



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

• الإنترنت عام ٢٠٣٥

أ.د. أمين سعيد عبد الغنى

• إشكاليات في بحوث الإعلام ونظرياته

أ.د. حسن على محمد

• الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات
مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي

د. حسين محمد ربيع

• الاتجاهات الحديثة في بحوث علاقة
النخب بالإعلام الرقمي

د. علا عبد القوى عامر

• دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المنظمات

د. السيد عبد الرحمن علي

• استخدام الجمهور المصري لشبكات المنصات
الاجتماعي وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي

د. إيمان عادل عبد المنعم

• الميتافيرس وملامح المستقبل الجديد

د. رباب حسين العجماوي

العدد الأول - أكتوبر 2022

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

الهيئة الاستشارية:

أ.د/ حسين أمين	الأستاذ بكلية الإعلام - الجامعة الأمريكية بالقاهرة
أ.د/ حمدى حسن أبو العينين	أستاذ الإعلام بالجامعات المصرية
أ.د/ سامى عبد العزيز	أستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د/ سامي محمد ربيع الشريف	أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة
أ.د. سهير صالح إبراهيم	عميد المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق
أ.د/ سيد بهنسي	أستاذ الإعلام بكلية الآداب- جامعة عين شمس
أ.د / عادل عبد الغفار	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د/ عادل فهمي البيومي	الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د. عبد الرحمن محمد الشامي	أستاذ الإعلام بجامعة قطر - دولة قطر
أ.د. عبد الرحمن بن نامي المطيري	الأستاذ بكلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية- المملكة العربية السعودية
أ.د. عبد الرزاق محمد الدليمي	الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية- المملكة الأردنية
أ.د/ محمد رضا أحمد	أستاذ الإعلام - بجامعة المنصورة
أ.د/ محمد علي شومان	أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام - الجامعة البريطانية بمصر
أ.د/ محمد سعد إبراهيم	أستاذ الصحافة - قسم الإعلام - جامعة المنيا
أ.د/ مني سعيد الحديدي	الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة
أ.د/ هويدا مصطفى	أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام الأسبق - جامعة القاهرة

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية فصلية محكمة تصدر عن كلية الإعلام
وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

مدير التحرير

أ.م.د. حسين محمد ربيع

سكرتيرا التحرير

أ.م.د. علا عبد القوي عامر
أ.م.د. السيد عبد الرحمن علي

السكرتير الإداري

مي محمد سليم

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ.د. أمين سعيد عبد الغني

مساعدو رئيس التحرير

أ.د. حسن علي محمد

الأستاذ المتفرغ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د. عبد الله بن محمد الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية

أ.د. علي عقلة نجادات

عميد كلية الإعلام - جامعة البترا - المملكة الأردنية

أ.د. مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط

المراسلات:

ترسل المراسلات باسم الأستاذ الدكتور رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير - كلية الإعلام
وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس - السويس - مدينة السلام (١).

تليفون: 0623523774

البريد الإلكتروني: dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 2023/24417

التزقيم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

أهداف المجلة:

- الإسهام في تطوير المعرفة ونشرها، وذلك بنشر البحوث العلمية الأصيلة، والمراجعات العلمية في مجالات البحوث والدراسات في مجالات تخصص الإعلام الرقمي المختلفة.
- نشر البحوث العلمية المبتكرة، التي يعدّها أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية والعربية، والباحثون في المجالات العلمية لتخصص الاعلام الرقمي.
- توفير فرصة التقويم العلمى للبحوث من خلال إخضاع البحوث للرأي العلمي الذى يأخذ على عاتقه تقويم الجوانب العلمية والمنهجية في البحث العلمي.
- معالجة القضايا المعاصرة في إطار البحث العلمى، وتوظيفها في خدمة المجتمع، وخدمة القضايا الجوهرية التي تأسست من أجلها المجلة، وعلى رأسها التحول الرقمى.
- رصد ومتابعة اتجاهات البحث العلمى، من خلال الوقوف على النتائج العلمية للبحوث التي تصدرها المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث المتخصصة.
- اهتمامات المجلة:
- تعنى المجلة بنشر:
- البحوث العلمية الرصينة في مجالات تخصص الإعلام الرقمى.
- البحوث والدراسات النقدية التي تتصل بالإصدارات في مجالات التخصص التي تعنى بها المجلة.
- البحوث والدراسات العلمية المعنية بمعالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة في المجتمع، وخصوصاً التحول الرقمى.
- البحوث والتقارير والترجمات العلمية، وعرض الكتب الجديدة في مجال الإعلام الرقمى ومراجعتها.
- التقارير عن المؤتمرات والندوات العلمية في تخصص الإعلام الرقمى في مصر والعالم العربى والعالم.

قواعد النشر:

- أن تكون البحوث متخصصة في مسألة من المسائل التي تهتم بها المجلة.
- أن تكون البحوث متسمة بالعمق والأصالة، بحيث يضيف كل بحث جديداً إلى المعرفة.
- أن تكون البحوث موثقة من الناحية العلمية بالمراجع والمصادر والوثائق.
- تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.
- أن يقر صاحب البحث بأن بحثه عمل أصيل له وليس مشتقاً من رسالتي الماجستير والدكتوراه العائدتين له.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره، ويقدم الباحث تعهداً بذلك.
- ألا يكون البحث مقدماً للنشر في مجلة أخرى.
- لا يجوز نشر البحث في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة كلية الإعلام جامعة السويس إلا بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
- موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
- أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء أنشرت أم لم تنشر.
- يُمنح الباحث نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه مع خمس مستلآت منه.

متطلبات النص المقدم للنشر:

- يجب ألا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٠ صفحة) بما فيها الأشكال والصور والجداول والمراجع (بمقاس A٤ / أو حوالي ٩٠٠٠ كلمة).
- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي بعد عنوان البحث مباشرة مع ذكر عنوانه، ومرتبته العلمية، وبريده الإلكتروني.
- تقدم البحوث مكتوبة بخط Arabic Simplified حجم (١٤) للنصوص في المتن، وبالخط نفسه بحجم (١٢) للهوامش في نهاية البحث، وتكون الهوامش (٢,٥ سم) من كل طرف.

- تُدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في متن البحث، وتكون الرسوم والأشكال باللونين الأبيض والأسود وتُرَقَم ترقيماً متسلسلاً، وتُكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية في أسفلها.
- تُدرج الجداول في متن البحث وتُرَقَم ترقيماً متسلسلاً وتُكتب أسماؤها في أعلاها، أما الملاحظات التوضيحية فتُكتب أسفل الجدول.
- تُذكر الهوامش آخر البحث، وتُذكر بعدها مباشرة قائمة المصادر والمراجع مرتبة ترتيباً هجائياً.
- يجب أن يحتوي البحث على ملخص وافٍ بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة المكتوب فيها البحث، وملخص وافٍ أيضاً بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة الإنجليزية، ويُكتب الملخصان في صفتين مستقلتين.
- يُذكر مرة واحدة في البحث المصطلح العلمي باللغة العربية وبجانبه المصطلح باللغة الإنجليزية أو الفرنسية عند وروده أول مرة، ويكتفى بعد ذلك بكتابته باللغة العربية.

فهرس المحتويات

• الإنترنت عام ٢٠٣٥

11 أ.د. أمين سعيد عبد الغني

• إشكاليات في بحوث الإعلام ونظرياته

21 أ.د. حسن علي محمد

• الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات
مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي

31 د. حسين محمد ربيع

• الاتجاهات الحديثة في بحوث علاقة
النخب بالإعلام الرقمي

167 د. علا عبد القوى عامر

• دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المنظمات

257 د. السيد عبد الرحمن علي

• استخدام الجمهور المصري لشبكات المنصات
الاجتماعي وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي

345 د.إيمان عادل عبد المنعم

• الميتافيرس وملامح المستقبل الجديد

425 د. رباب حسين العجموي

مقدمة العدد "أما قبل"

صدر مجلة علمية متخصصة هو ميلاد أمل جديد وخصوصًا إذا كانت هذه المجلة الوليدة بعنوان "مجلة بحوث الإعلام الرقمي" لأنها تأخذنا مباشرة إلى ساحات علوم المستقبل، وهي علوم وبحوث العصر الرقمي الذي تعيشه الإنسانية الآن، ويأتي هذا العدد من هذه المجلة الوليدة كخطوة في استكمال البناء العلمي لكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة السويس، تتبعها خطوات مستقبلية من قبيل اعتماد برنامج الدراسات العليا بالكلية، وأولها "برنامج الماجستير الرقمي" وانطلاق المؤتمر العلمي السنوي الأول للكلية في العام الجامعي القادم بإذن الله.

ويطالع القارئ في هذا العدد مقالين علميين، يأخذنا الأول إلى عالم مستقبل الإنترنت عام ٢٠٣٥، يعرض فيه كاتبه - أ.د. أمين سعيد عبد الغني - تصور الخبراء للتغيرات الرئيسية التي تسعى إلى تحسين التفاعلات الرقمية بحلول عام ٢٠٣٥، مثل: بناء مساحات أفضل وبناء مجتمعات فعالة، وتمكين الأفراد، وتغيير الحياة الاقتصادية، وبنية العمل وتغيير الواقع ومعالجة المشكلات المستعصية.

ويقدم المقال الثاني لكاتبه أ.د. حسن علي محمد دعوة للعلماء والباحثين العرب للإسهام في بناء النظريات العلمية في علوم الاتصال، ويرصد من خلاله شغله بعلوم الإعلام ونظرياته على مدى أربعين عامًا، ويعرض سبع إشكاليات تفيد البحوث الإعلامية في مصر والعالم العربي، ويدعو إلى تجاوزها.

كما يضم هذا العدد بين دفتيه خمس دراسات تتناول موضوعات بحثية على قدر من الأهمية، وجاء البحث الأول للدكتور حسين ربيع الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر الرقمي بالكلية، حول الاتجاهات الحديثة في بحوث تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الأداء الصحفي، وهي دراسة تحليلية من المستوى الثاني قَدِّم فيها الباحث عرضًا تحليليًا نقديًا للدراسات العربية والأجنبية التي تناولت استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأداء الصحفي في مختلف المدارس البحثية بأنحاء العالم، وختم الباحث هذا العرض التحليلي بتقديم رؤية مستقبلية تتضمن اقتراح أجندة بحثية عن مسارات البحوث والدراسات في مجال استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأداء الصحفي.

الدراسة الثانية أعدتها الدكتورة علا عامر الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية، تحت عنوان "الاتجاهات الحديثة في بحوث علاقة النخب بالإعلام الرقمي"، من خلال رصد البحوث والدراسات الأكاديمية التي تناولت علاقة النخب بكافة تصنيفاتهم المهنية والأكاديمية وذلك على المستوى المحلي والإقليمي والدولي، وقدمت الباحثة مجموعة من التوصيات التي تمثل أجندة بحثية مستقبلية يمكن أن تفيد الباحثين في مجال علاقة النخب بالإعلام الرقمي.

وجاءت الدراسة الثالثة تحت عنوان "دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المنظمات"، من إعداد الدكتور السيد عبد الرحمن المدرس بقسم الاتصالات التسويقية المتكاملة بالكلية، قدم فيها رؤية للدور الذي يمكن أن تلعبه العلاقات العامة في إدارة الأزمات في المنظمات، استناداً إلى الأدبيات العلمية المعنية بهذا الشأن، من رسائل جامعية ودراسات وبحوث ومؤلفات علمية، وذلك من خلال التعرف على ماهية الأزمات؛ من مفاهيم وصفات وخصائص وأسباب وأنواع ومراحل دورة حياة وإدارة، والكشف عن ماهية العلاقات العامة؛ مفاهيمها وأدواتها واستراتيجياتها المستخدمة في إدارة الأزمات في المنظمات، والوقوف على اتصالات الأزمات.

أما الدراسة الرابعة فجاءت تحت عنوان "استخدام الجمهور المصري لشبكات المنصات الاجتماعي وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي: تطبيق WhatsApp نموذجاً"، من إعداد الدكتور إيمان عادل عبد المنعم المدرس بقسم الاتصالات التسويقية المتكاملة بالكلية، رصدت فيها طبيعة استخدامات الجمهور المصري لتطبيق WhatsApp وحدود التأثير الذي أحدثه هذا التطبيق على طبيعة العلاقات الاجتماعية والاتصالية وإلى أي مدى أثر استخدام تطبيق WhatsApp على الاتصال الشخصي.

الدراسة الخامسة والأخيرة أعدتها الدكتورة رباب حسين المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية، وجاءت تحت عنوان "الميتافيرس وملامح المستقبل الجديد" قدمت فيها الباحثة رؤية مستقبلية عن الميتافيرس ودوره في تشكيل الملامح المستقبلية في المرحلة القادمة من العصر الرقمي، ورصدت فيه مجالات استخدام الميتافيرس مثل النواحي الطبية والعلمية والتعليمية والترفيهية والتجارية والاقتصادية، كما تطرقت الباحثة إلى التحديات والمعوقات التي تواجهها هذه التقنية والتي قد تحول دون فعالية التكنولوجيا الجديدة.

وكلنا أمل أن تسهم هذه المجلة الوليدة في فتح الآفاق أمام الباحثين والقراء والمهتمين برصد واقع العصر الرقمي الجديد وتحديد ملامحه المستقبلية، والعمل على أن يكون لنا دور علمي فاعل في العصر الرقمي. والله من وراء القصد،،

رئيس مجلس الإدارة

أ.د. أمين سعيد عبد الغني

إشكاليات في بحوث الإعلام ونظرياته

أ.د. حسن علي محمد

الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال
جامعة السويس.

شغلت علوم الإعلام ونظرياته زمناً يربو على أربعين عاماً مذ كنت طالباً في مقاعد الدرس بكلية الإعلام، جامعة القاهرة وحتى يوم الناس هذا ...!!!، شغلني منها تنوعها، وتنوع مناهلها، فهي تنهل من علوم شتى حتى لتظن أنها حقل تلتقي فيه العلوم جميعها.

وقد برزت نظريات إعلامية مع بداية الحرب العالمية الثانية وتطورت بتطور الظروف الدولية وانتشار التقنيات الاتصالية وثورة المعلومات والاتصالات مما أتاح لعلم نظريات الإعلام أن يستفيد من نتائج البحوث النفسية والاجتماعية واللغوية والسياسية والهندسية وعلوم أخرى كثيرة وفد منها باحثون ملهمون يسعون إلى تفسير الظواهر الاتصالية وإلى الوصول لحلول لمشكلات إعلامية تواجه صناع السياسة وجماهير وسائل الاتصال والعاملين عليها.

ولهذا نجد أن هذه النظريات قد ظهرت في بدايتها على أكتاف غير المتخصصين في الإعلام أو الذين كان الإعلام يقع في دائرة التماس مع اهتماماتهم وتخصصاتهم المختلفة، ولذلك كان لكل فرع من فروع المعرفة أبطاله الذين التقت بحوثهم في النهاية مع علم الإعلام الذي تمثل نظرياته القاعدة الرئيسية فيه.

وفي هذا المجال رأينا -مثلاً- اهتمامات مهندسين أمريكيين هما "كلود شانون"، وزميله "ويفر" التي تركزت في مدرسة التطورات الفنية في هندسة الاتصال والمستحدثات في مجال دوائر التليفزيون والآلات الحاسبة، ولم يكن اهتمامهما نابغاً من تخصص إعلامي بقدر ما كان نابغاً من اهتمام رياضي مهني بعملية التشويش التي تعطل التواصل التليفوني بين شخصين ولاشتغالهما في شركة (Bell) للتليفونات.

كذلك رأينا دراسات "هارولد لازويل" و"بول لزرزفيلد" و"كورت لوين" و"كارل هوفلاند"، وجلّهم إما علماء نفس أو اجتماع حيث أسهمت أبحاثهم إسهامًا فعالاً في بناء الأسس الحديثة لنظريات الاتصال.

مما سبق نرى بعض الباحثين الذين تصدّوا للاتصال كظاهرة اجتماعية أو لغوية أو غير ذلك، انطلقوا في دراساتهم من قلب تخصصاتهم وبالقدر الذي يخدم اهتماماتهم ويحقق أهداف دراساتهم، وفي اعتقادي أن هذا الاتجاه لا زال سائداً.

- فالتربويون اهتموا في دراساتهم للاتصال بكيفية تحويل الراديو والتلفزيون إلى أدوات تعليمية.
- والسياسيون اهتموا بدور الاتصال وتأثيره في الرأي العام وتعديل الاتجاهات والميول.
- وعلماء النفس يحاولون فهم ما تحدّثه وسائل والاتصال من تأثيرات في القيم والاتجاهات والمعلومات.

وقد نتج عن كل ما سبق عدد كبير من النماذج والرؤى والنظريات التي أسهمت في تكوين تراث علمي نظري لعلوم الاتصال في العصر الحديث، وفي نفس الوقت عطلت هذه الاجتهادات القادمة من تخصصات شتى الجهود الرامية لبناء نظريات إعلامية متكاملة، إضافة إلى انشغال كثير من باحثي الإعلام بالدراسات الإمبريقية التي عطلت مسيرة البناء الفكري لعلوم الإعلام.

وقد أدركت الدكتورة جيهان رشتي هذه القضية بدقة حين أشارت إلى أن تعدد العلوم التي اشتبكت مع الاتصال وتعدد الهيئات والتخصصات أدى إلى زيادة صعوبة التنسيق بين أهداف تلك الأبحاث

ل للوصول إلى نظرية موحدة في الإعلام كما يحدث في بعض العلوم الأخرى^(١).

ويعكس ما نرى في المكتبة الأجنبية من تراكم معرفي معقول في بحوث نظريات الاتصال، نواجه بُدرة حقيقية في المكتبة العربية لمثل هذه الدراسات، كما نلاحظ أن الدراسات العربية القليلة في معظمها لم تتجه نحو بناء (نظرية في الاتصال) أو نظريات تلائم الواقع العربي، لأن معظم الباحثين العرب أنفقوا جهودًا كثيرة في البحوث الإمبريقية التي تعنى بالاستفتاءات لقياس المشاهدة أو الاستماع دون أن يسهم ذلك في بناء نظرية متكاملة الأركان.

والسؤال الذي يطرح نفسه: هل كُتب على العرب أن يظلوا أمة مستهلكة متطفلة على موائد الغرب؟ ويظل السؤال محلًا فوق رؤوس الجميع، متي يصبح للعرب إسهام معتبر في علوم الإعلام الحديثة؟ إن المتأمل للإعلام في بلادنا (مهنة وعلمًا ومناهج تعليمية وحتى التدريب) يجد أنه في مجمله أو معظمه مستورد بشكل يعكس تبعية خطيرة للغرب. لقد استوردنا أجهزة الإعلام.. آلات الطباعة.. الراديو.. محطات الإرسال.. أجهزة التلفزيون.. الأقمار الصناعية... إلخ. وقد نتج عن هذا عدد من الإشكاليات والتحديات التي عطلت نمو علوم الإعلام -ومنها علم نظريات الإعلام- وترتب على ذلك عدد من الإشكاليات التي نطرحها أمام الباحثين على النحو التالي:

(١) جيهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام (القاهرة: دار النهضة العربية، ١٩٩٣) ص: ٣٣.

الإشكالية الأولى: سيطرة النزعة الإمبريقية على بحوث الإعلام العربية زمناً:

وهي نزعة طال أمدها أكثر من اللازم، قلّدنا فيها أصحاب النماذج والنظريات الإعلامية الغربية وتعبدنا في محراب نظريتهم التي تعاملنا معها بتسليم، في حين أن بعضها تجاوزه الزمن، خاصة في أوروبا وأمريكا... للأسف أن المكتبة العربية مليئة بمؤلفات عبارة عن ترجمات ركيكة لأساتذة الإعلام الأمريكيان، أما البحوث العلمية فواقعها أسوأ بحيث تحولت إلى مجرد عملية جمع البيانات وتحليلها إحصائياً دون تفسير علمي مقنع ودون الإسهام في بناء نظري تحتاج إليه الدراسات الإعلامية العربية... وهو أمر في غاية الخطورة، ولا أتصور أن نظل عالة على الغرب في هذا المجال إلى ما لا نهاية.

وهنا دور كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العربية التي يجب عليها أن تتبنى منظوراً عربياً يسهم بشكل ولو جزئى في نظريات الاتصال. وأن تشجع طلاب الدراسات العليا على ذلك بدلاً من تلك الصرعة التي اجتاحت الكثير منهم في تكليف الطلاب بإجراء دراساتهم وفقاً لنماذج الإعلام الغربية، حيث يوجد ما لا يقلّ عن ٧٥% من رسائل الماجستير والدكتوراه قائمة على نماذج ومداخل ومقاربات نظرية مثل: الأجندة والاستخدامات والإشباع والغرس أو الإنماء، ولم أجد رسالة واحدة في كليات وأقسام الإعلام في مصر تنقّب أو تبحث عن الجذور العربية لنظريات الإعلام أو تقدّم تصورات تجمع بين الأصالة والمعاصرة، وكأن تراث ١٤٠٠ سنة قد خلا من أى اجتهاد في الاتصال.

الإشكالية الثانية: غموض المصطلحات المستخدمة في نظريات الإعلام:

بمراجعة التراث العلمي في هذا نجد أن أساتذة كباراً خطوا بين مفاهيم النظرية والنموذج والمدخل ..، حتى بعض المؤلفات الأجنبية تخلط

بين هذه المصطلحات!!، وترتب على ذلك رؤية ضبابية تلفّ كثيرًا من الباحثين في معظم إنتاجهم القائم على تطبيق نظريات في بحوثهم التي شرفت بمناقشتها حيث لمست حيرة الباحثين الشبان بين هذه المصطلحات التي لم يهتم بتدقيقها أحد من أساتذة الإعلام!!

ومع هذا، لا يمكن لنا إلا أن نذكر بكل الفضل والتقدير هذه الجهود التي لها شرف السبق والريادة في لفت انتباه الباحثين لهذا العلم المهم، ولكن يلاحظ على المؤلفات السابقة أنها لم تخرج من عباءة الدكتورة جيهان رشتي كأول من كتب بالعربية في نظريات الإعلام في حدود علمي، حين وضعت مؤلفها المهم (الأسس العلمية لنظريات الإعلام) منذ عام ١٩٧٥ والذي تتلمذت شخصيًا عليه وأنا طالب في كلية الإعلام جامعة القاهرة.

الإشكالية الثالثة: المنطقية في وصف وتفسير غير المنطقي:

وقد يبدو هذا مستغرباً.. فما العيب في السعى نحو اتباع المنطق في بناء نموذج أو نظرية؟ ولكن موطن الزلل هو في محاولة وضع قوالب ثابتة غير متغيرة يمكن من خلالها تفسير سلوكيات غير ثابتة أي الحكم على متغير بثابت، ويذكر في هذا الشأن أن بيئة ونظم ولغة الاتصال في المجتمعات الغربية التي قدمت لنا هذه النماذج وتلك النظريات مختلفة تماماً عن بيئة الاتصال في الوطن العربي ونظم ولغة الاتصال في بلادنا، ولهذا يصبح من الغريب أن نستخدم نماذج ونظريات غربية في تفسير وفهم عملية الاتصال في بلادنا.. وإن كان من المقبول الاسترشاد بهذه النماذج الغربية وليس تطبيقها حرفياً تحت مسمى اختبار هذه النماذج في المجتمعات العربية.

الإشكالية الرابعة: الإغراق في الوصف دون التفسير:

من واقع عملي مشرفاً ومناقشاً لمئات الرسائل ومحكماً في عدد من المجلات العلمية وعضواً في اللجنة الدائمة لترقيات أساتذة الإعلام ثم محكماً فيها منذ ٢٠٠٥ وحتى الآن، لاحظت أن الباحث العربي والمصري قد أدمن الدراسات الوصفية استسهالاً وآثرها على غيرها من أنواع البحوث! ولم نظفر من هذه الدراسات إلاّ بنكرات ونسب مئوية لا تصدق نتائجها إلاّ على العينات موضوع البحث، ولا تضيف للمعرفة الإعلامية شيئاً جديداً.

هناك العشرات من المؤلفات والبحوث تصف العملية الاتصالية أو تصف نوع التأثيرات وشدتها ولكنها لا تفسر، وشتان بين الوصف والتفسير، فالتفسير يخبرنا عن شئ لم نكن نعرفه أو لم تتوفر لنا القدرة على كشفه بمجرد النظر، وقد بدا لي أن كثيراً من النماذج الإعلامية التي يسميها بعض أساتذة الإعلام "بالنظريات" تصف أشياء مالوفة لدى باحثي الإعلام بكلمات مجردة، ثم تزعم أن ذلك تفسيراً، ولعل هذا ما أسهم في ضبابية مسمى "نظريات الاتصال".

الإشكالية الخامسة: ضعف الاهتمام بالنظريات الإعلامية العربية:

وهي عقدة قديمة.. عقدة الخواجة.. حيث يفرد معظم أساتذة الإعلام العرب مساحة كبيرة لنماذج ونظريات الإعلام الغربية في مؤلفاتهم دون أدنى اهتمام بما توصل إليه العلماء العرب القدماء أو المحدثين في المشرق أو المغرب العربي، فهناك محاولات جيدة لابن عياد في معهد الصحافة وعلوم الأخبار في تونس، والطنوبي في زراعة القاهرة، وحجاب في صحافة سوهاج، وإبراهيم إمام في صحافة الأزهر، كما ألحظ نماذج تفسيرية وضعها بعض طلاب الدراسات العليا أثناء إجراء بحوثهم لنيل

درجات علمية مختلفة لا تحظى بالاشارة لها في كثير من مؤلفات أساتذة الإعلام ربما لأن زامر الحي لا يطرب!!

صحيح معظم النماذج التي وضعها بعض أساتذة الإعلام العرب والمصريون كانت تقليداً للنماذج الغربية مثل ما أورده سمير حسين في كتابه "نظريات الإعلام" أو ما أورده عمر الطنوبى في كتابه "نظريات الاتصال" وأسماء نموذج الطنوبى، وما أورده إبراهيم إمام في كتابه "الإعلام الإسلامى.. المرحلة الشفهية، ومحمد منير حجاب في كتابه (نظريات الإعلام الإسلامى)، وهى كلها لا تخرج عن المحاكاة والتقليد لنماذج غربية، ومع هذا لست أرى عيباً في هذا، إنما العيب فى الوقوف عند ما أبدعه العقل الغربى والاكتفاء به والنهل منه دون أن نتقدم خطوة واحدة إلى الأمام.

الإشكالية السادسة: قلة خبرة بعض الباحثين فى نظريات الإعلام بالتراث العربى:

فهناك قطيعة بين بعض أساتذة الإعلام العرب وتراثهم، وأنا أسأل كم أستاذ من المهتمين بنظريات الإعلام قد قرأ كتاب (فنون القول) لأمين الخولى وهو كتاب مهم، يحوى أفكاراً جيدة تسهم فى تأصيل نظرية عربية فى الاتصال، ولو رجعنا قليلاً إلى الوراء لوجدنا للجاحظ كتاباً أكثر أهمية فى الاتصال بعنوان "البيان والتبيين" لم يجد من يُعمل فيه فكره ليقدم لنا إسهاماً عربياً فى علم الاتصال، وهناك لابن وهب مؤلف يحتوى على نظرية كاملة متكاملة فى الاتصال الذاتى والشخصى بعنوان (البرهان فى وجوه البيان) وهناك للعقاد رؤية لغوية نفسية بديعة تؤسس لنظرية فى الاتصال أودعها كتابه (اللغة الشاعرة).

الإشكالية السابعة: غموض المصطلح في علوم الإعلام:

المصطلح يختلف باختلاف النظام، ويختلف باختلاف التعريفات الأساسية للمجتمعات، ويختلف باختلاف الأهداف والمحاور، وللأسف أن مصطلحات علوم الإعلام كلها مستوردة مثل استيرادنا باقي المصطلحات الفكرية والعلمية والحضارية. الحقيقة أن هذا يثير الفزع، لأنك تجد عقلك قد تم اختطافه وقد وقعت أسيراً للغرب ترى ما يراه وترطن كما يرطنون!!
يدعونا هذا -مسؤولين ومثقفين وإعلاميين- إلى البحث عن صيغة مشتركة مقبولة في حدّها الأدنى، من أجل تقنين مصطلحات الإعلام وتحريرها لمساعدة الباحثين والدارسين في فهم الظواهر الإعلامية ومعاونة صناع القرار في مؤسساتنا الإعلامية.