

معاً لتجاوز أزمة الدراسات الإعلامية

د/ عبد العظيم خضر- مدير التحرير

المتابع الجيد لبحوث الإعلام ودراساته يدرك أن هناك أزمة حقيقية في هذا المجال، والمؤسف أننا نلاحظ تجاهلاً واضحاً لهذه الأزمة من قبل المعنيين بهذه البحوث والدراسات من الأساتذة والباحثين - باستثناء قلة محدودة منهم- إذ لا نجد محاولات علمية جادة للوقوف على أسباب هذه الأزمة وتداعياتها، وأصبحنا كالنعامة التي تدفن رأسها في الرمال حتى لا يراها الآخرون، وغدت البحوث والدراسات الإعلامية في معظمها بعيدة بدرجة كبيرة عن الوفاء بدورها في دراسة الظواهر الإعلامية، وتشخيصها، وتقديم البدائل العلمية المناسبة للتعاطي مع المشكلات التي تواجهها، وتصحيح مساراتها، وهو ما يلقي بظلال كثيفة من الشك على واقع الإعلام ومستقبله على المستويين: المهني والبحثي،

وأعتقد أننا لسنا في حاجة إلى التأكيد على قوة الإعلام، وقدراته التأثيرية الكبرى في المجتمع، فضلاً عن دوره الفاعل في تجسيد صورة مصر، وتسويقها في الداخل والخارج، ومن القلة المحدودة من الأساتذة والباحثين المهتمين بهذه الأزمة وتداعياتها: د/ محمد شومان، الذي عرض في مقالة له في اليوم السابع لثلاثة مظاهر للأزمة على النحو الآتي:

١- التأخير عن ملاحقة الظواهر الإعلامية الجديدة ودراستها.

٢- نقص - وربما غياب- التمويل المؤسسي للبحوث والدراسات الإعلامية.

٣- ندرة التجديد والابتكار لبحوث الإعلام ودراساته.

ونحن نتفق معه - لا شك- في الأول والثالث، غير أن الثاني - الذي يعده مظهرًا من مظاهر الأزمة- والمتمثل في نقص أو غياب التمويل، هو سبب مهم من أسباب الأزمة وليس مظهرًا من مظاهرها.

ومن ثم يمكن القول أن هناك عدة أسباب تقف وراء هذه الأزمة؛ نعرض لأهمها على النحو الآتي:

١- القصور الواضح في مجال العلوم الاجتماعية بصفة عامة - والإعلام على وجه الخصوص- في بلورة نظريات خاصة حتى نهاية القرن العشرين مع تشابك علوم متعددة في نطاقه، مما يجعله يعتمد على التطورات النظرية لهذه العلوم.

٢- صعوبة قياس تأثير الإعلام في الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها، نظرًا لتداخل عدة عوامل ومتغيرات في إحداث الظاهرة، وفي التأثير على فاعليتها.

٣- صعوبة إجراء تجارب عملية أو بيئية_ في مجال العلوم الاجتماعية، ومن بينها الإعلام، بعكس العلوم الطبيعية، نظرًا لتعدد المتغيرات المؤثرة في الظاهرة الاجتماعية -موضع الدراسة- والصعوبات التي تصل إلى حد الاستحالة -في بعض الحالات- في ضبط هذه المتغيرات، والتحكم في أكبر عدد منها.

٤- قلة استخدام المناهج المختلفة في دراسة الظاهرة والمشكلات الاجتماعية، والاقتصار على منهج واحد - ربما- مما يؤدي إلى احتمال ضعف إمكانية التوصل إلى المعلومات الصحيحة، ومن ثم النتائج السليمة؛ وهو ما يعني صعوبة التثبت من صحتها وصدقها ودلائلها.

٥- ضعف توفر مقاييس دقيقة يمكن استخدامها في البحوث الاجتماعية على وجه الخصوص.

٦- النقص الواضح في العديد من البيانات والإحصائيات، وعدم كفايتها.

يضاف إلى ما سبق: ندرة وجود خطط إستراتيجية واضحة للبحوث والدراسات الإعلامية في معظم كليات الإعلام وأقسامه، بحيث تعكس توجه هذه الكليات والأقسام العلمية، الأمر الذي يميزها عن غيرها من الكليات والأقسام المناظرة، ومن ثم أصبحنا أمام مظهر جديد

من مظاهر الأزمة يضاف إلى ما ذكره د/ شومان، يتمثل في: تلاشي الشخصية العلمية - إن صح التعبير- الميزة لكل كلية من كليات الإعلام وأقسامه.. ويكفي أن تلقي نظرة على عناوين البحوث والدراسات الإعلامية في كلية الإعلام بجامعة القاهرة أو كليات وأقسام الإعلام في القاهرة والأقاليم المختلفة، لنلاحظ التشابه الواضح في العناوين والموضوعات، والمفترض أن يكون اهتمام الباحثين في كليات الإعلام بجامعة الأزهر- على سبيل المثال- منصباً على الموضوعات البحثية التي تتسق مع وضعية الكلية وانتمائها لجامعة الأزهر العريقة، وهو ما أخذته الكلية بعين الاعتبار مؤخراً في الخطة البحثية الخمسية التي شاركت في وضعها الأقسام العلمية المختلفة.

ومن ثم، فمن المناسب تمامًا أن نجد موضوعاً عن مستقبل الصحافة الإسلامية في مصر مسجلاً بقسم الصحافة في كلية الإعلام بجامعة الأزهر، ومن غير المناسب أن يكون هذا الموضوع مسجلاً لنيل درجة «الماجستير» في قسم الإعلام بجامعة المنوفية - مع تقديرنا الكامل لهذا القسم العلمي المحترم وأساتذته وباحثيه- والأنسب بالطبع أن توجه القسم البحثي نحو الموضوعات التي تخدم المجتمع المحلي الذي يقع في إطاره، وهكذا الحال بالنسبة لكليات الإعلام وأقسامه الأخرى.

هذه هي أهم الأسباب التي تقف وراء أزمة الدراسات الإعلامية، والتي يمكن تلخيصها - وفقاً لما سبق- في: طبيعة الظواهر الإعلامية وصعوبة قياسها وإجراء تجارب عليها، إضافة إلى قصور المناهج والأدوات البحثية المستخدمة، فضلاً عن النقص الحاد في المعلومات والبيانات، يضاف إلى ذلك: نقص - أو غياب تمويل- وكذلك ندرة توافر خطط إستراتيجية للبحوث العلمية في كليات الإعلام وأقسامه تعكس الهوية العلمية والبحثية التي ينبغي أن تميز هذه الكليات والأقسام.

وفيما يتعلق بمظاهر هذه الأزمة؛ فقد أشرنا لاثنتين من هذه المظاهر - طبقاً لـ د/ شومان- أولهما: التأخير عن ملاحقة الظواهر الإعلامية الجديدة ودراستها، فمعظم بحوث الإعلام تختار موضوعات قديمة، واعتماداً على عينات غير ممثلة للمجتمع، وبذلك فإن نتائجها تكون غير قابلة للتعميم؛ خاصة أن الظاهرة - أو موضوع الدراسة- تكون قد تغيرت ملامحها نتيجة للتطور التكنولوجي السريع في مجال الاتصال والإعلام، وكذا تغير الظروف والبيئة المجتمعية المحيطة بالظاهرة؛ فمن يصدق مثلاً أن دراسة علمية حول «مصادقية الصحف الإلكترونية في مصر بعد ثورة ٢٥ من يناير ٢٠١١م» لم تتم مناقشتها إلا قبل عدة أسابيع، ناهيك عن تغير الظروف والأوضاع المحيطة بالظاهرة المطلوب دراستها؛ فضلاً عن التطورات التكنولوجية المتسارعة التي ينبغي أخذها في الاعتبار.

وثانيهما: ندرة التجديد والابتكار في بحوث الإعلام؛ حيث تسود النمطية والتكرار في أفكار الأبحاث والنظريات والمناهج والأدوات المستخدمة فيها.

ويمكن ذكر بعض الأمثلة والشواهد على النمطية التي تسود البحوث والدراسات الإعلامية على النحو الآتي:

- عندما يخرج باحث بعنوان: «المعالجة الصحفية لقضية كذا...»، تجد بعده سيلا من العناوين تبدأ بـ «المعالجة الصحفية..» فيما يشبه «الهوجة»، أو «الموضة».
- الانبهار المفرط بنظرية «الاستخدامات والإشباعات»، وكأنه لا يوجد غيرها (على حد تعبير د/ شومان).
- عرض الدراسات السابقة في معظم البحوث والدراسات الإعلامية، أصبح أمرًا يبعث على الملل- وربما الاستياء-، فرغم أن كثيرًا من الدراسات قد تم وضعها قسرًا دون أن يكون لها أدنى صلة بموضوع البحث أو الدراسة، إلا إنك تلاحظ تعليقًا على هذه الدراسات في أغلب البحوث والدراسات واحداً، مضمونه: أن الدراسة - التي نحن بصدددها- تختلف عن الدراسات السابقة، وأن هذه الدراسات ستفيد الباحث في البناء الفكري والمعرفي لدراسته، وكذلك في المناهج والأدوات البحثية المستخدمة، دون أي توضيح يذكر حول: كيف ذلك؟!

وهكذا نجد أنفسنا ندور في حلقة مفرغة: موضوعات بحثية متشابهة، أو أن الاختلافات بينها محدودة للغاية. والدهش - كما يقول د/ شومان- أن معظم البحوث تعتمد على أطر نظرية ومناهج وأدوات بحثية متشابهة، وتستخدم في بحث الظواهر الإعلامية في الصحافة المكتوبة، والإذاعة والتلفزيون.. أو أنهم يستخدمون نظريات ومناهج لا تصلح لدراسة الإعلام الجديد؛ فمشكلات المنهج - عموماً- تعد إحدى الإشكاليات الأساسية التي تواجه تطور البحوث والدراسات الإعلامية في العالم العربي؛ حيث يتوقف كثير من دقة هذه البحوث والدراسات وسلامتها على صحة المناهج والإجراءات المتبعة في استخدامها، وفي هذا الصدد نجد كثيرًا من الخلافات والتداخلات التي تعكس إشكالية منهجية وإجرائية تستوجب البحث والدراسة.

يضاف إلى كل ما سبق أن البحوث والدراسات الإعلامية قد أدارت ظهرها بصورة فجأة لموضوعات ذات أهمية كبرى، من بينها: البحث في تاريخ الإعلام، أو الدراسات المستقبلية في مجال الإعلام- والتي نلاحظ اهتمامًا كبيرًا بها في الدول الغربية، وكذلك الموضوعات المتعلقة باقتصاديات المؤسسات الإعلامية، ومصادر تمويلها، وإدارتها.

هذه الأزمة في مجال البحوث والدراسات الإعلامية، على الرغم من وضوح أسبابها، ومظاهرها، إلا أننا نجد تجاهلاً علمياً لدراستها تمهيداً لبلورة رؤية علمية محددة - من قبل الأساتذة والخبراء- تطرح آليات وبدائل مناسبة للتعاطي معها؛ سعياً لتجاوز هذه الأزمة، ووضع البحوث والدراسات الإعلامية في مصر والعالم العربي على بداية طريق التآلق والانطلاق نحو آفاق جديدة من الإبداع العلمي والبحثي- بمشيئة الله تعالى.