

# اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام فى أمريكا ومصر

دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لدوريتى الصحافة والإعلام الأمريكية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام

إعداد

الدكتور محمود عبد الرؤوف كامل

مدرس الإعلام بجامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا

بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم  
23- 25 أكتوبر 2007

مقدمة

موضوع هذه الدراسة هو اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر: دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لعينة من الدوريات العلمية في الدولتين. فعلى الرغم من أن دراسات الصحافة والإعلام في مصر تجاوزت الستين عاماً من عمرها وسبقها أمريكا بأكثر من ثلاثين عاماً، وعلى الرغم من تأثر دراسات وبحوث الصحافة والإعلام في مصر وغالبية الدول، والعربية منها، بالمدرسة الأمريكية في هذا المجال، إلا أنه لم تجر دراسة واحدة حتى الآن حول هذا الموضوع تبين أوجه الشبه والاختلاف والإيجابيات والسلبيات، وتقترح ما يمكن إضافته، وتوصى بما ينبغي عمله، استبصاراً لواقع الدراسات والبحوث الإعلامية في مصر ومستقبلها.

وشهد عام 1998م احتفال كلية الإعلام، جامعة القاهرة، بمرور 60 عاماً على بدء دراسات الصحافة والإعلام في مصر، في إطار احتفال الجامعة بمرور 90 عاماً على إنشائها. وصادف العام نفسه احتفال دورية الصحافة والإعلام الأمريكية *Journalism & Mass Communication Quarterly (J&MCQ)* بمرور 75 عاماً على صدورها، وجعلت من هذه المناسبة محوراً لأحد أعدادها<sup>(1)</sup> في ذلك العام، تناولت فيه مسيرتها وتطور بحوث الصحافة والإعلام، أو الدراسات الإعلامية بصفة عامة، في أمريكا. كما أصدرت كلية الإعلام دليل الرسائل العلمية في الصحافة والإعلام<sup>(2)</sup> عرضت مقدمته موجزاً لتاريخ دراسات الصحافة والإعلام في مصر وتطورها.

ويمكن عرض مخرجات هذه الدراسة على النحو التالي:

- 1- الإطار النظري.
- 2- الدراسات السابقة.
- 3- الإطار المنهجي.

4- نتائج الدراسة.

5- الخلاصة والتوصيات والاقتراحات.

6- الهوامش.

### أولاً: الإطار النظري للدراسة

هذه دراسة في التأصيل العلمي ومناهج البحث لدراسات الإعلام في أمريكا ومصر. وكما هو معروف يشمل تخصص الاتصال الجماهيري أو الإعلام الصحافة المطبوعة، والإذاعة (المسموعة أو الراديو)، والتلفزيون، والعلاقات العامة، والإعلان، والإنترنت. وتاريخياً تسبق بحوث الصحافة ودراساتها بقية تخصصات الاتصال الجماهيري الأخرى، وهذا يفسر لنا سبب أن دورية الصحافة والاتصال الجماهيري الأمريكية بدأت عام 1924 بتسمية نشرة الصحافة Journalism Bulletin، ثم دورية الصحافة الفصلية (JQ) Journalism Quarterly، وظلت لفترة طويلة تسمى نفسها دورية الصحافة الفصلية فقط، حتى بدأت منذ عام 1995 تسمى نفسها دورية الصحافة والاتصال الفصلية، وفي كل الحالات، وطول تاريخها، لم تقتصر على نشر بحوث الصحافة المطبوعة فقط، وإنما هي تنشر البحوث في كل تخصصات الإعلام منذ بداية صدورها وحتى الآن. وبالمثل، حينما بدأت مصر المجلة العلمية لكلية الإعلام، عام 1989 م، وتغير اسمها إلى بحوث الاتصال، ثم المجلة المصرية لبحوث الإعلام، فإنها كانت، ولا تزال، تنشر البحوث والمقالات في كل تخصصات الاتصال والإعلام. وهكذا الحال مع أغلب دوريات الإعلام في أمريكا ومصر، إن لم يكن كلها، فهي تنشر البحوث في مجالات الإعلام المتعددة.

والدراسة الحالية ليست نقدية تقويمية للبحوث في الدوريتين من حيث مناهج البحث، والأطر النظرية، وأدوات جمع البيانات، وتحليلها، والنتائج، وإنما هي دراسة تحليلية مقارنة لاتجاهات البحوث في دوريتي الدراسة أو في أمريكا ومصر، وفي طريقة الاهتمام بالبحث العلمي في بحوث الصحافة والاتصال والعناية بدورياته، كما يُستبان من تحليل البحوث، والافتتاحيات، في الدوريتين.

ومع ذلك، فإن أقرب إطار نظري لهذه الدراسة هو ما يسميه البعض بـ "النظرية النقدية في بحوث الاتصال"<sup>(3)</sup>، التي قلما تتناولها بحوث الاتصال ودورياته العلمية بهذا المسمى. فالبحث العلمي بطبيعته ناقد في كل تخصص وكل زمان ومكان. ومع أن الباحث لا يجب أن

يسمى الدراسة الحالية دراسة نقدية، فلا بأس من عرض نبذة عن النظرية النقدية، إذ تحاول الدراسة الاستفادة من بعض افتراضاتها ورؤاها النقدية.

تستمد النظرية النقدية في بحوث الاتصال جذورها من النظريات النقدية في العلوم الاجتماعية، التي تستمد جذورها ومبادئها بدورها من النظرية الماركسية، التي تطالب بإذابة الفوارق بين طبقات المجتمع، وبحق المهمشين والمحرومين في المعرفة والسلطة والثروة والتحرر من ظلم الطبقات الحاكمة، وسيطرة الذين يملكون رأس المال والتكنولوجيا. وهدف النظرية النقدية هو الانعتاق (أو التحرر) والتغيير، لذا فإن الغرض الرئيس للدراسات النقدية في الاتصال هو تحديد المصادر التاريخية، والاقتصادية، والسياسية للسلطة التي تكمن في الأيدلوجية<sup>(4)</sup>. وتوجد ثلاثة تيارات رئيسة للنظرية النقدية بصفة عامة هي الماركسية، وحقوق المرأة، والنقد الثقافي. وتحاول أن تبين كيف أن الطبقات الحاكمة في المجتمع تغطى حقوق الطبقات المهمشة، مثل جماعات الأقليات<sup>(5)</sup>. فالبحث النقدي يركز دائماً على النظم أو السلطات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية كقوى قهر للناس أو المواطنين، وهذه النظم أو السلطات تشمل الاتصال دائماً، وفي التطبيق العملي، لا يفصل المنظرون النقادون الاتصال عن العوامل الأخرى في النظام العام لقوى القهر في المجتمع<sup>(6)</sup>.

"وقد استخدمت مدرسة فرانكفورت، كأبرز المدارس النقدية، والتي تأسست في ألمانيا في ثلاثينيات القرن العشرين مصطلح "النظرية النقدية" لوصف اتجاهها لدراسة الحياة الاجتماعية، ومن ثم رأى بعض الباحثين مثل (لازرسفيلد ولانج وروجرز) أن يشخصوا الاتجاهات النقدية على أنها إما مرتبطة بمدرسة فرانكفورت أو تطورت عنها، ويُعزى هذا الخط إلى العلاقة التاريخية الفريدة بين دراسات الاتصال وهذه المدرسة"<sup>(7)</sup>.

ويُعرف النقد بأنه تطبيق القيم والمعايير للوصول إلى أحكام، ويجرى الباحثون النقادون دراساتهم بتحليل القيم ونقدها أو الحكم عليها<sup>(8)</sup>. وبكلمة أخرى، يمكن أن يعنى النقد قراءة الواقع أو البحث أو الدراسة في ضوء المعايير والقيم والأصول، وتبيان مدى التزامها بها أو اتفاقها واختلافها معها.

ودون الغوص كثيراً في الحديث عن النظرية النقدية في العلوم الاجتماعية وفي الاتصال الجماهيري كتخصص ضمنها، يخلص الباحث إلى أن النظرية النقدية هي تيار بحثي يميل إلى رفض ما هو قائم، والمطالبة ببدايل تتيح الفرص للطبقات المقهورة في المجتمع، من قبل السلطة والذين يملكون، في أن تعرف وأن تحصل على حقوقها في التعبير عن نفسها. وأن على الباحثين النقادين وغيرهم في مجال الاتصال أن يتبنوا هذا التوجه في بحوثهم في مواجهة السلطة، وفي صالح طبقات المجتمع المحرومة، وأن تزال القيود من طريق البحث العلمي. وهي مطالب لكل البحوث سواء كانت نقدية أم غيرها. كما أن تحقيق مثل هذه

المطالب يرتبط بالكثير من العوامل فى المجتمع مثل الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والنفسية والشخصية والأمنية فى الدول النامية بالذات، وما الباحثون فى مجال الاتصال إلا جزء من هذه الظروف التى يطول الحديث عنها، وكثيراً ما تكون محاور للنقاش فى المؤتمرات العلمية، ومشاكل تتناولها البحوث بالدراسة.

ويأمل الباحث أن تتقبل النظرية النقدية بعض انتقاداته، فلا يتفق معها فى تقسيم البحوث إلى بحوث وضعية تقليدية وأخرى نقدية، لأن البحث العلمى بصفة عامة، كما سبق القول، ناقد بطبعه لا يقبل الوضع القائم كما هو، وإنما يتناوله بالدرس والتحليل والمقارنة للخروج بنتائج وتوصيات مفيدة سيما إذا وجدت طريقها إلى التطبيق العملى. كما لا يتفق مع النظرية النقدية فى تعميماتها على البحوث الوضعية وتسميتها بالتقليدية فى عبارات مثل "ويطرح هذا الكتاب تحدياً لكثير من المسلمات فى البحوث الإعلامية الإمبريقية ذات الطابع التجريئى والتفتيتى للظواهر الإعلامية والتى اعتاد معظم الباحثين الإعلاميين على تناولها بمعزل عن السياق المجتمعى الذى أنتجها وأثر فيها كما تأثر بها فضلاً عن افتقار هذه البحوث إلى الأطر النظرية التى تفسر المعطيات الإمبريقية وتكشف عن توجهات الباحثين"<sup>(9)</sup> و "وتقدم النظرية النقدية لمدرسة فرانكفورت مدخلاً متكاملًا لدراسة العلوم الاجتماعية، لتسد بها الثغرة التى خلقها التفتيت الناتج عن التقسيمات التى وضعها الأكاديميون ذوو الاتجاه الوضعى بين التخصصات المختلفة، المتداخلة. وتنتقد مدرسة فرانكفورت هذا الانفصال بين العلوم الاجتماعية لأنه أسفر عن محدودية المعرفة، إلى جانب ضعفها علمياً."<sup>(10)</sup> و"لقد أنتجت الأشكال والتراكمات التى تكونت خلال العقود الماضية، نتيجة للاتصال الرأسى القائم على قاعدة الاستهلاك والفردية، ردود أفعال عديدة ضد ذلك النموذج الرأسى."<sup>(11)</sup>

ومن الانتقادات التى توجهها النظرية النقدية لبحوث الإعلام فى دول الجنوب أو الدول النامية قضية التبعية لمناهج البحث الغربية ونظرياتها، أو للدول المتقدمة. ويمكن الرد على مثل هذا الانتقاد بأن مادامت مثل هذه المناهج والنظريات صالحة للتطبيق فى الدول النامية، حتى مع شئ من التطويع والتعديل لكى تتناسب ظروف هذه الدول، فلا بأس إلى أن يوجد البديل الذى يمكنها من الاعتماد على نفسها، كما أنه لا بد من التواصل والتلاقح الفكرى والعلمى والثقافى بين دول العالم المتقدم منها والنامى، ويضاف إلى ذلك أن الدول المتقدمة أو دول الشمال التى تتهمها التيارات النقدية بالاحتكار والسيطرة والاستغلال والاستعمار لن تتردد فى الأخذ بأية نظريات ومناهج بحث، بل ونتائج تصيغها الدول النامية إذا وجدت فيها جديداً يصلح لها أو يناسبها.

ومن الانتقادات التى تلفت النظر وتميل إلى التعميم أيضاً سيطرة الأهداف التجارية والاقتصادية على بحوث الإعلام التقليدية الإمبريقية بالذات "التي تعنى بدراسة الواقع المعطى بادئة به ومنتهاية إليه، بمعنى أنها تبدأ من الواقع لتتعاشش معه وتحافظ عليه مع التستر بضرورة الموضوعية والحياد... وكان الهدف من بحوث الإعلام هو التوصل إلى كيفية

تحسين أداء أجهزة الإعلام لاستخدامها كأدوات فعالة في تحقيق الأهداف والمصالح ذات الطابع الاقتصادي" (12) وتمويل البحوث يُحدد في "الاتجاه الذي يحتم إرضاء المنظمات التجارية؛ ولذلك لجأ مجموعة من الباحثين الأكاديميين إلى عمل بحوث مسحية رخيصة من أنواع مختلفة مما أسفر عن التوصل إلى تفسيرات مشكوك فيها لدرجة كبيرة خصوصاً المسوح التجارية والتي لم تخضع لقواعد النقد العلمي النزيه." (13)(\*)

على أية حال تستفيد الدراسة الحالية من النظرية النقدية في بحوث الاتصال على أساس أنها وجهة نظر تتكامل مع غيرها من مناهج البحث، وتستفيد من دعوتها إلى إتاحة الفرصة للباحث لكي يعبر عن رأيه أو وجهة نظره في موضوع الدراسة. وهي وجهة نظر قائمة على البيانات والمعلومات واستخلاص النتائج منها. وينبغي التنويه هنا إلى أن الدراسة الحالية ليست نقداً للبحوث أو تقييماً لها، كما سبق القول، كما أنها ليست تصنيفاً لها حسب مناهجها ونتائجها، وإنما هي تصنيف لها حسب موضوعها، ودرجات الباحثين العلمية أو وظائفهم، وجامعاتهم أو كما توضحه أهداف الدراسة.

#### ثانياً: الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة

— إنتاجية باحثي الاتصال<sup>(14)</sup>: تُجرى العديد من البحوث للتعرف على إنتاجية الباحثين في الكثير من التخصصات، مثل دراسة كول Cole و باورز Bowers التي توصلت فيها إلى تحديد كليات وأقسام الصحافة الأمريكية الأكثر إنتاجاً للبحوث في الفترة من 1962م إلى 1971م، وأجرى سولي Soley وريد Reid بحثاً لمعرفة إنتاج الأكاديميين من بحوث الإعلان بغض النظر عن الكلية أو القسم، ودرس فنسنت Vincent بحوث الإذاعة، وأجريت دراسة لإنتاجية بحوث الاتصال الجماهيري عام 1981م.

— إنتاجية باحثي الاتصال الجماهيري<sup>(15)</sup>: أجريت هذه الدراسة على إنتاجية باحثي الاتصال الجماهيري بما فيها الإعلان والعلاقات العامة في الفترة من عام 1980 إلى عام 1985، كما قدمتها تسع دوريات علمية أمريكية هي بحوث الاتصال Communication Research, Journal of Advertising, Journal of Advertising Research, Journal of Broadcasting, Journal of Communication, Journalism Quarterly, Newspaper Research Journal, Public Opinion Quarterly and Public Relations Review

وتم تصنيف الباحثين حسب جامعاتهم، وحسب درجاتهم العلمية: أستاذ، وأستاذ مشارك، وأستاذ مساعد، ومدرس، وطالب دكتوراة، من واقع ما هو مثبت في الدورية مع البحث، ولم

تشمل الدراسة بحوث الخبراء وطلبة الماجستير، وبحوث غير المتخصصين فى الاتصال الجماهيرى، وخصّصت درجة واحدة لكل باحث ببحث منفرد ونصف درجة لكل باحث ببحث مشترك مع آخر، وثلاث درجة لكل باحث مشترك مع باحثين آخرين... وهكذا، وخصّصت درجة واحدة لكل جامعة لكل بحث، وبالمثل درجة واحدة لكل دورية لكل بحث، لتحديد أى دورية تنشر أكبر عدد من البحوث، وهكذا. ولم تنطرق الدراسة إلى تقييم البحوث وإلى تخصص دوريات معينة فى نوع معين من البحوث، فعلى سبيل المثال تنشر Journalism Quarterly بحثاً فى كل تخصصات الاتصال الجماهير تقريباً، بينما Journal of Advertising Research and Journal of Advertising لا تنشران سوى بحوث الإعلان و/أو التسويق.

وتستفيد الدراسة الحالية من هذه الدراسة فى فكرتها وطريقتها أو منهجها وأهميتها وفى مقارنة النتائج على النحو الذى سيرد فى الإطار المنهجى والنتائج ومناقشتها والخلاصة والتوصيات.

وتوصلت الدراسة إلى تحديد 30 جامعة أمريكية من إجمالى 210 جامعة شملتها الدراسة أكثر نشرًا للبحوث، حيث نشرت 57% من إجمالى البحوث البالغ عددها 1006 بحث خلال فترة الدراسة، وتصدرت Journalism Quarterly قائمة الدوريات بالنسبة لهذه الجامعات، ما يعنى أنها الدورية الأكثر انتشاراً وربما تأثيراً بين دوريات بحوث الاتصال، وهذا يعضد اختيارها للدراسة فى الدراسة الحالية. وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن الأساتذة ساهموا بنسبة تقترب من 20% من البحوث المنشورة، وساهم الأساتذة المشاركون بنسبة 26%، والمساعدون بنسبة 40% تقريباً، ورتبت الدراسة أسماء خمسين باحثاً أمريكياً الأكثر توفراً من بين عينة الدراسة فى عدد البحوث المنشورة.

— وأجريت دراسة تحليلية مقارنة، باستخدام تحليل المضمون، لرسائل الدكتوراة والماجستير لبحث الانتقادات التى توجه إلى تحليل المضمون واستخداماته فى الدراسات الإعلامية فى مصر؛ من أهمها أن استخدامه طغى على غيره من الأساليب والأدوات البحثية فى الأبحاث الإعلامية فى مصر أيضاً فى السنوات الأخيرة، وتوصلت الدراسة إلى عدم صحة هذه الانتقادات، حيث شكلت الرسائل التى وظفت تحليل المضمون نسبة 18.4% فقط من إجمالى عدد العينة البالغ 137 رسالة ماجستير ودكتوراة<sup>(16)</sup>.

— وأجريت دراسة تتبعية تحليلية مقارنة، باستخدام تحليل المضمون أيضاً، لرسائل الدكتورة والماجستير فى الإعلان، 34 رسالة، للتعرف على اتجاهات الدراسات الإعلانية فى مصر، من عام 1950-1992م. توصلت الدراسة إلى أن الدراسات الإعلانية فى مصر تطورت تطوراً كميّاً بدرجة أكبر من تطورها كميّاً، فلم تواكب التطورات السريعة والمتلاحقة التى لحقت بصناعة الإعلان فى مصر، وأنها دراسات وصفية فى معظمها تفتقد إلى إمكانية استفادة وكالات وشركات الإعلان والمعلنين منها، وعدم مسايرة الدراسات الإعلانية فى مصر للاتجاهات الحديثة فى مجال الدراسات الإعلانية فى الدول المتقدمة<sup>(17)</sup>.

— وأجريت دراسة تحليلية للبحوث الإعلامية الخاصة بالوسائل الإلكترونية، غير الكتب، التى أنتجت فى مصر خلال الثمانينيات والتسعينيات من القرن العشرين، من حيث المناهج، والأدوات، والأساليب الإحصائية، وطبيعة مجتمع الدراسة، والأطر النظرية. ووظفت استمارة تحليل المضمون ضمن وسائلها لجمع البيانات. وخلصت الدراسة إلى أن البحوث المصرية فى مجال الوسائل الإلكترونية تتفق نسبياً مع الواقع الأكاديمى لعلم الاتصال فى العالم حالياً، ولكن يبقى السؤال: لماذا لم تظهر نظريات إعلام وطنية تعبر عن تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام وتأثره بها؟<sup>(18)</sup>. وبكلمة أخرى لماذا لم تظهر نظريات مصرية و/أو عربية فى علوم الاتصال تحظى بالقبول والاعتراف على مستوى دراسات الاتصال ودورياته ومؤتمراته العلمية فى دول العالم أو العالمية؟ وستحاول الدراسة الحالية الإجابة عن هذا السؤال خلال مناقشة النتائج التى تتوصل إليها.

والدراسة الحالية تستخدم استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات، وتحليلها كماً وكيفاً. — وتناولت دراسة أهم التطورات التى مرت بها بحوث الإعلام فى العالم، أمريكا وأوروبا بصفة خاصة، منذ مطلع القرن العشرين، وأهم العوامل التى ساعدت على تطورها، ثم عرضت لمراحل تطورها خلال القرن العشرين، وناقشت الاتجاهات الحديثة فى بحوث الإعلام وأهم مزايا المناهج البحثية الحديثة، التى يُطلق عليها المناهج التفسيرية والنقدية، على النحو الذى تم عرض نبذة عنها فى الإطار النظرى آنفاً، ومن أبرز رواد هذه المناهج جيمس هالوران James Halloran فى بريطانيا وهيربرت شيللر فى أمريكا. وتستمد النظرية النقدية أسسها الفلسفية والفكرية من مدرسة فرانكفورت النقدية فى العلوم الاجتماعية، ومن روادها ماكس هوركايمر، وتيودور أدورنو، وهيربرت ماركيز، وإيريك فروم<sup>(19)</sup> وغيرهم.



– وتناولت دراسة اتجاهات بحوث الاتصال من عام 1980 حتى عام 1999. وهى دراسة تحليلية من المستوى الثانى للبحوث المنشورة فى عشر دوريات رئيسية، أمريكية، فى بحوث الاتصال من حيث المناهج، والوسيلة والموضوع، والاقتراب النظرى، والتمويل، والفترة الزمنية التى تناولها البحث. توصلت إلى غلبة المناهج الكمية على الكيفية، وأن تمويل البحوث كان نادراً، وكانت الجامعات المصدر الرئيس للبحوث خلال تلك الفترة<sup>(20)</sup>.

– وأجريت دراسة لمناهج البحث فى الاتصال فى ثمانى دوريات فى الفترة من عام 1990 إلى عام 2000م، وتوصلت إلى أن نسبة 60% من البحوث كانت كمية، مقابل نسبة 40% كيفية، ونادراً ما كان يُجمع بين المناهج الكمية والكيفية فى دراسة واحدة، ونسبة 58% من البحوث الكيفية والكمية لم تستخدم أطراً نظرية<sup>(21)</sup>.

– وتم تحليل مضمون للبحوث التى وظفت تحليل المضمون التى نشرتها دورية الصحافة والإعلام الفصلية فى الفترة من عام 1971 إلى عام 1995 م، فكان تركيزها على تحليل الأخبار والمقالات فى وسائل الإعلام الأمريكية، ونصفها تقريباً أجرى على الصحف، ونصف هذه البحوث أيضاً كان بحثاً مشتركة، وكانت العينة من نوع المقصودة المناسبة فى غالبية هذه البحوث، والقليل من هذه البحوث كان تحليلاً من المستوى الثانى، ووظف أطراً نظرية واضحة، وصاغ أسئلة للبحث أو فروضاً، ونصف هذه البحوث أجرى اختبار ثبات التحليل. وبينت الدراسة اتجاهات دراسات تحليل المضمون إلى المزيد من البحوث المشتركة، وإجراءات الصدق والثبات، وزيادة التأكيد على التحليل الإحصائي الأكثر تعقيداً، ومع ذلك لم يتوازى مع هذا الاتجاه الاتجاه نحو صياغة فروض/أسئلة بحث صريحة أو استخدام أطراً نظرية<sup>(22)</sup>.

– وجعل عدد شتاء 1999م من دورية الصحافة والإعلام الفصلية عنوان غلافه "الكتب الهامة Significant Books"، متضمناً نتيجة استطلاع رأى الجماعة العلمية الأمريكية فى أهم كتب أثرت، ولا تزال تؤثر، فى دراسات الصحافة والإعلام خلال القرن العشرين والقرن الحادى والعشرين. وأسفر الاستطلاع عن اختيار 35 كتاباً، تضمنت عنوانين فى مناهج البحث هما تحليل المضمون فى العلوم الاجتماعية والإنسانيات Content Analysis for Humanities and Social Sciences and ل أول ر. هولستى Ole R. Holsti، و علامات بارزة فى بحوث الاتصال Milestones in Mass Communication Research لمؤلفتيه شيرون لورى Shearon Lowery وميلفن ل. ديفليير Melvin L. defleur<sup>(23)</sup>.

### ثالثاً: الإطار المنهجي للدراسة

**مشكلة الدراسة:** التعرف على اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر كما تعبر عنها دوريتي الصحافة والإعلام الأمريكية، والمجلة المصرية لبحوث الإعلام. وتستخدم كلمة اتجاهات هنا بمعنى السمات الغالبة على البحوث مثل الموضوع أو التخصص، وما إذا كانت بحوثاً فردية أو مشتركة، ممولة أم غير ممولة، على النحو الذي تفصله أهداف الدراسة وتساؤلاتها. وتم اختيار أمريكا لأنها الرائدة في دراسات الإعلام وبحثه، ولأن غالبية دراسات الإعلام وبحثه في مصر، وربما في غيرها من الدول، تتبع المدرسة الأمريكية، واتجاهاتها، ولا بأس في ذلك.

**أهمية الدراسة:** سد ثغرة في دراسات بحوث الصحافة والإعلام، ولفت الانتباه إلى ضرورة إجراء مثل هذه الدراسات استبصاراً لماضى وحاضر الدراسات الإعلامية ومستقبلها في مصر وأمريكا.

#### أهداف الدراسة:

- 1- رصد وتوصيف وتوثيق تيارات البحوث الإعلامية في مصر وأمريكا.
- 2- تقديم دراسة علمية موثوق في نتائجها عن البحوث الإعلامية في أمريكا ومصر.
- 3- تقييم التجربة الأمريكية والمصرية في بحوث الإعلام.
- 4- تقديم مؤشرات للاسترشاد بها في بحوث الإعلام.
- 5- إفادة الباحثين في مجالات الإعلام بصفة عامة، بواقع الدراسات الإعلامية في أمريكا ومصر.

**نوع الدراسة:** تنتمي هذه الدراسة إلى نوعين من الدراسات. الأول، فهي دراسة استكشافية تسعى إلى استكشاف ما كُتب عن نشأة الدراسات الإعلامية وتطورها في أمريكا ومصر، كما تقدمه الدوريات العلمية في البلدين. وأما النوع الثاني، فهي دراسة وصفية تحليلية مقارنة استبصارية من المستوى الثاني لما خلصت إليه البحوث والمقالات التي تتناول هذا الموضوع. "تعتبر هذه الدراسة من الدراسات النظرية التحليلية التي تستهدف استيعاب النتائج التي انتهت إليها المحاولات العلمية السابقة التي حاولت تحليل الظاهرة [محل الدراسة] ووضعها في إطارها الصحيح"<sup>(24)</sup> و "توظف الدراسة "تحليل المستوى الثاني" meta analysis الذي يفيدنا في إعادة استقراء الظواهر والبيانات المختلفة بهدف رصد العوامل التي تحكم هذه الظواهر، وتمكننا هذه الأداة من إصدار الأحكام الذاتية والنقدية، وهو ما نعتقد أنه أمر لازم في هذه الدراسة

المحدثة.<sup>(25)</sup> و "يتفق الخبراء على أن تصميم البحث وإجراءاته فى التحليل البعدى أو التحليل من المستوى الثانى لا يختلف عن غيره من البحوث التى تعتمد على البيانات الأولية أو الثانوية المساعدة."<sup>(26)</sup> ما يعنى أن الباحث يمكنه اتباع خطوات تصميم البحوث التى تعتمد على البيانات الأولية أو الثانوية المساعدة وإجراءاتها، لى يصل إلى أحكام نقدية وذاتية. وهذا ما يحاوله فى هذه الدراسة. فعلى الرغم مما يتردد من أنه لا ضرورة للأطر النظرية فى بحوث التحليل من المستوى الثانى، إلا أنه بناءً على ما سبق استخدم إطاراً نظرياً هو النظرية النقدية أو التيار النقدى فى بحوث الاتصال.

**الإطار الزمنى للدراسة:** تجرى هذه الدراسة بأسلوب المسح الشامل لأعداد دوريتى الصحافة والإعلام الفصلية الأمريكية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام منذ عام 1989، بداية صدور الأخيرة، وحتى الآن أى عام 2007م، أى 18 عاماً.

وأداة جمع البيانات هى استمارة تحليل المضمون، التى تم إعدادها وفقاً للأصول العلمية، وحسب متغيرات الدراسة، التى استنتجها الباحث من الدراسة الاستطلاعية التى أجراها على أعداد الدوريتين، ومن معاشته لهذه الأعداد كباحث فى الدراسات الإعلامية، ومدرس للإعلام، لأكثر من ربع قرن<sup>(\*\*)</sup>. وتم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من أساتذة الإعلام الذين أفادوا بملاحظاتهم وتعديلاتهم وإضافاتهم التى تم الأخذ بها، حتى استقرت الدراسة فى شكلها النهائى متضمنة الفئتين الرئيسيتين ماذا قيل؟ وكيف قيل؟. كما تم عمل اختبارى الصدق والثبات، وكانت النتيجة 91.3% وهى كافية لغرض الدراسة.

**وأسلوب التحليل** هو التحليل الكمي والكيفى للبيانات، وتطبيق المقاييس الإحصائية المناسبة بالاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences المعروف اختصاراً بـ SPSS. وهذه المقاييس هى حساب النسب المئوية والتكرارات، واختبار دلالة النتائج كا<sup>2</sup>.

وتشمل **الفئة الأولى لتحليل المضمون ماذا قيل؟** تصنيف بحوث الاتصال حسب موضوعها أو التخصص أى صحافة أو إذاعة أو تلفزيون أو علاقات عامة أو إعلان أو تاريخ وسائل الاتصال أو مناهج البحث أو إنترنت أو أخرى تذكر. وتمت إضافة فئة من قال؟ لتصنيف الباحثين من حيث النوع والجامعات التى يعملون بها، وكلياتهم، ودرجاتهم العلمية، من واقع ما هو مكتوب قرين بحوثهم المنشورة فى الدوريتين، وسيتم تطبيق هذه الفئة الأخيرة على المجلة المصرية لبحوث الإعلام فقط، لأن تطبيقها على الدورية الأمريكية لن يفيد الدراسة، حيث إن هدفها الأساسى هو

التعرف على اتجاهات بحوث الإعلام فى مصر وجهود باحثيها فى هذا المجال، مقارنة بالاتجاهات الأمريكية.

وأما فئة **كيف قيل؟** فتشمل حجم الدورية أى مساحة صفحاتها وعددها، ونوع الورق، وتصميم الغلاف، والتبويب، والانتظام فى دورية الصدور فى المواعيد المحددة، وأخطاء اللغة والطباعة. ولا تشمل الدراسة الحالية كلمة المحرر فى الدورية الأمريكية Editorial Comment أو Editorial Note و كلمة العدد فى مثيلتها المصرية، فى تحليل المضمون الكمي، وملخصات أو عروض الكتب ورسائل الدكتوراه والماجستير والإعلانات التى تتضمنها الدوريتين أو إحداهما. ومع ذلك، فنظراً لما لاحظته الباحث، من خلال الدراسة الاستطلاعية على الدوريتين، أن كلمة المحرر و كلمة العدد تتضمنان معلومات وتوجيهات مفيدة للباحثين، وللدوريتين، وللدراسات الإعلامية بصفة عامة، فسيتم تناولهما فى التحليل الكيفي.

**فروض الدراسة وتساؤلاتها:** تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض والتساؤلات التالية:

#### — الفروض:

- الدورية الأمريكية تنشر موضوعات أكثر من مثيلتها المصرية من حيث العدد والتنوع أو من حيث شمولها موضوعات الإعلام المتعددة.
- تتشابه موضوعات البحوث فى الدوريتين من حيث النسبة والترتيب.
- الدورية الأمريكية أكثر انتظاماً فى الصدور وفى مواعيدها من المصرية.
- غالبية البحوث فى الدوريتين يقوم بها مدرسون، وأساتذة مساعدون، وأساتذة مشاركون ونادراً ما ينشر بها بحوث لأساتذة.

#### — التساؤلات:

- ما المضامين الغالبة على البحوث التى تنشرها كلتا الدوريتين؟
- ما تصنيف هذه المضامين كما وكيفاً؟
- ما أوجه التشابه والاختلاف بين هذه المضامين فى كلتا الدوريتين؟
- ما أوجه التشابه والاختلاف بين الدوريتين من حيث الشكل؟
- ما الدرجات العلمية للباحثين المصريين فى الدورية المصرية؟
- ما الجامعات والكليات التى ينتمى إليها الباحثون المصريون فى الدورية المصرية؟
- كم عدد البحوث التى تنشرها الدورية المصرية باللغة الإنجليزية؟
- ما مدى انتظام الدورية المصرية فى الصدور وفى المواعيد المحددة؟

#### رابعاً: نتائج الدراسة ومناقشتها

يوضح جدول رقم (1) تصنيف البحوث فى دوريتى الصحافة والإعلام الفصلية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام حسب موضوعها أو تخصصها. فبلغ إجمالى البحوث فى الأولى 880 بحثاً و 217 فى الثانية، بإجمالى قدره 1097 بحثاً، شكلت البحوث الأمريكية النسبة الغالبة إذ بلغت 80.2%، وبلغت البحوث المصرية 20% تقريباً. وهذه النسب تتماشى مع كثرة عدد الباحثين والبحاث فى أمريكا عن مصر، ومع أقدمية نشأة الصحافة وبحثها وبحاث الإعلام بصفة عامة فى الأولى عن الثانية. تصدرت الصحافة المطبوعة الموضوعات أو التخصص بنسبة 40.9% من إجمالى البحوث فى الأولى ونسبة 26.3% منها فى الثانية. وهذه النسب تبدو طبيعية أيضاً تماشياً مع أن الصحافة من أقدم وسائل الاتصال الجماهيرية، من حيث النشأة والدراسة، على الرغم من أن وسائل الاتصال الإلكترونية ، التلفزيون بالذات، أكثر انتشاراً، وربما تأثيراً، من الصحافة. وتأتى بحوث التلفزيون فى الترتيب الثانى فى الدوريتين بنسبة 13.08% فى الأولى و 18.9% فى الثانية. وتختلف نسب ترتيب البحوث فى بقية التخصصات فى الدوريتين كما يوضحها الجدول. فتبلغ نسبة بحوث الإنترنت 9.6% فى الدورية الأمريكية و نسبة 7% فى الدورية المصرية، ونسبة بحوث مناهج البحث 2.8% فى الأولى و 3.7% فى الثانية، ونسبة بحوث الإعلان 8.5% فى الأولى يقابلها نسبة 7% فى الثانية. وتتفق الدوريتان فى نسبة أخرى تذكر لموضوعات البحوث حيث تبلغ 22.1% لكل منهما. وهذه الفئة تشمل بحثاً مثل رأى العام ونظريات الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، والإعلام والمرأة، والإعلام الزراعى، والإعلام والبيئة، وإعلام الأزمات، والإعلام العربى، ووكالات الأنباء. ويسترعى الانتباه خلو دورية الاتصال والإعلام الأمريكية من بحوث الراديو أو الإذاعة المسموعة، بينما تبلغ نسبتها 3.2% فى المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ما يدل على تجاهل الإذاعة وبحثها على الرغم من أنها لا تزال وسيلة إعلام أصيلة وفعالة وبالذات فى الدول النامية التى تعاني من ارتفاع نسب الأمية، الأبجدية والثقافية، وانخفاض مستويات المعيشة والتعليم. وقد لاحظ الباحث أيضاً أن البحوث المقدمة فى المؤتمر العلمى السنوى لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، فى السنوات الخمس الأخيرة تكاد تخلو من بحوث فى الإذاعة المسموعة. الأمر الذى ينبغى معه لفت انتباه الباحثين، والمسؤولين عن الدراسات الإعلامية، إلى توجيه بعض من جهودهم البحثية إلى الإذاعة وتأثيرها وجمهورها ودورها فى

عصر انتشار التلفزيون وقنواته الفضائية، وعصر الإنترنت أيضا. وزيادة نسبة بحوث العلاقات العامة في المجلة المصرية، وتقارب نسب بحوث الإعلان في الدوريتين ربما يعود إلى وجود دوريات متخصصة في العلاقات العامة وفي الإعلان في أمريكا تنتشر النسبة الكبرى من البحوث في هذين التخصصين، وبالمثل بالنسبة لبحوث الراديو، والتلفزيون، وموضوعات بحوث أخرى تذكر.

وبناءً على نتائج الجدول رقم (1) يمكن القول بأن اتجاهات بحوث الإعلام في مصر تتماشى مع نظيرتها الأمريكية من حيث الموضوع. وقد جاءت قيمة  $\chi^2$  دالة إحصائياً، ما يعنى أن هذه النتائج ممثلة للواقع بنسبة خطأ قدرها  $\pm 0.05\%$  وهى نسبة مقبولة إحصائياً.

جدول رقم (1) تصنيف البحوث حسب موضوعها أو التخصص في دوريتى الدراسة

البحوث حسب التخصص	الدورية		دورية الصحافة والاتصال الأمريكية		المجلة المصرية لبحوث الإعلام.	
	ك	%	ك	%	ك	%
صحافة	360	40.9	57	26		
تلفزيون	115	13.08	41	18.9		
انترنت	85	9.6	15	7		
إذاعة مسموعة أو راديو	—	—	7	3.2		
علاقات عامة	25	2.8	26	12		
إعلان	75	8.5	15	7		
مناهج بحث	25	2.8	8	3.8		
أخرى	195	22.1	48	25.1		
المجموع	880	100	217	100		

$\chi^2 \pm 0.05\%$

الكسور العشرية مقربة

جدول رقم (2) تصنيف الباحثين والبحوث في الدوريتين حسب درجات الباحثين والنوع والتمويل وشكر الآخرين

تصنيف الباحثين	الدورية		دورية الصحافة والاتصال الأمريكية		المجلة المصرية لبحوث الإعلام	
	ك	%	ك	%	ك	%
طالب دراسات عليا	140	12.1	—	—		
مدرس أو باحث أو ممارس	165	14.3	81	36.5		
أستاذ مساعد	435	37.7	79	35.6		
أستاذ مشارك	220	19	11	4.5		
أستاذ	195	13.8	19	8.5		
غير موضح الدرجة	—	—	32	14.4		
المجموع	1155	100	222 <sup>(*)</sup>	100		

35.6	79	32	370	عدد البحوث الإناث ونسبتهم إلى المجموع
—	—	11.4	100	بحوث ممولة ونسبتها من مج البحوث 880
2.3	5 (من 217 بحث)	47.7	420	بحوث مشتركة (باحثين أو أكثر) ونسبتها من مج البحوث
—	—	17.6	150	الشكر لآخرين لمساعدتهم في البحث
5.5	12 (من 217 بحث)	—	—	بحوث باللغة الإنجليزية في المجلة المصرية
.5	1 (من 217 بحث)	—	—	بحوث باللغة الفرنسية في المجلة المصرية

الكمور العشرية مقربة  $\pm 0.05\%$  (\*) الزيادة في عدد الباحثين عن عدد البحوث سببها البحوث المشتركة.

يُوضح جدول رقم (2) تصنيف الباحثين حسب درجاتهم، ونوعهم، والشكر لآخرين لمساعدتهم في البحث، كما يوضح تصنيف البحوث من حيث هي مشتركة بين أكثر من باحث ومن حيث التمويل في دوريتي الدراسة. وقد جاءت قيمة  $\pm 0.05\%$  دالة إحصائياً، ما يعني أن هذه النتائج ممثلة للواقع بنسبة خطأ قدرها  $\pm 0.05\%$  وهي نسبة مقبولة إحصائياً.

يبين الجدول أن دورية الصحافة والاتصال الفصلية تنشر بحثاً لطلاب الدراسات العليا، دكتوراة غالباً، فبلغ عددهم في عينة الدراسة 140 طالباً وطالبة بنسبة 12.1% من مجموع الباحثين الأمريكيين، في حين أن المجلة المصرية لبحوث الإعلام لا تنشر بحثاً لطلاب الدراسات العليا. يدل هذا على أن دورية الأولى تشجع طلاب الدراسات العليا على البحث، وتتيح لهم الفرصة، وتنشر بحوثهم المقيمة المحكمة<sup>(27)</sup>، بعكس الثانية، وحتى المؤتمرات العلمية لكلية الإعلام لا يشترك فيها طلاب الدراسات العليا ببحوث. ربما لأنهم لا يحتاجونها للترقية، والأرجح أنهم لا يجدون التشجيع الكافي أو من يتيح لهم الفرصة للاشتراك ببحوث في مثل هذه المؤتمرات. جدير بالذكر هنا أنه يُوجد مبدعون بين طلاب الدراسات العليا يجب تشجيعهم على الدرس والبحث، والاشتراك في المؤتمرات العلمية، ونشر ما يستحق من بحوثهم، ففي النشر الكثير من التشجيع والفائدة لبحوث الاتصال وللباحثين بصفة عامة. وتقع مهمة التشجيع هذه على عاتق المسؤولين من أعضاء الجماعة العلمية مثل عميد كلية الإعلام ووكلاء الكلية، وأعضاء لجنة الترقيات، والمشرفين على المؤتمرات والدوريات العلمية، وأعضاء هيئة التدريس.

ويبين جدول رقم (2) أن غالبية القائمين بالبحوث من درجات مدرس وأستاذ مساعد وأستاذ مشارك، حيث تبلغ نسبتهم 71% في الدوريات الأولى، مقابل 76.6% في الدوريات المصرية، ونسبة 14.4% غير موضح الدرجة، في الأخيرة، التي غالباً ما تكون مدرس أو أستاذ مساعد. بينما تقل نسبة الأساتذة القائمين ببحوث بمفردهم أو بالاشتراك مع آخرين، إذ

تبلغ نسبة 13.8% فى الدورية الأمريكية، مقابل 8.5% فى نظيرتها المصرية. وتفسير ذلك يكمن فى أن البحوث المنشورة من المتطلبات الرئيسية لترقية أعضاء هيئة التدريس إلى درجات ما بعد درجة المدرس، إلى أن يصل الباحث إلى درجة أستاذ فلا تكون لديه حاجة ملحة للقيام ببحوث تتطلب الكثير من الحماس والجهد والوقت والمال والتشجيع، الأدبى والمادى وحب البحث العلمى، والرغبة فى استجلاء موضوع ما. وهى عوامل لا تتوفر لدى الكثيرين. وهذا أكثر وضوحاً فى مصر، مع انعدام التمويل أو التشجيع المادى أيضاً، بينما توجد نسبة 11.4% من البحوث الممولة فى الدورية الأمريكية، ومع ذلك يشكون من ضعف تمويل البحوث هناك، بينما لا توجد بحوث ممولة فى المجلة المصرية.

ويوضح الجدول رقم (2) أن نسبة الباحثات الإناث فى الدورية الأمريكية 32% تقترب من مثيلتها المصرية، التى تبلغ 35.5%، وربما يعود هذا فى جزء كبير منه إلى كثرة عدد الإناث فى كليات الإعلام وأقسامه فى مصر وأمريكا، وهى نسب لا تزال دون النصف على أية حال، باعتبار أن المرأة نصف المجتمع.

كما يوضح الجدول أن نسبة البحوث المشتركة، أى التى يُجريها باحثان أو أكثر، تقترب من نصف عدد البحوث المنشورة فى الدورية الأمريكية، إذ تبلغ 47.7%، بينما هى نادرة فى الدورية المصرية إذ تبلغ 5 بحوث فقط بنسبة 2.3%، منها بحث لأختين، وبحث لأستاذين قائم على بيانات ومعلومات من رسالة ماجستير لابنة أحدهما. وهذه الظاهرة أى عدم وجود بحوث مشتركة فى الإعلام إلى هذا الحد من الندرة، تتماشى مع طريقة الأداء المصرية أو أداء المصريين، التى تفتقر إلى روح الفريق، و"عمل الفريق"<sup>(28)</sup> فى العمل، والتى كثيراً ما يتحدث عنها المسئولون والباحثون فى علوم مثل الاجتماع، والنفس، والإدارة. جدير بالذكر هنا أن نسبة كبيرة من البحوث المشتركة التى تنشرها الدورية الأمريكية تكون لباحثين من جامعات أمريكية مختلفة وليس من نفس الجامعة بالضرورة. وأحياناً تنشر بعض البحوث لباحثين من دول أخرى مثل إسرائيل وألمانيا وكوريا والصين وتايوان، وبعض دول أمريكا اللاتينية، وأحياناً تكون البحوث المشتركة بين باحثين فى جامعات أمريكية وباحثين آخرين فى جامعات دول أخرى مثل المذكورة هنا، ونادراً جداً ما تنشر لباحثين من دول عربية، والبحث الوحيد من هذه الدول، الذى ظهر فى عينة الدراسة، هو الذى ساهمت فيه رشا قماوى<sup>(\*\*\*)</sup> من مصر أشير إليه آنفاً وضمن مراجع الدراسة. وتم التعريف بها على أنها تنتمى إلى الجامعة الأمريكية التى كانت تدرس بها وقت النشر، وليس باعتبارها تنتمى إلى الجامعة المصرية



التي تعمل بها الآن. وربما يفسر هذا التساؤل الذي طرحه أحد الباحثين متعجباً، في الدراسات السابقة، وتطرحة الدراسة الحالية أيضاً، لماذا لم تظهر نظريات إعلام وطنية [مصرية عربية] تعبر عن تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام وتأثره بها؟ وبكلمة أخرى لماذا لم تظهر نظريات مصرية و/أو عربية في علوم الاتصال تحظى بالقبول والاعتراف على مستوى دراسات الاتصال ودورياته ومؤتمراته العلمية في دول العالم أو العالمية؟ وتتخلص الإجابة عن هذا التساؤل في ندرة مساهمة الباحثين المصريين في مثل هذه الدوريات العلمية ببحوث، وندرة مساهماتهم أيضاً في مؤتمراتهم العلمية، وندرة دعوتهم للمساهمة في مؤتمرات مصر ودورياتها العلمية، أو بصفة عامة ندرة التواصل العلمي بين الباحثين المصريين ونظرائهم في أمريكا بلد التخصص. وأسباب هذه الندرة الشديدة معروفة مثل عدم إجادة اللغة الإنجليزية، لغة العلم، بالدرجة الكافية لكتابة الأبحاث، وعدم توفر الدعم الكافي، مادياً بالذات، لتمويل البحوث والسفر والإقامة للاشتراك في مثل هذه المؤتمرات، ودعوة بعض الآخرين للاشتراك في مؤتمراتنا، وعدم نشر بحثنا باللغة الإنجليزية. ويبدو أن تنبه حديثاً واضعوا لائحة الترقيات إلى هذه القضية، فضمنوا اللائحة أن البحث الذي يُنشر في دورية أجنبية محكمة، بلغة غير العربية، الإنجليزية أو الفرنسية غالباً، يُحسب ببحثين عند تقديمه للجنة الترقية، بالإضافة إلى ما هو متبع من تحمل الجامعات تكلفة سفر الباحث واشتراكه في المؤتمرات الأجنبية ببحث مقبول. ومع ذلك، فلا تزال مساهمات الباحثين المصريين والعرب بصفة عامة في الدوريات والمؤتمرات العلمية الأمريكية نادرة جداً. ولا تزال الجماعة العلمية المصرية والعربية في الصحافة والاتصال تدور في فلك النظريات والمناهج الأمريكية، واسترجاعها وتطبيقاتها، إلى أن يقضى الله أمراً كان مفعولاً، وهذا هو الواقع حالياً، حتى إن قلة من الباحثين تتهم البحوث المصرية بالتبعية لمدارس البحث الأمريكية والأوربية، دون أن تقدم البديل الممكن. ويرى الباحث أنه مادامت النظريات والمناهج الأمريكية والأوربية صالحة للتطبيق والاتباع، فلا بأس إلى أن يُوجد البديل الأفضل والأصلح، بل يجب توجيه الشكر والامتنان للباحثين الأمريكيان وغيرهم الذين يجتهدون ويرسون دعائم البحث العلمي لعلوم الصحافة والاتصال، وذلك من باب إرجاع الفضل لأهله.

وترتبط ظاهرة عدم وجود بحوث مشتركة في المجلة المصرية لبحوث الإعلام بظاهرة أخرى وهي عدم توجيه الشكر من قبل الباحث أو الباحثة لأي من الذين يساعدهم في البحث سواءً بالمراجعة أم بالاستشارة وإبداء الرأي أم بالمساعدة في جمع البيانات أم بالإرشاد إلى

مصادر المعلومات أم بهذه الأمور جميعاً، الأمر الذى نجد عكسه فى الدورية الأمريكية حيث يبين الجدول رقم (2) أن نسبة 17.6% من الباحثين تذيّل بحوثها بشكر أشخاص ساعدوهم فى البحث، فى أى مما سبق ذكره أو فى بعضها، وتذكر أسماءهم. وهذا يختلف عما دأبت عليه المجلة المصرية لبحوث الإعلام فى السنوات الأخيرة من ختام كلمة العدد بتوجيه التحية للباحثين المنشورة بحوثهم.

ويُستنتج من ذلك قضية قد يراها البعض غير ذات أهمية، ولكنها عكس ذلك تماماً، ألا وهى تشجيع الآخرين وإتاحة الفرصة لهم أو تمكينهم لكى يبدعوا، والاعتراف بفضل الآخرين الذين يقدمون المساعدة والنصح والتوجيه، والآخرين الذين يقدمون إسهامات تمهد الطريق وتثيره للقادمين. ويتضح من جدول رقم (2) ومن التعليق عليه أن تشجيع الآخرين والاعتراف بأصحاب الفضل سمة واضحة فى البحوث الأمريكية أو لدى الباحثين الأمريكيين، بينما هى مفقودة تماماً لدى نظرائهم المصريين. الأمر الذى ينعكس على قلة الانتاج العلمى لدى الأخيرين ونمطيته وضعفه أحياناً. وحل هذه القضية يسير، بلفت انتباه المشرفين على البحوث والمسؤولين عن الدوريات والمؤتمرات العلمية إليها وضرورة مراعاتها حتى يمكن تلاقى مثل هذه الأضرار، كما أنها مسئولية أعضاء الجماعة العلمية فى التخصص بصفة عامة أيضاً.

ونشرت المجلة المصرية لبحوث الإعلام 135 بحثاً لباحثين من كلية الإعلام، جامعة القاهرة، التى تصدر الدورية، بنسبة 62.2% من إجمالى البحوث المنشورة فى عينة الدراسة، ربما يرجع ذلك إلى تواجد أعضاء هيئة تدريس الكلية فى مكان الدورية، وقربهم من هيئة تحريرها ما يسهل الاتصال والمتابعة والنشر، بعكس الباحثين فى الكليات والجامعات المصرية الأخرى، الأبعد، وجامعات الدول العربية، الأكثر بعداً، التى لا يتعدى عدد البحوث المنشورة لباحثين من أى منها 3 أو 4 بحوث، أى بنسبة 1.4% و 1.8%. وهذه الكليات والجامعات هى الأزهر، والمنصورة، وحلوان، والزقازيق، والجامعة الأمريكية بالقاهرة، وعين شمس، والمنيا، والمركز القومى للبحوث، وكلية الآداب بسوهاج، ومن الجامعات الخاصة جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، وأكاديمية أخبار اليوم، وجامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب، وجامعة 6 أكتوبر، ومن جامعات دول عربية هى الإمارات العربية المتحدة، والسعودية، واليمن، وقطر، وفلسطين، وعمان، والكويت، والأردن، والجزائر، وسوريا.

ويسترعى الانتباه أن بعضاً من البحوث المنشورة بأسماء جامعات دول عربية من إعداد باحثين مصريين كانوا معارين هناك، وتبلغ نسبتها 1.8% من إجمالى عدد البحوث المنشورة،

وبعض بحوث الأساتذة فى المجلة المصرية مقالات، وبعضها الآخر كانت بحوثاً مرجعية أعدھا أصحابها لتقديمها للجنة الترقية ونشرت بدرجة أستاذ أو أستاذ مساعد بعد الحصول على الترقية، على الرغم من أن معدها كان بدرجة مدرس أو أستاذ مساعد، ما يعنى عدم دقة الدورية المصرية فى ذكر درجات الباحثين، كما يتضح ذلك أيضاً من نسبة الباحثين غير موضحة درجاتهم المذكورة آنفاً وكما يوضحه الجدول.

وتقترب نتائج الدورية الأمريكية فى جدول رقم (2) من نتائج الدراسات السابقة التى أجريت فى أمريكا بالذات بالنسبة للبحوث المشتركة، والتمويل، ودرجات أصحاب البحوث المنشورة.

ومن البديهى أن تكون المقارنة بين الدوريتين فى صالح الأمريكية، لأنها الأقدم والأكثر استمرارية، كما أن أمريكا رائدة فى علوم الاتصال وبحثه بلا منازع. والكثير من دول العالم تقتدى بها فى هذا المجال. ومصر والدول العربية ليست استثناء. وهذا ليس عيباً. جدير بالذكر هنا أيضاً أن هدف المقارنة هنا هو الاستبصار، أو إلقاء الضوء على القضايا التى يثيرها البحث ابتغاء تعميم الفائدة كما توضحها أهداف الدراسة.

وتبين دراسة أعداد الدوريتين الكثير من جوانب المقارنة المفيدة مثل الاهتمام بتطوير البحث العلمى فى الصحافة والاتصال، والاهتمام بتطوير الدورية ذاتها شكلاً ومضموناً، ما يودى إلى التحسن المضطرد، والحرص على استمراريتها، وتشجيع طلاب الدراسات العليا والباحثين من الممارسين، غير أعضاء هيئة التدريس، على البحث ونشر بحوثهم، وتمويل البحوث، والتعاون فى إجراء البحوث المشتركة، والاعتراف بجهود الآخرين والإشادة بإسهاماتهم وتوجيه الشكر لهم لما يقومون به فى هذا المجال.

وهذه قضايا تكون محور اهتمام القائمين على الدورية الأمريكية، من واقع البحوث المنشورة، كما يوضح جدول رقم (2)، ومن واقع ما يكتبه محرروها فى افتتاحياتها، وأبرزها ما جاء بها بمناسبة الاحتفال بمرور 75 عاماً على إنشائها. بعكس المجلة المصرية لبحوث الإعلام التى تصدر عن كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ويرأس مجلس إدارتها وتحريرها عميد الكلية بحكم منصبه، ويدير تحريرها وكيل الكلية للدراسات العليا والبحوث بحكم منصبه أيضاً، ويشكل أساتذة الكلية أغلب أعضاء هيئة تحريرها ومستشاريها بحكم مناصبهم الحالية أو التى كانوا يشغلونها ودرجاتهم الوظيفية، كرؤساء أقسام، ووكلاء، وعمداء سابقين، كما تمولها ميزانية الكلية أيضاً. وهى سمة الإدارة المصرية الرسمية التى تُرجع كل شىء إلى

موظفى الدولة وأقدميتهم فى العمل أو الدرجات الوظيفية ولو على حساب الجودة والكفاءة والتطوير<sup>(\*\*\*\*)</sup>. وينبغى ألا يفهم من هذا الكلام أنه تقليل من شأن أصحاب هذه المناصب. إن العكس صحيح تماماً، فالمعنى هنا أنه ربما لاتسمح مشاغل المنصب بمتابعة الجهد الذى تتطلبه مثل هذه الدورية العلمية، وربما يتأثر العمل فى الدورية، وتقييم البحوث واختيارها للنشر، بسلطة صاحب المنصب وعلاقته بسلفه وبالباحثين والمحكمين. وربما يكون من الأفضل أن تكون إدارتها مستقلة عن أية مناصب رسمية، بالانتخاب الحر المباشر من بين أعضاء الجماعة العلمية فى الاتصال لمدة محددة، ثلاث سنوات، كما هو متبع فى الدورية الأمريكية. وسمة الإدارة فى مصر، المذكورة آنفاً، يشوبها القصور فى إدارة البحث العلمى، ونعبر عن واقع مصر كدولة نامية، وأن ليس فى الإمكان أبدع مما كان وكائن، أو حسب الإمكانيات المتاحة والمتوفرة. بعكس الحال فى دورية الصحافة والاتصال الفصلية الأمريكية، فهى مستقلة تماماً عن الدولة وعن كليات الإعلام وأقسامه، و تتبع هيئة تعليم الصحافة والاتصال المستقلة عن أية جهات حكومية أو رسمية هناك، ويتم اختيار رئيس تحريرها وهيئة التحرير بالانتخاب، لمدة ثلاث سنوات، ويكونوا من الباحثين الممتازين دائماً، ذوى اسهامات بارزة فى تطوير البحث العلمى فى الاتصال، الذين يضعون تطوير البحث العلمى والدورية نصب أعينهم، ويحرصون على أن تكون فترة عملهم إضافة إنجازات حقيقية إليها، وليست مجرد تأدية واجبات وظيفة تنتهى بفترة التعيين فى المنصب، تلك الواجبات التى تقتصر غالباً على وضع الأسم فى غلاف المجلة وصفحتها الأولى كرئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير أو مدير التحرير أو مستشار التحرير، دون مساهمة فعلية فى المجلة. والأمثلة على ما سبق كثيرة من واقع الدراسة المدققة للدوريتين، وتطورهما شكلاً ومضموناً، فمثلاً تتكون هيئة تحرير دورية الصحافة والإعلام الفصلية الأمريكية من تسعة أفراد يعملون فى ثمانية جامعات أمريكية مختلفة، أى ليسوا من جامعة واحدة، وتضم هيئة مستشاريها 173 باحثاً بارزاً من جامعات أمريكية، ودولية<sup>(29)</sup>، مختلفة أيضاً. ويكتب رئيس تحريرها فى افتتاحية أحدث أعدادها<sup>(30)</sup>: على مدى السنوات الخمس الماضية نشرت الدورية 219 بحثاً، تمت مراجعة كل منها بواسطة محكمين وغالباً ثلاثة محكمين، يُختارون بناءً على خبرتهم البحثية الموثقة، ويخضع كل بحث لعملية مراجعة أو أكثر قبل القبول النهائى للنشر. وتتعدد هذه البحوث وتتوسع بتنوع مجالات الصحافة والاتصال وتخصصاتها. وتتوسع مناهجها

من الإثنية إلى التجريبية، إلى المسوح، والدراسة المركزة للمجموعات، بالإضافة إلى الاقترابات التاريخية والقانونية.

ورغم هذا التنوع، يوجد تغير ملحوظ في اتجاه الباحثين إلى موضوعات بعينها، فمثلاً تشكل بحوث الإنترنت، التي لا يزال يسميها الكثيرون الوسائل الجديدة، نسبة 15% من إجمالي البحوث خلال هذه الفترة. بينما لا تزال هناك ندرة في موضوعات أخرى مثل القانون، كبحوث فقط، والأخلاقيات، والتاريخ، ومناهج البحث والنظريات، التي لا تتجاوز نسبة كل منها 5% من إجمالي البحوث المنشورة في الدورية خلال نصف الحقبة الماضية، بينما لا تزال بحوث الموضوعات التقليدية، كما يسميها البعض، هي الغالبة على مضمون البحوث التي تنشرها الدورية، إذ تشكل دراسات المضمون نسبة الثلث، ودراسات التأثيرات نسبة الربع منها.

ويمضى رئيس التحرير قائلاً: يقدم هذا العدد ثلاثة بحوث عن الإنترنت، اثني منها عن الإعلانات الممولة، وأن أفراد العينة المدروسة يتجنبون رؤية الإعلانات عند تصفح الإنترنت، وتمتنتج دراسة 16 دورية لدراسات الاتصال على مدى إثني عشر عاماً، أنها تضمنت 962 دراسة على تأثيرات وسائل الإعلام، وأنه على الرغم من أن مثل هذه الدراسات مجال خصب، إلا أنها ربما تفتقر إلى التركيز الذي يمكن أن تؤديه نظريات أكثر توحداً.

وبمراجعة جدول رقم (1) نجد أن هذه الاستنتاجات تنطبق على البحوث التي تنشرها المجلة المصرية لبحوث الإعلام، فكأنها تتبع تيارات البحوث في دورية الصحافة والاتصال الفصلية الأمريكية. وكلام رئيس التحرير السابق يدل على اهتمامه بجودة البحث العلمي، ولفت الانتباه إلى تصحيح مساره لكي يشمل كل أفرع تخصصات الاتصال والصحافة، أو لكي يكون هناك توازن بين جهود الباحثين لتغطي هذه الأفرع، ولا يكون التركيز على تخصصات معينة دون غيرها. جدير بالذكر هنا أن رئيس تحرير الدورية الأمريكية الحالي دانييل ريف Daniel Riffe له بحوث مهمة في تحديد أحجام العينات المناسبة للدراسة من الصحف والمجلات. وهذه البحوث منشورة في الدورية ذاتها قبل أن يتولى رئاسة تحريرها أو قبل أن يُنتخب لهذه المهمة، وكان ضمن هيئة تحريرها البارزين. ومن الدلائل الأخرى الكثيرة على اهتمام الدورية الأمريكية وهيئة تحريرها بها وبالبحث العلمي في الاتصال، كثيراً ما تخصص المحاور الرئيسية لأعدادها لموضوعات مثل البحث في العلاقات العامة<sup>(31)</sup>، والبحث في الإعلان<sup>(32)</sup>، وتاريخ وسائل الإعلام<sup>(33)</sup>، ووسائل الإعلام الجديدة<sup>(34)</sup>، والإنترنت<sup>(35)</sup>، وكثيراً ما

يطلب رئيس تحريرها من الباحثين الكتابة في موضوع معين يحدده ومحاورة<sup>(36)</sup> فيستجيبون، وهكذا أيضا كثيراً ما تخصص الدورية الأمريكية محاور أعدادها لنظرية من نظريات الإعلام، وقضايا الممارسة الإعلامية، وقضايا في مناهج البحث. وكتب أحد رؤساء التحرير السابقين أنه قرأ كل البحوث التي نشرتها الدورية أثناء فترة رئاسته لتحريرها.

وعلى الجانب الآخر، تُبين قراءة افتتاحيات المجلة المصرية لبحوث الإعلام أنها لم تتناول أية اهتمامات بحثية، مثل نظيرتها الأمريكية، باستثناء ما جاء بافتتاحية، أو كلمة، العدد الأول المنشورة باسم جيهان رشتي عميدة كلية الإعلام التي نشأت المجلة في عهدها، وكلمة فاروق أبو زيد عميد الكلية التالي في افتتاحية العدد الأول منها أيضا، حينما أعاد إصدارها ربع سنوية بمسمى المجلة المصرية لبحوث الإعلام وفي شكل جديد، وما جاء في الصفحات الأولى من العدد رقم 14، يناير- مارس 2002، تحت عنوان إطار تفسيري للبحث المرجعي، الذي كان، ولم يعد، أحد متطلبات ترقية أعضاء هيئة التدريس في ذلك الوقت، ويتضمن إرشادات للباحثين بما ينبغي أن يكون عليه مثل هذا البحث.

باستثناء ما سبق لم تتضمن افتتاحيات المجلة المصرية أية إحصاءات أو نظرات مدققة لتيارات البحوث التي تنشرها المجلة وأية توجيهات أو اقتراحات بشأنها على النحو المتبع في الدورية الأمريكية. وهذا دليل على الرؤية السابقة لواقع إدارة المجلة المصرية، والبحث العلمي.

وكمثال أيضا، نعود إلى عدد احتفال القائمين على الدورية الأمريكية بمرور 75 عاماً على صدورها، عام 1998، الذي صادف احتفال كلية الإعلام، جامعة القاهرة، بمرور 60 عاماً على بدء دراسات الصحافة والإعلام في مصر في إطار احتفال جامعة القاهرة بمرور 90 عاماً على إنشائها، السابق الإشارة إليه. فقد صممت الدورية الأمريكية شعاراً خاصاً للمناسبة، وجعلتها أحد محاور عدد شتاء ذلك العام، وعنوان غلافه الرئيس، كتبت مقدمته وخاتمته جين فولكرتز Jean Folkerts رئيس التحرير في ذلك الوقت، وكتب في هذا المحور أيضا ثلاثة من رواد البحث العلمي في الصحافة والاتصال، ومن رؤساء تحرير الدورية السابقين، هم واين دانيلسون Wayne Danielson وجيدو ستمبل Guido Stempel، ودونالد شو Donald Shaw أحد مؤسسي نظرية وضع الأجندة. وتناولوا نشأة الدورية وتاريخها وتطورها، ودورها في نشأة بحوث الصحافة والاتصال وتطورها، وخلاصة تجاربهم في الاهتمام بهذه البحوث والنهوض بها. إن كلام هؤلاء الرواد، وما تتضمنه

افتتاحيات أعداد الدورية، يستحق فهماً متبصراً من قبل كل من يهيمه واقع البحث العلمى فى الصحافة والاتصال ومستقبله. ولا عيب فى أن نقنقى به ونتبعه ونطوره ونضيف إليه. فهم على سبيل المثال، وليس الحصر، يلفتون انتباه الباحثين إلى اهتمامات بحثية غير مطروقة، وإلى معايير الإجابة فى البحوث الكمية والكيفية، ويهتمون بتحسين الدورية أياً اهتمام، بالإضافة إلى مساهماتهم الفعلية فى إجراء البحوث المشتركة و/أو الفردية، ويذكرون جهود الآخرين وأفضالهم فى هذا المجال، ويطالبون بالمزيد من إتاحة الفرص لشباب الباحثين والأفكار المبتكرة، والتشجيع، لإثراء البحث ومناهجه. فمثلاً يقول دونالد شو: فى كل مؤتمر لهيئة تعليم الصحافة والاتصال أتذكر أنه تم رفض البحث الأول، الذى كتبتة مع ماكس كومبس Max McCombs عن نظرية وضع الأجندة، بسبب صغر حجم العينة فى مدينة صغيرة فى الجنوب [الأمريكى]. وهذه الدراسة، التى أجراها طلاب مرحلة الليسانس أو الدراسات الدنيا، أساس النظرية [وضع الأجندة] التى تعد امتداداً لملاحظات ولتر ليمان Walter Lippmann وآخرين. لقد أدركنا ونذكر الآن أن هذا البحث نواة أو بذرة أينعت مجالاً بحثياً كبيراً.

وتضمنت افتتاحية عدد صيف 2006<sup>(37)</sup> من الدورية الأمريكية المعايير التى يجب أن تتوفر فى البحوث المقدمة لى تقبل للنشر، بناءً على نتيجة استبيان بواسطة البريد الإلكتروني e-mail لـ 72 من مستشارى الدورية. حدد المبحوثون 180 خطأ فى البحوث ينبغى تجنبها، وجاءت نسبة 15% من هذه الأخطاء حول رداءة أسلوب الكتابة، والجداول لا تتفق مع المضمون، وكثرة أخطاء النحو، والتطويل أكثر من اللازم، ونسبة 14% قصور فى توظيف النظريات أو عدم استخدام الإطار النظرى المناسب، ونسبة 13% أخطاء فى المنهج، مثل استخدام عينات غير احتمالية، واستخدام مقاييس إحصائية غير مناسبة، ونسبة 12% تحليل وتفسير غير مناسبين كالاقتصار على الوصف فقط.

وإذا طبقت نفس الدراسة على البحوث التى تقدم للنشر فى المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ربما نجد نسب القصور ذاتها أو قريبة منها. ويرجو الباحث أن يجرى القائمون على أمر هذه المجلة مثل هذا الاستقصاء كل فترة مناسبة لإنارة الطريق أمام الباحثين.

وعلى الجانب الآخر تكفى المجلة المصرية لبحوث الإعلام فى أغلب افتتاحيات أعدادها بالإشارة إلى البحوث التى يتضمنها العدد. وجاء فى افتتاحية عددها الأول: يصدر العدد الأول من المجلة العلمية لكلية الإعلام فى عام 1989 بعد غياب استمر عدة سنوات...والكلية

تخطط لصدورها بشكل منتظم، كل ستة أشهر ثم ربع سنوية، وتطبع داخل الكلية وتعتمد بالكامل على إمكاناتها، وستنشر ملخصات للمؤلفات الحديثة في علوم الاتصال سواء باللغة العربية أم بالإنجليزية، وملخصات لرسائل الماجستير والدكتوراة في الإعلام، واستعراض لأهم الأحداث الإعلامية. وحينما أعيد إصدار المجلة جاء بافتتاحية عددها الأول، يناير 1997، "رغم كثرة المجالات العلمية المحكمة في مصر، فإن العديد منه يفتقد صفة الدورية والانتظام في الصدور، كما أن أغلبها يعاني من ضعف الانتشار خارج نطاق الجماعة الأكاديمية التي تمثلها أو التي تصدر عنها... وتحولت هذه المجالات إلى وسيلة للترقية بدلاً من أن تكون ميداناً للاجتهاد والابتكار والإبداع وساحة للحوار بين المدارس العلمية المتميزة... لذلك فنحن لا نتجاوز الحقيقة عندما نقول: إن ((المجلة المصرية لبحوث الإعلام)) تظهر في الوقت المناسب، وإنها تلبي احتياجات حقيقية للباحثين والمهتمين بقضايا الإعلام ومشكلاته في مصر والوطن العربي... ومن أبرز ما يميز هذه المجلة الوليدة، أنها لن تكفي بنشر البحوث والدراسات الأكاديمية المحكمة، وإنما ستسعى إلى نشر المقالات العلمية لكبار الأساتذة والتي تحتوى على اجتهاداتهم الفكرية... وتطمع المجلة إلى تكوين ما تسميه ب ((الثقافة الإعلامية العامة)) والتي أصبحت ضرورة لا غنى عنها لكل مشتغل بالعمل الإعلامى، سواء كان باحثاً أكاديمياً أو مهنيّاً ممارساً".

وكان حجم صفحات العدد الأول من المجلة في إصدارها الأول 22.5×16.5سم أى بزيادة قدرها 1.5سم تقريباً في العرض عن مثيلتها الأمريكية، وكانت تطبع متنها في عمودين ربما مثل الدورية الأمريكية في ذلك الوقت. إلا أنها اعتباراً من عددها الثانى من الإصدار الأول أيضاً غيرت حجم صفحاتها إلى القطع الكبير 29×20.5سم كما غيرت المتن إلى عمود واحد بعرض الصفحة، وكانت تطبع عناوين موضوعاتها في الغلاف الأول، وفي صفحة الفهرس. و فى الإصدار الثانى استمرت فى حجم القطع الكبير وعادت إلى طبع المتن فى عمودين، واعتباراً من العدد الثالث من الإصدار الثانى أصبح حجم صفحاتها 24×16.5سم تقريباً، وهو حجم يزيد 1.5سم عرضاً و 5. سم طولاً عن نظيرتها الأمريكية، ومتوسط عدد صفحاتها 351 صفحة، وحجم حروف المتن Simplified Arabic 16، واتخذت شكلاً ثابتاً حتى الآن. إلا أنها تعاني من عدم الانتظام فى الصدور، فقلما تصدر فى موعدها، وأحدث عدد صدر منها هذا العام 2007 هو العدد الرابع والعشرون يناير- يونيه 2005، أى أنها تصدر متأخرة سنتين عن موعدها. وأصبحت تكتب فى غلافها، تحت عنوانها، عبارة دورية علمية محكمة



تصدر عن كلية الإعلام-جامعة القاهرة، أى أنها لم تعد تلتزم بأن تصدر فصلية، ولم تعد تنشر مراجعات كتب، وملخصات رسائل دكتوراة وماجستير، والأحداث الجارية، ومقالات لأساتذة. وعلى الرغم من أنها تُطبع فى ورق أبيض جيد، إلا أن طباعتها غير جيدة، وتكثر بها أخطاء الطباعة<sup>(38)</sup>، وأخطاء اللغة والنحو، ولا يخلو عدد منها من الكثير من مثل هذه الأخطاء، بعكس الدورية الأمريكية فهى منتظمة الصدور فصلية فى مواعيدها، وطباعتها جيدة، وتكاد تخلو من أية أخطاء، إلا نادراً جداً، وتتخذ من محورها الرئيس عنواناً لصفحة الغلاف، وتتولى صفحة الفهرس تفصيل الموضوعات وأرقام صفحاتها، ومتوسط عدد صفحاتها 220 صفحة تقريباً، وحجم حروف المتن Times New Roman 12، وتشمل أبوابها الثابتة، مراجعات الكتب، وذكر الكتب التى تصدر حديثاً كما تنشر إعلانات عن كتب، وعن كليات وأقسام الصحافة والإعلام فى أمريكا. كما تحرص على وجود مستخلص أو خلاصة مركزة Abstract لكل بحث بعد عنوانه مباشرة، وهو من الأمور المفقذة تماماً فى المجلة المصرية. والمتابع لأعداد الدورية الأمريكية يجدها فى تحسن مستمر شكلاً ومضموناً أيضاً، نتيجة حرص القائمين على أمرها وإصرارهم واتباعهم سياسات وأساليب ثابتة للنهوض بالبحث العلمى، ولاقتناعهم بذلك.

ويتمنى الباحث أن تصل المجلة المصرية إلى مستوى الدورية الأمريكية شكلاً ومضموناً وانتظاماً فى الصدور، واهتماماً بالارتقاء بالبحث العلمى فى علوم الاتصال. وتقع هذه المسؤولية على عاتق "الجماعة العلمية فى حقل الإعلام والصحافة"<sup>(39)</sup> أو "الجماعة الأكاديمية الإعلامية"<sup>(40)</sup>، وفى مقدمتهم عمداء كليات الإعلام ورؤساء الأقسام وغيرهم من الأساتذة والمسؤولين عن البحث العلمى فى مصر.

ويسترعى انتباه الباحث أن جمعية خريجي الإعلام التى تكونت خلال العامين الأخيرين، ومقرها كلية الإعلام، جامعة القاهرة، لم تتضمن بنود أهدافها أية إشارة للدوريات العلمية فى مجال الإعلام، على الرغم من تصدر قائمة أهدافها عبارة "دعم الروابط الثقافية والعلمية والاجتماعية فيما بين الأعضاء".

ويمكن القول بأن حال المجلة المصرية لبحوث الإعلام يعكس واقع الكثير من الدوريات العلمية فى مصر من حيث عدم الانتظام فى الصدور، وسوء الطباعة، وكثرة الأخطاء الطباعية واللغوية والعلمية، حتى مع افتراض أنها مراجعة محكمة. ونادراً ما يلخص

المسؤولون عنها أسباب القصور فى عبارة "قلة الإمكانيات" أو ضعف المخصصات المالية، وهى التبريرات (أو الشماعات) الجاهزة دائماً لكثير من سوء الأداء وسوء الإدارة فى مصر. إن مسئولية المجلة العلمية لكلية الإعلام وانتظامها فى الصدور وتطويرها تقع على عاتق الجماعة العلمية أو الجماعة الأكاديمية الإعلامية، كما سبق القول.

وبناء على ما تقدم، توجد رؤية أخرى لهذه الجماعة، إذ تقسم إحدى الباحثات الجماعة العلمية فى حقل الإعلام والصحافة فى مصر إلى ثلاثة أجيال، وتقسم الباحثين الإعلاميين إلى ثلاثة أنماط هم الباحث الإعلامى الملتزم علمياً وخلقياً، والباحث التكنوقراط، والباحث الانتهازي<sup>(41)</sup>، فإن الدراسة الحالية تقسم الباحثين الإعلاميين حسب درجاتهم العلمية الوظيفية إلى مدرسين، وأساتذة مساعدين، وأساتذة. وأغلب الفئتين الأولى والثانية مشغولون بالترقية إلى الدرجة الأعلى، ويتلمسون كل السبل الممكنة للحصول على الترقية من قبل لجنة الترقية المسماة باللجنة العلمية الدائمة لترقية الأساتذة المساعدين والأساتذة، التى تتشكل من قدامى الأساتذة حسبما ينص عليه قانون تنظيم الجامعات ولائحته.

وكل ما يقال عن الترقيات وما يحدث فيها من سلبيات و"تربيطات" واضطهاد وإهمال وتجاوزات قاتلة صحيح وباعتراف وزير التعليم العالى<sup>(42)</sup>، وغيره من المسؤولين، وأعضاء اللجنة ذاتها بما فيهم أمينها ومقررها، صراحة وتلميحاً. وإجراءات اللجنة وطرق منح الترقية والمصالح الشخصية هى التى تقسم الباحثين أو أعضاء الجماعة العلمية فى حقل الإعلام إلى الذين ترقوا، والذين لم يترقوا. فالأخرون مشغولون بالحصول على الترقية بكل الطرق، ومنها التقرب والتودد إلى أعضاء اللجنة والحرص على رضاهم، على حساب البحث العلمى فى أحيان كثيرة. وأما الذين ترقوا فلم يعد البحث العلمى يشغل اهتمام معظمهم، وإنما شغلهم الشاغل هو استثمار الترقية فى الحصول على أية مناصب التى هى السبيل إلى المكاسب المادية والوجاهة الأدبية والاجتماعية، والتشفى فيمن لا يحبونهم، وتصفية الحسابات الشخصية، وتحقيق المصالح الشخصية أيضاً، وليذهب البحث العلمى إلى الجحيم، وينكرون على الذين لم يترقوا نفس الطرق والأساليب التى ترقوا بواسطتها بالأمس القريب، وبعضهم يتربص بالبعض الآخر الساعين للترقية تصفية لخلافات أو حسابات شخصية أو حتى لمجرد عدم الاستظراف أو عدم القبول الشخصى<sup>(43)</sup>. ويتناسى الجميع أن هناك شيئاً أسمه البحث العلمى، وأن هناك دورية لنشر نتاج هذا البحث العلمى، تحتاج إلى جهود كثيرة للاهتمام بها وتحسينها. وهذا سبب رئيس لتعثر الكثير من الدوريات العلمية الذى يتمثل فى عدم انتظامها

فى الصدور وكثرة الأخطاء بها، ولا أحد يهتم بالنهوض بهذه الدوريات، والمجلة المصرية لبحوث الإعلام ضمنها. والردود جاهزة دائماً للتبرير، فهى دائماً قصور الإمكانيات وعجز التمويل، أو "أنا مالى"، وهكذا تستمر هذه الدائرة الجهنمية، التى لا يهتم أحد بالقضاء عليها، مادامت لا تمس مصالحه الشخصية، والضحية البحث العلمى، وغير المرضى عنهم من المتقدمين للترقية، إلى أن يقضى الله أمراً كان مفعولاً، وتنزل عدالة الحق الذى لا يغفل ولا ينام، ويمهل ولا يهمل. ولا تجدى الشكاوى والتظلمات، واقامة الدعاوى القضائية، كثيراً فى مثل هذه الحالات، وإذا أنصفت المظلومين يكون إنصاف من باب "العدل البطيء ظلم". وبعض الذين ترقوا وأصبحوا أعضاء فى لجنة الترقية يعبرون عن أنفسهم وعن نواياهم أصدق تعبير حينما يحضرون بعض جلسات المؤتمر العلمى السنوى لكلية الإعلام بمحض الصدفة، ولمدد قصيرة، دقائق غالباً، ويصدرون أحكاماً عامة، سلبية غالباً، على البحوث التى لم يقرأوها، وبعضهم يتخصص فى الهجوم على مناهج البحث الأمريكية والتبعية والاستعمار التى تفسدنا، وتعوق مسيرتنا العلمية المتوهمة، ويتحدث البعض الآخر وكأنه هو مبتكر مناهج البحث فى الإعلام، أو الذى يصح مسار البحث العلمى، ويضيف إليه آخر أنه الحجة الوحيدة فى الإحصاء وتطبيقاتها فى البحوث، ويتناسى الجميع أنهم أو أننا جميعاً تلاميذ للمناهج الأمريكية والغربية فى بحوث الاتصال، وفى علوم الاتصال ذاتها، ويجب أن نعترف بفضلها، أو لا تهاجمها، ولا ننسب لأنفسنا ما لسنا أهل له أو نتواضع قليلاً إذا حققنا شيئاً يُذكر، وهى أمور من قبيل أضعف الإيمان.

والحل ممكن، إذا خلصت النوايا وصدق العزم، فى ضرورة تفعيل مواد قانون تنظيم الجامعات الحالى الخاصة بالترقيات ولائحته، وأبرزها المواد 73 و74، وهى مواد معطلة تماماً، أو تعديل هذا القانون ولائحته، لتتلافى هذا القصور، وهى مهمة وزير التعليم العالى والمجلس الأعلى للجامعات، وأمينه، ومسئوليتهم أمام الله، والضمير والوطن. ولكن يبدو هذا أمراً بعيد المنال للأسف الشديد، فى المستقبل القريب على الأقل، للأسباب المذكورة آنفاً، وأبرزها المصالح والأهواء الشخصية.

## خامساً: الخلاصة والتوصيات والاقتراحات

### الخلاصة

مشكلة هذه الدراسة هي اتجاهات بحوث الصحافة والإعلام في أمريكا ومصر: دراسة تحليلية مقارنة استبصارية لدوريتي الصحافة والإعلام الأمريكية والمجلة المصرية لبحوث الإعلام في الدولتين.

وهي دراسة في التأسيس العلمي ومناهج البحث لدراسات الإعلام في أمريكا ومصر. ورغم ذلك، فهي ليست دراسة تقييمية نقدية للبحوث في الدوريتين، وإنما هي دراسة تحليلية مقارنة لتيارات البحوث في دوريتي الدراسة أو في أمريكا ومصر، وفي طريقة الاهتمام بالبحث العلمي في بحوث الصحافة والاتصال والعناية بدورياته، كما يُستبان من تحليل البحوث، والافتتاحيات، في الدوريتين.

وأقرب إطار نظري لهذه الدراسة هو ما يسميه البعض "النظرية النقدية في بحوث الاتصال"، التي قلما تتناولها بحوث الاتصال ودورياته العلمية بهذا المسمى. فالبحث العلمي بطبيعته ناقد في كل تخصص وكل زمان ومكان.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج تدعم فروضها وتجب عن تساؤلاتها، مثل أن الدوريات الأمريكية أكثر انتظاماً في الصدور وتتضمن بحثاً أكثر من مثيلتها المصرية، وأفضل شكلاً ومضموناً وتنسيقاً من حيث جودة الطباعة، وانعدام أخطاء اللغة والطباعة، وتشابهت الدوريتان في نسب مضامين البحوث وترتيبها، مثل تصدر بحوث الصحافة المطبوعة قائمة تخصص البحوث، حيث تبلغ نسبة 40.6% من إجمالي البحوث في الدوريات الأمريكية، ونسبة 26% في المجلة المصرية، تليها بحوث التلفزيون بنسبة 13.08% و 18.9%، ثم الإنترنت بنسبة 9.6% و 7% على الترتيب. وفي شمول البحوث المنشورة لكل تخصصات الإعلام، بنسب متفاوتة. وتقاربت الدوريتان أيضاً في نسب القائمين بالبحوث من درجات ما قبل درجة أستاذ، وفي نسبة الباحثات الإناث. وتفوقت الدوريات الأمريكية في نسبة البحوث المشتركة، حيث جاءت بنسبة 47.7% من إجمالي عدد البحوث، مقابل 2.3% في المجلة المصرية، وتقديم الشكر للآخرين الذين يساعدون في البحوث بنسبة 17.6% من إجمالي البحوث، في حين تخلو المجلة المصرية من هذا الشكر، وفي إتاحة الفرصة للباحثين من طلاب الدراسات العليا وتشجيعهم لنشر بحوثهم، حيث جاءت نسبتهم 12.1% من إجمالي عدد الباحثين، ولا تنشر المجلة المصرية بحثاً لطلاب الدراسات العليا. ومن النتائج اللافتة للنظر أن نسبة الباحثين الذين تنشر لهم المجلة المصرية من المنتمين لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، التي تصدر المجلة منها، تبلغ أكثر من 62% من إجمالي عدد الباحثين، ما يخشى معه القول بأنها مجلة خاصة بباحثي كلية الإعلام.

## التوصيات والاقتراحات

وبناء على معطيات الدراسة توصى وتقترح ضرورة حرص المجلة المصرية لبحوث الإعلام على الانتظام فى الصدور، والتحسين شكلاً ومضموناً، وأن تقتدى بالدورية الأمريكية فى كل شئ، شكلاً ومضموناً وإدارة، وأن تتبع هيئة إدارة وتحرير وتمويل مستقلة عن كلية الإعلام، جامعة القاهرة، وأن تفتح صفحاتها للبحوث الجيدة المقيمة المحكمة لطلاب الدراسات العليا والممارسين فى مجالات الإعلام المتعددة، وأن تنشر أبواب عرض الكتب الجديدة، ومستخلصات رسائل الدكتوراة والماجستير، تعميماً للفائدة، وأن تحرص كل الحرص على تفتادى أية أخطاء فى الطباعة واللغة والشكل والمضمون بصفة عامة. كما توصى القائمين على أمر الدراسات الإعلامية بصفة خاصة والبحث العلمى بصفة عامة بتدبير مصادر تمويل للبحوث الإعلامية، وضمان تمويل كاف للمجلة المصرية لبحوث الإعلام، ويقترح الباحث أنه يمكن للمجلة أن تنشر الإعلانات المناسبة اقتداءً بالدورية الأمريكية، كمصدر من مصادر التمويل، وأن تُخصص نسبة من اشتراكات جمعية خريجي الإعلام لدعم الدورية، وأن تساهم الصحف والمجلس الأعلى للصحافة، وقنوات الراديو والتلفزيون، ووكالات الإعلان، فى هذا الدعم أو التمويل، مع الاحتفاظ باستقلالية البحث العلمى وتوصى بتشجيع البحوث المشتركة بين الباحثين المصريين والعرب ومع باحثين من جامعات أجنبية، وتوجيه الباحثين إلى مزيد من البحوث فى الموضوعات النادر البحث فيها مثل مناهج البحث، والقانون، والأخلاقيات، والتاريخ، والنظريات، وكذلك توجيه الباحثين وتشجيعهم على النشر فى الدوريات الأمريكية والغربية، والاشتراك فى المؤتمرات العلمية فى الخارج، ودورياتهم وجمعياتهم العلمية، وتبادل الزيارات والمهام العلمية معهم، ما يعنى الاندماج فى المجتمع العلمى الأمريكى والأوروبى، أو العالمى، فى الإعلام والاتصال، الأمر الذى يحقق العديد من الفوائد مثل مواكبة باحثينا لتيارات البحوث فى العالم، وقبول اجتهادات باحثينا ونظرياتهم التى يستخلصونها من بحوثهم وخبراتهم، والاعتراف بجهودهم عالمياً.

كما تقترح الدراسة وتوصى بأن تُجرى مثل هذه الدراسات التحليلية المقارنة على الدوريات العلمية المصرية فى بحوث الاتصال كل فترة مناسبة أو باستمرار لتبيين اتجاهات البحوث، وأوجه القصور، واقتراح الحلول، وتقديم العلاج المناسب فى الوقت المناسب، للارتقاء بالبحث العلمى، ولا نكون مجرد تابعين للمدرسة الأمريكية.

سادساً: هوامش الدراسة

- 2- ليلي عبد المجيد، الرسائل العلمية في الصحافة والإعلام، تصنيف موضوعي من (1952-1998)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1998.
- 3- عواطف عبد الرحمن، النظرية النقدية في بحوث الاتصال، القاهرة، دار الفكر العربي، ط1، 2002م.
- 4- Merrigan, Gerianne & Huston, Carole Logan, **Communication Research methods**, USA, Wadsworth/Thomson Learning, 2004, Pp.268-269.
- 5-Ibid.
- 6-Ibid.
- 7- عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 98.
- 8- Merrigan, Gerianne & Huston, Carole Logan, Ibid., P. 268.
- 9- عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 9.
- 10- المرجع السابق، ص 19.
- 11- -----، ص 191.
- 12- -----، ص 48.
- 13- -----، ص 124.
- (\* ينبغي ألا يفهم أن الباحث يجتزئ مثل هذه الاقتباسات من هذا الكتاب بالذات، بمعزل عن سياقاتها، لأغراض غير البحث العلمي. إن العكس صحيح تماماً، فالكتاب يتخذ طابعاً هجومياً تعميمياً، لا يتفق مع أسس البحث العلمي، على ما يسميه البحوث التقليدية، والرأسمالية والتجارية التي تهدف إلى الربح والأمريكية بالذات... إلخ. والأمثلة المتضمنة في هذه الاقتباسات قليل جداً من كثير جداً تتضمنه صفحات الكتاب الذي يمكن الرجوع إليه للمزيد. ويود الباحث أن يُذكر بأن التجارة الأمانة الصادقة والربح الحلال ليسا شيئاً ينكره الدين والأخلاق، بل يشجعان عليهما.
- 14-John C. Schweitzer, "Research Article Productivity By Mass Communication Scholars"  
*Journalism Quarterly*, Vol. 65, No.2, P. 479.
- 30-
- I  
b  
i  
d  
. ,  
P  
p  
. ,  
4  
7  
9  
-  
4  
8  
4  
.
- 16- ليلي عبد المجيد، ونادية سالم، وعواطف عبد الرحمن، تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية، القاهرة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، 1986، ص 217 و 218.
- 17- سامي عبد العزيز، "اتجاهات الدراسات الإعلانية في مصر"، **بحوث الاتصال**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد التاسع، يوليو 1993، ص 11-41.

- 18- هشام محمود مصباح، "واقع الدراسات الإعلامية المصرية فى مجال الوسائل الإلكترونية فى العقدين الأخيرين من القرن العشرين: دراسة تحليلية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثامن، أغسطس-أكتوبر 2000، ص 171-200.
- 19- سامى عبد الرؤوف محمد طابع، "بحوث الإعلام بين الماضى والحاضر"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد السابع، يناير \_ يوليه 2000، ص 197-227، وعواطف عبد الرحمن، **النظرية النقدية فى بحوث الاتصال**، مرجع سابق، ص 80.
- 20- Rasha Kamhawi and David Weaver, "Mass Communication Research Trends From 1980 To 1999", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.80, No.1, Spring 2003, P.7.
- 21- Graig W. Trumbo, "Research Methods IN Mass Communication Research: A Census of Eight Journals 1990-2000", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.81, No21, Summer 2004, P.417.
- 22- Daniel Riffe and Alan Freitag, "A Content Analysis of Content Analysis: Twenty-Five Years of Journalism Quarterly", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.74, No. 4, Winter 1997, P.873
- 23- Paula M. Poindexter and Jean Folkerts, "Significant Journalism And Mass Communication Books of The Twentieth Century", **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.76, No. 4, Winter 1999, Pp. 627-630 .
- 24- فؤادة البكرى، "الإعلام العربى والهوية الثقافية: دراسة تحليلية للجهود المصرية للحفاظ على الهوية، وموقف الإعلام العربى منها"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثانى عشر، يوليو-سبتمبر 2001، ص 45.
- 25- شريف درويش اللبان، "حرية التعبير والرقابة فى الوسائل الإعلامية الجديدة: دراسة تحليلية مقارنة للتشريعات المنظمة للإنترنت فى الولايات المتحدة الأمريكية والدول العربية"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد الثالث، العدد الأول، يناير/مارس 2002، ص 150.
- 26- محمد عبد الحميد، **البحث العلمى فى الدراسات الإعلامية**، القاهرة، عالم الكتب، ط1، 2000، ص 186.
- (\*\*) كما أن الباحث حاصل على دكتوراة وبكالوريوس فى الإعلام من مصر، وماجستير فى الإعلام من أمريكا، وعضو فى جمعية أو هيئة مدرسى الصحافة والإعلام الأمريكية Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) ومشارك فى دورياتها ونشراتها العلمية، التى ضمنها **Journalism & Mass Communication Quarterly (JMCQ)**.
- 27- **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.75, No.4, Winter 1998, Ibid.
- 28- منصور أبو العزم، "كيف يعمل اليابانيون"، **الأهرام**، 16 مايو، 2007.
- (\*\*\*) هى ابنة أ.د. جيهان رشتى، العميدة السابقة لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، ومؤسسة المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ولها، أى د. رشتى، إسهامات بارزة فى الدراسات الإعلامية فى مصر والوطن العربى، وحاصلة على الدكتوراة من جامعة سيراكيوز بأمريكا.
- (\*\*\*\*) ومثال واضح على ذلك أيضا، الصحف الإقليمية فى مصر، أو صحف المحافظات يكون المحافظ رئيس مجلس إدارتها، وحتى صحف الكليات والجامعات، يرأس مجلس إدارتها العميد، فتكون صحفاً أقرب إلى النشرات الرسمية الفاقدة المصدقية، التى لا يهتم بها أحد، ولا تؤدى دوراً حقيقياً، بالإضافة إلى ضعف إمكاناتها، وعدم انتظامها فى الصدور.
- 29- **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.83/1 Winter 2006, Pp.742-7433
- 30- **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.84/1, Spring 2007, Pp. 2-3.
- 31- **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.82/1, Spring 2005.
- 32- **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.81/4, Winter 2004.
- 33- **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.74 /3, Autumn 1997.
- 34- **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.84/1, Spring 2007..
- 35- **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.77/3, Autumn 2000.
- 36- **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.77/4, Winter 2000.
- 37- **Journalism & Mass Communication Quarterly**, Vol.83/2, Summer 2006, Pp. 242-243.
- 38- على سبيل المثال وليس الحصر، العدد الثالث عشر، ص 170.
- 39- عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 180.

- 40- **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، يناير 1997، كلمة العدد.
- 41- عواطف عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 180-184.
- 42- **أخبار اليوم**، 5-8-2006، ص 8 و 11-11-2006، ص 29.
- 43- ولدى الباحث تجربة شخصية تؤكد ذلك حينما تقدم إلى اللجنة العلمية الدائمة بأبحاثه للترقية إلى درجة أستاذ مساعد، متبعاً كل الإجراءات ومستوفياً لكل الشروط اللازمة، فإذا به يفاجأ بتقرير اللجنة يرفض أربعة بحوث دفعة واحدة، وهى مقدمة فى المؤتمر العلمى للكلية ومنشورة فى كتب هذه المؤتمرات ومقيمة ومحكمة من قبل أعضاء هذه اللجنة ذاتها! وقد سلمته السيدة أ.د. أمينة اللجنة، فى ذلك الوقت، أصل التقرير بعدم إجازة الترقية، الموقع منها ومن السيدة أ.د. مقرررة اللجنة عميدة الكلية فى ذلك الوقت أيضاً. والتقرير ملىء بالأخطاء العلمية والإجرائية واللغوية وغير الموضوعية، ما يكشف عن ظلم واضح للباحث! الذى على استعداد لتقديم نص التقرير لكل من يرغب أويهمه الأمر، للتأكد من هذه الوقائع.
- وقد حاول الباحث الشكوى إلى اللجنة ذاتها، وإلى أمين المجلس الأعلى للجامعات، ورئيس الجامعة، ووزير التعليم العالى، متبعاً كل الخطوات التى ينص عليها القانون واللائحة، فلم يستجب أحد حتى مجرد أى رد! وبعد سبعة أشهر من الشكوى رد رئيس الجامعة، فى ذلك الوقت، بحفظ الشكوى! ما أضطر الباحث إلى اللجوء إلى القضاء الذى لم يقل كلمته الفيصل حتى الآن، ويتوقع الباحث الإنصاف بإذن الله سبحانه نعم المولى ونعم النصير.



