

إشكاليات تحديد وصياغة المشكلة البحثية في بحوث الإعلام بين النمطية والتجديد

أ.د محمد سعد ابراهيم

أستاذ الصحافة قسم الإعلام - جامعة المنيا -وكيل المعهد الدولي
العالي للإعلام بالشروق

تمهيد :

- ثمة تساؤلات مشروعة تطرح نفسها بالحاح على كل من تعنيه مسألة تطوير البحث
الإعلامي العربي ودفعه إلى دائرة النهوض والابداع :
- هل مازلنا في حاجة الى ركام البحوث الكمية النمطية التي تعيد إنتاج نفس
الافتراضات والتصورات العلمية وترسيخ حالة التبعية الأكاديمية ؟
 - الى متى سنظل غائبين عن ساحة الفكر الإعلامي الناقد ، ودائرة التنظير الاعلامي
قانعين بمحاولات التوفيق والتلفيق بين واقعنا الاعلامي المتأزم ونظريات الإعلام الغربية
؟
 - ولماذا لم تسهم المؤسسات الأكاديمية الإعلامية العربية في تقديم مفكرين ونظرين
امثال جمال حمدان ،و مالك بن نبي وعابد الجابري وبرهان غليون ومحمد أركون وأنور
عبدالمملك ، وحسن حنفي، وسيد ياسين ، وعادل حسين ، ونادر فرجاني ، ونبيل على .

لمجرد اجتماع مليارات المشاهدين لمتابعة الدورات الاولمبية . وليتنا
استوعبنا درس وقت أن شاهدنا لحظة بلحظة سقوط بغداد وغزو
العراق وتدمير حضارته .
ثانياً: وهم اختراع ألمانيا لحروف الطباعة المتحركة قبل منتصف القرن
الخامس عشر ، في حين ان العرب والصينيين اخترعوا الطباعة والورق
قبل الغرب بأربعة قرون ، الى ان دخلت تكنولوجيا الطباعة الغربية
الى الحضارتين الغربية والصينية في القرن التاسع عشر كما لو أن الطباعة
لم توجد من قبل قط (*)
ثالثاً: وهم ما يسمى بإقامة نظام اعلامي عالمي جديد لتحقيق

من الاهمية يمكن أن نلتفت بوعى نقدي لما أنتجته المؤسسات
الأكاديمية الاعلامية العربية من بحوث ودراسات تكاد تكون منعزلة
عن سياق التحديات المعلوماتية واحتكار التكتلات الاعلامية للشركات
متعددة الجنسيات ، وسيطرة الدولة على منظومة الاعلام ، وطغيان
العنف الترفيهي المغيب والمزيف للعقل والضمير والوجدان .
ولنستعرض في عجالة أربعة أوهام صدرتها ورسختها الابحاث
الاعلامية الغربية على مدمما يزيد عن قرن كامل:
أولاً: وهم القرية الكونية لمارشال ماكلوهان وسقوط حواجز الزمان
والمكان وتحقيق العدالة والمساواة والتقارب بين الأغنياء والفقراء

التحرر الوطني في دول العالم الثالث في دحر الاستعمار القديم ،
وتصاعد دور الاعلام في تشكيل الهويات الثقافية والصور الذهنية
والنمطية .

٣. الصراع الأيديولوجي بين المدرسة الوظيفية الأميركية التي تتبنى
النموذج التحديشي الغربي الرأسمالي والمدرسة النقدية التي تتبنى
النموذج الماركسي الرافض للتبعية الاعلامية .

٤. التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات .

٥. عولمة الاقتصاد وما تتطلبه من إسراع في حركة السلع والمال
والمعلومات ، وتزايد الاعتماد على الإعلام كوسيلة لعولمة الاسواق
والثقافة .

٦. عولمة السياسة والاستخدام المتزايد لوسائل الاعلام للحفاظ على
استقرار موازين القوى في عالم مأزوم بصراعاته واضطراباته.

٧. قابلية الاعلام للاحتكار بدءاً باحتكار الفراعنه لنقوش الأحجار
وانتهاءً باحتكار مائة موقع غربي للانترنت ، وفي هذا الاطار يبرز دور
اباطرة الاحتكار الاعلامي روبرت ماردوخ في بريطانيا وتيدرترنر في
الولايات المتحدة الامريكية ، وبييرلسكوني في ايطاليا ، واباطرة اليهود
في روسيا .

٨. ثنائية الاحتكار والاندماج وإحكام السيطرة على صناعة المعلومات
بعناصرها الثلاثة (محتوى المعلومات- معالجة المعلومات- توزيع
المعلومات) حيث اندمجت كبرى شركات الانتاج الافلام والموسيقى
ودور الطباعة والنشر وألعاب الفيديو مع عمالقة شركات الاتصالات
وشبكات الارسال التلفزيوني وشركات برمجة الكمبيوتر (١)

ويمكننا بايجاز ان نتتبع على مدى خمس مراحل تطور المدرسة
الوظيفية الاميريكية الغربية : (٢)

١- المرحلة الأولى : (١٩١٠-١٩٤٠):

سادت خلال تلك المرحلة الابحاث المعتمدة على نموذج التأثير القوي
والمباشر لوسائل الاعلام ، وتعزز هذا الاتجاه البحثي بالتأثير القوي
للإعلام في نشر دعايات الحرب ، بجانب النظريات الاجتماعية والنفسية
في القرنين التاسع عشر والعشرين ، حيث تزايد الخوف والقلق من قوة
وسائل الاعلام التي حلت محل العنف والقهر في إخضاع الجماهير ،
وهو ما ارتبط بدور إذاعة ألمانيا النازية في الحرب العالمية الثانية ،
ومن ثم تزايد الاهتمام من جانب اجهزة المخابرات الغربية بتحليل

التوازن والعدالة وكسر احتكار الدول الكبرى لتشكيل أخبارنا وصورتنا
وثقافتنا .

رابعاً: وهم الانترنت كصانع الثورات ووسيط لاسقاط النظم
الديكتاتورية والاستبدادية لينتهي الحال بنا الى تهميش المجتمع المدني
والقنوع بمشاركة افتراضية لا تقدم أو تؤخر إزاء واقع مأزوم غير قابل
للتغيير .

والغريب أن تصدير مثل تلك الأوهام رافقته حملات ترهيب من
مخاطر الفاشية والنازية والشيوعية وما يسمى بالارهاب الاسلامي ،
الامر الذي يوضح التداخل بين العلم والثقافة ، وبين الخطاب العلمي
وكل من الخطاب السياسي والاعلامي لخدمة مصالح العولمة بتجلياتها
الجديدة .

تطور البحث الاعلامي والصراع الايديولوجي :

ينبغي ان نتأمل مسار تطور بحوث الاعلام في مراحلها المختلفة في
إطار الافتراضات والمسلمات التالية :

• العلم نشاط عقلي واجتماعي له أبعاد حضارية لا يمكن إنكارها ،
ومن ثم فان العلم لا وطن له ولا هوية له .

• العلم عدو طبيعي للنظم التسلطية وأصحاب المصالح الرافضين
لتغيير الأوضاع القائمة .

• حرية البحث العلمي من أخطر الثورات الفكرية في تاريخ البشرية .

• الشك العلمي المنظم هو الطريق للتقدم والنهضة ، فالعقل يرفض
التسليم ببقاء الأشياء على حالها .

• المنهج العلمي أداة حتمية لمعالجة اي خلل طبيعي او بشري .

• إن المعرفة العلمية نتاج تراكم معرفي وتواصل بين الحضارات ،
فبينما ظل العلماء العرب في طليعة التقدم العلمي منذ القرن الثامن

وحتى القرن الثاني عشر ، يتسيد الغرب ساحة العلم الحديث منذ
القرن السادس عشر وحتى الوقت الراهن .

• لقد ارتبط تطور البحث الاعلامي بمجموعه من العوامل السياسية
والاقتصادية والاجتماعية والتقنية التي أسهمت في إضفاء الطابع
الأيديولوجي على أغلب النظريات والنماذج والتقنيات الغربية :

١. الصراعات السياسية والعسكرية مع ايديولوجيات الفاشية والنازية
والشيوعية وما يسمى بالارهاب الاسلامي .

٢. هيمنة الامبريالية الثقافية والاعلامية في أعقاب نجاح حركات

الثقافي ، وبرزت اسهامات ولبورشرام وماكومبس وشو والفين توفلر وجون روبنسون واليزابيث نيومان وجيمس ليمرت وتود جتلين وكولين سيمور، وجاءت نتائج تلك البحوث لتدعم نظام الهيمنة الاعلامية والثقافية للاعلام الامريكى ، وتساعد الدور المركزى لوسائل الاعلام الامريكية فى السيطرة على النظام الاقتصادى العالمى والتأثير على السياسة الدولية .

(٥) المرحلة الخامسة (١٩٩٢-٢٠١٧):

أتى تلك المرحلة لتواكب عصر الاعلام المعلوماتى وثنائية الاحتكار والاندماج فى الشركات متعددة الجنسيات ، حيث تزايد الاهتمام ببحوث الاعلام البديل وشبكات التواصل الاجتماعى ، ودور المجتمع الافتراضى فى تسريع عمليات التحديث السياسى ، والتهميد لثورات الربيع العربى ، والتأثيرات الاجتماعية والنفسية والثقافية للانترنت ، والتشريعات المراقبة للمحتوى الالكترونى غير المرغوب ، ولم تسلم بحوث تلك المرحلة من التحيز الايديولوجى الذى اتسمت به بحوث المراحل السابقة ، حيث غابت الدراسات التى تتناول احتكار الانترنت كوسيط إعلامى جديد ، واختراق الشركات متعددة الجنسيات للمؤسسات الاعلامية فى دول العالم الثالث ، ودورها فى إضعاف الحصصيات الثقافية وتشجيع نزعات الانفصال لدى الأقليات العرقية والقومية بدعوى التنوع والتعدد .

المدرسة النقدية والتبعية الاعلامية :

ظهرت المدرسة النقدية فى إطار النظرية الماركسية ورفضها لافتراضات المدرسة الوظيفية الاميريكية الغربية القائلة بوجود اعتماد متبادل بين وسائل الاعلام ومؤسسات المجتمع ، وانه من خلال التعدد والحوار والتفاوض يحدث الاستقرار السياسى .

وفى ها الاطار ، برزت اسهامات هيربرت شيلر وتراس وماتلار ونوم تشومسكى ، وتزايد الاهتمام ببحوث التبعية الاعلامية ، والامبريالية الاعلامية والثقافية ، ونتاج المعنى ، والتضليل الاعلامى ، والتلاعب بالعقول ، ورفض المبالغة فى تقدير دور الجمهور النشط، ودور الاقتصاد السياسى فى ترسيخ ونشر الاجندة السياسية والاقتصادية والثقافية لجماعات النخبة الرأسمالية وأصحاب الامتيازات والاحتكارات المؤثرين على صنع القرار ،

كما ركزت بحوث المدرسة النقدية على تحالف المصالح بين حكومات

محتوى الاذاعات الالمانية والاطالية للتنبؤ بتحركات الجيش الالمانى وخططه الهجومية .

وهكذا ، شهدت تلك المرحلة اهتماماً كبيراً ببحوث تحليل المضمون ، كما ظهرت بحوث استطلاعات الرأى العام فى الولايات المتحدة وأوروبا ، وتوالى تأسيس المراكز البحثية المرتبطة بدوائر صنع القرار الغربية .

(٢) المرحلة الثانية (١٩٤٠-١٩٦٥) :

برز خلال المرحلة نموذج التأثير المحدود وغير المباشر لوسائل الاعلام ، حيث أكدت دراسات علم السياسة وعلم النفس الاجتماعى وعلم الاجتماع خطأ نموذج التأثير القوى ، وأوضحت أن هناك عوامل اخرى ، تؤثر على الافراد وبشكل أقوى من تأثير وسائل الاعلام مثل الاسرة والجماعات وقادة الرأى والأحزاب السياسية .

وتأتى فى هذا الاطار ، إسهامات كاتز وليبرن وشرام وروجرز ودى سولابول ولازرسفيلد وبيرلسون وكلاير ، حيث تزايد الاهتمام بدراسة دور الاعلام فى التنمية والتغير الاجتماعى فى إطار الترويج لنموذج التحديث الرأسمالى الغربى .

(٣) المرحلة الثالثة (١٩٦٥-١٩٧٥) :

فى إطار انتشار حركات حقوق الانسان والمرأة والبيئة والحركات المناهضة لحرب فيتنام ، عاد الحديث عن تعاضم قوة وسائل الاعلام ، واحتكار وقيادة الولايات المتحدة الامريكية للنظام الاعلامى العالمى ، واجهاض بريطانيا وامريكا لمشروع اليونسكو الخاص باقامة نظام اعلامى جديد لكسر الاحتكار واختلال التوازن فى تدفق المعلومات .

وبرزت خلال تلك المرحلة البحوث التى تدعم دور وكالة المخابرات المركزية البريطانية فى توجيه السياسات الدولية ، ومناهضة القوى المعادية للسياسة الامريكية .

(٤) المرحلة الرابعة (١٩٧٦-١٩٩٢) :

برز نموذج التأثير المحدود الهادئ والمستمر لوسائل الاعلام ليعكس الاعتدال فى تفسير قوة وسائل الاعلام ، حيث ركزت البحوث على دراسة القائم بالاتصال وأساليب العمل داخل المؤسسات الاعلامية ، وتحول الاهتمام من التأثيرات المباشرة قصيرة الاجل الى التأثيرات غير المباشرة طويلة الأجل .

وتزايد الاهتمام فى تلك المرحلة ببحوث وضع الاجندة، وبناء الاجندة، وتحليل الاطر الاعلامية، ودوامه الصمت ،والفجوة المعرفية ، والغرس

، وبعوث أعضاء هيئة التدريس المتقدمة للترقية لدرجتي أستاذ مساعد وأستاذ ينتمون لحوالي ٥٦ قسماً وكلية للإعلام والإعلام التربوي . ففى مسح أجرى للرسائل العلمية التى أجيّزت فى الجامعات المصرية خلال الفترة

(١٩٤٠-١٩٩٥) بلغ إجمالى عدد رسائل الماجستير والدكتوراة (٥٣٧) رسالة منها (٣٢٣) رسالة ماجستير و (٢١٤) رسالة دكتوراة ، بالإضافة الى (١٧٤) رسالة مقيدة ولم تناقش فى ثمانية أقسام علمية فى خمس جامعات فقط هى القاهرة والازهر وسوهاج والزقازيق والمنيا (٤).

وإذا أضفنا الى هذا المسح البحوث التى قدمت الى اللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة والاساتذة المساعدين بقطاع الاعلام ، والرسائل العلمية التى نوقشت خلال الفترة (١٩٩٥-٢٠١٧) فى الجامعات الخمس السابقة، وما استحدثت من كليات واقسام فى جامعات عين شمس وحلوان والاسكندرية وبنى سويف وقنا والمنصورة والمنوفية وطنطا وأسيوط وعدد من أقسام الاعلام التربوي ، لا تضح ضخامة انتاج الجماعة البحثية الاعلامية المصرية ، وعدم ارتباط هذا النمو الكمي الكبير بتطور كىفى فى طبيعة الدراسات والبحوث ، حيث تبرز النمطية فى الافكار والمداخل النظرية والنتائج ، والافتقار الى التكوين الاكاديمي ، ودراسة متغيرات محدودة الدلالة ومعزولة عن سياقها الاجتماعي ، وعدم القدرة على الوصول الى استنتاجات وتفسيرات ودلالات للنتائج، وجاءت تلك البحوث على مدى سبع موجات ارتبطت فى معظمها بالتأثر والتبعية للمدرسة الغربية :

١. بحوث تاريخ الصحافة وقد توقفت فى أواخر الثمانينيات.
٢. بحوث تحليل المحتوى
٣. البحوث المسحية للجمهور والقائم بالاتصال .
٤. بحوث وضع الاجندة والاستخدامات والاشباع والاعلام التنموي .
٥. بحوث الاتصال السياسي التى واكبت التحول الى التعددية الحزبية واجراء الانتخابات التشريعية والرئاسية فى مصر.
٦. بحوث شبكات التواصل الاجتماعي .

ويمكننا أن نوجز عدداً من الملاحظات حول الانتاج العلمى للجماعه البحثية المصرية على النحو التالى :

١. ضعف التكوين العلمى للكوادر البحثية الجديدة فى ظل التوسع فى برامج الدراسات العليا فى اقسام وكليات لم يكتمل فيها بعد كوادر

الدول المتقدمة والشركات متعددة الجنسيات وحكومات دول العالم الثالث والقوى الرأسمالية المتحالفه معها ، وظهرت الدراسات الثقافية المقارنة التى تتناول دور الاعلام فى تشكيل الهوية الثقافية ، مؤكدة على أهمية الفروق القومية فى قراءة وتفسير المحتوى الاعلامى .

ورغم أن هذه المدرسة يؤخذ عليها تحيزها الايديولوجى ، الا ان أهمية إسهاماتها تتمثل فى كسر احتكار المدرسة الوظيفية الغربية الكمية ، وتبنيها لتقنيات التحليل الكيفى الذى يتجاوز إشكاليات التجزئة والتسطيح والتحليل الكمي .

وقد واكبت المدرسة الوظيفية الامبيريقية التحول الى التحليل الكيفى والدراسات النقدية الثقافية بالدعوة الى الجمع بين التحليل الكمي والكيفى فى الخمسينيات على يد جربز الذى اهتم باستخلاص المؤشرات الثقافية السائدة فى محتوى برامج التلفزيون الامريكى .

المدرسة العربية :

إذا سلمنا بأن رسالة الدكتوراة التى أعدها ابراهيم عبده عام ١٩٤٠م تحت عنوان « تاريخ الصحافة المصرية خلال الفترة ١٧٩٨-١٨٨٢ » وتقدم بها لقسم التاريخ - كلية الآداب - جامعة القاهرة (تمثل باكورة الدراسات الاعلامية العربية فان المدرسة العربية على وشك أن يكتمل عقدها الثامن ، ليفصلها عن المدرسة الغربية اربعة عقود فقط .

وإذا كانت البدايات الاولى للبحوث الاعلامية الغربية تمثلت فى اسهامات باحثى علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعى ، فان البدايات الاولى للمدرسة العربية جاءت بجهود باحثى علم التاريخ والادب الانجليزى ، لتفتح الباب لبحوث تاريخ الصحافة التى تركزت حول تاريخ الصحف والصحفيين ودور الصحافة المصرية فى القضايا السياسية والاجتماعية .

وفى توقيت مبكر ، وبفارق عقدين فقط عن المدرسة الغربية ، ظهرت بحوث استطلاع الرأى العام العربية عام ١٩٥٣ حيث تأسس معهد البحوث والدراسات العربية ، وتلاه المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجنائية عام ١٩٥٥ ، ثم مركز البحوث الاجتماعية بالجامعة الأمريكية عام ١٩٥٦ (٣) .

ويلاحظ النمو الكبير فى عدد أعضاء هيئات التدريس بأقسام وكليات الإعلام بالجامعات المصرية الحكومية والخاصة ، وبالتالى بروز ظاهرة الانتاج الكبير للجماعه البحثية المصرية عبر رسائل الماجستير والدكتوراه

- المشرفين .
٢. القصور المنهجى والشغف بالنظريات والمناهج والأدوات والمقاييس الجاهزة .
٣. غياب الخطط البحثية لكليات وأقسام الاعلام ، ومن ثم سيطرة النمطية والادائية وإعادة إنتاج أفكار بحثية قديمة على عينات زمانية ومكانية جديدة .
٤. غياب البيئة العلمية المدققة سواء في القيد لدرجتى الماجستير والدكتوراة ، أو في إجازة تلك الرسائل .
٥. الفوضى في تعريف المصطلحات المنهجية وتحديد التعريفات الاجرائية .
٦. نقص التمويل للبحث العلمى وغياب البحوث الجماعية .
٧. ندرة البحوث النقدية والمستقبلية والتطبيقية.
٨. قلة الطلب الاجتماعى على المعرفة العلمية وتراجع مكانة البحث العلمى والباحثين .
- إشكاليات التخطيط للبحث :**
- أولاً: إشكالية تحديد التخصص العلمى الدقيق :**
- ينبغى أن ينطلق الباحث من نقطة البداية المتمثلة في تحديد التخصص العلمى الدقيق ، قبل الشروع في تحديد فكرة البحث ، ومشكلته ، ونوعه ، الأمر الذى يساعده الى حد كبير في تحديد المجال البحثى المعنى به داخل التخصص .
- وتتعدد مجالات التخصص العلمى الدقيق لباحثى أقسام الصحافة فتشمل :
١. التحرير الصحفى .
 ٢. الاخراج الصحفى
 ٣. الصحافة الالكترونية
 ٤. تصميم المواقع الالكترونية
 ٥. تاريخ الصحافة.
 ٦. تشريعات الصحافة وأخلاقياتها
 ٧. الصحافة المتخصصة
 ٨. الصحافة العربية
 ٩. الصحافة الدولية
 ١٠. قراء الصحف الورقية والالكترونية
١١. القائم بالاتصال فى الصحف الورقية والالكترونية
 ١٢. ادارة الصحف واقتصادياتها
 ١٣. الاعلان الصحفى
 ١٤. الانظمة الصحفية
 ١٥. الصحافة والتنمية
 ١٦. الصورة الصحفية المطبوعة والرقمية
 ١٧. الصحافة الاستقصائية.
 ١٨. صحافة البيانات
 ١٩. التحليل السيمولوجى والثقافى
 ٢٠. الدراسات البيئية فى الصحافة
 ٢١. الدراسات المستقبلية فى مجال الصحافة
- ويشمل التخصص العلمى الدقيق لباحثى الراديو والتلفزيون المجالات البحثية التالية :
١. الكتابة للراديو والتلفزيون
 ٢. الاخراج الاذاعى والتلفزيونى
 ٣. التلفزيون الرقمة
 ٤. الراديو الرقمة
 ٥. الانتاج الاذاعى والتلفزيونى
 ٦. تاريخ الراديو والتلفزيون
 ٧. تشريعات الراديو والتلفزيون واخلاقياتها
 ٨. الاذاعات والقنوات المتخصصة .
 ٩. الاذاعات والقنوات العربية
 ١٠. الاذاعات والقنوات الدولية .
 ١١. بحوث المستمعين والمشاهدين والمتصفحين
 ١٢. القائم بالاتصال فى الراديو والتلفزيون
 ١٣. ادارة المؤسسات الاذاعية والتلفزيونية واقتصادياتها
 ١٤. الاعلان الاذاعى والتلفزيونى
 ١٥. الانظمة الاذاعية والتلفزيونية
 ١٦. الصورة التلفزيونية
 ١٧. التحليل السيمولوجى والثقافى
 ١٨. الدراسات البيئية
 ١٩. الاعلام التنموى فى الراديو والتلفزيون

- الضغوط المتعلقة بطبيعة العلاقات بين أساتذة القسم العلمي ، والنمط الإداري المتبع في مجلس القسم ، وحدود صلاحيات رئيس القسم.

- الضغوط الاقتصادية بالمستقبل الوظيفي للباحثين من الخارج وحجم النفقات المالية التي تختلف من بحث لآخر .

ثانياً: إشكالية تحديد المشكلة البحثية :

يفترض ان يكتسب طالب البحث مهارات استنباط الفكرة البحثية وتحديد المشكلة البحثية ، خلال دراسته لمقرر مناهج في مرحلتى البكالوريوس والسنة التمهيدية للماجستير غير ان غلبة المحتوى النظرى ، والقصور المنهجي ، والتداخل بين مهارات اعداد الخطة البحثية ومهارات اعداد الموضوعات الصحفية والبرامج الاذاعية والتلفزيونية . ومشروعات حملات العلاقات العامة في التدريبات العملية ، تدفع الباحثين الى منزلق الخلط بين الفكرة البحثية والفكرة الاعلامية ، لتأتى مشروعات الافكار على هيئة موضوع تعبير ، او مشروع تحقيق صحفى او تلفزيونى ، او فكرة كتاب جديد ، أو استنساخ لفكرة بحثية سبق دراستها وتطبيقها على عينة جديدة .

وهكذا ، أصبح تسوق الافكار البحثية تقليداً شائعاً لدى الغالبية العظمى من الباحثين الاعلاميين في مرحلتى الماجستير والدكتوراة وترسخ هذا التقليد في إطار غياب الخطط البحثية للأقسام العلمية ، والمعدده وفق مواكبة الاتجاهات البحثية الجديدة ، والملمزة للباحثين المتقدمين للقيود بدرجتى الماجستير والدكتوراة ، وأعضاء هيئة التدريس المتقدمين للترقية .

لقد أصبح السؤال الشائع : هل بوسعك ان تدلنى على فكرة بحث جديد؟! وهو ما يعكس غياب التربية الاكاديمية ، والرغبة في الاستسهال والاسراع بالقيود وانجاز الرسالة في اقصر فترة زمنية، ومن ثم فانه لا مجال للحديث عن التجديد والابداع وتقديم اضافات معرفية ونظرية منهجية في مجال التخصص العلمى .

إشكالية التوفيق والتلفيق:

ثمة تساؤلات ينبغى أن يطرحها الباحث وهو بصدد اختيار موضوعة وتحديد المشكلة البحثية :

- هل التزمت بالترتيب الزمنى والمنطقى لخطوات إعداد الخطة البحثية أم أن اختيار الموضوع جاء تالياً للاطار النظرى وتحديد نوع

٢٠. الدراما الاذاعية والتلفزيونية

٢١. الدراسات المستقبلية في الراديو والتلفزيون

ويشمل التخصص العلمى الدقيق لباحثى العلاقات العامة والاعلان المجالات البحثية التالية :

١. الاتصال المباشر (الجمعى - الدينى - الثقافى - الاجتماعى)

٢. الاتصال التنظيمى والحكومى

٣. الاتصال التفاعلى

٤. الاتصال الدولى

٥. الدعاية الدولية

٦. الرأى العام

٧. العلاقات العامة

٨. الاتصال التسويقي التكاملى

٩. الاعلان

١٠. التسويق الاجتماعى

١١. التسويق السياسى

١٢. وكالات الاعلان

١٣. اقتصاديات الاعلان

١٤. بحوث الصورة الذهنية والنمطية

١٥. أخلاقيات الاعلان

١٦. أخلاقيات المهنة في العلاقات العامة

١٧. بحوث الرضا الوظيفى

١٨. بحوث تقييم الاداء والفاعلية

١٩. بحوث الجمهور الداخلى والخارجى

٢٠. الدراسات المستقبلية في العلاقات العامة

٢١. الدراسات المستقبلية في الاعلان

٢٢. الدراسات المستقبلية في التسويق

وينبغى على الباحث ان يتحرر من الاعراض والضغوط التالية أثناء اختياره للتخصص العلمى الدقيق :

- إغراء اختيار هيئة الاشراف التى لا تتقيد كثيراً بقواعد البحث العلمى وأخلاقياته بما فيها المدى الزمنى لانجاز الرسالة العلمية .

- إغراء تأهيل الباحث لتدريس مقررات دراسية ترتبط بالتخصص العلمى الدقيق .

المشروعات القومية ، والارهاب ، والتطرف ، والخطاب الدينى ، والاعترا ب الثقافى ، الاعترا ب السياسى ، والاستقطاب السياسى .

إشكالية المفهوم والخلط بين الموضوع والمشكلة :

غالباً ما يقع الباحث المبتدئ فى مأزق الخلط بين الموضوع والمشكلة البحثية ، فالموضوع هو المجال البحثى الذى يتطلب الحصول على بيانات ومعلومات بهدف إنتاج معرفة علمية جديدة ، أما المشكلة فهى إشكالية يجب حلها ، وتأطيرها كسؤال يثار للاستفسار والنظر والتحليل والحل باعتباره مصدراً للغموض والحيرة والقلق ، واستمرارها يعكس وجود فجوة معرفية ،

ويعرف ساندرز المشكلة البحثية بأنها حالة تنتج تفاعل متغيرين أو أكثر ، تفاعلاً يحدث قلقاً أو غموضاً أو عاقبة غير مرغوب فيها ، أو تعارضاً بين خيارين لا يمكن اختيار احدهما دون بحث أو تحرى (٥).

ويتمثل مضمون المشكلة البحثية فى الرغبة فى زيادة المعرفة العلمية من خلال إحدى أو بعض الطرق التالية :

- استطلاع واستكشاف ظاهرة إعلامية جديدة والتعرف على اسبابها وانتشارها ونتائجها .

- استشارة أساتذة التخصص فى الاتجاهات البحثية الجديدة .

- الافكار البحثية الجديدة التى تثيرها الدراسات السابقة والمؤتمرات والندوات العلمية والخبرات الميدانية فى الواقع الاعلامى .

- العلاقة بين متغيرين أو عدد من المتغيرات .

- تأثير متغير مستقل أو عدة متغيرات على متغير تابع أو عدة متغيرات تابعة .

- الرغبة فى كشف النتائج المتناقضة والمتضاربة للدراسات السابقة .

إشكالية محورية المشكلة فى بنية البحث : (٦)

تمثل مشكلة البحث الوقود الذى يدفع إنتاج المعرفة العلمية ، وهى الاساس الذى يتحدد بناء عليه أهداف الدراسة ، ومنهجها وأدواتها ومقاييسها .

والمشكلة هى حجر الزاوية ، ونقطة انطلاق البحث ، والمحور الذى يدور حوله كل جهد بحثى ، وقلب كل مشروع بحثى ، ومن ثم فإنها تمثل الاهمية القصوى لنجاح جهود البحث .

واختيار مشكلة البحث واحدة من أصعب المراحل فى أى مشروع بحثى ، فهى عملية معقدة وتستغرق وقتاً طويلاً ، ومن ثم ينبغى

البحث واختيار الأداة؟! وهو وضع بحثى مقلوب ، والنتيجة بحث فطى ، وتطبيق أصم لأدوات وتحليلات احصائية ، تعيد انتاج ما سبق تقديمه فى بحوث سابقة .

- هل قمت بمسح كاف للتراث العلمى المتعلق بموضوعك فى قواعد البيانات والدوريات العلمية والرسائل العلمية المجازة والمقيدة ؟

- وإلى اى مدى استوعبت هذا التراث على نحو يمكنك من تحديد المشكلة البحثية ومتغيرات الدراسة ؟

- ما هو العنصر الجديد او الاضافة الجديدة سواء فى الفكرة او المضمون الفكرى او المشكلة البحثية ؟

- ما هو الهدف من اختيار موضوعك ؟ هل مجرد التوصيف والتشخيص للظاهرة الاعلامية أم التفسير أو التنبؤ بمستقبل الظاهرة وتقديم حلول وبدائل جديدة ؟

- هل أنت بصدد البحث من أجل إنتاج معرفة علمية جديدة تمثل إضافة معرفية ونظرية ومنهجية أم أنت تعالج مشكلة بحثية تطبيقية تتطلب تقديم حلول قابلة للتطبيق ؟

إن المتابع لما يجرى فى السيمينارات العلمية للأقسام وهى تناقش الأفكار والخطط البحثية يلاحظ انسياق الباحثين لممارسات نمطية يشوبها القصور ومحاولات التوفيق والتلفيق منها على سبيل المثال :

- اختيار الموضوعات البحثية وفق عناوين جاهزة يصوغها بعض المشرفين ، فى إطار ما سبق الاشراف عليه ، الامر الذى يعيد إنتاج نفس الموضوعات مع تعديل العينات ومجالات التطبيق سواء فى الوسيلة او الجمهور أو القائم بالاتصال .

- اختيار نظرية ما والانطلاق منها لاختيار موضوع يتوافق مع افتراضاتها دوفاً أكثرأ بتعدد البحوث السابقة التى تعالج نفس الموضوع .

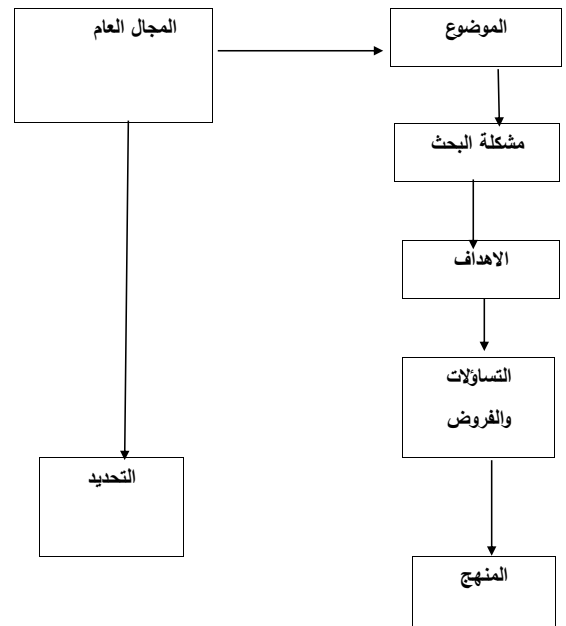
- تقليص مجال مسح التراث العلمى داخل الكلية والقسم العلمى الذى ينتمى اليه الباحث ، دوفاً اهتمام بمسح الانتاج العلمى لبقية الكليات والاقسام العلمية وقواعد بيانات البحوث الأجنبية .

- استنساخ موضوعات من عناوين البحوث السابقة ، ومحاور المؤتمرات العلمية ، وفهرست الدوريات العلمية الأجنبية .

- التماس أفكار المشروعات البحثية من خلال الانطلاق من مرجعية الظواهر الاجتماعية والاحداث الجارية والقضايا المجتمعية مثل

على الباحث عدم اتخاذ قرار متسرع في اختيار المشكلة البحثية . إن تحديد المشكلة إشكالية صعبة وليست لها قواعد ومبادئ محددة ، وإذا كانت المشكلة تستخلص من المجال العام المسمى بالموضوع ، فإن هناك علاقة تفاعل تبادلية بين مشكلة البحث وأهدافه وتساؤلاته وفروضه ومنهجه وأدواته ونتائجه .

شكل رقم (١) يوضح العلاقة التبادلية بين مشكلة البحث والاهداف والتساؤلات والفروض والمنهج (creswell٢٠٠٥)



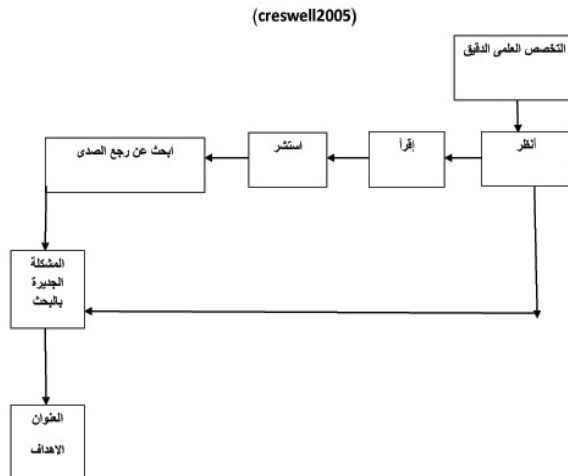
المنهج

يتضح من الشكل رقم (١) أن الباحث ينطلق من المجال العام في إطار تحديد التخصص العلمي الدقيق ، ويختار موضوع البحث من خلال مسح التراث العلمي والملاحظة العلمية والخبرات العلمية والعصف الذهني ، ثم يجري تحديد مشكلة البحث من خلال مسح التراث العلمي والملاحظة العلمية والخبرات العلمية والعصف الذهني ، ثم يجري تحديد مشكلة البحث ، ليتحدد في إطارها أهداف الدراسة ،

والتساؤلات والفروض ، ومنهجيتها . ويوضح الشكل رقم (٢) مراحل عملية اكتشاف وتحديد المشكلة الجديرة بالبحث عبر الخطوات التالية :

- تحديد التخصص العلمي الدقيق
- الملاحظة والنظر والتفكير في إطار المجال البحثي مع ملاحظة أن هذه الخطوة لا تكفي لوحدها لتحديد مشكلة البحث .
- مسح التراث العلمي من خلال القراءة التحليلية الناقدة .
- الاستشارة العلمية لأساتذة التخصص العلمي الدقيق .
- فحص وبحث رجع الصدى .
- تحديد المشكلة الجديرة بالبحث
- تحديد عنوان البحث وأهدافه

شكل رقم (٢) يوضح خطوات عملية اكتشاف المشكلة الجديرة بالبحث . (creswell٢٠٠٥)



وفقا للشكل رقم (٣) يتضح دور مشكلة البحث في بنية الدراسة وخريطة المفاهيم للبحث المؤسسي على المشكلة وتشتمل على ما يلي :

- تحديد مشكلة البحث الذي يتضمن : من - ماذا - متى - أين - لماذا - كيف ؟
- تحديد أهداف الدراسة في إطار المشكلة البحثية .

- القابلية للاختبار القياس
- القابلية لتعميم النتائج
- التحديد الدقيق للمتغيرات
- القدرة على دراسة الموضوع وتوافر الامكانيات المادية
- توافر البيانات والمعلومات
- تحديد حدود المشكلة البحثية
- تحديد التعريفات الاجرائية
- تجنب المشكلة الضيقة او الغامضة جداً
- تجنب المشكلة المبالغ فيها
- تجنب المشكلة المثيرة للجدل
- إشكالية صياغة المشكلة البحثية : (V)

ينبغي أن تنطوى خطوات صياغة المشكلة البحثية على ما يلي :

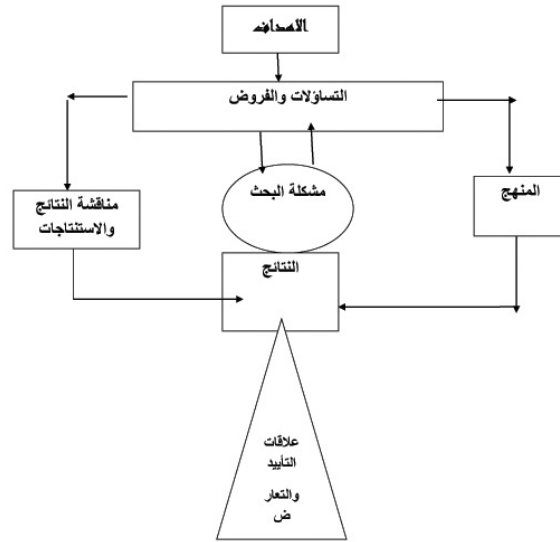
- تطوير عنوان مناسب وملائم لموضوع الدراسة
- بناء نموذج مفاهيمي للمشكلة
- تحديد نطاق الدراسة وحدودها
- تحديد أهداف الدراسة
- تحديد التساؤلات والفروض

-٢٢-

- طرح أسئلة تحليلية متطورة حول مشكلة البحث بحيث تثير فكرة أو مناقشة ذات مغزى ، وتسלט الضوء على مشكلة حقيقية ومحددة ، وتكون الاجابة غير واضحة وغير متوقعه وليست حتمية أو بديهية ، مع وضوح الافكار والمفاهيم الاساسية التي قد تكون غامضة وغير دقيقة.
- وتتمثل المشكلة في جعل مختلف مكونات ومتغيرات المشكلة واضحة ومحددة بدقة .

- وهناك ثلاثة عناصر رئيسية في صياغة المشكلة :
- الاسئلة المنشئة (ماذا يريد الباحث من الاجابة على الاسئلة ؟)
- الاسئلة المحددة (الاجابات المحتملة ومدى وفائها بالاساس المنطقي)
- الاسئلة المنشئة :
- تشكل المرحلة الأولية في عملية صياغة المشكلة .

- تحديد التساؤلات والفروض في إطار الاهداف والمشكلة .
 - تحديد منهجية الدراسة في إطار التساؤلات والفروض والاهداف والمشكلة .
 - استخلاص النتائج .
 - مناقشة وتفسير النتائج والاستقراء والاستنباط والاستنتاج في إطار الاستعانة بعلاقات التأييد والتعارض لنتائج الدراسات السابقة
 - اختيار صحة الفروض والتساؤلات المرتبطة بعلاقة تفاعلية مع مشكلة البحث منذ بدايته وحتى نهايته.
- شكل رقم (٣) يوضح دور المشكلة في بنية البحث وخريطة المفاهيم للبحث المؤسسي على المشكلة (creswell٢٠٠٥)



معايير مشكلة البحث الجيد :

- ينبغي أن تتوفر مجموعة من المعايير والاسس لاختيار مشكلة البحث
- نجملها على النحو التالي :
- الأصالة
- الجدة والحدائة.
- القيمة العلمية معرفياً ونظرياً ومنهجياً.
- القيمة التطبيقية لتطوير الواقع الاعلامى

يساعد على تصميم البحث بشكل جيد ، ومن ثم ينبغي ان يجيب الباحث على الاسئلة التالية حتى يمكنه أن يخطط لاستراتيجيته ويجد اجابات لها :

١. ما هي البيانات التي سيتم جمعها ؟
 ٢. ما هي خصائص تلك البيانات التي تحتاج للدراسة والتحليل ؟
 ٣. هل تم التمييز بين البيانات ذات الصلة والبيانات غير ذات الصلة ؟
 ٤. ما هي العلاقات التي يتعين استكشافها بين المتغيرات ؟
 ٥. ما هي الأدوات والتقنيات التي يجب استخدامها لهذا الغرض ؟
- وللتغلب على إشكاليات الصياغة ينبغي مراعاة ما يلي :
١. استكشاف طبيعة المشكلة التي تتراوح بين البسيطة والمعقدة ، وهذا يتوقف على عدد المتغيرات وطبيعة العلاقات والتفاعلات فيما بينها.
 ٢. مراجعة بيئة البحث أو السياق الخاص بمشكلة البحث بمعنى تحديد المتغيرات المختلفة .

٣. تعريف العلاقات بين المتغيرات من خلال :
 ٤. تحديد المتغيرات التي تؤثر على حل المشكلة .
 ٥. تحديد درجة التحكم في كل متغير .
 ٦. تحديد العلاقات الوظيفية بين المتغيرات المستقلة والتابعة .
 ٧. تحديد أهداف البحث بوضوح ودقة .
 ٨. تحديد مسارات العمل البديلة نظرياً ومنهجياً .
- وهكذا ، تتطلب عملية صياغة المشكلة البحثية مزيداً من التأمل والتدقيق والنظر والتحليل والتوليد والابداع في صياغة الاسئلة والاجابات المحتملة .

إشكالية المشكلات الفرعية : (أ)

تمثل صياغة المشكلة البحثية الخطوة الأولى والأهم من عملية البحث ، وهي أشبه بتحديد الوجهة قبل البدء في الرحلة ، إن مشكلة البحث هي مثل أساسي المبنى ونوع من الهندسة المعمارية للمبنى ، فإذا كان الأساس جيداً وقويًا ومصمماً بدقة ، يمكنك أن تتوقع أن يكون المبنى قوياً كذلك

وقد تبدأ مشكلة البحث بشئ بسيط جداً، وتتطور الى شئ معقداً جداً . واثنا بناء المشكلة ، ينبغي أن يكون لدى الباحث القدرة على التمييز

- تمثل بداية لبعض الصعوبات والتحديات.

- تستمد من التوجه النظري العام بدلاً من نظرية محددة أو اقتراب ومدخل أو نموذج.

الاساس المنطقي للأسئلة :

١. فرز الاسئلة العلمية عن الاسئلة غير العلمية.
 ٢. تحديد الاسئلة التي ينبغي استبعادها
 ٣. تحديد مدى ارتباط الاسئلة بالاطار النظري
 ٤. تحديد مدى ارتباط الاسئلة بالواقع الاعلام
- تحديد الاسئلة :
١. صياغة السؤال الرئيسي للمشكلة البحثية
 ٢. تقسيم السؤال الرئيسي الى أسئلة فرعية تتعلق بالمتغيرات المستقلة والتابعة

- تنويج عملية صياغة المشكلة وهنا تبرز إشكالية استلها من النظريات الغربية ، واستنطاقها في صياغة الأسئلة المنشئة والاجابات المحتملة ، وهي في الغالب لا علاقة لها بالسياق المجتمعي العربي .

-٢٣-

وهكذا تتزايد الحاجة إلى نقد الذات والآخر ، واكتشاف وإبداع أسئلة جوهرية ثلاثم واقعنا ، ومن ثم نصبح قادرين على إبداع إجابات ملائمة ، وانتاج معرفة علمية غير نمطية .

الاطعاء الشائعة في صياغة المشكلة :

١. اختيار مجال واسع وغير محدد
٢. اختيار مشكلة بحثية غير واضحة وغير محددة .
٣. تضيق نطاق المشكلة لدرجة جعلها محدودة وضيقة جداً ولا قيمة لها .

- عدم الدقة في تحديد المفاهيم والتعريفات الاجرائية

- عدم الدقة في اختيار إطار نظري يواكب المشكلة

- عدم الدقة في اختيار أدوات ومقاييس مناسبة وملاءمة للمشكلة .

شروط وضوابط صياغة المشكلة البحثية :

إن تحديد مشكلة البحث بشكل دقيق وصحيح هو شرط أساسي لأي دراسة ، وهي خطوة ذات أهمية قصوى . والواقع أن صياغة المشكلة غالباً ما تكون أكثر أهمية من حلها ، فالتحديد الدقيق للمشكلة

٤. مشكلة بحوث دراسة الحالة : ونظرا لطبيعة البحث كبحث كيفي يستهدف التعمق في الظاهرة الاعلامية من خلال تقنيات التحليل الكيفي ، تسلك الصياغة في شكلها ومضمونها منحى مختلفا عن البحوث الكمية .

٥. مشكلة البحث التجريبي : حيث يتم التركيز على توفير الشروط المنهجية للتجربة العملية ، والتحكم في المتغير المستقل ، ورصد المتغير التابع ، والعلاقة السببية.

-٣٦-

٦. مشكلة البحث المستقبلي : حيث تتأثر الصياغة بتقنيات الدراسات المستقبلية وتبرز غلبة الطابع الفكري الاستشرافي على صياغة المشكلة البحثية .

إشكالية البحث التنظري الناقد :

تشير نتائج المسوح التحليلية لبحوث الاعلامية العربية الى اختفاء البحوث النظرية الناقدة ، ووجود اتجاه قوى لمحاكاة واستعارة المداخل النظرية والاطر المنهجية الغربية ، مما ترتب عليه إهمال العلاقة العضوية بين الموضوع الاعلامي والاطر والمداخل النظرية ، وكانت النتيجة إنتاج معرفة قاصرة ومشوهة .

إننا في حاجة الى البحث الاعلامي الناقد كمحاولة لفهم عقلائي وموضوعي للظواهر الاعلامية السلبية بهدف تغييرها ، وبناء نظام إعلامي يقوم على المعرفة والاستنارة والتغيير .

فالهدف ليس مجرد التوصيف والتفسير والتحليل ، بل تقديم بدائل لتغيير الواقع الاعلامي العربي ، ونقد الذات والتراث الغربي بهدف انتاج معرفة شاملة عميقة ، وتكوين إطار نظري متماسك نابع من بيئتنا ومعرفتنا بواقعنا ، ومن ثم فاننا في حاجة لبحوث نظرية وبنى فكرية جديدة لتحديد الرؤى الاجتماعية الحضارية لبناء نظام اعلامي جديد يواكب متطلبات وتحديات التحول الديمقراطي والتنمية .

إن تخلف البحوث الاعلامية العربية لا يتمثل في تخلق كمي أو زمني ولكنه تخلف عقلي إن صح التعبير عن ممارسة النقد للذات والآخر لكشف جوانب القصور والتحيز ، واستكشاف ما هو صالح في تراثنا وتطويره ومحاولة بناء نظري مستقل مع استمرارية التفاعل مع الجهود البحثية الغربية بوعي ورؤية أشمل .

وينبغي أن لا تتحول عملية التجديد والتطوير النظري والمنهجي

بين مشكلة البحث الرئيسية والمشاكل الفرعية التي هي جزء لا يتجزأ من المشكلة الرئيسية ، فتلك المشاكل مسائل اجرائية ومشكلات زائفة غير قابلة للحل .

خصائص المشكلات الفرعية :

١. ينبغي أن تكون كل مشكلة فرعية وحدة بحثية كاملة ، ويمكن بحث كل مشكلة فرعية كمشروع فرعي منفصل ضمن الهدف الرئيسي للبحث .

٢. يجب أن تكون كل مشكلة فرعية مرتبطة بوضوح بتفسير البيانات.

٣. يجب التفريق بين مشكلة البحث الرئيسية و المشكلات الفرعية فيها

٤. ينبغي التركيز على المشكلة الرئيسية ودمج المشكلات الفرعية فيها .

-٢٥-

٥. يجب ان تكون المشكلات الفرعية صغيرة العدد ، فاذا تم تحديد المشكلة الرئيسية بعناية ودقة ، يتقلص عدد المشكلات الفرعية لتراوح بين (٢-٦) وفي بعض الاحيان ومع الباحثين عديمي الخبرة ، يتسع نطاق المشكلات الفرعية لتتراوح بين (١٠-٢٠) .

إشكالية اختلاف أنماط المشكلة البحثية: (٩)

لا يوجد نموذج وحيد لصياغة المشكلة البحثية ، حيث تختلف الصياغة باختلاف وتعدد أنماط المشكلة البحثية ومن ثم ينبغي أن تعبر صياغة المشكلة البحثية عن أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها وأطرها النظرية والمنهجية ، فما ينطبق على البحث الاستطلاعي ، لا ينطبق على البحث الوصفي ، وما ينطبق على كل من الاستطلاعي والوصفي لا يصلح مع البحث المستقبلي .

ويمكننا أن نميز بين أنماط المشكلات البحثية التالية :

١.مشكلة البحث الاستطلاعي : وتركز الصياغة على استكشاف الظاهرة الاعلامية وأسبابها ونتائجها .

٢. مشكلة البحث الوصفي : ويتركز السؤال الرئيسي حول التوصيف الدقيق لظاهرة ما وابعادها .

٣. مشكلة بحوث دلالة الفروق بين المجموعات : حيث يصبح الهدف الرئيسي التركيز على تحديد دلالة الفروق بين مجموعتين أو أكثر او بين ظاهرتين أو أكثر .

change : Communication and cultural transformation in Early Modern Europe, 2rds (New York : Cambridge University press, 1979).

1. نبيل على ، الثقافة العربية وعصر المعلومات .. رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي ، سلسلة عالم المعرفة ، العدد 276 (الكويت : المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب ، 2001) ص 343-356

2. لمزيد من التفاصيل يمكن الرجوع الى : محمد شومان ، النموذج النقدي (التغير الانساني وقضايا التأثير الاعلامي ، في بحوث الصحافة المعاصرة (القاهرة : دار العربي للنشر والتوزيع ، 2000) ص 275-278

- محمد سعد ابراهيم ، إشكالية المنهج لدى الباحثين الاعلاميين الشرفان ، في نفس المرجع السابق ، ص-239 250

- محمد سعد ابراهيم ، الاعلام التنموي والتعددية الحزبية ، الجزء الاول (القاهرة : دار الكتب العلمية ، 2004) ص 85-91

3. محمد الوفاي ، استطلاعات الرأي العام واخلاقيات نشر نتائجها في الصحافة ، في مؤتمر اخلاقيات البحث العلمي الاجتماعي 16-18 أكتوبر 1995 ، تحرير ناهد صالح (القاهرة : المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية ، 1995) ص 343

4. محمد سعد ابراهيم ، إشكالية المنهج لدى الباحثين الاعلاميين الشبان، ص 247-248

5. Singh ,k .j, How to Formulate Research Problem ?, in Research Methodology,2010 [www.mbaofficial.com/mba courses/research - methodology]

6. Creswell, J .W, Educational Research : planning and evaluating Quantitative and qualitative research ,upper Saddle River .nJ : person,2005

7. Adam, Buenz , Formulation of Research Problem and hypothesis , in research Methodology , ARB security solutions ,2013 [www.sharepointsecurity.com /research-methodology]

8. Gallope, R.B , Research contributions : the tyranny of methodology in information systems research ,ACM, SiGMIS Database , vol.38,No.3, ACMpress,2007 [Available at ACM]

9. Timothy.j.Ellis and Yair levy , Framework of problem Based Resrach : A Cuide for novice Researchers on the development of research – worthy problem ,the International journal of an Ememerging transdiscipline, Vol .11,2008

الى عملية ابداع مصطلحات بديلة لما هو قائم ومستمر من مفاهيم ونظريات ومناهج وأدوات غربية ، فمثل هذا التوفيق والتلفيق تكريس للتبعية وطمس لمحاولات التجديد والابداع .

-٢٧-

وينبغي ان لا تتحول عملية التجديد والتطوير النظري والمنهجي الى اجتهادات نظرية انطباعية تخضع ما هو علمي لما هو غير علمي لمجرد الحصول على شهادة بالانفكاك من التبعية الغربية .

إن عملية التجديد والابداع النظري والمنهجي ينبغي أن تمر بثلاث مراحل اساسية هي :

١. مرحلة المراجعة النقدية للمارسات البحثية العربية والمفاهيم والنظريات والتقنيات المنهجية الغربية بهدف استخلاص نواحي القصور النظري والمنهجي .

٢. مرحلة استعادة الثقة بالذات من خلال مسح الاجتهادات الفكرية والنظرية والمنهجية في الدراسات الاعلامية العربية وتشجيع التوجه نحو البحوث النظرية الناقدة ، والتفاعل مع الاجتهادات العربية في العلوم الاجتماعية والانسانية بهدف وضع ضوابط علمية للمراجعة النقدية والابداع النظري والمنهجي .

٣. مرحلة الابداع الذاتي وتشكيل بنى فكرية جديدة ، واسس نظرية جديدة ، وتطوير تقنيات منهجية جديدة .

وينبغي في هذا الاطار الاستفادة من تجارب التجديد والابداع الغربية في مجال العلوم الاجتماعية خلال القرن التاسع عشر ، ومعرفة اسباب نجاحها في مواكبة العلوم الطبيعية التجريبية ، واسباب توقف وتعثر التجديد والابداع خلال العقود الاخيرة .

المراجع والهوامش

(*) لمزيد من التفاصيل حول دور العرب والصينيين اختراع حروف الطباعة المتحركة والورق يمكن الرجوع الى المراجع التالية :

• Johannes Pedersen, the Arabic Book (Princeton ,N.j: Princeton University press ,1984)

• SCC 51/paper and printing by Tsien Tsuen –Tsuen, T.F. Carter, the Invention of printing in China and Its Spread Westward, rev,ed.by L.C. Goodrich(New York : Ronald Press,1955)especially chap15.” Islam asa Barrier to printing «

• Elizabeth Eisenstein, the printing press as an Agent of