

ملف

موضوع نظريات الإعلام يمثل همّاً لأساتذته والمتخصصين فيه، لكن البحث في النظريات القائمة، أو استحداث نظريات جديدة لا يزال يعاني من سُحٍّ في الدراسات العلمية الجادة. وعلى الرغم من أن الكثير من الدراسات العلمية والأطروحات الأكاديمية تنطلق من أسس قامت عليها نظرية أو أكثر، إلا أن دراسة النظرية نفسها، من حيث أسسها الفلسفية وفروضها العلمية ومفاهيمها الأساسية التي قامت عليها، يعاني - أيضاً - من ندرة في البحوث المتخصصة.

إذا كان هذا هو الحال في المجتمعات التي تهتم جامعاتها وأقسامها العلمية بالبحث العلمي، وبخاصة في الولايات المتحدة وأوروبا، فإنه في العالم العربي من باب أولى. فالنتاج العربي في

ت التأثير الإعلامي

موضوع نظريات الإعلام لا يرقى إلى المستوى الذي وصلت إليه أقسام الإعلام في جامعاتها، من حيث توافر الكوادر الأكاديمية المؤهلة، كما لا يتناسب مع المستوى الرفيع للممارسة المهنية في مجال الإعلام الذي يميز الوطن العربي عن غيره من العالم غير العربي. ربما يعود ذلك إلى جملة أسباب، منها:

- عدم اهتمام الأكاديميين بموضع البحث في نظريات الإعلام، ولذلك نجد ندرة فيما هو موجود للمتخصصين والطلاب، والموجود منه إما أن يكون ترجمة لمؤلفات قديمة، أو تكرار لما هو موجود في الدراسات العربية أو الأجنبية.
- أن الاتجاه السائد لدى طلاب الدراسات العليا في الجامعات العربية هو اختيار نظرية قائمة وإجراء دراسة ميدانية أو تحليلية تنطلق من أسسها النظرية، دون البحث في النظرية ذاتها وتحليلها والكتابة عما استجد في موضوعها. يعود ذلك إلى النزعة التطبيقية المهيمنة على الرسائل العلمية التي تعتمد المنهج الكمي، الذي لا يمكن أن يسهم في إيجاد رؤية علمية تفسيرية للنظرية الإعلامية، من حيث نشأتها، واختبار فروضها، وتتبع ما استجد في متغيراتها العلمية وبنائها النظري.

نظريات التأثير الإ:

- عدم وجود مراكز ترجمة علمية في أقسام الإعلام العربية تُعنى بنقل ما يستجد في مجال نظريات الإعلام ليكون متاحاً للأساتذة والطلاب والباحثين، وما هو موجود لا يرقى إلى المستوى المطلوب.

يحدث ذلك كله بالرغم من وتيرة النشر المتسارعة للبحوث العلمية والدراسات الجادة التي تنشرها أقسام الإعلام المتخصصة والجمعيات العلمية في الغرب، مع سهولة ويسر في الوصول إلى هذه الدراسات من خلال الدخول على مواقع الدوريات العلمية المتخصصة على الإنترنت، أو من خلال قواعد المعلومات والمكتبات الرقمية التي تشترك في خدماتها الجامعات العربية، وبخاصة في المملكة العربية السعودية.

ليس ما سبق هو فقط ما يُجلب الحاجة إلى وجود تراكم علمي عربي في مجالات نظريات الإعلام، بل إن طبيعة المجال نفسه تستدعي متابعته، ومعرفة كل ما يستجد فيه، إذ إن الإشكالية العلمية الرئيسية في موضوعه هي أن الكثير مما هو موجود عن نظريات التأثير الإعلامي إنما كان أساسه قد وُضع من غير المتخصصين في الإعلام، وكثير من التراكم العلمي حول نظرية بعينها يعود أساسه إلى نتائج دراسات أجراها المتخصصون في

ت التأثير الإعلامي

علم الاجتماع أو السياسة أو علم النفس أو العلوم السياسية، أو غيرها من العلوم الاجتماعية ذات الصلة الوثيقة بعلم الإعلام^(١).

ولذلك يُعبرُ بعض المتخصصين في مجال نظريات الإعلام بأنه (حقل قلق)^(٢)، وأنه (يستورد النظريات من العلوم الأخرى)^(٣)، وهذا كله يستدعي متابعة دائمة، ورؤية تقييمية مستمرة من المعنيين بموضوع نظريات الإعلام في الجامعات العربية.

هذا الكتاب هو محاولة لإضافة شيء من النتاج العلمي للتراكم النظري في موضوعه، جاء ليحقق أهدافاً أربعة:

١- الحديث عن النظريات الفلسفية للإعلام التي تتأثر برؤيتها الفكرية في الأسس النظرية والممارسة العملية، مصحوبة برؤية نقدية وأمثلة من الواقع.

٢- مناقشة الكيفية التي يتم من خلالها بناء النظرية الإعلامية، ومستويات تأثيرها.

(١) محمد بن سعود البشر، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية. المجلة العربية

للعلوم الإنسانية، جامعة الكويت، العدد ٨٢، صيف ٢٠٠٢م، ص ٨٦.

(2) Graig, Robert, T. (1993). Why are there so many communication theories? Journal of Communication, 43 (3), [97.

(3) Dablgren, Peter. (2004). Theory, Boundaries, and Political Communication. European Journal of Communication, 19, (1), 7- 18.

نظريات التأثير الـ:

٣- عرض أهم نظريات التأثير الإعلامي، وبيان مفاهيمها الرئيسية، ليستفيد منها طلاب الإعلام والباحثون في موضوع نظريات التأثير الإعلامي من التخصصات الأخرى ذات الصلة بعلم الإعلام.

٤- مناقشة أسباب عدم وجود نظرية محددة في بحوث الإعلام، وشواهد قصور النظرية في الدراسات الإعلامية. وهي مناقشة تستقصي أسباب القصور التي أدت إلى عدم ظهور نظرية إعلامية علمية متماسكة، على غرار ما هو موجود في العلوم الاجتماعية الأخرى، ورصد أسباب ذلك من خلال الاستقراء الموضوعي لما كُتب عن نظريات الإعلام في دراسات المتخصصين، بالإضافة إلى التنبؤ بمستقبل النظرية الإعلامية من خلال الحديث عن أسباب القصور المنهجي لعينة من النظريات الإعلامية.

والملمح العام الذي يصبغ موضوعات الكتاب يتجلى في الرؤية النقدية من جهة، ومحاولة ربط سياقات الحديث بشواهد من الواقع من جهة أخرى.