78	03	75.00						
أخرى		02	03	08.23	01	5.55	01	25.00	01	14.29			06	85.71
المجموع		06	34	100	18	100	04	100	07	100			07	100

يوضح الجدول أن أغلب نظريات الصحافة وردت في المواضيع الخاصة بـ "التشريعات الإعلامية" وهو ما تعكسه النسب الموضحة في الجدول. حيث جاء استخدام كل من نظرية السلطة بنسبة 33.33٪، ونظرية الحرية بنسبة 58.82٪، والنظرية الاشتراكية بنسبة 75.00٪. ذلك أن هذه النظريات تمثل أرضية لسن القوانين والمراسيم التي تحكم العمل الإعلامي، وقد تم التطرق إليها في المجلة تحديدا في هذه المواضيع لتبيان مواطن القوة والضعف في قوانين الإعلام المختلفة التي تم سنها في الجزائر عبر حقبة زمنية مختلفة، ومناقشة مدى ملاءمتها لحفظ الحريات، وممارسة العمل الإعلامي على أوجهه الصحيحة، ومن ثم عقد المقارنات بين هذه النظريات وأبها الأمتل في ذلك. أما نظرية السلطة فقد بلغت نسبة استخدامها 33.33٪ في كل من مجال التلفزيون وموضوعات أخرى، وهي خاصة المواضيع الأكاديمية النظرية التي يتم التطرق فيها لهذه النظريات بعينها، أو مواضيع أخرى يستشهد فيها بها أي النظريات كالمواضيع المتعلقة بالسياسة الإعلامية. أما النظرية التنموية فقد توزع استخدامها على كل من مجال الإذاعة والتلفزيون والصحافة بنسب متساوية بلغت 28.57٪، وذلك لارتباط هذه الوسائل بوظائف تنموية في المجتمع.

-جدول رقم (19) يبين توزيع نظريات الصحافة حسب عناصر العملية الاتصالية-

النظرية	ن. السلطة		ن. الحرية		ن. المسؤولية الاجتماعية		ن. الاشتراكية		ن. التنموية		ن. المشاركة الديمقراطية		أخرى	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
العنصر														
القائم بالاتصال														
الرسالة	50	02	12.5	04	5.56	01								
الوسيلة			18.75	06	55.55	10			66.67	02				
المتلقي	50	02	6.25	02	5.56	01								
الأثر														
أخرى			68.75	22	33.33	06	100	04	33.33	01			100	07
المجموع	100	04	100	32	100	18	100	04	100	03			100	07

تبين النسب المسجلة في الجدول أن الاعتماد على نظريات الصحافة في المواضيع المتعلقة بعناصر العملية الاتصالية قد تراوح ما بين الرسالة والوسيلة والمتلقي. فقد بلغت نسبة استعمال نظرية السلطة 50%، موزعة ما بين الرسالة والمتلقي، حيث أنه وفي ظل سيطرة أصحاب السلطة على وسائل الإعلام، من الصعب أن تبني الوسيلة الإعلامية رسالة سليمة نزيهة وذات مصداقية، توجه للمتلقي دون إحداث تأثير سلبي عليه أو توجيهه، وهذه الأفكار نجدها خاصة في المواضيع التي تعالج وضعية وسائل الإعلام في ظل الحزب الواحد، وحتى بعد التعددية دون إحداث التأثير المنشود. أما نظرية المسؤولية الاجتماعية فقد سجلت نسبة 55.55% في المواضيع المعالجة للوسائل الإعلامية على اختلاف أنواعها، ذلك أنها تركز على مسؤولية هاته الأخير اتجاه جمهورها، وما يتوجب عليها التقيد به، سواء كانت هذه الوسائل ملك للدولة أو ذات ملكية خاصة. وفي نفس العنصر تركز استخدام النظرية التنموية بنسبة 66.67%، للتأكيد دائماً على دور الوسيلة في تحقيق التنمية. أما الاعتماد على نظريات الصحافة في المواضيع الأخرى، وهي غالباً مقالات أكاديمية محضى، تعالج مختلف القضايا التي تخص وسائل الإعلام وعالم الاتصال فقد جاء بنسب معتبرة أيضاً بلغت 68.75% بالنسبة لنظرية الحرية، و33.33% لنظرية المسؤولية الاجتماعية والنظرية التنموية.

-جدول رقم (20) يبين توزيع نظريات الصحافة حسب طبيعة الموضوع-

النظرية الموضوع		ن. السلطة		ن. الحرية		ن. المسؤولية الاجتماعية		ن. الاشتراكية		ن. التنموية		ن.المشاركة الديمقراطية		أخرى	
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
سياسي	02	50.00	10	31.25	10	61.11	11	25.00	01	33.33	01				
اجتماعي	02	50.00	02	6.25	02	11.11	02			66.67	02				
اقتصادي															
ثقافي															
أكاديمي				34.38	11	11.11	02	25.00	01						
ديني															
بيئي															
رياضي															
أخرى				28.12	09	16.67	03	50.00	02					100	07
المجموع		100	32	100	32	100	18	100	04	100	03	100	00	100	07

يبين الجدول أن نظرية السلطة قد وردت بشكل متساو في المواضيع السياسية والاجتماعية بنسبة 50٪، فقد تم التركيز عليها في المجلة الجزائرية للاتصال في علاقة وسائل الإعلام بالنظام السياسي وتحديدا بالسلطة السياسية، وبالعلاقة هذه الأخيرة بالجمهور. أما نظرية الحرية والنظرية الاشتراكية فقد وردتا خاصة في المواضيع ذات الطابع السياسي بنسبة 31.25٪ و 25.00٪، والأكاديمي بنسبة 34.38٪ و 25.00٪ على التوالي، أما المواضيع الأخرى فقد وردتا بنسبة 28.12٪ و 50٪. ومن خلال هذه النسب يمكن أن نستشف طبيعة توظيف هاته النظريات في المجلة الجزائرية للاتصال، ففي شقها السياسي تم الاعتماد عليها في شرح كيفية تداول المعلومات في الفضاء العمومي، وفي المواضيع الأكاديمية خاصة المواضيع المتعلقة بالصحافة المكتوبة ومدى أدائها للخدمة العمومية، أما في فئة المواضيع الأخرى فقد اعتمد عليها خاصة في المقالات النظرية القانونية. بينما ظهرت النظرية التنموية في المواضيع السياسية والاجتماعية بنسبة 33.33٪ و 66.67٪.

-جدول رقم (21) يبين توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات الصحافة-

ن.أخرى	ن. المشاركة الديمقراطية		ن.التنموية		ن.المسؤولية الاجتماعية		ن.الاشتراكية		ن. الحرية		ن. السلطة		النظرية الهدف	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
42.85	03				5.55	01			3.12	01	25.00	01	إطار نظري	
					11.11	02							مقارنة	
					5.55	01			18.75	06	25.00	01	نقد	
				66.67	02	38.89	07	75.00	03	46.88	15		شرح وتفسير	
57.14	04			33.33	01	16.67	03	25.00	01	15.63	05	50.00	02	دعم واستشهاد
						11.11	02							اختبار
						11.11	02			15.62	05			مجرد إشارة
100	07	100	00	100	03	100	18	100	04	100	32	100	4	المجموع

يبين الجدول أن أغلب نظريات الصحافة استخدمت كإطار نظري للدراسة، فقد بلغت نسبة نظرية السلطة 25٪، ونظرية الحرية 3.12٪، المسؤولية الاجتماعية 5.55٪ والنظريات الأخرى 42.85٪ من مجموع استخدام هذه النظريات، مما يدل على استخدام هذه النظريات إمبريقيا لقدرتها على تقديم تفسيرات للمواضيع المدروسة، خاصة تلك المتعلقة بمجال الصحافة المكتوبة. كما استخدمت كل من نظرية السلطة ونظرية الحرية بهدف النقد، وذلك بنسبة 25٪ و 18.75٪ على التوالي. بينما استخدمت كل هذه النظريات بنسب متفاوتة في الدعم والاستشهاد، خاصة عند التعرض إلى القوانين التي تحكم الممارسات الإعلامية، وبشكل خاص في مجال الصحافة المكتوبة. أما

الاستخدام بغرض الشرح والتفسير فقد بلغت نسبته القسوى 75% بالنسبة للنظرية الإشتراكية و66.67% للنظرية التتموية، واستثنت منه كل من نظرية السلطة والنظريات الأخرى.

3-2- النظريات النقدية

وهي النظريات التي تسعى إلى تبيان طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الأخرى خاصة السياسية منها، ونقد طبيعة هذه العلاقة، فضلا عن التعرض لمخرجات وسائل الإعلام ونقد المحتويات التي تقدمها، على رأسها المواد الثقافية، وتتمثل في:

3-2-1 - النظرية النقدية الكلاسيكية

لقد اعتقدت السوسيولوجيا الوظيفية أن وسائل الإعلام، الأدوات الجديدة للديمقراطية الحديثة، تلعب دورا هاما في ضبط المجتمع وتنظيمه؛ لهذا السبب فهي تستطيع أن تحافظ عن النظرية التي يمكن بواسطتها إعادة إنتاج قيم النظام الاجتماعي المهيمنة، وبتعبير آخر تثبيت الوضع الراهن. وفي المقابل بدأت مدارس الفكر النقدي تضع موضع الشك والمساءلة الآثار المترتبة على تطوير هذه الوسائل الجديدة للإنتاج الثقافي، وترفض أن تأخذ كمسلمة أن الديمقراطية سوف تستفيد بالضرورة من هذه المستحدثات التقنية. وفي ذلك الوقت الذي وصفت فيه وسائل الإعلام وقبالت من جانب التحليل الوظيفي كآليات للضبط والتكيف، فإنها وضعت موضع الشك من جانب السوسيولوجيا النقدية للعنف الرمزي، التي اعتبرتها أدوات للسيطرة والهيمنة. (أرماند ماتلار، ميشيليه ماتيلار، 2008، 77)

إن "معهد البحث الاجتماعي" التابع لجامعة "فرنكفورت" والذي أسس من قبل بعض المفكرين الألمان، ومن بينهم الفيلسوف "ماكس هوركايمر"، يعتبر أول مؤسسة ألمانية بحثية تعلن صراحة توجهها البحثي الماركسي؛ فقد شكل الاقتصاد الرأسمالي وتاريخ الحركة العمالية موضوع الدراسات الأولية للمعهد. ثم حرص هذا الأخير على تعديل المنهج الماركسي في قراءة التاريخ، وذلك بإدماج عدّة منهجية مستوحاة من فلسفة الثقافة والأخلاق وعلم النفس السوسيولوجي، وعلم النفس التحليلي، والهدف من ذلك هو الجمع بين ماركس وفرويد.

وعندما وصل "هنتلر" إلى السلطة أقال "هوركايمر" ومعه مجموع الأعضاء المؤسسين من أصول يهودية، ومع ذلك فإن المعهد الذي كان يموله رجال أعمال من طائفة يهودية ظل موجودا، إذ تم نقل

أمواله إلى هولندا وافتتح فروع له في كل من جنيف ولندن وباريس، لكن الفرع الوحيد الذي عرف نشاطا متواصلا كان الفرع الأمريكي الذي اتخذ من إحدى مباني جامعة كولمبيا مقرا له. (أرمان وميشال ماتلار، دس، 86-87)

إن الهوية المركزية للنظرية النقدية لمدرسة فرنكفورت تتمظهر كبناء تحليلي للظواهر التي تتحرى عنها من جهة، وفي الوقت نفسه كمقدرة على إرجاع هذه الظواهر للقوى الاجتماعية المسؤولة عن تحديدها من جهة أخرى.

فلقد أوجد "أورنو وهوركايمر" في الأربعينات مفهوم "صناعة الثقافة" وقاما بتحليل الإنتاج الصناعي للبضاعة الثقافية كحركة عالمية تنتج الثقافة كسلعة، حيث تظهر المنتجات الثقافية (الأفلام والبرامج الإذاعية والتلفزيونية والمجلات...) ذات العقلانية التقنية والبرامج التنظيمية والخطط الإدارية التي يظهرها الإنتاج الضخم للسيارات ومشاريع التجديد المدنية، وكتبا "تم تخطيط شيء ما لكل شخص، وهكذا لا يستطيع أي شخص أن يهرب من ذلك الذي خطط له". كما تم توحيد مقاييس جميع قطاعات الإنتاج، وبصح هذا أيضا على كل قطاع في علاقاته بالقطاعات الأخرى، جعلت المدينة الراهنة كل الأشياء متشابهة. ففي حالة قدمت صناعة الثقافة بضائع معيارية لإشباع الطلبات الضخمة التي تم تحديدها كفروق واختلافات، يجب على معايير ومستويات الإنتاج تليبيتها. وينتج عن هذا الإنتاج الصناعي ثقافة جماهيرية مؤلفة من سلاسل من الأشياء التي تحمل بوضوح سمة صناعة الثقافة؛ أي الإنتاج المتسلسل والمعياري وتقسيم العمل. ولم يكن هذا الوضع نتيجة لقانون التطور التكنولوجي بحد ذاته بقدر ما كان نتيجة لوظيفة التكنولوجيا في الاقتصاد الحديث. (أرمان ماتلار، ميشيليه ماتلار، 2008، 81)

ويميز الباحثان بين الثقافة الجماهيرية والصناعة الثقافية، حيث يقولان أن حقيقة هذه الأخيرة مختلفة تماما عن الثقافة الجماهيرية، فهذه الصناعة بأفلامها وإذاعتها وصحفها ومجلاتها تشكل نظاما، وكل قطاع فيه متناغم مع نفسه ومع الآخرين جميعا.

وحول هذا النظام يقدم العاملون فيه تفسيرات وتبريرات بمفتاح تقاني؛ فالسوق الجماهيرية تفرض تنظيما وتوحيدا قياسيا، أي أن أذواق الجماهير وحاجاتهم تفرض مقولات ونوعية رديئة وهابطة. ولكن يحدث أنه بالضبط في هذا الدوران من التلاعب ومن الحاجة التي تنشأ عنها، أن يتظافر النظام أكثر

فأكثر. غير أن لا أحد يقول شيئاً حول البيئة التي تكتسب فيها التقانية كل هذه السلطة على المجتمع نفسه. (فريال مهنا، 2002، 174)

إن الصناعة الثقافية هي علامة واضحة على إفلاس الثقافة، أي سقوطها في السلعة (التسليع)، ذلك أن تحويل الفعل الثقافي إلى قيمة تبادلية يقضي على قوته النقدية، ويحرمه من أن يكون أثراً لتجربة أصيلة؛ فالصناعة الثقافية هي العلامة الفاصلة على تراجع الدور الفلسفي الوجودي للثقافة.

وبالرغم من رؤية "أدورنو وهوركايمر" الثاقبة في تحليلهما للظواهر الثقافية، إلا أنهما لم يتفطنا إلا لبعد مركزي واحد يتعلق بالتلاحم والتناغم بين الفن والتكنولوجيا؛ ذلك أنهما ثَمَّنا الفن تَمَّينا مبالغاً فيه باعتباره عاملاً ثورياً، وهو ما منعهما من استكشاف الأبعاد الأخرى لهذا التلاحم. (أرمان وميشال ماتلار، دس، 90)

إن مؤلف "أدورنو وهوركايمر" "ديالكتيك العقل" الذي يضم فصلاً عن الإنتاج الصناعي للسلع الثقافية، وكتاب "ماركوز" "الإنسان ذو البعد الواحد" يحيلان على فكر متماسك متناسق لمدرسة فكرية أسست مشروعها على انتقاد مكثف لواقع انتقل من استخدام الأشياء استخداماً مفرطاً إلى تطويع الأفراد تطويعاً تضليلياً.

فالمظاهر العقلانية لعالم يتم تطويعه تدريجياً باستثمار التكنولوجيا والعلم، تخفي وراءها عدم عقلانية نموذج تنظيمي لمجتمع يدّعي تحرير الفرد فيما هو في الحقيقة يعمل على استعباده. فالعقلانية التقنية والعقل الاستخدامي أو الأداتي قد اختصرا الخطاب والفكر في بعد منفرد يعمل على تناغم الشيء ووظيفته، والواقع والظاهر، والماهية والوجود. فهذا المجتمع "فردى البعد" قد ألغى فضاء الفكر الناقد، وهذا ما يبدو في "اللغة فردية البعد" حيث تتكثف الإشارات إلى الخطاب الإعلامي حدة نقدية ظاهرة. (نفس المرجع السابق، 93)

إن مقولة "التشيؤ" و"الاعتراب" تكاد تكون إطاراً مرجعياً لمعظم الأفكار التي يطرحها فلاسفة النظرية النقدية، ونواة مركزية يدور حولها الجانب الأكبر من مناقشاتهم وتحليلاتهم للمجتمع الرأسمالي والصناعي "العقلاني" الحديث. وتعبّر هذه المقولة عن أن البشر ليسوا في واقع حياتهم ما يمكن أن يكونوه بحسب ماهيتهم وإمكاناتهم؛ ذلك أنهم في الحقيقة مغتربون عن هذه الإمكانيات وتلك الماهية، فالمجتمع الصناعي المتقدم الذي ينصب عليه حديثهم عن هذه المقولة يكشف عن اغتراب الإنسان

وتشبهه في ظواهر عديدة ومتنوعة. من هذه الظواهر أنه تحول في ظل علاقات العمل الصناعية والرأسمالية إلى مجرد عنصر أو جزء ضئيل من جهاز الإنتاج الهائل الذي تحدده "الأتمتة" و"الميكنة"، وصار عجلة صغيرة مجهولة قابلة لأن يستبدل بها غيرها داخل "العالم التقني" الضخم الذي يصعب الإحاطة بشبكته المعقدة أو بالقوى التي تحرك خيوطه؛ فالإنسان واقع تحت ضغط الآلات التي تفرض عليه ألوانا من السلوك النمطي الرتيب، وتسد عليه منافذ المبادرة الشخصية الحرة، وتغوق تحديده لذاته وتخنق فاعليته الخلاقة.

إضافة إلى هذا، يتضح مدى اغتراب الإنسان في المجتمع الصناعي الحديث في "توحيد" الحاجات البشرية، وتقنين أنماط السلوك أو "التسوية" بينها عن طريق عملية الإنتاج السلعي الضخم وصناعة التسويق والاستهلاك على أوسع نطاق. ويصور للإنسان الفرد حسب "أدورنو وهوركايمر" من خلال شركات الإنتاج ووكالاته التي لا حصر لها، ومن خلال ثقافتها الإعلامية أن أنماط السلوك الموحد أو المقننة هي وحدها الأنماط الطبيعية المحترمة المعقولة. (عبد الغفار مكاي، 1992، 15)

فكلما بدا جمهور وسائل الإعلام أكثر لا تمايزا وأكثر تبعثرا، كلما اتجهت وسائل الإعلام نحو اقتناص تكيّفه. إن أول ملاحظة "لأدورنو" هي أن وسائل الإعلام الجماهيرية ليست ببساطة المجموع الكلي للأعمال التي يصفونها أو للرسائل الناجمة عن هذه الأعمال، بل تكمن أيضا في معان متنوعة يتراكم بعضها فوق البعض الآخر وجميعها تتعاون للوصول إلى النتيجة.

وتعكس هذه البنية التراكمية الكثيفة من الرسائل إستراتيجية التلاعب الذي تتجزه الصناعة الثقافية؛ فما تنشره وتبثه هذه الصناعة منظم من قبلها بهدف استلاب المتلقين في مستويات سيكولوجية متعددة في آن معا. ويمكن أن تكون الرسالة الخفية أكثر أهمية من تلك الظاهرة، وبما أن هذه الرسالة المستترة تمر في غفلة من الوعي، فإنه لن يتم تفاديها من قبل المقاومات السيكولوجية أثناء عمليات الاستهلاك، ومن المحتمل أن تخترق أدمغة المتلقين.

إن التلاعب بالجمهور الذي تتبعه وتحققه الصناعة الثقافية كشكل من أشكال السيطرة على المجتمع يمر عبر الوسيلة الإعلامية من خلال تأثيرات تتحقق في مستويات مستترة للرسائل. فهذه الأخيرة تتظاهر بقول شيء ولكنها في الحقيقة تقول شيئا آخر، وتتظاهر بأنها خفيفة ومسلية ولكنها بوضع نفسها أبعد من معرفة الجمهور، فإنها تؤكد على تبعيته. والمتلقي من خلال المواد التي يتابعها

يجد نفسه، باستمرار وبدون أن يدري، خاضعا لشرطية امتصاص الأوامر والوصفات والأحكام الغيائية بالإبعاد. (فريال مهنا، 2002، 178-179)

لقد أصبحت دراسة وسائل الاتصال الجماهيري تشغل موقعا مركزيا في النظرية النقدية في المجتمع الرأسمالي، حيث تغطي وسائل الاتصال الجماهيرية على دائرة اهتمام النظام ومؤسساته السياسية والاقتصادية والثقافية. وفي المجتمع البديل الذي تطرحه النظرية النقدية تقوم وسائل الإعلام بعدة أدوار:

1- يمكن توظيفها كوسائل لتحريض الجماهير على الثورة ضد النظام الرأسمالي، وكذلك يمكن استخدامها كآلية لتحرير وعي واهتمامات الجماهير من خلال الإسهام في تغيير النمط الحياتي الذي ينظم خبرات الجماهير ويقودهم لمساندة وتشجيع الباحثين النقاد الذين تبناوا هذا الاتجاه لدراسة وسائل الاتصال الجماهيرية بصورة صحيحة.

2- النظرية النقدية تعتبر وسائل الاتصال الجماهيرية أدوات للتعبير الحضاري والتواصل الثقافي، الذي يساعد على تحرير وعي الجماهير، وبالتالي يفتح أمامها آفاقا أوسع لتحقيق إنسانيتها.

إن تاريخ النظرية النقدية في الحقل البحثي لوسائل الاتصال الجماهيرية قد بدأ تحديدا بمدسة فرنكفورت، ويرجع ذلك إلى جملة اعتبارات نذكر منها:

1- إن مدرسة فرنكفورت في نقدها للمجتمع وتبنيها لمصطلح التغيير الاجتماعي تمثل إسهاما هاما في تاريخ البحث العلمي في العلوم الاجتماعية بصفة عامة، وعلى الأخص في مجال الثقافة والبحوث الإعلامية والاتصالية.

2- أسهمت مدرسة فرنكفورت في تعرية السلطة في المجتمعات الرأسمالية والكشف عن دورها في طمس الفروق الاجتماعية، وتزييف وعي الجماهير بآليات القهر الاجتماعي والثقافي؛ فقد أثبتت أن البحث العلمي الاجتماعي لا يمكن أن يكون خالصا من التأثيرات الإيديولوجية وخصوصا في مجال البحث الاتصالي. (عواطف عبد الرحمن، 2002، 93)

فالفضل يعود لفلاسفة مدرسة فرنكفورت في نقد المفهوم الزائف عن العلم، الذي يتصور أصحابه أنه متحرر من القيم ومستقل تمام الاستقلال عن الاهتمامات والمصالح الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والإيديولوجية. كما ساهم النقد لمفهوم العلم من ناحية أخرى على إدراك أهمية

"الإيديولوجيا التكنوقراطية" التي تكمن وراء كثير من القرارات السياسية والمواقف الأخلاقية التي تتخذها القوى ذات المصلحة في المجتمعات الصناعية الحديثة، متحججة بأنها قرارات "موضوعية" تحتمها المعرفة العلمية والخبرة التقنية. (عبد الغفار مكاي، 1992، 24)

3-2-2- نظرية الاقتصاد السياسي

بينما يتجنب "ستيوارت هال" والنظريات النقدية الثقافية الحسم الماركسي الاقتصادي الذي يصل إلى حدود التأكيد بأن الإعلان هو الذي يملئ المحتوى الإخباري، ويفضل ألا يصف النظرية بأنها ماركسية، فهناك نظرية ماركسية خالصة هي **نظرية الاقتصاد السياسي** يتبناها الذين درسوا سيطرة الصفوة على المؤسسات الاقتصادية مثل البنوك والأسواق، وحاولوا أن يصلوا إلى تفسيرات خاصة بطرق سيطرة هذه المؤسسات على باقي المؤسسات الاجتماعية بما فيها وسائل الإعلام. وتقبل هذه النظرية الفرض الماركسي الخاص بأن الأساس هو سيطرة البناء الفوقي، واختبر أصحابها كيفية قيام المؤسسات الاقتصادية بتشكيل وسائل الإعلام لتحقيق أهدافها وتلبية حاجاتها. (محمد عبد الحميد، 2000، 156)

وترتكز "نظرية الاقتصاد السياسي" على تأثير القوى الاقتصادية في المجتمع على ما تقدمه وسائل الإعلام في هذا المجتمع. ومن المهم بالنسبة لهذه النظرية إدراك الارتباط بين النظام الاقتصادي والنظام السياسي؛ فالحكومة تسن القوانين التي تعمل على تسيير الأعمال وإنعاش الاقتصاد من ناحية، ومن ناحية أخرى يعمل رجال الأعمال على مساندة الحكومة ودعم مرشحيها السياسيين الذين يحمون المصالح الاقتصادية، من خلال دفع الضرائب والمنح والمساعدات التي تدعم الحكومة. وتسعى نظم الاتصال التي تعمل على أسس تجارية إلى محاولة كسب نوعيات معينة من الجماهير التي تجذب المعلنين. (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، 2008، 122)

وبالتالي فإن الملكية والسيطرة الناتجة عن القوة الاقتصادية على وسائل الاتصال تترجم في السيطرة على الرسائل الإعلامية من خلال هذه النظرية، التي تفسر الانحياز الواضح لوسائل الإعلام نحو الطبقات المسيطرة اقتصادياً وسياسياً، وذلك من خلال الدعم المالي أو التمويل الإعلاني الذي يوجه المحتوى بل ويمليه على وسائل الاتصال، وبالتالي فإن رموز هذا المحتوى وبناءه يتفق مع الرموز المهيمنة في الخطاب الاجتماعي لهذه الطبقات. (مي العبد الله، 2006، 210)

ويعبر المحتوى في هذه الحالة من خلال الدراسة النقدية عن أفكار ومصالح هذه الطبقات المسيطرة، سواء من خلال الثقافة الجماهيرية أو من خلال الدراما أو المواد الإعلامية التي يميل إليها معظم فئات جمهور المتلقين تلبية لحاجاتها اللحظية والوقتية. وبالتالي فإنه من خلال هذه المواد يتم تحديد هذه الفئات وتغيبهم عن حقوقهم وحقائق استغلالهم، كما يتم أيضا غرس الأفكار المهيمنة للفئات المسيطرة في أذهان الجماهير من خلال نظام الترميز الذي أشار إليه "ستيوارت هال". (محمد عبد الحميد، 2000، 157)

وفي الأخير يوصي أنصار هذا الاتجاه بضرورة مواجهة هذا الموقف من جانب أنظمة الاتصال الجماهيري على اختلافها من خلال طريقتين:

- الأولى: ضرورة توفير قاعدة معلومات للجمهور تساعد على توفير نسق معرفي بالحقوق، هذا فضلا عن توفير مساحة لا بأس بها من تحليل المعلومات وتفسيرها.
- الثانية: لابد من إتاحة الفرصة للمناقشة حتى تتسنى ممارسة الحقوق وواجبات المواطنة. (فاطمة القليني، محمد شومان، 2006، 60)

3-2-3- نظرية الدراسات الثقافية

من جهات عديدة يمكن وصف الحركة البريطانية والأمريكية للدراسات الثقافية، التي ازدهرت خلال السنوات بين 1970-1990 وكأنها بنية للجهود المبذولة حتى الآن عن موضوع ثقافة الجمهور. فقد ضمت بالفعل نظرة نقدية واعية لأشكال السيطرة الثقافية، إضافة إلى هدف واضح لاستخدامات الثقافة الإعلامية، وذلك ضمن إطار حل نظري جديد لمشكلة الصلة بين السلطة والثقافة. (إيريك ميغريه، 2009، 243)

فاعتمادا على موضوع الثقافة وتطبيقاتها واستهلاكها، ينطلق تيار الدراسات الثقافية على تحليل العلاقة بين الجماعات الاجتماعية (الطبقات العاملة في البداية) ووسائل الصناعة الثقافية، واتجاههم هو اتجاه نقدي، ذو بعد أو نظرة ماركسية للمجتمع الرأسمالي، يتميز بعدم الثقة في النظر إلى صناعة الثقافة. (Valérie Sacriste, 2007, 334)

إن التيار الذي برز في الستينات والسبعينات تحت اسم "الدراسات الثقافية"، كان مرتبطاً على نحو بعيد بالدراسات في النقد الأدبي التي أجراها "فرانك رايموند ليفز" والتي نشرت في الثلاثينات. لقد كانت دراسة "الحضارة الجماهيرية وثقافة الأقلية" 1930 بمثابة دعوة لحماية أطفال المدارس من الثقافة الجماهيرية. فقد اعتقد "ليفز" أن توسع الرأسمالية الصناعية وتعبيراتها الثقافية (التي كانت تعني في ذلك الوقت السينما أساساً) ترك أثره الضار على الأشكال المختلفة للثقافة التقليدية، سواء منها ثقافة الشعب العام أو ثقافة النخبة. وبالرغم من أن "ليفز" كان مدفوعاً بالتوق الشديد إلى الثقافة الرفيعة وإلى التقاليد الأدبية العظيمة، التي اعتقد أنها تلخص القيم السامية للعصر ما قبل الصناعي، فإنه قد ابتعد عن الموقف المحافظ الذي أخذه النقد الأدبي في ذلك الوقت. (أرماند ماتيلار، ميشيليه ماتيلار، 2008، 111)

ويقول "ماتيلار" و"إريك نوفو": "إن مركز الدراسات الثقافية المعاصرة هو مكان رائع للنشاط العلمي، يعمل كإفئة متحركة ودائرية لعمل متعدد الأشكال في الأهمية وفي تبني جملة من النظريات، متنوع أكثر من أعمال المؤلفين الماركسيين، والأباطرة الأواخر في السيميولوجيا والبنائية، يحمل بعض توجهات مدرسة فرنكفورت وأيضاً البعض من إرث مدرسة شيكاغو". واعتماداً على كل هذه التيارات الفكرية وصلت "الدراسات الثقافية" إلى تطوير تحليل أصلي للعلاقات مع الاتصال الجماهيري، مقدمين أربعة أنواع من القطيعة مع الأعمال النقدية التي سبقتها.

1- **القطيعة الأولى:** وتتعلق بمفهوم **الثقافة** والتي يفهمونها فهما أنثروبولوجياً؛ فهي عملية اجتماعية كلية ومعقدة، تحيل إلى مجموعة من التطبيقات أو الممارسات، لا تقتصر على ثقافة المتعلم أو المثقف، أي على الفن أو على المنتجات المسماة ثقافية. فباحثو الدراسات الثقافية يدرسون المعايير، العادات، أنماط الحياة والتفكير، التمثلات، اللهجات، والممارسات الأكثر بساطة أو الأقل شرعية عند الجماعات الاجتماعية. (Valérie Sacriste, 2007, 334)

2- **القطيعة الثانية:** وتتعلق **بالمستقبل** ووضعيته المضادة لأطروحة المجتمع الجماهيري المتكون من أفراد غير مبالين اجتماعياً وثقافياً. فبالنسبة لباحثي الدراسات الثقافية فإن مفهوم "جماهيري" مثل مفهوم "الثقافة الجماهيرية" ليس إلا صفة تخيلية لا تمت بصلة للحقيقة الاجتماعية، فعلى النقيض فهم يعتبرون أن المجتمع يتكون من جماعات اجتماعية لها شروط للبقاء وممارسات ثقافية مميزة.

3- **القطيعة الثالثة:** وتتعلق بادراك علاقة هذه الطبقات الاجتماعية ببرامج الصناعة الثقافية. فقد استعادت الدراسات الثقافية فكرة السيطرة الضمنية (غير الواضحة) للصناعات الثقافية، والطرح الذي من خلاله تمارس فوقية الاتصال الجماهيري، ليس في محتواها الظاهر ولكن في محتواها الدال، أي في تضميناتها الإيديولوجية. فبالنسبة إليهم فإن أصحاب السلطة يبحثون على فرض مفهوم للعالم من خلال تعديل البرامج والمنتجات الثقافية وفق ما يوافق صورتهم، ولكن هذا لا يدل بالنسبة إليهم أنه في أي مستوى للاستقبال فإن الطبقات الاجتماعية لا تتركه يتحكم فيها سلبيا. وبشكل آخر وعلى عكس مدرسة فرنكفورت، فإن الدراسات الثقافية لا تفترض نجاح الاستراتيجيات المعدة للتأثير على المستقبل وتحقيق اغترابه، بل يعتقدون على العكس من ذلك أن الطبقات المسيطر عليها يمكن أن تقاوم ترتيبات النظام المسيطر.

4- **القطيعة الرابعة:** وتتعلق بانطلاقتهم المنهجية، حيث أنهم ويتأثرهم بأعمال "رولان بارث" فإنهم يحتفظون ويتمسكون بسيمولوجيا التحليل الاستطرادي للنص، والتي لا تبحث عن المعنى في المحتوى الظاهر أو في بنيته الاتصالية، ولكن في ترميز الحكاية أو الرواية (التشبيه، الديكور، النقاط المناظر...) معينين عناصر توقف المعنى. وعلى عكس السيميولوجيين فإن مدرسة "برمنغهام" لا تدخل في ترميز النص، بل تأخذ في الحسبان السياق الاجتماعي والثقافي لعملية الاستقبال (الطبقة الاجتماعية للمرسل، الإثنية، النوع، العمر...) باعتبار الجمهور وكأنه جماعة تفسيرية، يتصرفون وفقا لمليتهم الاجتماعية بترميزات مختلفة. فضلا عن هذا، وعلى عكس السيميولوجيين ومدرسة فرنكفورت، فإنهم يبحثون دائما عن توجيه تحليلاتهم إلى الميدان ووضعها في مواجهة الواقع.

وبواسطة إجراءاتها المنهجية والمعقدة، فإن الدراسات الثقافية لا تماثل التيارات النقدية الأخرى، فهي تبحث من خلال إثنوغرافيا الثقافات الفرعية على تأسيس تحليل يخص علاقات النظام، ميكانزمات المقاومة، القدرة على إنتاج تمثلات أخرى للنظام الاجتماعي الشرعي. (Ibid, 335-336)

ومن الأوائل الذين عبروا عن الابتعاد النقدي للمتلقي اتجاه الرسائل الإعلامية هو "ريتشارد هوقارت"، في كتابه "ثقافة الفقير" الذي نشر عام 1957، والذي يحلل تأثير الثقافة التي تبث عبر الوسائل الحديثة للاتصال على الطبقة العاملة.

لقد أوضح "هوقارت" في عمله هذا التبدلات العميقة التي غيرت جوانب حياة الطبقة العاملة (العمل والحياة الجنسية والعائلة ووقت الفراغ)، وكان صدور كتابه في ذات العام الذي ظهر فيه التلفزيون التجاري لأول مرة. وفي عام 1964، تأسس في جامعة "برمنغهام" مركز الدراسات الثقافية المعاصرة المخصص لدراسات على مستوى الدكتوراه حول "الأشكال الثقافية وممارساتها ومعاهدها وعلاقتها بالمجتمع والتغيير الاجتماعي"، وقد كان "ريتشارد هوقارت" أول مدير لهذا المركز. (أرماند ماتيلار، ميشيليه ماتيلار، 2008، 112-113)

ولقد بين "هوقارت" أن الثقافة الشعبية ليست فقط قوية بحياة جماعية مكثفة، مملوءة بالطقوس والممارسات والتبادلات والتماثلات... بشكل خاص، وأن معظم الرسائل التي تبثها الوسائل الحديثة للاتصال لا تؤثر بشكل عميق على سلوكيات واتجاهات الطبقة الشعبية، بل على العكس بين كيف أن أبناء هذه الطبقة يقاومون ويتحاشون هذه الثقافة الإعلامية. ويقول "هوقارت" أنهم جاهزون للتمتع بما تقدمه لهم لينفجروا عليه أو ليقرووه، ولكنهم ليسوا أغبياء لتصديقه.

هذه المقاربة ترفض عددا من الأفكار الشائعة والمتعلقة بتأثير وسائل الإعلام الجماهيرية، والمفترض أنها أكثر قابلية للتأثير، وبشكل خاص فرضيات "مدرسة فرنكفورت"، والتي وفقها فإن وسائل الإعلام تعمل على مجانسة الثقافة وخلق نوع من الارتباك والغموض بين العالم الحقيقي والعالم الممثل. وهذه المقاومة لوسائل الاتصال الجماهيري تتعلق حسب "هوقارت" بنظام القيم وتمثيل الثقافة لدى هذه الطبقة. (Valérie Sacriste, 2007, 337-338)

أما "ستيوارت هول" فإن دراسته حول الدور الإيديولوجي لوسائل الإعلام وحول طبيعة الإيديولوجيا، تمثل خطوة هامة نحو تشكيل نظرية قادرة على دحض مسلمات التحليل الوظيفي الأمريكي، وعلى وضع الأسس لشكل جديد من البحث النقدي لوسائل الإعلام. (أرماند ماتيلار، ميشيليه ماتيلار، 2008، 117)

ولذلك يرى أنه من الخطأ معالجة الإعلام كنظام أكاديمي منفصل، حيث تميل الحلول الأكاديمية إلى فصل الرسائل عن السياق الذي تحدث فيه. وأن وسائل الاتصال يمكن فهمها أفضل كسوق أو منتدى جماهيري، يتم فيه الصراع لتشكيل الأفكار الثقافية حول الحقائق الاجتماعية، ويرسم الحدود حولها. (مي العبد الله، 2006، 204-205)

لقد اختصر "ستيوارت هول" نموذج التحليل الثقافي في مقاله الشهير "الترميز وفك الترميز"، والذي أقامه على مبدئين:

1- استبدال النموذج الخطي للاتصال (والذي يركز على مهمة واحدة أو على الاستقبال)، بنموذج يأخذ بعين الاعتبار جميع لحظات التبادل (إنتاج، إرسال، توزيع، استهلاك). فتحليل العملية التلفزيونية يستوجب إذن فك ووصل لحظة الإنتاج من لحظة الاستقبال، وبهذا المعنى فلا بد من الأخذ بعين الاعتبار - في العملية الاتصالية- ترميز الرسالة (المعنى المفضل والمسيطر الذي يسعون لفرضه)، ورؤية فيما بعد كيف يكون تفكيك الرسالة من قبل المستقبلين.

2- في المقام الثاني يقول "هال" أن فك الترميز لا يمكن أن يكون متنوعا إلى ما لا نهاية، وهذا لأن الترميز يوجه القراءة من جهة، ومن جهة أخرى لأن المستقبلين متموقعون اجتماعيا، ولديهم رأسمال ثقافي متغير من جماعة إلى أخرى، إذن فموضوع تفسير الرسالة بطرق مختلفة، يكون في حدود إطار تفسيري مؤسس عبر مظاهر طبقة معينة. (Valérie Sacriste, 2007, 340- 341)

ولقد وضع "هول" ثلاث وضعيات لاستقبال أو فك الرموز:

- 1- طريقة الهيمنة أو التسلط: حيث يكون فك الرمز مع المتلقي مكافئا لترميز المرسل.
- 2- طريقة التفاوض: هنا تتبدل المعاني بجزء منها. يقبل المتلقي بتعريف الحقيقة المسوقة عبر الرسالة لكنه يقيّمها محليا بإيجاز النتائج، لا بل يعارضها جزئيا.
- 3- طريقة المعارضة: وفي هذه الحالة يعارض المتلقي الإيديولوجيا التي ينتمي إليها مع تلك التي ينتقد دلالتها. (إريك ميغريه، 2009، 247- 248)

وهكذا فإن "هول" يعتمد على إشكالية تتركز في نفس الوقت على آلية ترميز مصدر الإرسال، إن كان متأثرا أم لا بالإيديولوجيا المسيطرة، وعلى آلية فك الترميز والتي يقوم من خلالها المستقبلون بتفسير الرسائل الإعلامية التي يتلقونها. فبطريقة ما فإن تحليله يتمركز في طريق وسط ما بين التحليل النقدي للدور التحكمي والمسيطر لوسائل الإعلام، وتحليل نقدي للتفسير الحر للجمهور. (Valérie Sacriste, 2007, 341)

3-2-4- النظريات النقدية في المجلة الجزائرية للاتصال

تم الاعتماد على كل من النظرية النقدية، نظرية الاقتصاد السياسي والنظريات الثقافية في المجلة الجزائرية للاتصال على الشكل التالي:

- جدول رقم (22) يبين توزيع النظريات النقدية -

النسبة	التكرار	النظرية
76.00	38	ن.النقدية الكلاسيكية
08.00	04	ن.الاقتصاد السياسي
16.00	08	ن.الدراسات الثقافية
100	50	المجموع

يوضح الجدول الذي يبين توزيع فئة النظريات النقدية أن النظرية النقدية وردت بنسبة 76٪، أما نظرية الدراسات الثقافية فجاءت بنسبة 16٪، ونظريات الاقتصاد السياسي بنسبة 8٪. وقد تم اللجوء لهذه النظريات في المجلة الجزائرية للاتصال، لشرح وتفسير السياسات الإعلامية، إنطلاقاً من السياق الاجتماعي لوسائل الإعلام وطبيعة علاقتها بالهيئات الحاكمة، وأيضاً في إطار الاهتمام بالسياق الاجتماعي الأكبر ورفض الدراسات الجزئية. وقد تم التركيز خاصة على أعمال مدرسة فرنكفورت، والإشارة إلى أعمال "يورغن هابرماس" ودورها في تفسير وشرح طبيعة الفضاء العمومي وطبيعة المعلومات المتداولة فيه.

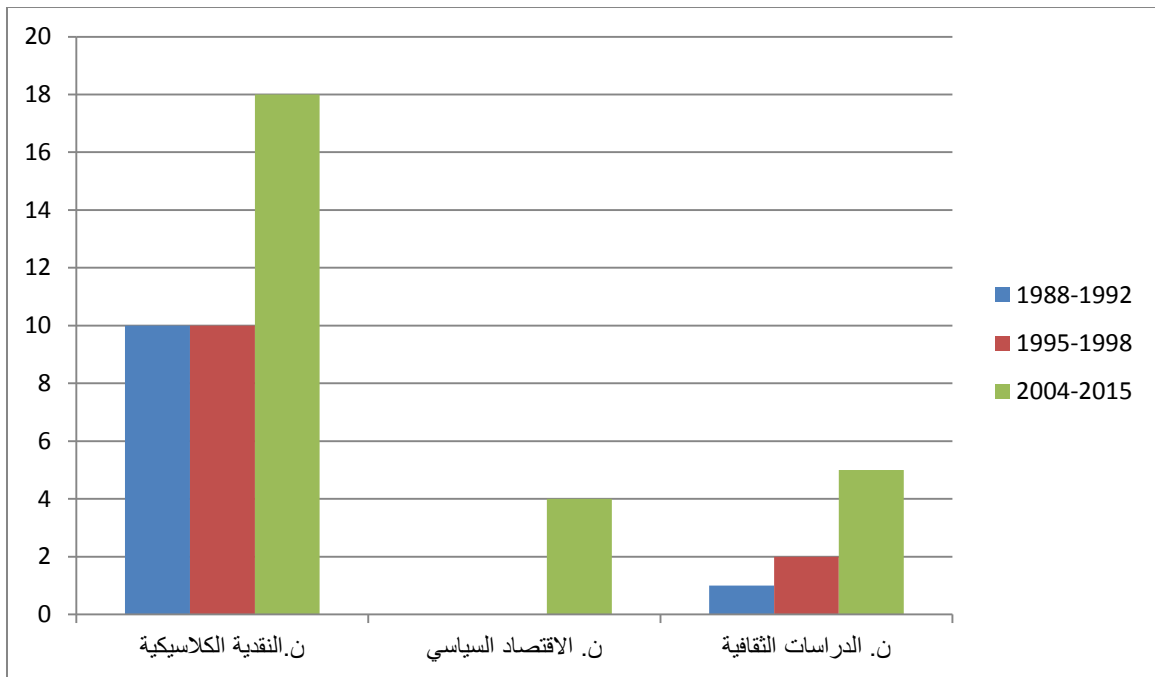
- جدول رقم (23) يبين توزيع فئة الزمن على النظريات النقدية -

ن. الدراسات الثقافية		ن. الاقتصاد السياسي		ن.النقدية الكلاسيكية		النظرية الفترة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
12.50	01			26.31	10	1988- 1992
25.00	02			26.32	10	1995- 1998
62.50	05	100	04	47.37	18	2004- 2015
100	08	100	04	100	38	المجموع

يوضح الجدول أن الباحثين والكتاب في المجلة الجزائرية للاتصال، قد اعتمدوا على النظرية النقدية الكلاسيكية ونظرية الدراسات الثقافية خلال الفترات المختلفة التي شهدتها المجلة؛ وأن استخدامها لم يعرف تطورا ملحوظا، ولكنه شهد استقرارا تقريبا، ماعدا الارتفاع المسجل في نسبة الاستخدام خلال الفترة 2004 إلى 2015، وذلك بنسبة 47.34% و62.50% على التوالي، أما نظرية الاقتصاد السياسي فلم تستخدم إلا خلال هذه الفترة.

وعموما قد نفسر قلة استعمال مثل هذه النظريات إلى كون معظم البحوث التي تستخدم النظريات عبارة عن بحوث إمبريقية أو حتى نظرية تتدرج تحت صنف بحوث التأثير، وبالتالي ضمن التوجه العام السائد في البحوث الأكاديمية في العالم وفي الجزائر.

وكما هو مبين في الشكل الموالي، فإن النظريات النقدية قد عرفت بعض التذبذب عبر المراحل المختلفة التي مرت بها المجلة:



- شكل رقم (04): تطور استخدام النظريات النقدية -

-جدول رقم (24) يبين توزيع النظريات النقدية حسب مجال البحث-

ن. الدراسات الثقافية	ن. الاقتصاد السياسي	ن. النقدية الكلاسيكية		النظرية		مجال البحث
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
11.11	01			2.63	01	إذاعة
11.11	01			5.27	02	تلفزيون
				2.63	01	صحافة
				2.63	01	إعلام إلكتروني وتكنولوجيات
						مسرح
						كتاب
				2.63	01	سينما
						علاقات عامة
						إعلان
				10.53	04	تكوين أكاديمي
						تشريعات إعلامية
77.78	07	100	04	73.68	28	أخرى
100	09	100	04	100	38	المجموع

يوضح لنا الجدول أن الاعتماد على النظرية النقدية في المجلة الجزائرية للاتصال توزع في مجال الإعلام على وسائل الإعلام المختلفة، وتركز بشكل خاص في فئة المواضيع الأخرى بنسبة قدرت بـ 73.68٪، ذلك أنه قد تم الاستشهاد بهذه النظرية في كل ما له علاقة بطبيعة ملكية وسائل الإعلام، وحجم النفوذ الذي يمارسه أصحاب الأموال في التأثير على أداء هذه الأخيرة لمهامها اتجاه الجمهور، وبالتالي التأثير على مضامينها. أما في فئة أخرى فقد وردت خاصة في المقالات المعرفية، وفي المواضيع ذات الطابع الأكاديمي، وذات العلاقة المباشرة بتخصص علوم الإعلام والاتصال. أما نظريات الاقتصاد السياسي ونظرية الدراسات الثقافية فقد وردتا في فئة المواضيع الأخرى بنسبة 100٪ و 77.78٪ على التوالي، وهي المواضيع ذات الطابع النظري الأكاديمي. كما اعتمد على نظرية الدراسات الثقافية في المواضيع الخاصة بالإذاعة والتلفزيون بنسبة 11.11٪، وذلك لعلاقة هذه النظريات بتلقي المواد الإعلامية المختلفة من قبل الجمهور، خاصة تلك التي يعرضها التلفزيون.

-جدول رقم (25) يبين توزيع النظريات النقدية حسب فئة عناصر العملية الاتصالية-

النظرية		ن. النقدية الكلاسيكية		ن. الاقتصاد السياسي		ن. الدراسات الثقافية	
العنصر		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
القائم بالاتصال							
الرسالة		28.95	11				
الوسيلة		5.26	02			12.50	01
المتلقي							
الأثر		2.63	01				
أخرى		63.16	24	100	04	87.50	07
المجموع		100	38	100	04	100	08

يوضح الجدول أعلاه أن توزيع النظرية النقدية في المواضيع حسب عناصر العملية الاتصالية تركز في المواضيع التي تعالج الرسالة بنسبة 28.95٪، ويمكن تبرير ذلك من خلال أفكار ومبادئ النظرية في حد ذاتها. فهذه الأخيرة تهتم بدراسة علاقات وسائل الإعلام من خلال مخرجاتها، والنظر إلى المحتوى كبناء لغوي من الرموز التي يتم اختيارها بعناية من بين الإطار المرجعي لفكر الصفة المهيمنة وأهدافها. (حكيمة جاب الله، 2015، 40)

كما أن الاتجاه النقدي الذي مثلته "مدرسة فرنكفورت" يركز على الرسالة ومضمونها، ويسلم بأن الجمهور يستلمها محملة بالمعاني ذاتها التي قصدتها المرسل أو المؤسسة، ولا تشوبها شائبة ولا تتعرض للتعديل والإضافة من قبل المتلقي. ويمكن اختصار تمثل هذا الاتجاه للوسيلة الإعلامية وجمهورها في أن الأولى تقوم بدور إيديولوجي، والثاني يعاني الاغتراب عن واقعه. فهذه المدرسة لا تمثل سوى مؤشر لفهم استراتيجيات المؤسسات الإعلامية وتغفل الدور النشط للجمهور الذي أصبح طرفاً أساسياً في عملي إنتاج المعنى. (نصرالدين لعياضي، 2016، 17-18)

أما أكبر نسبة للاعتماد على النظرية النقدية والبالغة 63.16٪ فقد كان في فئة المواضيع الأخرى التي لم يعالج موضوعها أي من عناصر العملية الاتصالية، وهي المواضيع التي تعالج قضايا

وأفكارا ذات بعد إعلامي أكاديمي كالموضوع المذكور آنفا والمتعلق بالسياسة الإعلامية. وهذا الارتفاع في النسب ينطبق على باقي النظريات النقدية، حيث استعملت نظرية الاقتصاد السياسي بنسبة 100٪، ونظرية الدراسات الثقافية بنسبة 87.5٪ في فئة المواضيع الأخرى، دون باقي المواضيع التي تعالج عناصر العملية الاتصالية.

-جدول رقم (26) يبين توزيع النظريات النقدية حسب طبيعة الموضوع-

ن. الدراسات الثقافية		ن. الاقتصاد السياسي		ن. النقدية الكلاسيكية		النظرية الموضوع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
12.50	01			15.80	06	سياسي
				5.26	02	اجتماعي
						اقتصادي
				21.05	08	ثقافي
37.50	03			39.47	15	أكاديمي
						ديني
						بيئي
						رياضي
50.00	04	100	04	18.42	07	أخرى
100	08	100	04	100	38	المجموع

يبين الجدول أن كل من النظرية النقدية ونظرية الدراسات الثقافية قد استخدمتا بنسبة 39.47٪ و37.50٪ في فئة المواضيع الأكاديمية، وذلك إما عن طريق الاستشهاد بهما لشرح بعض المواضيع ذات العلاقة بما تطرحانه من أفكار، أو من خلال تخصيص مواضيع مستقلة لمعالجة مبادئ ومضامين النظريتين، كما هو الحال مع النظرية النقدية التي وردت في العدد 16 في موضوع بعنوان "التياران النقدي والإمبريقي في بحوث ونظريات الاتصال". كما وردت كل من النظرية النقدية ونظرية الدراسات الثقافية في المواضيع ذات البعد السياسي بنسبة 15.8٪ و2.5٪، ذلك أنهما تستخدمان في الإشارة إلى المهيمنين على وسائل الإعلام وأصحاب النفوذ، وأدوارهم في رسم السياسات الإعلامية للسيطرة على الجمهور المتلقي. أما نظرية الدراسات الثقافية ونظرية الاقتصاد السياسي فقد وردتا في

فئة المواضيع الأخرى بنسبة 100% و 50%، وهي الفئة التي تغطي مواضيع متنوعة غير تلك المصنفة في الجدول كالمواضيع ذات البعد القانوني والتشريعي.

-جدول رقم (27) يبين توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب النظريات النقدية-

ن.الدراسات الثقافية		ن.الاقتصادالسياسي		ن.النقدية الكلاسيكية		النظرية الهدف
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
12.50	01					إطار نظري
				5.26	02	مقارنة
				2.63	01	نقد
50.00	04	50.00	02	50.00	19	شرح وتفسير
12.50	01	25.00	01	23.68	09	دعم واستشهاد
						اختبار
25.00	02	25.00	01	18.42	07	مجرد إشارة
100	08	100	04	100	38	المجموع

يوضح الجدول أنه بالرغم من استخدام النظريات النقدية لأغراض مختلفة، فقد استخدم معظمها إما بغرض الشرح والتفسير، أو بغرض الدعم والاستشهاد، وذلك ما تعكسه النسب المبينة في الجدول، ولم تستخدم هذه النظريات كإطار نظري ما عدا نظرية الدراسات الثقافية بنسبة 12.50%. ويمكن رد استخدام هذه الأخيرة كإطار نظري لكونها من آخر تطورات النظريات النقدية، التي لم تعد تحصر محرك التغيير في العامل الاقتصادي و-أو- السياسي فقط، بل تعدته إلى العوامل الثقافية أيضا.

كما استخدمت النظرية النقدية الكلاسيكية بغرض المقارنة والنقد من بين النظريات النقدية الأخرى، وذلك بنسبة 5.26% و 2.63%، ولم تستخدم بغرض الاختبار على غرار نظرية الاقتصادالسياسي ونظرية الدراسات الثقافية.

3-3- نظريات التأثير

تتنوع نظريات الاتصال وتتعدد بتعدد العناصر المكونة لعملية الاتصال، فنجد النظريات التي تركز على القائم بالاتصال، وتلك التي تتناول الجمهور، وثالثة تتعلق بالمضمون، وأخرى تهتم بوظائف الاتصال. ومن بين هذه النظريات نظريات التأثير التي تم بناؤها أصلاً لوصف وتفسير تأثير وسائل الاتصال على جمهورها.

فجميع النظريات تلتقي في الاعتراف بأن لوسائل الإعلام تأثيراً ما، ولكنها تختلف في تصوراتها لطبيعة هذا التأثير وقوته. وفي هذا السياق يمكن إدراج مجموعة من النظريات تتمثل في:

3-3-1- نظريات التأثير القوي

وهي النظريات التي تؤمن بالقوة الخارقة لوسائل الإعلام في التأثير على الجمهور، دون الأخذ بعين الاعتبار سمات أو خصائص هذا الجمهور، أو حتى الظروف التي يتم فيها تلقي الرسائل الإعلامية. وتتمثل هذه النظريات في:

أ- نظرية اجتياز المجتمع التقليدي "ليرنر"

تعتبر هذه النظرية من نظريات التأثير القوي، وصاحبها "دانييل ليرنر"، وقد ظهرت في الخمسينيات من القرن العشرين. تتناول هذه النظرية دور الإعلام في التنمية القومية لاجتياز المجتمع التقليدي، وتهتم بتأثير وسائل الإعلام على بنية المجتمع السياسية والاجتماعية والإقتصادية، من أجل التنمية والتحديث. (تيسير مشاركة، 2013، 147)

قامت نظرية "دانييل ليرنر" على الاستفادة من خاصية التقمص الوجداني بافتراض مفاده أن هناك خاصية نفسية ترافق العمليات الاجتماعية أثناء تطورها، تمكن الأفراد من القدرة على التخيل وتصور أنفسهم في مواضع الآخرين وظروفهم. واعتبر "ليرنر" هذه الخاصية صفة تميز الإنسان المعاصر في المجتمعات الحديثة عن الإنسان القديم في المجتمعات التقليدية، حيث وصف الإنسان المعاصر بأنه ذو شخصية متحركة وله القدرة على التقمص الوجداني. (مصطفى حميد كاظم الطائي، 2010، 155-156)

ويعتقد "ليرنر" بأن التقمص الوجداني يجعل الإنسان واسع الخيال كثير التطلعات، لذلك فإن خاصية التقمص من السمات المميزة للتحضر. ويعتقد بأن المقدرة على التقمص وتطوير المهارات النفسية تعد شرطاً للتعامل مع متطلبات التحديث، التي تحصل في المجتمعات المعاصرة، وقد حدد مفهوم التحديث عام 1958، على أنه أسلوب المشاركة في الحياة العصرية. (نفس المرجع، 156)

وأفكار هذه النظرية جاءت نتيجة تجارب مسحية تمت في الخمسينيات في لبنان وسوريا والأردن ومصر وتركيا وإيران، وقام بها "ليرنر" الذي افترض أن عناصر التحديث واحدة في الدول النامية وعلى منوال مسيرة التنمية في الغرب. ويقول بأن نسق التحديث الغربي، غربي من ناحية تاريخية فقط، ولكنه عالمي اجتماعياً. كما يرى بأن نموذج التحديث الغربي عالمي الصبغة ينطبق على كافة المجتمعات بغض النظر عن العرق أو الدين أو اللون. (تيسير مشاركة، 2013، 148)

فقد لاحظ "ليرنر" تساوي بين ما يحدث في الدول النامية وما حدث في المجتمعات الغربية، ولكن عملية التطور أو التحديث في الدول المتقدمة كانت تاريخياً بطيئة. فما يتعايش معه الغربيون في حياتهم اليومية يمكن أن يكون مشكلاً تغييرياً صادمًا بالنسبة لأفراد المجتمعات النامية.

إن أكبر عملية نفسية مركزية في التحديث هي التقمص؛ فهذا المفهوم يوضح نقطة وهي أن ما يحدث وطنياً فيما يتعلق بالتحديث، يرتبط بما يحدث نفسياً في حياة الفرد. وما يحدث في التحديث بالطبع هو مسألة "تحرك اجتماعي"، فالثقافات الانتقالية تجد نفسها في عملية تحرك من شروط ثابتة إلى شروط نشيطة ومتحركة، والتي يؤمن فيها الأفراد بقوتهم في التأثير على مصير اختياراتهم ومسؤولياتهم. (Stephen W.Littlejohn, 2004, 366-367)

إن التحرك الاجتماعي في المجتمع يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتطور وسائل الإعلام، ولقد أخذ "ليرنر" خطوات حذرة لتوضيح وشرح هذه النقطة. فمع ظهور وسائل الإعلام أصبح الفرد أكثر عرضة لوضعيات وشروط إنسانية تتعارض مع تلك الخاصة به، وهذا ما يسهل عملية التقمص الوجداني. هذا بالإضافة إلى أن وسائل الإعلام تساعد أيضاً على بناء إدراكات معقدة جديدة، لكن الأفراد يستغلون إطاراً يمنحهم التبسيط؛ فوسائل الإعلام تسهل للجماهير عملية تشكيل وتبسيط الحقيقة. ولكن دور هذه الأخيرة ليس بسيطاً؛ ففي المجتمعات النامية، فإن نمو وسائل الإعلام يتفاعل مع عوامل أخرى مهمة

ومعقدة، والتطور أو التحديث هو عملية تنتج عن هذا التفاعل. وهذا هو محور عمل " ليرنر"، وبحته يتجه باتجاه توضيح الطرق التي تتفاعل فيها هذه العوامل في المجتمعات النامية. (ibid, 367)

فعنصر نظرية " ليرنر" حول دور وسائل الإعلام في التنمية هي: التقمص، التحديث ووسائل الإعلام كأداة تحريك.

1- التقمص: ويتم ذلك ضمن آليتين:

أ- الإسقاط: والمقصود بذلك عملية التوحد بالآخرين من خلال تحديد الصفات المفضلة لدى الشخص المستهدف إعلاميا، ويتم إدماج هذه الصفات في ذات المرسل.

ب- الإدماج: أي إدماج المرسل لصفات محبوبة عند الآخرين في ذاته متوخيا أن يكون مثلهم.

2- نظام التحديث: حيث اقترح " ليرنر" أربع مراحل للتحديث وهي التحضر والتعليم والمشاركة الإعلامية والمشاركة السياسية. ويرى بأن كل مرحلة من المراحل السابقة تؤدي إلى التي تليها.

3- وسائل الإعلام: والتي تلعب دورا كبيرا في تحريك الناس من خلال التعبئة النفسية. (تيسير مشاركة، 2013، 148)

وقد اشترط " ليرنر" وجود مستلزمات وشروط لعملية التحضر، لأنه يعتقد بأن الانتقال من المجتمع التقليدي إلى المجتمع الحديث تتطلب توفر خصائص اعتبرها عالمية منها: ازدياد نسب المتعلمين، ترافقها خاصة زيادة التعرض إلى وسائل الإعلام، ويقصد بذلك الإعلام التنموي. كما ترافق عمليات التعرض لوسائل الإعلام، اتساع المشاركة في الأنشطة السياسية والإقتصادية والاجتماعية.

وتجدر الإشارة إلى أن وسائل الإعلام هي التي تفعل من أدوار الأفراد وتحثهم على المشاركة في الأنشطة التنموية، وفي ذات الوقت تساعدهم على التكيف مع متطلبات الحياة الحديثة. (مصطفى حميد كاظم الطائي، 2010، 157- 158)

وعملية التحضر والتطور عنده هي أولا انتقال من نظام إعلامي شفهي إلى نظام إعلامي موجه، كما يبين المخطط:

النظام الإعلامي	النظام الشفهي	القناة
إرسال	شخصي (وجها لوجه)	الجمهور
غير متجانس (جماهير)	أولي (جماعات)	المحتوى
وصفي (الأخبار)	إلزامي (قواعد)	المصدر
احترافي (مهارة)	متسلسل (حالة)	

-شكل رقم (05): الاختلافات الجوهرية بين النظام الشفهي والنظام الإعلامي-

ولقد وضع " ليرنر " تعميمين بشأن هذا النموذج: الأول وهو أن اتجاه التغيير في الأمم هو دائما من الشفهي إلى الإعلامي، فهو لم يجد أي استثناء. الثاني هو أن قدر التغيير يرتبط ببعض المؤشرات المهمة في هذا النظام، وهذه المؤشرات يوضحها النموذج التالي:

النظام الإعلامي	النظام الشفهي	المجال
مدني	ريفي	اجتماعي
متعلم	أمي	ثقافي
انتخابي	تعييني	سياسي

-شكل رقم (06): مجالات نظام الإعلام الشفهي والإعلامي-

وفي بحثه وجد " ليرنر " ارتباطات وثيقة بين هذه المؤشرات، فعلى سبيل المثال نسبة المشاركة في وسائل الإعلام ترتبط ارتباطا وثيقا بالتعليم، والذي يرتبط بدوره بالمدنية (التحضر). وبعد وضع الارتباطات ضمن نمو وسائل الإعلام، التعليم والمدنية (التحضر)، انتقل " ليرنر " إلى وصف الطريقة؛ فبالنسبة له تبدأ الدولة في دائرة من المدنية (التحضر)، و فقط في المدن يمكن لأنماط التعليم أن ترتفع. وحالما يبدأ الناس في تطوير استقبال الرسائل الشفوية عبر التعليم، يزيد نمو وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال. والتطور من جهته يسرع التعليم، ثم تزيد المشاركة السياسية. (Stephen

W.Littlejhon,2004, 368)

ب- نظرية الحتمية التكنولوجية

تعد النظرية التكنولوجية لوسائل الإعلام من النظريات الحديثة التي ظهرت لتفسير دور وسائل الإعلام وطبيعة تأثيرها على مختلف المجتمعات، ومبتكر هذه النظرية هو "مارشال ماكلوهان" الذي يعتبر من أشهر المثقفين في النصف الثاني من القرن العشرين.

وتعد هذه النظرية من أكثر النظريات الإعلامية انتشارا ووضوحا في الربط بين الرسالة والوسيلة الإعلامية، والتأكيد على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره. وتوضح أن مضمون وسائل الإعلام لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تقنيات الوسائل الإعلامية، وأن طبيعة الوسائل التي يتصل بها الإنسان تشكل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال. (محمد منير حجاب، 2010، 262)

وبشكل عام يمكن القول أن هناك طريقتان للنظر لوسائل الإعلام من حيث:

- 1- أنها وسائل لنشر المعلومات والترفيه والتعليم.
- 2- أو أنها جزء من سلسلة التطور التكنولوجي.

فإذا نظرنا إليها على أنها وسيلة لنشر المعلومات والترفيه والتعليم، فنحن نهتم أكثر بمضمونها وطريقة استخدامها، والهدف من ذلك الاستخدام. وإذا نظرنا إليها كجزء من العملية التكنولوجية التي بدأت تغير وجه المجتمع كله شأنها في ذلك شأن التطورات الفنية الأخرى، فنحن حينئذ نهتم بتأثيرها بصرف النظر عن مضمونها. (فواز منصور الحكيم، 2011، 100)

وفي هذا الصدد يقول "ماكلوهان" أن مضمون وسائل الاتصال لا يمكن النظر إليه مستقلا عن تكنولوجيا الوسائل الاتصالية والإعلامية نفسها، فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الاتصالية الموضوعات والجمهور الذي توجه له رسالتها يؤثران على ما تقوله تلك الوسائل. ولكن طبيعة وسائل الاتصال التي يتصل من خلالها الإنسان تساهم في تشكيل المجتمعات أكثر مما يشكلها مضمون الاتصال؛ فحينما ينظر "ماكلوهان" إلى التاريخ يأخذ موقفا نستطيع أن نسميه "بالحتمية التكنولوجية"، وهذا يعيدنا إلى ما قاله "كارل ماركس" عن الحتمية الاقتصادية أو الحتمية التاريخية، وبأن التنظيم الاقتصادي للمجتمع يشكل جانبا أساسيا من جوانب حياته. "فماكلوهان" يؤمن بأن الاختراعات

التكنولوجية العامة هي التي تؤثر أساساً على المجتمعات، بل وأكد أن التحول الأساسي في الاتصال التكنولوجي يجعل التحولات الكبرى تبدأ ليس فقط في التنظيم الاجتماعي ولكن أيضاً في الحساسية الإنسانية. كما اعتبر أن محددات النظام الاجتماعي تكمن في طبيعة وسائل الاتصال التي من خلالها تتم عملية الاتصال، وبدون الأسلوب الذي تعمل به لا نستطيع أن نفهم المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات. (بسام عبد الرحمن المشاقبة، 2011، 156)

ويرى "ماكلوهان" أن التنظيم الرمزي للإنسان ونظامه الإدراكي الحسي، المكاني والزمني، يخضعان لإفرازات التقنيات الاتصالية المختلفة، وفي هذا المستوى يحدد الإعلام تأثيراته ذات المغزى الأكبر والدائمة. ويعتقد "ماكلوهان" أن الانتباه إلى مضامين الإعلام يعتم ويثوِّس ويحرِّف الانتباه عن مسألة أن وسائل الإعلام تؤثر في معرفة الناس للعالم، ولكن ليس لأن التأثيرات تتحقق في مستوى الآراء، بل لأن تلك الوسائل تحرف دائماً وبدون أن تجد مقاومة ردود الفعل الحسية أو أشكال الإدراك الحسي.

ويتحدث "ماكلوهان" عن "القرية الشاملة" التي خضع العالم فيها إلى تحولات كنتيجة للمتغيرات التي أثارها وسائل الإعلام الإلكتروني. في هذا الأفق يرى "ماكلوهان" أن وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري هي عبارة عن استطلاعات وامتدادات للإنسان، فهذه الوسائل تصبح بحد ذاتها الرسائل الإعلامية الحقيقية التي تكتسب أهمية لأنها تحدث تغييرات في المدرك الحسي للإنسان، وكل تقنيات الاتصال، بلا حدود، يمكن تحليلها كاستطلاعات للنظام الفيزيائي المادي والعصبي للإنسان. (فريال مهنا، 2002، 194-195)

فوسائل الاتصال الإلكترونية غيرت حسب "ماكلوهان" في توزيع الإدراك الحسي، أو كما يسميه هو "نسب استخدام الحواس"، فامتداد أي حاسة يعدل طريقة تفكيرنا وتصرفاتنا وإدراكنا للعالم من حولنا.

ويعرض "ماكلوهان" أربع مراحل تعكس في رأيه تطور التاريخ الإنساني:

- 1- المرحلة الشفهية: أي مرحلة ما قبل التعلم أو المرحلة القبلية.
- 2- مرحلة كتابة النسخ: التي ظهرت بعد "هومر" واستمرت ألفي عام.
- 3- مرحلة الطباعة: من سنة 1500 إلى سنة 1900 تقريبا.
- 4- مرحلة وسائل الإعلام الالكتروني: من سنة 1900 تقريبا حتى الوقت الحالي.

وباختصار يدعي "ماكلوهان" أن التغيير الأساسي في التطور الحضاري منذ أن تعلم الإنسان أن يتصل، كان من الاتصال الشفهي إلى الاتصال السطري، ثم إلى الاتصال الشفهي مرة أخرى، ولكن بينما استغرق التغيير من الشفهي إلى السطري قرونا، تم الرجوع أو التحول مرة أخرى إلى الشفهي في حياة الفرد الواحد. (فواز منصور الحكيم، 2011، 103)

كما يرى "ماكلوهان" أن الوسيلة هي الرسالة؛ بمعنى أن طبيعة كل وسيلة وليس مضمونها هو الأساس في تشكيل المجتمعات. فالرسالة الأساسية في التلفزيون هي التلفزيون نفسه، كما أن الرسالة الأساسية في الكتاب هي المطبوع؛ فالمضمون غير مهم، وأن المهم هو الوسيلة التي تنقل المحتوى، ويشير "ماكلوهان" أن لكل وسيلة جمهور من الناس يفوق حبهم لهذه الوسيلة اهتمامهم بمضمونها. (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2008، 276)

ورغم أن "ماكلوهان" يعتبر تأثير الوسيلة نفسها نافعا ومفيدا، إلا أن تأثيرات الرسالة نفسها متنوعة أكثر من الوسيلة نفسها. فالرسالة هي الوسيلة والوسيلة هي الرسالة، وكل واحدة تؤثر على الأخرى، بحيث لا يمكن فصل واحدة عن الأخرى، فدرجة اكتساب المعلومات من التلفزيون يمكن أن تقل إذا لم يتطابق النص مع الصورة.

وتأكيد "ماكلوهان" على تأثير الوسيلة نفسها مفيد، كما أن إشارته إلى تأثير التوازن أو عدم التوازن بين استخدام الحواس، تؤثر علينا أو تعيد بناء كل قيمنا ومؤسساتنا.

فكل من "ماكلوهان" و"هارولد أنيس" يعتبران أن نمو وتطور المطبوع إلى عصر التلفزيون الجديد سوف يعيد التوازن الصحي للحواس، وسوف يجعل الفرد يهتم بأمور أخرى غير شؤونه الخاصة، كما سوف يعيد الأحاسيس القبلية إليه. (محمد منير حجاب، 2010، 264-265)

فالتلفزيون سوف يعود بالفرد مرة أخرى إلى التجارب الجماعية للثقافة الشفهية، وسوف يشجع المساهمة بدلا من الانسحاب والعزلة، والعمل بدلا من الاقتصار على التفكير، والعلاقات السليمة بدلا من القومية المتطرفة. (نفس المرجع، 266)

ويميز "ماكلوهان" بين نوعين من التقنيات: فالراديو والسينما والصور هي قنوات ساخنة؛ أي مليئة بالمعلومات وتتطلب مشاركة ضعيفة من قبل المتلقي، في حين أن الهاتف والتلفزيون هي قنوات باردة فقيرة بالمعلومات، ولذلك هي غنية بمشاركة المتلقي. ويقول إن تأثيرات قناة ساخنة يمكن أن تصبح باردة إذا كان المتلقي باردا كما في المجتمعات المتخلفة وأوساط الفلاحين والأشخاص الذين مازالوا مرتبطين بعصر غوتنبرغ، أي عصر الإعلام المطبوع. ويعيد "ماكلوهان" برودة السينما إلى أنها نتاج العصر الانتقالي بين التقنيات الميكانيكية والتقنيات الكهربائية؛ فالفيلم السينمائي يتطلب التزاما ضعيفا من قبل المشاهد، في حين أن التلفزيون الذي ينتمي للتقنيات الكهربائية يتطلب نقاشات وحوارات ودرجات عالية جدا من المشاركة.

ولكن يعود "ماكلوهان" ليقول إن هذه الاختلافات بين وسائل الإعلام سائرة نحو الأفل، فالسينما دخلت في التلفزيون، وجودة الصورة لا يمكن إلا أن تتطور في التلفزيون نتيجة التقدم التقني. (فريال مهنا، 2002، 195)

فالوسيلة الساخنة هي الوسيلة التي لا تحافظ على التوازن في استخدام الحواس أو الوسيلة التي تقدم المعنى مصنوعا جاهزا إلى حد ما، مما يقلل احتياج الفرد للخيال لكي يكون صورة للواقع من المعلومات التي تقدم إليه، أما الوسيلة الباردة فهي الوسيلة التي تحافظ على التوازن بين الحواس، وتحتاج لقدرة كبير من الخيال. (فواز منصور الحكيم، 2011، 120)

بهذا المعنى يمكن القول أن الآلية الذاتية Automation باردة في حين أن الوسائل الميكانيكية ساخنة، والشخص التقليدي ساخن في حين أن الشخص المتطور بارد. والوسيلة الساخنة درجة وضوحها مرتفعة وعلى درجة عالية من الفردية، وتحتوي على قدر كبير من المعلومات المطلوبة. أما الوسيلة الباردة فدرجة وضوحها منخفضة، وتنتقل معلومات قليلة، وتحتاج إلى جهد من جانب الجمهور لاستكمال التجربة. (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2008، 277)

لقد أصبحت هذه الأفكار في السنوات الأخيرة موضع انتقاد أو تعديل أو تشكيك من قبل الباحثين. وفي هذا الصدد يرى "رينشارد بلاك" أن "القرية العالمية" التي زعم "ماكلوهان" وجودها لم يعد لها وجود حقيقي في المجتمع المعاصر، ويوضح أن التطور التقني الذي استند إليه عند وصفه للقرية العالمية استمر في مزيد من التطور، بحيث أدى إلى تحطيم هذه القرية العالمية وتحويلها إلى شظايا. فالعالم الآن أقرب إلى البناية الضخمة التي تضم عددا من الشقق السكنية التي يقيم فيها أناس كثيرون، ولكن كل منهم يعيش في عزلة ولا يدري شيئا عن جيرانه الذين يقيمون معه في البناية نفسها، ويمكن أن يوصف هذا التطور بأنه تحول من "التجميع" إلى "التفتيت" أو اللامركزية. (محمد منير حجاب، 2010، 266)

أما "موران" فيقول بشأن نظرية "ماكلوهان" بأنها تبدو من أوجه عديدة كإيديولوجية محمولة وتفكير وحشي يرمي إلى إحداث تكامل بين الظاهرة الإعلامية والاتصالية وبين الإنسان، على قاعدة لعبة منتظمة فقيرة من التناقضات غير المناسبة، ومن خلال هاجس تقليصي يتجلى في الثنائي "الحواسي- التقني". فهذا التاريخ الأنثروبولوجي للإنسان القبلي- السمعي، ثم الغوتبرغي الطباعي، ثم الكهربائي الذي يعرضه "ماكلوهان" يلائم الاقتصاد أكثر مما يلائم السوسولوجيا والسيكولوجيا. (فريال مهنا، 2002، 196)

وعلى الرغم من الانتقادات الشديدة التي تعرضت لها هذه النظرية، إلا أنها تعتبر من النظريات القوية في تفسير تأثير تكنولوجيات الاتصال على الإنسان، وفي تفسير علاقة هذا الأخير بها.

ج- نظرية دوامة الصمت

تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام هو ما درسته "نويل نيومان" في نظرية "دوامة الصمت" أو "لولب الصمت"، والتي تعود إلى الثلاثينيات والأربعينيات من القرن العشرين، ولكنها لم تتبلور إلا مع بداية السبعينيات. وقد ركزت "نويل نيومان" على ما يحدث عندما يبدي الناس آراءهم حول جملة من القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام للجمهور.

وترى نظرية "دوامة الصمت" أن الأشخاص الذين يؤمنون بأنهم يشكلون أقلية رأي في قضية عامة يبقون في الخلف أين تبقى آراؤهم متخفية ومحدودة، أما الآخرون الذين يؤمنون بأنهم يشكلون أغلبية في الرأي فإنهم سيتشجعون أكثر للإدلاء بآرائهم. وتقول "نيومان" بأن وسائل الإعلام سوف

تركز على أولئك الذين يشكلون الأغلبية وتتغافل عن الأقلية؛ هؤلاء الذين يمثلون الأقلية سيكونون أقل ثقة وقوة في التعبير عن آرائهم، وهو ما سيؤدي بهم إلى الانحدار نحو "دوامة الاتصال". وفي الجهة المقابلة فإن هؤلاء الذين يمثلون الأغلبية سوف يمجدون ويفتخرون بتأثيرهم، ويمكن أن يصبحوا أكثر ثقة في اتصالهم، وبالتالي فإن وسائل الاتصال سوف تقوم بنقل آرائهم ونشاطاتهم.

وتعتقد "نيومان" أن الأغلبية يملكون الثقة في التعبير عن آرائهم، ويمكن أن يظهرها بطرق مختلفة، أما أصحاب الأقلية فإنهم عادة ما يكونون حذرين وصامتين، وهو ما يقوي ويدعم إدراك العامة لضعفهم. (Richard West, Lynn.H Turner, 2000, 347- 348)

ولا شك أن ميل البعض إلى التكتّم بقوة وميل البعض الآخر إلى الصمت يحرك عملية لولبية تكرر تصاعديا وجهة نظر من ينجح في أن يسيطر، وفي تولد صيرورة لولب الصمت يصل الفرد إلى الاعتقاد بما يظن أن الآخرين يعتقدونه. ويؤشر "لولب الصمت" إلى انزياح في الرأي يتولد من مسألة أن مجموعة تبدو قوية أكثر مما هي في الحقيقة، في حين أن الذين يتبنون رأيا مخالفا يبدون أكثر ضعفا مما هم في حقيقة الأمر، والنتيجة وهم بصري وسمعي فيما يتعلق بالوضع الفعلي للأكثرية وبميزان القوة. (فريد مهنا، 2002، 296)

إن نظرية "دوامة الصمت" تركز خاصة على مصطلح "الرأي العام"، والذي ترى "نيومان" أنه فيه لبس وأنه لم يفسر في الاتجاه الصحيح. فقد قسمت "الرأي العام" إلى جزأين "الرأي" و"العام". وقالت بأن هناك ثلاثة معاني لمصطلح "العام"؛ الأول ونعني به أنه مفتوح لأي أحد مثل الأراضي العامة أو الأماكن العامة، وثانيا فكلية "عام" تنتمي إلى المسائل المتعلقة بالأفراد مثل المسؤولية العامة للصحفي. وأخيرا فإن كلمة "عام" تمثل الجانب النفسي الاجتماعي للأفراد؛ بمعنى أنهم لا يفكرون فقط فيما يتعلق بهم، ولكنهم يفكرون أيضا في علاقاتهم مع الآخرين. وفي الأخير تقول "نيومان" أن الأفراد يعلمون إذا كانوا في مواجهة وجهة النظر العامة أو في حماية منها، ويعدلون أنفسهم وفقا لذلك، ولهذا تم حسبها استبعاد الجانب النفسي الاجتماعي في التفسيرات السابقة للرأي العام، رغم أن هذا المعنى يحس به الأفراد في نسيجهم الاجتماعي الحساس.

أما "الرأي" فهو تعبير عن اتجاه، والآراء يمكن أن تختلف في القوة والثبات. وتقول "نيومان" أن الرأي هو مستوى الاتفاق أو التوافق لمجتمع معين، وفي "دوامة الصمت" الرأي هو مرادف لشيء ينظر إليه على أنه مقبول. (Richard West, Lynn.H Turner, 2000, 348- 349)

وتعرف "نيومان" الرأي العام بأنه "الاتجاهات أو السلوكيات التي يجب أن يعبر بها الفرد في العموم أو مع الناس، إذا كان الفرد لا يريد عزل نفسه. أو بشكل آخر هو تلك الاتجاهات التي يستطيع الفرد التعبير عنها دون أن يخاف خطر عزل نفسه".

المهم أن الرأي العام يشير إلى الإحساس العام للجمهور نحو قضية أو موضوع معين، وغالبا ما تحدد وسائل الإعلام المواضيع التي تهم الأفراد، وغالبا ما تجعل هذه المواضيع أيضا محل جدل. وتشير "نيومان" أن الرأي العام يمكن أن يتأثر بهؤلاء الذين يؤيدون أو يختلفون معنا في وجهات النظر. (ibid, 349)

فكل فرد متورط شاء أم أبى في عمليات تشكيل الرأي العام، بما أنه مهدد بالعزلة الاجتماعية، إذا خرج عن الضوابط والقواعد وصيرورات التكامل، أو اتخذ موقفا ضدها. إذن الرأي العام هو الرأي المسيطر الذي يرغم الناس على تناغم اتجاهاتهم وسلوكهم، ويقدر ما يبدي هؤلاء الأفراد تعارضا مع الرأي السائد بقدر ما يتعرضون للعزلة، ويفقد رجال السياسة منهم الدعم الشعبي.

ويولي هذا المفهوم أهمية لمسألة أن الإنسان يراقب بيئته الاجتماعية المحيطة به، وينتبه لطريقة تفكير من هم حوله ومن يدركون مسارات تغيير الآراء؛ أي أن الإنسان يسجل تلك الآراء التي تكتسح المحيط الاجتماعي وتصبح مهيمنة، ثم يتبناها ويعبر عنها جهارا انسجاما مع الرأي السائد في مرحلة زمنية معينة. (فريال مهنا، 2002، 295)

وتقوم نظرية "دوامة الصمت" على مجموعة من المسلمات تتمثل في:

1- إن المجتمع يهدد الأفراد المختلفين بالعزلة: وتشير هذه المسلمة إلى أن المجتمع يمارس قوة على أولئك الذين لا يتماشون معه، وذلك من خلال التهديد بالعزلة. وتؤمن "نيومان" بأن قاعدة المجتمع تعتمد على تنظيم الأفراد وتأييده لمجموعة القيم، وأن الرأي العام هو الذي يحدد ما إذا كانت

هذه القيم لديها نفس درجة الاعتقاد ما بين الأفراد. فعندما يتفق الأفراد على مجموعة القيم فإن الخوف من العزلة يقل، وعندما يكون هناك اختلاف حول هذه القيم فإن الخوف من العزلة يظهر.

2- الخوف من العزلة يدفع الأفراد إلى تقييم مناخ الرأي العام بشكل مستمر: حيث تقول "نيومان" أن الأفراد يتحصلون على المعلومات بشأن الرأي العام من خلال مصدرين هما: الملاحظة الشخصية ووسائل الإعلام. وحسبها فإن الأفراد قادرين على تقدير قوة الجهات المعارضة في المناقشات العامة، ويفعلون ذلك من خلال الاستماع إلى وجهات نظر الآخرين، ودمج هاته المعارف مع وجهات نظرهم. (Richard West, Lynn.H Turner, 2000, 349- 350)

وتظهر هذه العملية كمنبه قوي خاصة خلال فترات عدم الاستقرار (الأزمات)، وذلك عندما ندرك أن آراءنا حول موضوع ما تكون مختلفة عن تلك الخاصة بالأغلبية حولنا.

إن الأفراد لا يستخدمون فقط ملاحظاتهم الشخصية للرأي العام، ولكنهم يعتمدون أيضا على وسائل الإعلام، رغم أن "نيومان" تؤكد أن تأثير هذه الأخيرة يكون بشكل غير مباشر. ولأن الناس اجتماعيون بطبعهم، فإنهم يتحدثون بشأن ملاحظاتهم مع الآخرين، ويبحثون عن وسائل الإعلام لتأكيد ملاحظاتهم أو دحضها، ثم يفسرون ملاحظاتهم من خلالها.

3- إن السلوك العام أو سلوك الأفراد يتأثر بتقييم الرأي العام: حيث تفترض "نويل نيومان" أن سلوك الأفراد يأخذ شكلا إما عن طريق الكلام علنا حول موضوع ما، أو عن طريق التزام الصمت. فإذا أحس الأفراد أنهم يؤيدون القضية فسوف يرغبون في التواصل والحديث حولها، وإذا أحسوا أن الآخرين لا يساندون هذه القضية فسوف يبقون صامتين؛ فقرة مؤشرات المجموعة التي ينتمي إليها الفرد أو ضعفها، هي القوة التي تضع الدوامية في حركة. باختصار يبدو أن الأفراد يتصرفون طبقا لما يحسه الآخرون، فهم يكرهون مناقشة القضايا التي لا تؤيدها الأغلبية حسب ما تعتقده "نيومان". (ibid, 351)

ومن بين المواقف الضمنية لهذه النظرية إعطاء الإعلام الجماهيري دورا مهما في ديناميكية التغيير الاجتماعي. فالنقطة الأهم في "لوب الصمت" هي ملاحظة أن الإعلام لا يكتفي بتمثل ميول الرأي العام، بل على العكس يعطيها شكلا ملموسا ويطورها. ويمكن القول أن الإعلام يخلق الرأي العام، ذلك أن تزحزح الميول لا يتحقق باستقلالية عن عمل الإعلام بل هو وثيق الارتباط به. ويمكن لهذه الصيرورة أن تكتسب أهمية وأن تؤدي إلى نتائج مختلفة كثيرا ترتبط بعوامل شتى، وبوجود بعد

قيمي وليس فقط معرفي بالنسبة للقضايا المتناولة، وأيضا اختلاف الوتيرة والسيرورة الخاصة بلولب الصمت. (فريال مهنا، 2002، 297-298)

لقد رصدت "نيومان" ثلاثة متغيرات أساسية تساهم وتزيد من قوة تأثير وسائل الإعلام وهي:

1- **التأثير الكمي من خلال التكرار:** حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم رسائل إعلامية متشابهة ومتكررة حول قضية ما أو موضوع ما أو شخصية محددة، بحيث يؤدي هذا العرض التراكمي إلى التأثير على المتلقي على المدى البعيد دون إرادة منه، ومهما كانت حصانة المتلقي ضد الرسالة الإعلامية.

2- **التسيير الإرادي للمتلقى والتأثير الشامل عليه:** ومعناه أن وسائل الإعلام تسيطر على الإنسان وتحاصره في كل مكان، وتهيمن على بيئة المعلومات المتاحة له، وعلى مصادر المعلومات، مما ينتج عنه تأثيرات شاملة على الفرد يصعب عليه الخلاص منها.

3- **التجانس والهيمنة الإعلامية:** وهذا يعني بأن القائمين على الاتصال والعاملين في الوسط الإعلامي يقدمون رسائلهم الإعلامية انسجاما مع موقف أصحاب المؤسسات الإعلامية التي يعملون فيها، والتي بدورها تقوم انسجاما واتفاقا مع أصحاب المصالح الكبرى في توجيه الرأي العام، بحيث يؤدي ذلك إلى تشابه توجهاتهم وتشابه المنطق الأخلاقي للعمل الإعلامي الذي يقومون به، ويؤدي ذلك إلى تشابه الرسائل الإعلامية التي تتناقلها وسائل الإعلام المختلفة، مما يزيد من قوة تأثيرها على المتلقي. (محمد منير حجاب، 2010، 332-333)

لقد حذرت "نيومان" من أن أغلبية الأفراد يعدلون اتجاهاتهم بتأثير من وسائل الإعلام، والرغبة في الحديث علنا تتوقف بشكل كبير عليها؛ فبدون دعم من الآخرين من أجل وجهات نظر مختلفة، يظل الفرد في اتفاق مع الآراء التي تعرضها وسائل الإعلام. فهي تؤمن بأن وسائل الإعلام تزود الأفراد بالجمل والكلمات حتى يستطيع هؤلاء أن يتكلموا بثقة حول مختلف المواضيع والقضايا، وإذا لم يكن هناك كلمات أو تعابير مكررة فإن هؤلاء الأفراد يظلون صامتين.

وفي تفسيرها لماذا تمتلك وسائل الإعلام كل هذا التأثير، تعتقد "نيومان" أن الأفراد لا يعطى لهم تفسير كبير للأحداث، ولكن غالبا ما تقدم لهم نظرة محدودة للحقيقة؛ فالتوجه المحدود لتغطية الأخبار يقلل من عملية الإدراك لدى الأفراد. (Richard West, Lynn.H Turner, 2000, 352- 353)

ورغم أن هذه النظرية من النظريات القليلة التي ركزت على الرأي العام، إلا أنها تعرضت للعديد من الانتقادات تتمثل خاصة في:

- الشك في افتراض التكرار والهيمنة والتسيير اللاإرادي للفرد من قبل وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام، على الأقل في الديمقراطيات الغربية التي تتعدد فيها المصالح، ويصعب على وسائل الإعلام أن تتبنى اتجاهاً واحداً وثابتاً دائماً من القضايا المثارة ولفترة زمنية طويلة.
- إن وسائل الإعلام لا تعبر بالضرورة عن رأي الأغلبية، بل تعكس أحياناً رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها.
- من الصعب تفسير الرأي العام وتشكله بمعزل عن دور المعلومات والتجارب التي يحصل عليها الفرد من خلال البيئة السياسية والاجتماعية المحيطة به خاصة في القضايا المهمة. (محمد منير حجاب، 2010، 334-335)

كما أشار كل من Charles Salmon و F.Gerald Kline بأن "دوامة الصمت" فشلت في توضيح تدخل ذاتية الفرد في القضية، ففي بعض الحالات يريد الأفراد الحديث لأن ذاتيتهم جزء من الموضوع. أما Carroll Glymm Andrew وآخرون فقد أشاروا إلى مسألة تدخل العمليات الانتقائية مثل عدم التوافق الفكري؛ فالأفراد يتحاشون المواضيع التي تتعارض مع وجهات نظرهم. هذا بالإضافة إلى أنه ليس هناك دعم إمبريقي كافٍ للقول بأن الأفراد يتكلمون فقط عندما يتلقون دعماً لآرائهم.

وبالنسبة لكل من Carroll Glymm Andrew و Jack Mc leod فهناك نقطتي ضعف أخرتين في النظرية وهما: أنهما يعتقدان أن الخوف من العزلة لا يشجع الأفراد على الإدلاء بآرائهم، ويقولان بأن "نيومان" لم تختبر هذه المسألة. وثانياً يقولان بأنها لم تشر إلى تأثير انتماء الأفراد ومحيطهم على آرائهم، ويعتقدان أنها ركزت كثيراً على وسائل الإعلام، ويتساءلان ما إذا كانت هذه الأخيرة تمتلك نفس الخصائص اليوم وكما ظهرت النظرية لأول مرة. (Richard West, Lynn.H Turner, 2000, 358)

ويبين التراث الأدبي لنظريات الاتصال، أن نظرية "دوامة الصمت" كانت من أكثر النظريات تعرضاً للنقد بسبب ضعف البناء الفكري والنظري لها، وإمكانية تطبيق أفكارها على مجتمعات دون أخرى.

د - نظريات التأثير القوي في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد وردت نظريات التأثير القوي في دراسات وبحوث المجلة الجزائرية للاتصال على النحو التالي:

-جدول رقم (28) يبين توزيع نظريات التأثير القوي -

النسبة	التكرار	النظرية
28.81	17	ن.ليرنر
6.78	04	ن.دوامة الصمت
64.41	38	ن.الحتمية التكنولوجية
100	59	المجموع

يوضح لنا الجدول أن استخدام نظريات التأثير القوي في المجلة الجزائرية للاتصال جاء بنسب متفاوتة، تتصدرها نظرية "مارشال ماكلوهان" أو كما تسمى بنظرية الحتمية التكنولوجية بنسبة 71.69٪، ونظرية "ليرنر" بنسبة 28.81٪، وأخيرا نظرية دوامة الصمت التي بلغت نسبتها 7.54٪. وتعتبر نظرية الحتمية التكنولوجية الأكثر استخداما ذلك أنها استعملت في تفسير أداء مختلف وسائل الإعلام على رأسها التلفزيون وباقي تكنولوجيات الإعلام والاتصال، كما أنها استعملت خاصة في تفسير أثار تكنولوجيات الاتصال على المتلقي، بشقيها المعرفي والاجتماعي. كما أن مفهوم "القرية العالمية" استعمل في التدليل على التطورات التكنولوجية الحاصلة، وللإشارة إلى تضيق الحدود اليوم بين الشعوب بفضل ما أحدثته هذه الأخيرة، خاصة في ظل الانتشار اللامحدود لشبكة الإنترنت. فيما استخدمت نظرية دوامة الصمت بنسبة ضعيفة مقارنة بنظريات التأثير القوي الأخرى في المواضيع المتعلقة بدور وسائل الإعلام في تشكيل الرأي العام. إلا أنه وبالرغم من كثرة المواضيع التي عالجت ظاهرة الرأي العام وطرق قياسه، والمشاكل التي يمكن أن تواجه الباحثين في قياسه في الجزائر، إلا أنه قلما تتم الإشارة لهاته النظرية، وربما يعود السبب في ذلك إلى كثرة الانتقادات التي تعرضت لها أطروحاتها.

أما نظرية "ليرنر" تم استخدامها في المجلة الجزائرية للاتصال بمعدل 17 تكرار ونسبة مقدرة بـ 28.81٪، حيث سجلت أعلى نسبة استخدام لها بالعدد 19 في موضوع بعنوان Developmental

في الأعداد 6 و 7 و 10 و 20. وربما قد يكون السبب في ذلك إلى عدم حداثة هذه النظريات مقارنة بباقي نظريات تأثير وسائل الإعلام الأخرى، أو عدم مواكبة أطروحاتها لمشاكل وقضايا الاتصال الراهنة.

- جدول رقم (29) يبين توزيع فئة الزمن على نظريات التأثير القوي -

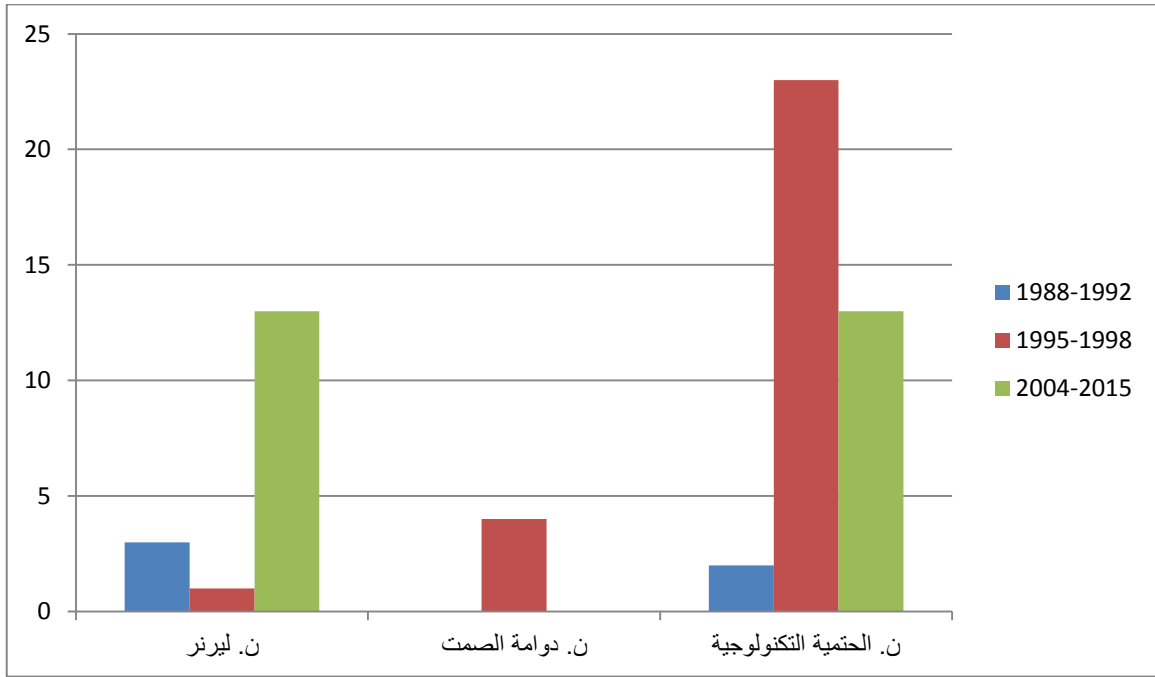
ن. الحتمية التكنولوجية		ن. دوامة الصمت		ن. ليرنر		النظرية الفترة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
5.26	02			17.65	03	-1988 1992
60.53	23	100	04	5.88	01	-1995 1998
34.21	13			76.47	13	-2004 2015
100	38	100	04	100	17	المجموع

تبين النسب المسجلة أن بعض نظريات التأثير القوي - دوامة الصمت والحتمية التكنولوجية- ظهرت بالمجلة الجزائرية للاتصال بنسب قوية خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 1998، وهي الفترة التي شهدت رجوع المجلة الجزائرية للصدور بعد انقطاع دام سنين، ومجموعة من الأحداث التي تخص الواقع الإعلامي الجزائري كانتقال الصحافة المكتوبة من القطاع العام إلى القطاع الخاص، وكذا بدايات تطور البث الفضائي، وأيضاً بدايات ظهور العديد من تكنولوجيات الاتصال، وبالتالي فقد كانت الحاجة لمثل هذه النظريات لشرح وتفسير كل هاته التغيرات.

كما ظهرت نظرية الحتمية التكنولوجية لـ"مارشال ماكلوهان" بنسبة 34.21% خلال 2004 إلى 2015، مما يدل على استمرار الاعتماد عليها في تفسير قضايا ومشكلات الاتصال، خاصة في ظل المد التكنولوجي الهائل، وما أفرزته شبكة الإنترنت وتطبيقات التكنولوجيا المختلفة من تأثيرات على المجتمع الحديث.

أما نظرية "اليرنر"، والتي استخدمت بنسبة 17.65% خلال سنوات 1988 إلى 1992، تراجعت ثم تطورت إلى 76.47% خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015، وهو الأمر الذي يبين أهمية هذه النظرية في بحوث الاتصال، ودورها في شرح الدور الذي اضطلعت به وسائل الإعلام في تطوير المجتمعات ونقلها إلى حالة من التحضر.

وفيما يلي تمثيل للتغيرات المختلفة التي مرت بها نظريات التأثير القوي:



-شكل رقم (07): تطور استخدام نظريات التأثير القوي-

-جدول رقم (30) يبين توزيع نظريات التأثير القوي حسب مجال البحث-

ن. الحتمية التكنولوجية		ن. دوامة الصمت		ن. ليرنر		النظرية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مجال البحث	
2.63	01			13.04	03	إذاعة	إعلام
42.11	16			17.39	04	تلفزيون	
2.63	01			13.04	03	صحافة	
26.31	10					إعلام إلكتروني وتكنولوجيات الاتصال	
						مسرح	
						كتاب	
						سينما	
						علاقات عامة	اتصال
						إعلان	
						تكوين أكاديمي	
						تشريعات إعلامية	
26.32	10	100	04	56.52	13	أخرى	
100	38	100	04	100	23	المجموع	

يبين لنا الجدول أن نظرية الحتمية التكنولوجية قد وردت في المواضيع التي تعالج وسائل الإعلام المختلفة، وتمحور استخدامها في كل من المواضيع الخاصة بالتلفزيون والإعلام الإلكتروني وتكنولوجيات الاتصال بنسبة 42.11% و 26.31%، وجاء بنسب ضعيفة مقدرة بـ 2.63% في كل من المواضيع المتعلقة بالإذاعة والصحافة المكتوبة. وهو أمر منطقي وموضوعي، إذا ما ربطناه بأفكار هذه النظرية ومضامينها التي تتحدث عن وسائل الإعلام الباردة والساخنة، وعن إفرازات تكنولوجيات الاتصال في المجتمع، ومفهوم القرية الكونية الذي ارتبط كثيرا في استخدامه وتفسيره بالتلفزيون وبالبحث الفضائي عبر الأقمار الصناعية. فاستخدمت نظرية "مارشال ماكلوهان" في مواضيع مثل "البث التلفزيوني المباشر بواسطة الأقمار الصناعية"، وباللغة الفرنسية في A propos de La Nouvelle Territorialte et pour la Communication، وغيرها من المواضيع.

أما نظرية دوامة الصمت فقد وردت بنسبة 100% في المواضيع الأخرى التي لا تعالج مواضيعها وسائل الإعلام بشكل مباشر، ولكنها مواضيع نظرية تتعلق بكل ما له علاقة بها كالمحيط الاجتماعي لوسائل الإعلام والرأي العام كالموضوع الوارد في العدد 16 حول "الأثر الاجتماعي لوسائل الإعلام" وغيرها من المواضيع.

كما يبين الجدول أن استخدام الباحثين لنظرية "ليرنر" في المجلة الجزائرية للاتصال قد تركز في المواضيع المتعلقة بوسائل الاتصال الجماهيري، وذلك بنسبة 17.39% بالنسبة للتلفزيون، و13.04% لكل من الإذاعة والصحافة. ذلك أن هذه النظرية تتحدث عن دور وسائل الإعلام في إحداث تنمية وتطور في بنية المجتمعات، ونقلها إلى مرحلة التحضر. كما وردت هذه النظرية في فئة المواضيع الأخرى بنسبة 56.52%، مما يدل على عرض أفكارها وأطروحاتها نظرياً، أكثر من ربطها واقعياً بوسائل الإعلام المختلفة.

-جدول رقم (31) يبين توزيع نظريات التأثير القوي حسب عناصر العملية الاتصالية-

ن. الحتمية التكنولوجية		ن. دوامة الصمت		ن. ليرنر		النظرية العنصر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						القائم بالاتصال
5.26	02			5.88	01	الرسالة
47.37	18			17.65	03	الوسيلة
5.26	02					المتلقي
23.68	09					الأثر
18.43	07	100	04	76.47	13	أخرى
100	38	100	04	100	17	المجموع

يبين لنا الجدول أن نظرية دوامة الصمت لم تستعمل في المجلة الجزائرية للاتصال في المواضيع المتعلقة لا بالمتلقي ولا بالوسيلة رغم علاقتها المباشرة بهما، واستخدمت في غيرها من المواضيع وذلك بنسبة 100%، بينما استعملت نظرية الحتمية التكنولوجية في هذه المواضيع بنسبة

18.43%، كما تم استخدامها في مختلف المواضيع الخاصة بعناصر العملية الاتصالية، ولكنه تركز بشكل خاص في مواضيع الوسيلة بنسبة 47.37%، والأثر بنسبة 23.68%، وهو الأمر الذي لا يتعارض مع أفكار هذه النظرية، في تركيزها على خصائص ومميزات وسائل الإعلام المختلفة، وخاصة في ظل اعتبار الرسالة هي الوسيلة في حد ذاتها، بالإضافة إلى تعرضها للأثر القوي لهذه الوسائل على الفرد.

أما استخدام نظرية "ليرنر" فبرز في المواضيع الأخرى أكثر من المواضيع المتعلقة بعناصر العملية الاتصالية، وذلك بنسبة 76.47%. وهو الأمر الذي اتضح في نتائج الجدول السابق الخاص بظهور هذه النظرية حسب مجال البحث، والذي له علاقة بالنتظير، أكثر من الاستعمال التطبيقي لهذه النظرية. أما في مواضيع الوسيلة فقد استخدمت النظرية بنسبة 17.65%، ولم ترد في المواضيع الخاصة بالرسالة سوى بنسبة 5.88%، وهو استخدام يتلاءم تماما مع ما تطرحه من أفكار حول دور وسائل الإعلام في إحداث التأثير وتحقيق التحضر والتنمية.

-جدول رقم (32) يبين توزيع نظريات التأثير القوي حسب طبيعة الموضوع-

الموضوع	ن. ليرنر		ن. دوامة الصمت		ن. الحتمية التكنولوجية	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
سياسي	01	5.88			07	18.42
اجتماعي	15	88.24			14	36.85
إقتصادي						
ثقافي					09	23.68
أكاديمي	01	5.88	04	100	08	21.05
ديني						
بيئي						
رياضي						
أخرى						
المجموع	17	100	04	100	38	100

يوضح لنا الجدول أن استعمال نظرية الحتمية التكنولوجية متمركز في المواضيع ذات الطابع السياسي والاجتماعي والأكاديمي بنسب متفاوتة، بالإضافة إلى ورودها في المواضيع الثقافية. وبعكس تنوع نسب استخدام نظرية الحتمية التكنولوجية، كثرة الاعتماد عليها في المجلة الجزائرية للاتصال في تفسير مختلف الظواهر، وفي شرح علاقة المجتمع بالتكنولوجيا في مناحي الحياة المختلفة، رغم الانتقادات الموجهة لهذه النظرية. وفي ذلك يرى الباحث الجزائري "نصر الدين لعياضي" أن "هناك توجهها مؤكدا في البحث العلمي الإعلامي في البلدان العربية نحو دراسة تأثير العدة التكنولوجية، بدءا بالإذاعة والتلفزيون، وشبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي". (نصرالدين لعياضي، 2016، 24) وهو الأمر الذي يمكن أن يفسر الاستشهاد المتكرر بهذه النظرية، والاستدلال بها في أكثر من موضع.

أما نظرية دوامة الصمت فقد سجلت نسبة 100% في المواضيع الأكاديمية، دون الحديث عنها لا في المواضيع ذات الطابع السياسي ولا ذات الطابع الاجتماعي، رغم كونها من النظريات ذات الخصوصية السياسية الاجتماعية.

أما استخدام نظرية "ليرنر" فبرز في المواضيع ذات الطابع الاجتماعي حيث بلغت نسبتها 88.24%، بينما وردت في المواضيع السياسية والمواضيع الأكاديمية بنسبة أقل بلغت 5.88%. وتدل النسبة الأولى أن هناك تناسبا بين مضمون النظرية وبين موضع استخدامها، ذلك أنها تهتم بالمجتمع وبنياته المختلفة الاجتماعية والإقتصادية والسياسية، وتؤكد على الدور التتموي للإعلام في تطوير هذه البنيات وتحديثها.

-جدول رقم (33) يبين توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات التأثير القوي-

ن.الاحتمية التكنولوجية		ن.دوامة الصمت		ن.ليرنر		الهدف / النظرية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
5.26	02			5.88	01	إطار نظري
						مقارنة
15.78	06			5.88	01	نقد
31.57	12	50.00	02	76.47	13	شرح وتفسير
36.84	14	25.00	01	5.88	01	دعم واستشهاد
						اختبار
10.52	04	25.00	01	5.88	01	مجرد إشارة
100	38	100	04	100	17	المجموع

يبين لنا الجدول أعلاه أن الهدف من استخدام نظريات التأثير القوي جاء متبايناً. فبينما استخدمت نظرية دوامة الصمت بهدف الدعم والاستشهاد بنسبة 25٪، والشرح والتفسير بنسبة 50٪، ولمجرد الإشارة إليها بنسبة 25٪، تنوعت أهداف استخدام نظرية الاحتمية التكنولوجية. والملاحظ أن نظرية دوامة الصمت لم تستخدم أبداً كإطار نظري للدراسة، مما يعني أنه قد اقتصر استخدامها على المواضيع النظرية دون الإمبريقية، مقارنة بنظرية الاحتمية التكنولوجية التي ورد استخدامها كإطار نظري بنسبة 5.26٪. كما اعتمد عليها في شرح وتفسير مختلف الأفكار وبعض قضايا ومشكلات الاتصال بنسبة 31.57٪، بينما استخدمت للدعم والاستشهاد بنسبة 36.84٪، وهذا ما يدل على أن هناك اعتماداً قوياً على هذه النظرية في بحوث المجلة الجزائرية للاتصال.

كما أنه هناك تباين في أهداف استخدام نظرية "ليرنر" لاجتياز المجتمع التقليدي، ولكنها تمحورت بشكل أساسي حول الشرح والتفسير بنسبة 76.47٪. كما استخدمت بنسبة 5.88٪ كإطار نظري، ويهدف الدعم والاستشهاد والنقد أو كمجرد إشارة لها عند عرض بعض الأفكار التي تناسبها. وتبين هذه النسب أهمية النظرية، واستمرار اعتماد الباحثين عليها في مناقشة المشكلات الراهنة، خاصة إذا ما علمنا أن اختبار هذه النظرية قد شمل بعض البلدان العربية على غرار بلدان غربية أخرى، مما يجعلها أقرب في تفسيراتها لبيئة الاتصال العربية، ومناسبتها أكثر لفهم حيثياتها وتفاصيلها.

3-3-2- نظريات التأثير المعتدل

وهي النظريات التي تقلل من قوة تأثير وسائل الإعلام، وترى أن هناك مجموعة من العوامل التي يمكن أن تتدخل في تحديد سلوك الفرد، ودرجة تأثره بوسائل الإعلام. وتتمثل هذه النظريات في:

أ- نظرية انتشار المبتكرات

نظرية انتشار المبتكرات واحدة من أهم النظريات المنتشرة التي ساعدت في فهمنا لانتشار - من خلال أبحاث- الابتكار في المناطق الزراعية الريفية والأهم المتطورة. إن انتشار الابتكار يتم عندما تنتشر فكرة من نقطة أصلية إلى المناطق الجغرافية المحيطة، أو من فرد إلى فرد آخر في منطقة واحدة. ولقد كان العديد من الرواد الأمريكيين والأجانب مسؤولين عن انتشار هذا النوع من الأبحاث في العشرين سنة الأخيرة، وأوسعها وأكثرها انتشارا في هذا المجال هي نظرية "إفرت روجرز". (Stephen W. Littlejhon, 2004,337)

"إفرت روجرز" وهو متخصص في علم الاجتماع الريفي، كان اهتمامه منصبا آنذاك على تحديث المجتمع الريفي الأمريكي وجعله مواكبا للتغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي جعلت من الولايات المتحدة قوة عظمى بعد الحرب العالمية الثانية. فكان مركزا على كيفية تبني الجمهور للمستحدثات، أو الابتكارات الجديدة سواء في مجال الإنتاج أو الاستهلاك مثل إدخال أساليب جديدة في الزراعة وفوائد آلة الحرث، أو فكرة تنظيم الأسرة. (محمد منير حجاب، 2010، 322)

لقد قدم لنا "روجرز" و"شوماخر" عملا ممتازا من خلال هذه النظرية. فبدأها "روجرز" بربطها بعملية التغيير الاجتماعي بشكل عام، هذا الأخير يتكون من: الابتكار، الانتشار (التواصل)، الآثار. وهذا التغيير يمكن أن يحدث داخليا ضمن جماعة أو خارجيا عن طريق "وكلاء تغيير خارجيين"، وفي الحالة الأخيرة يمكن أن يكون التواصل عفويا أو عن طريق الصدفة، أو يمكن أن يكون نتيجة مخطط لها من قبل وكالات خارجية. (Stephen W. Littlejhon, 2004,337)

إن هذه النظرية تركز على الشروط التي ترفع أو تخفض قابلية أعضاء ثقافة ما لتبني فكرة جديدة أو إنتاج أو ممارسة. فعند دراسة حدوث الابتكار يقول "روجرز" بأن ذلك يحدث من خلال أربع مراحل: الابتكار، الانتشار من خلال النظام الاجتماعي، الزمن والآثار. فالمعلومة تمر من خلال

شبكات، وطبيعة هذه الأخيرة والأدوار التي يلعبها قادة الرأي هي التي تحدد القابلية لتبني الابتكار. (Vijaya Somasundaram, 2005,257)

إن بحوث انتشار المبتكرات حاولت شرح المتغيرات التي تؤثر في " كيف ولماذا" يتبنى المستخدمون وسيطا معلوماتيا جديدا مثل الانترنت. (ibid, 259)

لقد قام " روجرز" بالمراجعة والتدقيق في أكثر من 5000 دراسة إمبريقية متعلقة بانتشار المبتكرات الجديدة في مجال الاجتماع الريفي والأنثروبولوجيا، والهدف من ذلك التعرف على آليات تبني العملية العقلية التي يمر خلالها الفرد من وقت سماعه أو علمه بالابتكار إلى أن ينتهي به الأمر إلى مرحلة التبني النهائية.

ولاحظ " روجرز" من خلال مراجعته للدراسات الكثيرة أن هناك 5 مراحل أساسية لعملية تبني المبتكرات:

- مرحلة الوعي بالفكرة: حيث يسمع الفرد أو يعلم لأول مرة بالمبتكر الجديد بشكل عفوي، أو بشكل مقصود.
- مرحلة الاهتمام: وتتحقق فيها الرغبة في الحصول على مزيد من المعلومات حول الموضوع، أي أن السلوك أصبح هادفاً.
- مرحلة التقييم: يقيم الفرد المعطيات المتوفرة، ويقرر ما إذا كان هناك فائدة لإخضاع المسألة للتجريب العملي.
- مرحلة التجريب: يجرب المبتكر على نطاق ضيق أو لفترة محددة.
- مرحلة التبني: إن لم تكن مرحلة التجريب غير مقنعة فسيتخلى الفرد عن الموضوع، أما إذا اقتنع به فسيتبناه ويطبقه على نطاق واسع. (محمد منير حجاب، 2010، 322-323)

وهناك ثلاثة أنواع من القرارات بشأن الابتكار:

- 1- القرار الاختياري: مثل زرع منتج معين بالنسبة للفلاحين.
- 2- القرارات الجماعية.
- 3- القرارات السلطوية (المفروضة) أو القرارات التي تصنع بالقوة.

والنسب الأسرع في التبني عادة ما تحدث في القرارات التي تصنع بالقوة، مع أن القرارات الاختيارية يمكن أن تكون سريعة أيضا، أما القرارات الجماعية فهي الأبطأ. (Stephen W. Littlejohn, 2004, 242)

إن انتشار الابتكار هو عملية تستهلك وقتا؛ فيمكن أن تتطلب عملية نشر فكرة ما عدة سنوات، وفي هذا الصدد يقول "روجرز" أن واحدا من أهداف أبحاث الانتشار هو اكتشاف الوسائل التي بإمكانها تقليص عنصر الزمن. وبمجرد اعتماد الابتكار تصبح له آثار حقيقية، فيمكن أن يكون وظيفيا أو غير وظيفي، مباشرا أو غير مباشر، واضحا أو خفي مع أن هذا لا يحدث دائما.

وانتشار الابتكار يقوم على أربعة عناصر: الابتكار، الاتصال، القنوات والزمن. والابتكار هو أية فكرة جديدة في النظام الاجتماعي، وعملية إدراكها كفكرة جديدة هو الذي يهم وليس جديتها الموضوعية، وأية فكرة تدرك من قبل أفراد أمة ما تدخل ضمن هذه العملية، ويرى "روجرز" أن عملية الانتشار تحدث من خلال القنوات الشخصية أو الجماهيرية. (ibid, 337)

ويمارس قادة الرأي تأثيرا على الجمهور من خلال الاتصال الشخصي، كما أن هناك وسطاء آخرون يسمون "الوكلاء وحراس البوابة" هم أيضا يدخلون في عملية انتشار الابتكار. وهناك خمسة أنواع من الجمهور بشأن عملية تبني الابتكار وهم: المبتكرون، المتبنون الأوائل، الأغلبية الأولى، الأغلبية الأخيرة والمتخلفون.

هاته الأنواع تأخذ شكل عقدة منحنية نمطية (S)، فالقليل من المبتكرين يتبنون الابتكار في البداية 2.5%، والمتبنون الأوائل في وقت قصير لاحق بـ13.5%، والأغلبية الأولى بنسبة 34%، والأغلبية الأخيرة بنسبة 34%، وبعد مدة وأخيرا المتخلفون بـ16%. (Vijaya Somasundaram, 2005, 259)

لقد ركزت بحوث الابتكار على خمسة عناصر:

- 1- مواصفات الابتكار والتي من شأنها أن تؤثر على عملية التبني،
- 2- عملية اتخاذ القرار، والتي تقع عندما يريد الأفراد تبني فكرة جديدة أو منتج أو ممارسة،
- 3- مواصفات الأفراد التي تجعلهم يودون تبني ابتكار ما،
- 4- النتائج المطبقة على الأفراد والمجتمع جراء التبني،
- 5- قنوات الاتصال المستخدمة في عملية التبني. (ibid, 260)

وبالتالي يمكن القول - ضمن هذه النظرية- أن:

- دور وسائل الاتصال يقتصر على المرحلة الأولى في الإعلام أن المبتكر الجديد نزل إلى السوق، أو الإعلام عن تكلفته.
- إن الاتصال المواجهي يلعب الدور الرئيسي في إقناع الجمهور بتبني المبتكرات.
- لا توجد مرحلتان فقط لانتشار المعلومات كما يقول "لازرسفيلد"، بل مراحل عديدة حسب "روجرز"؛ أي أن المعلومات تمر من وسائل الإعلام إلى المتبنين الأوائل إلى قادة الرأي، ومن ثم إلى الجمهور العريض للأتباع. (محمد منير حجاب، 2010، 324)

لقد قامت السلطات الأمريكية بتأسيس مركز "روجرز" في جامعة "ميتشجان" الحكومية ليدرب فيه الخبراء القادمين من العالم الثالث على توعية المزارعين بضرورة تغيير أساليبهم وتبني المبتكرات الحديثة، ومن الأمثلة على ذلك ما يسمى "بالحملات التوعوية".

وهكذا اعتبرت نظرية "روجرز" لانتشار المبتكرات على مراحل بداية لما أصبح يعرف فيما بعد "الاتصال التتموي"، أي كيفية استخدام الاتصال بكل أشكاله في مجال التنمية، وقد واصل "شرام" فيما بعد في هذا الاتجاه. (نفس المرجع، 325-326)

إن نظرية "روجرز" و"شوماخر" تقدم رؤية معقدة لانتشار الابتكارات في النظام الاجتماعي، إنها مساعدة لنا في فهم انتشار وسائل الإعلام وتأثيرها بشكل خاص، وعملية الاتصال الجماهيري بشكل عام.

ب- نظرية التدفق على مرحلتين

في عام 1940، وفي دراسة كلاسيكية للانتخابات قام بها "لازرسفيلد" وزملاؤه في "الميرا-نيويورك"، وجد الباحثون أمرا غير متوقع والذي كان بعيدا عن التأكيد، وهو احتمال تدخل الاتصال الشخصي في العملية الكلية للاتصال. هذا التأثير والذي أصبح معروفا بـ "فرضية تدفق الاتصال على مرحلتين" كان له تأثير كبير على مفهوم الاتصال الجماهيري.

ومن هذه الدراسة أتى المزيد من المعلومات، وتلقت الفرضية المزيد من الدعم؛ فلقد افترض أن تدفق المعلومات من وسائل الإعلام يتجه نحو " قادة الرأي " في المجتمع، والذين يسهلون تأثير الاتصال من خلال مناقشاتهم مع أقرانهم.

وتلخص النظرية في عمل "كاتز ولازرسفيلد" المعنون بـ"التأثير الشخصي"، حيث يتمركز في هذه النظرية مفهوم "قادة الرأي"، وهم أفراد في المجتمع يتلقون المعلومة من وسائل الإعلام ثم ينقلونها لزملائهم. وقد وجد أنهم منتشرون في كل الجماعات، ومن الصعب تفرقة قائد الرأي عن باقي أعضاء الجماعة، ولكنه يعرف على أساس أنه يقوم بدور في عملية الاتصال ما بين الأفراد (الجمعي). ومن المهم معرفة أن قائد الرأي يتغير من وقت إلى آخر ومن قضية إلى أخرى، فالاهتمام بقضية معينة هو واحد من صفات قائد الرأي، ولكن يكون القادة مأتين فقط عندما يتم تقاسم هذا الاهتمام مع باقي أعضاء الجماعة. (Stephen Littlejohn, 2004, 335- 336)

لقد ابتكر الباحثون هذه النظرية ليوضحوا أن الناخبين لم يتأثروا بوسائل الاتصال الجماهيرية، وإنما تأثروا بالناس الذين يعرفونهم شخصياً ويحترمونهم؛ هؤلاء الناس والمعروفين بـ"قادة الرأي" ليسوا بالضرورة في مركز سلطة. والنقطة الرئيسية التي ينطلق منها الباحثون في هذه النظرية أن الاتصال الشخصي أكثر أهمية من الاتصال الجماهيري، وأن تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية يكون من خلال قادة الرأي. ويتضح من هذه النظرية أن الناس في الطبقات الاجتماعية المختلفة يقدمون تفسيرات مختلفة لوسائل الاتصال، وأنهم يميلون إلى الحديث عن وسائل الاتصال الجماهيرية مع الأشخاص الذين يشبهونهم في التعليم والمهنة والثروة والخلفية الأسرية. (عبد الرحيم درويش، 2006، 160)

فالناس لا يعيشون متفرقين ومنعزلين عن بعضهم البعض، وإنما يعيشون ضمن جماعات صغيرة. هذه الجماعات هي التي تعطي معنى للرسائل الإعلامية المتدفقة، وتقوم بعملية صياغة جديدة أو تعديل أو تنقيح لها، ثم بعد ذلك تسمح للرسائل الإعلامية بالتدفق على جمهورها وفقاً لتصورها. وبناء على ذلك يفترض هذا النمط أن حركة المعلومات تتدفق على مرحلتين:

1- المرحلة الأولى من وسائل الإعلام إلى أفراد ذوي اطلاع حسن نسبياً بالواقع الاجتماعي، ويولون عناية مستمرة لوسائل الإعلام.

2- المرحلة الثانية من هؤلاء الأفراد ذوي الاطلاع الحسن إلى الأفراد الذين لديهم تعرض مباشر وبصورة أقل لوسائل الإعلام، ويعتمدون على آخرين في الحصول على المعلومات.

ولقد ضمّن "لازرسفيلد" وزملاؤه نموذج هذا مجموعة من الفرضيات:

1- إن الاستجابة ورد الفعل اتجاه رسائل وسائل الإعلام ليس مباشرا وفوريا، بل يكون غير مباشر ومتأثرا بهذه الروابط الاجتماعية.

2- إن نمط الاتصال يشمل عمليتين؛ واحدة للاستقبال والاهتمام، وواحدة للتجاوب على شكل قبول أو رفض للمؤثر، ولا يعادل الاستقبال الاستجابة، ولا يعادل عدم الاستقبال عدم الاستجابة.

3- لا يتساوى كل الأفراد في مواجهة حملات وسائل الإعلام، بل لهم أدوار مختلفة، منهم أولئك الذين يعتمدون أساسا على اتصالاتهم بآخرين باعتبارهم أدلاء.

4- أصحاب الدور الأكثر نشاطا "قادة الرأي" يتميزون باستخدام أكثر لوسائل الإعلام، ولديهم وعي بتأثيرهم الشخصي على الآخرين. (عامر مصباح، 2005، 103-104)

وعموما لقد قدم "روجرز" و"شوماخر" قائمة من التعميمات النظرية حول "قادة الرأي"، والتي تساعد في توضيح هذه النظرية:

- قادة الرأي أكثر تعرضا لوسائل الإعلام.

- قادة الرأي لديهم اتصال أكثر من محركي التغيير من قرنائهم.

- قادة الرأي لديهم مشاركة اجتماعية أكثر من زملائهم.

- قادة الرأي لديهم مكانة اجتماعية أعلى من زملائهم.

- قادة الرأي أكثر ابتكارا من زملائهم. (Stephen Littlejohn, 2004, 337)

وبالتالي فإن قادة الرأي هم المحرك الأساسي للعملية الاتصالية حسب هذه النظرية، ويفضلهم يطلع الأفراد على الجديد الذي تقدمه وسائل الإعلام ويفهمونه.

ج- نظرية ترتيب الأولويات

يستند مفهوم "وضع الخطة وترتيب الاهتمامات" إلى الجهود البحثية التي قام بها الباحثان ماكويز وشو1972. ويؤكد المفهوم أن وسائل الاتصال الجماهيرية تمتلك القدرة على تحديد اهتمامات

الجمهور بقضايا تصبح مهمة لديهم بسبب تركيزها عليها. بمعنى أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين تركيز وسائل الاتصال على قضية معينة، وأهمية هذه القضية لدى الجمهور المتلقي؛ فكلما زاد تركيز وسائل الاتصال على قضية محددة، فإن هذه القضية تحل مكانا متقدما في سلم أولويات واهتمامات الجمهور. (محمد نجيب صرايرة، 2003، 555)

فافتراضات ترتيب أولويات الاهتمام تعتبر أحد الجهود العلمية لفهم دلالات الواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام. والفكرة الأساسية وراء هذا الافتراض هو وجود علاقة قوية بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية القضايا والمواضيع خلال حملة سياسية، وبين ترتيب أهمية هذه القضايا لدى الذين يتعرضون للأخبار. وتهتم هذه النظرية على وجه التحديد بالأخبار السياسية من بين محتويات وسائل الإعلام، كما تهتم بمجموعة الاعتقادات التي تنتج عن الصور التي تقدمها هذه الوسائل. وتعالج هذه النظرية ثلاثة قضايا أساسية وهي: الواقع كما تصوره وسائل الإعلام، تطوير المعاني الذاتية، وتأثير ذلك على السلوك. (حمدي حسن، 1991، 97).

ويفترض هذا النموذج أو النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع المواضيع والقضايا في المجتمع، وإنما يختار القائمون عليها بعض المواضيع التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها. هذه الأخيرة تثير اهتمامات الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها ويقفون بشأنها، وبالتالي تمثل لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا من المواضيع الأخرى التي لا تطرحها وسائل الإعلام. (برهان شاوي، 2003، 175).

وعليه فإن هناك علاقة إيجابية قوية بين تركيز وسائل الإعلام على قضايا معينة وحجم الأهمية التي يعيها الجمهور لنفس القضايا، فوضع الأجندة وفقا لبعض التفسيرات ليس إلا توجيهها من وسائل الإعلام للجماهير نحو الحقائق السائدة.

ولقد تطورت دراسات وضع الأجندة، فكان الجوهر الذي تضمنته هو دور وسائل الإعلام في زيادة وعي الجمهور بالعديد من القضايا العامة والهامة وتزويد حجم المعلومات عنها، فكان السؤال الذي تدور حوله هذه الدراسات هو تطوير الرأي أو تغيير الاتجاه فحسب ليصبح فيما بعد: ما هو دور وسائل الإعلام في تنمية معارف معينة عن القضايا العامة؟ أي أن دراسات وضع الأجندة لم تعد

تتحى فقط منحى التركيز على الإقناع وتغيير الرأي والاتجاه، بل أصبحت تهتم أيضا وأكثر بدراسة تأثير وسائل الإعلام في وضع أجندة الجمهور. (عزيزة عبده، 2004، 100).

وتبعا لهذا النموذج فإن الجمهور لا يتعلم من وسائل الإعلام فحسب حول المسائل العامة والأمور الأخرى، ولكنه يتعلم كذلك كم تبلغ هذه المسائل من أهمية تبعا للتأكيد الذي تلقاه من قبل وسائل الإعلام؛ بمعنى آخر فإن الإعلاميين يلعبون دورا هاما في تشكيل حياتنا الاجتماعية حينما يمارسون دورهم في اختيار وعرض الأخبار علينا وترتيب الأولويات فيها. وهكذا فإن وسائل الإعلام تقوم بتحديد المسائل الهامة لنا، وبعبارة أخرى فإن الأولويات التي تفرضها هذه الوسائل على الجمهور تكون هي نفسها لديه، ذلك أن وسائل الإعلام تقوم بوضع أجندة الجمهور.

وعليه فإن وظيفة وضع الأجندة للاتصال الجماهيري تتمثل في مقدرتها على تغيير المعرفة عند الأفراد والقيام ببناء تفكيرهم، وهنا يكمن أهم تأثير لوسائل الإعلام وهو مقدرتها على ترتيب العالم وتنظيمه عقليا لنا. (صالح خليل أبو أصعب، 1999، 220).

وبناء على هذا النموذج فإن تأثير وسائل الإعلام يمكن أن يتحقق من خلال المظاهر التالية:

- 1- تهيئ وسائل الإعلام الجو للمناقشات والمناظرات حول المسائل السياسية، والتي تتم تماشيا مع الخطوط التي ترسمها وسائل الإعلام، فهي ترشد الناس عما يتحدثون عنه.
- 2- تقوم وسائل الإعلام بتعليم الناس أهمية المسائل التي تعرضها، وهذه الأهمية تتبع من درجة التأكيد الذي تلقاه من قبل وسائل الإعلام، والتي تنقل بالتالي إلى المتلقي.
- 3- تلعب وسائل الإعلام دورا رئيسا في تشكيل الحياة الاجتماعية، وذلك من خلال اختيارها وعرضها للاختيار ترتيب الأولويات التي تحدد المسائل الهامة للجمهور بل وتفرضها عليهم.
- 4- إن أهمية الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير على الجمهور يتمثل في مقدرة الاتصال الجماهيري في التأكيد على معارف الناس وبناء تفكيرهم، إذ أنها ترتب العالم وتنظمه عقليا للجمهور. (برهان شاوي، 2003، 176).

وقد عرفت نظرية ترتيب الأولويات عدة تطورات بفضل روادها، ويرجع الباحثون في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة وضع الأجندة "ترتيب الأولويات" ظهرت عام

1958 في مقال لـ "نورتون لونج"، إلا أن أول تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى "برنارد كوهين" في كتابه "الصحافة والسياسة الخارجية" عام 1963.

وهناك نص مباشر لم يلتفت إليه الباحثون من قبل حول وظيفة وضع الأجندة، حين اعتبر "برنارد بيرلسون" 1948 في مقالته المعنونة "الاتصالات والرأي العام" أن وسائل الإعلام تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية، وقال أن هناك بعض الدلائل بأن المناقشات الخاصة حول المسائل السياسية تأخذ مؤشراتنا من عرض وسائل الإعلام لهذه المسائل، إذ أن الناس يتحدثون في السياسة متماشين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها هذه الوسائل؛ فوسائل الإعلام بهذا المعنى ترشد وتعلم الجمهور عما يتحدثون. (صالح خليل أبو أصبع، 1999، 219).

كما يرجع البعض الأصول النظرية لبحوث "ترتيب الأولويات" إلى "والتر ليبمان" من خلال كتابه "الرأي العام"، الذي أشار إلى الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال في عملية تشكيل الرأي العام. والبعض الآخر ينسبها إلى "لازرسفيلد" ورفاقه الذين تحدثوا سنة 1944 عن الدور القوي لوسائل الاتصال في عملية بناء القضايا. أما دراسات كل من "سيفيرن" و"تانكرد" فتشير إلى جهود باحثين آخرين من بينهم "نورتون لونج" الذي كتب سنة 1958 عن دور الصحيفة وتأثيرها على الجمهور. وكان قد استخدم لفظ "الأجندة" حينما أشار إلى ذلك بقوله: "تعد الصحيفة المحرك الرئيس لوضع الخطة، حيث تلعب دورا بارزا في تحديد ما الذي يتحدث عنه معظم أفراد الجمهور، وتحديد ماهية الحقائق والطريقة التي يعتقد معظم أفراد الجمهور بأنها الأنسب للتعامل مع المشكلات". (محمد نجيب الصرايرة، 2003، 559-560)

أما "لانج" و"لانج" فقد أشارا إلى أن "وسائل الإعلام هي التي توجه الاهتمام نحو القضايا بعينها، فهي التي تطرح المواضيع، وتقترح ما الذي ينبغي أن يفكر فيه الأفراد باعتبارهم أعضاء في الحشد، وما الذي ينبغي أن يعرفوه وما الذي ينبغي أن يشعروا به".

وفي دراسة أخرى ركز الباحثان على التأثير التراكمي للمعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام في رسم الصور الذهنية السياسية لعامة الناس في فترة الانتخابات. ويزعم الباحثان أن "وسائل الإعلام هي التي تبني القضايا وتحدد الشخصيات، وتقوم بتلك الوظيفة على فترة طويلة، وبالتالي يكون من الصعب إدراك هذا التأثير ورؤيته على الطبيعة". وغالبا ما يتم هذا التأثير بشكل غير مباشر من

خلال تهيئة المناخ السياسي، ورسم الصور الذهنية للأحزاب والمترشحين، وبالتالي تؤثر وسائل الإعلام في النهاية على أصوات الناخبين. (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، 2003، 289-290).

وفي أواخر الستينات حاول "ماكسويل ماكومبس" و"دونالد شو" اختبار هذه النظرية من خلال دراسة الأخبار السياسية في حملة انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 1968. واعتمدت هذه الدراسة على تحليل المضمون للتعرف على الكيفية التي قدمت بها الصحف والمجلات والتلفزيون الأخبار السياسية عن المترشحين والقضايا السياسية المختلفة عبر فترة زمنية ممتدة، كما أجريا مسحا لتقييم اعتقادات عينة المسح اتجاه الأهمية التي يولونها للقضايا والمواضيع التي قامت وسائل الإعلام بتقديمها. وقد انتهت هذه الدراسة إلى وجود مستوى عال من التشابه بين كمية الاهتمام المعطاة لقضية معينة من قبل وسائل الإعلام، وبين مستوى أهمية هذه القضية لدى الجمهور الذي تعرض لهذه الوسائل. ولا تعني هذه النتيجة أن وسائل الإعلام لها قدرة هائلة على حمل الجمهور لاعتناق وجهة نظر معينة، ولكنها تتجح في حمل الجمهور على اعتبار بعض القضايا أكثر أهمية من قضايا أخرى. وبهذا المعنى فإن هناك تشابها كبيرا بين العالم الخارجي وبين الصور الموجودة في رؤوس الناخبين الذين أجريت عليهم الدراسة. (حمدي حسن، 1991، 97).

أما دراسة "فانكوسر" التي أجراها للكشف عن العلاقة بين التغطية الإخبارية ومدركات الجمهور لأهمية القضايا من خلال النظر إلى العلاقة بين الرأي العام ومحتوى الإعلام، ثم العلاقة بين محتوى الإعلام والحقيقة؛ فقد أشار تقدير العلاقة الأولى إلى ارتباط قوي، وإن لم يجد العلاقة قوية مع حقائق القضايا. وانتهت إلى أن وسائل الإعلام الإخبارية لا تعطي صورة صادقة لما كان يدور في الستينات، وأن كثيرا من الناس بما فيهم صانعي القرار يعتقدون أن وسائل الإعلام مصدر صادق للمعلومات، ولكن النتيجة انتهت إلى أنه ليس من الضروري ثبوت هذه الحالة. (محمد عبد الحميد، 2000، 275).

ويؤكد عالما السياسة "كوب" و"إدر" على أهمية وضع الأولويات في تحديد القضايا التي يتم الاختيار من بينها، والتي تلعب دورا مهما في وضع تلك الأولويات للناس. ويتفق "تيمو" مع هذا الرأي حيث يقرر أن وسائل الإعلام تساعد على تحديد أولويات الجمهور من خلال تحديد القضايا التي

تختلف بشأنها وجهات النظر وتصلح للنقاش الجماهيري. (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2003، 290).

ويتحدث "ماكومبس" و"شو" حول دور الجمهور في ترتيب الأولويات "وضع الأجندة" حيث يقولان: "بينما تلعب وسائل الإعلام دورا رئيسا في تحديد القضايا العامة اليومية، إلا أنها ليست بالكامل المحددة لأولويات أجندة الجمهور، إذ هناك تفاعل بين الصحافة ومصادرها التي تؤثر على أولويات أجندة الصحافة. وأهم من هذا وجود تفاعلات بين الصحافة والجمهور التي تؤثر على ما هو مقبول باعتباره أولويات أجندة الجمهور". (صالح خليل أبو أصبع، 1999، 221-222).

لقد قدم كل من "شاننو إينجار" و"دونالد كايندر" مفهوم التهيئة إلى مجال الإعلام السياسي عام 1987 كامتداد وتطور لأدبيات وضع الأولويات. ومنذ ذلك الحين أجريت الكثير من الدراسات التي أكدت على قدرة وسائل الإعلام على التهيئة، أي قدرتها على إحداث تغيير في آراء وسلوك الأفراد ليس لأنهم غيروا معتقداتهم وتقييمهم للأشياء، ولكن لأنهم غيروا الأهمية النسبية التي يولونها للاعتبارات العديدة التي تشكل التقييم النهائي. (أيمن منصور ندا، شيماء ذو الفقار زغيب، 2004، 163).

وجدير بالذكر أن نظرية "وضع الأجندة" أو "ترتيب الأولويات"، هي من المواضيع أو الدراسات الحديثة والمعاصرة. حيث تعتبر دراسة "ماكومبس" و"شو" أول اختبار إمبيريقي لهذه النظرية التي اهتمت بدراسة العلاقة بين أولويات القضايا التي تطرحها وسائل الإعلام، وأولويات القضايا التي تشغل تفكير واهتمامات الجمهور كعلاقة تبادلية يمكن تحديدها من خلال المواضيع والقضايا الإخبارية التي تطرحها وسائل الإعلام، وقد فتحت هذه الدراسة الطريق أمام دراسات "ترتيب الأولويات" التي تزايدت وبصورة سريعة خلال العشرين سنة الأخيرة. وعموما فقد قسم "ماكومبس" مراحل تطور بحوث "ترتيب الأولويات" إلى أربعة مراحل نلخصها فيمايلي:

المرحلة الأولى: ركزت على اختبار أسس فرضيات ترتيب الأولويات، وكيف تؤثر وسائل الإعلام في منظور الجمهور لأولويات القضايا.

المرحلة الثانية: اهتمت بالطرق التي تقلل أو تزيد من تأثير ترتيب الأولويات مثل دور وسائل الإعلام المختلفة والاتصال الشخصي.

المرحلة الثالثة: بدأت عام 1976، وكشفت عن تصورات المرشحين والاهتمامات السياسية كمتغيرات في ترتيب الأولويات.

المرحلة الرابعة: وقد ظهرت هذه المرحلة في النهاية، وتعتبر من أهم المراحل حيث دارت حول أسئلة مهمة مثل من يرتب أولويات الجمهور، ومن يضع أولويات الأخبار. وقد اهتم الباحثون في هذه المرحلة بكل عمليات ترتيب الأولويات بدء من أصل الأخبار حتى استجابة الجمهور والنتائج المترتبة عليه. (عزيزة عبده، 2004، 101-102).

والشكل الرابع لبحوث الأجندة يعتبر أكثر تعقيدا من الثلاثة السابقة، حيث يهدف إلى وصف وشرح ارتباطاتها المختلفة. ويرى "ماكومبس" أن بحوث الأجندة طورت البحوث المبكرة التي كانت تركز على التعرض إلى وسائل الإعلام دون إيضاح أنواع المحتوى ذات العلاقة بالتأثير؛ حيث تدرس التحليل المفصل للمحتوى بجانب بحوث المسح التي تقيس التأثير، ولذلك نجد العديد من الكتابات المعاصرة تؤكد على قوة هذا التأثير. فوضع الأجندة لا يؤثر على الإدراك الفردي فقط، ولكن على المستوى الجمعي أيضا حيث تعتبر عملية معقدة تكتسب من خلالها الأهمية التي تضعها في مركز صنع السياسات. (محمد عبد الحميد، 2000، 276-277).

كما أصبحت هذه النظرية أساسا علميا لبعض الأطر النظرية الإعلامية في مراحل لاحقة، مما جعلها بمثابة "النظرية الأم" لهذه الأطر، مثل نظرية التأطير التي يراها باحثو وضع الأجندة ليست أكثر من المستوى الثاني لوضع الأجندة أو ما تسمى "أجندة السمات"، أو نظرية "التهيئة أو الاستئارة المعرفية". وبالتالي فقد أسهمت هذه النظرية في ميلاد كل من "نظرية الأطر الإعلامية"، و"نظرية الاستئارة المعرفية". (هشام المكي، 2016، 107)

وبشكل عام فهناك إجماع لدى الباحثين على أن بحوث ترتيب الأولويات ساهمت في زيادة فهم دور وسائل الإعلام في المجتمع، كما عززت استخدام مفهوم الآثار بعيدة المدى للتأثير الاجتماعي لوسائل الإعلام.

ويتفق الباحثون والخبراء على أن وسائل الإعلام لا تخبرنا بما نعتقد، ولكنها تقترح علينا ما يمكن أن نوافق عليه جميعا لمناقشته أو تمثله في السلوك الاجتماعي، وبذلك فإنها تقدم بداية قبول القضايا العامة من خلال طرحها لحوار حولها بين الناس، أي أنها تركز على الأحداث العامة

والقضايا لتحقيق التوحد الجمعي وتشكيل الخطاب الاجتماعي. وإذا كانت هذه هي الوظيفة الرئيسية لترتيب الأولويات في وسائل الإعلام، فهل تعني الموافقة على القضية الاتفاق على الحل؟ وبالتالي فإن ذلك يطرح أسئلة عديدة حول تأثيرات أجندة وسائل الإعلام وحدها وطرق عملها، وهل تعمل في إحداث التأثير وحدها أو بتأثير عوامل أخرى مساعدة؟ أو بمعنى آخر إلى أي مدى يمكن أن نعتبر نقل التأثير من وسائل الإعلام إلى الجمهور من خلال ترتيب أجندة القضايا عملية عقلية تتأثر بالعديد من العوامل والمتغيرات التي تؤدي إلى سهولة انسياب المعلومات أو صعوبة انتقالها، وإذا كانت هناك عوامل أو متغيرات وسيطة فما هي؟ وما هي قوة فاعليتها في إحداث الأثر؟ (محمد عبد الحميد، 2000، 283-284).

لقد تبين أن ترتيب الأولويات يتأثر بمجموعة من المتغيرات الخاصة بطبيعة القضايا من حيث هي ملموسة أو مجردة، ودرجة فضول الجمهور نحوها، وأهميتها، والخصائص الديموغرافية للجمهور، ومدى استخدام الاتصال المباشر، وتوقيت إثارة القضية، ونوع الوسيلة الإعلامية المستخدمة، والمدى الزمني المطلوب لإحداث التأثير، وذلك من خلال تحليل دراسات ترتيب الأولويات خلال الفترة من 1977-1991. (حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، 2003، 293).

ولكن يبقى أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام يدعم من قدرته على استيعاب القضايا، بل ووضع تصورات لحلول المشكلات. ومن هنا يأتي دور وسائل الإعلام في وضع الأجندة والذي يعكس لنا التأثير السياسي لهذه الوسائل؛ فهذه النظرية تهتم على وجه التحديد بالقضايا والأخبار السياسية من بين محتويات وسائل الإعلام عبر فترة زمنية قصيرة أو ممتدة. وقد حدد "جولدنبرج" مفهوم "الأجندة السياسية" باعتبارها تمثل اهتمام الجمهور بالقضايا، وركز على عنصر واحد من عملية بناء الأجندة وهو دور وسائل الإعلام في تحديد سعة وعمق الاهتمام العام بالنسبة لقضايا محددة. وقد أكدت أغلب بحوث ترتيب الأولويات أن أولويات وسائل الإعلام تؤثر بدرجة كبيرة في أولويات اهتمام الجمهور أو الرأي العام. (عزيزة عبده، 2004، 104-106).

وعلى الرغم من تعدد البحوث التي تمت لاختبار فروض النظرية والتوسع فيها خلال السبعينات والثمانينات، إلا أنها ما زالت تتعرض للعديد من صور النقد لبعض جوانبها. فيرى "جريفين" أنه على الرغم من أن "ماكومبس" و"شو" اعتبرا أن وظيفة الأجندة حقيقة قائمة، فإن البحوث التالية خلال

العقدين السابقين أثبتت أنها نتيجة محتملة وليست مؤكدة. فتحديد أجندة الجمهور اختلف من بحث لآخر، وبالتالي يعتبر سابقا لأوانه القول بأن وظيفة الأجندة الإعلامية هي ترتيب أولويات الاهتمام بالنسبة للجمهور أو ترتيب أجندة الجمهور. (محمد عبد الحميد، 2000، 285).

كما وجه "كاراجيه" وزملاؤه العديد من الانتقادات لبحوث وضع الأولويات، يمكن إجمالها على النحو التالي:

- 1- تعدد الأساليب المنهجية المستخدمة في إجراء هذه البحوث.
- 2- ضيق المجال الذي تتحرك فيه هذه البحوث.
- 3- إغفال الطبيعة التراكمية التي تبثها وسائل الإعلام والتركيز على الآثار قصيرة الأمد.
- 4- غياب الأسس النظرية التي تركز عليها هذه البحوث، لأنها تركز على مواضيع وقضايا متخصصة بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تنقلها وسائل الإعلام لعامة الناس؛ حيث تكمن قدرة وسائل الإعلام في تحديد المواضيع المثيرة للجدل من بين سياق أكبر من المواضيع العامة. (حسن عماد مكوي، ليلي حسين السيد، 2003، 298).

من جانب آخر يرى "ماكويل" و"وينداهل" أنه ليس واضحا ما إذا كانت التأثيرات ناتجة عن أجندة وسائل الإعلام أو عن الاتصال الشخصي، وما إذا كان من الممكن الاعتماد على نتائج تحليل المحتوى ليعطينا مؤشرا في ذاته لتأثير أجندة الإعلام. وكذلك بالنسبة للتساؤل حول الشك في نقطة البداية، وما إذا كانت تبدأ بواسطة وسائل الإعلام أو بأعضاء الجمهور وحاجاتهم، وربما نضيف بواسطة مؤسسات الصفوة التي تعمل كمصدر لوسائل الإعلام. هذا فضلا عن التباين والاختلاف في الهدف الخاص بوسائل الإعلام، وعمّا إذا كانت تعنى في قليل أو كثير بعملية الاهتمام وتأثيراتها، أم أن هذا يرتبط بالمدخل الوظيفي كما يمكن أن نلاحظه في أوقات أخرى. (محمد عبد الحميد، 2000، 285-286).

ولقد أشار كل من "روجرز" و"ديرنج" إلى ضرورة اهتمام الباحثين بما يلي:

- 1- ضرورة فهم العمليات المعرفية المتضمنة في عملية وضع الأولويات على المستوى الفردي.
- 2- وضع مؤشرات للواقع لتحديد مدى بروز القضايا سواء أكان ذلك على مستوى وسائل الإعلام أم على مستوى الجماهير.
- 3- اختيار تصميمات بحثية تسمح بالتحكم في المتغيرات الأخرى المحتملة في عملية وضع الأولويات. (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2003، 299).

ومن هنا فإن "دينيس ماکويل" يرى أن هذه النظرية لها حدود واتصال من زوايا عديدة بمداخل أخرى ليست واضحة بما فيه الكفاية، مثل نظرية الاستخدامات والإشباع، ونموذج انتشار المعلومات، أو تدعيم الصمت، وبالتالي عدم كفايتها كنظرية ومرشد في البحث. (محمد عبد الحميد، 2000، 286)

ورغم الانتقادات الموجهة إلى النظرية، إلا أن هذا لا يقلل من شأنها في تفسير عملية تأثير وسائل الإعلام، وعلاقة هذه الأخيرة بالجمهور ودورها في تكوين الرأي العام، وخاصة في المجال السياسي، بالإضافة إلى توقعها بين مجالي البحث الأكاديمي والممارسة المهنية في المجال الإعلامي، وهذا ما يضعها في موضعها الصحيح باعتبارها خطوة غير حاسمة ومرتبطة بما سبقها من نظريات ونماذج التأثير.

د- نظرية الاستخدامات والإشباع

يعود الاهتمام بالبحث عن الإشباع الذي توفره وسائل الإعلام لجمهورها إلى بداية البحث التجريبي في ميدان علم الاتصال. ومثل هذه الدراسات ظهرت في الأربعينيات في أعمال "لازرسفيلد" و"ستاتون" و"بيرلسون"، وفي الخمسينيات في أعمال "ريليز" و"فريدسون" و"ماك كوبي"، وفي الستينيات في أعمال "شرا" و"لايل" و"باركر". (صالح خليل أبو إصبع، 2006، 140)

وقد كان "كاتز وبلومر" أول من طرح هذه الرؤية الجديدة لدراسة الاتصال الجماهيري في كتابهما الشهير "استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري" عام 1974. وهي رؤية تفترض أن يكون التساؤل الأساسي هو ما الذي يفعله الناس بوسائل الإعلام؟ وليس ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالناس؟ وعلى الرغم من أن العديد من الأفكار التي طرحها "كاتز" و"بلومر" لم تكن جديدة تماما آنذاك، إلا أن هذه الرؤية ومنذ صدور هذا الكتاب اجتذبت عددا هائلا من الباحثين الذين اتخذوا من

هذه المقولة نقطة بداية لمئات من البحوث والدراسات بحيث أصبح هذا المدخل أحد المداخل الرئيسية في دراسة الاتصال الجماهيري. (حمدي حسن، دس، 13)

وتتسم النظرية بطبيعة نفسية اجتماعية، وتتخذ من الجمهور محورا لها، كما تبحث في التأثيرات الاجتماعية غير المباشرة، وتفترض أن الجمهور نشيط وإيجابي في تعامله مع وسائل الاتصال بهدف إشباع الاحتياجات النفسية والاجتماعية له. وقد بنيت الدراسات الحديثة للاستخدامات والإشباع على نفس التصور الذي قامت عليه البحوث منذ ثلاثين عاما تقريبا، إلا أنها اتسعت لتشمل وسائل الاتصال الجديدة مثل القنوات الفضائية والكمبيوتر والانترنت. (بسيوني إبراهيم حمادة، 2008، 120)

وتكاد تلتقي نظرية أو نموذج الاستعمال والإشباع مع نموذج الحصول على المعلومات في أن كليهما يركز على أن المتلقي هو بؤرة الاهتمام في الدراسة والبحث. ويمكن الفرق بين النموذجين في خلافهما بأن نموذج الحصول على المعلومات يتساءل عن كيف يحصل المتلقي على المعلومات، بينما يسعى نموذج الاستعمال والإشباع إلى الإجابة عن السؤال لماذا يستعمل المتلقي وسائل الاتصال. ومن خلال السؤال الأخير يمكننا أن ندرك بأن محور هذا النموذج يعتبر المتلقي هو نقطة البدء وليس الرسالة الإعلامية أو الوسيلة الاتصالية. ويأخذ هذا النموذج في اعتباره أن جمهور الوسيلة الاتصالية هم نقطة البدء ويحاول أن يخبرنا عن سلوكهم الاتصالي فيما يتعلق بتجربة الفرد المباشرة مع وسائل الاتصال. (صالح خليل أبو إصبع، 2006، 140)

ورغم الشعبية الهائلة التي يتمتع بها هذا المدخل في دراسة الاتصال الجماهيري، إلا أن تطور هذا المدخل شأنه شأن أي نظرية في العلوم الاجتماعية كان بطيئا، ويرجع ذلك إلى عاملين:

- 1- سيطرة اتجاهات بحوث التأثير فيما قبل وبعد الحرب العالمية الثانية على دراسات الاتصال الجماهيري، بحيث لم تحظ دراسات الإشباع القائمة على أساس الاختلافات الفردية اهتماما يذكر.
- 2- إن المراحل الأولى من تطور بحوث الاستخدام والإشباع كانت تفتقر إلى افتراضات نظرية.

ويرى "كاتز" و"بلومر" أن المرحلة الأولى من تطور هذا المدخل اهتمت بتقديم وصف عميق لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الإعلام، والتي تحكم اختيارها للأشكال المختلفة من محتوى هذه الوسائل. (حمدي حسن، دس، 13)

ومن الضروري أن نشير إلى أن دراسات المرحلة الثانية بتأكيدا على الاستخدام العملي الميداني للمتغيرات الاجتماعية والسيكولوجية، والتي يفترض أن توضح الأشكال المتباينة في استخدام الجمهور لوسائل الإعلام، لم تكن مصممة أساسا لدراسة الإشباع ولكنها استهدفت بيان العلاقة بين متغيرات اجتماعية مثل التكامل العائلي والأنداد وبين استخدام وسائل الإعلام.

وتميزت هذه المرحلة الميدانية العملية ببداية الاهتمام بوضع نماذج لبحوث اشباع وسائل الاتصال الجماهيرية، وكان أكثرها تأثيرا ما وضعه "لازويل" عام 1948. ولقد ارتبطت بهذه المحاولات المنظمة لوضع نماذج للاستخدام والإشباع محاولات أخرى استهدفت بيان عناصر بحوث الإشباع، وهو ما أدى إلى ظهور المرحلة الثالثة التي يميزها "كاتز وبلومر" بأنها تحاول استخدام المادة العلمية المتاحة حول الإشباع لشرح وتوضيح تلك الجوانب الأخرى من عملية الاتصال التي يمكن أن ترتبط بها دوافع وتوقعات الجمهور. (نفس المرجع السابق، دس، 14)

وقد تطورت نظرية الاستخدامات والإشباع في التسعينيات لتغطي ثلاث مجالات أساسية

هي:

- 1- دور البحث عن الإشباع في التعرض لوسائل الاتصال.
- 2- العلاقة بين الإشباع والأطر التفسيرية التي يدرك من خلالها الجمهور مضمون وسائل الاتصال.
- 3- العلاقة بين وسائل الاتصال الجماهيري والإشباع. (بسيوني إبراهيم حمادة، 2008، 121-122)

وقد قدم "كاتز" و"بلومر" وصفا لمدخل الاستخدام والإشباع بأنه مدخل معني بمايلي:

- 1- الأصول الاجتماعية والسيكولوجية.
- 2- الاحتياجات التي يتولد عنها.
- 3- توقعات من وسائل الإعلام أو أي مصادر أخرى.
- 4- أنماط مختلفة في التعرض لوسائل الإعلام.
- 5- اشباع للاحتياجات.
- 6- نتائج أخرى في الغالب غير مقصودة. (حمدي حسن، دس، 14)

وقد ساهمت هذه الافتراضات التي قدمها "كاتز وبلومر" والتي قام "روزنبرج" بشرحها وتفصيلها في رسم وتحديد الأبعاد العامة لبحوث الإشباع والاستخدام. وكذلك ساهمت دراسات عديدة بعد ذلك في إعادة صياغة هذه الافتراضات الكلاسيكية وصولاً إلى أهم أسس مدخل الإشباع والاستخدام والتي توجه البحوث في هذا المجال. ومن بين هذه الأسس:

- 1- أن الجمهور نشط.
- 2- الاستخدام المكثف لوسائل الإعلام يمكن اعتباره هدفاً موجهاً ومتنافساً مع مصادر أخرى لإشباع الاحتياجات.
- 3- يربط الجمهور بين الاحتياجات وبين اختيار وسائل الإعلام.
- 4- إن التعرض لوسائل الإعلام يمكن أن يؤدي إلى تحقيق مجال واسع من الإشباع رغم أن محتوى وسائل الإعلام وحده لا يمكن استخدامه للتنبؤ بأنماط الإشباع بدقة.
- 5- الإشباع التي يحصل عليها الجمهور يمكن أن تكون مستمدة من محتوى وسائل الإعلام، أو التعرض لهذا المحتوى أو التعرض في حد ذاته أو الموقف الاجتماعي الذي تم خلاله التعرض. (نفس المرجع السابق، 15)

ويرى هذا النموذج أن الأفراد يوظفون مضامين الرسائل الإعلامية بدلاً من أن يتصرفوا سلبياً اتجاهها. ومن ثم فإن المدخل لا يفترض وجود علاقة مباشرة بين الرسائل الإعلامية والتأثيرات على الجمهور، ويفترض بدلاً من ذلك أن الجمهور يستخدم الرسائل لأمر كثيرة، وتلك الاستخدامات تلعب كعوامل وسيطة في عملية التأثير. علاوة على ذلك فإن هذا المدخل يوفر لنا مجالاً رحباً لاختبار السلوك الاتصالي الفردي مضافاً إلى مجالات البحث المستمرة عن الطرق التي يخلق بها البشر حاجاتهم ويشبعونها. (صالح خليل أبو إصبع، 2006، 141)

وقد لخص "إليهو كاتز" ورفاقه هذا المدخل بالعناصر التالية:

- 1- أن المتلقي هو محور التركيز في العملية الاتصالية، وهو يستخدم وسائل الاتصال كاستجابة منه لتحقيق حاجات يسعى إليها. فالمتلقي عنصر فعال وهذا يعني أنه جزء هام من استخدام وسائل الإعلام إذ يفترض بأنه المستهدف، وهكذا فإن استخدام المتلقي لوسائل الإعلام يمكن تفسيره كاستجابة

منه للحاجة التي يستشعرها، ويتوقع المتلقي أن ينال من خلال سلوكه في استعمال وسائل الإعلام بعضاً من أشكال إرضاء الحاجة لديه.

2- المبادرة في ربط إشباع الحاجات باختيار الوسيلة المناسبة، إنما يخضع المتلقي ذاته في عملية الاتصال الجماهيري. فهذا النموذج يرى بأن الناس مدينون لوسائل الإعلام لسد حاجاتهم أكثر من كونها عامل تأثير عليهم، فالمتلقي يستخدم وسائل الاتصال لتحقيق اشباعاته لديه تختلف تبعاً لظروفه الاجتماعية والنفسية.

3- تتنافس وسائل الاتصال مع وسائل ومصادر أخرى لإشباع حاجات الجمهور، ولذا يجب أن تأخذ وسائل الإعلام في حساباتها وجود بدائل تقليدية تنافسها في تحقيق اشباعاته الحاجات المختلفة لدى الجمهور، وبالتأكيد تختلف الدرجة التي يتم بها تحقيق هذا الإرضاء عن طريق وسائل الإعلام بشكل مناسب.

4- من ناحية منهجية فإن كثيراً من البيانات حول أهداف استعمال وسائل الاتصال الجماهيري يمكن استنتاجها من معلومات نستمدّها من الأفراد أنفسهم، ذلك أن الناس لديهم الوعي الذاتي والمقدرة على تسجيل اهتماماتهم ودوافعهم لملاحظتها حينما يسألون عنها بصيغة سهلة مفهومة.

5- إن إصدار أحكام القيمة حول الأهمية الثقافية للاتصال الجماهيري يجب أن تؤجل بينما تكون توجهات الجمهور هي موضوع الاستكشاف والدراسة من خلال أنفسهم. (نفس المرجع السابق، 142-

(143)

عندما ظهرت نظرية الاستخدامات والإشباع لأول مرة تحول السؤال البحثي في الاتصال الجماهيري من 'ماذا تفعل وسائل الاتصال بالجمهور' إلى 'ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام'. أي أنها غيرت من اتجاه البحث بناء على افتراض مفاده أن الجمهور لا يتكون من مجموعة من الأفراد السلبيين، ولكنه نشيط وباحث عن المعلومات. أما اليوم فالذي سيوجه البحث في التأثيرات الاجتماعية، وفي الاتصال الجماهيري بصفة عامة لم يعد "ماذا يفعل الجمهور باستخدامه لوسائل الاتصال في علاقته بإشباع حاجاته فقط"، ولكن سيصبح "ماذا وكيف يستخدم الجمهور وسائل الاتصال الجماهيري الجديدة للوفاء بحاجاته وحاجات الآخرين". والفكرة خلف هذا التساؤل البحثي مستقاة من طبيعة الوسائل الجديدة التي لا تمكن الفرد النشط من الاستخدام لمجرد تلبية حاجاته، ولكن لتلبية حاجات الآخرين في الوقت نفسه، فكل فرد قد يكون لديه الحرية والإمكانية لأن يصبح دار نشر متنقلة ووسيلة

اتصال متحررة ومصدرا للحدث الهام وأداة لإشباع احتياجات الآخرين، طالما أنه يمتلك مهارات التعامل الفعال. ووفق هذا النموذج المقترح للاستخدامات والإشباع يمكن تصنيف جمهور الوسائل الجديدة إلى ثلاث فئات فرعية:

- 1- جمهور سلبي سيظل خاضعا لتأثيرات الانترنت وغيرها من الشبكات الدولية.
 - 2- جمهور نشيط يستخدم الوسائل الجديدة بوعي لإشباع احتياجات محددة لديه.
 - 3- جمهور مؤثر، وهو ذلك القطاع الأقل حجما والأكثر تعليما وانفتاحا على العالم الخارجي، والساعي لإشباع حاجاته بطريقة انتقائية، والمساهم في إشباع احتياجات الآخرين، سواء بشكل فردي كوسيلة للاتصال الشخصي، أو بشكل مؤسسي من خلال استخدامها كوسيلة للاتصال التنظيمي والإداري داخل مؤسسات الأعمال. (بسيوني إبراهيم حمادة، 127-128)
- وبهذا تكون نظرية الاستخدامات والإشباع أولى نظريات التأثير التي أعطت أهمية بالغة للمتلقي واحتياجاته، بدل الاهتمام بما تبثه وسائل الإعلام من رسائل.

هـ - نظريات التأثير المعتدل في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد تم الاعتماد على نظريات التأثير المعتدل في المجلة الجزائرية للاتصال بالشكل التالي:

-جدول رقم (34) يبين توزيع نظريات التأثير المعتدل-

النسبة	التكرار	النظرية
8.57	06	انتشار المبتكرات
5.71	04	التدفق على مرحلتين
70.00	49	الاستخدامات والإشباع
15.72	11	ترتيب الأولويات
100	70	المجموع

يوضح لنا الجدول أن أكثر نظريات التأثير المعتدل استخداما في المجلة الجزائرية للاتصال هي نظرية الاستخدامات والإشباع بنسبة 70٪، تليها نظرية ترتيب الأولويات بنسبة 15.72٪، بينما جاء استخدام نظريات العلاقات الاجتماعية بنسب ضعيفة، حيث بلغت نسبة استخدام نظرية التدفق

على مرحلتين 5.71٪، ونظرية انتشار المبتكرات 8.57٪. وبالرغم من أن هذه الأخيرة يمكن أن تتم الاستعانة بها في شرح كيفية تبني التكنولوجيات الجديدة، إلا أنها لم تكن من النظريات التي اعتمدها الباحثون الجزائريون بشكل كبير، سواء في البحوث النظرية أو التطبيقية. أما ظهور نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين فيمكن رده إلى "أنها لم تعد تصمد هي الأخرى أمام تدفق المعلومات في كل الاتجاهات وانفجار مصادرها". (نصر الدين لعياضي، 2016، 17)

وتعتبر نظرية الاستخدامات والإشباعات أولى النظريات التي أعادت الاعتبار للمتلقي، على أساس أنه متلقي نشط وإيجابي يعلم عما يبحث، وله اهتمامات وتفضيلات. وقد استخدمت هذه النظرية في تفسير اهتمامات جمهور وسائل الإعلام المختلفة، خاصة فيما أصبح يعرف بالإعلام الجديد كالدراسة المعنونة بـ"الاتصال الرقمي: دراسة في بعض الأسس النظرية للاستخدامات والإشباعات"، ودراسة أخرى في نفس السياق معنونة بـ"مستخدمو الشبكات الاجتماعية في الوطن العربي: قراءة في الأرقام والمؤشرات".

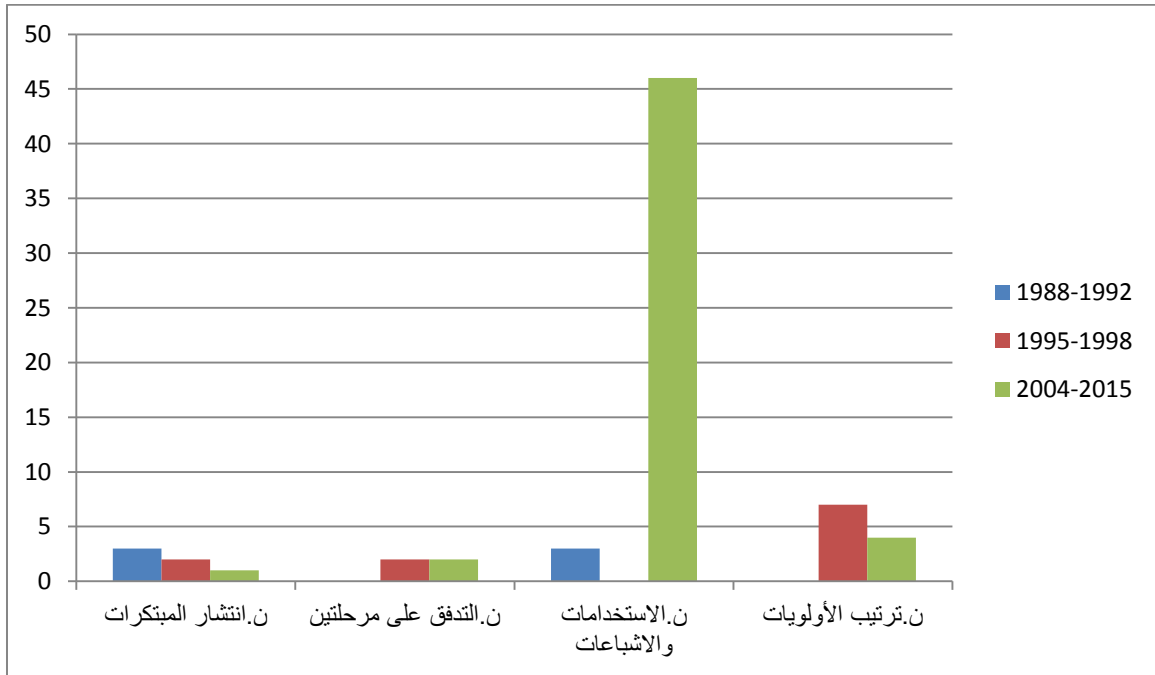
-جدول رقم (35) يبين توزيع فئة الزمن على نظريات التأثير المعتدل-

الفترة	ن.انتشار المبتكرات		ن.التدفق على مرحلتين		ن.الاستخدامات والإشباعات		ن.ترتيب الأولويات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
1988-1992	50	03			6.12	03		
1995-1998	33.33	02	50	02			63.64	07
2004-2015	16.67	01	50	02	93.88	46	36.36	04
المجموع	100	06	100	04	100	49	100	11

يبين الجدول أن نظرية انتشار المبتكرات قد عرفت تراجعاً في الاستخدام في المجلة الجزائرية للاتصال، فظهرت بنسبة 50٪ خلال 1988 إلى 1992، ثم تراجعت إلى 33.33٪ خلال 1995 إلى 1998، ثم 16.67٪ خلال آخر فترة. ويمكن أن يكون مرد ذلك أن الاعتماد عليها كان في بدايات ظهور التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، خاصة وأنها تختص بشرح كيفية تبني

الابتكارات وانتشارها في المجتمع. بالرغم من أن العديد من الباحثين يرون إمكانية الاعتماد على أفكارها في تفسير انتشار شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الجديدة للإنترنت في العصر الحالي. أما نظرية التدفق على مرحلتين فقد وردت بنفس النسبة 50% خلال الفترتين الأخيرتين، فيما يرى الكثير من الباحثين أنه قد تم تجاوز أفكارها، في ظل تغير معطيات الفضاء الاتصالي في الوقت الحاضر. فيما عرفت نظرية الاستخدامات والإشباع أعلى نسبة استخدام خلال 2004-2015 وقدرت بـ 93.88%، للاعتماد عليها - بشكل خاص- من بين نظريات التأثير في فهم حاجات المتلقي أو الجمهور، من ناحية استخدامات شبكة الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي وصحافة المواطن وغيرها من تطبيقات ومظاهر الإعلام الجديد كما تسمى. أما نظرية ترتيب الأولويات فعرفت أوج استخدامها خلال 1995 إلى 1998، ثم تراجعت في الفترة التي تليها وهو أمر منطقي حسب البروفيسور "نصر الدين لعياضي" الذي يرى أنها لم تعد قادرة على فتح الآفاق لفهم العلاقة المعقدة لوسائل الاتصال بمستخدميها، في زمن تعددت فيه حوامل الاتصال، وغابت مركزية المتصل وأحاديته، وتراجعت فيه هيمنة الاتصال العمودي. (نصر الدين لعياضي، 2016، 17)

ويوضح الشكل التالي مختلف التطورات التي شهدتها نظريات التأثير المعتدل:



-شكل رقم (08): تطور استخدام نظريات التأثير المعتدل-

- جدول رقم (36) يبين توزيع نظريات التأثير المعتدل حسب مجال البحث -

ن. ترتيب الأولويات		ن. الاستخدامات والإشباع		ن. التدفق على مرحلتين		ن. انتشار المبتكرات		النظرية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مجال البحث	
11.54	03	3.64	02	16.66	01	23.08	03	إذاعة	إعلام
26.92	07	10.90	06	33.33	02	30.76	04	تلفزيون	
23.08	06	5.45	03	16.67	01	23.08	03	صحافة	
11.54	03	78.18	43					إعلام إلكتروني وتكنولوجيات	
								مسرح	
								كتاب	
								سينما	
								علاقات عامة	اتصال
								إعلان	
		1.82	01	16.67	01			تكوين أكاديمي	
								تشريعات إعلامية	
26.92	07			16.67	01	23.08	03	أخرى	
100	26	100	55	100	06	100	13	المجموع	

يبين الجدول أن الاعتماد على نظريات التأثير المعتدل في المجلة الجزائرية للاتصال ظهر في مجال الإعلام، وتحديدا في المواضيع المتعلقة بالإذاعة والتلفزيون والصحافة المكتوبة، وبصفة أقل في مجال الإعلام الإلكتروني وتكنولوجيات الاتصال. كما وردت هذه النظريات في بعض المواضيع الأخرى وفي التكوين الأكاديمي، ولم تستخدم أبدا في مجال الاتصال. وقد بلغت نسبة استخدام نظرية التدفق على مرحلتين ونظرية الاستخدامات والإشباع 16.67% و 1.82% في مواضيع التكوين الأكاديمي، ما يعني أنها تشكل أحد عناصر التراث النظري الذي يلقت لطلاب علوم الإعلام والاتصال. هذا وقد بلغت نسبة استخدام نظرية الاستخدامات والإشباع 78.18% في مواضيع الإعلام الإلكتروني وتكنولوجيات الاتصال، وهو ما قد يشير إلى صلاحية هذه النظرية في إعطاء تفسيرات منطقية وعلمية في هذا المجال، وهو الأمر الذي يعتبر محط جدل في أوساط الأكاديميين، حول ما إذا

كانت هذه الأخيرة مناسبة اليوم لهذا المجال، أم أنه لا بد من التفكير في نظريات أخرى قادرة على إعطاء تفسيرات أدق وأكثر انسجاما مع هذا المجال.

- جدول رقم (37) يبين توزيع نظريات التأثير المعتدل حسب عناصر العملية الاتصالية -

ن. ترتيب الأولويات		ن. التدفق على مرحلتين		ن. الاستخدامات والإشباعات		ن. انتشار المبتكرات		النظرية العنصر
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
								القائم بالاتصال
				2.04	01			الرسالة
36.37	04	50.00	02	4.08	02	66.67	04	الوسيلة
				75.51	37			المتلقي
27.27	03			4.08	02			الأثر
36.36	04	50.00	02	14.29	07	33.33	02	أخرى
100	11	100	04	100	49	100	06	المجموع

يبين الجدول أن نظريات التأثير المعتدل جاءت موزعة على المواضيع المتعلقة بعناصر العملية الاتصالية، ولكن بنسب متفاوتة. فقد توزعت نظرية انتشار المبتكرات ما بين المواضيع المتعلقة بالوسيلة بنسبة 66.67% وهو الأمر المناسب تماما لمضامينها، والمواضيع الأخرى بنسبة 33.33% وهي عادة المواضيع الأكاديمية. أما نظرية الاستخدامات والإشباعات فقد جاءت بنسبة 75.51% في المواضيع الخاصة بالمتلقي، وهو ما يبين حجم الاعتماد عليها في إعطاء التفسيرات والشروح المتعلقة بهذا العنصر، بينما لم تتعد نسبة استخدامها في مواضيع الأثر والوسيلة نسبة 4.08%، و2.04% في المواضيع الخاصة بالرسالة. ويمكن أن تدل النسب الخاصة بهذه النظرية أن هناك اهتماما بالمتلقي أو الجمهور في الجزائر، خاصة في الدراسات الإمبريقية وهو ما يؤكد "نصر الدين لعياضي" بقوله إن الوضع قد تغير كثيرا في العقدين الأخيرين في الاهتمام بالبحث العلمي في المنطقة العربية، حيث بدأ الاهتمام بدراسة الجمهور بهذا القدر أو ذاك، لأسباب متعددة منها الارتفاع المذهل في عدد القنوات التلفزيونية المختلفة، وهيمنة الطابع التجاري على الكثير منها. رغم أن الجمهور يختزل في معظم

البحوث في الطلبة، ولكن هذا لا ينفى بناتا وجود بعض المحاولات لدراسة الجمهور وفق مقاربات متعددة، لكنها تعاني في بعض الأحيان سوء فهم أو قصور الأسس النظرية للبحث ومناهجه وأدواته. (نصر الدين لعياضي، 2016، 23)

أما نظرية التدفق على مرحلتين فقد جاءت بنسبة 50% في كل من مواضيع الوسيلة والمواضيع الأخرى، وهذا بالرغم من أن هذه النظرية تتعلق بتدخل العلاقات الاجتماعية كوسيط في عملية تأثير وسائل الإعلام. أما نظرية ترتيب الأولويات فسجلت نسبة 36.37% في المواضيع المتعلقة بالوسيلة، لأنها تركز على كيفية اختيار وترتيب هذه الأخيرة لمضامينها، وفي مواضيع الأثر سجلت نسبة 27.27%، نتيجة تركيزها على دور المتلقي في فرض أجندة معينة على وسائل الإعلام. كما نالت اهتماما نظريا ضمن مقالات المجلة الجزائرية للاتصال وهو ما تعكسه نسبة 36.36% في فئة المواضيع الأخرى.

-جدول رقم (38) يبين توزيع نظريات التأثير المعتدل حسب طبيعة الموضوع-

النظرية الموضوع	ن. انتشار المبتكرات		ن. التدفق على مرحلتين		ن. الاستخدامات والإشباع		ن. ترتيب الأولويات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
سياسي								
اجتماعي	66.67	04	50.00	02	12.24	06	36.36	04
اقتصادي								
ثقافي								
أكاديمي	33.33	02	50.00	02	87.76	43	63.64	07
ديني								
بيئي								
رياضي								
أخرى								
المجموع	100	06	100	04	100	49	100	11

لقد وردت نظريات التأثير المعتدل في المجلة الجزائرية للاتصال في المواضيع ذات الطابع الاجتماعي والأكاديمي بنسب متفاوتة. وتدل النسب على أن هناك اهتمام أكاديمي واضح بهذه

النظريات، فقد بلغت نسبة نظرية الاستخدامات والإشباع 87.76٪، ونظرية ترتيب الأولويات 63.64٪، أما نظرية التدفق على مرحلتين فوردت بنسبة 50٪، وانتشار المبتكرات بنسبة 33.33٪. أما في المواضيع ذات البعد الاجتماعي فقد سجلت كل من نظرية انتشار المبتكرات ونظرية التدفق على مرحلتين أعلى النسب وصلت 66.67٪ و 50٪ على التوالي، ذلك أنهما تركزان أصلا على دور وتأثير العلاقات الاجتماعية على الأفراد.

-جدول رقم (39) يبين توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات التأثير المعتدل-

ن.ترتيب الأولويات		ن.الاستخدامات والإشباع		ن.التدفق على مرحلتين		ن.انتشار المبتكرات		النظرية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الهدف
		4.08	02					إطار نظري
								مقارنة
		16.33	08					نقد
54.55	06	44.90	22	50.00	02	66.67	04	شرح وتفسير
27.27	03	14.28	07	50.00	02	33.33	02	دعم واستشهاد
								اختبار
18.18	02	20.41	10					مجرد إشارة
100	11	100	49	100	04	100	06	المجموع

يوضح الجدول أن الهدف من استخدام نظريات التأثير المعتدل في المجلة الجزائرية للاتصال تراوح بشكل مركز ما بين الشرح والتفسير أو الدعم والاستشهاد. فحسب ما تبينه النسب في الجدول فقد بلغت نسبة الاعتماد على نظرية انتشار المبتكرات كحجة في دعم مختلف الأفكار المعروضة 33.33٪، و 50٪ بالنسبة لنظرية التدفق على مرحلتين، و 14.28٪ و 27.27٪ لكل من نظرية الاستخدامات والإشباع وترتيب الأولويات. بينما اعتمدت هذه النظريات في شرح وتفسير تأثير وسائل الإعلام بنسب متفاوتة، تراوحت ما بين 66.67٪ بالنسبة لنظرية انتشار المبتكرات، و 50٪ لنظرية التدفق على مرحلتين، و 44.9٪ و 54.55٪ لكل من نظرية الاستخدامات والإشباع ونظرية

ترتيب الأولويات. وحسب الجدول وحدها نظرية الاستخدامات والإشباع التي وردت كإطار نظري للدراسات الميدانية بنسبة 4.08٪، على حساب نظريات التأثير المعتدل الأخرى.

3-3-3- نظريات التعلم

أ- نظرية الغرس الثقافي

تعتبر نظرية "الغرس الثقافي" أو كما تعرف أيضا بـ"الإنماء الثقافي" تصويرا تطبيقيا للأفكار الخاصة بعمليات بناء المعنى وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة، والأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام في هذه المجالات. حيث تؤكد الفكرة العامة التي تجتمع حولها النظريات السابقة وهي قدرة وسائل الإعلام في التأثير على معرفة الأفراد وإدراكهم للعوامل المحيطة بهم، خصوصا بالنسبة للأفراد الذين يتعرضون إلى هذه الوسائل بكثافة كبيرة. (محمد عبد الحميد، 2000، 262)

وقد انطلقت هذه النظرية من أبحاث عالم الاتصال "جيربнер Gerbner" حيث سلطت الضوء على الربط ما بين محتوى الاتصال الجماهيري والمؤثرات الثقافية وتحليل الإنماء على الفرد والمجتمع. فقد انطلقت من منظور وظيفي يمكن من معالجة محتوى وتأثيرات الاتصال وخاصة الاتصال الجماهيري المتلفز، وهذا بالاعتماد على منهج البرهنة والإثبات أن للتلفزيون تأثيرا في تكوين الرأي العام على المدى البعيد، وذلك من خلال زراعة المواقف والأذواق واختيارات الجمهور، ولهذا أطلق على هذه النظرية: نظرية المؤثرات الثقافية وتحليل الإنماء أو الزرع الخاص بثقافة التلفزيون. وقد أفرد هؤلاء العلماء تحاليل واسعة للعنف والتفرقة الجنسية، الشيخوخة، الموت، الأقليات، وبرهنوا في أبحاثهم على وجود فرق واسع بين عالم التلفزة والواقع الحقيقي. (بسام عبد الرحمن المشاقبة، 2011، 189)

وقد وجهت نظرية الغرس الثقافي بحوث التأثيرات الاجتماعية، وعلى الأخص تأثير التلفزيون على إدراكنا ومعتقداتنا عن الواقع الاجتماعي لأكثر من عشرين عاما، وعلى الرغم من أن الحجم الأكبر من دراسات الغرس الثقافي دارت حول العنف والجريمة، إلا أنها استخدمت كذلك لدراسة الأثر التلفزيوني بشأن قضايا متنوعة. (بسيوني إبراهيم حمادة، 2008، 111)

وترتبط هذه النظرية بين كثافة التعرض - مشاهدة التلفزيون بصفة خاصة - واكتساب المعاني والمعتقدات والأفكار والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام بعيدا عن العالم الواقعي أو الحقيقي. وترى النظرية أن مشاهدة التلفزيون تقود إلى تبني اعتقاد حول طبيعة العالم الاجتماعي يؤكد الصور النمطية ووجهة النظر المنتقاة التي يتم وضعها في الأخبار والأعمال التلفزيونية، وأن قوة التلفزيون تتمثل في الصور الرمزية التي يقدمها في محتواه الدرامي عن الحياة الحقيقية التي يشاهدها الأفراد لفترات طويلة. والتأثير في هذا المجال ليس تأثيرا مباشرا حيث يقوم أولا على التعلم ثم بناء وجهات النظر حول الحقائق الاجتماعية، بحيث يمكن النظر إلى أنها عملية تفاعل بين الرسائل والمتلقين. (محمد عبد الحميد، 2000، 263)

ترتبط نظرية "الغرس الثقافي" بالجهود التي طورها الباحث الأمريكي "جورج جرينر" من خلال مشروعه الخاص بالمؤشرات الثقافية. ويهدف هذا المشروع إلى إقامة الدليل الامبريقي على تأثير وسائل الإعلام على البيئة الثقافية، واهتمت بحوث المؤشرات الثقافية بثلاث قضايا متداخلة هي:

- 1- دراسة الهياكل والضغوط والعمليات التي تؤثر على إنتاج الرسائل الإعلامية.
- 2- الرسائل والقيم والصور الذهنية التي تعكسها وسائل الإعلام.
- 3- الإسهام المستقل للرسائل الجماهيرية على إدراك الجمهور للواقع الاجتماعي. (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2008، 299)

وقد نظر إلى هذا المشروع (المؤشرات الثقافية) على أنه نظرية كلية ومنظور شامل لدراسة تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري، والمقصود بالغرس هو أن التأثير التلفزيوني مختلف إلى حد كبير عما تقترضه بحوث التأثيرات. فالتأثير لا يخلق ولا يعكس الصور والآراء والمعتقدات، ولكنه جزء لا يتجزأ من عملية اجتماعية ديناميكية. فالحاصل هو أن الاحتياجات والأهداف الخاصة بوسائل الاتصال تؤثر في تدفق الرسائل والمعلومات التي تتفق في الغالب مع احتياجات وقيم واهتمامات الجمهور الذي ينتسب بالواقع التلفزيوني ويرى العالم من خلاله. (بسيوني إبراهيم حمادة، 2008، 112)

هذا وقد ذهب النظرية بالقول بأن المشاهدة الطويلة والمستمرة للتلفزيون تخلق اعتقادا للمشاهد بأن العالم المشاهد يعكس صورة طبق الأصل عن الواقع المعيش. كما ذهب النظرية إلى أن الجمهور التلفزيوني يصنف إلى ثلاث فئات من حيث كمية المشاهدة:

1- كثيف المشاهدة.

2- معتدل المشاهدة.

3- قليل المشاهدة. (بسام عبد الرحمن المشاقبة، 2011، 180)

ويرى "جرينر" أن "الإنماء" هو ما تفعله الثقافة في مجتمع ما. فالثقافة هي الوسيلة الأساسية التي تعيش فيها الإنسانية وتتعلم. وتتكون الثقافة من مجمل الفنون والعلوم والدين والقانون والمهارات والصور الذهنية والحكايات والموسيقى والغناء، وتتيح الصور الذهنية التي يعكسها التلفزيون تعميمات لدى الأفراد عن البيئة الإنسانية من خلال بناء رمزي. (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، 2008، 301)

فالغرس الثقافي هو العملية التي تهتم باكتساب المعرفة أو السلوك من خلال الوسط الثقافي الذي يعيش فيه الإنسان. فكأن البيئة الثقافية بأدواتها هي التي تقوم بعملية الإكساب والتشكيل والبناء للمفاهيم أو الرموز الثقافية في المجتمع، ومن هذه الأدوات وسائل الإعلام التي احتلت مكانا بارزا في عالمنا الثقافي المعاصر بأدوارها وتأثيراتها. (محمد عبد الحميد، 2000، 264)

فالغرس الثقافي يركز في بعض جوانبه على كثافة التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري واكتساب الأفكار والمعتقدات والمعاني والصور الرمزية حول العالم الذي تقدمه وسائل الإعلام، وقد أشار "جرينر" إلى أن التلفزيون يعتبر قوة مهيمنة في تشكيل المجتمع الحديث. وقد كانت هذه الأفكار نتيجة للجهود التي قام بها هو ومجموعة من الباحثين في بحث تأثيرات التلفزيون على المجتمع الأمريكي، عندما اجتاحت الولايات المتحدة موجة من العنف والاضطرابات والجرائم. وقد نظروا إلى الثقافة باعتبارها العملية الرمزية التي يتم من خلالها غرس المفاهيم والأنماط السلوكية الضرورية في عملية التنشئة الاجتماعية للإنسان، حيث يقوم التلفزيون بغرس هذه المفاهيم والأنماط السلوكية بما يحقق قدرا من التجانس بين الأفراد في هذه المجالات. (فاطمة القليني، محمد شومان، 2006، 45-46)

وفي تطوير لنظرية الغرس الثقافي، دمج "جرينر" وزملاؤه مفهومي "التيار السائد" و"الرينين". فمفهوم "التيار السائد" يشير إلى نوع من التجانس داخل الجماعات؛ فالجماعة التي تقل مشاهدتها للتلفزيون وتتعرض لتأثيرات أخرى تدرك العالم بشكل يختلف عن المشاهدين الذين يكثرون من مشاهدة

التلفزيون، ويتأثرون بتعرضهم له مكونين وجهة نظر عامة مشتركة "تيار سائد" عن العالم الحقيقي. أما "الرنين" فيشير إلى زيادة التأثير البارز والواضح في ردود فعل من اعتاد العيش في ظل ظروف العنف، أي العالم الأكثر عنفا الذي يعرضه التلفزيون، بحيث يتضخم أو يتركز إدراكهم للعالم الحقيقي باعتباره عالما من العنف. (ديفلور، بال روكيش، 2001، 298)

والغرس الثقافي يبدأ بتحليل أكثر النماذج تكرارا واستقرارا في المضمون التلفزيوني، وهو مضمون لا يتعلق ببرنامج محدد بقدر ما يرتبط بما يقدمه التلفزيون ككل، ولا ينفي ذلك أن الكثير من دراسات الغرس قامت على تحليل لبرامج أو مضامين محددة تم التوصل من خلالها إلى قياس تأثيرات ثقافية واجتماعية معينة. ولما كان هناك اختلاف حقيقي بين الواقع الاجتماعي الحقيقي والرمزي التلفزيوني، فإن المسوح الميدانية تعتمد إلى استكشاف الدروس المحتملة التي يمكن أن يتعلمها الأطفال والمراهقون والشباب من مشاهدة الدراما. والنظرية بصفة عامة ليست إلا محاولة لفهم النتائج المترتبة عن التعرض للصور والنماذج والقصص الأكثر تكرارا في التلفزيون بحسابه القوة الثقافية الأكثر سيادة وسيطرة في هذا العصر، وهي ليست بديلة عن بحوث التأثير ولكنها مكملة لها. (بسيوني إبراهيم حمادة، 2008، 112)

وبالرغم من أن نظرية الغرس الثقافي قد وضعت أساسها وفروضها البحوث الخاصة بانتشار العنف والجريمة باعتباره نتيجة للتعرض المكثف للتلفزيون، إلا أن تطبيقها لا يقف عند هذه الحدود، حيث تؤكد النظرية الأفكار الخاصة بتأثير التلفزيون على إدراك الأفراد والجماعات والمجتمع في رسم صورة العالم الخارجي في أذهانهم كما يقدمها التلفزيون، وبالتالي فإن اختبار النظرية يمكن أن يمتد ليشمل تأثير التلفزيون في رسم مدركات الأفراد والجماعات لصور وأفكار متعددة في العالم الخارجي أو العالم الواقعي، التي قد تختلف باختلاف الخصائص أو السمات العامة والخصائص أو السمات الاجتماعية. (محمد عبد الحميد، 2000، 266)

ويؤكد الخبراء على خمس اعتبارات أساسية لنظرية الغرس واختباراتها من خلال تحليل الغرس كأسلوب للدراسة والبحث:

- 1- يعد التلفزيون وسيلة فريدة للإثراء بالمقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، حيث أصبح الطفل يجد نفسه مستغرقاً في بيئة التلفزيون منذ ولادته، ويتنافس التلفزيون مع رواة الحكايات الآخرين في إمداد الطفل بالمعلومات عن العالم المحيط به، ولا يتطلب مهارات مسبقة للتعرض إليه.
- 2- تكون رسائل التلفزيون نظاماً ثقافياً متماسكاً يعبر عن الاتجاه السائد، بسبب الدور الفريد الذي يقوم به التلفزيون في حياتنا، فإنه يعكس الاتجاه السائد لثقافة المجتمع، ذلك أنه يقدم عادات يومية وصور ذهنية يشترك فيها ملايين البشر من كل الطبقات والاهتمامات. (نفس المرجع، 304-305)
- 3- تحليل رسائل التلفزيون يقدم علامات لعملية الإثراء، ففي سبيل الوصول إلى ذلك فإن عملية التحليل من خلال استخدام أسئلة المسح يجب أن تعكس ما يقدمه التلفزيون في رسائله باعتباره أفكاراً للغرس لجماعات كبيرة من المشاهدين على فترات طويلة.
- وهناك مطلبان أساسيان في عملية التحليل: الأول هو صياغة الأسئلة التي تكشف إجاباتها عن العالم الواقعي أو الحقيقي، والثاني هو الأسئلة المقارنة التي تكشف عن العالم الرمزي الذي يقدمه التلفزيون. (نفس المرجع، 268)
- 4- يركز الإثراء على مساهمة التلفزيون في نقل الصور الذهنية على المدى البعيد، حيث تحدث عملية الإثراء ببطء من خلال نقل الرموز الشائعة على المدى البعيد.
- 5- يركز تحليل الإثراء على تدعيم استقرار المجتمع وتجانسه، حيث يحقق التلفزيون اتجاهها ثقافياً ثابتاً ونفاذاً يعمل على تنمية المفاهيم والسلوكيات المتماسكة في المجتمع، وهذا يعني أن مساهمة التلفزيون تبدو وكأنها تحقق التجانس داخل الفئات الاجتماعية المختلفة، ويمكن ملاحظة هذا التماسك بوضوح عند مقارنة كثيفي المشاهدة بقليلي المشاهدة من نفس الجماعات. (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، 2008، 307)
- لقد جاءت نظرية الغرس لتؤكد أن التفاضل يصنع لمشاهديه على المدى الطويل واقعاً خاصاً مختلفاً عن الواقع الحقيقي وأن المشاهدين بحكم التصاقهم ببرامجه يصدقون هذا الواقع ويتعاملون معه باعتباره حقيقة. إلا أن التحليل الذي قدمه أنصارها أثار العديد من الانتقادات العنيفة في إطار الوسط العلمي. فمن وجهة نظر "دوب" و"ماكدونالد" لا توجد هناك علاقة مباشرة بين عدد ساعات مشاهدة التلفزيون والإحساس بعدم الطمأنينة، خاصة إذا كان الشخص المستجوب يعيش في وسط اجتماعي لا توجد فيه أحداث عنف أو جريمة. (جوديت لازار، 1994، 219)

ومع هذا تبقى هذه النظرية من أهم نظريات تفسير تأثير وسائل الإعلام وخاصة في مجال اكتساب السلوك العدواني والعنيف، في عصر يشهد نموا متزايدا لانتشار القنوات التلفزيونية والبث الفضائي.

ب- نظرية التعلم بالملاحظة

تستند نظرية التعلم بالملاحظة كما وضعها "باندورا ووالترز" إلى افتراض قدرة الناس على تعلم السلوك العدواني بملاحظة ما يعرض من صور العدوان في وسائل الاتصال وفي ظل ظروف معينة تقلد سلوك الشخصيات العدوانية المعروضة في وسائل الاتصال الجماهيرية. فالعنف في التلفزيون وفي غيره من الوسائل يزيد من احتمال عدوانية المتلقين، ليس فقط بتوفير الفرص للمتلقين لتعلم العدوان، ولكن أيضا بعرض الشخصيات العدوانية التي تعمل كنماذج سلوكية للمشاهدين. فالأطفال خاصة بمقدورهم اكتساب نماذج جديدة من السلوك من ملاحظة أنشطة إخوانهم أو أخواتهم ويمكنهم أيضا تعلم أشكال جديدة من السلوك العدواني من ملاحظة الشخصيات التي تمارس العنف في الوسائل الجماهيرية. (م ديفلير، س بول روكيش، 2001، 293-294)

واعتمادا على هذه النظرية فإن الناس يمكنهم محاكاة سلوك العنف من خلال ملاحظة العدوان الذي يقدم في وسائل الإعلام، كما يمكنهم تعديل سلوكهم في ضوء الشخصيات الشريرة التي تحصل على العقاب في وسائل الإعلام.

فهذه النظرية ترى أن العمليات الأساسية التي يحاكي الأطفال من خلالها كل أشكال السلوك الجديد، تعمل حينما يجلس الأطفال أمام جهاز التلفزيون يشاهدون العنف على الشاشة. (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2008، 379)

وهناك عوامل تؤدي إلى تمثل السلوك العدواني وتقليده وبالتالي زيادته، وذلك من خلال ما يعرض من مضمون عنيف عبر وسائل الإعلام. وتتمثل هاته العوامل في:

1- المكافأة أو القيمة الوظيفية: ونعني بها المكافأة التي يتوقع أن يجنيها الشخص الذي يمارس العنف، أو القيمة المكتسبة لممارسة السلوك العنيف.

- 2- مدى التشابه بين واقع الحياة والعنف المعروض على التلفزيون: فالعنف الذي يحدث في الواقع هو أكثر تأثيراً وأكثر احتمالاً لأن ينتج سلوكاً عنيفاً.
- 3- حجم المساندة الاجتماعية التي سيحصل عليها من الآخرين نتيجة لممارسة السلوك العنيف.
- 4- إنتاج الإثارة أو التحفيز الملائم، وعادة ما يكون عن طريق ما تعرضه وسائل الإعلام ويتعزز بوجود ظروف ملائمة لإعادة إنتاجه في الواقع. (سؤدد فؤاد الألويسي، 2011، 138-139)
- فالفرد في نظرية التعلم بالملاحظة لا يحتاج إلى دعم خارجي لتعزيز التعلم فحسب، ولكنه يمكن أن يكتفي بالافتداء بالنموذج باعتبار أن ذلك مكافأة في حد ذاته أو تعزيز لعملية التعلم من خلال المحاكاة، كما أن المحاكاة في هذه النظرية ليست شبيهة بالتقليد ولكنها تتم عن طريق انتقاء وربط جوانب مختلفة من نماذج مختلفة تعرض لها الفرد الملاحظ. وهذا ما يتفق مع مفهوم التوحد الذي يعتبر شكلاً من أشكال المحاكاة يتم فيها نسخ النموذج، أي محاولة التشبه بالكثير من خصائصه التي يراها جديرة بالاحترام، وهذا التوحد هو الذي يوضح المغزى في تأثيرات وسائل الإعلام. (محمد عبد الحميد، 2000، 256)

وتمر عملية التعلم بالملاحظة في علاقتها بوسائل الإعلام بأربع عمليات أساسية هي:

- 1- **عملية الانتباه:** حيث أن وجود النموذج لا يكفي لإحداث الأثر دون انتباه واع من الفرد الملاحظ لهذا النموذج بطريقة أو بأخرى. وتخضع عملية الانتباه لعدة عناصر هي:
- أ- **خصائص النموذج:** فمن المعروف أن الإنسان لا ينتبه إلى كل الأحداث التي تقع في الحياة، ولكنه ينتبه إلى قدر ضئيل منها، ولذلك تلعب وسائل الإعلام دوراً كبيراً في إثارة الانتباه لما تعرضه من مواد مختلفة. ومن خصائص الفرد الذي ينتبه له الفرد: البساطة، التكرار والأشياء التي تمس احتياجاته.

ب- **خصائص المتلقي:** ويقصد بها مستوى ذكاء الفرد وحالته المزاجية.

- ج- **الدافعية:** الشخص الذي يحصل على مكافأة نتيجة مشاهدة حدث معين يصبح أكثر انتباهاً للرسائل المشابهة، ويطلق على هذه المكافأة التدعيم أو التعزيز، وقد يكون التدعيم داخلياً أو خارجياً. (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، 2008، 380)

- 2- **الاحتفاظ أو التخزين:** فالفرد يتعلم من خلال ملاحظة البدائل في المواقف أو الأحداث المختلفة، وما لم يكن تخزين هذه البدائل والاحتفاظ بها طول الوقت لإمكان استعادتها وقت الحاجة

لإحداث استجابة معينة فإن التعلم يصبح لا قيمة له. ويرى "باندورا" أن الإنسان يقوم بتخزين الوقائع والأحداث إما في شكل صور ذهنية أو في شكل رموز لفظية في نظام معرفي يسمح بالتفسير والتقييم والاستعادة تمهيدا للقيام باستجابة معينة. (محمد عبد الحميد، 2000، 258)

3- الاستعادة الحركية للرموز المعرفية: فلا يمكن أن يقوم الفرد باختزان الرموز والصور الذهنية، ولكن الأمر يتطلب القدرة على التمثيل الحركي لهذه الرموز والصور الذهنية عند استعادتها. فالفرد عند تمثيل الاستجابات يقوم أولاً بتذكر التمثيل المعرفي للفعل ثم يختار الاستجابات التي سوف تتحول إلى أفعال، حيث يعتمد تنظيم المعرفة والبدء بالسلوك في هذه الحالة على وجود بعض المهارات لدى الفرد، التي تشمل المعرفة ومهارات تحويلها إلى أفعال. وفي هذه الحالة فإن تمثيل رجوع الصدى يقوم بدور في المقارنة بين الفعل الملاحظ وقدرة الفرد على تمثيله اقتداء بالنموذج الذي قام به عند قيامه به خصوصاً عند محاولة النمذجة بعد الملاحظة مباشرة. (نفس المرجع، 258-259)

4- الدافعية: حيث تعتمد الدافعية على التدعيم أو التعزيز سواء كان الداخلي أم الخارجي، أو البديل. فاستعادة الحدث وتمثيله لا يعتمد على الفرص المتاحة أو إمكانية التمثيل الحركي فقط ولكن يتطلب الدافعية للقيام به، وهذه الأخيرة تعتمد على التدعيم أو التعزيز بشكل من الأشكال الثلاثة. (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، 2008، 381)

والعمليات الأربع تمثل مراحل أساسية في العملية الكلية للتعلم بالملاحظة، فبينما يرتبط الانتباه والتخزين باكتساب المعرفة والسلوك، فإن الاستعادة الحركية ووجود الدافع ترتبط بأداء السلوك. (محمد عبد الحميد، 2000، 259)

ومن خلال العمليات السابقة يمكن استخلاص الفروض الرئيسية لعملية التعلم بالملاحظة على النحو التالي:

- 1- تتأثر عملية الانتباه بخصائص الفرد المتلقي وخصائص النموذج والدافعية إلى الانتباه.
- 2- يعتمد نجاح الاحتفاظ والتذكر على عملية الترميز والتكرار.
- 3- التدعيم البديل من العوامل المؤثرة في عملية الدافعية، حيث تعتمد عملية التعلم الاجتماعي على ملاحظة الآخرين (النماذج) في مواقف عديدة، ويتم خلال هذه المواقف تعزيز سلوك النموذج مما يعتبر دافعا لاكتساب هذا السلوك أو معاقبة هذا النموذج مما يؤدي إلى كبت السلوك. (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، 2008، 381)

4- يرتبط نجاح وسائل الإعلام باستخدامها للرموز اللفظية وغير اللفظية في تقديم المعلومات عن الاستجابات المختلفة في عملية التعلم بالملاحظة.

5- تنوع تأثيرات التعرض إلى النماذج، حيث يترتب على عملية التعرض إلى النماذج المختلفة ثلاث تأثيرات مختلفة:

- اكتساب استجابات جديدة لم تكن متاحة للفرد قبل عملية التعرض.
 - التأثيرات المانعة التي تجعل الفرد يتوقف عن الاستجابة نتيجة معاقبة النموذج على استجابة شبيهة.
 - ظهور استجابات كانت متاحة من قبل، حيث وجد المتلقي في النموذج ما يدعم ظهورها.
- (نفس المرجع، 382)

إن تطبيق هذه النظرية لشرح كيفية اكتساب أشكال جديدة للسلوك نتيجة التعرض لوسائل الإعلام، يقودنا إلى لب الموضوع وهو "عملية النمذجة". وتتألف هذه العملية من مراحل عديدة يمكن تلخيصها في التالي:

- 1- يلاحظ أحد أفراد جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين أن شخصا (نموذجاً) يشترك في نموذج للسلوك في محتوى إعلامي.
- 2- يتعرف الملاحظ على النموذج ويتمثل معه، أي يعتقد أنه أو أنها تشبه النموذج ، أو يريد أن يكون مثل النموذج ،أو يرى أن النموذج جذاب وأنه جدير بأن يقلده.
- 3- يدرك الملاحظ وهو واع، أو يصل إلى استنتاج بدون وعي، أن الشخص الذي يلاحظه أو أن السلوك الموصوف سيكون مفيداً له، أي يؤدي إلى نتائج مرغوب فيها إذا قلد هذا السلوك في موقف معين.
- 4- يتذكر الشخص تصرفات النموذج عندما يواجه ظروفًا مشابهة، ويتخذ السلوك الذي اقتنع به كوسيلة للاستجابة لهذا الموقف.
- 5- عند اتخاذ هذا السلوك في مواجهة الظروف يؤدي ذلك إلى شعور الفرد بالراحة أو الرضا أو المكافأة، وهكذا تتكون الرابطة بين هذه المؤثرات والاستجابة المستوحاة من النموذج ويزداد تدعيمها.
- 6- تزيد إعادة الدعم الايجابي من احتمال استخدام الفرد لهذا النشاط السلوكي باستمرار كوسيلة للاستجابة لمواقف مشابهة. (ملفين ديفلير، ساندرا بول روكيش، 2002، 303)

ج- نظريات التعلم في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد وردت نظريات التعلم في المجلة الجزائرية للاتصال على النحو التالي:

-جدول رقم (40) يبين توزيع نظريات التعلم -

النسبة	التكرار	النظرية
25.00	07	الغرس الثقافي
75.00	21	التعلم بالملاحظة
100	28	المجموع

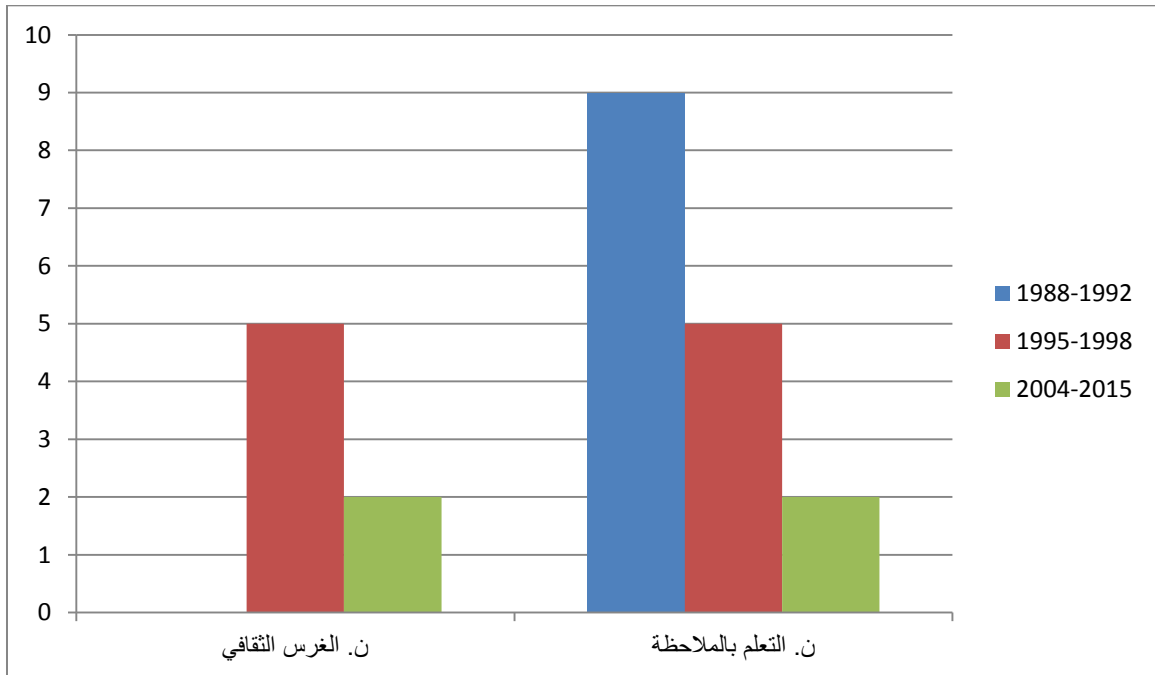
يوضح لنا الجدول أن نظريات التعلم من بين نظريات التأثير التي اعتمد عليها الباحثون في كتاباتهم في المجلة الجزائرية للاتصال. فقد بلغت نسبة استخدام نظرية التعلم بالملاحظة 75٪، ونظرية الغرس الثقافي 25٪. وقد اقترن استخدام هاتين النظريتين في المجلة الجزائرية للاتصال خاصة بالمواضيع التي محورها الطفل، وكيفية اكتسابه وتعلمه لمختلف السلوكيات من خلال ما تعرضه وسائل الإعلام المختلفة خاصة التلفزيون. كما اعتمد عليها كثيرا أيضا في تفسير كيفية اكتساب الأفراد لسلوك العنف، وهو الأمر الذي يجد مرجعيته خاصة في نظرية الغرس الثقافي. فظهرت النظريتين في مواضيع مختلفة كموضوع "الآثار السلبية للجريمة والعنف والانحراف في وسائل الإعلام الجماهيري"، "الآثر الاجتماعي لوسائل الإعلام"، "دور وسائل الاتصال في رفع مستوى الانحراف والجريمة والوقاية منهما"، "الأطفال والتلفزيون" وغيرها من المواضيع.

-جدول رقم (41) يبين توزيع فئة الزمن على نظريات التعلم-

ن. التعلم بالملاحظة		ن. الغرس الثقافي		النظرية الفترة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
38.10	09			1992-1988
23.81	05	71.43	05	1998-1995
38.09	08	28.57	02	2015-2004
100	21	100	07	المجموع

نلاحظ من خلال النسب المبينة في الجدول أن نظرية الغرس الثقافي ظهرت في مقالات المجلة الجزائرية للاتصال بنسبة 71.43% خلال الفترة 1995 إلى 1998، ثم تراجع في الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015. أما نظرية التعلم بالملاحظة فقد كان استخدامها لأول مرة في المجلة خلال 1988 إلى 1992، لتتراجع خلال 1995 إلى 1998، ثم يعاد استخدامها بنفس النسبة الأولى خلال 2004 إلى 2015. ويمكن ربط هذه النسب بتطور استخدام التلفزيون والبرث الفضائي في الجزائر، ولذا فيمكن اعتبار النظريتين الأنسب للتعرض لهذه الوسيلة الإعلامية، ولآثارها المتنوعة خاصة ما تعلق باكتساب سلوك العنف، وبالتالي على فئة الأطفال، وهو الأمر الذي تثبته المقالات المتنوعة التي تناولت هذه النقطة، على غرار كتابات "عبد الله بوجلال" التي عالجت علاقة التلفزيون بالطفل في أكثر من عدد.

ويوضح الشكل الموالي أكثر تطورات استخدام نظريات التعلم في المجلة الجزائرية للاتصال:



-شكل رقم (09): تطور استخدام نظريات التعلم-

-جدول رقم (42) يبين توزيع نظريات التعلم حسب مجال البحث-

ن. التعلم بالملاحظة		ن. الغرس الثقافي		النظرية	مجال البحث
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
9.52	04			إذاعة	إعلام
50.00	21	14.29	01	تلفزيون	
40.48	17			صحافة	
				إعلام إلكتروني وتكنولوجيات	
				مسرح	
				كتاب	
				سينما	
				علاقات عامة	اتصال
				إعلان	
				تكوين أكاديمي	
				تشريعات إعلامية	
		85.71	06	أخرى	
100	42	100	07	المجموع	

يوضح لنا الجدول اعتماد الباحثين على نظرية الغرس الثقافي في كل من المواضيع الخاصة بالتلفزيون والمواضيع الأخرى، حيث جاءت في الأولى بنسبة 14.29٪، وفي الثانية بنسبة 85.71٪. وهو الأمر الذي يدل أن هناك استخداما نظريا أكاديميا لهذه النظرية، أكثر من الاستخدام التطبيقي لها. وأنه ليس هناك ربط واضح لمبادئ وأفكار هذه النظرية مع الواقع الاجتماعي في الجزائر، ومع ما تفرزه وسائل الإعلام المختلفة من تأثيرات. أما نظرية التعلم بالملاحظة فقد تم ربطها مباشرة بوسائل الإعلام المختلفة يتصدرها التلفزيون بنسبة 50٪، ثم الصحافة المكتوبة بنسبة 40.48٪، والإذاعة بنسبة 9.52٪. وبالرغم من الأبحاث المتعلقة بهذه النظرية أجريت في الأساس على التلفزيون، فقد تم إسقاط أفكارها على وسائل الإعلام الأخرى.

-جدول رقم (43) يبين توزيع نظريات التعلم حسب عناصر العملية الاتصالية-

ن. التعلم بالملاحظة		ن. الغرس الثقافي		النظرية العنصر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				القائم بالاتصال
4.76	01			الرسالة
33.33	07			الوسيلة
				المتلقي
61.91	13	14.29	01	الأثر
		85.71	06	أخرى
100	21	100	07	المجموع

يبين الجدول أن نظريات التعلم لم تتوزع بنفس الشكل في المواضيع الخاصة بعناصر العملية الاتصالية. فنظرية الغرس الثقافي توزعت بين مواضيع الأثر بنسبة 14.29٪، والمواضيع الأخرى بنسبة 85.71٪. أما نظرية التعلم بالملاحظة فقد وردت في المواضيع الخاصة بالرسالة بنسبة 4.76٪، والوسيلة بنسبة 33.33٪، وأخيرا الأثر بنسبة 61.91٪. ورغم أن كلا النظريتين تفسران تأثير وسائل الإعلام، فقد وردت نظرية التعلم بالملاحظة في كل من المواضيع الخاصة بالرسالة، وذلك لحجم التأثير الذي يمكن أن تمارسه هذه الأخيرة خاصة في عملية التقمص والنمذجة. أما الاعتماد عليها في المواضيع الخاصة بالوسيلة فنتفسره النتائج المدرجة في الجدول السابق والتي بينت الاعتماد عليها في كل من المواضيع الخاصة بالإذاعة والتلفزيون والصحافة. وكذلك الأمر بالنسبة لنظرية الغرس الثقافي، فنجد أن هناك ارتباطا بين النتائج المقدمة في هذا الجدول، وتلك المقدمة في الجدول السابق التي تبين أن استخدام هذه النظرية كان نظريا أكاديميا، أكثر من توظيفها بصورة عملية، وإسقاطها على الواقع.

-جدول رقم (44) يبين توزيع نظريات التعلم حسب طبيعة الموضوع-

ن. التعلم بالملاحظة		ن. الغرس الثقافي		النظرية الموضوع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				سياسي
85.71	18	14.28	01	اجتماعي
				اقتصادي
				ثقافي
14.29	03	85.72	06	أكاديمي
				ديني
				بيئي
				رياضي
				أخرى
100	21	100	07	المجموع

يبين الجدول أن الاعتماد على نظريات التعلم تراوح بين استخدامها في المواضيع الاجتماعية والمواضيع الأكاديمية العلمية. وتمثل الأولى المواضيع التي تعالج خاصة آثار وسائل الإعلام على الأفراد، وقد ظهرت فيها النظريتين بنسبة 85.71% لنظرية التعلم بالملاحظة، و14.28% لنظرية الغرس الثقافي، وتدل النسب على أن هناك تلاؤماً بين محتويات النظريتين وبين مجال استخدامهما في المجلة. أما على مستوى المواضيع الأكاديمية فقد بلغت نسبة استخدام نظرية الغرس الثقافي 85.72%، ونظرية 14.29%، مما يدل على أن هناك اهتمام من قبل الباحثين بأفكار وأطروحات هاته النظريات، في مناقشة وتفسير مختلف مشاكل الاتصال.

-جدول رقم (45) يبين توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات التعلم-

التعلم بالملاحظة		الغرس الثقافي		النظرية الهدف
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
9.52	02			إطار نظري
				مقارنة
		28.57	02	نقد
52.38	11	42.86	03	شرح وتفسير
33.33	07	14.28	01	دعم واستشهاد
				اختبار
4.76	01	14.29	01	مجرد إشارة
100	21	100	07	المجموع

يبين الجدول أعلاه أنه بالرغم من أن الهدف من الاعتماد على نظريات التعلم في أبحاث ودراسات المجلة الجزائرية للاتصال ظهر بنسب متفاوتة، إلا أنه تركز بشكل جلي في الشرح والتفسير والدعم والاستشهاد، وهو الأمر الذي تؤكد النسب. فقد استخدمت نظرية الغرس الثقافي بنسبة 42.86٪، مقابل نسبة مقدرة بـ 52.38٪ لنظرية التعلم بالملاحظة، لشرح وتفسير كيفية اكتساب الأفراد للسلوكيات من خلال مبادئ وأفكار هاتين النظريتين. بينما استخدمتا بنسبة 14.28٪ و 33.33٪ في دعم وجهات نظر الباحثين وتوجهاتهم- بغرض الدعم والاستشهاد- إزاء المشكلات المختلفة، خاصة تلك المتعلقة بالطفل. وكما يبين الجدول فإن الاعتماد على نظرية التعلم بالملاحظة لم يقتصر على الجانب النظري، ولكنها استخدمت أيضا كإطار نظري للبحوث الإمبريقية بنسبة 9.52٪، مما يعني توظيف هذه النظرية على نقيض نظرية الغرس الثقافي.

3-3-4- نظريات نشوء المجتمع الجماهيري

مع بداية القرن العشرين كانت صورة المجتمع الجديدة هي أنه يتغير من نظام اجتماعي تقليدي مستقر يرتبط فيه الناس ارتباطا وثيقا، إلى مجتمع يتميز بتعقيد أكبر ينزل فيه الأفراد اجتماعيا عن بعضهم البعض. وكان من الواضح لمعظم دارسي النظام الاجتماعي أن العالم الغربي يشهد زيادة في حجم التمايز والفردية، وانخفاضا في الدرجة التي يستطيع المجتمع السيطرة فيها على أفرادها بشكل

فعال، من خلال الوسائل غير الرسمية، وتحولاً متزايداً للفرد عن التكيف مع المجتمع ككل، وزيادة العلاقات الجزئية والاجتماعية التعاقدية، وزيادة كبيرة في العزلة النفسية للفرد. (حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، 2008، 217)

ولهذا فقد جاءت هذه النظريات لتفسير نشوء المجتمع الجماهيري، وطبيعة الشروط والقواعد التي تحكم ذلك. وقد جاءت هاته التفسيرات في كتابات علماء الاجتماع الأولى على يد كل من "سبنسر" و"تونيز"، ثم نظرية الحقنة تحت الجلد التي تعتبر من النظريات الحديثة. وبالتالي تتمثل هذه النظريات في:

أ- نظرية سبنسر

لقد تبنى المؤسس الثاني للسوسيولوجيا الحديثة "هربرت سبنسر" نظرية "كونت" وطورها وعمقها بشكل كبير. فلقد أعطى شكلاً نهائياً لقوانين التطور الخاصة به في مؤلفه "مبادئ في السوسيولوجيا" بين عامي 1866 و1896، حيث أن ثمة نقاط كثيرة ومشاركة بينه وبين "كونت" غير أن نظرية المجتمع التي صاغها "سبنسر" كانت عضوانية الطابع تماماً. فبعد أن عرف المجتمع بأنه نظام من الوظائف، حل وبشكل كبير وعميق المنظومة السوسيولوجية بمفتاح نمو وبنيات ووظائف وأنظمة الأعضاء، مطوراً تشابهاً معقداً بين المجتمع وأعضاء الإنسان. (علاء هاشم مناف، 2011، 169)

فالمجتمع عند "كونت" عبارة عن كائن عضوي جمعي، فهو لا يشير إلى وجود مماثلة تامة بين الكائن العضوي البيولوجي وبين المجتمع الإنساني، وإنما الفكرة تكمن في أن المجتمع يمثل كائناً عضوياً قائماً بذاته، يكون له بناء محدد وتقوم أجزاؤه المتخصصة بوظائفها بطريقة متكاملة.

ومن المبادئ الأساسية التي تميز تنظيم المجتمع هو مبدأ "التخصص"، الذي يعني عنده أن انقسام الوظائف التي يقوم بها الأشخاص بطريقة طوعية، هو الذي يمثل الطريق الأساسي لاستقرار المجتمع وانسجامه. وهذه النقطة تعتبر ذات أهمية خاصة بالنسبة لدراسة "الاتصال الجماهيري"، لأنها استخدمت بعد ذلك لتطوير مفهوم المجتمع الجماهيري. (سامية محمد جابر، 1998)

أما "سينسر" فقد تعرض لمفهوم "الكائن العضوي" بمزيد من التعمق، فبعد أن عرف المجتمع بوصفه نسقا وظيفيا، ناقش النظام الاجتماعي في حدود نموه وبناءاته ووظائفه وأنساق أعضائه، فتوصل إلى نوع من المماثلة بين المجتمع والكائن العضوي الفردي. (نفس المرجع)

فالمجتمع يشهد نموا مستمرا ومع النمو تصبح أجزاء هذا المجتمع مختلفة مبرزة نموا بنيويا، وتمارس الأجزاء المختلفة بصورة متزامنة أنشطة ذات طبيعة متنوعة، وهي أجزاء ليست مختلفة فحسب، لأن هذه الاختلافات تقيم أيضا فيما بينها علاقات تؤدي إلى أن يجعل كل جزء من الجزء الآخر ممكنا، والتعاون المتبادل بين الأجزاء يجعل هذه الأخيرة مترابطة يعيش أحدها من أجل الآخر بحيث يشكل جمع الأجزاء تركيبة قائمة على ذات المبدأ الذي يقوم عليه معترض إنسان فردي. (علاء هاشم مناف، 2011، 169)

لقد كان "سينسر" مقتنعا بأن التطور الأساس للطبيعة هو ذو طبيعة تدريجية وأن هذا التطور التدريجي بما أنه طبيعي فهو إيجابي. وأن أي تدخل في التطور الطبيعي للمجتمع هو تدخل عشوائي من شأنه أن يتسبب بعواقب. وقد كان يدعو إلى انتهاج سياسة ترك الأمور تأخذ مجراها الطبيعي دون أي تدخل على الإطلاق. (نفس المرجع، 169-170)

ب- نظرية تونيز

عقد "فرديناند تونيز" مقارنة بين نوعين من المجتمعات شديدي الاختلاف، أحدهما قبل صناعي والآخر مشبع بالتصنيع. وقد أعطى "تونيز" في تحليله لطبيعة المجتمع حيزا أقل للتشابه العضوي ولنتائج التخصصية وتقسيم العمل، وركز بالمقابل على نوعية العلاقات الاجتماعية القائمة بين أعضاء المجتمع أو بين مجموعات اجتماعية في ضربين مختلفين جدا من التنظيم الاجتماعي. (علاء هاشم مناف، 2011، 170)

لقد طرح "تونيز" نموذجين متعارضين من التنظيمات الاجتماعية، أحدهما "جيمنشافت" وهو يعبر عن المجتمع التقليدي في فترة ما قبل التصنيع، والثاني "جيزلشافت" وهو يعبر عن المجتمع المتطور الناتج عن الثورة الصناعية.

1- **مجتمع جيمنشافت (التقليدي):** وهو عبارة عن تنظيم يتميز بترباط أفرادها بدرجة كبيرة عن طريق التقاليد، أو عن طريق القرابة أو الصداقة، أو بسبب عنصر آخر من عناصر تماسك المجتمع. إن مثل هذا التنظيم الاجتماعي يضع الفرد داخل حلقة من الأنظمة شديدة القوة من التحكم الاجتماعي غير الرسمي، ويتضمن إحساسا متبادلا بالارتباط يجمع الجنس البشري معا كأعضاء في كل واحد. هذا الكل الواحد قد يكون أسرة أو عشيرة أو قرية أو نظاما دينيا أو حتى مجتمعا بالكامل، يوجد لديه ركيزة من أجل وحدته المشتركة. (حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد، 2007، 336-337)

2- **مجتمع جيزلشافت (المتطور):** هذا التنظيم في بنائه النظري الذي صاغه "تونييز" عبر معايشته المباشرة للمجتمع الألماني الذي انتقل من نموذج اجتماعي زراعي بشكل أساس إلى مجتمع يتحرك نحو المدينة والتصنيع يتصف بوجود بنية اجتماعية قائمة على إبرام "عقد" يؤسس لصلات شكلية عقلانية، حيث العلاقة العقدية ممتدة إلى جميع أعضاء المجتمع. ويصف "تونييز" هذه الصياغة العقدية بأنها تجسد مجتمعا يعيش فيه الفرد بشكل غير شخصي ومجهول، وهو مجتمع يعامل فيه الأفراد أو يتم النظر إليهم استنادا إلى خصائصهم الشخصية ولكن يحظون بتثمين يتناسب طردا مع قدرتهم على ممارسة احترام عميق للالتزامات والواجبات التي يحتويها العقد. ولذلك فإن مجتمع **جيزلشافت** هو عبارة عن نظام علاقات تنافسية يحاول الأفراد من خلالها إيجاد وسائل للحصول على أقصى حد ممكن من المكاسب في التبادلات وعلى إعطاء أدنى حد ممكن للآخرين، وهم يتعلمون في الوقت نفسه كيفية عدم الوثوق بالآخرين. (علاء هاشم مناف، 2011، 170)

وهكذا يبدو أن التصنيف الذي أقامه "تونييز" يركز بالخصوص على التفرقة بين المجتمعين على أساس نسق العلاقات الاجتماعية، ودرجة تحقيق الإنسجام بين الأفراد. فهو يرى أن مجتمع **جيمنشافت** مقدر على الإنسان، وهو بذلك ينفي عنه صفة التطور والانتقال من بساطة الفطرة إلى التعاقد العقلي. أما مجتمع **جيزلشافت** أو مجتمع التعاقد فالعلاقات فيه تقوم على الانفصال، فكل فرد يعتمد على نفسه بمعزل عن الآخرين، ويشعر بحالة من التوتر إزاءهم، وهناك توافق بين الإرادات ولكنه توافق يقوم على أساس لا شخصي، أو يتم بطريقة غير شخصية عن طريق التعاقد. (حسين خريف، 2005، 47-48)

إن هذين التصورين للقضية القائمة بين **جيمنشافت** و**جيزلشافت** تعطي إطارا مفهوميا لتفسير أثر التغيرات التي حدثت في الشروط الاجتماعية على الناس في النظام الصناعي الجديد، وتعطي أيضا

وخاصة أفكارا من شأنها أن تمارس تأثيراتها في مجال التعرف على تأثير وسائل الإعلام الجديدة في المجتمع. ذلك أن تراكم الفكر السوسولوجي حول طبيعة المنظومة الاجتماعية المعاصرة يقدم أفكارا قاعدية تركز عليها التفسيرات المرتبطة بالإعلام والاتصال الجماهيري. (علاء هاشم مناف، 2011، 171-172)

ج- نظرية الحقنة تحت الجلد

إن نظرية "الحقنة تحت الجلد" أو كما تعرف أيضا "بنظرية الفذيفة السحرية" لا تعد النظرية الأساسية للاتصال الجماهيري، ولا تعد بسيطة تماما كما يبدو للعيان. فالمؤكد أنها نظرية تعتمد على الاستجابة للمؤثرات المباشرة نسبيا، ولكنها نظرية تفترض صحة مجموعة معينة من الافتراضات غير الشفهية التي لا تتصل بالتنظيم الاجتماعي فحسب بل تمتد لتشمل التركيب النفسي للكائن البشري الذي يتعرض للمؤثرات ويستجيب للرسائل الموجهة للجماهير. ومن المهم أن نفهم المدى الكامل لهذه الافتراضات الضمنية، لأنه من خلال عمليات الإبدال والتعديل المنتظمة ظهرت النظريات الحديثة للاتصال الجماهيري. وعندما أصبح بالإمكان الاطلاع على المفاهيم الجديدة المرتبطة بطبيعة الكائن البشري المفرد وطبيعة المجتمع، استخدمت هذه المفاهيم لتعديل النظرية الأساسية للاتصال الجماهيري بإدخال مجموعة مختلفة من المتغيرات الناشئة في طرفي المعادلة التي تربط بين المؤثر والاستجابة. (ملفين ديفلير، ساندر بول روكيش، 2002، 234)

فنظرية "الحقنة تحت الجلد" ترى بأن وسائل الإعلام تستطيع أن تؤثر في مجموعة واسعة من الأفراد مباشرة وبشكل صارم، عبر حقنهم برسائل مناسبة وموجهة لإحداث تأثير مرغوب. وكلا الصورتين أي "الحقنة" أو "القذيفة" المستخدمة لشرح هذه النظرية تشير إلى سرب قوي ومباشر من المعلومات تتجه من المرسل إلى المستقبل؛ ذلك أن وسائل الإعلام هي وسائل خطيرة تستخدم لإيصال الأفكار إلى مستقبل أو جمهور ضعيف لمقاومة تأثير الرسالة، فليس هناك هروب من هذا التأثير، فالأفراد سلبيون وهم يستقبلون سيلا عارما من المواد الإعلامية، ولهذا ينتهون بالتفكير فيما أخبروا به، لأنه ليس لديهم مصدر آخر للمعلومات. (Stephen Littlejohn, 2004, 260-261)

وهناك العديد من العوامل التي ساعدت على التأثير القوي لهذه النظرية وتضم:

- الظهور السريع لجماهير الراديو والتلفزيون.
- ظهور الصناعات الإقناعية مثل الإعلان والدعاية.
- دراسات "باين فاند Payne Fund" في سنوات الـ1930، والتي ركزت على تأثير الرسوم المتحركة على الأطفال.
- اختكار "هتلر" لوسائل الاتصال الجماهيري خلال الحرب العالمية الثانية، من أجل توحيد الشعب الألماني خلف الحزب النازي. (ibid, 2004, 260)

ولقد قاد إلى أسطورة رجل الدعاية وقوته في استخدام وسائل الإعلام كأداة للتأثير والسيطرة على مواقف البشر وأفكارهم وسلوكهم، الحماس الشديد لتحليل الدعاية بعد الحرب العالمية الأولى. فهذا الرأي كان سائدا قبل الحرب العالمية الثانية؛ إذ نجد أن سياسيا وإعلاميا كبيرا مثل "هارولد لاسويل" كتب عام 1972 حول تقنيات الدعاية في الحرب العالمية الأولى، وقال بأن ما كان في السابق يتم تحقيقه بالعنف والقهر، يمكن أن يتم الآن عن طريق الجدل والإقناع.

كما عزز هذه النظرية ما خلفه البرنامج الإذاعي "غزو من المريخ" عام 1938، والذي ظنه المستمعون حقيقيا، مما جعل مليونا على الأقل من الأمريكيين خائفين وآلفا آخرين مصابين بالرعب. وقد أعد "هاولي كانترل" دراسة حول هذا البرنامج فور إذاعته ليكشف عن الأسباب النفسية لذلك السلوك الجماهيري المرتبط بالاستماع لذلك البرنامج. (صالح خليل أبو أصبع، 2006، 124-125)

إن التأثير الذي مورس على المستمعين قد تم تفسيره بواسطة نماذج مشتقة من علم نفس النصف الأول من القرن العشرين، فهو مؤهل بحلم لقاء العلوم الطبيعية ضمن رؤية ميكانيكية للإنسان، فيتجاوب الجمهور الاشتراطي السلبي مع ردات فعل واستجابات آلية على الاستجابات المتنوعة، عندما لا يكون قد تحرك بقوى غير واعية. وإن فرضية الإشتراكية في السلوك التي عبر عنها الفيزيولوجيون الروس من أمثال "بافلوف" تم تعميمها من المجال الحيواني إلى المجال البشري، في حين كانت السلوكية الأمريكية تفرض نفسها مع "جون واطسن" الذي نصح باستخدام الأساليب التجريبية لدراسة الآليات النفسية والتي يمكن التقاطها من السلوك، الذي يعتبره كاستجابة لما يدور في المحيط. (إريك ميغريه، 2009، 88)

والحقيقة أن الافتراضات النفسية لهذه النظرية قد استتبقت من مجموعة من النماذج السيكلوجية. فسيكولوجيات الغرائز كانت في أوجها خلال الحرب العالمية الأولى في ظل تأثير "دارون"، وحتى نهاية العشرينيات لم تكن الحقائق الخاصة بإمكانية تعديل وتغيير الكائن البشري قد بدأت تتضح بشكل يمكن إثباته باستخدام الاختبارات العقلية الجديدة وأساليب البحث الفنية الأخرى.

لقد كانت "نظرية القذيفة السحرية" المبنية على آلية للغرائز والإثارة، والاعتقاد بأن وسائل الإعلام تبدو وسائلًا قوية صحيحة تمامًا، خاصة في ظل الرأي الذي يرى أن الطبيعة الإنسانية متشابهة، مع التأكيد على العمليات غير المنطقية إلى جانب الرأي الخاص بالنظام الاجتماعي. وبسبب الطبيعة الموروثة عن هذه الآليات كان كل شخص يستجيب بشكل متشابه تقريبًا، وفضلًا عن ذلك كانت هناك روابط اجتماعية قوية تمزق تأثير هذه الآليات، لأن الفرد كان معزولًا نفسيًا عن الروابط الاجتماعية القوية والرقابة الاجتماعية غير الرسمية.

وهكذا كانت "نظرية القذيفة السحرية" تقوم تمامًا على النظريات العامة في مجال علم النفس وعلم الاجتماع وفقًا لتطورهما حتى ذلك الوقت، وفضلًا عن ذلك كان هناك مثال واضح هو التأثير الهائل للدعاية خلال الحرب، ويبدو أن هذه الدعاية كانت تقدم الدليل الصحيح على أن وسائل الإعلام كانت قوية على نفس النحو الذي وصفها به "لاسويل"، عندما استنتج أنها "المطرقة الجديدة وسندان الترابط الاجتماعي". (ملفين ديفلير، ساندرابول روكيش، 2002، 235-236)

لقد أصبح ينظر إلى هذه النظرية على أنها ليست دقيقة كفاية، وذلك من خلال الدراسات التي تمت في فترة الانتخابات بين "فرانكلين" و"روزفيلت" عام 1940 حول اختيار الأفراد وتحديد آليات الانتخاب والعلاقة بين وسائل الإعلام والسلوك السياسي، والتي بينت نتائجها بأن أغلبية الأفراد لم يتأثروا بالدعاية، وأن الاتصالات الشخصية أثرت أكثر من وسائل الإعلام؛ ذلك أن تأثيرات الحملة الانتخابية لم تكن كلها قوية لدرجة إقناع الأفراد مباشرة وبصرامة حسب ما زعمته النظرية. (Stephen Littlejohn, 2004, 261)

ومن ثم كان لا بد لدارسي وسائل الإعلام أن يتركوا هذه النظرية على مضض، وفي نفس اللحظة كان يتم ابتكار نماذج عامة أحدث لدراسة ووصف الطبيعة البشرية وطبيعة النظام الاجتماعي بشكل أكثر دقة، وكان مجال الاتصال الجماهيري نفسه يكتسب قاعدة تجريبية، حيث تطور الاهتمام

بوسائل الإعلام بوصفها موضوعات بحث، وبدأ التحول من مجرد التكهن بآثارها إلى الدراسات المنظمة لأثر محتوى الاتصال على أنواع معينة من الناس. (ملفين ديفلير، ساندر بول روكيش، 2002، 237)

وهكذا تم دحض أفكار هذه النظرية، وتم تقديم بدائل وافتراضات أخرى لطبيعة تأثير وسائل الإعلام على الأفراد.

د - نظريات نشوء المجتمع الجماهيري في المجلة الجزائرية للاتصال

اعتمد الباحثون على نظريات نشوء المجتمع الجماهيري في المجلة الجزائرية للاتصال على النحو التالي:

- جدول رقم (46) يبين توزيع نظريات نشوء المجتمع الجماهيري -

النسبة	التكرار	النظرية
100	11	ن. الحقنة تحت الجلد
		ن. سبنسر
		ن. تونيز
100	11	المجموع

يبين الجدول أنه من بين النظريات المفسرة لنشوء المجتمع الجماهيري، فقط نظرية الحقنة تحت الجلد تم استخدامها في المجلة الجزائرية للاتصال وذلك بنسبة 100%. وقد يرجع السبب في ذلك إلى حداثة هذه النظرية مقارنة بنظرية "تونيز" ونظرية "سبنسر"، كما أن هذه النظرية ترتبط بشكل مباشر بدراسات الاتصال، وبتأثير وسائل الإعلام والاتصال على الأفراد، ولقد وردت في المجلة للإشارة إلى العلاقة القوية بين الرسالة الإعلامية وبين سلوك الأفراد، وعادة ما يتم الاستشهاد بها عند النقد أو عقد المقارنات. وفي الحقيقة لقد بدأ الكثير من المنظرين الحديث عن ميلاد المجتمع الجماهيري، بميلاد هذه النظرية التي فسرت البدايات الأولى لبداية انعزال الأفراد عن بعضهم البعض، وتشنت العلاقات الاجتماعية.

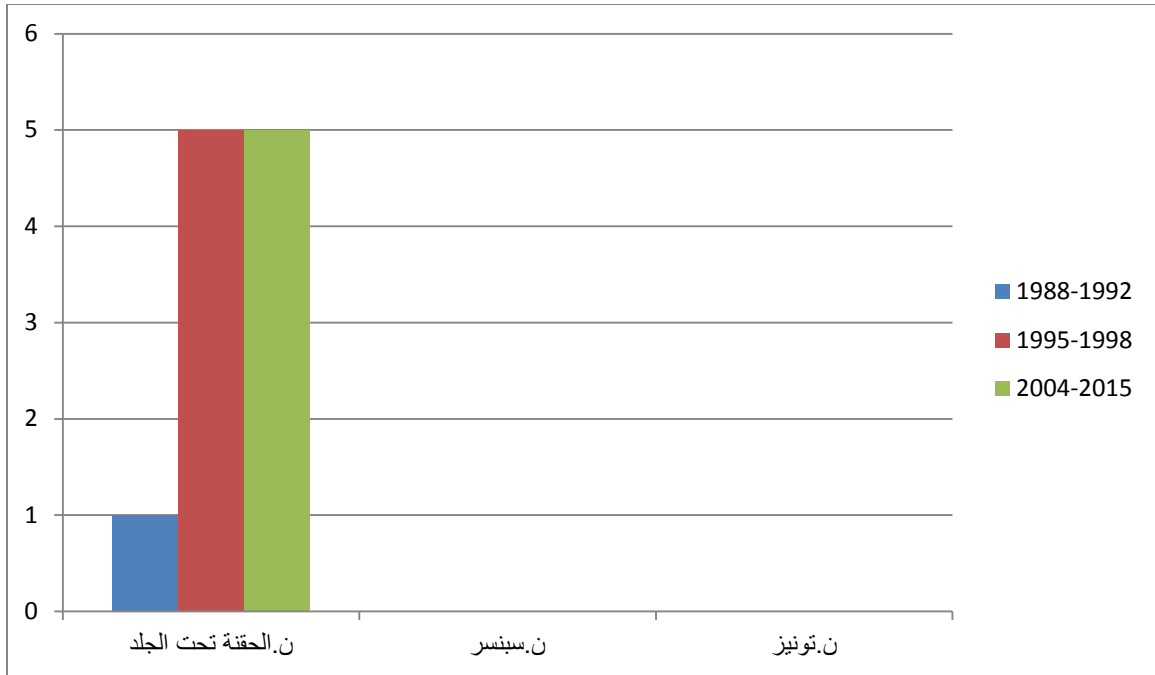
-جدول رقم (47) يبين توزيع فئة الزمن على نظريات نشوء المجتمع الجماهيري-

ن.توزيع		ن.سبب		ن.الحقنة تحت الجلد		النظرية الفترة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				9.09	01	-1988 1992
				45.46	05	-1995 1998
				45.45	05	-2004 2015
100	00	100	00	100	11	المجموع

كما يبين الجدول فلقد استمر اعتماد الباحثين على نظرية الحقنة تحت الجلد في بحوث المجلة خلال الفترات المختلفة التي مرت بها. فخلال الفترة الممتدة من 1988 إلى 1992 قدرت نسبة استخدامها بـ9.09%، أما خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى غاية 2015 فقد استعملت بنسبة 45.45%. ويمكن أن تبين هذه النسب أهمية هذه النظرية في دراسات الاتصال، رغم الانتقادات الواسعة التي تعرضت لها، إلا أنها ظلت محور اهتمام الباحثين خلال الحقب المختلفة، خاصة أنها تعتبر من النظريات النفسية السلوكية التي تبين لنا درجة تأثير الرسالة الإعلامية على الجمهور المتلقي، وبالتالي فقد ظل الحديث عن هذه النظرية مستمرا عند التطرق إلى بحوث الجمهور وعن كفاءات التفاعل مع الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة.

وفيما يلي الشكل الذي يوضح مختلف التطورات التي مر بها استخدام نظرية الحقنة تحت الجلد

في المجلة الجزائرية للاتصال:



-شكل رقم(10): تطور استخدام نظرية الحقة تحت الجلد-

-جدول رقم (48) يبين توزيع نظريات نشوء المجتمع الجماهيري حسب مجال البحث-

ن. تونيز		ن. سببسر		ن. الحقة تحت الجلد		النظريّة	مجال البحث
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
						إذاعة	إعلام
				28.57	04	تلفزيون	
				21.43	03	صحافة	
						إعلام إلكتروني وتكنولوجيات	
						مسرح	
						كتاب	
						سينما	
						علاقات عامة	اتصال
						إعلان	
				7.14	01	تكوين أكاديمي	
						تشريعات إعلامية	
				42.86	06	أخرى	
100	00	100	00	100	14	المجموع	

يوضح لنا الجدول أن نظرية الحقنة تحت الجلد استخدمت في المواضيع الخاصة بوسائل الاتصال الجماهيري وبشكل خاص التلفزيون بنسبة 28.57% والصحافة بنسبة 21.43%، وذلك لارتباط مضامينها بقوة تأثير وسائل الإعلام، وخاصة هاتين الوسيلتين إذا ما علمنا ما لهما من جماهير عريضة، ودرجة تأثرهم بمضامينها. أما في مجال التكوين الأكاديمي فلم تظهر نظرية الحقنة تحت الجلد إلا بنسبة 7.14%، وفي المواضيع الأخرى فقد بلغت نسبة ظهورها 42.86%، مما يدل على التعرض لها في بعض المواضيع غير تلك المخصصة لوسائل الإعلام.

- جدول رقم (49) يبين توزيع نظريات نشوء المجتمع الجماهيري حسب عناصر العملية الاتصالية-

ن. تونيز		ن. سبنسر		ن. الحقنة تحت الجلد		النظرية العنصر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
						القائم بالاتصال
				9.09	01	الرسالة
				9.09	01	الوسيلة
						المتلقي
				27.27	03	الأثر
				54.55	06	أخرى
100	00	100	00	100	11	المجموع

يبين لنا الجدول أن نظرية الحقنة تحت الجلد استخدمت في المواضيع الأخرى بنسبة 54.55%، وهي نسبة تعكسها أيضا النتيجة التي تم التوصل إليها في الجدول السابق. كما تساوى استخدامها في المواضيع المتعلقة بالرسالة والوسيلة بنسبة 9.09%، ووردت في بحوث الأثر بنسبة 27.27%، وهو ما تبخته هذه النظرية وما جاءت لتفسيره. بينما لم تستخدم في المواضيع المتعلقة بالقائم بالاتصال ولا حتى بالمتلقي، وذلك بسبب تركيزها على الأثر الذي تحدثه الرسالة أكثر من اهتمامها بالمتلقي للرسالة الإعلامية، والذي يعتبر متلقيا سلبيا غير قادر على المقاومة في ظل القوة الخارقة التي تملكها هذه الرسائل حسب أفكار هذه النظرية.

-جدول رقم (50) يبين توزيع نظريات نشوء المجتمع الجماهيري حسب طبيعة الموضوع-

ن. تونيز		ن. سبنسر		ن. الحقنة تحت الجلد		النظرية الموضوع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
				9.09	01	سياسي
				36.36	04	اجتماعي
						إقتصادي
						ثقافي
				54.55	06	أكاديمي
						ديني
						بيئي
						رياضي
						أخرى
100	00	100	00	100	11	المجموع

يبين الجدول أن نظريات نشوء المجتمع الجماهيري والمتمثلة هنا في نظرية الحقنة تحت الجلد -الوحيدة التي استعملت في المجلة- قد ظهرت بشكل أكبر في المواضيع الأكاديمية، وقدرت نسبة هذا الظهور بـ 54.55%. أما ثاني أعلى نسبة فقد سجلت في المواضيع الاجتماعية بـ 36.36%، وأخيرا المواضيع السياسية بنسبة 9.09%، ولم تظهر في بقية المواضيع. ويمكن أن يكون مرد ذلك طبيعة النظرية في حد ذاتها، وطبيعة الأفكار التي تطرحها، فهي تهتم بالأثر القوي للرسائل الإعلامية على المتلقي، ورغم بروزها أكثر في المجال السياسي وارتباطها خاصة بمواضيع الدعاية، إلا أن التركيز عليها في المجلة الجزائرية للاتصال جاء مختلفا.

-جدول رقم (51) يبين توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات نشوء المجتمع الجماهيري-

ن. تونيز		ن. سبنسر		ن. الحقنة تحت الجلد		النظرية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الهدف
						إطار نظري
						مقارنة
						نقد
				27.27	03	شرح وتفسير
				45.46	05	دعم واستشهاد
						اختبار
				27.27	03	مجرد إشارة
100	00	100	00	100	11	المجموع

يبين لنا الجدول أعلاه أن الهدف من استخدام نظريات نشوء المجتمع الجماهيري وتحديدًا نظرية الحقنة تحت الجلد جاء متباينًا. فبينما استخدمت بهدف الدعم والاستشهاد بنسبة 45.45٪، وردت بغرض الشرح والتفسير بنسبة 27.27٪. والملاحظ أن نظرية الحقنة تحت الجلد لم تستخدم أبداً كإطار نظري للدراسة، مما يعني أنه قد اقتصر استخدامها على المواضيع النظرية دون الإمبريقية، وذلك لعدم ملاءمة أطروحاتها - التي تم نقدها وتجاوزها- لقضايا ومشاكل الاتصال الراهنة. هذا، وقد تمت الإشارة إليها في العديد من المواضيع وذلك بنسبة 27.27٪.

3-3-5- نظريات أخرى

تفسر هذه النظريات أيضا طبيعة تأثير وسائل الإعلام على المجتمع من أوجه متعددة، ولكنها لا تخضع لأي تصنيف محدد، وتتمثل خاصة في:

أ- نظرية حارس البوابة

تتميز هذه النظرية بتفردا بدراسة المؤسسات الإعلامية كوحدات قائمة على نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز، فحينما ندرس ما يحدث داخل المؤسسة الإعلامية نشعر بالدهشة من مدى تعقد

وتشابه أعمالها. ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يوميا بل وفي كل دقيقة قرارات هامة وخطيرة، ونظرا لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن نعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات، والمراكز والمناصب التي تتخذ فعلا تلك القرارات، وطبيعة القائم بالاتصال، والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية.

ويرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي الأصل "كورت لوين" في تطوير ما أصبح يعرف "بنظرية حارس البوابة الإعلامية"، فدراساته تعتبر أفضل الدراسات المنهجية في مجال حراسة البوابة. ويقول "لوين" إنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور توجد نقاط أو "بوابات" يتم فيها اتخاذ القرار بما يدخل وما يخرج، وأنه كلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في وسيلة الإعلام ازدادت المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا كانت الرسالة ستنقل بنفس الشكل أو بعد إدخال بعض التعديلات عليها، لذا فإن نفوذ من يديرون هذه البوابات والقواعد التي تطبق عليها، والشخصيات التي تملك بحكم عملها سلطة التقرير، يصبح لها أهمية كبيرة في انتقال المعلومات. (عزام أبو الحمام، 2011، 271-272)

فكلمة "حارس البوابة" تعني ما تعنيه الكلمة أدبيا، فهو الذي يقرر ما يسمح بمروره عبر قنوات الاتصال الجماهيري. وفي عالم الإرسال يستطيع أي فرد من الأفراد أن يعمل كحارس بوابة؛ مدراء، منتجين، منتجي أخبار، معدي برامج وآخرين. وبالرغم من أن بعض المحاولات أكدت وجود حارس بوابة واحد (اتجاه دعم من حقيقة أن الدراسات الأصلية لحراس البوابة اتجهت إلى أشخاص بعينهم مثل مساعدي منتجي الأخبار)، لكن من المؤكد أن بعض الأفراد في وضعية جيدة أكثر من غيرهم ليسمحوا بمرور المعلومات عبر وسائل الإعلام؛ فالبعض يعملون يوميا كحراس بوابة في المنظمات الإعلامية، ولكن آخرين يستطيعون القيام بهذه الوظيفة فقط فيما يتعلق بالقرارات الصارمة، هذا وإن ملك الصحف يختارون التأثير في مضامين الأخبار فقط في مناسبات معدودة عندما يخدم ذلك أهدافهم، ولا يتدخلون في الأخبار المعروضة يوميا. (Dennis Howitt, 1982, 19)

فالرسالة تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي. ومن الحقائق التي الأساسية التي أشار إليها "كورت لوين" أن هناك في كل حلقة ضمن السلسلة فرد ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سينقلها أو لن ينقلها، وما إذا كانت تلك الرسالة ستصل إلى

الحلقة التالية بنفس الشكل الذي جاءت به أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات. فحراسة البوابة تعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال، بحيث تصبح لها سلطة اتخاذ القرار، فيما سيمر من خلال البوابة وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الوسيلة الإعلامية ومنها إلى الجمهور. (فواز منصور الحكيم، 2011، 49-50)

وقد اتضح من أبحاث عديدة أن الفترة التي يقوم بها الحارس في عملية اصطفاء المعلومات ترتبط بقواعد العمل والمهنة والقواعد التنظيمية أكثر مما ترتبط بتفضيلات شخصية. إن قيمة هذه الأبحاث تكمن في أنها استطاعت تحديد نقاط في الجهاز الإعلامي حيث تتم ممارسة عمليات الفترة بشكل مكشوف وبشكل مأسس، وفي أنها تمكنت من التعرف على دور الجهاز الإعلامي كمؤسسة اجتماعية، ما سمح بتجاوز الطابع الفردي لنشاط الحارس، والتركيز على فكرة الاصطفاء كصيورة منظمة تراتبيا ومرتبطة بشبكة معقدة من العلاقات الرقابية. والواقع أن قرارات حارس البوابة لا تتجم عن تقديرات شخصية اتجاه معلومة المادة الإعلامية أو عدم معلومتها، وإنما تتجم كما يقول "روبنسون" عن اقتران جملة من القيم التي تحتضن معايير مهنية وتنظيمية كالفاعلية وعمليات إنتاج الأخبار والسرعة. (فريال مهنا، 2002، 280)

ويمكن تقسيم العوامل التي تؤثر على عمل حارس البوابة الإعلامية إلى:

1- قيم المجتمع وتقاليد: حيث يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من القوى الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال. فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على تقبل المواطنين لها، حيث يرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية أو التطبيع، وتعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولاتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة.

ويرى الباحث "وارين بريد" أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال تغطية كاملة للأحداث التي تقع من حوله، وليس هذا الإغفال نتيجة لتقصير أو أنه عمل سلبي، ولكنه يغفل تقديم بعض الأحداث إحساسا منه بالمسؤولية الاجتماعية، وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية. فقد تتسامح وسائل الإعلام في تقديم كل الأخبار التي تهتم الجماهير وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليد، كما تعمل على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل الرأسمالية

مثلا، وغالبا ما تتجنب وسائل الإعلام انتقاد الأفراد الذين يقومون ببعض الأدوار لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع. (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2008، 178)

2- **المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:** فالخصائص والسمات الشخصية للقائم بالاتصال تلعب دورا في ممارسة دور حارس البوابة مثل النوع، العمر، الدخل، الطبقة الاجتماعية، التعليم، الانتماءات الفكرية، والإحساس بالذات.

ويعد الانتماء عنصرا محددًا من محددات الشخصية لأنه يؤثر في طريقة التفكير أو التعامل مع العالم المحيط بالفرد، كما أن الفرد ينتمي إلى بعض الجماعات، وهذه الأخيرة تعد بمثابة جماعات مرجعية يشارك الفرد أعضائها في الدوافع والميول والاتجاهات، وتؤثر قيمهم ومعاييرهم في اتخاذ قراراته أو قيامه بسلوك معين.

وقد اهتم الخبراء بالإطار الدلالي والخبرات المخترنة للقائم بالاتصال، التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته، والتي تحدد السلوك المتوقع في المواقف الاتصالية المختلفة وتحديد ما يجب وما لا يجب. (نفس المرجع، 179)

3- **المعايير المهنية للقائم بالاتصال:** فالقائم بالاتصال يتعرض للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عمله، وتؤدي إلى توافقه مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، والتوقعات التي تحدد دوره في نظام الاتصال.

وتتنوع المعايير المهنية فتشمل:

أ- **صناع الأخبار:** (القيم/ الخبر): إن القابلية المعلوماتية هي مجمل العناصر التي يراقب الجهاز الإخباري من خلالها ويدير طبيعة وكمية الأحداث القابلة للتحويل إلى أخبار، وتعد قيم الخبر عنصرا من عناصر هذه القابلية. فالقيم/ الخبر هي قواعد عملية تحتوي جملة من المعارف المهنية التي تفسر وتقود إجراءات العمل التحريري، كما أنها تشكل مرجعيات واضحة ومتوافرة تكمن في المعارف المشتركة حول طبيعة وأهداف الخبر، وهي مرجعيات يمكن استخدامها لتسهيل وتسريع العملية المعقدة لمعالجة الأخبار. (فريال مهنا، 2002، 286)

ب- سياسة المؤسسة الإعلامية: تتعدد ضغوط المؤسسة بشكل أكبر مما تقترحه الدراسات التي تناولتها، وتتمثل هذه الضغوط في عوامل داخلية وخارجية. ونعني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباطها بمصالح معينة مثل وجود محطات منافسة، أما العوامل الداخلية فتشمل نمط الملكية وأساليب السيطرة، والنظم الإدارية، وضغوط الإنتاج. وتلعب هذه العوامل دورا مهما وملموسا في شكل المضمون الذي يقدم للجمهور، كما أنها تنتهي بالقائم بالاتصال إلى أن يصبح جزء من الكيان العام للمؤسسة. ففي كثير من الأحيان لا يكون للتقييم الذاتي لمحضر الأخبار دور أساسي، وإنما تعتبر آراء صاحب العمل هي المؤشر الأساسي، فكل وسيلة إعلامية سياستها الخاصة سواء اعترفت بذلك أم لم تعترف. (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2008، 180)

ج- علاقات العمل وضغوطه: يتفق الباحثون على أن علاقات العمل تضع بصماتها على القائم بالاتصال، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم من هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للقائم بالاتصال، حيث نجد أنهم يتوحدون مع بعضهم داخل المجموعة، ويتعاملون مع العالم الخارجي من خلال إحساسهم الذاتي داخلها، وهذا ما يجعل الصحفي معتمدا بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي، وبالرغم من اعتناق جميع الصحفيين نفس المعايير المهنية إلا أنه يظل لكل منهم معايير الخاصة.

د- وبجانب إكساب القائم بالاتصال المعايير المهنية تقوم علاقات العمل على مساعدته على تجاوز مخاطر المهنة وتحقيق الرضا الوظيفي. (نفس المرجع، 183)

4- **المعايير المتعلقة بالجمهور:** ترتبط هذه المعايير بدور الجمهور في التأثير على عمليات الاصطفاء، غير أن هذه المعايير يجب ألا تتحول إلى قيود للصحفيين الذين يفترض أن ينصب اهتمامهم بالدرجة الأولى على إعداد برامج إخبارية عالية الجودة مهنية وثقافيا، لا على كيفية إرضاء الجمهور فحسب. وهذا لا يعني - بطبيعة الحال - إهمال الجمهور، لأن الاستناد إلى حاجاته ومتطلباته والاستجابة لها يشكلان شرطا ثابتا في الروتين الإنتاجي الذي يفترض إعداد أخبار حسب مقومات المهنية والخبرة والالتزام. (فريال مهنا، 2002، 290-291)

وقد لاحظ الباحثان "إثيل دي سولا بول" و"شولمان" أن الجمهور يؤثر على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور. فالرسائل التي يقدمها القائم بالاتصال يحددها - إلى حد ما - توقعاته عن ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دورا إيجابيا في عملية الاتصال، ويؤثر

تصور القائم بالاتصال للجمهور على نوعية الأخبار التي يقدمها. (حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، 2008، 183-184)

إن مفهوم "حراس البوابة" هو أول فكرة نظرية مهمة طورت لشرح الطريقة التي تعمل بها المنظمات الإعلامية. وفي السنوات الأخيرة أصبحت الدراسات المسماة "العملية الإنتاجية" أكثر انتشاراً وعمومية، هذه الدراسات حاولت فهم لماذا يوجد إنتاج وسائل الإعلام على هذه الحال. وقد أخذت هذه الدراسات - دراسات الإنتاج- أشكالاً عديدة منها المحاولات لشرح لماذا تعرض بعض البرامج، استكشاف قواعد امتلاك وسائل الإعلام وحملهم لمضامينها، تحقيقات حول كيفية إنتاج الأخبار وانتقائها وعرضها، تأثيرات النشر الجغرافي للأخبار، ودور الحكومة في تشكيل الإعلام. هذه الدراسات أخذتنا بعيداً عن المفهوم البسيط المتألق لحراسة البوابة، فايدولوجية رجل الأخبار أو المنتج- أي حارس البوابة- أصبحت اليوم تستخدم أكثر كمفهوم شارح. (Dennis Howitt, 1982, 19- 20)

ب- نظرية الفجوة المعرفية

لقد تم اقتراح نظرية "الفجوة المعرفية" لأول مرة من قبل "تشرينر - دونوهي - أولين" في جامعة "مينيسوتا" في الـ 70 من القرن الماضي. فهم يعتقدون أن ارتفاع نسبة المعلومات في المجتمع لا يعني أن جميع أفرادها يمتلكونها؛ فالأفراد ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي الأعلى يتجهون إلى قابلية أحسن لامتلاك المعلومات، وهذا ما يؤدي إلى الانقسام إلى فريقين: فريق متعلم أكثر والذي يعرف أكثر حول غالبية الأشياء، وفريق بمستوى تعليمي أقل ويعرفون معلومات أقل. إن الأفراد ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي الأقل يعرفون خاصة بمستواهم التعليمي، ويملكون أو لا يملكون أصلاً معلومات حول القضايا العامة، وليسوا على اتصال بالأخبار حول الأحداث وخاصة الاكتشافات الجديدة، وعادة ما يكونون غير مباليين بعدم امتلاكهم للمعرفة. (Vijaya Somasundaram, 2005, 262-263)

ووفقاً لهذه النظرية فإن وسائل الإعلام يمكن أن تساهم في تضيق الفجوات المعرفية في المجتمع، إذا كانت الفجوات تتعلق بقضايا تهم قطاعات كبيرة من الناس في مجتمعات محلية صغيرة، وإذا كانت هذه القضايا محل جدل وصراع بما يساهم في إثارة انتباه الجمهور وبالتالي سعيه إلى المعرفة. (حسني محمد نصر، 2008، 249)

ويؤكد "تشنر" و"أولين" أن الفجوة المعرفية تزداد بشكل خاص في قضايا الشؤون العامة والقضايا القومية والدولية التي تستقطب اهتماما عاما وتلعب فيها وسائل الإعلام دورا محوريا. بينما تقل في الشؤون الداخلية والرياضية، لأنها لا تمثل اهتمامات متباينة، وإنما اهتمامات خاصة مقارنة في مستوى المعلومات بغض النظر عن الفوارق الاجتماعية الاقتصادية، ويتصاعد فيها دور الاتصال الشخصي والمنظمات الاجتماعية مما يؤدي إلى ضيق الفجوة المعرفية. (سعد بن سعود بن محمد، 2007، 125)

وطرحت هذه النظرية مسألة أنه كلما ازداد تغلغل الإعلام المعلوماتي داخل نظام اجتماعي، يجنح قطاع الجمهور الذي يتمتع بوضع اجتماعي - اقتصادي مرتفع إلى اكتساب المعلومات بصورة أسرع من القطاع ذوي المستوى الاجتماعي - الاقتصادي الأكثر انخفاضا، وهكذا فإن فجوة المعرفة بين القطاعين تميل إلى الاتساع بدلا من أن تنقلص. (فريال مهنا، 2002، 301)

فيرى البعض أن الصحافة قد تؤدي إلى توسيع الفجوات المعرفية لأنها تعد وسيلة الإعلام المفضلة لدى الطبقات العليا في المجتمع، بينما قد يؤدي التلفزيون إلى تضيق هذه الفجوات لأنه ينقل المعلومات إلى شرائح عديدة من الناس بما فيها الطبقات الدنيا في المجتمع. (حسني محمد نصر، 2008، 249)

أما العوامل التي تؤدي إلى تكوين الفجوة الثقافية - المعرفية في المجتمع فيمكن حصرها في:

- اختلاف مستوى وكفاءة المهارات الاتصالية بين الأفراد طبقا لنوع التعليم ومستواه.
- حجم المخزون المعرفي قبل التعرض لموضوع معين.
- طبيعة العلاقات الاجتماعية؛ فالتعليم عامة يعطي الفرد فرصة أكبر للمعرفة والارتباط بمجموعات مرجعية وإقامة اتصالات شخصية أكثر.
- عملية انتقاء التعرض والإدراك والتذكر المرتبطة بالاختلافات في الاتجاهات والتعليم.
- طبيعة النظام الإعلامي السائد. (كامل خورشيد مراد، 2011، 151)

وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن هناك عوامل وسيطة تؤثر في فجوة المعرفة اتساعا أو ضيقا، مثل استمرار وسائل الإعلام في تقديم الرسائل عن ذات الموضوع، واهتمام الفرد بموضوع معين مما يدفعه - بصرف النظر عن المستوى الاجتماعي الاقتصادي - إلى الحرص على الاستيعاب

واكتساب مزيد من المعلومات التي تقدمها الوسائل الإخبارية، وبالتالي يقلص الفجوة المعرفية لديه. كما تبين أن هناك علاقة عكسية بين شدة الدافع من جهة واتساع فجوة المعرفة من جهة أخرى، بل إن بعض الدوافع الشديدة لدى الأفراد منخضى المستوى الاجتماعي الاقتصادي ترفع من حصيلتهم المعرفية عن ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع، بالإضافة إلى أنه كلما زاد نشاط الفرد زادت حصيلته المعرفية. (سعد بن سعود بن محمد، 2007، 126)

وفي الوقت الحالي يتبدى تطوران مختلفان في أبحاث هذه النظرية يتكاملان في الإطار العام لفجوات المعرفة، مؤديان إلى تشعبها وتحديثها. الأول ويتعلق بمتغير الكفاية في استيعاب المعلومة، حيث أن بعض الأشخاص لا يمتلكون معلومات أكثر من غيرهم فحسب، بل هناك تفاوت أيضا في القدرة على تذكر المعلومة وفهمها بالمقارنة مع قطاعات أخرى من الجمهور. أما التطور الثاني فيتعلق بالتحاليل الممتدة والمتشعبة لنماذج استهلاك ملموسة عبر الارتكاز إلى مسارات الاستهلاك لوسائل إعلام متعددة. فمن الواضح أن التبعية الثابتة والروتينية لوسيلة إعلامية معينة أكثر من وسيلة إعلامية أخرى، من شأنها أن تزيد بصورة محسوسة من توليد عناصر تفاوت في المعرفة. (فريال مهنا، 2002، 303)

والواقع أن التقنيات الاتصالية الجديدة أيضا تتحرك كعوامل خلق وتوسيع التفاوت، فمسألة عدم المساواة المعلوماتية تكتسب أهمية كبيرة، لأن انتشار التلفزة الكابلية والفضائية والكمبيوتر ومختلف أنواع النصوص البصرية التلفزية، يؤدي إلى تأثيرات اجتماعية خاصة من زاوية الانتشار غير المتساوي اجتماعيا للمعرفة، ومن زاوية الأساليب والمستويات الجديدة لمحو الأمية وللكفايات الاتصالية. فأغنياء المعرفة يمتلكون إمكانيات أكبر في إدارة الأدوات التقنية بنجاح، مما يتيح لهم الحماية من التعرض لفائض معلوماتي غني، وهو ما يعد امتيازاً آخر لهم. فأغنياء المعرفة يتطلبون معلومات اختصاصية تستطيع تقنيات الاتصال الجديدة فقط أن تقدمها، وهذا الاتجاه يعمق الفارق بين متلقي الإعلام التقليدي وبين متلقي التقنيات الإعلامية الحديثة. (نفس المرجع، 303-304).

لقد أكدت العديد من الدراسات أن نظرية فجوة المعرفة يمكن تطبيقها على أسس متعددة وليس على أساس المستوى الاجتماعي الاقتصادي وحده، بحيث يتناول التأثيرات السلوكية والاتجاهية، إضافة إلى التأثيرات المعرفية، ويشمل الاتصال الشخصي إضافة إلى وسائل الإعلام الجماهيرية. وأن

الفجوة المعرفية ليس ضروريا بأن تحدث بين الفئات الأعلى والفئات الأدنى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، كما لا يمكن تجاهل المستوى التعليمي لدى الأفراد. فالمستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع يفضي غالبا إلى ارتفاع مستوى التعليم، وبالتالي إلى كثرة التعرض لمصادر المعرفة واستيعاب المعلومات. (سعد بن سعود بن محمد، 2007، 127)

ج- نظرية التأثير الانتقائي

إن فكرة الانتقائية تعود على الأقل إلى أول دراسات الحملات بجامعة كولومبيا، والفكرة هي أن الأفراد يبحثون انتقائيا عن المعلومات التي تتوافق مع اتجاهاتهم ومعتقداتهم، ويتفادون المعلومات التي تتعارض مع آرائهم. فلقد استنتج كل من "هيومن Human و Sheatsley شيتسلي" 1947 أن الانتقائية تعمل على نقاط متعددة في عملية الاستقبال: التعرض، الانتباه، الإدراك، التفسير والتخزين. فالانتقائية يمكن أن تتفاعل مع رسائل وسائل الإعلام لتدعيم المواد التوافقية، وتقليل أو إلغاء المحتوى المعارض. (James Curran, Micheal Gurevitch, 1992, 250)

فحتى تؤدي المنظومة المعرفية الشاملة للمرء غرضها، لابد أن تتوفر لها درجة عالية من الاستقرار عبر الزمن، ويجب أن تكون العناصر المكونة لها متوافقة -على الأقل بدرجة كبيرة- كما يجب أن تتوافق مع العالم الواقعي ومع الأنظمة المعرفية للأشخاص الآخرين، حتى يتمكن الفرد من الوفاء بالاحتياجات المادية والاجتماعية الأساسية. ومن ثم فإننا:

أ- ندرك الأشياء بطريقة انتقائية للغاية بما يتفق مع هيكل الأنظمة المعرفية، وبدون جهد واع، وبدون حاجة لأن نتخذ قرارا في كل حالة.

ب- نميل لأن نرى وندرك بطريقة لا تقلق نظامنا المعرفي المستقر إلا في أقل حدود ممكنة، كما نميل إلى أن نفسر ما نلاحظه بطريقة تتفق مع حالتنا الذهنية الخاصة، ونحن لا نتقبل بسهولة الحقائق غير المتوافقة إذا كانت منظومتنا المعرفية تؤدي المهمة التي يفترض أن تؤديها. وليس معنى ذلك أن المنظومة المعرفية لا تتغير قط، ولكن أثناء التغير يظل العقل باحثا عن الاستمرارية وتتألف تعبيراته من توافقات متعاقبة. (جاين فيشر، 2004، 42-43).

لقد جاءت هذه النظرية لتركز على التأثيرات الانتقائية والمحدودة لوسائل الإعلام على الفرد، ويمكن تلخيص الافتراضات الأساسية التي تقوم عليها في:

- 1- يتميز جمهور المجتمع المعاصر بأنه متنوع ومتباين نفسيا بسبب تنوع واختلاف خبرات وسمات أفرادهِ.
- 2- أفراد الجمهور هم أعضاء في طبقات اجتماعية تختلف طبقا لعوامل متعددة مثل العمر، الجنس، مستوى الدخل... هذه الطبقات تتميز عن غيرها في السمات والمعتقدات والاتجاهات والقيم.
- 3- أفراد الجمهور في المجتمع المعاصر ليسوا منعزلين عن بعضهم البعض، وينخرطون معا في علاقات اجتماعية تقوم على العلاقات الأسرية أو علاقات الجوار أو علاقات العمل.
- 4- هذه الاختلافات الشخصية بين أفراد الجمهور والناجمة عن اختلاف الطبقات الاجتماعية واختلاف العلاقات تجعلهم يهتمون بمضامين معينة في وسائل الإعلام، وينتقون ما يتعرضون له من هذه المضامين ويفهمون مضمون وسائل الإعلام بطرق انتقائية ومختلفة. (حسني محمد نصر، 2008، 227-228)

وقد أشار "جوزيف كلاير" إلى ما يسمى بالعمليات الإدراكية، والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بنموذج "هيدر" الخاص بالتوازن المعرفي. و في حين أن "تتاكرد وورنر" يقصران هذه العمليات على ثلاثة مراحل ، أشار "كلاير" إلى أربعة مراحل:

- 1- مبدأ الاهتمام الانتقائي: من وجهة نظر هذه النظرية فإن التأثير الانتقائي مرده إلى اهتمام الأفراد الانتقائي في الحياة الاجتماعية؛ وهذا الاهتمام يبرر بعدة أسباب من بينها الاختلافات الفردية في المنظومة المعرفية التي تؤدي إلى نماذج مميزة من الاهتمام. فطبيعة المعرفة تفرض على الإنسان اهتماما معيناً له علاقة مباشرة بها، فغالبا ما نجد مثلا أن الذين يدرسون العلوم السياسية مدفوعين أكثر من غيرهم إلى تتبع برامج وكالات الأنباء والأحداث الدولية المعروضة في وسائل الإعلام. (عامر مصباح، 2005، 81)

فمجتمعاتنا الإعلامية مشبعة بالرسائل المتنافسة لدرجة أن الناس قد لا يستطيعون الاهتمام بكل شئ يوجه لهم، بل إنهم إن حاولوا ذلك فسيعانون غالبا، ولتجنب ذلك يصل الناس إلى حالة من "المرشحات العقلية" تصفي كميات كبيرة من المعلومات، وينحصر اهتمامهم في مجرد جزء محدود مما هو متاح يوميا، أي أنهم يعزلون المضمون الإعلامي الآخر الذي يكون اهتمامهم به بسيطا أو منعما ويهتمون بما يحبون. (ملفين ديفلير، ساندر بول روكيش، 2002، 277)

إن القارئ أو المشاهد أو المستمع لا يقرأ أو يسمع أية مفردة من المخرجات الواسعة لوسائل الإعلام، فهو لا ينتبه كثيرا لكل شئ حتى لتلك الأشياء التي اختارها ليشاهدها أو يقرأها. فالفكرة بسيطة وهي أن الأفراد يختارون منتجات ووسائل الإعلام التي يستعملونها، ويتجهون إلى التعرض إلى الوسائل التي تقدم وجهات نظر مطابقة لتلك الخاصة بهم. وعلى النقيض فإن الأفكار التي يتم تجاهلها تكون غير مريحة نفسيا، وهذا ما دعمته نظرية "فستنجر" التي ترى أن الأفراد يفضلون أن يحافظوا على عالمهم النفسي متوازنا، فالأفكار التي لا تتسجم مع نظام معتقداتهم تسبب حالة لا توازن نفسي، والتي تدفع الفرد إلى تصحيح اللاتوازن عبر أية وسيلة. (Dennis Howitt, 1982, 22)

وبأسلوب مشابه فإن الانتماء لفئات اجتماعية معينة يؤثر في الاهتمام برسائل معينة، فمن ينتمون إلى فئات اجتماعية متوسطة الثقافة لهم أنماط سلوكية خاصة وبيدون فوارق مميزة بوضوح في الاهتمام بمختلف أشكال المضمون الإعلامي، تختلف عن تلك الخاصة بذوي المستويات الأعلى. كما أن الذين أقاموا علاقات اجتماعية وطيدة يحتمل بدرجة أكبر أن يهتموا بموضوعات وقضايا يعرفون أنها ذات أهمية لأصدقائهم أو عائلاتهم، وذلك أكثر من اهتمامهم بموضوعات غير ذات صلة باهتماماتهم هذه. (ملفين ديفلير، ساندر بول روكيش، 2002، 277)

2- مبدأ الإدراك الانتقائي: إن الاختلاف بين الإدراك الانتقائي والتعرض الانتقائي هو أنه في هذا الأخير يختار الفرد ماذا يشاهد، أما في الإدراك الانتقائي فإن الفرد يختار كيف يفسر ماذا رأى أو شاهد، وبعبارة أخرى فإن الإدراك الانتقائي هو اتجاه الفرد لتفسير ما يشاهده، يقرؤه أو يسمعه بطريقة تدعّم وجهة نظره. (Dennis Howitt, 1982, 22)

ويرمز الإدراك إلى النشاط النفسي الذي ينظم الأفراد من خلاله التفسيرات ذات المعنى للمؤثرات أو المنبهات الحسية التي يستقبلونها من بيئتهم، وتدفع التغيرات في هيكل المعرفة الأفراد إلى تجميع نماذج مختلفة لمعنى وتفسير أي نموذج معين للمؤثرات أو المنبهات التي تقدم في المضامين الإعلامية. (ملفين ديفلير، ساندر بول روكيش، 2002، 278)

إن قاعدة الإدراك هي أن من لديهم صفات نفسية متميزة، وتوجهات سلوكية خاصة بفئات محددة، وانتماءات إلى شبكة اجتماعية سيفسرون نفس المضمون الإعلامي بأساليب مختلفة. فلقد

ارتبط الإدراك الانتقائي بهذه المجموعات من المتغيرات في آلاف الدراسات الموضوعية التي أجراها علماء الاجتماع، وهو واحد من أهم العوامل في فهم نظريات التأثير الانتقائي. (نفس المرجع، 279)

3- مبدأ التذكر الانتقائي: يخزن الشخص في ذاكرته كل ما يقع تحت بصره، ولكنه لا يتذكر كل شيء لاحظته دفعة واحدة، ولا يستعيد من ذاكرته كل المعلومات المخزنة، وإنما ينتقي من المعلومات والمواضيع ما يهيمه لموقف محدد، ويتذكرها دون الأخرى، وذلك على حسب أهميتها وخطورتها واتصالها المباشر بحاجاته وحياته ودوافعه واهتمامه، وكذلك المحيط الذي يدور حوله. (عامر مصباح، 2005، 82-83)

4- مبدأ السلوك الانتقائي: والسلوك هو الحلقة الأخيرة في السلسلة، فكل فرد لن يتصرف بنفس الأسلوب نتيجة التعرض لرسالة إعلامية معينة، وقبل أن يحدث، فعلى الفرد أن يهتم بمضمون إعلامي ويدرك معناه ويتذكر مضمونه، وكل هذه الاستجابات ستكون معتمدة على التأثيرات المتداخلة للمتغيرات المعروفة، ومنها الفئات الاجتماعية وأساليبها السلوكية الخاصة، والروابط الاجتماعية مع الآخرين. (ملفين ديفلير، ساندرا بول روكيش، 2002، 279)

إن هذه الأفكار المتعلقة بالانتقائية تشير إلى بعض التوجهات في عملية استقبال المعلومات عبر وسائل الإعلام، وكلها تؤكد على أن التعرض لوسائل الإعلام هو عملية نشيطة ومتحكم فيها، ولكن الانتقائية بعيدة أن تكون شرحاً أو تفسيراً كاملاً لكيفية تأثيرها على الجمهور.

د- نظريات أخرى في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد استخدمت بعض نظريات الاتصال التي لا تخضع لأي تصنيف في بحوث ودراسات المجلة الجزائرية للاتصال على النحو التالي:

-جدول رقم (52) يبين توزيع النظريات الأخرى-

النسبة	التكرار	النظرية
8.04	07	حارس البوابة
11.50	10	الفجوة المعرفية
8.05	07	التأثير الإنتقائي
72.41	63	أخرى
100	87	المجموع

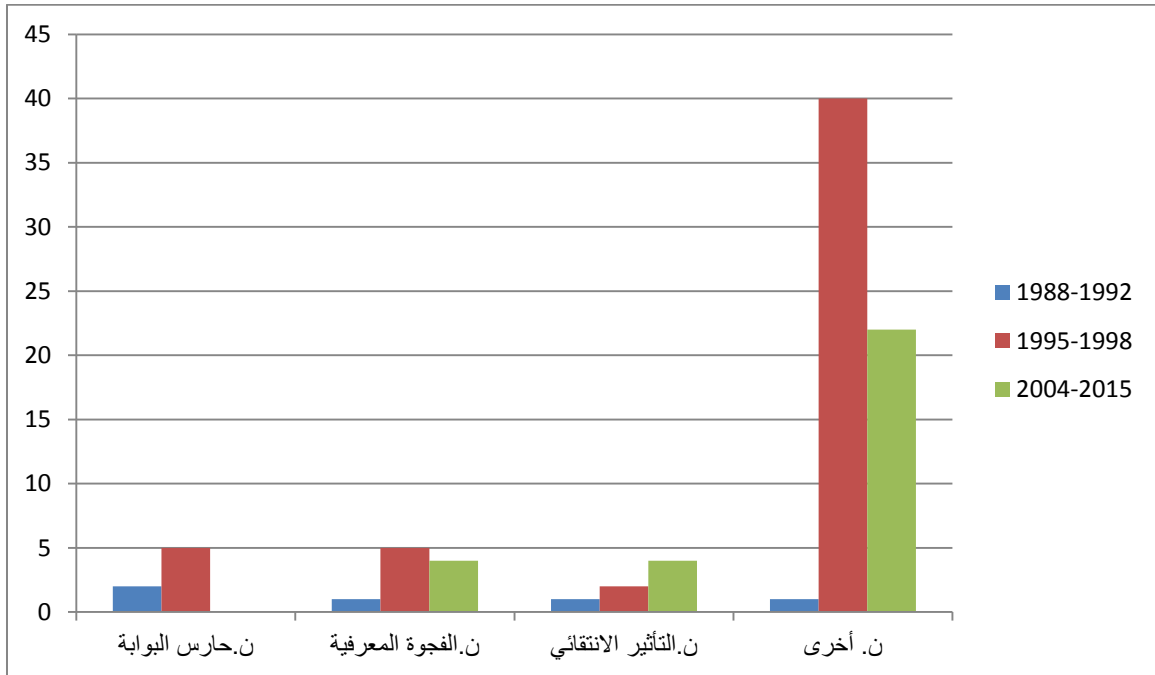
يبين الجدول الذي يفسر استخدام بعض نظريات الاتصال الأخرى التي لا تخضع لتصنيف معين على غرار ما سبقها من نظريات، أن نظرية الفجوة المعرفية قد بلغت نسبة استخدامها 11.5٪، أما نظرية التأثير الإنتقائي ونظرية حارس البوابة فقد جاءتا بنسب متقاربة بلغت تقريبا 8.05٪. بينما بلغت نسبة استخدام النظريات الأخرى 72.41٪، وهي جملة من النظريات المتنوعة استخدمت في المجلة على مدار 23 عدد، كنظرية التطهير ونظرية التدعيم، ونظرية مولس الثقافية، ونظرية الإعلام القيمي، ونظرية تحليل الأطر وبعض نظريات العلاقات العامة، وغيرها من النظريات الأخرى. وهذه النظريات هي أقل شيوعا وأقل استخداما من النظريات السابق ذكرها (الجداول السابقة)، ولكنها تقترب منها من حيث تفسير مختلف الظواهر، و تستخدم هي الأخرى في إعطاء تفسيرات أو الاستشهاد بها في بعض قضايا ومشاكل الاتصال.

-جدول رقم (53) يبين توزيع فئة الزمن على النظريات الأخرى-

النظرية الفترة	ن.حارس البوابة		ن.الفجوة المعرفية		ن.التأثير الإنتقائي		ن. أخرى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
-1988 1992	02	28.57	01	10.00	01	14.29	01	1.59
-1995 1998	05	71.43	05	50.00	02	28.57	40	63.49
-2004 2015			04	40.00	04	57.14	22	34.92
المجموع	07	100	10	100	07	100	63	100

يتبين لنا من خلال الجدول أن استخدام نظرية حارس البوابة في المجلة الجزائرية للاتصال انتقل من نسبة 28.57% خلال 1988 إلى 1992، إلى 71.43% خلال 1995 إلى 1998، ولم تستخدم خلال آخر فترة، وهو ما يدل على عدم الاهتمام بدراسات القائم بالاتصال ونقصها، وهو الأمر الذي بينته النتائج السابقة. أما نظرية الفجوة المعرفية فعرفت أوج استخدامها خلال الفترة 1995 إلى 1998 بنسبة قدرت بـ 50%، وهي الفترة التي شهدت اهتماما بحثيا بالتلفزيون وبالبث الفضائي والقنوات التلفزيونية المختلفة، وبالتالي طرحت مسائل امتلاك التكنولوجيا من عدمها ومسألة التفاوت بين الشعوب بقوة، وهو الأمر الذي فسرتة هذه النظرية. فيما عرفت نظرية التأثير الانتقائي تطورا من نسبة 14.29% إلى 57.14% خلال 2004 إلى 2015، مما يدل على زيادة الاهتمام بالعوامل الوسيطة لدى المتلقي، التي تحد من تأثير وسائل الإعلام، وتجعل هذا الأخير قادرا على اختيار ما يريد. أما النظريات الأخرى فقد تفاوتت نسب استخدامها عبر الزمن، وسجلت أعلى نسبة خلال الفترة 1995 إلى 1998.

ويبين الشكل الموالي تطور النظريات الأخرى في المجلة الجزائرية للاتصال عبر الزمن:



-شكل رقم (11): تطور استخدام النظريات الأخرى-

-جدول رقم (54) يبين توزيع النظريات الأخرى حسب مجال البحث-

ن. أخرى		ن. التأثير الانتقائي		ن. الفجوة المعرفية		ن. حارس البوابة		النظرية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مجال البحث	
11.50	13	16.67	02	6.67	01			إذاعة	إعلام
26.55	30	25.00	03	26.66	04	28.57	02	تلفزيون	
20.35	23	16.66	02	20.00	03			صحافة	
11.50	13	25.00	03	6.67	01			إعلام إلكتروني وتكنولوجيات	
								مسرح	
								كتاب	
								سينما	
20.35	23	8.33	01					علاقات عامة	اتصال
3.54	04							إعلان	
3.55	04	8.33	01					تكوين أكاديمي	
								تشريعات إعلامية	
2.65	03			40.00	06	71.43	05	أخرى	
100	113	100	12	100	15	100	07	المجموع	

يوضح الجدول أنه بالرغم من التفاوت المسجل في استخدام نظريات الاتصال الأخرى في مجالات البحث المختلفة، إلا أن هناك تمركزاً لكل من نظرية الفجوة المعرفية ونظرية التأثير الانتقائي والنظريات الأخرى، في مجال الإعلام وتحديدًا في المواضيع المتعلقة بكل من الإذاعة، التلفزيون، الصحافة، الإعلام الإلكتروني وتكنولوجيات الاتصال. فكل هذه النظريات تعالج علاقة الفرد بوسائل الإعلام المختلفة، وإذا كانت الفجوة المعرفية تربط بين تطور الفرد وبين امتلاكه لتكنولوجيات الاتصال، وارتباطه بوسائل الإعلام المختلفة، فإن نظرية التأثير الانتقائي تربط بين الفرد وبين اختياراته في التعرض لمخرجات هذه الوسائل. وقد سجلت هذه النظرية أيضاً استخداماً لها حتى في المواضيع الخاصة بالعلاقات العامة وأيضاً التكوين الأكاديمي بنسبة 8.33%.

-جدول رقم (55) يبين توزيع نظريات أخرى حسب عناصر العملية الاتصالية-

ن. أخرى		ن. التأثير الانتقائي		ن. الفجوة المعرفية		ن. حارس البوابة		النظرية العنصر
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
		14.29	01					القائم بالاتصال
39.68	25					28.57	02	الرسالة
6.35	04	28.57	02	30.00	03			الوسيلة
								المنتقى
36.51	23	28.57	02	10.00	01			الأثر
17.46	11	28.57	02	60.00	06	71.43	05	أخرى
100	63	100	07	100	10	100	07	المجموع

يبين الجدول بأنه على الرغم من أن نظرية حارس البوابة تتمحور حول القائم بالاتصال، إلا أن الاعتماد عليها في المجلة الجزائرية للاتصال انحصر في المواضيع الخاصة بالرسالة بنسبة 28.57٪، والمواضيع الأخرى بنسبة 71.43٪. ويمكن تفسير ذلك بقلة الدراسات حول القائم بالاتصال في المجلة الجزائرية للاتصال، وحتى التي وجدت لم يتم التطرق فيها لهاته النظرية، أما النسبة الثانية فهي تعبر عن حجم الاهتمام النظري بهذه النظرية، كالموضوع المعنون بـ"دراسات المبلغ الجماهيري: التشابه والاختلاف ومستوى التحليل" الوارد في العدد 15، و The Social Control In Newsroom, A Case Study الوارد في العدد 4.

أما نظرية الفجوة المعرفية فقد وردت في فئة المواضيع الأخرى بنسبة 60٪، وفي المواضيع الخاصة بالوسيلة بنسبة 30٪، وذلك بالرغم من أنها تركز على تأثير امتلاك تكنولوجيات الاتصال أو عدم امتلاكها لدى الأفراد، وليس على الوسائل في حد ذاتها. أما نظرية التأثير الانتقائي فقد وردت بنسبة 28.57٪ في كل من المواضيع المتعلقة بالوسيلة والأثر والمواضيع الأخرى، ووردت أيضا في المواضيع الخاصة بالقائم بالاتصال بنسبة 14.29٪.

أما نظريات الاتصال الأخرى فقد جاءت بنسب متفاوتة في المواضيع المعالجة لمختلف عناصر العملية الاتصالية، ولكنها استخدمت بنسب أكبر تعادل 39.68% في المواضيع الخاصة بالرسالة، و36.51% في مواضيع الأثر.

-جدول رقم (56) يبين توزيع النظريات الأخرى حسب طبيعة الموضوع-

ن. أخرى		ن. التأثير الانتقائي		ن. الفجوة المعرفية		ن. حارس البوابة		النظرية الموضوع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1.58	01					28.57	02	سياسي
36.51	23	42.86	03	20.00	02			اجتماعي
								اقتصادي
								ثقافي
60.32	38	57.14	04	60.00	06	71.43	05	أكاديمي
								ديني
				20.00	02			بيئي
								رياضي
1.59	01							أخرى
100	63	100	07	100	10	100	07	المجموع

يبين الجدول أن هناك تفاوتاً في استخدام نظريات الاتصال الأخرى حسب فئة طبيعة الموضوع. فقد تراوح استخدام نظرية حارس البوابة بين المواضيع السياسية والمواضيع الأكاديمية، ووردت في الأولى بنسبة 28.57% وفي الثانية بنسبة 71.43%. تعكس النسبة الأخيرة اهتماماً أكاديمياً بهذه النظرية، التي تهتم بصناع الأخبار وحراس البوابة المسؤولين عن انتقاء المواد الإعلامية المعروضة، خاصة في ظل النقص الذي تشهده بحوث القائم بالاتصال. أما النسبة الأولى فتعكس مدى ارتباط مضامين هذه النظرية باعطاء تفسيرات حول ارتباط حراس البوابة بصناع القرار وصلتهم الوثيقة بهم، ودورهم في تحديد السياسات الإعلامية لمختلف وسائل الإعلام. أما نظرية الفجوة المعرفية ونظرية التأثير الانتقائي فقد استخدمتا في المواضيع الاجتماعية بنسبة 20% و 42.86% على التوالي، حيث

تشرح الأولى التفاوت الموجود بين المجتمعات بفعل ما أحدثته وسائل الإعلام، ويفعل امتلاك تكنولوجيات الإعلام والاتصال. وتركز الثانية على دور الفرد في انتقاء ما يناسبه من مضامين، في ظل ما تعرضه وسائل الاتصال، وفي ظل مخزونه الإدراكي، وعوامله الوسيطة التي تحدد عملية الاختيار. هذا وقد وردت هاتين النظريتين في المواضيع ذات البعد الأكاديمي العلمي بنسب قدرت بـ60% بالنسبة لنظرية الفجوة المعرفية، و57.14% بالنسبة لنظرية التأثير الانتقائي، مما يعكس اهتماما بحثيا بهما على غرار ما سبقهما من نظريات. أما فئة النظريات الأخرى فقد جاء استخدامها بنسب متفاوتة، حسب الموضوع وحسب النظرية المستخدمة في حد ذاتها، ولكنها تركزت هي الأخرى في المواضيع الأكاديمية بنسبة 60.32%.

-جدول رقم (57) يبين توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب نظريات أخرى-

النظرية		حارس البوابة		الفجوة المعرفية		التأثير الانتقائي		أخرى
الهدف		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
إطار نظري								20.63
مقارنة								4.76
نقد		14.29	01					4.76
شرح وتفسير		57.14	04	70.00	07	20.00	02	20.63
دعم واستشهاد		28.57	02	20.00	02	70.00	04	38.10
اختبار								
مجرد إشارة				10.00	01	10.00	01	11.11
المجموع		100	07	100	10	100	07	100

يوضح الجدول أن الاعتماد على نظريات كل من حارس البوابة والفجوة المعرفية والتأثير الانتقائي في المجلة الجزائرية للاتصال كان بهدف الشرح والتفسير، وذلك بنسبة 57.14% و 70% و20% على التوالي. أما الاعتماد على هذه النظريات كحجج للدعم والاستشهاد، فقد كان بنسب أقل بلغت 28.57% بالنسبة لنظرية حارس البوابة، و20% لنظرية الفجوة المعرفية، وبنسبة أكبر لنظرية التأثير الانتقائي قدرت بـ70%. ولم تستخدم هذه النظريات إمبيريقيا أبداً، ذلك أنها لم ترد كإطار نظري

للبحث، وكتفى الباحثون بالاعتماد عليها نظريا. أما النظريات الأخرى فقد استخدمت بنسب متفاوتة، منها 20.63% كإطار نظري للدراسة، و4.76% للنقد والمقارنة.

3-4- النظريات السوسيولوجية الكلاسيكية

3-4-1- النظرية الوظيفية

تستمد هذه النظرية أصولها الفكرية العامة من آراء مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين ظهوروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية، والتي تركز بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات والنظم الاجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي وتوجيهها من أجل الحفاظ على النظام العام واستمرارية تطوره وتحديثه في نفس الوقت. وهذا ما تمثل في أفكار ونظم رواد علم الاجتماع الغربيين من أمثال "أوجست كونت"، "إيميل دوركايم" و"هربرت سبنسر"، وأيضا العديد من علماء الاجتماع الأمريكي المعاصرين مثل "تالكوت بارسونز" و"روبرت مرتون" وغيرهم من رواد الجيل الثاني من علماء الاجتماع الرأسماليين الذين امتدت أراؤهم حتى نهاية السبعينيات من القرن العشرين. (عبد الله محمد عبد الرحمن، 2002، 146-147)

جاءت تحليلات النظرية الوظيفية، والتي أطلقت عليها مسميات عدة مثل "النظريات البنائية الوظيفية" أو "نظريات التحليل الوظيفي" أو "النظريات المحافظة" وغيرها من المسميات الأخرى. واهتمت هذه النظرية عند معالجتها لوسائل الإعلام - بصورة خاصة - بدراسة هذه النظم باعتبارها أنساقا اجتماعية، تتكون من أبنية ولها وظائف محددة. وينبغي لهذه الأبنية أو النظم الإعلامية والاتصالية أن تقوم بالوظائف المحددة لها من أجل المساهمة في الحفاظ على النسق العام (المجتمع)، كما أنه لا بد من حدوث نوع من التنسيق بين نظم وسائل الاتصال وغيرها من النظم والأنساق الأخرى. (نفس المرجع، 147)

يشير مفهوم "النظام" إلى أي بناء متكامل يتألف من وحدات وعناصر متعددة، بينما يقصد بمفهوم "التفاعلات" كافة الأنشطة والأفعال التي تتجسد في هيئة أدوار وجماعات وبنى واضحة المعالم. ومعنى هذا أن مفهوم النظام إنما يدل على أن الأجزاء المكونة له تؤدي أدوارا وأنشطة مختلفة، وأن هذه الأنشطة تتوخى تحقيق غايات محددة، فضلا عن أن مفهوم النظام نفسه يدل على

وجود علاقة تبادلية بينه وبين البيئة التي يوجد فيها. (إسماعيل على سعد، عبد الحليم الزيات، 2003، 199).

أما مفهوم "الوظيفة" فيستخدم في إطار نظرية النظم، وطبقا لتحليلات "البنائية الوظيفية" للدلالة على النشاط أو الدور الذي يلعبه النظام داخل البناء الكلي الذي يشمل. وتتحدد وظائف النظام بطبيعة الحال في ضوء الأهداف والغايات التي يسعى إلى تحقيقها، كما يتوقف نجاح هذه الوظيفة أو تلك في تحقيق الأهداف التي ينشدها النظام على حجم ونوع وكفاءة القدرات التي يتحلى بها هو نفسه، والبنى والميكانيزمات التي يعتمد عليها. (نفس المرجع، 202)

وتتلخص وجهات نظر البنائية الوظيفية في الفروض التالية:

- 1- أفضل طريقة لرؤية المجتمع هي في كونه نظاما لأجزاء مرتبط بعضها بالآخر، فهو تنظيم لأنشطة مترابطة متكررة ونمطية.
- 2- يتجه مثل هذا المجتمع بطبيعته نحو حالة من التوازن الحركي، وعند حدوث أي اختلال تظهر قوى تتجه نحو إعادته للاستقرار.
- 3- تساهم الأنشطة المتكررة في المجتمع كافة في تحقيق حالة التوازن، أي أن الصيغ العاملة بشكل نمطي تلعب دورا في المحافظة على استقرار النظام.
- 4- إن بعض العمليات المتكررة والنمطية تنتم بالحتمية، وهي مستمرة في وجودها، أي أن هناك شروطا أولية وظيفية تلبى الحاجات الأساسية للنظام الذي لا يستطيع الاستمرار دونها. (حميد جاعد محسن الدليمي، 2006، 58).

وفي مجال الإعلام نجد أن الوظيفية تهتم بدراسته باعتباره إدارة ذاتية هامة، تصحح نفسها في إطار سياسة وقواعد مؤسساتية معينة، وتظهر خصوصيتها في موضوعيتها وتطبيقاتها العامة. أما عن الجانب السياسي في صياغتها فهو يناسب مفاهيم التعددية وحرية الاختيار، ويناسب أيضا الآليات الأساسية للحياة الاجتماعية في الاتجاه المحافظ. ويقصد بالإعلام -من وجهة نظر الوظيفية- الحفاظ على القيم السائدة، فضلا عن استخدامه كمصدر للتغيير الاجتماعي. وتعد المؤسسة الإعلامية وفق وجهة النظر هذه إحدى المؤسسات التي تهتم بتفسير الاتجاهات وأنشطة المؤسسات في ضوء حاجات المجتمع. (طه عبد العاطي نجم، 2004، 57-58).

كما تؤكد النظرية الوظيفية منذ مراحل نشأتها الأولى على أهمية تحديد العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري وبين بقية النظم والأنساق الاجتماعية الأخرى، وهذا لا يمكن تحديده إلا من خلال دراسة المحتوى الوظيفي والبنائي لوسائل الإعلام، وأيضا نوعية الإطار الثقافي والاجتماعي الذي يجب أن يعكس هذه الوسائل. (عبد الله محمد عبد الرحمن، 2002، 148)

إن الوظيفة الأساسية للإعلام تكمن في ربط أجزاء المجتمع والتفاعل المجرد بين المرسلين والمستقبلين، ويستخدم التكامل بين أجزاء النسق بطريقة يعتمد فيها كل طرف على الآخر بهدف إحداث التكامل الداخلي بين أعضاء المجتمع والقدرة على خلق استجابة لدى الأفراد، فضلا عن مسؤوليته في عملية الضبط وتوجيه سلوك الأفراد. (طه عبد العاطي نجم، 2004، 58).

ولقد طرحت هذه النظرية مجموعة من النماذج التي تعرف في دراسات الاتصال والإعلام بالنماذج الوظيفية Function Models أو نماذج التحليل الوظيفي، والتي تركز على تحليل عدد من الوظائف والأهداف العامة التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيري. كما تركز هذه النماذج على التعرف بوضوح عن مدى تحقيق الأهداف أو الوظائف بصورة إيجابية أو سلبية. (عبد الله محمد عبد الرحمن، 2002، 149).

كما ذهب فريق من الباحثين إلى أن إسهام النظرية الوظيفية من خلال الدراسات الأمريكية أمر لا يساوره شك. ويرى أصحاب هذا الاتجاه أن الفضل يرجع إلى رواد هذه النظرية في تطوير بحوث الإعلام ونظرياته، ومن أمثلة هذه الدراسات كتاب "ملفين ديفلير" و"ساندرا بول روكيش" المعنون بـ "نظريات وسائل الإعلام". إذ أشار الباحثان إلى أهمية نظرية المجتمع الجماهيري في الدراسات الإعلامية، وتحدثا عن نظريات التأثير الاختياري ممثلة في نظريات الفروق الفردية ونظرية العلاقات الاجتماعية، كما اهتمتا أيضا بنظريات التأثير غير المباشر باعتبار أن وسائل الإعلام تمثل عاملا مساعدا في التطور الاجتماعي للفرد.

وقد أشار "رايت" إلى بعض النقاط النظرية والمنهجية المتصلة بتطور النظريات الوظيفية في دراسة الاتصال الجماهيري، وأوضح أن التحليل الوظيفي يهتم بدراسة المهام والأدوار التي تؤديها وسائل الاتصال الجماهيري باعتبارها من الظواهر التي تؤثر بلا شك في النظام الاجتماعي. أما "ملفين ديفلير" فيرى أن التحليل الوظيفي يركز على ظاهرة معينة تحدث في نطاق نظام اجتماعي

معين، ثم يكشف النتائج التي تساهم بها الظاهرة في استقرار ودوام النظام. (طه عبد العاطي نجم، 2004، 52).

3-4-2- النظرية السلوكية

إن السلوكية هي علم نفس الحافز والاستجابة، وهي تعنى بدراسة الحوافز والمؤثرات التي تحدث أشكالاً معينة من الاستجابة (أي رد الفعل الواضح الذي يمكن ملاحظته). وهي تحاول فهم نماذج الجوائز والعقوبات التي على هذه الاستجابات والتعديلات في السلوك، والتي تحدث عندما يكون هناك تغيير في الجائزة أو العقاب، والسلوكية تجمع بين العديد من الافتراضات الأساسية للمنظور المقارن، وهي بوجه عام منسجمة مع المدخل البيولوجي العصبي. (ملفين ديفلر، 2002، 75)

لقد أصبحت نظرية "واتسون" - عالم الحيوان الذي جادل بأن عمل الإنسان هو مجرد استجابة مكيفة لمؤثرات البيئة الخارجية- تعرف باسم السلوكية، اعترافاً بتركيزها الضيق على السلوكيات البشرية المعزولة. فلقد رفض علماء السلوك افتراض علم النفس -على نطاق واسع- أن العمليات العقلية العليا (أي الفكر الواعي أو التفكير) عادة ما تتحكم في العمل البشري، وعلى النقيض من هذه الآراء "العقلي"، جادل السلوكيون بأن الغرض الوحيد الذي يخدمه الوعي هو ترشيد السلوكيات بعد أن يتم تنشيطها من خلال المحفزات الخارجية. لقد حاول علماء السلوك تطهير كل المصطلحات الذهنية من نظرياتهم والتعامل بدقة مع المتغيرات الملحوظة؛ المحفزات البيئية من ناحية والسلوكيات من جهة أخرى.

وأصبح مفهوم "التكيف" من المفاهيم المركزية في السلوكية، وذهب علماء السلوك إلى أن معظم السلوكيات البشرية هي نتيجة للتكيف مع البيئة الخارجية؛ فنحن مشروطون للتصرف بطرق معينة، من خلال المحفزات الإيجابية والسلبية، فنعمل على كسب المكافآت و تجنب العقوبات. (www.masscommunicationtalk.com/Age of Propaganda/Behaviourism Theory in Propaganda/December 2016/ 11.00)

إن المدخل السلوكي هو مركز علم النفس المعاصر وهناك العديد من الرؤى حول هذا الموضوع، فالتركيز هنا يكون على الظاهرة الخارجية التي يمكن ملاحظتها كمقابل للعمليات العقلية الداخلية. وعلماء السلوكيات لا يتفقون في التفسيرات التي تتطلب الاعتماد على افتراضات بشأن

هياكل الفكر والمعتقدات أو الأنشطة والعمليات الداخلية الأخرى التي لا يمكن ملاحظتها. (ملفين ديفلر، 2002، 75)

في وقت مبكر رأى العديد من منظري الاتصالات الجماهيرية أن وسائل الإعلام توفر محفزات خارجية تثير ردود فورية لدى الناس، وقد استخدم بعض المنظرين السلوكيين هذه النظريات - السلوكية- لتطوير ما أصبح يعرف بنظرية "القذيفة السحرية"، كما أن فكرة الدعاية يمكن أن تكون قوية بما فيه الكفاية لاختراق دفاعات معظم الناس، وحملهم على التصرف بطرق مفيدة لهذه الأخيرة. (www.masscommunicationtalk.com/Age of Propaganda/Behaviourism Theory in Propaganda/December 2016/ 11.00)

إن التأثير الذي يمارس على المستمعين قد تم تفسيره بواسطة نماذج مشتقة من علم نفس النصف الأول من القرن العشرين، فهو مؤهل بحلم لقاء العلوم الطبيعية ضمن رؤية ميكانيكية للإنسان، فيتجاوب الجمهور الاشتراطي- السلبي مع ردات فعل واستجابات آلية على الاستجابات المتنوعة، عندما لا يكون قد تحرك بقوى واعية. وإن فرضية الإشتراطية في السلوكيات التي عبر عنها الفيزيولوجيون الروس من أمثال "بافلوف" تم تعميمها من المجال الحيواني على المجال البشري، في حين كانت السلوكية الأمريكية تفرض نفسها مع "جون واطسن" الذي نصح باستخدام الأساليب التجريبية لدراسة الآليات النفسية، والتي يمكن أن يلتقطها من السلوك الذي يعتبره كاستجابة لما يدور في المحيط، فكل الأشكال المعقدة في الحياة (انفعالات، عادات...) باتت نتيجة لعناصر عضلية وغددية بسيطة قابلة للملاحظة والقياس. وفي هذا يقول "كورت لدين" و "فلويد أليورت" أنه بالرغم من تنوع السيكلوجيا، فإنها تعتبر مادة علمية تستخدم أساليب موضوعية مثل تجارب المخبر، بهدف الحصول على نتائج يمكن استنباطها إحصائيا. (إريك مغري، 2009، 88)

ومن النظام المعقد لعلم النفس يأتي عدد من النماذج المتنافسة التي تشكلت لوصف وشرح تكيف السلوك الإنساني الفردي، والنماذج السلوكية مفيدة أساسا بالنسبة للنواحي الفردية، وهي ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس. وهذه النماذج هامة في وضع مفاهيم للتفسيرات الممكنة حول العلاقة بين الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام، وبعض الظواهر مثل المواقف ونماذج الإدراك وتقليد السلوك وصنع القرار والسلوكيات المعلنة كالتصويت في الانتخابات والشراء. والنماذج السلوكية ذات أهمية أقل بالنسبة لدراسة القضايا الاجتماعية مثل التطور التاريخي لوسائل الإعلام وتنظيمها البيروقراطي أو

الوظيفي، وعملياتها اليومية وصراعاتها مع المؤسسات الأخرى في المجتمع أو عمليات التغيير. ورغم ذلك ومادامت وسائل الإعلام قادرة على إثارة ردود أفعال في الأفراد، فإن النماذج السيكلوجية تطرح افتراضات أساسية حول الطبيعة السيكلوجية للجنس البشري، والتي تساعد في فهم السبب الذي يجعل من المحتمل أن يثير مؤثر ما شكلا محددا من الاستجابة. (ملفين ديفلر، 2002، 74-75)

لقد عرفت هذه النظرية عدة تطورات، وبالرغم من الانتقادات التي تعرضت لها، إلا أنها اكتسبت أهمية خاصة فيما يتعلق بالتعلم.

3-4-3- نظرية التفاعلية الرمزية

تمتد جذور هذه النظرية من الناحية التاريخية إلى علماء النفس التقليديين الذين أرسوا قواعد هذا العلم، واهتموا بدراسة المشاكل السيكلوجية التي تتزايد بصورة مستمرة في العصر الحديث. كما جاءت اهتماماتهم بدراسة طبيعة التفاعل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية والنفسية التي تحدث بين الأفراد والجماعات خلال اتصالهم وعلاقاتهم في حياتهم اليومية العادية. وتعتبر مجموعة علماء النفس التقليديين من أمثال "وليام جيمس"، "تشارلز كولي" وغيرهم أول من اهتموا -من الناحية التاريخية- بدراسة التفاعل البشري. ولكن يعتبر عالم النفس الاجتماعي "جورج ميد" أول من تبنى المدخل التفاعلي الرمزي، والذي ارتبط بمدرسة شيكاغو في مجال علم النفس، والتي عززت أيضا بتحليلات عالم النفس الاجتماعي الشهير "هربرت بلومر" وأيضا كتابات "كوهين" رائد مدرسة أوهايو. (عبد الله محمد عبد الرحمان، 2002، 121)

تهتم نظرية التفاعلية الرمزية بطبيعة اللغة والرموز في شرح عملية الاتصال في إطارها الاجتماعي، حيث تتحدد الاستجابات من خلال نظام الرموز والمعاني الذي يبنيه الفرد للأشياء والأشخاص والمواقف، وبالتالي كلما اتسع إطار المعاني المشتركة كلما تشابهت الاستجابات في عمليات التفاعل الاجتماعي المختلفة. ويعمل ذلك أيضا على زيادة قدرة الفرد على توقع استجابات الآخرين نحو الأشياء أو الأشخاص أو المواقف المختلفة في إطار الثقافة الواحدة، نتيجة لإدراك الفرد للمعاني المشتركة في هذه الثقافة وبالتالي نجد أن الأفراد يرسمون صورا للواقع من خلال نظام خاص للرموز والمعاني يكتسبه الفرد في العمليات الاتصالية المتعددة خلال حياته. (بلقاسم بن روان، 2007، 30)

ويقول "بلومر" أنه من منظور التفاعل الرمزي فإن الفعل الاجتماعي يكون مستقرا في الأفراد الفاعلين الذين يلائمون أو يكيفون مسارات أفعالهم الشخصية كل منهم نحو الآخر من خلال عملية التفسير. وعلى النقيض من ذلك فإن المفاهيم الاجتماعية تضع الفعل الاجتماعي عادة في حركة ونشاط المجتمع، أو في بعض وحدات هذا المجتمع. (هناء حافظ بدوي، 2003، 112)

فلقد سعى "بلومر" وغيره من أنصار التفاعلية الرمزية إلى توضيح العلاقة بين الفرد والنسق أو النظام الاجتماعي الذي يوجد فيه، وذلك عن طريق تحليلهم لأنماط الاتصال البشري وتشكيل أفعال وسلوكيات وردود أفعال الأفراد أنفسهم. فرواد التفاعلية الرمزية يؤكدون على أهمية الموقف أو النسق الاجتماعي، أو تأثير الجماعة أو المجتمع على طبيعة السلوك الفردي والاجتماعي، وذلك باعتبار أن الفرد والجماعة ما هم إلا أعضاء أو عناصر في المجتمع، ويتشكلون حسب قواعده وقيمه وأخلاقياته وثقافته ككل. (عبد الله محمد عبد الرحمان، 2002، 123-124)

ويعتبر "هربرت بلومر" أول من استخدم تسمية التفاعلات الرمزية، وحسبه فهي تعتمد على ثلاثة مبادئ:

- 1- إن الأفراد في سلوكهم اتجاه الأشياء، يرتبطون بالمعنى الذي تحمله هذه الأشياء إليهم.
- 2- إن معنى هذه الأشياء يتأتى أو ينبثق عن التفاعل الاجتماعي مع الآخرين.
- 3- إن هذه المعاني يتم تناولها وكذا تعديلها في سياق صيرورة تأويلية يوظفها الفرد في التعامل مع الأشياء التي يلاقيها. (بلقاسم بن روان، 31)

وتعتبر تحليلات "شارلز موريس" من أهم تحليلات التفاعلية الرمزية الأكثر حداثة عن تحليلات كل من "ميد" و"بلومر" وغيرهما. حيث يركز "موريس" على دراسة العملية الاتصالية للجنس البشري من خلال تحليل الرموز والإشارات والأصوات والمعاني، ولا سيما أن هذه الأشياء تعتبر رموزا أساسية للاتصال وتفسير السلوك البشري والتفاعل الاجتماعي بين الجماعات. ولقد سعى "موريس" لتطوير نظرية التفاعل الرمزي، كما استخدم مصطلحات ومفاهيم تركز على تحليل وتفسير طبيعة كل من مصدر الرسائل الاتصالية ومضمونها، والوسائل التي تنتقل عن طريقها هذه الرسائل، وأيضا نوعية كل من الجمهور أو المستقبلين لها، والمؤثرات التي تنعكس على مستخدميها. كما ركز أيضا على

استخدام عدد من المتغيرات والميكانيزمات التي تعكس عموماً مدى أهمية العملية الاتصالية ككل للجنس البشري. (عبد الله محمد عبد الرحمان، 2002، 124)

ومن الجهود الملحوظة من باحثي الاتصال في تطبيق فكرة التفاعلية الرمزية، تلك التي قام بها "خوليس" و"دينيس ألكسندر" الذين أقاموا تحليلهم على أساس تعريف الاتصال بأنه "السلوك الرمزي الناتج عن المشاركة في المعاني والقيم بمستويات مختلفة بين الناس." وقد قدموا ثلاثة فروض أساسية عن الاتصال والتفاعل الرمزي:

- 1- تفسيرات الناس وإدراكهم للبيئة تعتمد على الاتصال، وبمعنى آخر فإن ما نعرفه عن عالمنا يرتبط أساساً بخبراتنا الاتصالية في هذا العالم.
- 2- يتأثر الاتصال ويؤثر في تحديد الذات والدور والمركز، وهذه المفاهيم هي التي تنشئ التوقعات عن البيئة وما حولها. وهذا يعني أن تباين استخدامنا للاتصال في مواقف مختلفة ذو علاقة بإدراكنا لأنفسنا والآخرين في هذه المواقف، وهذا يشير إلى التعليم الثقافي والتوقع لسلوك الآخرين.
- 3- يشمل الاتصال عمليات تفاعل معقدة، فهو يشمل الفعل والاعتماد المتبادل والتأثير المتبادل، المعاني، العلاقات، بالإضافة إلى العوامل المرتبطة بالمواقف. (بلقاسم روان، 34-35)

كما طور بعض الرواد المعاصرين هذه النظرية لدراسة الأنماط الحديثة لوسائل الاتصال الجماهيرية من أمثال "كينساس"، "هال" و"دينكان". حيث أصبحت وسائل الإعلام هي الوسيلة الأساسية في تقديم المعاني والتفسيرات إلى الناس، خصوصاً أن الناس يبنون أفكارهم عن الحقيقة بينما لم يشاهدوها فعلاً، ولكنهم يعتمدون على وسائل الإعلام في رسم معالم هذه الأفكار عن الحقائق. وبالتالي فإن الناس يبنون المعاني أو الصور عن الحقائق الاجتماعية أو المادية التي لم يحسوها من خلال التعرض إلى وسائل الإعلام، وهكذا فإن سلوكهم الذاتي واتجاهاتهم تحددتها هذه المعاني والتصورات التي ساهمت وسائل الإعلام في تقويمها ورسمها، حيث تعتبر المصدر الأساسي - ويكاد يكون الوحيد - للمعرفة والمعلومات الخاصة بالحقائق والأشياء والأشخاص التي تضمها البيئة المحيطة بهذه القطاعات. (محمد عبد الحميد، 2000، 251-252)

ومن الواضح أن وسائل الاتصال الجماهيرية تمارس دوراً مهماً في المجتمعات الحديثة، فهي تقدم تفسيرات للواقع بالكلمة والصورة والحركة واللون وتضفي على من يتلقون الرسالة الإعلامية صبغة

ذاتية. ومن خلالها، و من خلال ما يقرأونه أو يسمعونه أو يشاهدونه بيني الأفراد معاني مشتركة للواقع المادي والاجتماعي ، ومن ثم فإن سلوكهم الشخصي والاجتماعي يمكن أن يتحدد جزئيا من خلال التفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام للأحداث الاجتماعية والقضايا التي لا توجد مصادر معلومات بديلة عنها. وبعد هذا أحد أعقد النماذج المستخدمة في بحوث الاتصال، وهو ضروري لفهم التأثيرات غير المباشرة وبعيدة المدى لوسائل الإعلام سواء كان ذلك على مستوى الأفراد أم المجتمعات. (حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، 2008، 154)

3-4-4- النظريات السوسيولوجية الكلاسيكية في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد اعتمد الكتاب والباحثون في المجلة الجزائرية للاتصال على نظريات ظهرت في علوم أخرى، واستخدمت أفكارها وتم الاعتماد عليها في بحوث الاتصال، وهي نظريات كلاسيكية مقارنة ببعض النظريات الحديثة. وقد وردت على النحو التالي:

-جدول رقم (58) يبين توزيع النظريات السوسيولوجية الكلاسيكية-

النسبة	التكرار	النظرية
38.17	50	ن.الوظيفية
11.45	15	ن.السلوكية
25.19	33	ن.التفاعلية الرمزية
25.19	33	أخرى
100	131	المجموع

يبين الجدول أن أكثر النظريات السوسيولوجية الكلاسيكية استعمالا في المجلة الجزائرية للاتصال كان النظرية الوظيفية بنسبة 38.17٪، تليها نظرية التفاعلية الرمزية وبعض النظريات الأخرى بنسبة 25.19٪، أما النظرية السلوكية فقد بلغت نسبة استخدامها 11.45٪. وتعتبر النظرية الوظيفية من أهم النظريات الاجتماعية استخداما في بحوث الإعلام والاتصال، فقد أسهم التحليل الوظيفي أيضا إسهام في تطوير بحوث الاتصال، وفي تحديد وظائف وسائل الإعلام، كما أن العديد من نظريات التأثير تنضوي تحت لواء هذه النظرية، كنظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية

ترتيب الأولويات. أما نظرية التفاعلية الرمزية فقد أسهمت هي الأخرى في شرح وتوضيح عملية الاتصال على المستوى الشخصي، الجمعي أو حتى الجماهيري. كما أسهمت بعض النظريات الأخرى كالبنوية والإثنوميتودولوجيا والظاهرية، وغيرها في تطوير بحوث الاتصال، لذا فقد جاءت تحت مسمى نظريات أخرى، وتم استخدامها في المجلة الجزائرية للاتصال. وقد وردت كل هذه النظريات إما في مقالات مستقلة، أو تم توظيفها في مقالات تعالج مواضيع أخرى.

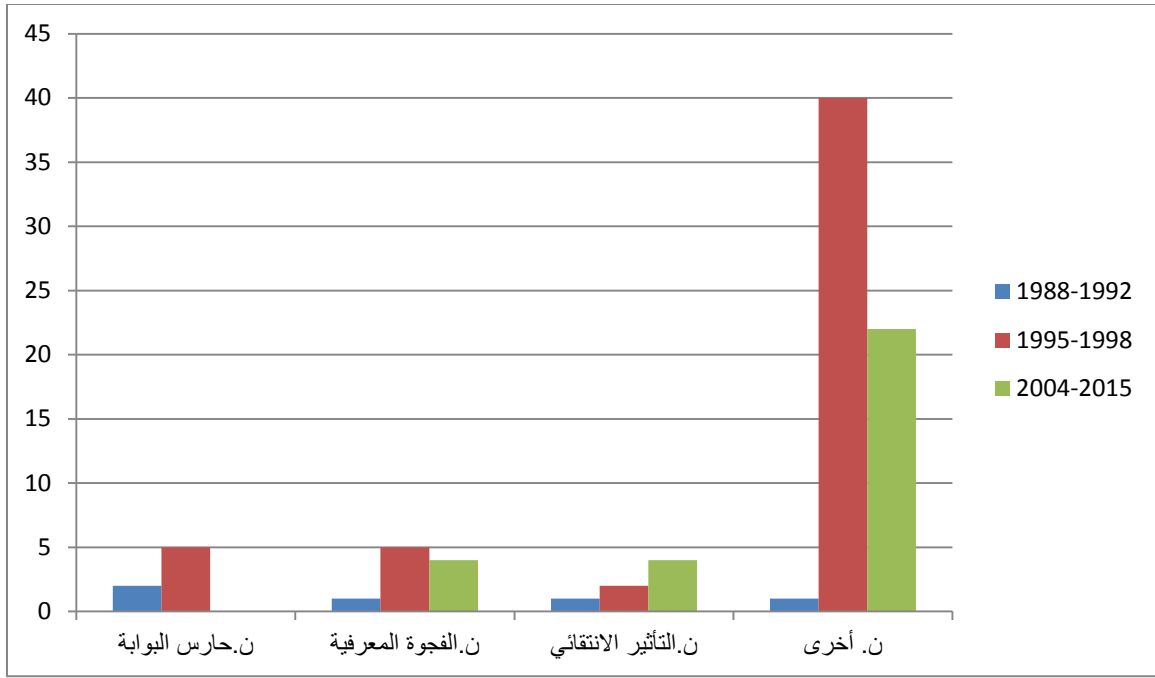
-جدول رقم (59) يبين توزيع فئة الزمن على النظريات السوسولوجية الكلاسيكية-

النظرية الفترة	ن.الوظيفية		ن.السلوكية		ن.التفاعلية الرمزية		ن. أخرى	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
-1988 1992	64.00	32			39.39	20	36.36	12
-1995 1998	4.00	02	73.33	11	3.03	01	9.09	03
-2004 2015	32.00	16	26.67	04	36.36	12	54.55	18
المجموع	100	50	100	15	100	33	100	33

يبين الجدول أن اعتماد الباحثين على النظرية الوظيفية في أبحاث المجلة الجزائرية للاتصال قد تراجع من نسبة 64% إلى 32% خلال 2004 إلى 2015، وهو الأمر الذي شهدته النظرية السلوكية أيضا التي تراجعت من نسبة 73.33% خلال سنوات 1995 إلى 1998، إلى نسبة 26.67% خلال الفترة الأخيرة. وبالرغم من أن الأولى تنضوي تحتها العديد من نظريات التأثير، فيبدو أنها أصبحت غير قادرة على تفسير قضايا الاتصال المعاصرة المتممة بالتعقيد، وذلك على غرار النظرية السلوكية التي تم تجاوز أطروحاتها في عديد القضايا. أما نظرية التفاعلية الرمزية فقد ظهرت بنفس النسبة تقريبا المقدر بـ 36% خلال الفترة الأولى والأخيرة من صدور المجلة الجزائرية للاتصال، وهو ما يدل على أهمية هذه النظرية وقدرتها على معالجة الكثير من القضايا الاتصالية المعاصرة.

وفيما يلي الشكل الذي يبرز التغيرات والتطورات التي مرت بها النظريات الكلاسيكية

السوسولوجية:



-شكل رقم (12): تطور استخدام النظريات الكلاسيكية السوسولوجية -

-جدول رقم (60) يبين توزيع النظريات الكلاسيكية السوسولوجية حسب مجال البحث-

ن. أخرى		ن. السلوكية		ن. التفاعلية الرمزية		ن. الوظيفية		النظرية	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	مجال البحث	
						02.00	01	إذاعة	إعلام
5.56	02	46.67	07			08.00	04	تلفزيون	
						02.00	01	صحافة	
13.89	05			06.06	02	16.00	08	إعلام إلكتروني وتكنولوجيات	
								مسرح	
								كتاب	
								سينما	
		06.66	01	12.12	04			علاقات عامة	اتصال
								إعلان	
11.11	04	06.67	01	03.03	01	02.00	01	تكوين أكاديمي	
								تشريعات إعلامية	
69.44	25	40.00	06	78.79	26	70.00	35	أخرى	
100	36	100	15	100	33	100	50	المجموع	

يوضح الجدول أن هناك تفاوتاً في نسب استخدام النظريات السوسولوجية الكلاسيكية حسب مجال البحث، وأن استخدامها ورد في المواضيع الأخرى أكثر من المواضيع المتعلقة بوسائل الاتصال الجماهيري. حيث بلغت نسبة استخدام النظرية الوظيفية في المواضيع الأخرى 70٪، ذلك أنه قد خصص لهذه النظرية أكثر من موضوع في أكثر من عدد، خاصة في كتابات البورفيسور "عبد الرحمن عزي". كما بلغت نسبة استخدام نظرية التفاعلية الرمزية 78.79٪، والسلوكية 40٪، والنظريات الأخرى 69.44٪، التي لم تستثن هي الأخرى من استعمالها في المقالات النظرية كمقالات التحليل المفاهيمي. وكما يبين الجدول فقد وردت هذه النظريات في مجال التكوين الأكاديمي بنسبة 2٪ للنظرية الوظيفية، و3.03٪ لنظرية التفاعلية الرمزية، و6.67٪ للنظرية السلوكية، و11.11٪ لباقي النظريات، مما يعني أنها مازالت تلقن للطلبة ضمن برامج تكوينهم.

-جدول رقم (61) يبين توزيع النظريات السوسولوجية الكلاسيكية حسب عناصر العملية الاتصالية-

النظرية العنصر	ن. الوظيفية		ن. السلوكية		ن. التفاعلية الرمزية		ن. أخرى	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
القائم بالاتصال				03	9.09			
الرسالة	10.00	05	20.00	03	30.30	10	18.18	06
الوسيلة	14.00	07						
المتلقي	2.00	01					3.03	01
الآثر								
أخرى	74.00	37	80.00	12	60.61	20	78.79	26
المجموع	100	50	100	15	100	33	100	33

تبين النسب المسجلة على الجدول أن النظريات السوسولوجية الكلاسيكية استخدمت في المواضيع الأخرى أكثر من استخدامها في المواضيع المتعلقة بعناصر العملية الاتصالية. فالنظرية الوظيفية بلغت نسبتها 74٪، والسلوكية 80٪، والتفاعلية الرمزية 60.61٪، أما النظريات الأخرى فقد بلغت 78.97٪. فقد وردت النظرية الوظيفية مثلاً في العدد 8 في موضوع بعنوان Stucturalism:

A Theoretical Perspective, وفي العدد 9 ظهرت كل من النظرية الوظيفية والتفاعلية الرمزية والسلوكية في موضوع معنون Struturalism and Sociological Theory .

أما في المواضيع المتعلقة بعناصر العملية الاتصالية، فقد بلغت نسبة استخدام النظرية الوظيفية في المواضيع الخاصة بالوسيلة 14%، ذلك أنه عادة ما يستدل بها عند الحديث عن وظائف وسائل الإعلام، أو عند إحداث خلل وظيفي أيضا. أما كل من النظرية السلوكية ونظرية التفاعلية الرمزية فقد استخدمتا في المواضيع المخصصة للرسالة بنسبة 20% و 30.30%، فالأولى تفسر كيف تبنى الرسالة التي تلقى اهتماما وتؤثر في المتلقي، بينما تهتم الثانية بكيفية بناء الرسالة، وما تتضمنه من رموز ومعان.

-جدول رقم (62) يبين توزيع النظريات السوسولوجية الكلاسيكية حسب طبيعة الموضوع-

ن. أخرى		ن. التفاعلية الرمزية		ن. السلوكية		ن. الوظيفية		النظرية الموضوع
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
9.09	03			20.00	03	10.00	05	سياسي
						02.00	01	اجتماعي
								اقتصادي
24.24	08	27.27	09			02.00	01	ثقافي
36.37	12	72.73	24	80.00	12	76.00	38	أكاديمي
								ديني
								بيئي
								رياضي
30.30	10					10.00	05	أخرى
100	33	100	33	100	15	100	50	المجموع

يوضح الجدول أن كل النظريات السوسولوجية الكلاسيكية تركز استخدامها في المجلة الجزائرية للاتصال في المواضيع الأكاديمية، بنسب 76%، 80% و 72.73% لكل من النظرية الوظيفية، السلوكية والتفاعلية الرمزية. مما يدل على أن استخدام هذه النظريات منصب في مجال

التنظير، أكثر منه في المجالات التطبيقية العملية. كما استخدمت النظريات الأخرى في المجال الثقافي بنسبة 24.24% كالاتنوميثودولوجيا والبنوية، وأيضا نظرية التفاعلية الرمزية بنسبة 27.27%.

-جدول رقم (63) يبين توزيع فئة الهدف من الاستخدام حسب النظريات السوسيوولوجية

الكلاسيكية-

الهدف		ن. الوظيفية		ن. السلوكية		ن. التفاعلية الرمزية		أخرى	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
		4.00	02						
		10.00	05			3.03	01		
		2.00	01	13.33	02	9.09	03	9.09	03
		50.00	25	26.67	04	54.55	18	51.52	17
		12.00	06	53.33	08	12.12	04	15.15	05
		06.00	03						
		16.00	08	06.67	01	21.21	07	24.24	08
		100	50	100	15	100	33	100	33

يبين الجدول أعلاه أن الهدف من استخدام النظريات السوسيوولوجية الكلاسيكية قد جاء متنوعا وخاصة ما يتعلق بالنظرية الوظيفية. فحسب النسب المسجلة في الجدول فقد اعتمد على هذه النظرية بهدف الشرح والتفسير بنسبة 50%، و12% للدعم والاستشهاد، وذلك يعود لارتباطها الوثيق ببحوث الاتصال، منذ "هارولد لاسويل" و"تشارلز رايت" و"ميرتون" وغيرهم، وإلى غاية اليوم فهي تمثل أرضية للعديد من بحوث الاتصال. ولم يقتصر استخدام هذه النظرية على الجانب النظري فقط، ولكنها استخدمت في البحوث الإمبريقية أيضا، وهو ما تعكسه نسبة الاعتماد عليها كإطار نظري والمقدرة بـ 4%. هذا وقد استخدمت أيضا لعقد المقارنات بنسبة 10%، وللنقد بنسبة 2%. أما النظرية السلوكية والتي تهتم بتفسير سلوكيات الجمهور في بعدها النفسي، فقد استخدمت كحجة لدعم أفكار الباحثين والكتاب بنسبة 53.33%، وللشرح والتفسير بنسبة 26.67%، كما تمت الإشارة إليها في المجلة بنسبة 6.67%. بينما كان الهدف من استعمال كل من نظرية التفاعلية الرمزية وبعض النظريات الأخرى متمركزا خاصة في شرح وتفسير قضايا ومشاكل الاتصال المتنوعة بنسبة 54.55% و 51.52%، كما تمت الإشارة إليهما بنسبة 21.21% و 24.24% على التوالي.

الفصل الرابع: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال

4-1- مناهج وأدوات جمع البيانات الكمية

4-1-1- مناهج البحث الكمية

4-1-2- أدوات جمع البيانات الكمية

4-2- مناهج وأدوات جمع البيانات الكيفية

4-2-1- مناهج البحث الكيفية

4-2-2- أدوات جمع البيانات الكيفية

لم يتفق الباحثون في الماضي والحاضر على وضع تصنيف موحد لمناهج وأساليب البحث العلمي، وإن كان هناك شبه إجماع على كثير من هذه الأنواع بينهم وإن اختلف في تصنيفها. وفيما يلي عرض لبعض التصنيفات لهذه الأساليب والمناهج. (رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 58-59)

أما المعايير التي تم الاعتماد عليها في وضع هذا التصنيف فتتمثل في:

أ- طبيعة الأسلوب أو المنهج: كأن يكون منهجا نظريا أو تطبيقيا عمليا، ويدخل ضمن هذا الإطار على الصعيد النظري المنهج التاريخي والمنهج الوصفي النظري. أما في الجانب التطبيقي والعملي فهناك المنهج التجريبي والأسلوب الإحصائي التحليلي، وفي كلا الحالتين يدخل المنهج المقارن.

ب- طبيعة المادة أو الظاهرة المدروسة: وهنا تتداخل مناهج وأساليب البحث العلمي وتتشرك مع بعضها البعض في أكثر من مجال، بحيث يمكن أن تستخدم المناهج الآنف ذكرها في دراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية، وإن كانت نسب استخدامها تختلف من علم إلى آخر نظرا لطبيعة هذه العلوم. (نفس المرجع، 62-63)

فأخذ صنف "قود وسكاتز" المناهج إلى ستة أنواع: المنهج التاريخي، المنهج الوصفي، المسح الوصفي ويشمل (أساليب تجميع البيانات، الاستبيان، المقابلة، الملاحظة، أساليب التقييم، تحليل المحتوى، دراسة الجماعات الصغيرة)، المنهج التجريبي، دراسة الحالة والدراسات الكلاسيكية، دراسة النمو والتطور والوراثة. (خالد حامد، 2012، 45)

أما "ماركينز" فصنف مناهج البحث العلمي إلى ستة أنواع رئيسية هي:

المنهج الأنثروبولوجي، المنهج الفلسفي، المنهج التاريخي، منهج الدراسات المسحية، منهج دراسة الحالة، المنهج التجريبي. (رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 59)

فيما تتمثل مناهج البحث عند "هويتني" في:

1- المنهج الوصفي ويتضمن طرقا كثيرة: المسح، دراسة الحالة، تحليل الوظائف والنشاطات، الوصف المسامر لفترة طويلة، البحث المكتبي والوثائقي.

- 2- التاريخي ويعتمد على الخطوات التالية:
- تحليل الحقائق التاريخية ونقدها.
 - التركيب بين الحقائق وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة.
- 3- المنهج التجريبي
- 4- المنهج الفلسفي
- 5- المنهج التنبؤي
- 6- المنهج الاجتماعي
- 7- المنهج الإبداعي: ويهدف هذا الشكل إلى التعرف على العوامل والأسباب المتصلة بعملية الخلق والإبداع في الأدب والفن والعلم. (خالد حامد، 2012، 44)
- وإذا نظرنا إلى مناهج البحث من حيث نوع العمليات العقلية التي توجهها أو تسير على أساسها، وجدنا أن هناك ثلاثة أنواع من المناهج:
- 1- المنهج الاستدلالي (أو الاستنباطي): وفيه يربط العقل بين المقدمات والنتائج، وبين الأشياء وعللها على أساس المنطق والتأمل الذهني، فهو يبدأ بالكماليات ليصل منها إلى الجزئيات.
- 2- المنهج الاستقرائي: وهو يمثل عكس سابقه، حيث يبدأ بالجزئيات ليصل منها إلى قوانين عامة، وهو يعتمد على التحقق بالملاحظة المنظمة الخاضعة للتجريب، والتحكم في المتغيرات المختلفة.
- 3- المنهج الاستردادي: ويعتمد على عملية استرداد ما كان في الماضي ليتحقق من مجرى الأحداث، ولتحليل القوى والمشكلات التي صاغت الحاضر.
- وفي حال تصنيف مناهج البحث استنادا إلى أسلوب الإجراء وأهم الوسائل التي يستخدمها الباحث، نجد أن هناك أربعة مناهج:
- 1- المنهج التجريبي: وهو الذي يعتمد على إجراء التجارب تحت شروط معينة.
- 2- منهج المسح: الذي يعتمد على جمع البيانات ميدانيا بوسائل متعددة، وهو يتضمن الدراسة الكشفية والوصفية والتحليلية.

3- منهج دراسة الحالة: الذي ينصب على دراسة وحدة معينة، فردا كان أو وحدة اجتماعية، ويرتبط باختبارات ومقاييس خاصة.

4- المنهج التاريخي: الذي يعتمد على الوثائق والآثار والمعارف الحضارية المختلفة. (محمود حسن إسماعيل، 2011، 34)

وهناك من يصنف مناهج البحث العلمي اعتمادا على أربعة أسس: الزمن، الحجم، المتغيرات المستخدمة والهدف، وذلك على النحو التالي:

1- حسب البعد الزمني: التاريخي (دراسة الماضي)، الإمبريقي (دراسة الحاضر)، التنبؤي (دراسة المستقبل).

2- حسب حجم المبحوث: دراسة الحالة، المنهج الإحصائي العام، منهج العينة.

3- حسب المتغيرات المستخدمة فيه: المنهج الأحادي (متغير رئيسي واحد)، المنهج التجريبي (متغيرين أو أكثر).

4- حسب الهدف: الوصفي، التفسيري، الارتباطي. (نفس المرجع، 34-35)

كما صنف بعض الباحثين مناهج البحث وفقا لمعيار الكم والكيف، فصنفوها إلى:

1- مناهج كمية

2- مناهج كيفية

وقد صنف "عامر قندلجي وإيمان السامرائي" مناهج البحث الكمية إلى: المنهج المسحي الوصفي، المنهج التجريبي، والمنهج المقارن. (عامر قندلجي، إيمان السامرائي، 2009، 186)

أما مناهج البحث الكيفية فصنفاها إلى: منهج دراسة الحالة، المنهج الوثائقي التحليلي (التاريخي)، المنهج الإثنوغرافي، المنهج الظاهراتي، البحث الإجرائي والنظرية المتجذرة أو المؤسسية. (نفس المرجع، 186-187)

كما صنفها آخرون وفقا لنفس المعيار إلى:

مناهج كمية وتتضمن: المنهج الوصفي، المنهج الارتباطي (بحوث الدراسات السببية المقارنة)، المنهج التجريبي. (رجاء محمود أبو علام، 2013، 39)

مناهج كيفية وتتضمن: النظرية التأسيسية، والمنهج الإثنوغرافي، ومناهج البحوث القصصية. (نفس المرجع، 42-43)

أما في دراستنا هذه فقد تم اعتماد معيار "الكم والكيف" لتصنيف مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال.

4-1-1- مناهج وأدوات جمع البيانات الكمية

من المؤكد أنه ليس من السهل الحكم على بحث أو دراسة في العلوم الإنسانية والاجتماعية بأنها كمية أو كيفية، فعادة ما طرحت هذه الإشكالية بقوة ولم يتم الفصل فيها نهائياً. لكن عموماً تصنف الدراسة على أساس مميزاتها، ومن خلالها يتم الحكم عليها ما إذا كانت كمية أو كيفية. ويمكن القول إن البحث كمي إذا توافرت فيه الشروط التالية:

- 1- إذا استخدم الباحث الطريقة الاستنتاجية في الدراسة للوصول إلى استنتاجات بشأن الموضوع الذي يدرسه.
- 2- إذا استخدم الباحث مقاييس معروفة ثابتة وصادقة إحصائياً.
- 3- إذا كانت الدراسة تتناول اختبار العلاقات بين عدد من المتغيرات المحددة، والتي تتوفر بشأنها أدبيات سابقة ومقاييس محددة في حقل معرفي معين.
- 4- إذا كانت البيانات التي تم جمعها لإجراء الدراسة ذات طبيعة كمية، أو يمكن تحويلها إلى بيانات كمية، عندها يمكن إجراء تحليلات إحصائية (وصفية واستنتاجية) عليها. (ماجد محمد الخياط، 2010، 75)

4-1-1- مناهج البحث الكمية

لقد صنفنا مناهج البحث الكمي في هذه الدراسة إلى: المنهج الوصفي أو المسح، منهج تحليل المحتوى الكمي، المنهج المقارن والمنهج التجريبي.

أ- المنهج الوصفي/ المسح

إن المنهج الوصفي أو كما يسمى أيضا المسح هو المنهج الأكثر استخداما في البحوث العلمية الكمية في مختلف المعارف والموضوعات، وهو منهج يعتمد عليه الباحثون في الحصول على بيانات ومعلومات وافية ودقيقة، تصور الواقع الاجتماعي والحياتي، والذي يؤثر في كافة الأنشطة الإدارية والإقتصادية والتربوية والثقافية والسياسية والعلمية... وتسهم مثل تلك البيانات والمعلومات في تحليل الظواهر. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، 103)

يعرف المنهج الوصفي بأنه يشمل جميع البحوث التي تهتم بجمع وتلخيص الحقائق الحاضرة المرتبطة بطبيعة ووضع جماعة من الناس، أو عدد من الأشياء، أو مجموعة من الظروف، أو فصيلة من الأحداث، أو نظام فكري، أو أي نوع آخر من الظواهر التي يمكن أن يرغب الشخص في دراستها. (حميد الدليمي، اللافي إدريس عبد القادر، 2008، 85)

كما يعرف بأنه المنهج الذي يهتم بوصف ما هو كائن، وتفسيره وتحديد الظروف والعلاقات بين الوقائع، وتحديد العادات والتقاليد الاجتماعية السائدة والتعرف على المعتقدات والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات، وكذلك وصف النمو والتطور. (خالد يوسف العمار، 2015، 155-156)

إن المنهج الوصفي هو ذلك المنهج الذي يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً. والبحوث الوصفية لا تتحصر أهدافها في مجرد جمع الحقائق، بل ينبغي أن تتجه إلى تصنيف البيانات والحقائق وتحليلها تحليلاً دقيقاً كافياً، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة موضوع الدراسة. (عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، 2014، 149)

فمن أهم الأسس التي تعتمد عليها البحوث الوصفية هي **التجريد والتعميم**، واللذان يتمثلان في:

- **التجريد:** وهو عملية اصطفاء وعزل مظاهر محددة من "كل" كجزء من عملية تقويمه أو توصيله إلى الآخرين.

• **التعميم:** وهو أخذ عينة من مجتمع ما وتطبيق دراسة عليها، وثم الحكم على المجتمع من خلال النتائج التي وصل إليها الباحث عند دراسته للعينة. (خالد يوسف العمار، 2015، 156-157)

ويعد هذا المنهج مظلة واسعة ومرنة قد تتضمن عددا من المناهج والأساليب الفرعية مثل دراسات الحالة التطورية والميدانية وغيرها. إذ أن المنهج الوصفي يقوم على أساس تحديد خصائص الظاهرة ووصف طبيعتها، ونوعية العلاقات بين متغيراتها، وأسبابها واتجاهاتها، وما إلى ذلك من جوانب تدور حول سبر أغوار مشكلة أو ظاهرة معينة والتعرف على حقيقتها في أرض الواقع.

ويعتبر بعض الباحثين بأن المنهج الوصفي يشمل كافة المناهج الأخرى باستثناء المنهجين التاريخي والتجريبي، لأن عملية الوصف والتحليل للظواهر تكاد تكون مسألة مشتركة وموجودة في كافة أنواع البحوث العلمية. (عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، 2014، 148)

لقد أورد منهج المسح والمنهج الوصفي جنبا إلى جنب في تناول الأبحاث الوصفية، ولم يشر إلى أي فرق بينهما يدعم فصلهما عن بعضهما البعض. والفصل الحاصل بين المنهجين لا معنى له، وهو ناتج عن الالتباس الواقع بين الأبحاث الوصفية كمستوى بحثي ذو خصائص علمية متميزة، وبين المنهج الوصفي الذي هو في حقيقة الأمر منهج مسح قائم على وصف الظاهرة وتحليلها وتفسيرها طبقا لوضعها الطبيعي. (أحمد بن مرسل، 2003، 287-289)

ويهدف المسح عامة إلى:

- الوصف: ويقصد به رصد وتوثيق الأوضاع الراهنة والقضايا العامة.
- التحليل والتفسير: ويقصد به تحديد العلاقات بين المتغيرات لاختبار الفروض.

كما يقسم إلى نمطين:

- المسح الشامل: وفيه يدرس المجتمع ككل.
- المسح بالعينة: والذي يركز على عدد معين من وحدات الدراسة بشرط أن تمثل المجتمع الأصلي ككل. ويعد المسح بالعينة الأسلوب الأكثر ملاءمة، خاصة في حالة كبر مجتمع الدراسة. (أيمن علي طه نجم، 2015، 150)

ويصنف منهج المسح إلى:

- 1- المسح الوصفي: ويعنى بوصف الظاهرة وتحديدها، وتبرير الظروف والممارسات، أو التقييم والمقارنة.
- 2- المسح الارتباطي: يدرس العلاقات الارتباطية بين المتغيرات.
- 3- المسح التنبؤي: وهو المسح الذي يحاول وضع تنبؤات مستقبلية مبنية على حقائق الواقع الحالي.
- 4- المسح التطوري: وهو الذي يدرس أنماط ومراحل نمو أو تغير الظاهرة عبر الزمن. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، 103)

ويهدف الباحث في المنهج المسحي الوصفي إلى تحقيق عدد من الأهداف من أهمها:

- محاولة جمع البيانات والمعلومات الوافية عن مجتمع محدد، أو مجموعة من الأفراد، أو ظاهرة من الظواهر، أو نشاط من الأنشطة في المؤسسات المعنية بالبحث.
- استخدام أداة البحث والتي من أهمها الاستبيان في هذا النوع من البحوث بكفاءة، لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة.
- وصف وتحليل البيانات المجمعدة وفق سياقات متعارف عليها، والتي تكون في الغالب سياقات إحصائية ومناسبة.
- محاولة تحديد المجالات التي تشتمل أو تحدث فيها مشاكل، والتي تحتاج إلى إدخال التحسينات المطلوبة.
- إمكانية صياغة عدد من التعميمات أو النتائج التي يمكن أن تكون أساسا يقوم عليه تصور نظري محدد للإصلاحات الاجتماعية والإدارية، وما يرتبط بهما من أنشطة.
- إمكانية الخروج بمجموعة من المقترحات والتوصيات العملية، التي يمكن أن تسترشد بها السياسات الاجتماعية والإدارية وما يرتبط بهما من أنشطة.
- إمكانية التنبؤ بالمتغيرات المستقبلية، فضلا عن إيضاح التحولات والتغيرات الماضية. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، 103-104)

كما تتضح أهمية المسح في مجال الإعلام في التالي:

- التعرف على سمات وخصائص جمهور وسائل الإعلام المختلفة، والتعرف على وجهات نظره وآرائه حول الموضوعات والبرامج الإعلامية.
- التعرف على وجهات نظر الرأي العام اتجاه القضايا التي تهتم المجتمع، وتتداولها وسائل الإعلام.
- تحسين وتطوير البرامج الإعلامية، والخدمات التي تقدمها وسائل الإعلام لجمهورها.
- التعرف على أساليب العمل في المؤسسات الإعلامية ونظم إدارتها وممارستها. (منال مزاهرة، 2014، 332)

وهو يعتبر من أكثر المناهج استخداما في هذا المجال، نظرا لارتباطه بالدراسات الوصفية، والتي تعتبر هي الأخرى الأكثر شيوعا من بين أنواع الدراسات الإعلامية.

ب- المنهج المقارن

يعتبر الكثير من الباحثين المنهج المقارن من المناهج الكمية، والمقارنة أو المقايسة تكون عادة بين ظاهرتين، وذلك بغرض التعرف على أوجه الشبه أو الاختلاف بينهما.

إن المنهج المقارن هو إجراء علمي منطقي، يستهدف التحليل المقارن للواقع الاجتماعي بالتركيز على وحدتين أو أكثر من الوحدات الاجتماعية الكلية أو الفرعية، والتي يجب أن تكون مختارة بشكل ممنهج، وباعتبارها سياقاً تحليلياً للتشابه أو الاختلاف بين المتغيرات أو العلاقات. ويمكن ملاحظة هذه الوحدات على مستويات تحليلية عدة، للوصول إلى اختبار فرضيات ومقترحات سببية تفسيرية ذات صدقية عامة، أو إلى تأويل مختلف القواعد السببية الخاصة بكل حالة. (فضيل دليو، 2015، 54)

وفي البحث المقارن يسلط الباحث عادة الضوء على ظاهرة محددة أو حادثة معينة تكون هي موضوعا للدراسة، ومن ثم يقوم بجمع المعلومات الوافية والكافية والعميقة التي تخص مجال البحث الموضوعي. كذلك فإنه في البحث المقارن ينبغي أن تكون هناك بيانات ومعلومات وافية عن أوجه الشبه وأوجه الاختلاف، يتم المقارنة بينها في الظواهر والحوادث المطلوب دراستها. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، 132)

يستخدم الأسلوب المقارن من خلال تحليل الحالات التي تتشابه في جوانب واضحة، وتختلف في جوانب أخرى. ويستخدم في المسوح الاجتماعية للمقارنة بين فئات من العينة كالرجال والنساء، أو الكبار والصغار. وتتم المقارنة لتوضيح أوجه التشابه والاختلاف بين الحالات التي تتم المقارنة بينها، وتستخدم في تحليل المحتوى للمقارنة بين الوثائق، وفي التحليل التاريخي للمقارنة بين الفترات الزمنية، وفي الإحصاءات الرسمية للمقارنة بين المناطق والجماعات. (أيمن علي طه، 2015، 149)

والمقارنة لها أشكال منها المقارنة الكيفية والمقارنة الكمية، وهي تمثل ثلاثة أبعاد: بعد تاريخي، بعد مكاني وبعد زمني. كما أنها يمكن أن تكون ذات بعد داخلي أو ذات بعد خارجي، ويتجلى كل ذلك بشروط منهجية وشروط ذاتية. وقواعد التحليل فيها تقوم على قاعدة البواقي والتلازم في الحضور، وقاعدة التلازم في الغياب، والتلازم في التغيير. (جلال غربول السناد، 2015، 147)

وعلى أساس ما تقدم فإن المنهج المقارن يتطلب أموراً عدة منها:

- مقارنة بين ظواهر وأحداث يتم استنباط بيانات ومعلومات عنها تكون قابلة للمقارنة.
- المقارنة تكون عادة بين حالتين أو ظاهرتين، وأحياناً أكثر.
- ينبغي على الباحث أن يتجنب المقارنات السطحية، وأن يتعرض إلى الجوانب الأكثر عمقا، لغرض فحص وكشف طبيعة الواقع المبحوث، وعقد المقارنات الجادة والمعقدة.
- ينبغي أن تكون المقارنة مقيدة بعاملَي الزمان والمكان، حيث أنه لا بد وأن تقع الحادثة الاجتماعية في زمان و مكان، يستطيع الباحث مقارنتها بحادثة مشابهة، تكون قد وقعت في زمان ومكان آخرين. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، 132)

ج- المنهج التجريبي:

يعتبر المنهج التجريبي أكثر المناهج العلمية ملاءمة لرصد الحقائق وصياغة التفسيرات على أساس متكامل من الضبط والصدق المنهجي، لما يتوافر له من مقومات وإجراءات تحقق للباحث الصدق الداخلي والخارجي. ولذلك يعتبر أكثر ملاءمة لاختبار العلاقة السببية والتقارير بصحة وجودها أو غيابها، وحسم هذه العلاقة علمياً. حيث يمكن من خلال هذا المنهج ملاحظة تأثير أحد المتغيرات في الآخر تحت ظروف الضبط المحكم. (محمد عبد الحميد، 2004، 206)

فالمنهج التجريبي هو الطريقة التي يقوم فيها الباحث بتحديد مختلف الظروف والمتغيرات التي تظهر في التحري عن المعلومات التي تخص ظاهرة ما، وكذلك السيطرة على مثل تلك الظروف والمتغيرات والتحكم بها. فيقوم الباحث عادة بتطويع واحد أو أكثر من المتغيرات المستقلة الموجودة في مشكلة البحث وفرضياتها، بغرض معرفة تأثيراتها على المتغيرات التابعة ومن ثم قياس مثل تلك التأثيرات. (عامر قنديلجي، 2008، 141)

وبهذا فإننا نلاحظ أن المنهج التجريبي لا يقتصر على مجرد وصف الظاهرة محل الدراسة كما هو الحال في البحوث الوصفية، ولا يهتم كثيرا بتتبع تاريخ الظاهرة كما هو الحال في البحوث التاريخية، بل يتعدى ذلك إلى دراسة الظاهرة عن طريق التجربة التي تحتاج إلى ضبط بعض الشروط والتحكم في بعض العوامل أو المتغيرات. (السيد أحمد مصطفى عمر، 2002، 275)

وتعتبر بحوث الأثر من المجالات البحثية في البحوث الإعلامية التي تثير أهمية تطبيق المنهج التجريبي، خصوصا بعد التوسع في عملية التنظير لبناء الأثر واختباره من خلال النظريات والفروض العلمية الخاصة بدور وسائل الإعلام في تشكيل المعرفة والغرس الثقافي والتعلم بالملاحظة... وغيرها، التي يمكن اختبار مفاهيمها في العينات المختلفة من خلال التجريب والضبط التجريبي، خصوصا في التعلم بالملاحظة وبعد انتشار الدراسات الخاصة بالطفولة وعلاقتها بوسائل الإعلام، لقياس تأثيرات هذه الأخيرة ومحتواها مع اجراءات الضبط المنهجي، وإمكانية الملاحظة والتسجيل العلمي لنتائجها.

ولذلك فإن نتائج المنهج التجريبي يمكن أن تجيب على الأسئلة المتعددة الخاصة بتأثيرات الإعلام على السلوك الاتصالي للأفراد وبناء المعلومات والآراء والأفكار والاتجاهات والتغير في الأنماط السلوكية والمعرفية التي ترتبط بالنموذج الإعلامي. (محمد عبد الحميد، 2004، 207)

ولم يجد المنهج التجريبي في بداية الأمر استخداما واسعا أو نجاحا ملحوظا في مجال بحوث الاتصال بسبب الصعوبات التي يرى البعض أنها تحول دون تطبيق هذا المنهج في دراسة الظواهر الاجتماعية، ولذلك فإن البحوث التجريبية في مجال الاتصال تعتبر من حيث الكم قليلة قياسا إلى تلك البحوث التي استخدمت المناهج الأخرى.

وتعد صعوبة إجراء التجربة أحد العوامل الأساسية وراء ندرة هذه البحوث، فهي تتطلب الكثير من أجل تحقيق الشرط الأساسي الخاص بهذا النوع من التجارب، ألا وهو الدقة المتناهية في تطبيق

قواعد هذا المنهج وخاصة ما يتصل بعزل المتغيرات الدخيلة التي يمكن أن تؤثر في تحديد العلاقة السببية بين المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة. بالإضافة إلى الصعوبات الأخرى الناجمة عن تعقد الظاهرة الاتصالية، والأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية والدينية والاقتصادية التي توجد فيها، الأمر الذي يصعب فيه إحكام الضبط نتيجة لهذه الأوضاع التي تشكل متغيرات ذات تأثير في الظاهرة. (السيد مصطفى أحمد عمر، 2002، 283-284)

ومن المسائل المنهجية في تحديد بحوث المنهج التجريبي في مجال الاتصال، تلك المتصلة بموضوعات البحوث التي تتناول علاقات السبب والأثر. وتمثل المجالات التالية مرتكزات أساسية لدراسة المشكلات العلمية وفقا لهذا المنهج، وهي:

- دراسات تحليل المضمون السابقة.
 - بحوث الجمهور.
 - نظريات الاتصال القادمة. (نفس المرجع، 285)
- ونظرا لأهمية التجريب وفائدته في العديد من الميادين، فهو يتميز بمجموعة من الخصائص:
- يسمح بتحليل الظاهرة إلى أبسط العناصر التي تتكون منها، وهذا ما يسمح لنا بمعرفة خواص كل عنصر بسهولة.
 - يسمح التجريب بتكرار الظاهرة، أي أن الباحث باستطاعته خلق الظروف التي تحدث الظاهرة متى شاء.
 - يسمح التجريب بتغيير الشروط التي تؤدي إلى حدوث الظاهرة، وذلك من الناحية الكمية والنوعية بزيادة بعض العناصر أو حذفها. كما يسمح أيضا بعزل الظواهر.
 - يسمح التجريب بتحقيق الموضوعية، فالباحث يبتعد عن التحيز في الحكم على الظواهر، أو عن الأفكار الذاتية عند دراسته وتفسيره لظاهرة ما، وذلك لفهمها فهما صحيحا. (فضيل دليو، علي غربي، 2012، 137-138)

ولتنفيذ بحث تجريبي فلا بد من توافر العناصر التالية:

- تحديد الجماعات أو المجموعات التي سوف يتم التجريب عليها، بغرض ملاحظة الاتفاق أو الاختلاف أو التلازم الذي يفسر حدود تأثير المعالجة التجريبية أو المتغير المستقل. وفي هذه الحالة نفرق بين الجماعة التجريبية التي تتعرض للمعالجة التجريبية، والجماعة الضابطة التي يتم تحديدها لأغراض القياس والمقارنة، دون أن تتعرض للمعالجة التجريبية.
- القياس في مراحل التجريب المختلفة، تبعاً للتصميم المنهجي المختار، بغرض ملاحظة التغير الناتج عن عملية التجريب.
- استخدام طرق الإحصاء الاستدلالي في الكشف عن الفروق، أو التباين، أو التغيرات. (محمد عبد الحميد، 2004، 208)

وتختلف أنواع التصميم التجريبي التي يلجأ إليها الباحث للتحقق من صدق فروضه حول العلاقة السببية بين المتغير المستقل والمتغير التابع، وتقسم أنواع التجارب وفقاً لوقت قياس المتغير المستقل وإخضاعه للتجربة إلى:

- 1- **تصميم ذو جماعة واحدة (القياس البعدي):** ويتضمن هذا التصميم جماعة واحدة فقط تخضع للدراسة أو للتجربة ولمرة واحدة فقط. ويساعد هذا التصميم على معرفة تأثيرات العامل المستقل على الجماعة، وتسجيل جميع المعلومات والبيانات حول الجماعة الخاضعة للدراسة من قبل الباحث. كما يحاول البرهنة على وجود علاقة بين العامل المستقل والتابع والمعتمد في فترة زمنية معينة وفي مجتمع معين، وفي وضعية اجتماعية معينة. (السيد مصطفى أحمد عمر، 2002، 281)
- 2- **تصميم تجريبي ذو قياس قبلي بعدي:** وذلك لملاحظة السببية أو التأثير، من خلال الكشف عن دلالة الفروق في النتائج بين المجموعتين، سواء تم القياس القبلي البعدي للتجريبية فقط، أو تم للجماعتين للتأكد من عزل التأثيرات الخارجية التي قد تتعرض لها المجموعة التجريبية.
- 3- **تصميم تجريبي ذو قياس بعدي فقط والمقارنة بين جماعتين:** وفي هذه الحالة يتم تعريض الجماعة التجريبية للمعالجة دون قياس قبلي، ولكن يتم إجراء القياس بعد المعالجة لكل من الجماعة التجريبية والضابطة، ويتم الكشف عن دلالة الفروق بين نتائج القياس البعدي للمتغير التابع في الجماعتين. وهذا التصميم يتجنب نتائج التفاعل بين إدراك الجماعة التجريبية للقياس والمعالجة التجريبية، نتيجة تعرض الجماعة التجريبية للقياس القبلي، مما يؤثر في نتائج القياس البعدي للمتغير التابع في الجماعة التجريبية. (محمد عبد الحميد، 2004، 209-210)

وتجدر الإشارة إلى أنه بالرغم من شيوع تطبيق المنهج التجريبي في الكثير من فروع المعرفة، إلا أن تطبيقه في الدراسات الإعلامية يرتبط بالكثير من المحاذير، وبصفة خاصة في دراسة جمهور المتلقين، وذلك لجملة من الأسباب:

- عدم اتفاق عملية التجريب في كثير من الحالات مع طبيعة جمهور المتلقين، الذي يتميز بالضخامة والتشتت والتباين في السمات.
- عدم إمكانية الضبط المحكم للعوامل التجريبية إلا لفترات محدودة، يزول بعدها اثر الضبط، ويصعب بعد ذلك عزل التأثيرات الخارجية.
- صعوبة التماثل بين المناخ التجريبي والمناخ الطبيعي الذي يعيشه جمهور المتلقين.
- عدم إنسانية التجريب في بعض الحالات التي تستدعي العزل عن المناخ الطبيعي أو التعريض إلى مثيرات قد لا تتفق مع التقاليد أو القيم الاجتماعية السائدة، مثل دراسات العنف أو الانحراف. (نفس المرجع، 211)

د- منهج تحليل المحتوى الكمي

يعتبر تحليل المحتوى الكمي ثاني أهم المناهج الكمية في علوم الإعلام والاتصال، وهو يختص بتحليل الرسائل التي تبثها وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها وأشكالها.

ويعرف تحليل المضمون أو تحليل المحتوى بأنه الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمضمون الظاهر للاتصال. فوفقا لتعريف "كلود كرتدورف" فهو "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المادة الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة، ومطابقتها في حالة إعادة البحث أو التحليل".

وعرفه آخر بأنه "الأسلوب المنهجي لتحليل محتوى الرسالة الإعلامية وطريقة تناولها ومعالجتها".

كما عرفه "بيزلي" بأنه "أحد أساليب الإفادة من المعلومات المتاحة عن طريق تحويلها إلى مادة قابلة للتخيص والمقارنة، باستخدام التطبيق الموضوعي والمنهجي المنظم لقواعد التطبيق". (حميد الدليمي، اللافي إدريس عبد القادر، 2008، 104)

أما التعريف الأساسي والمتفق عليه في الكثير من المؤلفات الأجنبية والعربية، فهو الذي قدمه "بيرنارد برلسون" عام 1952 والذي قال فيه أن تحليل المضمون هو "أسلوب بحث يهدف إلى الوصف الموضوعي، المنظم والكمي، لمحتويات الاتصال الظاهرة" (إبراهيم عبد الله المسلمي، دس، 151)

فتحليل المحتوى هو تقنية كمية بالمعنى أو الاتجاه الذي تستهدف به العد أو القياس. والقياس نعني به مقارنة مقدار ما محتوي في الرسائل، مع مقدار مأخوذ كقياس، أما العد فيقصد به إسناد تكرار لظاهرة أو صفة أو فئة موجودة في الرسائل. عموماً وبهذا المعنى فإن التحليل يعتبر كمياً؛ فيعد أو يقيس. فالتحليل يبحث على تقديم اتجاهات، أو نماذج يتم ملاحظتها في الرسائل، فهو لا يكتفي باستنتاج ما إذا كانت الرسائل مختلفة أو متشابهة، ولكن يجب توضيح فيماذا وإلى أي درجة. (Jean de Bonville, 2006, p11)

وهناك نقطة منهجية أساسية بالنسبة لتحليل المضمون وهي نقطة خلاف بين جميع من تناولوه. ويتمثل هذا الخلاف المنهجي في أن البعض يعتبر تحليل المضمون منهجاً مثله مثل المنهج الوصفي أو التجريبي أو التاريخي، في حين يعتبره البعض الآخر طريقة تستخدم مع منهج معين من مناهج البحث، وينظر إليه على أنه أداة أو أسلوب مثله مثل الاستبيان والملاحظة والمقابلة وغيرها. (محمود حسن إسماعيل، 2015، 171)

لكن كل التعريفات التي وردت عن تحليل المحتوى تبين أنه:

- الأسلوب العلمي الذي يستخدم للكشف عما يهدف إليه القائم بالاتصال في مادة اتصالية مهما كان نوعها.
- الأسلوب الذي يستخدم في تصنيف وتبويب المادة الإعلامية، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث، ويتم بمقتضاه تقسيم المضمون إلى فئات، بالاستناد إلى قواعد واضحة.
- تحليل المضمون هو عمل تصنيف كمي لمضمون ما، على أساس نظام معين للفئات، يتم إعداده بطريقة تضمن توفير مادة مرتبطة بفروض معينة ذات علاقة بهذا المضمون.
- أسلوب للتحليل العلمي للرسائل الاتصالية، دقيق ومنهجي.

- أحد أساليب البحث التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية، بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومطابقة في حالة إعادة البحث أو التحليل. (إبراهيم عبد الله المسلمي، دس، 151-152)

إن تحليل المحتوى يطلق على الأسلوب البحثي الذي يغطي مجموعة من المتطلبات:

- تحليل الخصائص اللغوية أو الدلالية للرموز الاتصالية المستخدمة.
- تحديد تكرارات ظهور أو حدوث هذه الخصائص بدرجة عالية من الضبط والتدقيق المحكم، أو تحديد القيم الكمية لهذه التكرارات.
- إمكانية تمييز هذه الخصائص بمصطلحات ذات صيغة عامة.
- إمكانية تمييزها لمصطلحات ذات صلة بطبيعة فروض الدراسة ومجالاتها.
- الضبط الدقيق المحكم لهذه المصطلحات في إمكانية التعرف على الخصائص الرمزية التي تمت دراستها. (حميد الدليمي، اللافي إدريس عبد القادر، 2008، 105)
- ومن خصائص تحليل المحتوى:
- أنه يخص المواد اللغوية وغير اللغوية، أي الصور التعبيرية المرئية أو المسموعة.
- أنه يهتم بالمحتوى الظاهر، بمعنى ما قيل صراحة في أي وثيقة.
- يخص تحليل الوسائط - مهما كان شكلها - التي تحمل رسائل يمكن ملاحظة محتواها ومنه تحليلها.
- يعتبر أحد أساليب البحث العلمي الشائعة، ويهدف إلى التعرف بطريقة علمية منظمة على اتجاهات المادة التي يتم تحليلها، وكذلك الوقوف على خصائصها، بحيث يتم ذلك بعيداً عن الانطباعات الذاتية أو المعالجات العشوائية. (عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، 2014، 163-164)

إن أسلوب تحليل المحتوى تحكمه قواعد وأسس يلزم اتباعها. وقد لخصها "هولستي" في الآتي:

أولاً: صياغة مشكلة البحث والإطار النظري وفروض الدراسة، ثم تختار بعد ذلك العينة وتحدد الفئات. ثانياً: تقرأ الوثائق ويتم ترميزها ويكيف المحتوى المناسب في استمارات خاصة بالبيانات. بعد الترميز يتم تقدير الوحدات التي صنفت تحت كل فئة، مع حساب تكراراتها أو تقدير مدى شدتها. وأخيراً يقوم الباحث بتفسير النتائج في ضوء الإطار النظري المناسب. (رشدي أحمد طعيمة، 2004، 130)

أما "محمد عبد الحميد" فيحدد تلك الخطوات في خطوتين أساسيتين، يتفرع منهما مجموعة من الخطوات:

- 1- الخطوات المنهجية العامة:
 - الإحساس بالمشكلة وتحديدها.
 - التحليل المبدئي.
 - صياغة الفروض العلمية أو طرح التساؤلات.
 - تحديد نظام العينات.
- 2- ترميز بيانات التحليل وتشمل:
 - تصنيف المحتوى إلى فئات.
 - تحديد الوحدات التي يتم عدّها أو قياسها مباشرة.
 - تصميم استمارة التحليل. (محمود حسن إسماعيل، 2105، 177-178)

وتعتبر عملية تحديد فئات ووحدات التحليل - من أجل بناء الاستمارة - في تحليل المحتوى خطوة جد مهمة. ويقصد بالفئات عملية التصنيف والارتباط بمفهوم التجزئة، أي تحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص أو مواصفات مشتركة، بناء على محددات يتم وصفها والاتفاق عليها مسبقاً. واختيار معايير التصنيف وتحديد الفئات بناء على ارتباطها بمشكلة البحث وأهدافه ومناهجه، متروكة للباحث، حيث لا توجد فئات نمطية تصلح لكل البحوث، وهي تقسم إجمالاً إلى فئات الشكل وفئات المحتوى. (إسماعيل عبد الفتاح، محمود منصور هيبية، 2009، 226-227)

أما بالنسبة لوحدات التحليل فمن الضروري أن يتم تقسيمها إلى وحدات مستقلة أو عناصر معينة محددة، حتى يمكن القيام بدراسة كل عنصر أو وحدة منها وحساب التكرار الخاص بها. والوحدات اللغوية التي تختار لتحقيق هذه الأهداف هي المستهدفة بالتحليل في مجالات الإعلام، لأن

اختيارها واستخدامها يأتي مرتبطا بنموذج العملية الاتصالية ككل. ووحدات التحليل هي وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة، ويعطي وجودها وغيابها وتكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية. وتبعا لأغراض البحث وفروضه، فإن الباحث يبدأ في تقسيم المضمون إلى الوحدات القابلة للعد والقياس. (نفس المرجع، 241- 242)

ويجب التنويه إلى أنه لا بد من إجراء اختبارات الصدق والثبات على أداة البحث بعد مراحل تصميمها، وقبل الإجراء الفعلي للدراسة، أي قبل استخدام استمارة تحليل المحتوى في استخراج محتويات النصوص الإعلامية ووفقا للفئات الواردة في الاستمارة.

هـ - مناهج البحث الكمية في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد جاء استخدام مناهج البحث الكمية في المجلة الجزائرية للاتصال على النحو التالي:

- جدول رقم (64) يبين توزيع فئة نوع المنهج حسب المناهج الكمية -

النسبة	التكرار	المنهج الكمي
20.85	44	المسح
5.21	11	المقارن
4.74	10	التجريبي
69.19	146	تحليل المحتوى الكمي
100	211	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يبين توزيع استخدام المناهج الكمية في المجلة الجزائرية للاتصال، بشقيها النظري والتطبيقي، أن أكثر المناهج الكمية استخداما هما منهج تحليل المحتوى الكمي ومنهج المسح بنسبة 69.19% و 20.85% على التوالي. وذلك كون الأول هو المنهج المستخدم في بحوث المحتوى وتفكيك الرسائل التي تبثها وسائل الاتصال الجماهيري، بينما يستخدم الثاني في بحوث الجمهور والأثر، وهي أكثر البحوث التطبيقية استخداما على مستوى المجلة. كما تم التطرق إلى هذين المنهجين المهمين، نظريا أيضا خاصة في مقالات التطوير المنهجي. مع الإشارة إلى أن تحليل المحتوى لا يستخدم في المجلة كمنهج وإنما كأداة، إلا أن

تصنيف الباحثة له كمنهج - وفقا للعديد من المراجع الأكاديمية- جعلنا نصنفه مع المناهج الكمية.

وتبدو هذه النتيجة منطقية إذا ما ربطناها بالنتائج السابقة، التي بينت أن المواضيع المتعلقة بالرسالة بلغت نسبتها 23.32٪، والمواضيع المتعلقة بالمتلقي قدرت نسبتها بـ 8.48٪ والأثر بنسبة 2.83٪، أي أن هناك انسجاما بين المناهج وبين المواضيع التي تخص عناصر العملية الاتصالية.

بينما لم يتجاوز استخدام المنهج التجريبي نسبة 4.74٪ والمقارن 5.21٪، وذلك لقلّة البحوث الميدانية التجريبية وكذا المقارنة، وأيضا قلة التعرض النظري لكلا المنهجين. ففي الشق التطبيقي يمكن رد ذلك إلى صعوبة تطبيق هذه المناهج، خاصة التجريبي الذي تستلزم دراساته شروطا خاصة، أما نظريا فيبدو أن هذين المنهجين لا يلقىان اهتماما كافيا من قبل الباحثين، وعلى الأخص المنهج المقارن وهو الأمر الذي وقفنا عنده، أثناء إعداد الجانب النظري لهذه الدراسة.

-جدول رقم (65) يبين توزيع فئة الزمن على المناهج الكمية-

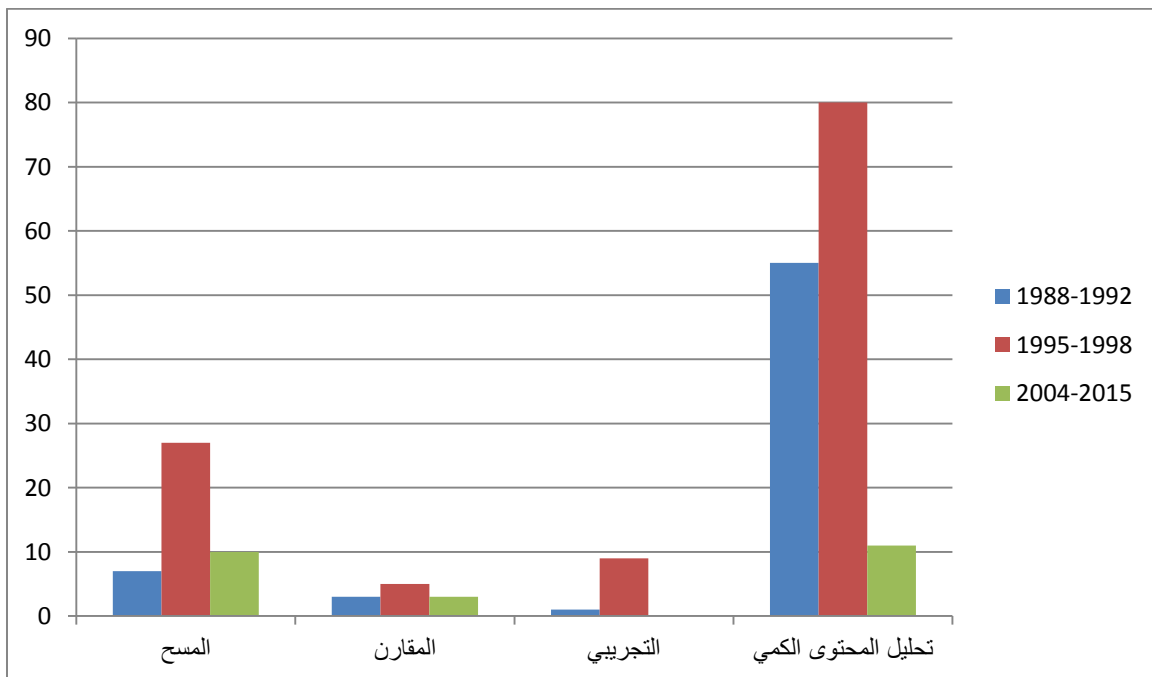
تحليل المحتوى الكمي		التجريبي		المقارن		المسح		المنهج
								الفترة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
37.67	55	10	01	27.27	03	15.91	07	1992 - 1988
54.80	80	90	09	45.45	05	61.36	27	1998 - 1995
7.53	11			27.27	03	22.73	10	2015 - 2004
100	146	100	10	100	11	100	44	المجموع

يبين الجدول أن استخدام المناهج الكمية في المجلة الجزائرية للاتصال قد عرف تطورا عبر المراحل الزمنية المختلفة التي شهدتها هذه الأخيرة. فكما تبين النسب فكل المناهج الكمية من المقارن، التجريبي، تحليل المحتوى الكمي والمسح عرفت أوج استخدامها خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 1998 وهي الفترة التي أعقبت أول انقطاع للمجلة الجزائرية عن الصدور ابتداء من سنة 1992، وقد

عرفت هذه الفترة نشر ستة أعداد، وقد يكون هذا هو السبب المباشر لكثرة ورود هذه المناهج في بحوث ومقالات المجلة. ولكن كما تبين النسب أن المناهج الكمية لم تتطور بنفس الطريقة؛ فكل من منهج المسح وتحليل المحتوى الكمي سجلا نموا خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 1998، مقارنة بالفترة السابقة الممتدة من 1988 تاريخ صدور أول عدد إلى غاية 1992. ثم سجلا تراجعا خلال آخر فترة من 2004 إلى 2015، فراوحت نسبة منهج المسح 22.73% ومنهج تحليل المحتوى 7.53% مقارنة بالفترة التي سبقتها والتي قدرت نسبتها بـ54.80%. ويمكن تفسير ذلك بالتطورات التي شهدتها ومازالت تشهدها الساحة الإعلامية والاتصالية اليوم، وتطور الإشكاليات والمواضيع التي بانت مطروحة، مما يستدعي استعمال مناهج وأدوات أكثر تناسبا، وأكثر قدرة على حل هذه الإشكاليات، وهو الأمر الذي يعكف على مناقشته الباحثون والمتخصصون في الاتصال.

أما المنهج التجريبي فقد سجل تراجعا تماما خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015، وذلك لصعوبة إجراء البحوث التجريبية، خاصة في ظل انتشار شبكة الإنترنت والإعلام الجديد. بينما حافظ المنهج المقارن على نفس النسبة التي سبقت الفترة التي عرفت تطورا، و قدرت بـ 27.27% مما يدل على استمرار الاهتمام بهذا المنهج نظريا وإمبيريقيا في المجلة الجزائرية للاتصال.

وفيما يلي شكل توضيحي لتطور استخدام المناهج الكمية في المجلة الجزائرية للاتصال:



-شكل رقم (13): تطور استخدام المناهج الكمية -

-جدول رقم (66) يبين توزيع الاستخدام النظري للمناهج الكمية-

النسبة	التكرار	المنهج الكمي
11.40	17	المسح
0.68	01	المقارن
6.04	09	التجريبي
81.88	122	تحليل المحتوى الكمي
100	149	المجموع

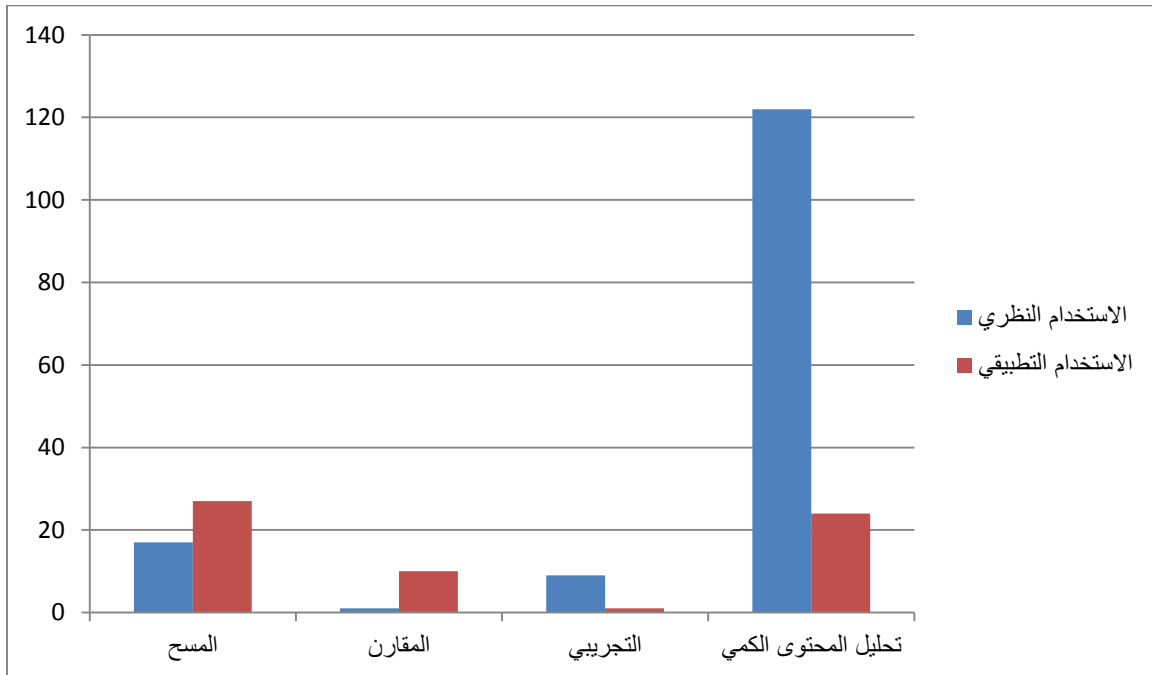
يوضح الجدول أن استخدام منهج تحليل المحتوى نظريا بلغت نسبته 81.88%، وذلك لكثرة التعرض له في أكثر من عدد، خاصة في مقالات التطوير المنهجي وكتابات البروفيسور "أحمد بن مرسللي"، وخاصة في الأعداد 2، 3 و15. فهو منهج يتضمن العديد من الخطوات والاجراءات، خاصة ما يتعلق منها بتحديد فئات التحليل، سواء المتعلقة بالشكل أو بالمحتوى، وأيضا وحدات التحليل المختلفة. ويأتي بعد تحليل المحتوى الكمي منهج المسح والذي ورد في المقالات النظرية بالمجلة بنسبة 11.40%، حيث أنه من أكثر مناهج البحث استخداما في علوم الإعلام والاتصال، الأمر الذي يتطلب التعرض له ولكيفية تطبيقه وتصنيفه، وهو الأمر الذي ورد خاصة في العدد 11 و12، فضلا عن نوع البحوث التي يلائمها مثل هذا المنهج. أما المنهج التجريبي فقد تم التعرض له نظريا بنسبة 6.04%، فيما لم تتجاوز نسبة استخدام المنهج المقارن 0.68%، وذلك لقلّة الكتابات حول هذا المنهج، كما أن هذه النسبة تعكس عدم اهتمام كاف بهذا المنهج في البحوث النظرية المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال.

-جدول رقم (67) يبين توزيع الاستخدام التطبيقي للمناهج الكمية-

النسبة	التكرار	المنهج الكمي
43.55	27	المسح
16.13	10	المقارن
1.61	01	التجريبي
38.71	24	تحليل المحتوى الكمي
100	62	المجموع

يبين الجدول أن أكثر المناهج الكمية استخداما في البحوث الإمبريقية هما منهج المسح ومنهج تحليل المحتوى الكمي، وذلك بنسبة 43.55% و 38.71%. إن استخدام المناهج الكمية بهذه النسب من شأنه أن يعرفنا على أنواع البحوث الإعلامية المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال، فالمسح عادة ما يستخدم خاصة في ب الجمهور وبحث الأثر، فضلا عن استخدامه في مسح مضامين وسائل الإعلام المختلفة. أما تحليل المحتوى فهو يختص بدراسة المضامين والمحتويات التي تعرضها وسائل الإعلام. فيما استخدم المنهج المقارن إمبريقيا بنسبة 16.13%، وغالبا ما ورد في المقارنة بين محتوى وسيلتين إعلاميتين، كما أنه يكون عادة مرافقا للمناهج الأخرى. أما المنهج التجريبي فقد ورد في البحوث التطبيقية مرة واحدة بنسبة 1.61%، وذلك لورود بحث تجريبي واحد خلال الأعداد الـ 23 للمجلة كما سبقت الإشارة لذلك.

وبين الشكل التالي الاستخدام النظري والتطبيقي للمناهج الكمية:



-شكل رقم (14): الاستخدام النظري والتطبيقي للمناهج الكمية-

4-1-2- أدوات جمع البيانات الكمية

كما تتنوع مناهج البحث الكمية المستخدمة في الدراسات الإعلامية، تتنوع أيضا أدوات جمع البيانات، وتتمثل خاصة في كل من الإستبيان والمقابلة المقننة.

أ- الاستبيان

الاستبيان هو أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة، عن طريق صياغة مجموعة من الأسئلة بطريقة علمية مناسبة يتم توزيعها على عينة الدراسة لجمع البيانات والمعلومات. وهو من أشهر أدوات البحوث الكمية استخداما، حيث يعمل على جمع معلومات وبيانات من عينة الدراسة بهدف معرفة اتجاهاتهم، قيمهم، آرائهم، ميولهم، وغيرها للإجابة على أسئلة الباحث. (ماجد محمد الخياط، 2011، 155)

ويعتبر الاستبيان تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة، ذلك لأن صيغ الإجابات تحدد مسبقا، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية. ويعتبر الاستبيان وسيلة للدخول في اتصال مع المبحوثين بواسطة طرح الأسئلة عليهم واحدا واحدا وبنفس الطريقة، بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد، انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها. (موريس أنجرس، 2006، 204)

ويعتبر الاستبيان من أسهل الطرق في جمع البيانات والمعلومات، ولا يحتاج إلى وقت وجهد عند تطبيقه على عينة الدراسة، وهو يستخدم بشكل فعال في الدراسات المسحية، والتي تحتاج إلى عينة كبيرة عند تطبيق أداة الدراسة عليها.

ويجب على الباحث تحديد وتعريف أهداف دراسته بدقة، لأن فقرات الاستبيان تعتمد على ذلك، بحيث أنه كلما كانت أهداف الدراسة واضحة كان تصميم الاستبيان أسهل. (ماجد محمد الخياط، 2011، 155-156)

ولهذا فهناك عدد من الخطوات الضرورية التي يطلب من الباحث تنفيذها في تصميمه وكتابته للاستبيان، والتي يمكن تلخيصها في التالي:

- تحديد الأهداف المطلوبة من عمل الاستبيان؛ حيث أنه على الباحث أن يلتفت إلى مشكلة البحث وموضوعه بشكل دقيق، ليستطيع أن يحدد أهدافه من تصميم الاستبيان وكتابته له، وماهية البيانات والمعلومات المراد جمعها من الأفراد والجهات المعنية.
 - ترجمة وتحويل الأهداف إلى مجموعة من الأسئلة والاستفسارات.
 - اختبار أسئلة الاستبيان وتجربتها على مجموعة محدودة من الأفراد في عينة البحث، أو الأفراد الذين يستطيع الوصول إليهم.
 - تصميم وكتابة الاستبيان بشكله النهائي. (عامر قنديلجي، 2008، 201-202)
 - توزيع الاستبيان من خلال اختيار أفضل وسيلة لإرساله وتوزيعه.
 - متابعة الإجابة على الاستبيان.
 - تجميع نسخ الاستبيان الموزعة والتأكد من وصول نسبة جيدة منها. (نفس المرجع، 203)
- ويمكن للباحث استخدام أنواع مختلفة من الأسئلة في الاستبيان، ويعتمد ذلك على طبيعة البحث وإمكانات الباحث ومهاراته، وأيضاً طبيعة عينة البحث. وبشكل عام تقسم الأسئلة على النحو التالي:
- 1- الأسئلة المغلقة أو محدودة الإجابة: وفي هذا النوع من الأسئلة يحدد الباحث الإجابات الممكنة أو المحتملة لكل سؤال ويطلب من المبحوث اختيار أحدها أو أكثر، أي أن يقيد في اختيار الإجابة ولا يعطيه الحرية لإعطاء إجابة من عنده. (رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 180)
 - 2- الأسئلة المفتوحة أو الحرة: في هذا النوع من الأسئلة يترك للمبحوث حرية الإجابة على السؤال المطروح بطريقته ولغته وأسلوبه الخاص الذي يراه مناسباً. ويستخدم هذا النوع من الأسئلة عندما لا يكون لدى الباحث معلومات كافية عن موضوع الدراسة ويرغب في الحصول على معلومات موسعة وتفصيلية ومعقدة حول الظاهرة أو المشكلة.
 - ولكن يعاب على هذا النوع من الأسئلة أن المبحوث قد يجيب عنها بطريقة مختلفة إذا لم يفهم السؤال، كما أن الإجابات يصعب تصنيفها وتحليلها من قبل الباحث. (نفس المرجع، 183-184)
 - 3- الأسئلة المغلقة المفتوحة: وهي الأسئلة التي تبدأ بسؤال مغلق محدد الإجابة ثم يتبعه سؤال مفتوح لتبرير الإجابة. وهذا النوع من الأسئلة يجمع ما بين التحليل الكمي والنوعي، ويفضل استخدامه

في الأسئلة البحثية التي تحتاج إلى تبريرات للإجابة على أسئلة الدراسة. (ماجد محمد الخياط، 2011، 155-166)

ولتطبيق الاستبيان وتوزيعه يمكن للباحث اختيار إحدى الطرق التالية:

- باليد مباشرة: وهذا لسهولة وقلة التكلفة، وهي تعتبر أفضل الطرق.
- بالبريد التقليدي: وهذه الطريقة تمتاز بتغطية مناطق مختلفة، ولكن الصعوبة تكمن في عملية استرجاع الاستبيان.
- عن طريق الهاتف: وهي طريقة تمتاز بسهولة الوصول إلى أي فرد في العالم، ولكنها مكلفة وبحاجة إلى تحديد موعد.
- عن طريق الفاكس: وهي أيضا طريقة سهلة ولكنها مكلفة وتحتاج إلى جهازين.
- عن طريق البريد الإلكتروني: وتمتاز بسهولة إرسالها لأي شخص في العالم، ولكنها تحتاج لكمبيوتر وانترنت عند الباحث والمبحوث. (نفس المرجع، 166-167)

ويستخدم الاستبيان كأداة فعالة لجمع المعلومات بشكل واسع في العديد من البحوث في الموضوعات الإنسانية والاجتماعية والعلمية المختلفة، لما يمتاز به من صفات وجوانب إيجابية نستطيع تحديدها في الآتي:

- توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث في عملية جمع المعلومات خاصة إذا تم إرسال الاستبيان عبر البريد.
- إعطاء الحرية الكاملة للمبحوث في اختيار الوقت والظروف المناسبة لتعبئتها، وحرية التفكير في الأسئلة والرجوع إلى المصادر والوثائق اللازمة عند الضرورة.
- التقليل من فرصة التحيز سواء عند الباحث أو المبحوث، وخاصة إذا وضعت الأسئلة بأسلوب علمي وموضوعي. (رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 188)
- تصميم الاستبيان ووحدة الأسئلة يسهل عملية تجميع المعلومات في مجاميع وتصنيفها في حقول، وبالتالي تفسيرها والوصول إلى الاستنتاجات المطلوبة والمناسبة.

- الاستبيان غير مكلف ماديا، من حيث تصميمه وانجازه وتوزيعه، وجمع المعلومات، مقارنة بالوسائل الأخرى التي تحتاج إلى جهد أكبر وأعباء مادية مضافة كالسفر والتنقل من مكان إلى آخر. (عامر قنديلجي، 2008، 205-206)

ورغم مزايا الاستبيان كأداة بحث إلا أنه يعاب عليه:

- عدم فهم واستيعاب بعض الأسئلة - بطريقة واحدة- لكل أفراد العينة المعنية بالبحث.
- قلة طرق الكشف عن الصدق والثبات.
- تأثير صدق الاستبيان بمدى تقبل المبحوث لها.
- تأثير صدق الاستبيان بوعي الفرد المستجيب ودرجة اهتمامه بالظاهرة أو المشكلة أو البحث.
- إمكانية عدم الإجابة على كافة الأسئلة من قبل المبحوث، دون أن يعرف الباحث السبب وراء ذلك.
- الحاجة إلى المتابعة للحصول على العدد المناسب، إذا لم يتم تسليم الاستبيان واستلامه باليد. (ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 189)

ب- المقابلة المقننة

المقابلة هي لقاء يتم بين الباحث والمجيب، وعلى أساس ذلك يتم تحديد هدف واضح للبحث، ويعد الباحث استثماراً خاصة لجمع المعلومات من العينات. فهي تستخدم للتعرف على الحقائق والتأكد من المعلومات بشكل دقيق من قبل الباحث مباشرة، وهي مهمة لكشف المواقف الاجتماعية والتوصل إلى الاتجاهات والقيم الإنسانية والمعلومات التي تعطي حلاً للمشكلة. والهدف منها هو اختبار الفروض وترجمة البحث والكشف عن استجابات المبحوثين. (وجيه محجوب، 2016، 170)

كما تعرف المقابلة بأنها اللقاء وجها لوجه، حيث يقوم الشخص المقابل بتوجيه عدد من الأسئلة للشخص الذي يراد مقابلته وهو المستجيب. وتصمم أسئلة المقابلة بشكل يجعل من السهل الحصول على إجابات ذات علاقة بمشكلة البحث. (محمد عبد العال النعيمي وآخرون، 2015، 174)

وتستخدم المقابلة في البحوث بهدف الابتعاد عن رؤية الفرد كشخص منفصل عن البيانات التي يدلي بها، باعتبار أن البيانات تتولد نتيجة المحادثة بين شخصين أو أكثر، وتبادل وجهات النظر

بشأن موضوع البحث. فالمقابلات تمكن المشاركين من مناقشة تفسيراتهم في العالم الذي يعيشون فيه، والتعبير عن وجهات نظرهم الخاصة في المواقف التي يعيشون فيها. (محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد، 2015، 258)

ويمكن الاستفادة من المقابلة لتحقيق الأغراض التالية:

- استخدامها كأداة استكشافية للمساعدة في التعرف على المتغيرات والعلاقات الموجودة بينها.
- إمكانية استخدامها كأداة رئيسية في البحث لجمع البيانات.
- إمكانية استخدامها كأداة إضافية لطرق جمع البيانات الأخرى. (محمد عبد العال النعيمي وآخرون، 2015، 173-174)

والمقابلة عدة أنواع، فيمكن أن تقسم على حسب نوع الأسئلة إلى مقابلة بأسئلة مفتوحة، ومقابلة بأسئلة مغلقة، ومقابلة بالنوعين معا.

من جانب آخر قد تقسم المقابلة وأسئلتها إلى أنواع أخرى وبتجاه آخر:

- المقابلة شبه المقننة: حيث يكون الباحث قد أعد مجموعة من الأسئلة، ولكنه قد يغير في تسلسلها، أو يحذف بعضها، أو يضيف بعضا آخر لها، وفق مجريات المقابلة والمعلومات التي جمعها.
- المقابلة المقننة: أو المبنية بناء محكما مسبقا، وتكون أسئلتها محددة سلفا ومقننة للإجابات. وبذلك فهي تشبه أسئلة الاستبيان. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، 192-193)

فالمقابلة المقننة هي التي تحتوي على أسئلة موضوعية مسبقا، وذات إجابة محددة، وتوجه إلى المبحوث بنفس التركيب، ويكون على المتقابل أن يختار إجابة من عدة إجابات، وبمائل هذا النوع من المقابلة الاستبيان المقيد أو المغلق.

ويستخدم هذا النوع من المقابلات في البحوث العلمية التي تنوي الوصول إلى نوع من التعميم، وتوصف بالجمود من حيث الإجراءات لمعرفة المشكلة. (خالد يوسف العمار، 2015، 252)

وليس هناك خطوات ثابتة لإعداد المقابلة وإجرائها، ولكنها تتوقف على طبيعة الموضوع، وعلى خبرة القائم بالمقابلة ومهارته، وظروف إجرائها، ونوعية المبحوثين. ولكن هناك بعض القواعد المتفق عليها الواجب اتباعها حتى تؤدي المقابلة الهدف منها. هذه القواعد هي:

- تحديد أفراد المقابلة (المبحوثين): الذين لديهم الاستعداد للإدلاء بالمعلومات المطلوبة، والتأكد من أن أفراد العينة يمثلون المجتمع الأصلي حتى يمكن تعميم النتائج.
- تحديد زمان ومكان المقابلة: بحيث يكون المكان والتوقيت مناسبين للمبحوث، ويتيحان له الاستجابة للمقابلة.
- تقديم الباحث نفسه للمبحوث: وذلك بعد تحديد أفراد العينة، وتحديد الزمان والمكان.
- توجيه الأسئلة: وعادة ما يبدأ بالأسئلة العامة، ثم يدخل في الأسئلة الأكثر تركيزاً، ويراعى في توجيه الأسئلة تسلسلها، وتجنب أسلوب التحقيق.
- تسجيل إجابات المبحوثين: حيث تسجل إجابات المبحوثين أولاً بأول، وقد يستخدم الباحث استمارة أو بطاقة مقننة، أو أجهزة لتسجيل كل ما يقوله المبحوث. (محمود حسن إسماعيل، 2011، 212-213)

ولكن ما يعاب على المقابلة أن نتائجها قد تتعرض إلى عامل الذاتية والتحيز في التقدير والتفسير من قبل الباحث أحياناً. كما أن المبحوث قد يلجأ إلى إعطاء إجابات تتماشى مع رغبة الباحث، مما يؤدي إلى تزييف الحقائق والبيانات. زيادة على هذا فإن المقابلة تحتاج إلى عدد كبير من جامعي البيانات، وضياع وقت كبير في الانتقال بالنسبة للباحث، بالإضافة إلى كثرة التكاليف في كل ذلك. (خالد يوسف العمار، 2015، 254)

ج- أدوات جمع البيانات الكمية في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد استعملت كل من المقابلة المقننة والاستبيان في أبحاث المجلة الجزائرية للاتصال كالتالي:

-جدول رقم (68) يبين توزيع فئة أدوات جمع البيانات الكمية-

النسبة	التكرار	الأداة الكمية
83.33	30	الاستبيان
16.67	06	المقابلة المقننة
100	36	المجموع

تبين النسب المسجلة على الجدول أن هناك تفاوتاً واضحاً في استخدام أدوات جمع البيانات الكمية في المجلة الجزائرية للاتصال، فبينما وردت المقابلة المقننة بنسبة 16.67٪، سجل الاستبيان نسبة قدرت بـ 83.33٪. وهو أمر مرتبط بسيطرة البحوث المسحية على بقية البحوث الأخرى كما بينت النتائج سابقاً، كما أن الاستبيان يعتبر من أسهل أدوات جمع البيانات وأكثرها تداولاً، كما أنه الأداة المناسبة للوصول إلى جماهير وسائل الإعلام العريضة، عكس المقابلة المقننة التي تستعمل للوصول إلى فئات أو مجموعات صغيرة. فضلاً عن هذا فالاستبيان من شأنه أن يجمع عدداً كبيراً من المعلومات، لأنه يضم عدداً معتبراً من الأسئلة، عكس المقابلة التي عادة ما يحدد حجم الأسئلة فيها.

-جدول رقم (69) يبين الاستخدام النظري لأدوات جمع البيانات الكمية -

النسبة	التكرار	الأداة الكمية
100	06	الاستبيان
		المقابلة المقننة
100	06	المجموع

يوضح الجدول أنه لم يتم تناول المقابلة المقننة نظرياً في المجلة الجزائرية للاتصال، وذلك بالرغم من تخصيص هذه الأخيرة للعديد من المقالات النظرية المتمثلة في "مقالات التطوير المنهجي"، إلا أنها لم تول اهتماماً بهذه الأداة الكمية. أما أداة الاستبيان فقد تم تناولها نظرياً بمعدل 6 مرات بنسبة 100٪ من مجموع أدوات جمع البيانات الكمية، كاستخدامها في مسوحات الرأي العام مثلما ورد في العدد 20 في مقال من مقالات التطوير المنهجي حول طرق وأساليب قياس الرأي العام. ويمكن

القول أن الاستبيان من أكثر الأدوات الكمية استخداما كما تبين النتائج، ولا بد من تفصيل كيفية بنائها واستخدامها، ومتطلبات هذا الاستخدام.

- جدول رقم (70) يبين الاستخدام التطبيقي لأدوات جمع البيانات الكمية -

النسبة	التكرار	الأداة الكمية
80.00	24	الاستبيان
20.00	06	المقابلة المقننة
100	30	المجموع

تبين النسب المسجلة في الجدول أن الاستبيان قد تفوق على المقابلة من ناحية الاستخدام التطبيقي له، كأداة من أدوات جمع البيانات الكمية. حيث بلغت نسبة استخدامه 80% مقارنة بالمقابلة المقننة المستخدمة بنسبة 20%.

رغم أن الاكتفاء بالاستبيان في البحوث الكمية يثير الكثير من الإشكاليات لأنه يعتمد على اللسان فقط، فرغم أهمية هذا الأخير في عملية التواصل إلا أنه يعجز عن قول كل ما يريد قوله. ولا يكفي بملفوظاته أو بما يُثبت منه خطيا، كما بين ذلك الفيلسوف الألماني غادامر Gadamer فحدود عالم الفرد هي حدود لسانه كما يقال. (نصر الدين لعياضي، 2009، 15)

كما أن نقد البحوث الميدانية في مجال العلوم الاجتماعية و الإنسانية، في الدول الغربية، التي تعتمد على الاستبيان كأداة بحث يركز على محورين أساسيين وهما: أولا الاعتماد على عينة لا تمثل مجتمع البحث ولا تعبر عن عدم تجانسه، وثانيا محدودية الاستبيان. فالاستبيان لا ينقد للأسئلة التي يتضمنها، والتي قد تكون موجهة أو مضللة فحسب، بل ينقد أيضا لاستبعاده بعض الأسئلة التي من الصعب إدراجها كلها في خانة السهو أو النسيان، لأن بعضها ينتمي إلى خانة المسكوت عنه أو غير المفكر فيه الذي يحيد عن الأنماط الاجتماعية المعيارية التي اكتسبت قوة المرجعية الاجتماعية والسياسية والثقافية والأخلاقية. أما في المجتمعات العربية فيوجه النقد للاستبيان لعدم قدرته على النفاذ إلى ما يفكر فيه المبحوثون أو المستجوبون أو ما يشعرون به. فأمام ضيق هامش حرية التعبير والتفكير، يصعب على الاستبيان أن ينتزع معلومات صادقة وكاملة ودقيقة من المبحوثين. والمبحوثون الذين يجيبون على بعض أسئلته دون خوف من أن تصل آراؤهم ومواقفهم إلى السلطات

العمومية أو الجماعات الضاغطة، يمارسون الرقابة الذاتية على ما يدلون به من إجابة نتيجة الإكراه الذي تمارسه الثقافة السائدة، فيتهربون من الإجابة الدقيقة بتقديم عبارات عامة تتماشى مع الآراء السائدة والمهيمنة. (نفس المرجع، 16-17)

وبالرغم من هذا النقد الموجه للاستبيان، إلا أنه يتضح من خلال الجدول والنتائج المتحصل عليها سابقا فيما يخص المناهج الكمية، أن هناك اعتمادا كبيرا على هذه الأداة في البحوث الإمبريقية المنشورة في المجلة الجزائرية للاتصال، كما يمكن أن نستنتج أن هناك توافقا بين استخدام منهج المسح والاستبيان في بحوث الجمهور أو الأثر.

4-2- مناهج وأدوات جمع البيانات الكيفية

لابد من التوضيح أنه ليس من السهل تقديم تعريف للبحث الكيفي، ذلك أن تعريفه عادة ما يستمد من الفروقات الموجودة بينه وبين البحث الكمي. وفي هذا يقول كل من "بريمان" و "بورجر" أن:

1- مصطلح بحث كيفي يعني أحيانا اقترابا من البحث الاجتماعي، والذي لا تجمع فيه المعلومات الكمية ولا تولد. رغم أن العديد من الباحثين ينتقدون ذلك، لأن تميز البحث الكيفي لا يكمن فقط في غياب الأرقام.

2- البحث الكيفي جمع تقاليد وأعراف متعددة عبر السنوات.

3- يناقش البحث الكيفي من خلال الطرق التي يختلف عنها في البحث الكمي، مما يوجهه عما

ليس عليه البحث الكمي. (Alan Bryman, 2012, 380)

ومع هذا يمكن الحكم على الدراسة على أنها بحث نوعي إذا توافرت فيها الخصائص التالية:

- إذا كانت مشكلة الدراسة أو موضوعها لا يتوفر عنه أدبيات أو نظريات سابقة، ويبدل الباحث جهدا في الوصول إلى استنتاجات جديدة لم يتطرق إليها باحثون آخرون.
- إذا استخدم الباحث الطريقة الاستقرائية في استنتاجاته بشأن الموضوع الذي يجرسه.
- إذا كانت البيانات التي تم جمعها للدراسة ذات طبيعة نوعية، أي لا يمكن تحويلها إلى بيانات كمية مثل محتويات الوثائق والقوانين والصور الفوتوغرافية.
- إذا تم تحليل البيانات بشكل نوعي غير كمي. (ماجد محمد الخياط، 2011، 74)

4-2-1- مناهج البحث الكيفية

لقد قسمنا مناهج البحث الكيفية في علوم الإعلام والاتصال في هذه الدراسة إلى: منهج دراسة الحالة، المنهج التاريخي، المنهج الإثنوغرافي، ومنهج تحليل المحتوى الكيفي (منهج تحليل الخطاب، منهج التحليل السيميولوجي).

أ- منهج دراسة الحالة

لقد اعتبر الكثير من من علماء المناهج دراسة الحالة منهجا لكشف وتحليل الموضوع محل الدراسة. فها هو قاموس علم الاجتماع الذي وضعه "فيرتشيلد" يذهب إلى أن دراسة الحالة منهج في البحث عن طريقه يمكن جمع البيانات ودراستها. وهذه الحالة قد تكون شخصا معينا أو أسرة أو جماعة أو نظام أو ميادين العمل المختلفة، أو هيئة اجتماعية أو مجتمع محلي، أو وطن معين. (عقيل حسين عقيل، 1999، 185)

فدراسة الحالة هي عبارة عن الدراسة المتعمقة لحالة فرد أو جماعة ما، أو مؤسسة أو مجتمع عن طريق جمع البيانات عن الوضع الحالي للحالة وخبراتها الماضية وعلاقتها بالبيئة باستخدام أدوات معينة، بغية معرفة العوامل المؤثرة في الحالة وإدراك العلاقات بينها.

كما يقصد بها كذلك الدراسة النوعية التي تركز على حالة معينة يفترض أن ثمة مبررات لاستكشافها بغرض الخروج بتفسيرات تثري المعرفة والتطبيق. كما أن الهدف من دراسة الحالة هو إعطاء وصف شامل وتفصيلي للحالة المحددة بكل عملياتها في سياق الموقف الطبيعي، وتتميز بأنها تمكن من دراسة المفاهيم والعلاقات السببية بين المتغيرات في بيئة حقيقية. (ماجد محمد الخياط، 2010، 146)

وتعتبر المؤسسة الإعلامية وحدة واحدة يستدعى الاقتراب منها، ووصف سياساتها واتجاهاتها ونظمها الداخلية وعلاقتها الخارجية، ومصادر تمويلها. وذلك عن طريق الدراسة الشاملة المتعمقة والمركزة لكل هذه الجوانب للخروج بوصف كامل لهذه الوحدة باستخدام أدوات منهجية تتسم بالصدق والموضوعية.

وتعتبر المفردة الواحدة أو العدد المحدود من المفردات هي كل مجتمع الدراسة، وليس العينة المختارة كعدد محدود ممثل للمجتمع. ولذلك تصلح دراسة الحالة لدراسة المؤسسة أو المؤسسات الإعلامية ككل، أو القائم بالاتصال كوحدة أو عدد محدود منه يمثل قطاعا يستدعي الوصف الجزئي أو الكلي. (محمد عبد الحميد، 2004، 168)

وتتم دراسة الحالة لأي من المؤسسات أو القائم بالاتصال في اتجاهين:

1- دراسة الوثائق الخاصة بالنظم والأفكار، واتجاهات التخطيط والممارسة. ولا تصلح في هذه الحالة الدراسات التحليلية للوثائق التي تعتمد على العينات أو التحليل الكمي، لأن هذا لا يسهم في تحقيق أهداف الدراسة التي تقوم على البحث المتعمق والمركز لأدوات أو وسائل اتخاذ القرار، والاتصال داخل الإطار التنظيمي للمؤسسة.

2- دراسة الأفراد ويشمل ذلك الأفكار والاتجاهات والآراء والدوافع والمشاعر من خلال المقابلة المتعمقة والبيورية، التي تركز على أهداف الكشف عن الأدوار والمراكز في المؤسسات، ودورها في التخطيط واتخاذ القرار، والكشف أيضا عن أساليب الممارسة المهنية والمهارات المختلفة في مجالات العمل وعلاقتها. (نفس المرجع السابق، 168-169)

ولدراسة الحالة أربع خصائص تتمثل في:

1- التركيز: ويعني ذلك أن دراسة الحالة تركز على موقف أو حدث أو برنامج أو ظاهرة محددة، وهذا يجعلها طريقة مناسبة لدراسة مشكلات واقعية.

2- الوصف: إن الناتج النهائي لدراسة الحالة هو تقديم وصف مفصل لموضوع الدراسة.

3- الاستقرائية: حيث تعتمد معظم دراسات الحالة على المنطق الاستقرائي، حيث يستمد الباحثون التعميمات والمبادئ من البيانات المتاحة، وتحاول كثير من هذه الدراسات اكتشاف العلاقات الجديدة أكثر من محاولتها اختبار فروض معينة.

4- الاستكشاف: ذلك أن دراسة الحالة تساعد على تقديم تفسيرات ومعان جديدة، وتوجهات جديدة، وهذا يساعد على تحقيق مزيد من الفهم للظاهرة. (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009، 224)

ومن الأمور الواجب مراعاتها عند القيام بدراسة الحالة:

1- وصف الحالة يجعل الأحداث والمواقف تتحدث عن نفسها، بدلا من التفسيرات والأحكام التي يضعها الباحث.

2- التركيز على الأحداث والمواقف البارزة في الحالة على حساب الوصف الكامل لها.

3- التركيز على البيانات التي تدعم النتيجة المقررة.

4- عدم الإنشغال بالتفاصيل والبيانات قليلة القيمة على حساب العمق التحليلي.

5- عدم المبالغة بمحاولة اشتقاق نظريات من بيانات قديمة، أو تغليف وصف الحالة بتعابير مبالغ فيها.

6- تعميم النتائج فيها لا يجوز إلا على الحالات المشابهة¹. (ماجد محمد الخياط، 2010، 147)

كما أن دراسة الحالة تخضع لجملة من الإجراءات المنهجية، والتي تتمثل على العموم في:

- تحديد الأبعاد ذات العلاقة بالمشكلة أو الظاهرة العلمية، التي يمكن أن تفيد في زيادة الاستبصار بالحالة والاقتراب منها.

- تحديد نوعية البيانات والمعلومات المستهدف جمعها.

- تحديد مصادر هذه البيانات سواء كانت الحالة ذاتها مؤسسة أو فرد أو غيرها، وكذلك تحديد وعاء هذه الوثائق أو التسجيلات أو الأفراد.

- تحديد أساليب جمع البيانات وأدواتها بما يتفق مع نوعية هذه البيانات ومصادرها. وبالتالي تصميم استمارات المقابلة أو بطاقات الملاحظة، والتأكد من الصدق المنهجي لأدوات جمع البيانات وثباتها.

- جمع المعلومات وتسجيلها وتحليلها.

- صياغة النتائج وتفسيرها. (محمد عبد الحميد، 2004، 170)

وتتميز دراسة الحالة بأنها تمدنا بثروة من المعلومات والتفاصيل التي تفيد الباحث، خاصة

إذا كان غير قادر على تحديد المعلومات التي يريدها بدقة. كما أنها تساعد على تقديم تفسيرات

شاملة لأسباب الظاهرة، على عكس المسوح التي لا تقدم لنا كافة أسباب الظاهرة. بالإضافة إلى

¹ يرى أغلب الباحثين أن نتائج أبحاث دراسة الحالة لا يمكن تعميمها على غيرها من الحالات الأخرى ضمن المجتمع الأصلي، لأنها مرتبطة بدراسة حالات خاصة ذات وضع متميز، لم يتمكن الباحث من معالجتها إلا في إطار هذا الطابع الفريد لها، وفي حدود الوضع الخاص بها.

أنها تتيح الاعتماد على مصادر متعددة مثل الوثائق والملاحظات المباشرة والمقابلات مما يزيد من صدق النتائج. (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009، 225)

إلا أنه يعاب على هذا المنهج أن النتائج المتوصل إليها هي نتائج تتأثر كثيرا بالعوامل الذاتية للباحث. كما أنها نتائج متعلقة بحالات فردية لا تمثل كعينة المجتمع الأصلي تمثيلا علميا صحيحا وفق القواعد المعروفة في اختيار العينة، وبالتالي فهي نتائج لا يمكن تطبيقها على المجتمع الكلي الذي تنتمي إليه، ولا يمكن تعميمها على غيرها من الحالات. (أحمد بن مرسل، 2003، 307-308)

كما يعاب على دراسة الحالة أنها تتشابه مع الملاحظة بالمشاركة في كونها تستغرق وقتا طويلا، وينتج عنها كم كبير من المعلومات التي يصعب تلخيصها وعرضها بطريقة جذابة، وإن كان بعض الباحثين يحاولون تقديم طرق غير تقليدية في عرض النتائج للتغلب على هذا النقد. (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009، 225)

ومع هذا يبقى منهج دراسة الحالة من أهم المناهج الكيفية المستعملة في الدراسات الإعلامية، لما لها من قدرة على التعمق في دراسة الحالة وتحليلها.

ب- المنهج التاريخي

يهتم التاريخ أساسا بتسجيل الماضي، وهو كما عرفه المؤرخ الإنجليزي "كولونجود" إعادة التفكير في الماضي وكتابة الأحداث التاريخية بوعي، إنه تاريخ الفكر البشري واكتشافات الباحثين والعلماء. والتاريخ بذلك ليس أحد العلوم التجريبية، لما يوجد من فروق واضحة تفصل بينهما. ذلك أن التاريخ بمعناه الخاص لا يدرس سوى أفعال الناس وتجاربه في الماضي وما يترتب عليها من آثار نفسية وحضارية ومادية، ومن ثم فهو ليس بعلم تجربة واختبار، ولكنه علم نقد وتحقيق، يستند إلى الوثائق التي يفحصها المؤرخ فحصا نقديا، ويحكم عليها حكما احتماليا. (عبد الحميد أحمد رشوان، 2004، 143)

أما المنهج التاريخي فإنه يشابه علم التاريخ في تسجيل ووصف الأحداث والوقائع التي حصلت في الماضي، ولكن يختلف عنه في كونه يتعدى مجرد سرد ووصف الأحداث والوقائع التي حصلت

في الماضي، ليحللها ويفسرها على أسس علمية دقيقة بهدف التوصل إلى تفسيرات وتعميمات تساعدنا على تفسير الماضي وفهم الحاضر والتنبؤ بالمستقبل. (موفق الحمداني وآخرون، 2006، 93)

فالمنهج التاريخي يستهدف معرفة تطور موضوع البحث عبر مراحلها الرئيسية في ترتيبها الزمني، وروابطها التاريخية الأساسية. فهو عبارة عن مجموعة من القواعد والمبادئ التي تهدف إلى المساعدة بشكل فعال في جمع المواد التاريخية، تقييمها ونقدها، وتقديم تركيبة أو خلاصة النتائج التي تحققت. فهو مجموعة من التقنيات والمبادئ التوجيهية التي يتبعها المؤرخون في استخدامهم للمصادر الأولية والثانوية بغية كتابة التاريخ. (فضيل دليو، 2015، 43)

ويطلق على هذا المنهج أيضا "المنهج الوثائقي"، أو كما يطلق عليه آخرون وخاصة الكتاب المهتمين بالبحوث الكيفية "النوعية" - مع أن بعض الكتاب قد يصنفون البحث الوثائقي التحليلي أو المنهج التاريخي مع البحوث الكمية - "المنهج الوثائقي التحليلي" أو "منهج تحليل الوثائق"،. (عامر إبراهيم قنديلجي، 2015، 110)

والبحث التاريخي يعتمد في الأساس على مصادر كتبت من قبل، وذلك لأن موضوع دراسته هو البحث عن وقائع حدثت في الماضي، وبالتالي يصعب علينا اختبارها في الوقت الحاضر. وعلى الرغم من أننا نتعامل مع المنهج التاريخي في أكثر من تخصص، وباختلاف تام من حيث اهتماماته، إلا أننا نتعامل دائما مع ظاهرة حدثت في الماضي، ويجب علينا دراستها وبحثها دراسة علمية دقيقة. ولهذا فإن للمنهج التاريخي أهمية في مجال البحث العلمي تتمثل خاصة في:

- الكشف عما هو غير معروف، فبعض الأحداث التاريخية لم تسجل.
- الإجابة عن الأسئلة الخاصة بأحداث الماضي.
- توضيح العلاقة بين الماضي والحاضر، لأن معرفة الماضي يمكن أن تقدم منظورا أفضل لأحداث الحاضر.
- تسجيل وتقييم انجازات الأفراد، المنظمات أو المؤسسات.
- المساعدة على فهم الثقافة التي نعيش ضمنها. (ماجد محمد الخياط، 2010، 288-289)

والبحوث التاريخية على أنواع، ويمكن أن تتخذ أحد الأشكال التالية:

- 1- البحوث البيولوجرافية، والتي تركز على حياة الشخصيات المهمة.
- 2- بحوث الأفكار أو الحركات، وهي التي تبحث التطورات السياسية، الاجتماعية أو الإقتصادية للأفكار أو الحركات.
- 3- البحوث المؤسسية، وهي تركز على منظمات خاصة بعينها.
- 4- البحوث المحلية، وهي التي تركز على أحياء، دول، أمم أو مناطق خاصة.
- 5- بحوث لحالات تاريخية، وهي التي تركز على الظروف الاجتماعية لحدث مفرد.
- 6- البحوث الانتقائية (الاختيارية)، وهي التي تعرف وتلقي الضوء على عنصر معين أو خاص في بعض العمليات المعقدة.
- 7- البحوث التحريرية، والتي تتعلق بترجمة أو معالجة الوثائق. (Arther Asa Berger,2000,133)

ويعتمد الباحثون في البحث التاريخي على نوعين من المصادر:

- المصادر الأولية: ويقصد بها المعلومات المكتوبة أو المنطوقة من قبل أناس شهدوا أو عاصروا الحدث. إضافة إلى المعلومات التي وردت من ذلك العصر على شكل صور فوتوغرافية وتسجيلات صوتية ووثائق رسمية وقوانين، بالإضافة إلى المنحوتات والآثار.
- فالمصادر الأولية هي مصادر ومراجع دونت وسجلت بياناتها ومعلوماتها بشكل مباشر ودقيق وموضوعي، ولأول مرة، بواسطة شخص أو جهات معنية تختص بتوثيق تلك المعلومات ونشرها. لذا فهي مصادر تكون معلوماتها أقرب ما تكون إلى الصحة والدقة والموضوعية. (موفق الحمداني وآخرون، 2006، 97)

- المصادر الثانوية: وهي المعلومات والبيانات التي دونها أناس لم يعاصروا أو يشاهدوا الأحداث الماضية مثل الكتب التي تؤرخ لذلك العقد، أو مصادر تتضمن تحليلاً لبعض المصادر الأولية. وتقدم هذه المصادر تحليلاً لما حدث أو تقدم حقائق عن أحداث جاءت بعد الظاهرة موضوع البحث، وهي تنتقل معلوماتها عن المصادر الأولية بشكل مباشر أو غير مباشر، أي تكون تلك المعلومات منقولة أو مترجمة عن مصدر ثان أو ثالث، وقد تكون بعض المصادر أولية في

إحدى الدراسات وثانوية في أخرى. وتجدر الإشارة بأن معلومات المصادر الثانوية أقل دقة من معلومات المصادر الأولية. (نفس المرجع السابق، 98-99)

إن إجراء أي بحث تاريخي يتطلب مجموعة من الخطوات تتمثل خاصة في الآتي:

- اختيار موضوع البحث: ويعني اختيار المشكلة اختيار موضوع البحث، أي طرح مشكلة تتعلق بالماضي، يكون لها أهمية واقعية موجودة. فالمشكلة المطروحة يجب أن تنطلق من المبادرة الذاتية للباحث التاريخي، وتنطلق من مشكلة حقيقية لا جواب لها، أو هناك شك لما فيها، وأن تكون المشكلة ضمن إمكانات الباحث، ومدى قدرته على الحصول على الوثائق الخاصة بها، وأن تكون هذه الوثائق قادرة على تقديم ما يوضحها ويحلها. (ماجد محمد الخياط، 2010، 289-290)

- جمع الحقائق والوثائق وتدوينها: فوسيلة الإجابة عن المشكلة هي جمع المصادر، وهي أهم أعمال المؤرخ، لأن التاريخ يصنع بالوثائق، وحيث لا وثائق لا تاريخ.

والغرض من البحث التاريخي هو الكشف عن المعرفة الجديدة وإكمال صورة الماضي. ولا شك أن الباحث مقيد فيما هو متاح له من معلومات وبيانات لدراسة المشكلة التاريخية، فهو لا يستطيع جمع البيانات من الماضي نفسه بل مما هو موجود في الحاضر عن الماضي، لذلك قد يجد الباحث كمية كبيرة من المعلومات عن الموضوع وقد لا يجد إلا القليل، ويعتمد ذلك على طبيعة المشكلة. (موفق الحمداني وآخرون، 2006، 102)

وبشكل عام فإن المصادر والوثائق يمكن أن تقسم إلى مصادر أولية وأخرى ثانوية. وعلى الباحث أن يخضع جميع هذه المصادر إلى النقد قبل الإعتماد عليها والاقتباس منها. ويرى "فارغان" أن نقد المصادر يقتضي الاعتماد على ستة طرق لتقييمها والحكم عليها:

- 1- تحديد تاريخ المصدر الوثائقي، أي متى أنتج.
- 2- تحديد مكانه، أي أين تم إنتاجه.
- 3- معرفة مؤلفه، أي من أنتجه.
- 4- تحليل مصدره، أي من أي مصادر سابقة تم إنتاجه.
- 5- تحديد أصالته، أي ما هو شكله الأصلي عند إنتاجه.

6- تحديد مصداقيته، أي ما هي القيمة الإثباتية لمضمونه.

وتعرف الطرق الأربع الأولى **بالنقد الأعلى**، والخامسة **بالنقد الأسفل** أو **الأدنى**، كما يسمى كلا من النقدين الأعلى والأدنى (الأسئلة الخمس الأولى) **نقدا خارجيا**، مقابل **النقد الداخلي** الذي يختص به السؤال السادس.

ويقصد **بالنقد الأعلى** أو كما يسمى في لغات أخرى **النقد الأكبر** أو **النقد التاريخي** مرجعية المواد المدروسة، أما **النقد الأدنى** أو **الأصغر** أو **النصي** فهو يخص أساسا أصالة المواد المدروسة. (فضيل دليو، 2015، 45-46)

أما **النقد الخارجي** فيختص كما وضعنا سابقا بالتحقق من أصالة الوثيقة، فيما يختص **النقد الداخلي** بالموثوقية التاريخية للمصادر الوثائقية. فحسب "لويس جوتشالك" يجب أن تتم عملية إثبات مصداقية كل وثيقة منها بشكل منفصل، بغض النظر عن المصداقية العامة لصاحبها. فالموثوقية العامة في نظره لا تعني موثوقية كل نص من نصوصه، ولا تغني عن إخضاع كل واحد منها للتقييم والنقد على انفراد. (نفس المرجع، 47)

أما الخطوات التي تتبع عملية جمع الوثائق ونقدها فتتمثل في:

1- اختبار، تنظيم وتحليل أهم الأدلة التي جمعت، واستخراج الاستنتاجات.

2- تسجيل الاستنتاجات في شكل هادف. (نفس المرجع، 45)

وهكذا فإن المؤرخ عادة ما يمر بمرحلتين أساسيتين هما **التحليل والتركيب**. فتبدأ المرحلة الأولى بجمع الوثائق ونقدها والتأكد من شخصية أصحابها، وتنتهي إلى تحديد الحقائق التاريخية الجزئية. ثم تبدأ المرحلة الثانية، فيأخذ المؤرخ في تصنيف هذه الحقائق الجزئية، وتحديد شروط الاستدلال التركيبي وتحديد بعض الصيغ العامة، والوصول إلى القوانين التي تحكم تاريخ البشرية. (عبد الحميد أحمد رشوان، 2004، 144-145)

ومنه يمكن القول أن المنهج التاريخي هو السبيل لاستكشاف الماضي، والغوص في أغواره، اعتمادا على وثائق، ومرورا بخطوات منهجية منظمة ومدروسة.

ج- المنهج الإثنوغرافي

الإثنوغرافيا وكما تسمى أيضا "دراسة الأعراق"، والتي هي عبارة عن وصف وتحليل وتفسير لثقافة مجتمع أو مجموعة من الأفراد، أو نظام ما، وتركز على الأفعال والمعتقدات، واللغات، ونمط الحياة لهؤلاء الأفراد أو المجتمعات أو النظام. (عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، 2009، 225)

فالإثنوغرافيا هي الدراسة الوصفية للمواصفات الأنثروبولوجية والاجتماعية لمجموعات إنسانية مختلفة. فهي تقليد بحثي جاء من أعمال الباحث الأنثروبولوجي "مالينوسكي"، وهي عمل ميداني حول جماعات إجتماعية محدودة، مجتمعات أو مؤسسات. وفي إطار عمله على الباحث الإثنوغرافي الملاحظة، تسجيل ما يرى وما يحدث، وأيضا التساؤل من أجل الاستكشاف والفهم. (Luc Bonneville et autres, 2007, 163)

يستعمل مصطلح بحوث الإثنوغرافيا في بعض الأحيان كمرادف للبحوث النوعية (الكيفية). ومع ذلك فإن الإثنوغرافيا في الواقع هي نوع خاص من البحوث النوعية، ولأنها استعملت لأول مرة من قبل علماء الأنثروبولوجيا وعلماء الاجتماع، فإن الإثنوغرافيا كانت العملية التي يقضي فيها الباحثون وقتا طويلا يعيشون مع، ويلاحظون الثقافات الأخرى في بيئة طبيعية، وقد ساعد هذا الإنغماس في الثقافات الأخرى الباحث على فهم طرق أخرى للحياة كما ترى من المنظور الطبيعي. وعلى أية حال، فإن فكرة الإثنوغرافيا تم تكييفها لموضوعات أخرى كالعلوم الساسية، الاتصال، التربية وغيرها كانت أقل اهتماما بوصف طريقة حياة ثقافة بكاملها، وأكثر إنشغالا بتحليل وحدات أصغر: الجماعات الفرعية، المؤسسات، التنظيمات، المهن، الجماهير... وللتقليل من الارتباك يقترح "بيرغ" الإشارة إلى الدراسة التقليدية للثقافات برمتها بأنها الإثنوغرافيا الكبرى، وإلى دراسة وحدات التحليل الأصغر بأنها الإثنوغرافيا الصغرى. وهذه المقاربة الأخيرة هي الأكثر استخداما من قبل الباحثين في وسائل الإعلام. (روجر وبمر، جوزيف دومينيك، 2013، 260-261)

والمنهج الإثنوغرافي يسمح للباحث في الاتصال بدراسة مجموعة ما، أفعالها، تصرفاتها، وتفسيرها ضمن سياقها. وهذا المنهج ينبثق من تقليد نظري وهو "التفاعلية الرمزية"، والتي من خلالها يعطي التمثيل الاجتماعي للظواهر معنى من خلال عملية التفاعل، فالوضعية العلمية ليست الموضوعية المستقاة من تفسير المعطيات، ولكنها فهم للتمثلات الممارسة عبر مختلف الأعضاء في

الحاضر. فالذي يجب استقاؤه من المنهج الإثنوغرافي، هو أنه يسمح للباحث بوصف وفهم الممارسات الاجتماعية لمجموعة من الأفراد من خلال المعنى الذي يعطيه هؤلاء للحقيقة. (Luc Bonneville et autres, 2007, 163- 164)

وبحوث الإثنوغرافيا تتميز بأربع صفات:

- أنها تضع الباحث في وسط الموضوع قيد الدراسة.
- أنها تؤكد على دراسة القضية أو الموضوع في إطار مرجعية الباحث.
- أنها تتضمن قضاء وقت كبير من الوقت في الميدان.
- أنها تستخدم مجموعة متنوعة من تقنيات البحث بما فيها الملاحظة والمقابلة، وحفظ المذكرات (اليوميات)، تحليل الوثائق المتوفرة، التصوير الفوتوغرافي، تسجيل الفيديو... (روجر ويمر، جوزيف دومينيك، 2013، 261)

كما تقوم البحوث الإثنوغرافية النوعية على الأسس والافتراضات التالية:

- يتأثر السلوك بالبيئة التي حدث فيها، والفهم الحقيقي للسلوك يتطلب فهم تلك البيئة أو السياق.
- تجميع البيانات والمعلومات في مواقعها وسياقها الطبيعي، وتفسير البيانات في إطار السياق الذي جمعت فيه.
- تعميم النتائج ليس هدفاً؛ فالمهم الوصف الدقيق والكافي للموقف، والتوسع في النتائج.
- لا يفرض الباحث نظامه القيمي أو معتقداته على المواقف قيد الدراسة، أو المشاركين في الحدث. فما يتوجب عليه هو وصف السياق والمحيط دون أية محاولة من جانبه لفرض نظامه القيمي على المواقف البحثية.
- عملية اشتقاق الفروض والمعاني والتفسيرات للحدث أو الموقف عملية ديناميكية ومستمرة.
- ضبط المواقف ومعالجتها ليس من مهام الباحث الإثنوغرافي.
- إدراكات الأفراد والجماعات هي الموجه الأساسي لسلوكهم نحو الآخرين.
- التفاعل ضروري بين الباحث والمشاركين.
- تتبثق أسئلة البحث الإثنوغرافي من عدد من المصادر، مثل الأحداث اليومية الشائعة عند المشاركين، الايديولوجيات والفلسفات، الخبرات والتجارب.

- الباحث الإثنوغرافي يقظ ومنتبه، يدون الأحداث بدقة وأمانة وموضوعية. (عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، 2009، 228-229)

ففي البحث الإثنوغرافي تسمح الملاحظة الدقيقة للقضايا بتحديث الطرق والاجراءات التي يفسر من خلالها الفاعلون الحقيقة الاجتماعية. فالباحث يختار زاوية للبحث للاقتراب من موضوعه، ولا يبحث عن اختبار فرضيات، ولكن على صياغة البعض منها من خلال ملاحظاته التي يعيد صياغتها من خلال ملاحظات أخرى. فالفرضيات يتم صياغتها وتعديلها مع تطور البحث، وتفسير المعطيات يتم عبر الاستقراء من خلال ما يثبتته الميدان. (Luc Bonneville et autres, 2007, 163)

وعند تطبيق المنهج الإثنوغرافي تعتبر أدوات جمع البيانات المفضلة هي الملاحظة والمقابلة، كما أنه يستلزم الاقتراب من الأعضاء الفاعلين في البحث، وتحقيق الألفة معهم للسماح للباحث بفهم وتحديد الظاهرة محل الدراسة. ذلك أن المنهج الإثنوغرافي هو الطريقة البحثية التي تفضل الوصف الدقيق لوضعية، ثقافة، حدث، ظاهرة اجتماعية خاصة في محيطها الطبيعي. (IBID, 164-165)

كما يستخدم هذا المنهج مجموعة من التقنيات كالتحليل اللغوي، التحليل النفسي، الدراسات الإحصائية، وكذلك المناهج التاريخية لوصف مجموع المركبات الثقافية، وذلك بالتركيز خاصة على الثقافات العرقية. وبتحضيرها للتحقيقات (الاستمارة، الدلائل) فإن الإثنوغرافيا تقدم معلومات، ملاحظات، وثائق ومواضيع يستخدمها الباحث في تسجيل المعطيات وترتيب الأدوات. (أ. لارامي، ب. فالي، 2009، 253)

فعملية إجراء البحوث الإثنوغرافية تبدأ بتحديد المشكلة أو الظاهرة التي ينبغي استكشافها، ثم اختيار الموقع الميداني أي المكان الفعلي أو الأماكن الفعلية التي سيتم فيها جمع البيانات. ثم يجب على الباحث الحصول على منفذ (الدخول) وتقرير ما الذي سيدرسه كما هو الحال عموماً مع البحوث الميدانية، وما هي السلوكيات التي سيدرسها ومتى وأين سيراقبها، وأي الأفراد سيختار للمقابلات المكثفة، وأي الوثائق الرئيسية يمكن أن تكون ذات صلة لتحليلها.

ويتبع تحليل البيانات في بحوث الإثنوغرافيا نفس الأنماط كما في أشكال البحوث النوعية الأخرى. فالباحث يبحث عن أنماط وسمات عامة في البيانات، وفي نهاية المطاف ستظهر فئات تحليلية، وسيتم التحقق منها مرة أخرى مقابل البيانات لمعرفة ما إذا كانت تقدم تفسيرات ثابتة أو

متسقة. وفي نفس الوقت يقوم الباحث بتفسير البيانات وتقديم بعض الأسس المفهومية لفهم عام أكبر لتصورات المجموعات وسلوكياتهم. (روجر ويمر، جوزيف دومينيك، 2013، 262-263)

وكما هو الحال في أشكال البحث النوعي الأخرى، فإن المرحلة الأخيرة من البحوث الإثنوغرافية هي إعداد التقرير المكتوب.

وهناك تطوير جديد نسبياً في البحوث النوعية هو "الإثنوغرافيا الافتراضية"، والتي تمددت إلى فضاء الإنترنت وتشمل طائفة متنوعة من التقنيات. فثمة أسلوب إثنوغرافي عبر الإنترنت هو "الإنغماس"، وهو سلسلة من التمارين والاختبارات الإسقاطية تعطي الباحثين لمحة عن حياة الأشخاص الذين يقومون ببحثهم. فمثلاً قد يطلب من المشاركين وصف أفكارهم عن "المنزل" وذلك باستخدام يوميات مصورة، أو مقاطع فيديو، أو مدخل مدونات. (نفس المرجع، 264-265)

ويبين هذا التطور الأخير أهمية الإثنوغرافيا كبحث نوعي، فمن الدراسات التقليدية للمجتمعات، إلى الدراسات الحديثة التي تختص بفضاء الإنترنت وما نجم عنها من تطورات في الأساليب والأدوات.

د - منهج تحليل المحتوى الكيفي

لقد تأثرت إجراءات تحليل المحتوى الكيفي بكتابات كل من "وابر"، "بلومر" و "ليفي ستروس". فطرق تحليل محتوى وسائل الإعلام المختلفة عن تحليل المحتوى الكمي انبثقت من تيارات معرفية ونظرية مختلفة، وأدوات التحليل المستقاة من فروع مختلفة مثل النقد الأدبي، دراسات الفيلم واللسانيات تم تطبيقها في الاستقصاء حول بناء النص وإنتاج المعنى، وهي تركز على قدرة النصوص على نقل معانٍ مختلفة، والتي تتوقف خاصة على المستقبل.

وقد فرق Hijmans بين أنواع مختلفة من تحليل المحتوى الكيفي: التحليل البنائي السيميائي، تحليل الخطاب، التحليل البلاغي، التحليل السردي، التحليل التأويلي. (Barrie Gunter, 2000,82)

ويعتبر منهج تحليل الخطاب ومنهج التحليل السيميولوجي أكثر مناهج التحليل الكيفي استعمالاً في البحوث الإعلامية، ويتمثلان في:

1- منهج تحليل الخطاب

إن تحليل الخطاب يمثل منهجا وليس فقط طريقة للدراسة، ويسجل هذا المنهج نظرة تفسيرية اجتماعية للواقع الاجتماعي. وتشارك مناهج تحليل الخطاب في اهتمامها بالآثار التفسيرية للغة، وتعتبر أسلوبا تفسيريا للتحليل. وفي هذا الصدد لا يتضمن تحليل الخطاب مجرد مجموعة من التقنيات لإجراء تحليلات كيفية للنصوص، بل يتضمن أيضا مجموعة من الافتراضات بشأن الآثار التفسيرية للخطاب.

فتحليل الخطاب لا يتعلق فقط بأسلوب التحليل، بل إنه يشكل منظورا بشأن طبيعة اللغة وعلاقتها بالعلوم الاجتماعية والواقع الاجتماعي. وبعبارة أكثر تحديدا، فإن تحليل الخطاب عبارة عن مجموعة متصلة من المناهج لدراسة الخطاب، وهذه المناهج لا يترتب عليها مجرد ممارسات لجمع البيانات وتحليلها، وإنما يترتب عليه أيضا مجموعة من الافتراضات النظرية وما وراء النظرية. (محمد شومان، 2007، 27)

وتحليل الخطاب كما أنه وجه من أوجه السيميولوجيا، يمكن النظر إليه أيضا كشكل من أشكال النقد الألسني. فالخطاب كان يستخدم للإشارة للنصوص المكتوبة، ولكنه استخدم كذلك لتحليل الرسائل السمعية البصرية. وتطبيقاته اتسعت وتطورت في مجال الإعلام مع الدراسات السيميولوجية التي حاولت تقييم اللغة من ناحية الافتراضات الإيديولوجية غير الظاهرة (الخفية)؛ فتحليل الخطاب يلقي اهتماما خاصا بالمكونات الألسنية للغة المستخدمة في وسائل الإعلام. فالأخبار بالنسبة لهذا المنهج ما هي إلا تمثيل للعالم من خلال اللغة (وباللغة)، فهي تشكل بناء للقيم، اجتماعية واقتصادية المنشأ في أي شئ تمثله. (Barrie Gunter, 2000,87-88)

ويتألف تحليل الخطاب من ثلاثة أبعاد أو مستويات أو مراحل وهي:

- 1- الوصف: ويهتم بالخصائص الشكلية في النص.
- 2- التأويل: ويهتم بالعلاقة بين النص والتفاعل، فيرى في النص منتوجا لعملية الإنتاج، وكذلك مصدرا لعملية التأويل.
- 3- التفسير: حيث يهتم بالعلاقة بين التفاعل والسياق الاجتماعي، وبالاشتراطات الاجتماعية لعمليات الإنتاج والتأويل وتأثيراتها الاجتماعية.

إذن في تحليل الخطاب تتم الإجابة على ثلاثة أسئلة أساسية:

- من يتحدث؟
- ماذا يقول؟ أي ما يقوله بشكل ظاهر، بدلالاته وإيحاءاته وتضميناته.
- ماذا يعني؟ ما الذي يجب أن نفترضه ليكون حديثه مفهوما ضمن سياقه. (صفاء جبارة، 2012، 291)

ويشترك تحليل الخطاب مع كافة المناهج الكيفية في الاهتمام بما تحمله الحياة الاجتماعية من معان. ولكن تحليل الخطاب يحاول تقديم استجواب أكثر عمقا للوضع غير الآمن والمراوغ للمعنى؛ فهو يحاول التعرف على كيفية إنتاج الواقع الاجتماعي. فيقوم بفحص كيفية قيام اللغة ببناء الظواهر، وليس كيف تقوم اللغة بعكس وإظهار الظواهر. بعبارة أخرى ينظر منهج تحليل الخطاب إلى الخطاب باعتباره مكونا للعالم الاجتماعي، وأنه لا يمكن التعرف على العالم منفصلا عن الخطاب. (محمد شومان، 2007، 27-28)

فالخطاب هو كل الأشياء التي تكون العالم الاجتماعي بما في ذلك هويتنا. وبعبارة أخرى فإن الخطاب هو واقعنا الاجتماعي وإدراكنا لهويتنا؛ أي أنه بدون الخطاب لا يوجد هذا الواقع، وبدون فهم الخطاب لا يمكن أن نفهم واقعنا وتجارينا.

والخطاب في الثقافة الغربية هو منظومة البنى اللغوية الملفوظة والمكتوبة التي يستخدمها الفرد لإيصال رسائل واضحة محددة بهدف التأثير فيه، فضلا عن كونه مجموع وحدات؛ أي من مظاهر التعبيرات الإشارية والإيمائية والصورية الأخرى، التي تخضع مظاهرها الخارجية وتكويناتها الداخلية لقواعد محددة قابلة للتنميط. (بسام مشاقبة، 2010، 101)

وهكذا فإن تحليل الخطاب يرى بأن الوضعيات الإيديولوجية غير المعلنة، إدراكات القوة، مستويات اهتمام وسلطة المنتجين يمكن أن تتحدد من خلال البناء النصي لمحتويات الإعلام. فوفقا لكاتب أو محرر واحد فإن محتويات الجرائد ليست حقائق حول العالم، ولكنها مجرد أفكار، وتحليل خطاب وسائل الإعلام يمكن أن يقيم "الممارسة الإيديولوجية للتمثيل" من خلال اللغة.

فالإجراءات في أغلب تحليلات الخطاب تتكون من تجميع طبقي لتقنيات متعددة؛ فالتحليل الألسني الخاص (اختيار الكلمات، الأنماط السياقية)، والاستراتيجيات البلاغية تتبع بتحليل موضوعي. وهذا عموماً هو شكل عام من تحليل المحتوى لتحديد الفكرة الأساسية في النص. (Barrie Gunter, 2000, 88)

ويرى "فان دايك" أن أهم سمات تميز تحليل الخطاب عن تحليل المحتوى الكمي (التقليدي) تتمثل في الآتي:

- 1- يدرس تحليل الخطاب رسالة وسائل الاتصال بوصفها خطاباً لمصلحتها الخاصة؛ أي بوصفها وسيلة للاستدلال على عناصر وأشياء أخرى، عكس تحليل المحتوى الذي يستخدمها لغرض إيجاد العلاقات بين بعض خصائص الرسائل.
- 2- يهدف تحليل الخطاب أولاً إلى تفسير البيانات النوعية أكثر من الكمية، وقد تستند المعايير الكمية فيه إلى تحليل واضح أكثر نوعية.
- 3- يركز تحليل الخطاب على البنى الدلالية المضمرة في الخطاب، موضحاً التضمينات، الافتراضات، الترابطات... إنه يحاول إيجاد القواعد أو المبادئ التي تقف خلف بنى وإنتاج واستعباب رسائل ووسائل الاتصال. وعلى العكس فإن تحليل المحتوى يعتمد بشكل أساسي على المعلومات أو البيانات الملاحظة والقابلة للعد مثل الكلمات، العبارات، الجمل...
- 4- يكون تحليل الخطاب جزءاً من نظرية اجتماعية ومعرفية، وبدلاً من مجرد الربط، يحاول التفسير عبر نماذج معرفية دقيقة تشكل البنى المختلفة في خطاب وسائل الاتصال. (صفاء جبارة، 2012، 292-293)

إن سيادة وهيمنة مناهج وأدوات التحليل الكمي لم تمنع ظهور كثير من الانتقادات، التي انصبّت على شكلية وعدم موضوعية فئات تحليل المضمون الكمي، ومن هنا تطورت محاولات التحليل الكيفي في الثمانينيات من القرن الماضي باتجاه منهجية تحليل الخطاب وتحليل الخطاب النقدي، وقد تأثرت هذه المحاولات بهيمنة اتجاه ما بعد البنوية، ورغم عدم الاتفاق على مفهوم الخطاب إلا أنه أصبح يستخدم على نطاق واسع في تحليل النصوص الإعلامية. (محمد شومان، 2007، 23)

هذا ولا بد من الإشارة إلى تعدد مذاهب ومدارس تحليل الخطاب الإعلامي، ومنها مدارس التحليل اللغوي، تحليل المحادثة، مدرسة التحليل الثقافي، تحليل الخطاب لدى ميشال فوكو، المدرسة الألمانية، التحليل النقدي للخطاب الإعلامي...

2- منهج التحليل السيميولوجي

يشكل التحليل السيميولوجي ثاني اتجاه كبير لتحليل المحتوى الكيفي، وهو يركز أساساً على العلاقات الداخلية لعناصر الخطاب، ويعتمد على التحليل الكيفي لنظام الرسالة.

فالسيميولوجيا أو علم الدلائل ولدت من أعمال الأمريكي "شارل سندرس بيرس"، ومن جهة أخرى من أعمال الألسني السويسري "فرديناند دي سوسير". فموضوع السيميولوجيا هو "كل نظام للدلائل أو العلامات مهما كانت طبيعته، ومهما كانت حدوده: الصور، الإشارات، الأصوات، الأشياء والطقوس، البروتوكولات... فكلها تمثل لغات أو على الأقل أنظمة دلائل". وفي قلب هذا العلم تعمل العلامة أو الدليل. (Judith Lazer, 1991, 134)

وضمن هذا السياق يتجه التحليل السيميولوجي أو السيميائي للأنساق الاتصالية في إطار ملامسة قضايا الدلالة، واستظهار تحليلاتها الوظيفية واستنطاق أبعادها إلى المحايثة. ولأن السيميائية لا تنفرد بموضوع خاص وإنما تهتم بكل ما ينتمي إلى التجربة الإنسانية العادية، كانت النماذج الاتصالية بكل أشكالها ومستوياتها مجالاً بحثياً ملائماً لاستكشاف تعالق القوالب اللسانية (التركيبية، الدلالية والتداولية) بالقوالب المعرفية (السياسية، المجتمعية والثقافية). (فايزة يخلف، 2012، 63)

وقد أطلق على هذه الرؤية المنهجية ما بعد الحدائثية مسمى "التحليل السيميائي" الذي يروم مساءلة البنى القيمية والرمزية الكامنة في ثنايا الخطابات الاتصالية، ورصد المقولات الدلالية التي تؤسس لقضايا انفتاح النصوص ورفض طروحات الأنساق المغلقة التي تقوم بعمليات توحيد مستمر لما هو متعدد. (نفس المرجع، 63-64)

وتهتم هذه المقاربة بالمعنى العميق للرسالة؛ أي أنها لا تركز على المحتوى الظاهر بل على العلاقات البنائية للتمثلات في النصوص. فليس المحتوى هو الذي يحدد المعنى بل العلاقات ضمن ما

يشبه النظام؛ فالطبيعة المرجعية والمعنى الرمزي للرسالة هو الذي يأخذ ببساطة ليكون موضوع التحليل. وانتاج المعنى يتم بناؤه في الاتفاقات، الترميزات والاتفاق الثقافي.

فالعلمية الاتصالية ينظر إليها على أنها رموز تنظم في أنظمة تسمى "ترميزات"، وهذه الأخيرة هي اتفاقات أو تعاقبات تربط العلامة بمعناها. وهناك أنواع متعددة من الترميزات: الثقافية، التمثيلية، اللغوية. وهكذا فإن التحليل السيميولوجي أو السيميائي هو أساسا وصفي، ونظام الدلائل، الدلالة، التمثيل والممارسة الدلالية يتم تحديدها وتفسيرها بعد ذلك. (Luc Bonneville et Autres, 2007, 83)

والهدف هو اكتشاف الدلالة الخفية لنظام العلامات لفئة معينة من النصوص. فالباحثون يؤكدون أن كل فئة نصية (فيلمية، مسرحية، أدبية...) تمتلك لغتها الخاصة بها (الصور، الرموز، التشبيهات)، والتي يمكن تفكيكها ضمن السياق الثقافي الذي يتم استخدامها فيه. وحجتهم الأساسية هي أن التحليل النظامي والعميق يستطيع إظهار الدلالة الأساسية المخبأة في المواد الثقافية. (Judith Lazer, 1991, 134)

إن التحليل السيميولوجي يمثل مقاربة أكثر منه مناهج في البحث في "الدلالة الثقافية" لمحتويات وسائل الإعلام. فهو يتعلق بوسيلة لاكتشاف المعنى العميق، الدلالة الخفية وتوضيح نوايا كتاب الرسائل. ولكن يجب أن نكون حذرين عند استعمال التحليل السيميولوجي، وألا نستخدمه لاكتشاف ما لا يوجد حقا في النص. (ibid, 137)

وفي هذا السياق فإن التحليل السيميولوجي أفضل نهج يسلط الضوء على الآليات التي تنتج من خلالها المعاني في المضامين الإعلامية والاتصالية، ويكشف عن العلاقات الداخلية لعناصر النسق، ثم يعيد تشكيل نظام الدلالة بأسلوب يتيح فهما أفضل لوظيفة الرسالة الإعلامية داخل النسق الاتصالي. وقد بينت الباحثة "جوليا كريستيفا" الغرض من هذا التحليل قائلة "هو مجموعة التقنيات والخطوات المستخدمة للبحث في صيغ اكتمال حلقة الدلالة في نسق معين. وهو الأسلوب العلمي الذي يكشف، يحلل، ينتقد المعنى في نظام ما. وينتقد أيضا العناصر المكونة لهذا المعنى ولقوانينه". وبهذا يختلف منهج التحليل السيميولوجي عن تحليل المحتوى الإمبريقي الذي أثبت تراجمه في البحوث المعاصرة، إذ تأكد بأنه لا يهدف إلى فهم ميكانزمات المعنى، بقدر ما يسعى لجمع مؤشرات دالة لفهم محتوى الرسالة. (فايزة يخلف، 2012، 71-72)

إن الاختلاف الأساسي بين تحليل المحتوى الإمبريقي والتحليل السيميولوجي، يكمن في أن الأول هو أساسا كمي، بينما ينطلق الثاني إنطلاقة كيفية، بالبحث عن الدلالة الخفية في العلاقات وفي السياق؛ فالسيميولوجيا تهتم بالطريقة التي يعمل ويتحرك فيها الاتصال، وبنظام اللغة وبالتقافة، وخصوصا بالعلاقة المقامة في ظل النظام. هذا بالإضافة إلى كون:

- التحليل الإمبريقي يفضل المحتوى الظاهر، بينما تهتم السيميولوجيا بالدلالات الكامنة، وتبحث عن اكتشاف الخفي.
- التحليل الإمبريقي استدلالي، بينما التحليل السيميولوجي استقرائي.
- التحليل السيميولوجي أكثر إنسيابية، وبطريقة ما أقل إقناعا في أهمية ترتيب كل عنصر من الخطاب من التحليل الإمبريقي، الذي يدخل فيه كل عنصر في إطار مهياً مسبقاً. (Judith Lazer, 1991, 137- 138)

ولأن السيميولوجيا تبنى منهجيا على خطوتين إجرائيتين وهما التفكيك والتركيب، قصد إعادة بناء النسق الاتصالي من جديد وتحديد ثوابته البنيوية، ارتكز التحليل السيميولوجي على ثلاثة مبادئ:

- 1- **تحليل محايث:** ويقصد به البحث عن الشروط الداخلية المتحكمة في تكوين الدلالة وإقصاء المخيل الخارجي، وعليه فالمعنى يجب أن ينظر إليه على أنه أثر ناتج عن شبكة من العلاقات الرابطة بين العناصر.
- 2- **تحليل بنيوي:** يكتسي المعنى وجوده بالاختلاف وفي الاختلاف، ومن ثم فإن إدراك معنى الأقوال والنصوص يفترض وجود نظام مبني من العلاقات. وهذا بدوره يؤدي بنا إلى التسليم بأن عناصر النص لا دلالة لها إلا عبر شبكة من العلاقات القائمة بينها، ولذا فإن الاهتمام بالعناصر لا يكون إلا من منطلق دخولها في نظام الاختلاف تقييما وبناء. (فايزة يخلف، 2012، 73- 74)
- 3- **تحليل الخطاب:** إن منحى التحليل السيميولوجي الأول هو مساءلة الخطاب في شتى تجلياته، الأمر الذي أفرز قطبين يجتذبان الاهتمام الإجرائي للنظرية السيميولوجية. الأول يجسد النص، فيما يمثل الثاني السياق. وهكذا جاءت الإجراءات التحليلية السيميائية للجمع بين القطبين، ومن ثمة وصل النص بالسياق لتحصيل التفاعلات المولودة للخطاب ضمن المحيط الاجتماعي والثقافي. (نفس المرجع، 75)

وفي السياق الإعلامي تهتم السيميولوجيا بكيفية إنتاج المعنى في النصوص الإعلامية، مثل الأفلام أو البرامج التلفزيونية. فهي تعالج الدلائل والعلاقة بينها، أي أنها تفصل المحتوى عن الشكل، وترتكز على نظام الدلائل الذي يشكل النص. فمركز الاهتمام هو كيفية إنتاج المعنى، وكيفية تداوله عبر النصوص الإعلامية. (Luc Bonneville et Autres, 2007, 84)

هـ - مناهج البحث الكيفية في المجلة الجزائرية للاتصال

استعملت مناهج البحث الكيفية على اختلاف أنواعها في المجلة الجزائرية للاتصال على النحو التالي:

-جدول رقم (71) يبين توزيع فئة نوع المنهج حسب المناهج الكيفية-

النسبة	التكرار	المنهج الكيفي
12.15	13	دراسة الحالة
16.82	18	التاريخي
		الإثنوغرافي
4.67	05	التحليل السيميولوجي
51.40	55	تحليل الخطاب
14.95	16	أخرى
100	107	المجموع

تبين النسب المسجلة على الجدول أن استخدام مناهج تحليل المحتوى الكيفي بالمجلة الجزائرية للاتصال جاء بنسب متفاوتة، حيث سجل منهج تحليل الخطاب نسبة قدرت بـ 51.40٪، أما منهج التحليل السيميولوجي فلم تتجاوز نسبة استخدامه 4.67٪. ويمكن تبرير هذه النسب على أساس أن تحليل الخطاب هو أكثر المناهج قريبا من منهج تحليل المحتوى المعروف أو الشائع الاستعمال (أي الكمي)، والأكثر شيوعا في البحوث الإعلامية مقارنة بالمناهج الكيفية الأخرى. فيما ورد منهج التحليل السيميولوجي بنسبة ضعيفة نظرا لصعوبة تطبيقه إمبيريقيا، وقلة المواضيع النظرية التي تطرقت له، بالرغم من ورود السيميولوجيا، والتحليل السيميولوجية لبعض الأفلام في المقالات النظرية بالمجلة، إلا أن المنهج في حد ذاته لم يلق اهتماما كافيا. أما المنهج التاريخي فقد استخدم بنسبة 16.82٪، رغم ما يتمتع به من أهمية خاصة في التطرق للجوانب التاريخية المختلفة لوسائل الإعلام في الجزائر أو

في العالم، مثل مجال الصحافة المكتوبة والذي يلائمه استخدام مثل هذا المنهج كالرجوع لتاريخ الصحافة في الحقبة الاستعمارية، أو إبان الاستقلال. ولم يتم التطرق للمنهج التاريخي نظريا في المجلة إلا نادرا، واقتصر استعماله غالبا على البحوث الميدانية.

أما منهج دراسة الحالة فقد استخدم بنسبة 12.15٪، فيما لم يستخدم المنهج الإثنوغرافي أبدا في المجلة الجزائرية للاتصال.

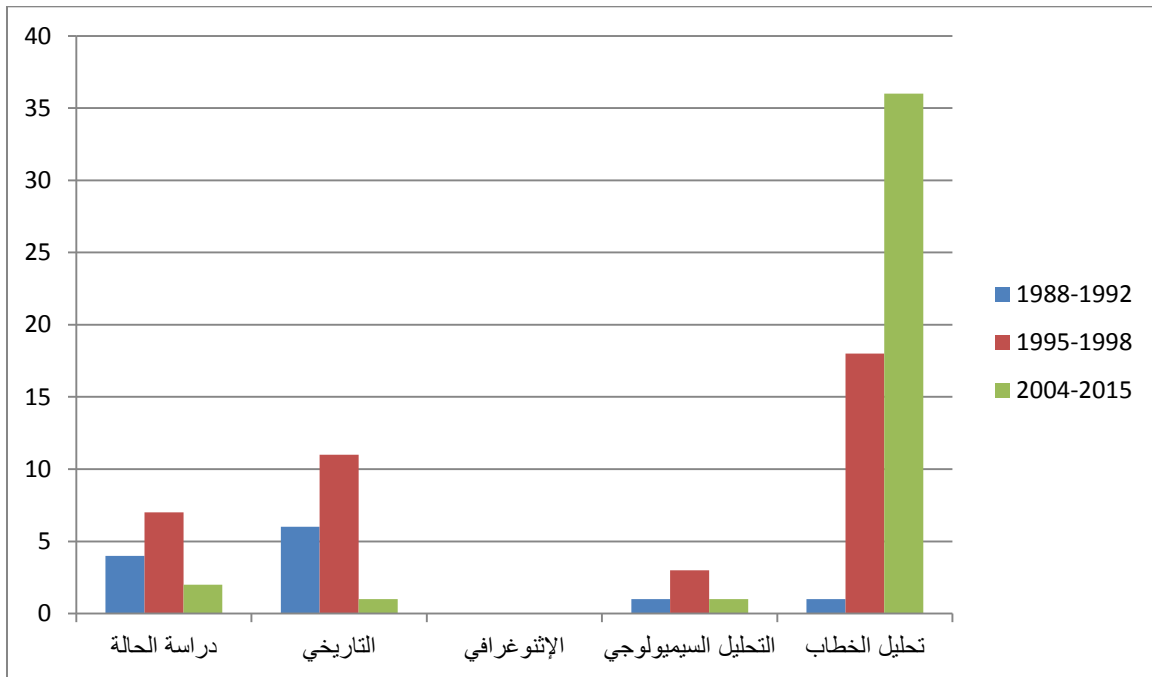
-جدول رقم (72) يبين توزيع فئة الزمن على المناهج الكيفية -

المنهج		دراسة الحالة		التاريخي		الإثنوغرافي		تحليل المحتوى الكيفي		الفترة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	التحليل السيميولوجي	تحليل الخطاب	
30.77	04	33.33	06			20	01	1.82	01	-1988 1992
53.85	07	61.11	11			60	03	32.73	18	-1995 1998
15.38	02	5.56	01			20	01	65.45	36	-2004 2015
100	13	100	18			100	05	100	55	المجموع

تبين النسب في الجدول أن استخدام المناهج الكيفية في المجلة الجزائرية للاتصال لم يكن بنفس الوتيرة، بل شهد تطورات عدة عبر الحقب الزمنية المختلفة. وبينما سجل كل من منهج دراسة الحالة، والمنهج التاريخي، ومنهج التحليل السيميولوجي ذروة الاستخدام خلال الفترة 1995 إلى 1998، كانت الذروة بالنسبة لمنهج تحليل الخطاب خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015، وذلك بنسبة 65.45٪. وقد يعود الأمر إلى زيادة الاهتمام بهذا المنهج في تحليل الخطابات والنصوص الإعلامية المتنوعة، خاصة في ظل البحث عن الدلالات والمعاني وهو الأمر الذي عجز عن تحقيقه منهج تحليل المحتوى الكمي. أما تطور باقي المناهج الكيفية الأخرى خلال 1995 إلى 1998، فيمكن أن يفسر أيضا على غرار تطور المناهج الكمية، وهو العودة بأبحاث نظرية وتطبيقية بعد فترة إنقطاع، خاصة وأن هذه الفترة جاءت مباشرة بعد التعدد والانفتاح الإعلامي الذي شهدته الصحافة المكتوبة في الجزائر، ما انجر عنه تغييرات عديدة على مستوى قطاع الإعلام وبالتالي طرح إشكاليات جديدة. وما

يلاحظ أيضا هو تراجع كل من منهج دراسة الحالة والمنهج التاريخي خلال الفترة 2004 إلى 2015 مقارنة بأول فترة صدور للمجلة من 1988 إلى 1992، بالرغم من تزايد الدعوة إلى الاهتمام بالمناهج الكيفية، في ظل الثورة التي أحدثتها وسائل الإعلام الرقمية، والتي أصبحت الحاجة إلى دراستها وفق هذه المناهج أمرا لا مفر منه.

وفيما يلي شكل توضيحي لتطور هذه المناهج:



- شكل رقم (15): تطور استخدام مناهج البحث الكيفية -

-جدول رقم (73) يبين توزيع الاستخدام النظري للمناهج الكيفية-

النسبة	التكرار	المنهج الكيفي
5.88	05	دراسة الحالة
10.59	09	التاريخي
		الإثنوغرافي
3.53	03	التحليل السيميولوجي
63.53	54	تحليل الخطاب
16.47	14	أخرى
100	85	المجموع

يوضح الجدول أن منهج تحليل الخطاب كان أكثر المناهج الكيفية استخداماً نظرياً، وهو ما تعكسه نسبة 65.53%. ذلك أن هذا المنهج ليس معروفاً بالقدر الكافي في البحوث الإعلامية في الجزائر، لذا فقد تم تناوله نظرياً خاصة في مقالات التطوير المنهجي؛ حيث ظهر نظرياً في المجلة في أكثر من عدد، فيما خصصت له المجلة مقالين مستقلين الأول بالعدد 15 لسنة 1997، والثاني في العدد 22 لسنة 2014. وحسب الباحث "أحمد بن مرسل" فإن "أساليب تحليل مواد الإعلام والاتصال قد عرفت توسعاً كبيراً في النصف الثاني من القرن العشرين، في إطار التطور الهائل الذي شهدته مناهج البحث وأدواته في العلوم الإنسانية بصورة عامة"، وأنه "بالرغم من المكانة المرموقة التي احتلها أسلوب تحليل المضمون ضمن الجهود العلمية السابقة، والدور الريادي الذي قام به في معالجة المواد الإعلامية، إلا أن هذا الدور بقي محدوداً في تحليل النصوص الإعلامية". وأن "الباحثين لجأوا إلى توظيف أساليب تحليل كيميائية معروفة من قبل في حقل الدراسات الألسنية للغة، بعد تكييفها مع متطلبات دراسة المعاني الخاصة بشروط ظهور الخطاب، وهي الدراسات التي عرفت بدراسة تحليل الخطاب". (أحمد بن مرسل، 1997، 309-310)

وكما يتبين أن الاهتمام بمنهج تحليل الخطاب، انطلق من قصور منهج تحليل المحتوى الكمي في تحليل النصوص الإعلامية من جميع جوانبها.

فيما لم يتم تناول المنهج الثاني من مناهج تحليل المحتوى الكيفي أي منهج التحليل السيميولوجي نظريا إلا في كل من الأعداد 11 و12 ، وتقريبا ارتبط هذا المنهج على مستوى المجلة باسم الباحث "محمد ابراقان" أكثر من أي باحث آخر، الذي اهتم كثيرا بعلم السيميولوجيا ودلالاته وتطبيقاته.

أما التعرض النظري للمنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة فقد كان بنسب ضعيفة بلغت 10.59% و5.88% على التوالي. ويمكن أن يكون مرد ذلك أن هذين المنهجين من المناهج المعروفة والمتداولة في البحوث الإعلامية الجزائرية، مقارنة بكل من منهج تحليل الخطاب ومنهج التحليل السيميولوجي. فقد برز المنهجين نظريا في المجلة - بشكل خاص- في مقالة من مقالات التطوير المنهجي بالعدد 11 و12، تناول فيها الباحث "صالح بن بوزة" تقسيمات مناهج البحث في الاتصال وتصنيفاتها، إضافة إلى تناولها في بعض الأعداد الأخرى، ولكن لم يخصص لهما ولو مقال منفرد في الأعداد التي تم تحليلها.

-جدول رقم (74) يبين الاستخدام التطبيقي للمناهج الكيفية-

النسبة	التكرار	المنهج الكيفي	
36.36	08	دراسة الحالة	
40.91	09	التاريخي	
		الإثنوغرافي	
9.09	02	السيميولوجي	تحليل المحتوى الكيفي
4.55	01	تحليل الخطاب	
9.09	02	أخرى	
100	22	المجموع	

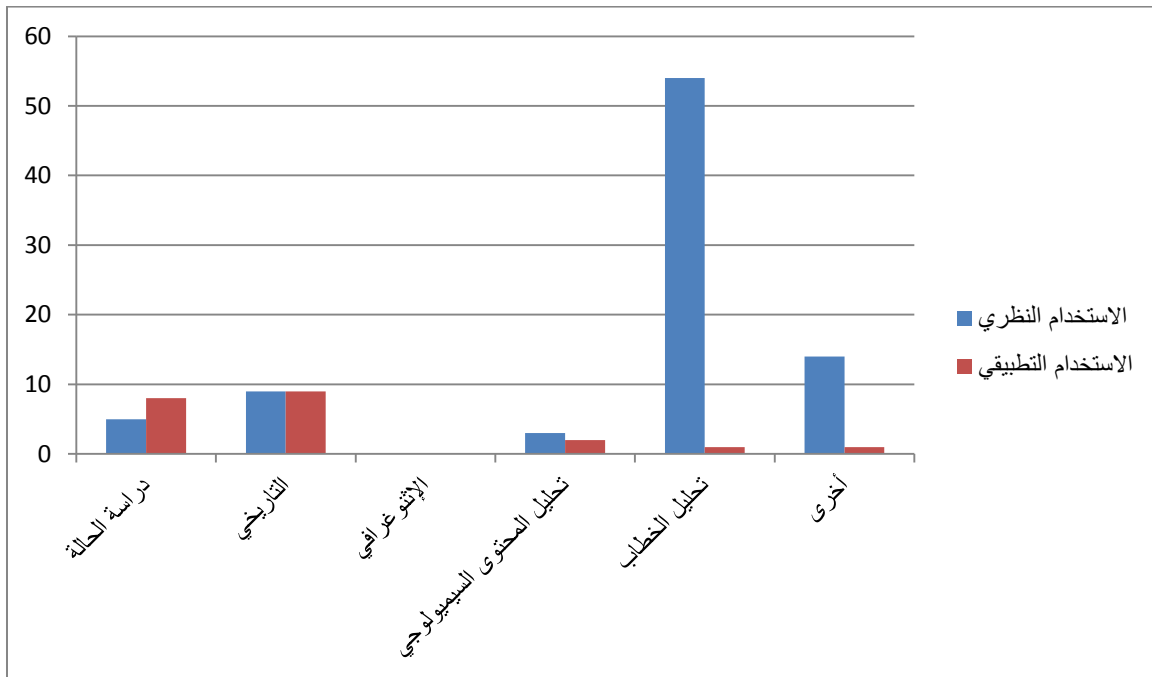
يوضح الجدول أن استخدام مناهج تحليل المحتوى الكيفي في البحوث الإمبريقية بالمجلة الجزائرية للاتصال محتشم، ولكنه متفاوت من حيث نسب استخدام المناهج التي تقع تحت هذا التصنيف. فمنهج تحليل الخطاب استخدم إمبريقيا مرة واحدة بنسبة 4.55%، وهو الأمر الذي يطرح تساؤلا حول عدم الاعتماد على هذا المنهج على الرغم من أهميته، وعلى الرغم من التعرض له نظريا.

كما يدل على سيطرة منهج تحليل المحتوى الكمي (أي المناهج الكمية) على بحوث رسائل ومحتويات وسائل الإعلام، ومحدودية استعمال المناهج الكيفية.

أما منهج التحليل السيميولوجي فقد استخدم إمبريقيا بنسبة 9.09%، وذلك راجع لصعوبة تطبيقه، فضلا عن عدم تحكم الكثير من الباحثين فيه. وقد ورد في دراستين الأولى بالعدد 3 للباحث "ابراقرن محمود" والثانية بالعدد 18 للباحث "جمال العيفة".

أما منهج دراسة الحالة فقد كان من أبرز المناهج الكيفية استخداما في المجلة الجزائرية للاتصال وذلك بنسبة 36.36%، لما له من دور في التعمق في دراسة الحالة بعينها وتشخيصها تشخيصا دقيقا. وقد ظهر في أكثر من عدد بالمجلة، مرافقا للمناهج الأخرى كالمسح والمنهج التاريخي.

ويوضح الشكل الموالي الاستخدام النظري والتطبيقي للمناهج الكيفية:



- شكل رقم (16): الاستخدام النظري والتطبيقي للمناهج الكيفية -

4-2-2- أدوات جمع البيانات الكيفية

تتنوع الأدوات التي يستعملها الباحثون في جمع المعلومات في البحوث الكيفية، على غرار مثيلاتها في البحوث الكمية، وتتراوح بين الملاحظة، المقابلة المتعمقة، المجموعات المركزة والأساليب الإسقاطية.

أ- الملاحظة

تعد الملاحظة إحدى الأدوات الأساسية لجمع البيانات في البحوث النوعية (الكيفية)، وتكون ضرورية لوجود بعض المواقف التي يصعب على الباحث استخدام الوسائل الأخرى لجمع البيانات فيها. ومثلها مثل أدوات البحث الأخرى تتطلب الملاحظة مهارات محددة على الباحث أن يتقنها حتى يتمكن من إجراء الملاحظة بطريقة جيدة.

ولغرض متابعة ظاهرة أو سلوك معين على أرض الواقع يلجأ الباحثون إلى اتباع أسلوب الملاحظة للحصول على بيانات ومعلومات معينة، وهذا الأسلوب استخدم قديما في العلوم الطبيعية ثم انتقل إلى العلوم الاجتماعية والإنسانية.

والملاحظة هي عبارة عن تفاعل المعلومات وتبادلها بين شخصين أو أكثر (الملاحظ والمشاركين بالدراسة) لجمع معلومات وبيانات محددة حول موضوع أو ظاهرة معينة، وأسلوب المتابعة ينبغي أن يكون بأسلوب علمي دقيق. (ماجد محمد الخياط، 2010، 243-244)

وفي البحث العلمي يمكن أن نعرف الملاحظة بأنها المشاهدة والمراقبة الدقيقة لسلوك أو ظاهرة معينة، وتسجيل الملاحظات أولا بأول، وذلك بالاستعانة بأساليب الدراسة المناسبة لطبيعة ذلك السلوك أو تلك الظاهرة بغية تحقيق نتائج أفضل، والحصول على معلومات أدق.

والملاحظة النوعية هي أقل تنظيما من الملاحظة التي قد تستخدم في البحث الكمي. فالباحث النوعي لا يستخدم تصنيفات وأنماط محددة سلفا، بل يسجل ملاحظاته بشكل طبيعي ومستمر ومفتوح، فيقوم بتسجيل الواقع كما يحدث. والفكرة الأساسية هنا هي أن التصنيف والتوصيف الذي تتعرض له المعلومات الناتجة عن الملاحظة ستظهر بعد جمع المعلومات وتحليلها، بدلا من أن تفرض على المعلومات أثناء عملية الملاحظة. (عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، 2009، 347)

وعلى عكس البحوث الكمية فإن البحوث النوعية لا تستخدم أدوات مطورة من قبل باحثين آخرين، بل يطور الباحثون فيها أشكال من الملاحظة لجمع البيانات.

وعندما تكون الملاحظة غير منظمة فإنها تنشأ من خلال سلسلة من العمليات المختلفة، تتلخص اجراءاتها في النقاط التالية:

- تحديد هدف الملاحظة ومجالها ومكانها وزمانها.
 - إعداد بطاقة الملاحظة ليسجل الباحث عليها المعلومات التي يتم جمعها بالملاحظة.
 - التأكد من صدق الملاحظة عن طريق إعادتها لأكثر من مرة.
 - تسجيل ما يتم ملاحظته مباشرة. (رحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، 2013، 211)
- ويمكن تصنيف الملاحظة إلى أنواع حسب الأساس الذي يمكن أن يعتمد في التصنيف. وقد تقسم الملاحظة على النحو التالي:

- الملاحظة المباشرة والملاحظة غير المباشرة (حسب مشاركة الباحث)
- الملاحظة المحددة والملاحظة غير المحددة (حسب الهدف)
- الملاحظة المقصودة والملاحظة غير المقصودة (حسب الهدف)
- الملاحظة البسيطة والملاحظة المنظمة (حسب درجة الضبط)
- الملاحظة بالمشاركة والملاحظة دون مشاركة (حسب مشاركة الباحث) (نفس المرجع، 212)

ويعتبر التصنيف الأخير هو الأكثر شيوعاً والأكثر استخداماً. فالملاحظة بالمشاركة هي مصدر ظهور الأشكال الأخرى للملاحظة في عين المكان، وهي تتطلب الاندماج في مجال حياة الأشخاص محل الدراسة، مع مراعاة عدم تغيير أي شئ في الوضع.

وإذا لم يكن من الضروري العيش في وسط الأشخاص محل الدراسة أو على الأقل البقاء معهم لمدة كافية كي نشاركهم حياتهم اليومية من أجل ملاحظتهم، فبإمكاننا أن نكتفي بملاحظتهم بدون مشاركة.

وللملاحظة بالمشاركة طموحات أكثر من الملاحظة بدون مشاركة، لأنها لا تهدف فقط إلى تقديم عناصر عن الوضع، بل إنها تطمح كذلك إلى استخراج المعنى الذي يمنحه لها الفاعلون الاجتماعيون. (موريس أنجرس، 2004، 185-186)

فبالباحث يلجأ للملاحظة بالمشاركة عندما يريد أن يعرف الموقف جيداً، أين يصبح بإمكانه المشاركة في الأنشطة في الموقف المراد بحثه، وهذا يعطيه فرصة جيدة ليرى الخبرات من وجهة نظر المشاركين. أما الباحث الملاحظ غير المشارك فهو الذي يزور الموقع الذي تتم فيه الملاحظة، ويقوم بالتسجيل دون المشاركة في الأنشطة. (منذر عبد الحميد الضامن، 2015، 95)

وتمر عملية الملاحظة بثلاث مراحل هي الدخول في العمل الميداني، وجمع المعلومات، ومرحلة الانتهاء والخروج من الميدان.

1- مرحلة الدخول في العمل الميداني: وتختلف عملية الدخول إلى الميدان باختلاف الغرض من الدراسة وطبيعتها، وطبيعة المجتمعات المراد دراستها ومهارات الملاحظ.

إن عملية الدخول إلى الميدان تكاد تكون أهم المراحل في عملية الملاحظة، وقد يؤدي عدم التحضير المادي والذهني الجيدين لعملية الدخول إلى فشل الملاحظ في النجاح في مهمته. ومن المهم أن يكون لدى الباحث عند دخوله الميدان توجهات نظرية كافية ليبدأ من خلالها في عملية الملاحظة، وينبغي أن تشمل على استراتيجية البحث، والأساليب التي يحتاج إليها لتنفيذ هذه الاستراتيجية، والخطوط العامة للأسئلة المبدئية التي يحاول الحصول على أجوبة لها.

بالإضافة لهذا على الباحث أن يعي بأهمية تأسيس علاقة تبادلية بينه وبين المشاركين في هذه المرحلة، وإذا ما أراد أن يحصل على المعلومات اللازمة فعليه أن يطور ثقة متبادلة وتعاون مع المشاركين. (ماجد محمد الخياط، 2010، 252)

2- مرحلة جمع المعلومات والبيانات: حيث أن المهمة الرئيسية للملاحظ المشارك هي ملاحظة الأفراد في المجموعات، أو أي مهمة أو شئ آخر، بينما يكون هو نفسه منخرطاً معهم فيما يفعلون، وعادة ما يتسلم الباحث التقارير من مقدمي المعلومات والمتعلقة بمشكلة دراسته أولاً بأول. ولإعطاء

قدر من الدقة للبيانات يقوم الباحث بإثارة أسئلة حول الموقف والتقارير التي سلمت له، وعادة ما تثار هذه الأسئلة ضمن تفاعل الباحث مع أفراد المجموعة.

وعادة ما يبدأ الباحث بجمع معلومات وصفية هدفها وصف الموقف والأفراد والأحداث التي تجري في الموقف. (نفس المرجع، 253)

3- مرحلة تسجيل الملاحظات الميدانية: والتي لا بد أن تتم بطريقة مناسبة، وأن تكون مجموعة المشاركين على علم بذلك، وتتقبل دور ومهمة الملاحظ.

4- مرحلة إنهاء عملية الملاحظة: فلا بد للملاحظة أن تنتهي في موعد؛ فتحدد فترة بقاء الباحث الملاحظ يتحدد بمدى احتياجاته للمعلومات، والكمية التي تمكن من جمعها منها، ومدى اهتمامه، ومصادر التمويل التي يحصل عليها.

وهنا لا بد من التأكيد بأن عملية تحليل البيانات والمعلومات في البحث النوعي تسير جنباً إلى جنب مع عملية جمعها. فمع تقدم الباحث في عملية تسجيل الملاحظات وتحليلها يصبح أكثر معرفة بالموقف.

وعلى الباحث، وقبل أن ينهي جمع ملاحظاته ومغادرة الميدان، أن يتأكد من صحة ما توصل إليه من تحليلات، بمقارنته بين المعلومات التي حصل عليها في مختلف الأوقات التي قضاها في الميدان. وقرار إنهاء عملية الملاحظة مرتبط بوصول الباحث إلى ما يسمى بمرحلة الإشباع، أي أن أية معلومات في مواقف جديدة لن تضيف شيئاً إلى ما توصل إليه. (عامر قنديلجي، إيمان السامرائي، 2009، 355-356)

وعلى الرغم من أن الملاحظة الميدانية ليست تقنية مناسبة لكل أنواع البحوث، إلا أن لها عدة مزايا تنفرد بها. فالملاحظة الميدانية تساعد الباحث على تحديد معلومات الخلفية الأساسية الضرورية لصياغة الفرضية، ولعزل المتغيرات المستقلة عن المتغيرات التابعة. وغالباً ما تسمح الملاحظة بعمل دراسات استكشافية ممتازة لأنها تقوم بتحديد متغيرات مهمة، وتزود الباحث بمعلومات أولية مفيدة، بالإضافة إلى أنها لا تعتمد على مقدرة المشارك أو رغبته في الإعلان عن سلوكه. وأحياناً تكون الملاحظة وحدها الطريقة الملائمة خاصة عندما يكون الأسلوب الكمي صعباً، كما أنها قد تزودنا بمدخل إلى الجماعات التي يصعب من غير هذا الأسلوب ملاحظتها أو اختبارها.

وغالبا ما تكون الملاحظة الميدانية غير مكلفة، كما أن أكثر مزاياها الجديرة بالذكر هي أنها تجري في ظرفها الطبيعي حيث يتم النشاط موضع الدراسة. (روجر ويمر، جوزيف دومينيك، 2013، 226-227)

ومع كل مزاياها إلا أن الملاحظة خيار سيئ للتأكد من صحة المعلومات. وترجع هذه الصعوبة بشكل جزئي إلى أن الطابع التمثيلي للملاحظات التي تسجل هي موضع تساؤل، وترجع بشكل جزئي آخر إلى مشكلات في التعيين. إلى جانب ذلك فإن الملاحظة تعتمد كثيرا على إدراكات الباحث وأحكامه، وكذلك على انطباعاته المسبقة عن المادة موضوع الدراسة. (نفس المرجع، 227-228)

ب- المقابلة المتعمقة:

المقابلة المتعمقة هي إحدى أدوات جمع البيانات الكيفية، وتوصف بأنها عبارة عن لقاء مخطط له بين الباحث والمبحوث للإجابة عن مجموعة من الأسئلة المفتوحة التي تدور حول موضوع محدد بجوانبه المختلفة، والتي يكون الباحث قد جربها جيدا وأعد الأسئلة حولها بعناية، بحيث يمكن الحصول على معلومات تفصيلية معمقة عن موضوع البحث.

إن المقابلة المتعمقة كأداة لجمع بيانات البحوث الكيفية تتحدد فيها نوعية وكمية المعلومات بناء على أهداف البحث وموضوعه. فقد تكون في صورة حقائق، أو معتقدات أو آراء أو اتجاهات أو مواقف، أو دوافع أو أسباب، أو سلوكيات، أو قيم. (منال مزاهرة، 2014، 187)

فالمقابلة المتعمقة هي التي تمكن الباحث من أن يسبر أغوار مشاعر فرد معين اتجاه ظاهرة اجتماعية معينة وجوانب تعريفه بها، وكيفية ربطه إياها بمجالات أخرى من حياته الاجتماعية، فسوف يكشف المبحوثين في الغالب عن أحكامهم بشأن اتجاهات الآخرين، وكيف تؤثر هذه الاتجاهات على اتجاهاتهم الخاصة وسلوكهم الخاص. ويمكن عن طريق المقابلة المتعمقة التعرف على المعلومات المتعلقة بالحوادث الماضية، التي تسمى "البيانات الاسترجاعية الممتدة عبر الزمن"، خاصة إذا ما أعطي المبحوثون وقتا كافيا لاسترجاع الحوادث الماضية ووضعها في سياق معقول. (محمد حسن إسماعيل، 2011، 208)

إن المقابلات المتعمقة مثل المسوح، فهي طرق تسمح للباحثين بسؤال أو محاورة مستجوبين من أجل الحصول على معلومات حول ظاهرة محل اهتمام، ولكنها تختلف عن المسوح في عدة نقاط. أولها أن المقابلات المتعمقة تكون نصف موجهة، ويتم النظر إليها من قبل الباحثين على أنها تعاون بين الباحث والمبحوث. وثانياً فإن المقابلات المتعمقة تستمر ما بين ساعة إلى ثلاث ساعات؛ ذلك أن الباحثين يهتمون بالحصول على وصف غني وعميق، أكثر من اهتمامهم بجمع المعلومات عن صفات المبحوثين. (Richard West, 2000, 65)

وتتطلب المقابلة المتعمقة ما يلي:

- تحديد المشكلة البحثية بوضوح، وتحديد جوانبها المختلفة، وصياغة النقاط التي ستدور حولها المقابلة مع المبحوثين المناسبين، بحيث يمكن الحصول منهم على البيانات المطلوبة.
- امتلاك الباحث معلومات كافية عن موضوع البحث بجوانبه المختلفة، بحيث يتمكن من محاورة المبحوث، وإدارة المقابلة بطريقة تتيح فرصة الحصول على معلومات ذات دلالة جوهرية للموضوع، وذات دقة عالية.
- تسجيل أو تدوين المقابلة بدقة وتقييم المعلومات تقييماً نقدياً، واستدعائها والربط بينهما، واستخدامها الاستخدام الأمثل في الدراسة، وكذلك التعبير عن النتائج وفق هذه المعلومات. (منال مزاهرة، 2014، 188)

كما تتميز المقابلة المتعمقة بالآتي:

- تستخدم بشكل عام عينات أصغر.
- توفر خلفية مفصلة عن الأسباب التي يقدمها المستجوبون لإجابات محددة، ويمكن الحصول على بيانات تفصيلية فيما يتعلق بمختلف ردودهم.
- تسمح بملاحظة مطولة لإجابات المشاركين غير اللفظية.
- طويلة في العادة، فقد تستغرق عدة ساعات، وقد تتطلب أكثر من جلسة.
- نجاح المقابلة يعتمد على الألفة التي تنشأ بين الباحث والمبحوث إلى درجة أكبر من المقابلة الشخصية. (روجر ويمر، جوزيف دومينيك، 2013، 250-251)

وهناك ثلاثة أساليب تعتمد عليها المقابلة المتعمقة وهي:

- 1- **التصعيد:** ويعتمد هذا الأسلوب على التدرج من الأسئلة التي تتناول خصائص الموضوع أو القضية، إلى الأسئلة التي تتناول خصائص المبحوث.
 - 2- **استجواب القضية الخفية:** لا يركز هذا الأسلوب على القيم الاجتماعية المشتركة، وإنما يركز على الاهتمامات الشخصية الدقيقة.
 - 3- **التحليل الرمزي:** يحاول هذا الأسلوب تحليل المعنى الرمزي للشيء من خلال مقارنته بنقيضه.
- (منال مزاهرة، 2014، 188)

ج- المجموعات المركزة

لقد استعملت المجموعات المركزة لأول مرة في الأربعينيات من القرن الماضي، فخلال ذلك الوقت استخدم كل من علماء النفس العسكريين والملاحظين المدنيين المقابلات الجماعية لتحديد تأثير برامج الراديو الموجهة لتقوية معنويات الجيش. ولقد تم تحاشيها بشكل موسع من قبل الأكاديميين في بحوث الإعلام، ولكنها اعتمدت كأداة بحث في التسويق من قبل الوكالات التجارية البحثية خلال الخمسينيات فما فوق. وخلال الثمانينيات، ومع ظهور بحوث الإعلام النقدية والتأويلية، تبنى الأكاديميون "المجموعات المركزة" - ضمن هذه التقاليد - كأداة بحث لدراسة الجمهور، والتي كان يعتقد أنها أكثر كفاءة من المناهج الكمية لتمثيل وجهات نظرهم النظرية حول الطرق التي يتفاعل بها الجمهور مع وسائل الإعلام الجماهيرية. (Barrie Gunter, 2000,42)

فمجموعات التركيز أو مقابلات المجموعات هي استراتيجية بحثية لفهم اتجاهات الناس وسلوكهم. وتتم بمقابلة ما بين 6 إلى 12 شخصا في وقت واحد، بوجود وسيط (رئيس جلسة) يقوم بقيادة المشاركين في مناقشة غير معدة ومبنية - نسبيا - حول الموضوع محل البحث. (روجر ويمر، جوزيف دومينيك، 2013، 239)

وهذه الطريقة البحثية تستدعي جمع مجموعة أو سلسلة من المجموعات من الأفراد لمناقشة قضية في ظل وجود وسيط؛ هذا الوسيط يضمن بقاء المناقشة حول القضية عندما يتم طرح مجموعة من الآراء حولها. وهناك عدة شروط يتم فيها عقد هذه المناقشات، فالقرارات التي يتخذها الباحثون حول حجم وتكوين المجموعة، نوعية الأسئلة المطروحة، الوضع والفحص المتأصل لتحقيق تناسق أو

نزاهة أو دقة الإجابات، كلها من شأنها أن تؤثر في طبيعة ونوعية المعلومات. (Barrie Gunter, 2000,42)

ويعد السبب الرئيسي لاستضافة الناس في مجموعات هو الاستفادة من تأثير الجماعة، حيث أن التفاعل الذي يحدث بين أفراد الجماعة ينتج بيانات ورؤى لن تصدر دون وجود ذلك التفاعل بين أفراد المجموعة. ففي إطار هذه الأخيرة، تثير الأفكار والتجارب التي يعبر عنها أي فرد أفكار وتجارب الأفراد الآخرين في المجموعة. وما يحدث يعد بمثابة تسلسل أو تدفق، حيث يتسلسل الكلام أو يتدفق كالشلال من الموضوعات والتعبيرات التي يتم ذكرها. (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009، 192)

ويمكن أن يكون تأثير الجماعة على نوعين:

- 1- بعض الدراسات تستهدف الحصول على تفاعلات تكاملية؛ وفي هذه الحالة يتفق أعضاء الجماعة على وجهة نظر معينة، ويضيفون إليها ملاحظاتهم وتفسيراتهم. ومن خلال تلك التفاعلات يشعر الأفراد بالميل إلى التعبير عن آرائهم في موضوعات حساسة أو طال كبتهم لها.
- 2- بعض الدراسات تستثير تفاعلات جدلية، حيث أن وجود مجموعة من الأفراد يتناقشون في موضوعات محددة قد ينتج عنه خلاف في وجهات النظر، وهذا يدلنا على الكيفية التي يمتدح بها هؤلاء الأفراد وجهات نظرهم وعلاقتها بوجهات النظر الأخرى، وكيف يترجمون تلك الرؤى إلى عمل ملموس.

وفي كلتا الحالتين تعتبر مجموعات النقاش المركزة بمثابة معمل اجتماعي لدراسة كيفية إنتاج التفسيرات والآراء والمدرجات اعتمادا على التجارب الشخصية. (نفس المرجع، 192-193)

ولمجموعات التركيز أربع خصائص تعريفية:

- 1- يشتمل أسلوب مجموعات التركيز على أناس هم المشاركون أو المستجوبون.
- 2- لهؤلاء الناس خصائص معينة ويتم توظيفهم للمشاركة في ميزة أو قيمة ذات اهتمام من قبل الباحث.

3- تقدم مجموعات التركيز عادة بيانات نوعية، وتستخدم هذه البيانات المقدمة من هذه المجموعات لزيادة الفهم وللكشف عن طائفة واسعة من الآراء، قد لا يتوقع الباحث بعضها منها. وفي معظم الحالات، لا يتم استخدامها لاختبار فرضية ولا للتعميم على المجتمع.

4- كما يدل اسمها، لمجموعات التركيز نقاش مركز (بؤري)، ومعظم الأسئلة التي توجه مصممة مسبقاً، وتتابع الأسئلة مبني لمتابعة الهدف من البحث. ويمكن للوسيط الخروج من هذا البناء إذا قدم المشاركون معلومات مناسبة أو وثيقة الصلة بالموضوع. (روجر ويمر، جوزيف دومينيك، 2013، (239)

لقد اعتبر "ميرتون" المجموعات المركزة كمرحلة تكميلية لبناء الاستمارة أو الدراسة التجريبية. ولقد كان الهدف من هذه الطريقة الكيفية هو دحض طرق البحث الكمية، والتي لازال ينظر إليها على أنها المكون الأساسي لأية دراسة اجتماعية شرعية. ولم تستطع المجموعات المركزة دعم بناء الاستبيان للدراسات المسحية الموسعة، ولكنها استطاعت أيضاً توضيح بعض جوانب التحفيز البحثية أو قياس مدى تأثيرها في الدراسات التجريبية. هذا وقد كانت المجموعات المركزة أساساً تحت رئاسة الطرق الكمية. (Barrie Gunter, 2000,43)

وعلى هذا فإن الجماعات المركزة يمكن أن تستخدم على عدة أشكال:

- أداة قائمة بذاتها في جمع البيانات.
- مصدر مكمل للبيانات في البحوث التي تعتمد على مصادر أخرى رئيسية مثل الاستبيان.
- وسيلة أساسية ضمن مجموعة وسائل كيفية مثل الملاحظة بالمشاركة والمقابلات المتعمقة.
- وسيلة لمناقشة الاستبيان، ومدى فهم المبحوثين له قبل إجراء الاختبار القبلي للاستبيان في الميدان. (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009، 193-194)

وبشكل عام فإن تسيير المجموعة المركزة يتم من خلال ثلاث مراحل، فهناك البداية ثم مرحلة المناقشة، وأخيراً الختام أو النهاية.

1- مرحلة البداية (المقدمة): وهي تسمح بكسر الجليد، ومنح الثقة لأعضاء الجماعة. فخلال هذه المرحلة يقوم المنشط (الباحث) بالترحيب بالأعضاء ويشرح لهم كيفية تسيير الجلسة.

2- مرحلة المناقشة: وهي التي يتم فيها توجيه أعضاء الجماعة بشكل متصاعد لمناقشة المواضيع المحددة أكثر فأكثر. وخلال هذه المرحلة يستخدم الباحث دليل المناقشة الذي يتم إعداده مسبقاً.

3- مرحلة الختام (النهاية): وهي المرحلة التي تسمح للباحث بطلب تعليقات أو أسئلة أعضاء الجماعة، قبل شكرهم على تعاونهم ومشاركتهم. (Luc Bonneville et autres, 2007, 189)

وكبكية البحوث الكيفية، يتم التخطيط للمجموعات المركزة على أربع مراحل وهي: التخطيط والملاحظة والتحليل وكتابة التقرير.

ويشتمل التخطيط لمجموعات النقاش المركزة على عدد من القرارات عن الكيفية التي ستجمع بها البيانات، ويتناول القرار الأول تحديد المشاركين في المجموعات، ويتناول القرار الثاني تحديد مستوى النقاش في المجموعات، ويشمل ذلك دور المنسق. وبعد ذلك تأتي القرارات الخاصة بعدد الأفراد داخل كل مجموعة، وعدد المجموعات في البحث. (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009، 194)

وبالنسبة لأفراد المجموعات على الباحثين أن يقرروا ما إذا كانوا سيستخدمون جماعات تعرف بعضها البعض، أو غرباء عن بعضهم البعض، وما إذا كان الأعضاء ينتمون لنفس الفئة أو فئات مختلفة. فالباحث "ميرتون" استخدم غرباء نسبياً، ينتمون لفئات اجتماعية واقتصادية مختلفة، بينما فضل باحثون آخرون مجموعات تتكون من أقارب أو أصدقاء مقربين. ومعظم الباحثين يقرون بأن تأثيرات الجماعة يمكن أن تشوه رأي الفرد؛ فبعض الآراء يمكن أن تكون أكثر تشدداً، والأخرى أقل إعلاناً أو تصريحاً. (Barrie Gunter, 2000, 44)

وتسمح مجموعات التركيز للباحثين بجمع معلومات أولية عن موضوع أو ظاهرة، وقد تستخدم كأداة في الدراسات الاستكشافية للتحري عن الأفكار التي سيتم استقصاؤها بشكل أكثر عمقا، باستخدام منهج آخر مثل المسح. والميزة الهامة الثانية هي أنه يمكن تنفيذ هذا الأسلوب بسرعة، كما أن تكلفة مجموعات التركيز أيضاً تجعل منها أداة بحث جذابة.

كما يرغب الباحثون في استخدام أسلوب مجموعات التركيز للمرونة في تصميم الأسئلة وفي المتابعة. بالإضافة إلى أن معظم الوسطاء المحترفين يستخدمون في مجموعات التركيز إجراء يسمى "مجموعات التركيز الممتدة"، حيث يطلب من المستجوبين إكمال استبانة مكتوبة قبل أن تبدأ جلسة المجموعة، وهو الأمر الذي يلقي الضوء على مشكلة محتملة تخلقها ديناميكية المجموعة، وهي تحديداً

الشخص الذي لا يرغب بإعطاء رأيه لأنه في جانب الأقلية. (روجر ويمر، جوزيف دومينيك، 2013، 240-241)

كما تمتاز استجابات مجموعات التركيز بأنها غالبا ما تكون أكثر اكتمالا وأقل إحباطا من المقابلات الفردية، وتميل ملاحظات أحد المبحوثين إلى تحفيز الآخرين لمتابعة خط فكري لم يكن سيظهر في حالة موقف فردي. (نفس المرجع، 242)

ولكن ومع ذلك تبقى المجموعة المركزة كأداة جمع بيانات تملك بعض النقصان. فالمجموعات تتكون من عدد محدود من المشاركين الذي لا يمثل إحصائيا المجموعة البشرية المدروسة، وبالتالي لا يمكن للباحث تعميم النتائج على هذه المجموعة. بالإضافة إلى أن ديناميكية الجماعة يمكن أن تكون لها آثار سلبية، فيمكن لأعضاء جماعة ما أن يتبنوا رأي القائد مثلا وهذا ما يؤدي إلى جعل الأفراد لا يعبرون عن رأيهم، إذا كانت آراؤهم مختلفة، وهو الأمر الذي ينجم عنه انحراف في الآراء، خاصة إذا كان الهدف من المجموعة المركزة ليس الوصول إلى اتفاق بين الأعضاء، ولكن تفضيل التعبير عن الخلافات. (Luc Bonneville et autres, 2007, 191)

د- الأساليب الإسقاطية

إذا كانت مجموعات النقاش المركزة والمقابلات المتعمقة هي أدوات مباشرة في البحوث الكيفية، حيث يتم فيها إخبار المبحوثين بالهدف الحقيقي للبحث، فإن الأساليب الإسقاطية تحاول إخفاء الغرض الرئيسي من البحث، فهي أساليب غير مباشرة وغير مقننة، لتوجيه الأسئلة للمبحوثين لتشجيعهم لإسقاط دوافعهم واتجاهاتهم ومعتقداتهم على أشخاص أو موضوعات أخرى غير ذواتهم. فمثلا قد يطلب الباحث منهم وصف وتفسير سلوك الآخرين بدلا من أن يطلب منهم وصف سلوكهم هم. (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009، 218-219)

تهدف الأساليب أو الفنيات الإسقاطية إلى تقدير الحالة الإنفعالية أو ديناميات الشخصية، وقد تستخدم لقياس الاتجاهات أحيانا، وذلك بتشجيع المبحوث على إسقاط حالته النفسية الداخلية أثناء استجابته لمثيرات غامضة أو غير محددة البناء. (عبد الرحمن سيد سليمان، 2014، 59-60)

وتتبع أهمية الأساليب الإسقاطية من الصعوبات الجمة التي يتعرض لها الباحث عند محاولته التعرف على اتجاهات الأفراد وانفعالاتهم باستخدام الأساليب الأخرى كالملاحظة أو المقابلة أو الاستبيان، وذلك نظرا لكون الاتجاهات والمشاعر من الجوانب الخفية للشخصية، ونظرا لتعدد الكثير من الناس في الكشف عن حقيقة اتجاهاتهم ومواقفهم، أو عدم إدراكهم لها شعوريا، أو عدم قدرتهم على التعبير عنها لفظيا.

لذا تستعمل الأساليب الإسقاطية بشكل رئيسي في دراسة جوانب الشخصية والتعرف على اتجاهات الأفراد ومواقفهم وانفعالاتهم ومشاعرهم، وهي من المصادر الهامة في جمع البيانات في العلوم الإنسانية والإعلامية، وتستخدم كذلك في البحوث العلمية في علمي الاجتماع والتربية. (مزال هلال المزاهرة، 2014، 192)

تتميز الأساليب الإسقاطية على اختلاف أنواعها وأنماطها وأشكالها وصورها بخمسة خصائص تتمثل في:

- 1- إن المثيرات والمواقف والتعليمات المستخدمة في هذه الأساليب تتسم بأنها غير مكتملة البنية، وقد تصل إلى حد الغموض، وذلك يشجع المبحوث على حرية الاستجابة وتنوعها.
- 2- إن المبحوث عادة ما يكون غير واع بالطريقة التي سوف تفسر بها استجاباته، وبالتالي لا تتأثر الأساليب الإسقاطية بالمرغوبة الاجتماعية، أو أساليب الاستجابة التي تتسم بها طرق التقرير الذاتي، أو الاختبارات الموضوعية.
- 3- إن الأساليب الإسقاطية لا يوجد فيها استجابات محددة مسبقا، وإنما هي قابلة للتصنيف بطرق مختلفة. ففي بعض الطرق يكون التركيز على الخصائص الشكلية للاستجابة، وفي البعض الآخر يزداد الاهتمام بمحتواها، وقد تستند بعض الأساليب إلى الطريقتين معا (الشكل والمحتوى).
- 4- إن الافتراض الأساسي في الأساليب الإسقاطية هو أن طريقة المبحوث في إعادة بناء مواد الاختبار والاستجابة لها، هي دالة لخصائص معرفية ووجدانية، وخاصة الحيل اللاشعورية التي يصعب الوعي بها، أو صياغتها في قالب لفظي.
- 5- من صعوبات الأساليب الإسقاطية ما تتطلبه من وقت وجهد وتدريب في تصنيف الاستجابات وتصحيحها وتفسيرها. (عبد الرحمن سيد سليمان، 2014، 60-61)

تتميز الأساليب الإسقاطية بميزة أساسية على الأساليب المباشرة غير المقننة مثل مجموعات النقاش المركزة والمقابلات المتعمقة، حيث أنها تستحث إجابات المبحوثين الذين لا يرغبون أو لا يقدرّون على الإدلاء بها إذا عرفوا الغرض من الدراسة. ولكن في الوقت نفسه تعاني الأساليب الإسقاطية كثيرا من عيوب الأساليب المباشرة غير المقننة، فهذه الأساليب تتطلب باحثين على درجة عالية من التدريب، ويتطلب تحليل الإجابات محللين على درجة عالية من المهارة. كما يعيب هذه الأساليب ارتفاع تكلفتها، فضلا عن احتمالية وجود تحيز في تفسير إجابات المبحوثين. (شيماء ذو الفقار زغيب، 2009، 221-222)

ويمكن تصنيف ثلاثة مستويات للإسقاط حسب درجة الوضوح أو التحديد للمثيرات التي تتكون منها الأداة الإسقاطية:

- 1- أداة إسقاطية محددة البناء
- 2- أداة إسقاطية شبه محددة البناء
- 3- أداة إسقاطية غير محددة البناء

وهناك عدد كبير من الطرق الإسقاطية يمكن استخدامها في البحوث النفسية والاجتماعية، وهي تقسم بطرق مختلفة حسب أوجه التشابه والاختلاف. ومن أهم تلك التقسيمات ما اقترحه "ليندزي"، حيث قسمها إلى خمسة أقسام هي: التداعي، الإنشاء، التكميل، الترتيب، والتعبير. (عبد الرحمن سيد سليمان، 2014، 62)

هـ- أدوات جمع البيانات الكيفية في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد استخدم الباحثون في المجلة الجزائرية للاتصال أدوات جمع البيانات الكيفية بالشكل التالي:

- جدول رقم (75) يبين توزيع فئة أدوات جمع البيانات الكيفية -

النسبة	التكرار	الأداة الكيفية
40.00	06	الملاحظة
26.67	04	المجموعات المركزة
33.33	05	المقابلة المتعمقة
		الأساليب الإسقاطية
100	15	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أن استعمال أدوات جمع البيانات الكيفية لم يكن معتبرا وجاء بنسب متفاوتة، حيث بلغ استخدام الملاحظة كأداة جمع بيانات كمية نسبة الـ40.00٪، بينما لم تستخدم الأساليب الإسقاطية ولو مرة واحدة خلال 23 عددا. وهو ما يدل على أهمية الملاحظة كأداة جمع البيانات على مستوى البحوث الإعلامية المنشورة بالمجلة، وعدم الاهتمام بالأساليب الإسقاطية، أو عدم استخدامها أصلا لا نظريا ولا تطبيقيا.

أما المقابلة المتعمقة والمجموعات المركزة فقد بلغت نسبة استعمالهما 33.33٪ و 6.67٪، بمجموع تكرارات قدر بـ5 و 4 على التوالي. فكلاهما يمثل أداة كيفية مرتبطة أشد الارتباط ببحوث الجمهور أو المتلقي، إلا أنهما وردتا بنسب محتشمة.

- جدول رقم (76) يبين توزيع الاستخدام النظري لأدوات جمع البيانات الكيفية -

النسبة	التكرار	الأداة الكيفية
		الملاحظة
66.67	02	المجموعات المركزة
33.33	01	المقابلة المتعمقة
		الأساليب الإسقاطية
100	03	المجموع

تبين النسب المسجلة على الجدول أنه من بين أدوات جمع البيانات الكيفية وحدها المجموعات المركزة والمقابلة المعمقة اللتين وردتا في المقالات النظرية بنسبة 66.67% و 33.33%، من مجموع أدوات جمع البيانات الكيفية. والملاحظ من مجموع التكرارات أنه ليس هناك تركيز على هاتين الأدوات، أو على كيفية استخدامهما في البحوث الإعلامية.

فقد تم التطرق للمجموعات المركزة في العدد 8 في بحث تطبيقي حول "الاتصال والتواصل" لباحث مصري، والعدد 20 في مقال نظري حول "قياس الرأي العام" للباحثة "باية سي يوسف"، أما المقابلات المعمقة فقد استخدمت هي الأخرى في نفس العدد ونفس الموضوع، أي العدد 20. واقتصار التعرض لهاتين الأدوات على هذه الأعداد وبحجم التكرارات المعروض، يعكس عدم الاهتمام بالأدوات الكيفية، وبالتالي بالبحث الكيفي في حد ذاته مقارنة بالبحوث الكمية وأدواتها.

أما أداة الملاحظة فلم تتناول هي الأخرى نظرياً، وقد يكون مرد ذلك تعود الباحثين عليها، وعلى استخدامها في البحوث المختلفة.

-جدول رقم (77) يبين توزيع الاستخدام التطبيقي لأدوات جمع البيانات الكيفية-

النسبة	التكرار	الأداة الكيفية
50.00	06	الملاحظة
16.67	02	المجموعات المركزة
33.33	04	المقابلة المعمقة
		الأساليب الإسقاطية
100	12	المجموع

يوضح لنا الجدول أن الملاحظة قد استخدمت إمبريقياً بنسبة 50% من مجموع أدوات جمع البيانات الكيفية، وذلك لما لها من أهمية في عملية جمع البيانات، خاصة في المراحل الأولية للبحث، إذ من شأن الباحث الإعتماد عليها كقاعدة للتعلم في البحث. أما المقابلة المعمقة فقد بلغت نسبة استعمالها في البحوث الإمبريقية 33.33%، وقد استخدمت في أكثر من عدد (4، 6 و 7، 23) في بحوث تتمحور حول مواضيع "الرقابة الاجتماعية في غرفة الأخبار"، "الاتصال غير اللفظي" وغيرها.

مقارنة بالمجموعات المركزة التي استعملت بنسبة 16.67% خاصة في العدد 8 في دراسة مصرية حول "الاتصال والتواصل". وتعتبر هاتين الأداةين أحد أهم أدوات جمع البيانات في البحوث الكيفية، لقدرتهما على جمع معلومات متعمقة حول العينة المدروسة أو الجمهور المستهدف، ولكنهما غير مستخدمتين بكثرة في المجلة الجزائرية للاتصال، ذلك أن البحوث الكيفية لا تمثل سوى 26.41% من مجموع الدراسات الميدانية المنشورة بالمجلة.

1- النتائج العامة للدراسة

أ- النتائج الخاصة بمواضيع البحث في المجلة الجزائرية للاتصال

لقد بين التحليل الموضوعاتي لـ 23 عددا للمجلة الجزائرية للاتصال أن:

- ليس هناك ثبات في عدد المواضيع المنشورة في كل أعداد المجلة الجزائرية للاتصال، وأن معدل المواضيع المنشورة تراوح ما بين 8 مواضيع إلى 21 موضوعا، بنسبة تتراوح بين 2.82% إلى 7.42%. وهو أمر لا مبرر علمي له، مما نجم عنه عدم ثبات في شكل وحجم المجلة.
- تصدر المواضيع المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال بثلاث لغات هي اللغة العربية، ثم الفرنسية بدرجة أقل، ثم اللغة الإنجليزية في الدرجة الأخيرة. وقد سجلت اللغات الأجنبية تراجعا في استخدامها منذ العدد 13 الصادر في جانفي 1996، وهذا التراجع يخص اللغة الفرنسية بالدرجة الأولى واللغة الإنجليزية بدرجة أقل. فبعد تسجيل الأولى - اللغة الفرنسية- لـ 10 مواضيع في العدد 2 بنسبة 16.39%، تراجعت إلى موضوعين في العدد 24 بنسبة 3.24%. أما الثانية فقد كانت تستعمل بمعدل موضوع إلى موضوعين خلال العدد، تراجعت إلى عدم نشر أي موضوع بها ابتداء من العدد 21.
- غلبت المواضيع الخاصة بمجال الإعلام المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال على المواضيع الخاصة بالاتصال، وتصدرت المواضيع الخاصة بالصحافة المكتوبة هذه المواضيع بنسبة 19.52%، ثم التلفزيون بنسبة 17.11%، ثم باقي وسائل الإعلام الأخرى بدرجة أقل؛ مما يدل على تركيز الظاهرة الاتصالية في مجال الاتصال الجماهيري. ثم يأتي الاهتمام وبدرجة أقل بالمواضيع التي تعالج بعض القضايا المنهجية وأخرى معرفية تحاول تفسير وتحليل الظاهرة الاتصالية، وذلك بنسبة 29.13%. كما أولت المجلة اهتماما بالتكوين الإعلامي في مجال علوم الإعلام والاتصال، وهو ما تعكسه نسبة المواضيع المعالجة المقدر بـ 2.10%. بالإضافة إلى التركيز على البيئة التشريعية والقانونية للممارسة الإعلامية وبشكل خاص في الجزائر، من خلال المواضيع الخاصة بالتشريعات الإعلامية والتي بلغت نسبتها بـ 4.81%.

- ركزت المجلة الجزائرية للاتصال على نشر المواضيع المتعلقة بالوسيلة بنسبة 33.57% - وهو الأمر الذي بينته النتيجة السابقة- والرسالة بنسبة 23.32%، بينما لا تقدر المواضيع الخاصة بالقائم بالاتصال سوى ب 6.01%. أما المواضيع التي لا تعالج أيا من عناصر العملية الاتصالية، وتركز على كيفية دراستها أو على السياق الذي تعمل فيه فقد قدرت ب 25.79%.
- غلبت المواضيع ذات الطابع السياسي والاجتماعي والأكاديمي على مقالات المجلة الجزائرية للاتصال، وذلك بنسبة 26.86%، و 24.03% و 22.97% على التوالي. فالأولى- السياسية والاجتماعية- تعكس اهتماما بما يسمى ب"سوسيولوجيا الإعلام"، أما الأخيرة أي الأكاديمية فهي تتعلق بالتنظير لمجال الاتصال أكثر من معالجته واقعيا.
- ترجع مصادر الأبحاث المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال إلى الباحثين من داخل الجامعة الجزائرية بنسبة 83.16%، وينتمي هؤلاء إلى جامعة الجزائر بشكل خاص، رغم أن المجلة موجهة للباحثين من كل الجامعات الجزائرية. كما تعتمد على بعض الباحثين من خارج الجامعة الجزائرية بنسبة 12.98%، وهم في أغلبهم جزائريون التحقوا بالجامعات العربية خاصة بدولة الإمارات العربية المتحدة.
- الباحثون والكتاب بالمجلة الجزائرية للاتصال أغلبهم من ذوي رتبة الأساتذة المحاضرين بنسبة 34.86%، ولا ينشر بها سوى 5.98% من أساتذة التعليم العالي.
- تعتمد المجلة الجزائرية للاتصال على البحوث النظرية أكثر من البحوث التطبيقية الميدانية، وذلك بنسبة 81.27% مقابل 18.73%. فوفقا لبعض رؤساء التحرير لا يوجد تفضيل لنوع على الآخر، فالمهم هو أصالة الموضوع والتزامه بالقواعد العلمية.
- تتنوع المقالات النظرية المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال، وتتفاوت نسب استخدامها. وتتصدر مقالات التحاليل المهمة التي تعالج مختلف قضايا الاتصال هذه المقالات بنسبة 50.87%، كما تركز المجلة على المقالات المعرفية بنسبة 13.04%.
- تنشر المجلة الجزائرية للاتصال بحوثا ميدانية تتراوح بين بحوث كمية، كيفية ومختلطة. لكن تتصدر البحوث الكمية هذه الدراسات بنسبة 64.15%، أما البحوث المختلطة فتقدر نسبتها ب 9.43%.

- معظم البحوث الميدانية المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال هي بحوث وصفية وذلك بنسبة 88.68٪، حيث أن هذه البحوث هي أكثر أنواع البحوث الإعلامية شيوعا. ولا تعتمد المجلة على البحوث الاستشرافية سوى بنسبة 5.66٪، وذلك رغم أهميتها في قراءة مستقبل الاتصال في الجزائر أو في العالم العربي وحتى الغربي، كما أن المجلة لا تعتمد على البحوث التجريبية سوى بنسبة 1.89٪.

ب- النتائج الخاصة بنظريات البحث في المجلة الجزائرية للاتصال

- تتنوع النظريات المستعملة في المجلة الجزائرية للاتصال بين نظريات التخصص مثل نظريات الصحافة، وكذا النظريات النقدية، ونظريات التأثير بأنواعه القوي والمعتدل، ونظريات نشوء المجتمع الجماهيري، ونظرية حراس البوابة والفجوة المعرفية، ونظريات التأثير الانتقائي. وبعض نظريات العلوم الاجتماعية، التي تعتبر نظريات كلاسيكية تم الاعتماد عليها في التحليل والتفسير والتنظير لأدبيات الاتصال.

• بالنسبة لنظريات الصحافة:

- استخدمت كل نظريات الصحافة في المجلة الجزائرية للاتصال بنسب متفاوتة عدا نظرية المشاركة الديمقراطية، تنصدرها نظرية الحرية بنسبة 47.05٪. وقد تم الاعتماد على هذه النظريات في المواضيع المتعلقة بالتشريعات الإعلامية، نظرا لما تحمله من أطروحات تؤسس للعمل الإعلامي خاصة في مجال الصحافة المكتوبة. بينما لم تظهر أي من نظريات الصحافة الحديثة، كنظريات "هالن ومانشيني" في مقالات المجلة الجزائرية للاتصال.
- عرفت نظريات الصحافة تذبذبا في الاستخدام في بحوث ومقالات المجلة الجزائرية للاتصال، وتفاوت استخدامهما خلال مختلف الفترات التي مرت بها المجلة؛ فقد استعملت النظرية التنموية خلال الفترة الممتدة من 1988 إلى 1992، بينما استعملت نظرية السلطة خلال الفترة التي تليها من 1995 إلى 1998. أما نظرية الحرية فقد سجلت أعلى نسبة استخدام قدرت بـ 46.87٪ خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 1998، أما نظرية المسؤولية الاجتماعية فسجلت أعلى نسبة من 1988 إلى 1992 وقدرت بـ 61.11٪.
- تفاوت استخدام نظريات الصحافة في المواضيع التي تعالج عناصر الاتصال بين الوسيلة والرسالة والمتلقي، ولكنها ظهرت بنسب أكبر في فئة المواضيع الأخرى بنسبة 68.75٪.

لنظرية الحرية، و33.33% لكل من نظرية المسؤولية الاجتماعية والنظرية التنموية، و100% للنظرية الاشتراكية، ما عدا نظرية السلطة ونظرية المشاركة الديمقراطية اللتين لم تظهرا في هاته المواضيع.

- توزعت نظريات الصحافة على كل من المواضيع ذات الطابع السياسي والاجتماعي والأكاديمي، وأيضا بعض المواضيع الأخرى خاصة ذات الطابع القانوني منها.
- استخدمت نظريات الصحافة إمبريقيا في المجلة الجزائرية للاتصال، حيث استخدمت كإطار نظري للدراسة بنسبة 25% لنظرية السلطة، 5.55% لنظرية المسؤولية الاجتماعية، 3.12% لنظرية الحرية و 42.85% لباقي النظريات الأخرى. كما تركز استخدام هذه النظريات بغرض الشرح والتفسير أو الدعم والاستشهاد لكن بنسب متفاوتة.

● بالنسبة للنظريات النقدية:

- ظهرت النظريات النقدية في مقالات المجلة الجزائرية للاتصال بنسب متفاوتة، أعلاها النظرية النقدية الكلاسيكية بنسبة 76%، والدراسات الثقافية بنسبة 16%، والإقتصاد السياسي بنسبة 8%.
- شهد استخدام النظريات النقدية في المجلة الجزائرية للاتصال بعض الاستقرارا كنظرية الإقتصاد السياسي، التي لم تستعمل إلا خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015. بينما لم تعرف كل من النظرية النقدية الكلاسيكية ونظرية الدراسات الثقافية تطورا إلا خلال نفس الفترة بنسبة 47.34% و 62.50% على التوالي.
- رغم تنوع استخدام النظريات النقدية في المجلة الجزائرية للاتصال، إلا أنها تراوحت بين مجال الإعلام والمواضيع الأخرى. فقد بلغت نسبة كل من النظرية النقدية الكلاسيكية، ونظرية الدراسات الثقافية والإقتصاد السياسي 73.68% و 77.78% و 100% على التوالي في المواضيع الأخرى، وهي خاصة المقالات النظرية التي تخص هذه النظريات في حد ذاتها، أو بعض المواضيع المنهجية. أما بالنسبة لمواضيع الإعلام، فقد ظهرت النظرية النقدية الكلاسيكية في كل من مواضيع الإذاعة والتلفزيون والصحافة والإعلام الإلكتروني، واقتصر استخدام نظرية الدراسات الثقافية على مجالي الإذاعة والتلفزيون، ذلك أنه عادة ما تناقش هذه النظريات ملكية وسائل الإعلام وتأثيرها على أدائها.

- برزت كل النظريات النقدية في فئة المواضيع الأخرى التي لا تعالج أيًا من عناصر العملية الاتصالية، وهو ما تعكسه النسب؛ حيث ظهرت النظرية النقدية الكلاسيكية بنسبة 63.16٪، ونظرية الدراسات الثقافية بنسبة 87.50٪. وهذا الأمر يعد منطقياً، ذلك أن هذه النظريات لا تركز بشكل بارز على أي من هذه العناصر، بالرغم من الاعتماد على بعضها - كالدراسات الثقافية- في دراسات الجمهور مثلاً، أو دراسات الرسالة كالنظرية النقدية الكلاسيكية.
- تعدد استخدام النظرية النقدية الكلاسيكية في المجلة الجزائرية للاتصال بين المواضيع السياسية، الاجتماعية، الثقافية والأكاديمية. واقتصر استخدام نظرية الدراسات الثقافية على المجال السياسي، الأكاديمي والمواضيع الأخرى، بينما استعملت نظرية الاقتصاد السياسي فقط في المواضيع الأخرى بنسبة 100٪.
- برز استخدام النظريات النقدية في المجلة الجزائرية للاتصال بهدف الشرح والتفسير بنسبة 50٪، لكل من النظرية النقدية الكلاسيكية ونظرية الدراسات الثقافية، وكذا نظرية الاقتصاد السياسي. كما استعملت هاته النظريات بغرض الدعم والاستشهاد، وأيضاً تمت الإشارة إليها بنسبة 25٪ لكل من نظرية الاقتصاد السياسي والدراسات الثقافية، وبنسبة 18.42٪ للنظرية النقدية الكلاسيكية، هاته الأخيرة استعملت أيضاً للنقد والمقارنة بنسبة 2.63٪ و 5.26٪.
- **بالنسبة لنظريات التأثير القوي:**
- اعتمد الباحثون في كتاباتهم في المجلة الجزائرية للاتصال على نظريات التأثير القوي، خاصة نظرية الحتمية التكنولوجية بنسبة 64.41٪، ونظرية "ليرنر" بنسبة 28.81٪، وأخيراً دوامة الصمت بنسبة 6.78٪.
- عرفت نظريات التأثير القوي المتمثلة في كل من نظرية الحتمية التكنولوجية ودوامة الصمت أوج استخدامها خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 1998، أما نظرية "ليرنر" فقد برزت أكثر خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015 بنسبة 76.47٪، كما ظهرت نظرية الحتمية التكنولوجية خلال هذه الفترة أيضاً بنسبة 34.21٪، وذلك للحاجة إليها في تفسير مختلف قضايا الاتصال المعاصرة.
- تنوع استخدام الباحثين لنظريات التأثير القوي حسب مجال البحث، واقتصر على مجال الإعلام دون مجال الاتصال بالنسبة لكل من نظرية "ليرنر" ونظرية الحتمية التكنولوجية،

لعلاقة هذه النظريات المباشرة بوسائل الاتصال الجماهيري، واستخدام أفكارها في تفسير تأثير هذه الأخيرة على الفرد والمجتمع. وتمحور الاعتماد على نظرية "مارشال ماكلوهان" في المواضيع الخاصة بالتلفزيون بنسبة 42.11٪، والإعلام الإلكتروني وتكنولوجيات الاتصال ب 26.31٪. بينما ظهرت نظرية "ليرنر" في المواضيع الخاصة بالصحافة والإذاعة بنسبة 13.04٪، والتلفزيون بنسبة 17.39٪، واقتصر استخدام نظرية دوامة الصمت على فئة المواضيع الأخرى بنسبة 100٪.

- اعتمد الباحثون في المجلة الجزائرية للاتصال على أفكار ومبادئ نظرية الحتمية التكنولوجية في أكثر من مجال، والدليل على ذلك توزع استخدامها على أكثر من عنصر من عناصر العملية الاتصالية. فقد وردت في المواضيع الخاصة بالوسيلة بنسبة 47.37٪، وفي مواضيع الأثر بنسبة 23.68٪، و 5.26٪ لكل من مواضيع الرسالة والمتلقي. أما نظرية "ليرنر" فقد ظهرت بنسبة أكبر في المواضيع الأخرى قدرت ب 76.47٪، وبنسبة أقل في المواضيع الخاصة بكل الرسالة والوسيلة. بينما اقتصر استخدام نظرية دوامة الصمت على فئة المواضيع الأخرى دون عناصر العملية الاتصالية بنسبة 100٪.

- تراوح استخدام نظريات التأثير القوي في المجلة الجزائرية للاتصال بين المواضيع السياسية، الاجتماعية أو ذات البعد الأكاديمي. فنظرية دوامة الصمت ظهرت بنسبة 100٪ في المواضيع الأكاديمية دون المواضيع الأخرى، بينما استخدمت كل من نظرية "ليرنر" ونظرية الحتمية التكنولوجية في المواضيع الاجتماعية بنسبة 88.24٪ و 36.85٪ على التوالي، وبدرجة أقل في المواضيع السياسية لارتباطهما بالفرد وكيفية تأثره برسائل الاتصال، وبالوسائل في حد ذاتها، خاصة في ظل اعتبار "ماكلوهان" بأن الوسيلة هي الرسالة في حد ذاتها. ويدل هذا الاستخدام على الأهمية العلمية الأكاديمية لهذه النظريات، وأيضاً قيمة أفكارها في تفسير بعض قضايا الاتصال.

- تنوعت أهداف استخدام نظرية الحتمية التكنولوجية مقارنة بنظريات التأثير القوي الأخرى. فقد استخدمت بغرض النقد بنسبة 15.78٪، وكإطار نظري بنسبة 5.26٪، وتمت الإشارة إليها بنسبة 10.52٪، كما استخدمت بغرض الشرح والتفسير والدعم والاستشهاد على غرار نظرية "ليرنر" ونظرية دوامة الصمت، وهو الأمر الذي يدل على أهمية هذه النظرية وقيمتها في

المجلة الجزائرية للاتصال. وعموما فقد كان أكبر استخدام لنظريات التأثير القوي إما بغرض الشرح والتفسير أو الدعم والاستشهاد.

● بالنسبة لنظريات التأثير المعتدل:

- اعتمدت بحوث المجلة الجزائرية للاتصال على نظريات التأثير المعتدل، وخاصة نظرية الاستخدامات والإشباعات بنسبة 70 %، ونظرية ترتيب الأولويات بنسبة 15.72 %، وبنسبة أقل كل من نظريتي التدفق على مرحلتين وانتشار المبتكرات.

- لقد عرفت كل من نظرية ترتيب الأولويات وكذا نظرية التدفق على مرحلتين استخداما مميزا خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 1998، أما نظرية انتشار المبتكرات فقد استخدمت بشكل كبير خلال 1988 إلى 1992. فيما زاد استخدام نظرية الاستخدامات والإشباعات خاصة خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015 وذلك بنسبة 93.88 %، على اعتبار أنها من أكثر نظريات التأثير استخداما في مجال الإعلام الجديد، وخاصة فيما يتعلق باستخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

- برزت نظريات التأثير المعتدل في المواضيع الخاصة بوسائل الاتصال الجماهيري، من صحافة وإذاعة وتلفزيون، وأيضا إعلام إلكتروني وتكنولوجيات الاتصال، بالنسبة لكل من نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية ترتيب الأولويات بنسبة 78.18 % و 11.54 % على التوالي. مما يدل أن الباحثين مازالوا يعتمدون على تفسيرات هاته النظريات حتى في قضايا الاتصال المعاصرة، رغم ما يطرح من إشكاليات في الأوساط البحثية حول مدى ملاءمتها للبيئة الاتصالية الجديدة. وما يثمن هذا التوجه هو نسب استخدام هاته النظريات - رغم ضعفها- في مواضيع التكوين الأكاديمي في التخصص، حيث استعملت نظرية الاستخدامات والإشباعات بنسبة 1.82 %، و 16.67 % بالنسبة لنظرية التدفق على مرحلتين.

- لقد جاء استخدام نظرية الاستخدامات والإشباعات من بين نظريات التأثير المعتدل، موزعا على مواضيع عناصر العملية الاتصالية، بنسب متفاوتة كان أعلاها تلك الخاصة بالمتلقي بنسبة 75.51 %، باعتباره محور النظرية. أما كل من نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين ونظرية ترتيب الأولويات وكذا نظرية انتشار المبتكرات، فقد استخدمت في المواضيع المتعلقة

بالرسالة بنسبة 50% و 36.37% و 66.67%، وذلك خاصة لعلاقة أطروحات النظريتين الأخيرتين مع الوسيلة الإعلامية.

- استخدمت كل نظريات التأثير المعتدل في المجلة الجزائرية للاتصال وبنسب متفاوتة، في كل من المواضيع ذات الصبغة الاجتماعية، والمواضيع الأكاديمية. وهو ما يعكس اهتماما بحثيا أكاديميا بها، خاصة بالنسبة لكل من نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية ترتيب الأولويات التي سجلت أعلى النسب في المواضيع الأكاديمية بـ 87.76% و 63.64%. كما تبين نسب الاستخدام في المواضيع الاجتماعية والمقدرة بـ 66.67% و 50% لكل من نظرية تدفق الاتصال على مرحلتين وانتشار المبتكرات أن هناك تناسبا بين أطروحات هاته النظريات، وبين مجال استخدامها.

- تنوعت أهداف الباحثين في الاعتماد على نظريات التأثير المعتدل، خاصة نظرية الاستخدامات والاشباعات التي تراوحت بين النقد بنسبة 16.33%، ومجرد الإشارة إليها بنسبة 20.41%، واعتمادها كإطار نظري للدراسة بنسبة 4.08%. فضلا على استخدامها في الشرح والتفسير أو الدعم والاستشهاد على غرار نظريات التأثير المعتدل الأخرى.

● بالنسبة لنظريات التعلم:

- اعتمد الباحثون في المجلة الجزائرية للاتصال على نظريات التعلم التي تفسر تأثير وسائل الإعلام خاصة على فئة الأطفال، وذلك بنسبة 75% لنظرية التعلم بالملاحظة، و 25% لنظرية الغرس الثقافي.

- ظهرت نظرية الغرس الثقافي في المجلة الجزائرية للاتصال بنسبة 71.43% خلال الفترة 1995 إلى غاية 1998، أما نظرية التعلم بالملاحظة فقد استخدمت بنسب متفاوتة خلال المراحل الزمنية المختلفة التي مرت بها المجلة، أعلاها خلال الفترة الممتدة من 1988 إلى 1992 ثم 2004 إلى 2015، وذلك بنسبة تقارب 38.10%.

- استعملت نظرية التعلم بالملاحظة في المواضيع الخاصة بوسائل الإعلام الجماهيرية من إذاعة بنسبة 9.52% وصحافة بنسبة 40.48% وتلفزيون بنسبة 50%، رغم علاقتها المباشرة بهذا الأخير. أما نظرية الغرس الثقافي فاستخدمت بنسبة 14.29% في المواضيع الخاصة

- بالتلفزيون، وبنسبة 85.71% في المواضيع الأخرى، التي تتعلق بافرزات وسائل الإعلام أو منهجيات البحث أو غيرها من المواضيع، التي ليس لها علاقة مباشرة بوسائل الإعلام.
- ظهرت نظرية التعلم بالملاحظة في مواضيع الأثر بنسبة 61.91%، والوسيلة بنسبة 33.33%، وذلك للربط المباشر بين عنصري العملية الاتصالية، فالوسيلة هي التي تحدث التأثير. أما نظرية الغرس الثقافي فاستخدمت في المواضيع الأخرى بنسبة 85.71%، ولم تستعمل في المواضيع الخاصة بعناصر العملية الاتصالية إلا في مواضيع الأثر بنسبة 14.29%.
 - سيطرت نظرية التعلم بالملاحظة على المواضيع الاجتماعية بنسبة 85.71%، على حساب المواضيع الأكاديمية وذلك لاهتمامها بتأثير وسائل الإعلام على الأفراد المتلقين خاصة الأطفال. بينما اعتمدت نظرية الغرس الثقافي في المواضيع الأكاديمية أكثر من المواضيع الاجتماعية بنسبة 85.71%.
 - اعتمد الباحثون في المجلة الجزائرية للاتصال على كل من نظرية الغرس الثقافي ونظرية التعلم بالملاحظة، بهدف الشرح والتفسير أو الدعم والاستشهاد، كما تمت الإشارة إليهما بنسبة 14.29% للأولى و4.76% للثانية. كما استعملت نظرية التعلم بالملاحظة في الدراسات الإمبريقية كإطار نظري بنسبة 9.52%، ونظرية الغرس الثقافي للنقد بنسبة 28.57%.
 - بالنسبة لنظريات نشوء المجتمع الجماهيري:
 - اقتصر استعمال الباحثين في المجلة الجزائرية للاتصال على نظرية الحقنة تحت الجلد دون نظريات نشوء المجتمع الجماهيري الأخرى، وذلك لحداتها مقارنة بنظرية كل من تونيز وسبنسر، وأيضا سيطرة تفسيراتها لتأثير وسائل الاتصال على الفرد لفترة معتبرة، بالرغم من دحض أطروحاتها في الوقت الراهن.
 - لم تعرف نظريات نشوء المجتمع الجماهيري ممثلة في نظرية الحقنة تحت الجلد ثباتا في الاستخدام، حيث انتقلت من نسبة 9.09% خلال سنوات 1988 إلى 1992، إلى نسبة 45.45% خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015.

- استخدمت نظرية الحقنة تحت الجلد في المواضيع المتعلقة بالصحافة والإذاعة والتلفزيون، كما استخدمت في فئة المواضيع الأخرى بنسبة 42.86٪، وهي غالبا المواضيع ذات الطابع النظري.
- استعملت نظرية الحقنة تحت الجلد بنسبة أكبر في المواضيع التي لا تتعلق بعناصر العملية الاتصالية بنسبة 54.55٪، بينما ظهرت في المواضيع الخاصة بالأثر بنسبة 24.27٪، وذلك لتركيزها على الأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام على الفرد بشكل خاص، والمجتمع بشكل عام. بينما لم تعتمد في المواضيع الخاصة بالمتلقي، رغم كونه عنصرا محوريا في هذه النظرية.
- برزت نظرية الحقنة تحت الجلد في المواضيع ذات الطابع الاجتماعي بنسبة 36.36٪، لأنها تتعلق بالفرد والمجتمع. كما كانت هذه النظرية محط اهتمام الأكاديميين بنسبة 54.55٪، مما يعني أنها من نظريات الاتصال المهمة والمستعملة في بحوث علوم الإعلام والاتصال.
- تباينت أهداف استخدام نظرية الحقنة تحت الجلد، تصدرها استخدامها بغرض والدعم والاستشهاد بنسبة 45.46٪، وتساوت نسب استخدامها في الشرح والتفسير وكذا مجرد الإشارة إليها، بنسبة بلغت 27.27٪.

● بالنسبة للنظريات الأخرى:

- تباينت نظريات الاتصال الأخرى المستخدمة في المجلة الجزائرية للاتصال، وجاءت بنسبة 72.41٪، كما استعملت نظرية الفجوة المعرفية بنسبة 11.50٪، أما نظريتي التأثير الانتقائي وحارس البوابة فقد استخدمتا بنسبة 8.05٪.
- عرفت النظريات الأخرى ممثلة في كل من نظرية الفجوة المعرفية ونظرية حارس البوابة ونظرية التأثير الانتقائي أعلى نسب استخدام خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 1998، وتفاوت استخدامها خلال المراحل الزمنية الأخرى التي مرت بها المجلة.
- لقد استخدمت نظرية حارس البوابة في المجلة الجزائرية للاتصال في غير مواضيع الاتصال الجماهيري وذلك بنسبة 71.43٪، ولم ترد إلا في المواضيع الخاصة بالتلفزيون بنسبة 28.57٪، وذلك لقلة الدراسات الخاصة بالقائم بالاتصال في المجلة. أما نظرية الفجوة المعرفية ونظريات التأثير الانتقائي وبعض نظريات الاتصال الأخرى، فقد تم استخدامها أكثر

في المواضيع الخاصة بوسائل الاتصال الجماهيري، نظرا لملاءمتها لمثل هذه المواضيع. هذا وقد استخدمت بعض نظريات الاتصال في مجال الاتصال، وبشكل خاص في مجال العلاقات العامة بنسبة 20.35٪، وبدرجة أقل في مجال الإعلان بنسبة 3.54٪.

- تباين استخدام نظريات الاتصال الأخرى في المواضيع الخاصة بعناصر العملية الاتصالية، حيث لم تستخدم نظرية حارس البوابة في المواضيع المتعلقة بالقائم بالاتصال، بل تركز استخدامها في فئة المواضيع الأخرى بنسبة 71.43٪، وفي المواضيع الخاصة بالرسالة بنسبة 28.57٪. بينما استخدمت نظرية الفجوة المعرفية في مواضيع الوسيلة بنسبة 30٪ والأثر بنسبة 10٪، بينما بلغت نسبة استخدامها في المواضيع الأخرى 60٪. فيما راح استخدام نظرية التأثير الانتقائي في مواضيع الوسيلة والأثر والمواضيع الأخرى نسبة 28.57٪، و 14.29٪ في المواضيع الخاصة بالقائم بالاتصال.

- استخدم الباحثون في المجلة الجزائرية للاتصال نظريات الاتصال الأخرى بشكل خاص في المواضيع ذات الطابع الأكاديمي، كما استخدمت كل من نظرية الفجوة المعرفية ونظريات التأثير الانتقائي، وبعض نظريات الاتصال الأخرى بدرجة أقل في المواضيع الاجتماعية، وذلك بنسب بلغت 20٪، 42.86٪ و 36.51٪، لتتناسبها مع موضوعات هاته النظريات.

- استخدم الباحثون كل من نظرية حارس البوابة والفجوة المعرفية والتأثير الانتقائي بغرض الشرح والتفسير أو الدعم والاستشهاد، أما نظريات الاتصال الأخرى فقد تباينت غايات استخدامها بتباين مواضيعها، وتفاوتت نسبها في ذلك.

● بالنسبة للنظريات الكلاسيكية:

- اعتمد الباحثون على استخدام بعض نظريات العلوم الاجتماعية أو النظريات الكلاسيكية في المجلة الجزائرية للاتصال، فاستخدمت النظرية الوظيفية بنسبة 38.17٪، والتفاعلية الرمزية وبعض النظريات الأخرى بنسبة 25.19٪، أما النظرية السلوكية فاستخدمت بنسبة 11.45٪.

- تراجع استخدام كل من النظرية الوظيفية والنظرية السلوكية من 1988 إلى 2015، أما نظرية التفاعلية الرمزية فقد عرفت نسب استخدام متقارب قدرت خلال الفترة الممتدة من 1988 إلى 1992 بـ 39.39٪، وبـ 36.36٪ خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2015.

- تباين استخدام النظريات الكلاسيكية في المجلة الجزائرية للاتصال حسب مجال البحث، وتركزت في المواضيع الأخرى وليس تلك الخاصة بوسائل الاتصال الجماهيري بنسب بلغت 70% للنظرية الوظيفية، و 78.79% لنظرية التفاعلية الرمزية، أما السلوكية فبلغت نسبة استخدامها 40%. كما استخدمت هذه النظريات في مجال التكوين الأكاديمي، مما يدل على أهمية تلقينها للطلبة لما تحمله من أفكار وتفسيرات لمختلف زوايا الاتصال. هذا وقد كانت النظرية الوظيفية أكثر النظريات استخداما في مواضيع الإعلام، أي المتعلقة بوسائل الاتصال الجماهيري بنسب متفاوتة، بلغت 16% في مجال الإعلام الإلكتروني وتكنولوجيات الاتصال.
 - لم تستخدم النظريات الكلاسيكية في المواضيع المخصصة لمختلف عناصر العملية الاتصالية بنسب عالية، وتركز استخدامها في غيرها من المواضيع. حيث تشاركت كلها في استخدامها في المواضيع الخاصة بالرسالة بنسب متفاوتة أعلاها نسبة 30% لنظرية التفاعلية الرمزية.
 - استخدمت كل النظريات الكلاسيكية دون استثناء في المواضيع الأكاديمية على رأسها النظرية السلوكية بنسبة 80%، بينما تباين استخدامها في المواضيع الأخرى. حيث تمركزت النظرية الوظيفية في المواضيع السياسية بنسبة 10%، وفي كل من المواضيع الاجتماعية والثقافية بنسبة 2%. بينما استخدمت نظرية التفاعلية الرمزية أكثر في المواضيع الثقافية بنسبة 27.27%.
 - تباينت أهداف استخدام النظرية الوظيفية في المجلة الجزائرية للاتصال، كإطار نظري للدراسة بنسبة 4%، وللاختبار بنسبة 6% مقارنة بباقي النظريات الكلاسيكية، وتشاركت مع كل من نظرية التفاعلية الرمزية والنظرية السلوكية وباقي النظريات الأخرى في استخدامها بغرض الشرح والتفسير أو الدعم والاستشهاد، وبدرجة أقل من أجل النقد.
- ج- النتائج الخاصة بمنهج البحث في المجلة الجزائرية للاتصال**
- بالنسبة للمناهج الكمية:
 - استخدم منهج تحليل المحتوى الكمي في المجلة الجزائرية للاتصال بنسبة 62.43%، مقابل 25.43% لمنهج المسح، وينسب أقل تعادل 6.36% و 5.78% لكل من المنهج القارن والتجريبي. وقد تراوح هذا الاستخدام بين استخدام نظري، خاصة في مقالات التطوير المنهجي، واستخدام تطبيقي في البحوث الميدانية.

- لم تتطور المناهج الكمية في المجلة الجزائرية للاتصال بنفس الوتيرة، حيث أن منها من تطور ابتداء من 1988 إلى غاية 2015، ومنها من تراجع، ولكنها شهدت نسب استخدام عالية خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى غاية 1998، وذلك خاصة لكل من منهج المسح ومنهج تحليل المحتوى الكمي بنسبة 61.36% و 54.80% على التوالي.
- نال منهج تحليل المحتوى الكمي اهتمام الباحثين نظريا، وهذا ما تعكسه نسبة 81.88%. ذلك أنه منهج يستدعي تطبيقه المرور عبر العديد من الخطوات الدقيقة، ولذا فقد تم التطرق إليه في المواضيع ذات الطابع الأكاديمي، وتحديدًا بمقالات التطوير المنهجي. بينما استخدم منهج المسح نظريا بنسبة 11.40%، وهي نسبة تعكس اهتماما بهذا المنهج أيضا، مقارنة بكل من المنهج التجريبي والمنهج المقارن اللذين بلغت نسبة استخدامهما نظريا 6.04% و 0.68%، على الرغم من أهميتهما في البحوث الإعلامية.
- سيطر منهج المسح على بقية مناهج البحث الكمية من ناحية الاستخدام التطبيقي، وذلك بنسبة بلغت 43.55%، بينما بلغت نسبة استخدام منهج تحليل المحتوى الكمي نسبة 38.71%. كما استخدم المنهج المقارن إمبريقيا بنسبة 16.13%، بينما لم تتعد نسبة استخدام المنهج التجريبي 1.61%. إن استخدام المناهج وفقا لهذه النسب يعكس نوع البحوث التطبيقية المنشورة بالمجلة الجزائرية للاتصال.
- بالنسبة لأدوات جمع البيانات الكمية:
 - اعتمد الباحثون في بحوث المجلة الجزائرية للاتصال على كل من المقابلة والاستبيان كأداتين من أدوات جمع البيانات الكمية، وتراوح هذا الاستخدام ما بين استخدام نظري وتطبيقي، بنسبة بلغت 83.33% بالنسبة لأداة الاستبيان، و 16.67% بالنسبة للمقابلة.
 - لم يتناول الباحثون في المجلة الجزائرية للاتصال أداة المقابلة ضمن المواضيع الأكاديمية، أو ضمن المقالات النظرية وتحديدًا مقالات التطوير المنهجي، وذلك بالرغم من أهمية هذه الأداة ووجود حاجة لتبيان كيفية استخدامها في بحوث الإعلام. بينما تناول الباحثون الاستبيان نظريا بنسبة 100% من مجموع أدوات جمع البيانات الكمية.

- استخدم الاستبيان في البحوث التطبيقية للمجلة الجزائرية للاتصال بنسبة 80%، مقابل نسبة قدرت بـ 20% بالنسبة للمقابلة المقننة، وهو ما يدل على أهميته في دراسات الجمهور مقارنة بهذه الأخيرة.

• بالنسبة للمناهج الكيفية:

- تنوعت المناهج الكيفية المستعملة - نظريا وتطبيقيا- في المجلة الجزائرية للاتصال، واستخدمت بنسب متفاوتة. فبينما سيطرت مناهج تحليل المحتوى الكيفي، لم يستخدم المنهج الإثنوغرافي لا نظريا ولا تطبيقيا، وذلك على الرغم من الأهمية التي يكتسبها هذا المنهج في البحوث الإعلامية. كما تفوق منهج تحليل الخطاب على بقية المناهج الأخرى بنسبة بلغت 37.93%، فيما استخدم منهج التحليل السيميولوجي بنسبة 3.45%. فيما استخدمت بحوث المجلة كل من منهج دراسة الحالة والمنهج التاريخي بنسبة بلغت 8.96% و 12.41% على التوالي.

- لم تستخدم المناهج الكيفية بنفس الوتيرة في المجلة الجزائرية للاتصال، حيث برز كل من منهج دراسة الحالة والمنهج التاريخي خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى 1998. بينما تفاوت تطور مناهج تحليل المحتوى الكيفي؛ حيث برز منهج التحليل السيميولوجي بنسبة 60% خلال الفترة 1995-1998، فيما برز منهج تحليل الخطاب خلال 2004-2015 باعتباره من المناهج الحديثة المستعملة في حقل علوم الإعلام والاتصال وذلك بنسبة 65.45%.

- نالت مناهج تحليل المحتوى الكيفي اهتمام الباحثين في الكتابات النظرية أكثر من مناهج البحث الكيفية الأخرى، وذلك لأهميتها في تفكيك وتحليل الرسائل الإعلامية ومخرجات وسائل الإعلام على اختلاف أنواعها. فقد تم تناول تحليل الخطاب نظريا بنسبة 43.90%، ذلك أنه لم يكن معروفا - إلى زمن قريب- في الدراسات الإعلامية على غرار الدراسات اللغوية. أما منهج التحليل السيميولوجي فلم يتناول نظريا إلا بنسبة 2.44%، رغم أهمية التعرض له والتعريف به، لما له من أهمية في استخراج المعاني الكامنة والخفية للرسائل الإعلامية. كما لم ينل كل من المنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة اهتماما نظريا كافيا، حيث تم التعرض لهما فقط بنسبة 7.32% و 4.06%. هذا وقد نالت بعض المناهج الكيفية الأخرى كالظاهرتية

والاستقراء والاستدلال والاقتراب النسقي، اهتماما نظريا من قبل الباحثين بلغت نسبته 11.38%.

- استخدم كل من المنهج التاريخي ومنهج دراسة الحالة تطبيقيا أكثر من استخدامهما نظريا في المجلة الجزائرية للاتصال، وذلك بنسب بلغت 40.91% و 36.36% على التوالي. بينما لم تستخدم مناهج تحليل المحتوى الكيفية إلا بنسب ضعيفة، وهو ما يدل على قلة البحوث الكيفية للرسالة؛ فلم تتجاوز نسبة استخدام تحليل الخطاب تطبيقيا 4.55%، ونسبة استخدام المنهج السيميولوجي 9.09%.

● بالنسبة لأدوات جمع البيانات الكيفية:

- تنوعت أدوات جمع البيانات الكيفية - على قلتها- المستعملة في المجلة الجزائرية للاتصال، حيث استخدمت الملاحظة بنسبة 40%، والمقابلة المتعمقة بنسبة 33.33%، والمجموعات المركزة بنسبة 26.67%، بينما لم تستخدم الأساليب الإسقاطية تماما، ولم يتم التعامل معها لا نظريا ولا إمبريقيا.

- استخدمت كل من المقابلة المتعمقة والمجموعات المركزة نظريا من قبل الباحثين في المجلة الجزائرية للاتصال، حيث بلغت نسبة الأولى 33.33%، بينما بلغت نسبة استخدام الثانية 66.67%. وعلى الرغم من عدم شيوع هاتين الأداتين، وعدم معرفة الكثير من الباحثين بهما وبكيفية استخدامهما، إلا أنهما لم تلقيا اهتماما نظريا كافيا في المجلة، أما أداة الملاحظة فلم ترد ولو مرة نظريا في الأعداد الـ 23 المحللة.

- استخدمت كل أدوات جمع البيانات الكيفية إمبريقيا ما عدا الأساليب الإسقاطية. حيث استخدمت الملاحظة بنسبة 50% من مجموع استخدامات هذه الأدوات، تليها المجموعات المركزة بنسبة 33.33% ثم المقابلة المتعمقة بنسبة 16.67%. وربما يرجع هذا الاستخدام لهذه الأدوات لنقص البحوث الكيفية من جهة مقارنة بالبحوث الكمية، ولقلة البحوث التطبيقية بالمجلة في حد ذاتها.

2- نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات

بعد التحليل الموضوعاتي لـ 283 موضوعا موزعة على 23 عددا تبين أن:

- هناك تنوع في المواضيع المنشورة في المجلة الجزائرية للاتصال، حيث تنوعت المواضيع حسب مجال البحث وحسب عناصر العملية الاتصالية وطبيعة الموضوع. ففيما يتعلق بمجال البحث، تراوحت المواضيع بين تلك المتعلقة بمجال الإعلام والتي غطت مختلف وسائل الاتصال على رأسها الصحافة المكتوبة، والمواضيع الخاصة بمجال الاتصال والتي انقسمت بين العلاقات العامة والإعلان، بالإضافة إلى المواضيع الخاصة بالتكوين الإعلامي والتشريعات الإعلامية. أما فيما يتعلق بالمواضيع التي تُعنى بعناصر العملية الاتصالية، فقد ظهرت كلها في المواضيع المعالجة في المجلة الجزائرية للاتصال، تصدرتها تلك الخاصة بالوسيلة وبدرجة أقل الرسالة. أما من ناحية طبيعة المواضيع فقد جاءت متنوعة هي الأخرى، ولكن سيطرت عليها المواضيع الاجتماعية والسياسية وبدرجة أقل المواضيع ذات البعد الأكاديمي.

- استخدم الباحثون في المجلة الجزائرية للاتصال العديد من النظريات، سواء المتعلقة بعلم الإعلام والاتصال أو بعض العلوم الإنسانية الأخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس. وقد تنوعت بين نظريات الصحافة والنظريات النقدية، ونظريات التأثير بأنواعه القوي والمعتدل، ونظريات التعلم ونظريات نشوء المجتمع الجماهيري، ونظرية حارس البوابة ونظرية الفجوة المعرفية ونظرية التأثير الانتقائي. كما استخدموا كل من النظرية الوظيفية والنظرية السلوكية ونظرية التفاعلية الرمزية. ولقد استخدمت هذه النظريات في العديد من المجالات الموضوعاتية حسب موضوعها، وحسب التفسيرات التي تقدمها، ولكن أغلبها تمركز في المواضيع ذات الأبعاد الاجتماعية السياسية، أو ذات البعد الأكاديمي.

- اعتمد الباحثون في المجلة الجزائرية للاتصال على مختلف النظريات لتقديم تفسيرات لقضايا ومشاكل عالم الاتصال، سواء على المستوى العربي أو الغربي، وفي الجزائر بشكل خاص. ولهذا فقد استخدمت أغلب النظريات بغرض الشرح أو التفسير، وبدرجة أقل لدعم آرائهم ووجهات نظرهم إزاء مختلف الإشكاليات المطروحة. وقلما استخدمت هذه النظريات لغرض

- النقد أو الاختبار، ولم ترد أيضا كأطر نظرية للبحوث التطبيقية، التي كانت قليلة مقارنة بالبحوث النظرية.
- استخدم الباحثون المناهج الكمية والكيفية في بحوث المجلة الجزائرية للاتصال النظرية والتطبيقية. وتتنوع المناهج الكمية بين كل من منهج تحليل المحتوى الكمي والمنهج المقارن ومنهج المسح، بينما استخدم كل من منهج دراسة الحالة والمنهج التاريخي، ومنهج تحليل المحتوى الكيفي بنوعيه، أي منهج التحليل السيميولوجي ومنهج تحليل الخطاب، فيما يخص المناهج الكيفية. وتراوح استخدام هذه المناهج في المواضيع النظرية، وأيضا التطبيقية أو الإمبريقية، وقد أعطى هذا الاستخدام - التطبيقي - صورة عن بحوث الاتصال التطبيقية.
 - اعتمدت بحوث المجلة الجزائرية للاتصال على أدوات البحث الكمية ممثلة في الاستبيان والمقابلة المقننة، كما اعتمدت على أدوات البحث الكيفية كالملاحظة والمجموعات المركزة والمقابلة المتعمقة.
 - عرفت كل من نظريات ومناهج البحث المستخدمة في المجلة الجزائرية للاتصال العديد من التغييرات خلال مختلف الحقب الزمنية التي مرت بها المجلة، أي منذ 1988 إلى غاية 2015. حيث عرفت بعد النظريات والمناهج تطورا منذ انطلاقة المجلة، فيما عرف البعض الآخر تراجعاً، وسجل البعض تذبذباً في الاستخدام تراوح بين التطور والتراجع.

بينت نتائج الدراسة التي سعت إلى التعرف على مواضيع، نظريات ومناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر، في أهم مجلة من مجلات التخصص، ألا وهي المجلة الجزائرية للاتصال الصادرة عن هيئة أكاديمية متمثلة في الجامعة، أن هناك اهتماما بحثيا واضحا من قبل الأكاديميين الجزائريين بمختلف مشاكل وقضايا الاتصال، وهو الأمر الذي يعكسه التنوع في المواضيع المعالجة نظريا وتطبيقيا، بالرغم من التركيز على بعض المجالات دون الأخرى، كالمواضيع الخاصة بالاتصال والتي لم تلق اهتماما كافيا في المواضيع المنشورة بالمجلة، وكذا تركيز مواضيع الإعلام في وسائل إعلامية دون أخرى، تمثلت بشكل خاص في الصحافة المكتوبة. فضلا عن عدم مواكبة المواضيع المعالجة في كثير من الأحيان للتطورات التي شهدتها مجال الإعلام والاتصال، خاصة في ظل التطور التكنولوجي الحالي والإنفجار المعلوماتي، الذي بات يمثل سمة من سمات العصر. بالإضافة إلى هذا هناك تركيز من قبل الباحثين على البحوث النظرية، التي تميزت بتعدد مواضيعها وتنوعها دون التطبيقية، وهو ما يمكن أن يحول دون الوصول إلى تحليل علمي دقيق، ومعالجة صارمة للمشاكل المطروحة على الساحة الإعلامية، بالرغم من أن معظم البحوث النظرية تمحورت حول "مقالات التحاليل المهمة" التي عالجت مشاكل متعددة ومتنوعة.

كما بين التحليل الكمي والكيفي لأعداد المجلة الجزائرية للاتصال، أن الباحثين يستعملون نظريات الاتصال، وبعض نظريات العلوم الأخرى في بحوثهم. وأن هذا الاستعمال يساعدهم في شرح وتفسير القضايا والإشكاليات التي يتعرضون لها، كما يسمح لهم بتقديم حجج وبراهين لمختلف الآراء التي يطرحونها. وأنهم قلما يعتمدون على هذه النظريات خارج هذا الإطار، كاستعمالها للنقد أو وضعها محل اختبار، أو مقارنة أو حتى كإطار نظري للبحوث التطبيقية. كما اتضح من خلال التحليل أن هناك تركيزا على بعض النظريات دون أخرى، بالرغم من تعددها وتنوعها، واستمرار الاعتماد على بعضها حتى عند مناقشة بعض الإشكاليات الجديدة، مثلما هو الحال في استعمال نظرية "الاستخدامات والإشباع" عند التطرق لبعض مواضيع الإعلام الجديد.

إضافة إلى ما سبق بين التحليل الموضوعاتي للمجلة الجزائرية للاتصال أن الباحثين يستعملون في بحوثهم مناهجا وأدوات جمع بيانات متعددة، وأن هذا الاستخدام كان نظريا وتطبيقيا. فقد ورد

البعض من هذه المناهج والأدوات في المقالات النظرية، وبشكل خاص "مقالات التطوير المنهجي". أما تطبيقياً فقد تم الاعتماد على كل من المناهج والأدوات الكمية والكيفية، بالرغم من سيطرة الأولى على الثانية؛ حيث بينت النتائج أن البحوث الكمية - أو حتى المختلطة - قد تفوقت على البحوث الكيفية. كما انحصر استخدام المناهج الكيفية في بعض المناهج المعروفة كدراسة الحالة، وغابت مناهج أخرى كالمنهج الإثنوغرافي، كما غُيّبت بعض أدوات جمع البيانات الكيفية كالمجموعات المركزة والأساليب الإسقاطية. واستخدام المناهج بهذا الشكل ارتبط بنوعية البحوث - خاصة التطبيقية - المنشورة بالمجلة، حيث سيطرت البحوث الوصفية، وقل استخدام البحوث التجريبية والاستشراعية، وحتى الاستكشافية. كما اعتمدت بحوث الرسالة - من خلال استخدام تحليل المحتوى الكمي والكيفي - وبشكل أقل بحوث الجمهور، وغابت بحوث القائم بالاتصال.

إن تحليل أعداد المجلة الجزائرية للاتصال، أهم مجلة في تخصص علوم الإعلام والاتصال في الجزائر، يدعونا إلى التساؤل حول مسار البحث الإعلامي في الجزائر، وحول الإشكاليات التي يطرحها، ومدى مطابقتها وتعلقها الفعلي بالواقع الإعلامي الحقيقي. كما يدعونا إلى التساؤل حول طبيعة البحوث المستعملة والتي يغلب عليها الطابع الكمي، وضرورة التفكير في البحوث الكيفية التي باتت في كثير من الأحيان الحل الأمثل لمعالجة مختلف الإشكاليات المعاصرة، بفضل الأدوات والمناهج التي تمتلكها. كما يدعونا إلى إعادة التفكير في طرق توظيف النظريات في البحوث، أو حتى في النظريات المستعملة في حد ذاتها، خاصة تلك التي تجاوز المجتمع العلمي أطروحاتها منذ زمن.

إن كل التساؤلات والمشاكل المطروحة آنفاً، لا تحل إلا من خلال الاتجاه نحو البحث النقدي، ونحو تفعيله في الأوساط الأكاديمية، حتى نصل إلى وضع البحث الإعلامي الاتصالي في مساره الصحيح، هذا من جهة. ومن جهة أخرى لا بد من الاهتمام بالنشر أكثر في هذا التخصص، والحفاظ على الموروث الأكاديمي المتمثل هنا في المجلة الجزائرية للاتصال، ودفعها قدماً للصدور بشكل دوري منظم حتى لا تشهد انقطاعات أخرى كتلك التي شهدتها سابقاً.

1- باللغة العربية

• الكتب

- 1- أ. لارامي، ب. فالي: **البحث في الاتصال "عناصر منهجية"**، ترجمة فضيل دليو وآخرون، دط، مخبر علم اجتماع الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة. 2009
- 2- إبراهيم عبد الله المسلمي: **مناهج البحث في الدراسات الإعلامية**، دط، دار الفكر العربي، القاهرة. 2009
- 3- أحمد بدر: **علوم الإعلام "البحث العلمي، المناهج، التطبيقات"**، دط، دار قباء الحديثة للنشر والتوزيع، القاهرة. 2008
- 4- أحمد بن مرسل: **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، دط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. 2003
- 5- أحمد محمد موسى: **المدخل إلى الاتصال الجماهيري**، دط، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر. 2009
- 6- أرمان وميشال ماتلار: **تاريخ نظريات الاتصال**، ترجمة نصر الدين العياضي والصادق رايح، ط2، المنظمة العربية للترجمة، لبنان. دس
- 7- أرماند ماتيلار، ميشيليه ماتيلار: **نظريات الاتصال**، ترجمة أديب خضور، ط2، المكتبة الإعلامية، دمشق. 2008
- 8- إريك ميغريه: **سوسيولوجيا الاتصال ووسائل الإعلام**، ترجمة مورييس شريل، ط1، جروس برس، لبنان. 2009
- 9- إسماعيل عبد الفتاح، محمود منصور هيبية: **البحث الإعلامي "اتجاهات وقراءات في حلقة البحث الصحفي والإعلامي"**، دط، مركز الإسكندرية للكتاب، الإسكندرية. 2009
- 10- إسماعيل علي سعد، عبد الحليم الزيات: **في المجتمع والسياسة**، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية. 2003
- 11- أيمن علي طه: **علم الاجتماع الإعلامي "رؤى نظرية ودراسات ميدانية"**، ط1، دار الجوهرة للنشر والتوزيع، مصر. 2015
- 12- برهان شاوي: **مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته**، ط1، دار الكندي، 2003.

- 13- بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال، ط1، دار أسامة، الأردن. 2011
- 14- بسام مشاقبة: مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، ط1، دار أسامة للنشر والتحليل، الأردن. 2012
- 15- بسيوني إبراهيم حمادة: دراسات في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال والرأي العام، ط1، عالم الكتاب، القاهرة. 2008
- 16- بلقاسم بن روان: وسائل الإعلام والمجتمع "دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية"، ط1، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر. 2007
- 17- تيسير مشاركة: مبادئ في الاتصال، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن. 2013
- 18- جاين فيشر: دور الثقافة والإدراك في العلاقات الدولية، ترجمة أسعد حليم، ط1، الجمعية المصرية لنشر المعرفة والثقافة العالمية، القاهرة. 2004
- 19- جلال غربول السناد: البحث العلمي وكتابته، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن. 2015
- 20- جوديت لازار: سوسيولوجيا الاتصال الجماهيري، ترجمة علي وطفة- هيثم سطايجي، دط، دار الينابيع للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق. 1994
- 21- حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: نظريات الإعلام، دط، منشورات مركز بحوث الرأي العام، القاهرة. 2007
- 22- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط7، الدار المصرية اللبنانية، دم. 2008
- 23- حسني محمد نصر: مقدمة في الاتصال الجماهيري "المدخل والوسائل"، ط2، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، مصر. 2008
- 24- حسين خريف: المدخل إلى الاتصال والتكيف الاجتماعي "دراسات نقدية"، دط، مخبر علم اجتماع الاتصال. جامعة منتوري قسنطينة. 2005
- 25- حمدي حسن: الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام، دط، دار الفكر العربي، القاهرة، دس
- 26- حميد الدليمي، اللافي إدريس عبد القادر: أساليب البحث المنهجي في الدراسات الإعلامية، ط1، منشورات جامعة قازيونس، ليبيا. 2008

- 27- حميد جاعد محسن الدليمي: علم الاجتماع الإعلامي "رؤية سوسيولوجية مستقبلية"، ط2، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان. 2006
- 28- خالد حامد: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط2، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر. 2012
- 29- خالد يوسف العمار: أبحاث البحث وإعداد الرسائل الجامعية في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، ط1، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، الأردن. 2015
- 30- خضرة عمر المفلح: الاتصال "المهارات والنظريات وأسس عامة"، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن. 2015
- 31- ديفلور، س بال روكيش: نظريات الإعلام، ترجمة محمد ناجي الجوهر، ط2، دار الأمل للنشر والتوزيع، الأردن. 2001
- 32- رحي مصطفى مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي "النظرية والتطبيق"، ط5، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن. 2013
- 33- رجاء محمود أبوعلام: مناهج البحث الكمي والنوعي والمختلط، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن. 2013
- 34- رشدي أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دط، دار الفكر العربي، القاهرة. 2004
- 35- روجر ويمر، جوزيف دومينيك: مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة صالح أبو أصبع و فاروق منصور، ط1، المنظمة العربية للترجمة، لبنان. 2013
- 36- زهير عبد اللطيف عابد: الإعلام الجماهيري، ط2، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن. 2015
- 37- سامية محمد جابر: الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث "النظرية والتطبيق"، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية. 1998
- 38- سامية محمد جابر: منهجيات البحث الاجتماعي والإعلامي، دط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية. 2000.

- 39- سعد بن سعود بن محمد: الاتصال والإعلام السياسي، ط1، دار القنوات، المملكة العربية السعودية. 2007
- 40- سوّدد فؤاد الألوّسي: العنف ووسائل الإعلام، ط1، دار أسامة لنشر والتوزيع، الأردن. 2011
- 41- السيد أحمد مصطفى عمر: البحث الإعلامي "مفهومه وإجراءاته ومناهجه"، ط2، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة. 2002
- 42- شيماء ذو الفقار زغيب: مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة. 2009
- 43- صالح خليل أبو أصبع: الاتصال الجماهيري، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن. 1999.
- 44- صالح خليل أبو أصبع: الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، ط5، دار مجدلاوي، عمان. 2006
- 45- صفاء جبارة: الخطاب الإعلامي بين النظرية والتحليل، ط1، دار أسامة للنشر والتحليل، الأردن. 2012
- 46- طه عبد العاطي نجم: الاتصال الجماهيري في المجتمع العربي الحديث "الموضوع والقضايا"، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية. 2004
- 47- عامر إبراهيم قنديلجي: الإعلام والمعلومات والانترنت، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن. 2013
- 48- عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي في الصحافة والإعلام، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن. 2015
- 49- عامر قنديلجي، إيمان السامرائي: البحث العلمي "الكمي والنوعي"، ط1، دار اليازوري، الأردن. 2009
- 50- عامر مصباح: الإقناع الاجتماعي "خلفيته النظرية وآلياته العملية"، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، 2005

- 51- عبد الحميد أحمد رشوان: العلم والبحث العلمي "دراسة في مناهج العلوم"، ط7، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية. 2004
- 52- عبد الرحمن سيد سليمان: مناهج البحث، ط1، عالم الكتاب، القاهرة. 2014
- 53- عبد الرحيم درويش: مقدمة إلى علم الاتصال، دط، مكتبة نانسي، دمياط. 2006
- 54- عبد الله محمد عبد الرحمان: سوسيولوجيا الاتصال والإعلام "النشأة التطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية"، دط، دار المعرفة الجامعية. مصر. 2005
- 55- عبير الرحباني: الإعلام رسالة ومهنة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن. 2013
- 56- عزام محمد أبو الحمام: الإعلام والمجتمع، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن. 2011
- 57- عزيزة عبده: الإعلام السياسي والرأي العام "دراسة في ترتيب الأولويات"، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة. 2004.
- 58- عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح: البحث العلمي "أسسه ومناهجه"، ط1، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان. 2014
- 59- عقيل حسين عقيل: فلسفة مناهج البحث العلمي، دط، مكتبة مذبولي. 1999
- 60- عواطف عبد الرحمن: النظرية النقدية في بحوث الاتصال، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة. 2002
- 61- فاطمة القليني، محمد شومان: الاتصال الجماهيري "اتجاهات نظرية ومنهجية"، دط، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة. 2006
- 62- فايزة يخلف: سيميائيات الخطاب والصورة، ط1، دار النهضة العربية، لبنان. 2012
- 63- فريال مهنا: علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دط، دار الفكر المعاصر، بيروت. 2002
- 64- فضيل دليو: تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، ط4، دار الخلدونية للنشر والتوزيع. الجزائر. 2013
- 65- فضيل دليو: عناصر منهجية في العلوم الإجتماعية، دط، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة قسنطينة 3. 2015

- 66- فضيل دليو، علي غربي: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، ط2، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، جامعة منتوري قسنطينة. 2012
- 67- فواز منصور الحكيم: سوسيولوجيا الإعلام الجماهيري، ط1، دار أسامة، عمان. 2011
- 68- كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام " التطور، الخصائص، النظريات"، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن. 2014
- 69- كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام "التطور، الخصائص، النظريات"، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن. 2011
- 70- لحسن عبد الله باشوية وآخرون: البحث العلمي "مفاهيم، أساليب، تطبيقات"، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن. 2010
- 71- ماجد محمد الخياط: أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الأردن. 2010
- 72- ماجد محمد الخياط: أساليب البحث العلمي، ط1، دار الراجحة للنشر، عمان. 2011
- 73- محمد بكر نوفل، فريال محمد أبو عواد: التفكير والبحث العلمي، ط2، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن. 2015
- 74- محمد حمدان المصالحه: الاتصال السياسي الدولي "مدخل نظري ونموذج تطبيقي"، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن. 2009
- 75- محمد شومان: تحليل الخطاب الإعلامي "أطر نظرية ونماذج تطبيقية"، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة. 2007
- 76- محمد صاحب سلطان: مبادئ الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن. 2014
- 77- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتاب، القاهرة. 2004
- 78- محمد عبد الحميد: تحليل المحتوى في بحوث الإعلام "من التحليل الكمي إلى التحليل في الدراسات الكيفية وتحليل محتوى المواقع الإعلامية"، ط1، عالم الكتاب، القاهرة. 2010

- 79- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتاب، القاهرة، 2000
- 80- محمد عبد العال النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، ط2، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن. 2015
- 81- محمد منير حجاب: نظريات الاتصال، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة. 2010
- 82- محمود حسن إسماعيل: مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة. 2011
- 83- مصطفى حميد كاظم الطائي: الإعلام والتنمية البشرية "دراسة في النظريات والتجارب التنموية العالمية"، ط1، الآفاق المشرقة للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة. 2010
- 84- ملفين ديفليير، ساندر بول روكيش: نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، ط4، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة. 2002
- 85- منال مزاهرة: مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن. 2014
- 86- منذر عبد الحميد الضامن: أساسيات البحث العلمي، ط3، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن. 2015
- 87- موريس أنجريس: منهجية البحث في العلوم الإنسانية "تدريبات عملية"، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصب للنشر، الجزائر. 2006
- 88- موفق الحمداني وآخرون: مناهج البحث العلمي "أساسيات البحث العلمي"، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان. 2006
- 89- مي العبد الله: البحث في علوم الإعلام والاتصال "من الأطر المعرفية إلى الإشكاليات البحثية"، ط1، دار النهضة العربية، لبنان. 2011
- 90- مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، لبنان. 2006
- 91- هناء حافظ بدوي: الاتصال بين النظرية والتطبيق، ط1، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية. 2003
- 92- وجيه محبوب: البحث العلمي ومناهجه، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن. 2016

• المجلات والدوريات

- 93- أحمد بن مرسل: أساليب تحليل الخطاب في أبحاث الإعلام والاتصال، *المجلة الجزائرية للاتصال*، العدد 15، جامعة الجزائر. 1997
- 94- حكيمة جاب الله: إشكاليات السياسات الإعلامية وأطرها النظرية، *المجلة الجزائرية للاتصال*، العدد 24، جامعة الجزائر 3. السداسي الثاني 2015.
- 95- رضوان بوجمعة: ابستيمولوجيا علوم الاتصال: أزمة فهم بنية الاتصال في المجتمع الجزائري، *المجلة الجزائرية للاتصال*، العدد 18. 2004
- 96- رئاسة التحرير: تقديم *المجلة الجزائرية للاتصال*، *المجلة الجزائرية للاتصال*، العدد 22، جامعة الجزائر 3، 2014
- 97- سعيد بومعيزة: كلمة العدد ، *المجلة الجزائرية للاتصال*، العدد 13، جامعة الجزائر. 1996
- 98- عبد الرحمن عزي: التكوين الإعلامي: التلاقي والتلاقي بين الرسالة والوسيلة، *المجلة الجزائرية للاتصال*، العدد 4، جامعة الجزائر. 1990
- 99- عبد الغفار مكاوي: النظرية النقدية لمدرسة فرنكفورت (مدخل وتعقيب نقدي)، *مجلة الوحدة*، العدد 98، الرباط. 1992
- 100- محمد قيراط: ستون عاما من دراسات القائمين بالاتصال: الدروس المستخلصة والاتجاهات المستقبلية، *الدورية المغربية لبحوث الاتصال*، العدد 12، المعهد العالي للإعلام والاتصال، الرباط. 2000
- 101- محمد نجيب الصرايرة: وسائل الاتصال الجماهيرية وفرضية وضع الخطة وترتيب الاهتمامات "إطار نظري تحليلي"، *مجلة أبحاث اليرموك*، المجلد 19، العدد 1 ب، جامعة اليرموك، الأردن. 2003
- 102- نصر الدين لعياضي: البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال في المنطقة العربية وغياب الأفق النظري، *مجلة المستقبل العربي*، العدد 450، مركز دراسات الوحدة العربية. 2016

103- هيئة التحرير: قواعد النشر، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 24، جامعة الجزائر 3. السداسي الثاني 2015.

• المؤتمرات

104- نصر الدين لعياضي: الرهانات الإبتيمولوجية والفلسفية للبحث الكيفي "تحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية"، المؤتمر الدولي "الإعلام الجديد:

تكنولوجيا جديدة لعالم جديد"، أبريل 2009، منشورات جامعة البحرين، طبعة 2009

105- محمود عبد الرؤوف كامل: اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر"دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لدورتي الصحافة والإعلام الأمريكية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم، مصر. أكتوبر

2007

• الرسائل والأطروحات

106- علي قسايسية: المنطلقات النظرية والمنهجية لدراسات التلقي "دراسة نقدية تحليلية لأبحاث الجمهور في الجزائر 1995-2006"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر. 2006-2007.

107- هشام المكي: الاتصال الجماهيري وسؤال القيم" دراسة في نظريات الاتصال الجماهيري المؤسسة"، أطروحة دكتوراه منشورة، مركز نماء للبحوث والدراسات، ط1، بيروت.

2016

• المحاضرات

108- فضيل دليو: الأنظمة الإعلامية في العالم: من نظريات الصحافة إلى ما بعد النماذج الإعلامية، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة صالح بوبنيدر، أبريل

2015

• المقابلات

109- مقابلة مع البروفيسور "أحمد حمدي"، ماي 2017

110- مقابلة مع البروفيسور "رضوان بوجمعة"، ماي 2017

111- مقابلة مع البروفيسور "زبير شاوش رمضان"، ماي 2017

2- باللغة الأجنبية

• الكتب

- 1- Arther Asa Berger : *Media Communication Research*, Sage Publication, Inc, USA. 2000
- 2- Alan Bryman: *Social Research Methods*, Forth edition, Oxford University Press, 2012
- 3- Barrie Gunter: *Media Research Methods*, first edition, SAGE Publication Ltd, London. 2000
- 4- Dennis Howitt: *The Mass Media and Social Problems*, First Edition, Pergamon Press, England. 1982
- 5- James Curran, Micheal Gurevitch: *Mass Media and Society*, Second Edition, Edward Arnold Publication, Great Britain. 1992
- 6- Jean de Bonville: *Lanalyse de Contenu des Media*, Edition De Boeck Universite, Bruxelles, 2006
- 7- Judith Lazer : *Sociologie de la Communication de Masse*, Edition Arman Colin, Paris. 1991
- 8- Luc Bonneville Et Autres : *Introduction Aux Methodes De Recherche En Communication*, Edition Gaëtan Morin, Canada, 2007
- 9- Paul Attallah : *Théories De La Communication*, Edition Presses de L Université du Québec, Télé – Université. 1991
- 10- Richard West, Lynn H. Turner: *Introducing Communication Theory – Analysis and Application*, Mayfield Publishing Company, United States of America. 2000
- 11- Stephen Littlejhon : *Theories of Human Communication*, Charles and Merill Publishing Company, United States of America. 2004
- 12- Valérie Sacriste : *Communication et Media "Sociologie de l'espace Médiatique"*, Editions Foucher, Paris 2007.

- 13- Vijaya Somasundaram: *Principles Of Communication*, Authors Press Global Network, India. 2005

• المواقع الإلكترونية:

- 1- Onlinelibrary.wiley.com/Journal Of Communication/Jennings Bryant,Dorina Miron:Theory and Research in Mass Communication/ Septembre 2008
- 2- www.revistalatinacs.org/J Bermejo-Berros:“Evolution of the paradigms, methodologies and fields of communication in Revista Latina de Comunicación Social during the decade 2004-2013/ Juin 2015/ 10.00
- 3- <http://www.redalyc.org/> Martínez Nicolás, Manuel; Saperas Lapiedra, Enric La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas/ Juin 2015/ 09.00
- 4- [https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004/Dominique Wolton: Information et Communication "Deux Chantiers Scientifiques, Cultures et Politiques"/ Juin 2017/ 12.00](https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004/Dominique Wolton: Information et Communication)
- 5- [https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004/ Jean Davallon: Objet Concret, Objet scientifique, Objet de Recherche/ Juin 2017/ 12.20](https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2004/Jean Davallon: Objet Concret, Objet scientifique, Objet de Recherche/ Juin 2017/ 12.20)
- 6- <https://www.masscommunicationtalk.com/Age of Propaganda/Behaviourism Theory in Propaganda/Decembre 2016/ 11.00>

الملاحق

ملحق رقم 1: استمارة تحليل المحتوى

فئة الشكل

اللغة: عربية فرنسية إنجليزية

فئات المحتوى

أ- فئة مجال البحث:

- إعلام:

إعلام إلكتروني وتكنولوجيات الاتصال إذاعة تلفزيون صحافة
 مسرح سينما كتاب

- اتصال:

علاقات عامة إعلان تشريعات إعلامية

ب- فئة عناصر العملية الاتصالية:

القائم بالاتصال الرسالة الوسيلة
 المتلقي الأثر

ج- فئة طبيعة الموضوع:

سياسي اجتماعي اقتصادي
 ديني رياضي علمي
 ثقافي بيئي أخرى

• فئة المصدر:

أ- الانتماء الأكاديمي:

من الجامعة الجزائرية من خارج الجامعة الجزائرية
 مصدر غير معروف

ب- الدرجة العلمية:

أستاذ التعليم العالي أستاذ محاضر أستاذ مساعد
 غير معروفة

• فئة نوع البحث :

تطبيقي

نظري

• فئة نوع البحوث النظرية :

مقالات التحليل المفاهيمي

مقالات التحليل المهمة

مقالات التطوير المنهجي

المقالات المعرفية

مقالات تقديم كتب

مقالات مترجمة

أخرى

* فئة نوع البحوث الميدانية

كيفية

كمية

كشفية

مختلطة

تجريبية

وصفية

استشرافية

فئات النظريات:

أ- نظريات الصحافة:

نظرية الحرية (الليبرالية)

نظرية السلطة (السلطوية)

النظرية الاشتراكية (السوفييتية)

نظرية المسؤولية الاجتماعية

نظرية المشاركة الديمقراطية

لنظرية التنمية

ب- النظريات النقدية:

نظرية الإقتصاد السياسي

النظرية النقدية الكلاسيكية

نظرية الدراسات الثقافية

ج- نظريات التأثير:

- نظريات التأثير القوي:

نظرية ليرنر لاجتياز المجتمع التقليدي

نظرية دوامة الصمت

نظرية الحتمية التكنولوجية

- نظريات التأثير المعتدل:

نظرية انتشار المبتكرات

نظرية التدفق على مرحلتين

نظرية الاستخدامات والإشباع

نظرية ترتيب الأولويات

- نظريات التعلم:

- نظرية الغرس الثقافي نظرية التعلم بالملاحظة

- نظريات نشوء المجتمع الجماهيري:

- نظرية سبنسر نظرية تونيز
 نظرية الحقنة تحت الجلد

- نظريات أخرى:

- نظريات التأثير الإنتقائي نظرية القائم بالاتصال أو حارس البوابة
 نظرية الفجوة المعرفية أخرى

د- النظريات السوسولوجية الكلاسيكية:

- النظرية الوظيفية نظرية التفاعلية الرمزية
 النظرية السلوكية أخرى

• فئة الزمن: (تطبق على النظريات والمناهج)

- 1998-1995 1992-1988
 2015-2004

• فئة مواطن التعرض: (تطبق على كل النظريات)

- حسب مجال البحث حسب عناصر العملية الاتصالية
 حسب طبيعة الموضوع

• فئة الهدف: (تطبق على كل النظريات)

- للمقارنة كإطار نظري (كخلفية نظرية)
 نقد شرح وتفسير
 دعم واستشهاد اختبار
 مجرد إشارة

فئات المناهج:

• فئة المنهج:

- كمي:

- | | | | |
|--------------------------|----------|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | المقارن | <input type="checkbox"/> | المسح |
| <input type="checkbox"/> | التجريبي | <input type="checkbox"/> | تحليل المحتوى الكمي |

- كفي:

- | | | | |
|--------------------------|--------------|--------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> | الإثنوغرافي | <input type="checkbox"/> | دراسة الحالة |
| <input type="checkbox"/> | التاريخي | <input type="checkbox"/> | تحليل المحتوى الكفي: المنهج السيميولوجي |
| <input type="checkbox"/> | تحليل الخطاب | <input type="checkbox"/> | |

• فئة نوع الاستخدام

- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | الاستخدام النظري للمناهج الكمية والكيفية |
| <input type="checkbox"/> | الاستخدام التطبيقي للمناهج الكمية والكيفية |

• فئة أدوات جمع البيانات

- | | | | |
|--------------------------|-----------------|--------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | كمية: الاستبيان | <input type="checkbox"/> | المقابلة المقننة |
| <input type="checkbox"/> | كيفية: الملاحظة | <input type="checkbox"/> | المجموعات المركزة |
| <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | المقابلة المعمقة الأساليب الإسقاطية |

• فئة نوع الاستخدام

- | | |
|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | الاستخدام النظري لأدوات جمع البيانات الكمية والكيفية |
| <input type="checkbox"/> | الاستخدام التطبيقي لأدوات جمع البيانات الكمية والكيفية |

ملحق رقم 02: دليل المقابلة

إن هذه المقابلة موجهة لرؤساء تحرير "المجلة الجزائرية للاتصال"، وذلك في إطار التحضير لرسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تتعلق بمواضيع ونظريات ومناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر - المجلة الجزائرية للاتصال نموذجا. وهذه المقابلة تستهدف التعرف على آراء رؤساء التحرير فيما يتعلق باختيار، تحكيم ونشر المقالات، بالإضافة إلى جمع معومات حول المجلة وتأثيرها على البحث في الإعلام والاتصال في الجزائر. وسأكون شاكرة لكم وممتنة إذا أجبتكم عن هذه الأسئلة :

- 1- حسب رأيكم، كيف يتم اختيار رؤساء التحرير؟
- 2- هل هناك اعتبارات معينة في تعيين المحكمين واختيارهم؟ وهل هناك جهات معينة تتحكم في هذا الاختيار؟
- 3- ما هي المعايير التي تعتمدها عند اختيار المقالات وتحكيمها؟
- 4- هل تختار المقالات على أساس المواضيع، أم على أساس الكتاب؟
- 5- هل تفضل (المقالات التي تنشر) الدراسات النظرية، أم الدراسات التطبيقية؟
- 6- كم تقدر المدة لنشر مقال؟
- 7- هل المجلة مخصصة لأساتذة جامعة الجزائر فقط، أم أساتذة جامعات الوطن (تخصص علوم الإعلام والاتصال)؟ ولماذا تكرر نفس الأسماء؟
- 8- على أي أساس يتم اختيار الكتاب من خارج الوطن؟
- 9- كيف تبررون عدم انتظام المجلة في الصدور، والانقطاع بين فترة وأخرى؟ وهل أثر ذلك على مسار تطور البحث الإعلامي في الجزائر؟

Guide de l'interview

Cette interview est destinée aux rédacteurs en chef de la Revue Algérienne de la Communication dans le cadre de la préparation d'une thèse de Doctorat portant sur les théories et les méthodes de recherche en sciences de la communication en Algérie. L'interview vise à collecter les avis des rédacteurs en chef concernant le processus de sélection, expertise et publication des articles ainsi que des informations relatives à la revue et son impact sur le développement de la recherche info-com en Algérie.

Je vous saurai gré de bien vouloir répondre aux questions listées ci-dessous.

- 1- A votre avis, comment les rédacteurs en chef de la revue sont-ils sélectionnés ?
- 2- Est-ce qu'il y'a des critères spécifiques à la sélection et la désignation des experts ? qui sont les parties responsables du choix de ces derniers ?
- 3- Sur quelle base les articles sont-ils sélectionnés ? et comment sont-ils expertisés ?
- 4- Les articles sont-ils sélectionnés sur la base des thèmes ou bien les auteurs ?
- 5- Sont plus favorisées à être publiées ; les études théoriques ou bien celles pratiques ?
- 6- Quelle est la durée estimative de publication d'un article ?
- 7- Pensez-vous que la publication à la revue est à la portée de tout enseignant info-com ou bien réservée aux enseignants de l'Université d'Alger ?
- 8- Sur quelle base la sélection des auteurs étrangers est elle faite ?
- 9- Comment justifiez-vous l'irrégularité et les ruptures d'apparence de la revue ? et est ce que cela a influencé le développement de la recherche en info-com en Algérie ?

مواضيع، نظريات ومناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر - المجلة الجزائرية للاتصال نموذجاً

الملخص باللغة العربية

لقد جاءت هذه الدراسة تحت عنوان "مواضيع، نظريات ومناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال في الجزائر - المجلة الجزائرية للاتصال نموذجاً" لتلقي الضوء على مواضيع البحث في الاتصال في أعرق مجلة جزائرية متخصصة في علوم الإعلام والاتصال، ولتبحث في النظريات والمناهج والأدوات العلمية، التي تنظم هذا البحث في شقيه النظري والإمبريقي على حد سواء، ذلك أن تعدد مواضيع البحث، يتطلب بالضرورة تنوعاً في المداخل النظرية وكذا في المناهج والأدوات لدراساتها على الوجه الأكمل والصحيح. وهذا ما قادنا إلى طرح تساؤل جوهري مفاده: ما هي مواضيع، نظريات ومناهج البحث المستخدمة في بحوث المجلة الجزائرية للاتصال؟

بالإضافة إلى جملة من التساؤلات الفرعية:

- ما هو المجال الموضوعاتي الذي استخدمت فيه النظريات في المجلة الجزائرية للاتصال؟
- هل تعتمد بحوث المجلة على مناهج البحث الكمية، أم الكيفية؟
- ما هي أدوات جمع البيانات التي تستخدم في المجلة الجزائرية للاتصال؟
- هل هناك تطور في استخدام النظريات والمناهج في بحوث ودراسات المجلة الجزائرية للاتصال؟

ولبلوغ أهداف الدراسة استعملنا عينة زمنية، تم فيها الحصر الشامل لجميع أعداد المجلة الجزائرية للاتصال، ابتداء من العدد الثاني الصادر سنة 1988 إلى غاية العدد 24 لسنة 2015 تاريخ إنطلاق الدراسة الميدانية، وتم الحصول على 23 عدد. ولتحليل هذه الأعداد استخدمنا أداة تحليل المحتوى، كما استخدمنا أداة المقابلة مع بعض رؤساء تحرير المجلة، كأداة ثانية لجمع المعلومات.

وبعد الدراسة التحليلية والميدانية توصلنا إلى النتائج التالية:

- بالنسبة للمواضيع: تنشر المجلة الجزائرية للاتصال المواضيع بثلاث لغات هي العربية، الفرنسية والإنجليزية. أغلب هذه المواضيع هي ذات طابع سياسي، اجتماعي وأكاديمي، وتتعلق في مجملها بوسائل الاتصال الجماهيري، تنصدرها المواضيع الخاصة بالصحافة المكتوبة. كما تنشر

المجلة المواضيع ذات الطابع النظري، على حساب البحوث الإمبريقية، تنصدرها مقالات التحاليل المهمة. أما البحوث الإمبريقية فتتنوع بين البحوث الكمية والكيفية والمختلطة، ولكن تسيطر عليها البحوث الكمية وهي في أغلبها بحوث وصفية.

بالنسبة للنظريات: تنوعت النظريات المستعملة في المجلة الجزائرية للاتصال بين نظريات الصحافة ونظريات التأثير بأنواعه، والنظريات النقدية، ونظريات نشوء المجتمع الجماهيري، وبعض نظريات العلوم الاجتماعية. كما عرفت هذه النظريات تفاوتاً في الاستعمال خلال الفترات المختلفة التي مرت بها المجلة، فمنها من تطور منذ 1988 إلى غاية 2015، ومنها من تراجع استخدامه.

استخدمت هذه النظريات بنسب متفاوتة، وتركزت خاصة في المواضيع السياسية والاجتماعية والأكاديمية، وتناسب استخدامها في المواضيع الخاصة بالوسائل، أو بعناصر العملية الاتصالية مع مضامينها ومع ما تطرحه من أفكار، كما استعملت في أغلبها بغرض الشرح والتفسير، أو الدعم والاستشهاد، ولم يستعمل إلا البعض منها كإطار نظري للدراسة.

- **بالنسبة للمناهج والأدوات:** تنوعت المناهج والأدوات المستعملة في المجلة الجزائرية للاتصال بين الكم والكيف، وتفاوت استخدامها بين المجال النظري والتطبيقي. وقد تصدر منهج المسح وتحليل المحتوى الكمي المناهج الكمية، أما المناهج الكيفية فتصدرها نظرياً منهج تحليل الخطاب، وتطبيقياً منهج دراسة الحالة والمنهج التاريخي. ولم تتطور المناهج الكمية وحتى الكيفية بنفس الوتيرة، ولكنها عرفت تذبذباً في الاستخدام خلال الفترة 1988 إلى 2015. كما استخدمت دراسات المجلة كل من أداة الاستبيان والمقابلة كميًا، والمقابلة المتعمقة والمجموعات المركزة والملاحظة كفيًا.

Thèmes, Théories et Méthodes de Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication en Algérie - Le Cas de la Revue Algérienne de la Communication

Résumé

Le présent travail de recherche, intitulé «Thèmes, Théories et Méthodes de Recherche en Sciences de l'Information et de la Communication en Algérie - Le Cas de la Revue Algérienne de la Communication», a été entrepris pour éclairer les thèmes de recherche dans la plus ancienne revue Algérienne spécialisée en sciences de l'information et de la communication, et d'étudier les théories et les méthodes et les outils de recherche qui régissent à la fois le côté théorique et empirique de ce domaine. Le fait que la variation abondante des thèmes nécessite une variation dans les approches théoriques ainsi que dans les méthodes et les outils pour les étudier, nous conduit à définir la question fondamentale de cette étude qui stipule: quels sont les thèmes, les théories et les méthodes de recherche utilisés dans les recherches publiées dans la Revue Algérienne de la Communication?

De plus, certaines questions subsidiaires sont ciblées par cette étude:

- Quelle est la portée thématique dans laquelle les théories ont été utilisées dans la revue?
- Les recherches adoptent-elles des méthodes quantitatives ou qualitatives?
- Quels sont les outils de collecte de données utilisés dans les recherches publiées?
- Y a-t-il un développement quelconque dans l'utilisation des théories et des méthodes de recherche parmi les études publiées?

Pour répondre à ces questions, nous avons adopté une enquête par échantillon de 23 numéros de la Revue Algérienne de la Communication; à partir du 2^{ème} numéro, publié en 1988, au 24^{ème} numéro, en 2015. Nous avons appliqué une analyse de contenu pour disséquer le contenu des numéros. De plus, nous avons conduit des interviews avec des rédacteurs en chef de la revue.

Après analyse, nous avons atteint les résultats suivants:

- Pour les thèmes: Publiés en Arabe, en Français et en Anglais, la plupart

des articles sont de nature politique ou sociale et académique ; globalement liés aux mass media avec, a la tête, les thèmes liés à la Presse Ecrite. En outre, la revue publie des thèmes théoriques, a leur tête les articles d'analyses de pertinence, au détriment des études empiriques variant d'études quantitatives à qualitatives et mixtes, bien que dominées par des études quantitatives, principalement descriptives

- Pour les théories: L'étude révèle l'utilisation d'une variation de théories telles que les théories de presse, les théories de l'influence, les théories de la critique, les théories de la genèse de la communauté de masse et certaines théories des sciences sociales. Ces dernières ont bien connu des hauts et des bas en termes de leurs utilisations entre 1988 et 2015.

L'utilisation de ces théories dans les thèmes liés aux moyens de l'opération de communication ou à ses éléments résulte de leurs contenus et des idées qu'ils exposent. La plupart d'entre eux ont été utilisés pour l'explication et l'interprétation ou bien pour le support et l'illustration; seulement quelques-uns d'entre eux ont été utilisés comme cadre théorique pour l'étude.

- Pour les méthodes et les outils: Variant entre les méthodes et les outils quantitatifs et qualitatifs, leur utilisation diffère entre le champ théorique et pratique. Pourtant, la méthode de l'enquête et l'analyse quantitative du contenu sont prépondérants en termes de méthodes quantitatives. Parallèlement, l'analyse du discours d'une part, et les études de cas et l'approche historique de l'autre, sont respectivement à la tête en termes des méthodes qualitatives théoriques et pratiques. L'utilisation des méthodes qualitatives et quantitatives a connu un rythme fluctuant entre 1988 et 2015.

De plus, les études de la revue ont utilisé le questionnaire et l'entrevue pour la collecte de données quantitatives, ainsi que l'entretien approfondi, les focussed groupes et l'observation pour la collecte de données qualitatives.

Themes, Theories and Research Methods in Information and Communication Sciences in Algeria - The Case of the Algerian Magazine of Communication

Abstract

The present study, entitled '*Themes, Theories and Research Methods in Information and Communication Sciences in Algeria - The Case of the Algerian Magazine of Communication*', was undertaken to shed light on the research themes in the most ancient Algerian magazine specialized in Information and Communication Sciences, and to investigate the theories and the research methods and tools that govern both the theoretical and empirical side of this field. The fact that the abundant variation of themes necessarily requires variation in the theoretical approaches as well as in the methods and tools to investigate them properly drives us to set the fundamental question of this study which states: *what are the research themes, theories and research methods used in the researches published in the Algerian Magazine of Communication?*

Additionally, some subsidiary questions are targeted by this study:

- What is the thematic scope within which theories were used in the magazine?
- Do researches adopt quantitative or qualitative methods?
- What are the data collection tools used in the published researches?
- Is there any development in the use of theories and research methods among the published studies?

To answer the research questions we have adopted a sample survey of 23 numbers of the Algerian Magazine of Communication; starting from the 2nd number, published in 1988, to the 24th number, in 2015. We have applied content analysis to dissect the content of the numbers; besides, we have conducted interviews with some publishers of the magazine.

After the analytical and the field study, we have reached the following results:

- For the themes : Published in Arabic, French and English, most papers are of political or social and academic nature ; globally related to mass media with themes related to the Written Press at the top. Moreover, the magazine publishes theoretical themes, overridden by Relevance Analyzes articles, at the expense of empirical studies which vary from quantitative to qualitative and mixed studies, although dominated by quantitative studies, mostly descriptive. Besides, the magazine relies specially on Algerian researchers and some external researchers from abroad.
- For the theories : the study reveals the use of a variation of theories such as journalism theories, influence theories, criticism theories, theories of mass community genesis and some theories of social sciences. From 1988 to 2015, the use of some theories has progressed, while the use of others has regressed. The use of these theories in the themes related to the means of the communicative operation or its elements comports with their contents and the ideas they expose. Most of them were used for explanation and interpretation or for support and illustration; only a few of them were used as a theoretical framework for the study.
- For the methods and tools: Varying between quantitative and qualitative methods and tools, their use differed between the theoretical and practical field. Yet, the survey method and quantitative content analysis preponderated the quantitative methods. Accordingly, discourse analysis on the one hand, and case studies and the historical approach on the other, topped respectively the theoretical and practical qualitative methods. Both qualitative and quantitative methods' use had been fluctuant during the period from 1988 to 2015. In addition, the magazine's studies made use of the questionnaire and the interview for quantitative data collection, and the in-depth interview, focussed groups and observation for qualitative data collection.