

قضايا بحثية 3

المحاضرة السابعة : عرض ومناقشة أحد المداخل
النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي
ملائمتها للدراسة.

إعداد الباحث: عبدالاله سعيد ال محيا

الرقم الجامعي: 222001144

المطلوب في محتوى العرض

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملائمتها للدراسة.

عرض نقاط المناقشة المطلوب توضيحها من الباحث

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

ثانياً: تحليل مدي ملائمتها للدراسة.

المراجعة النقدية للبحث المقدم:

“المدخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي :دراسة نقدية”

د/ محمد علي القارعي

الأستاذ المشارك بجامعة بني صناعاء والإمام محمد بن سعود الإسلامية

جامعة أم درمان الإسلامية – مجلة علوم الاتصال – العدد السادس عام 2020

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

المدخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي

المدخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي - (دراسة نقدية)

د. محمد علي القعاري

ملخص البحث

يهدف البحث إلى دراسة المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي من خلال المنهج الوصفي الاستقرائي الذي يتأمل في جزئيات التراكم العلمي ليصل منه الباحث إلى وصف عام للظاهرة موضوع الدراسة، كونه الأنسب في صياغة توجهات علمية تؤسس لدراسات مستقبلية.

تساعد المداخل النظرية في بحث الظاهرة الاجتماعية والاتصالية من كافة جوانبها، حيث تشكل المداخل النظرية مجموعة من الأفكار العامة التي توجه مسار البحث، وتخلق له مجالاً واضحاً ومحدداً، على اعتبار أن المدخل النظري (Theoretical Approach) يعد الدلالة العلمية التي يمكن من خلالها طرح مشكلة البحث وتفسير نتائجه في إطارها، بخلاف المدخل المنهجي (Methodical Approach) الذي يهتم باختيار الطرق والأساليب في معالجة المشكلات المطروحة للوصول إلى الحقائق الخاصة بها، ويتكامل المدخلان، في تكوين أسس البحث العلمي، فهو بناء منهجي من ناحية، وبناء نظري من ناحية أخرى.

ونظراً لتعدد التصورات والنظريات في العلوم البينية ذات العلاقة بالحركة العملية الإعلامية والاتصالية وعلاقتها - فإن المداخل النظرية تتعدد أمام الباحثين، ويتم الاختيار منها حسب ما يتفق مع طبيعة الظاهرة أو المشكلة الإعلامية المطروحة للدراسة، فالمداخل النظرية لا تنتمي فقط إلى نظريات الاتصال أو التعميمات الخاصة بدراساتها؛ ولكنها تنتمي إلى العديد من العلوم الإنسانية الأخرى، نظراً لأن أهم ما يميز علوم الاتصال في المرحلة الراهنة أنها من العلوم البينية تستفيد من علوم متعددة، وتقوم على نظرياتها التي تتفق في كثير من بنائها مع فكر الدراسات الإعلامية وأهدافها.

ولأن دراسات وسائل الاتصال، تتباين وتختلف اختلافاً كبيراً من حيث المداخل، والوسائل، والعناصر، والوظائف، والسمات، ودرجات التأثير؛ فإن هذه الدراسة سعت للإجابة على الأسئلة الآتية:

1. ما المداخل النظرية التقليدية المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي؟
2. ما النظريات التي طورها الإعلام الرقمي؟
3. ما النظريات التي أضافها الإعلام الرقمي؟
4. ما إشكالية النظرية في دراسات الإعلام الرقمي؟
5. ما آليات تطوير النظرية في دراسات الإعلام الرقمي؟

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

أولاً: المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي:

يعرض الباحث في هذا المحور النتائج، على جزئين رئيسين، الأول: يتعلق بالمدخل النظرية التقليدية المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي، والثاني: يتعلق بالنظريات التي طورها الإعلام الرقمي، وتلك التي استحدثها وأضافها.

أ: المداخل النظرية التقليدية المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي:

المتتبع للنظريات الإعلامية المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي يتضح أن بعض نظريات الإعلام التقليدي قد تأكدت فروضها العلمية، وتم تطبيقها في دراسات الإعلام الرقمي، وهناك نظريات أخرى ألغيت، ولم تعد تتناسب مع بيئة الإعلام الرقمي، حيث يرى باحثون أن الإعلام الجديد قد قام بهدم النسق التنظيري للإعلام التقليدي، وطالبوا بإعادة النظر في هذه النظريات عن طريق ربط وسائل الإعلام التقليدية مع مظاهر الإعلام الجديد.

وقد خلص الباحث من خلال القراءة المتعمقة للتراكم العلمي للمداخل النظرية المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي إلى تتبع أبرز المداخل النظرية والتي كان لها ظهور معتبر في دراسات الإعلام الرقمي، مثل مدخل التأثيرات، والمدخل الوظيفي، ومدخل الإعلام الرقمي، نوجزها في الآتي:

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

أولاً : نظريات مدخل التأثير المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي:

كان لمدخل التأثيرات دوراً بارزاً مقارنة بالمداخل الأخرى في دراسات الإعلام الرقمي تمثلت في استخدام العديد من نظريات التأثير بشكل كبير وواسع في دراسات شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي.

ويذهب العديد من الباحثين إلى أن النظريات التقليدية قد وجدت مجالاً واسعاً في فضاء الويب الخاص بالألعاب الإلكترونية، حيث تمت الاستعانة ببعض نظريات الإعلام التقليدي نتيجة لتعاظم التأثيرات السلبية للألعاب في الجوانب النفسية والاجتماعية والثقافية للمستخدمين اللاعبين وأكثر هذه النظريات استخداماً؛ هي: نظرية الرصاصة، ونظرية انتشار المبتكرات، ونظرية ترتيب الأولويات،

ونظرية فجوة المعرفة، وغيرها من النظريات المرتبطة بدراسات وبحوث الإعلام التقليدي، ولأهميتها العلمية في البيئة الرقمية، نوجزها في الآتي:

جدول (1) يوضح نظريات التأثيرات المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي

نوع النظرية	المرحلة التي ظهرت فيها	نوع الجمهور	نوع التأثير
نظرية الرصاصة	الأولى	سلبي	سلوكي
انتشار المبتكرات	الثانية	إيجابي	وجداني
الاجندة المحذوفة	الثالثة	تفاعلي	معرفي
فجوة المعرفة	الثالثة	تفاعلي	معرفي

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

نظرية الرصاصة:

على الرغم من وجود اعتقاد عام في أوساط الباحثين بأن نظرية الرصاصة ماتت وأصبحت من الماضي بعد الانشطار النظري الذي أحدثته دراسة خيار الأمة عام 1940 م؛ ولا وجود لها في ضوء النظريات الحديثة للإعلام والاتصال؛ إلا أن النظرية عادت بقوة مرة أخرى في الأوساط الأكاديمية، في ضوء وجود الإعلام الجديد والشبكة العنكبوتية، لعدة أسباب؛ منها

1. إن وسائل الإعلام الرقمي تمتاز بتعدد الرسائل الإعلامية، وتعدد المداخل، وتعدد الوسائل، وهذا يجعل النظرية صالحة للدراسة والبحث؛ حيث إن وسائل الإعلام الرقمي استطاعت أن تخاطب كل الأذواق والاتجاهات فأصبح لها تأثير كبير في تغيير الاتجاهات.
2. في الماضي كانت لوسائل الإعلام محدودية في المكان والزمان وهي وسائل تقليدية، تتمثل في الصحف الورقية والإذاعة والتلفزيون، أما الآن وفي ضوء وسائل الإعلام الرقمي أصبحت وسائل الإعلام منتشرة بشكل كبير وازد عدد الجمهور المتفاعل مع وسائل الإعلام.
3. تعتمد وسائل الإعلام الرقمي على مفهوم القوة الناعمة ما يعني القدرة على جذب الجمهور لتلقي مضمون رسالة معينة، بدل التهديد أو الترغيب، وهذا يدل على أن وسائل الإعلام الجديد لها التأثير الفعال والنافذ في الجمهور.
4. يتضح بجلاء أن نظرية الرصاصة بُعثت من جديد في ضوء ظهور وسائل الإعلام الرقمي، وأصبح الإعلام ذا تأثير كبير في الجمهور، ويستطيع تغيير اتجاهات الجمهور وقناعاته، وهذا يلقي بالعبء على البحوث الإعلامية بتناول النظرية من جديد في ضوء المستجدات التقنية الرقمية.

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

نظرية انتشار المبتكرات:

أثار كثير من الباحثين مفهوم انتشار الأفكار الجديدة الذين ربطوا عملية التغيير كأساس لنشر الأفكار المستحدثة في المجتمعات، وكيف يمكن أن يتغير النظام الاجتماعي عن طريق نشر الأفكار المستحدثة، باعتبار أن عملية الاتصال ضرورية لعملية التغيير الاجتماعي، وبما أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد أحد نواتج الاكتشافات العلمية في الإعلام الجديد، فإن الدمج والجمع بين وسائل الإعلام التقليدي والإعلام الجديد أوجد فلسفة جديدة لدراسة الإعلام الرقمي. تم بموجب ذلك اعتماد هذه النظرية في دراسات الإعلام الرقمي لأنها تقوم على دراسة الكيفية التي يتم بها نشر التكنولوجيا والأفكار الجديدة وتقويمها. وقد ظهرت ثلاثة توجهات بحثية تقود استخدام نظرية انتشار المبتكرات في بحوث الإعلام الجديد، هي

الأول: تبني الأفراد وسائل الإعلام الجديدة على حساب وسائل الإعلام التقليدية.

الثاني: يتبنى الصحفيون والمؤسسات الإعلامية المستحدثات الجديدة المتصلة بالاندماج الإعلامي.

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

نظرية الأجندة المحذوفة:

أحد الروافد البحثية (Agenda Cutting) يعد مصطلح نظرية الأجندة المحذوفة حيث يدخل مفهوم (Agenda Setting) الحديثة لنظرية ترتيب الأولويات الأجندة المحذوفة في مستوى وضع الأجندة المتبادلة بين أفراد الجمهور، حيث يظهر في التأثيرات الموجهة من تطبيقات إعلام المواطن نحو الجمهور العام، كما يظهر أيضاً في التفاعلات التي يتبادلها مستخدمو الإعلام الجديد مستفيدين من إمكانية التواصل والتشبيك الاجتماعي، وبدلاً من نشر معلومات معينة والتركيز لمعلومات معينة بهدف عدم نشرها (cutting) عليها يكون هناك قطع وحذف وعدم اطلاع الجمهور عليها.

وتكمن أهمية الأجندة المحذوفة في أنها تستكمل الحلقة الناقصة في سلسلة نظريات وضع الأجندة في توجيه الباحثين نحو تفسير كيف تتم عملية الاستقطاع والحذف من الأجندة الإعلامية؟ وبناء على أي معايير، وما العوامل المؤثرة في ذلك بعد أن ظلت الدراسات الإعلامية لفترة طويلة عاجزة عن وضع تلك الظاهرة في إطار الدراسة العلمية الدقيقة. كما أثارت الأجندة المحذوفة انتباه الباحثين والمهتمين، ولفتت نظرهم إلى إمكانية دراسة الأجندة المحذوفة، في ضوء المقارنة بين أجندة الإعلام التقليدي مع أجندة إعلام المواطن، أي تبين المحذوف من الإعلام الجماهيري بإدراك القارئ والموجود في إعلام المواطن، وبالتالي إمكانية دراسته علمياً، لأنه أصبح موجوداً ومنشوراً في وسائل الإعلام، بل يمكن أن يكون له تأثير أيضاً في أجندة اهتمامات الجمهور.

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

نظرية فجوة المعرفة:

من نظريات التأثير التي حظيت باهتمام كبير في دراسات شبكات التواصل الاجتماعي نظرية فجوة المعرفة التي تعد من النظريات التي استخدمت في دراسات وسائل الإعلام الجديد، والتي تتمثل في بلورة الرقمية الإعلامية، وهو المفهوم الذي أصبح يستخدم لوصف الاختلاف بين الأفرد والجماعات والدول في الوصول إلى القدرة على استخدام وسائل الإعلام الجديدة.

وتشير التوجهات البحثية في هذا المجال إلى أن تزايد الفجوة الرقمية بين الدول قد يقود إلى إمكانية ظهور دعوات في المستقبل لإنشاء نظام عالمي رقمي جديد، على غرار النظام العالمي الإعلامي الجديد الذي تار حوله الجدل في سبعينات القرن الماضي، وقبل ظهور وسائل الإعلام الجديدة، إذ لم تعد الفجوة تقتصر على الانتشار غير المتوازن للإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة في دول العالم، وإنما تشمل أيضاً متغيرات أخرى مثل ضعف الاتصال وارتفاع التكلفة وانخفاض الجودة وصعوبات الحصول على المساعدة الفنية والوصول إلى المحتوى المدفوع في الدولة الفقيرة.

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

ثانياً: نظريات المدخل الوظيفي المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي:

سعى عديد من الباحثين إلى تطوير النظريات المستخدمة في دراسة ظواهر وسائل الإعلام وتطويرها في دراسة وسائل التواصل الاجتماعي، ومن بينها نظرية "الاستخدامات والإشباع" ونظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام"، حيث يرى بعضهم أن استخدامات "الفيس بوك" لا تنفصل عن أنماط الاستخدامات المألوفة، مثل: تضييع الوقت والترفيه والاسترخاء والتقليل من الضغط اليومي والبحث عن المعلومات، ومن هذا المنظور، فإن موقع "الفيس بوك" يحقق التوليف بين احتياجات الميديا الجديدة والتقليدية.

وخلصت العديد من الدراسات إلى أن أكثر النظريات الوظيفية استخداماً في دراسات تأثير الإعلام الجديد؛ هما: نظرية الاستخدام والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، كما يوضحها الجدول التالي:

جدول (2) يوضح النظريات الوظيفية المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي

نوع النظرية	الفترة التي ظهرت فيها	نوع الجمهور	نوع التأثير
1. الاستخدام والإشباع	1933	نشط	وجداني
2. الاعتماد على وسائل الإعلام	1975	متفاعل	مختلط

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

نظرية الاستخدام والإشباع:

تعد من أبرز نظريات المدخل الوظيفي التي تكيفت مع طبيعة الإعلام الجديد باعتبار أن متصفح الإنترنت يتوجهون للبحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات محددة، وكنتيجة لهيمنة المنظور الوظيفي على دراسات الإعلام الرقمي، فقد اعتمدت أغلب الدراسات على نظرية الاستخدام والإشباع في سياقها التقليدي، وتحولت النظرية إلى أداة سحرية جاهزة لتفسير الظاهرة الإعلامية الجديدة، بل إن دراسات الإعلام الجديد التي اعتمدت على النظرية قد بلغت (64,2 %) من مجموع الدراسات العلمية، كما إن النظرية تتكيف مع طبيعة الإعلام الجديد بتأكيد تعمد متصفح الإنترنت البحث عن محتوى محدد لإشباع حاجات محددة. وهذا على النقيض من مستهلكي مضامين الوسائل التقليدية التي يستخدمونها من باب الروتين والتعود بدون دوافع محددة.

أولاً: عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث.

نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

تصنف نظرية الاعتماد من ضمن النظريات الوظيفية، شأنها في ذلك شأن نظرية الاستخدامات والاشباعات، وهذه النظريات تنطلق من فرضية مشتركة، هي أن لوسائل الإعلام تأثيراً يتراوح بين القوة والضعف، والمباشر وغير المباشر، وتدرس هذه النظريات جانباً رئيساً، وهو ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وتتداخل نظرية الاعتماد مع نظرية الاستخدامات والاشباعات في أن الجمهور يعتمد على معلومات ووسائل الإعلام لتحقيق حاجاته، وللحصول على أهداف معينة، وهو ما دفع عديداً من الباحثين إلى دمج النظريتين في إطار علمي واحد، **Uses and Dependency Model** سُمي بنموذج الاستخدام والاعتمادية ويقوم النموذج على فهم العلاقة التكاملية بين وسائل الإعلام والجمهور المستهدف.

- أوضحت الدراسة أنه في الإعلام الجديد لم يكن سوى امتداد للتراث الكبير المعروف في بحوث الإعلام التقليدي، وهو ما يجب التأكيد على أن تفسير طبيعة وتأثيرات الإعلام الجديد وفقاً للأطر النظرية للإعلام التقليدي يبدو ممكناً؛ غير أنه يحتاج إلى تطوير وتطعيم بأطر جديدة.
- وذلك بالنظر للطابع الخاص لهذه الظاهرة والمختلف عن الوسائط التقليدية، كالتلفزيون والصحف والإذاعات، ومن هذا المنطلق فإن الأطر النظرية التقليدية تقبل كإطار عام لتفسير ظاهرة الإعلام الجديد، غير أن هناك حاجة ماسة لتطوير نماذج جديدة للنجاح بشكل أفضل في تفسير الظاهرة.

بناء على ما تم عرضه واستخلاصه من الدراسة نجد ملائمتها العلمية في هذا المجال وهي كالتالي:

1. التعامل مع الإعلام الجديد ووسائله الشبكية بوصفها علوماً جديدة، مستقلة، والعمل على استقلال هذه الظاهرة والسعي لتأسيس نماذج نظرية بوصفها بداية لنظريات الإعلام الجديد والاستفادة من العلوم الأخرى للتعامل مع هذه الظواهر سواء أكان المتعلق منها بالهوية الذاتية للفرد، أم بالعلاقات الاجتماعية، أم بالمجال العام.

2. اللجوء إلى مستوى التنظير الجزئي في ظل عدم تناسب نظريات الإعلام التقليدية مع تغيرات الظاهرة الإعلامية في بيئة التواصل الاجتماعي، وذلك للحصول على تفسيرات تتسم بالاستقرار النسبي، مما يساعد على تكوين تراث معرفي ونظري خاص ببحوث الإعلام الجديد.

3. العمل على صياغة نظريات تتناسب مع طبيعة ظاهرة الإعلام الجديد، من خلال البدء ببناء نماذج نظرية جديدة كمخرج للتعامل مع الإشكاليات التي تواجهها بحوث الإعلام الجديد ووسائل التواصل الاجتماعي، في إطار سعيها لبناء إطار نظري يلائم خصائص ظواهرها والتي تختلف عن خصائص ظواهر البيئة الإعلامية التقليدية.

ثانياً: تحليل مدي ملائمتها للدراسة.

4. عدم إغلاق باب الاجتهاد نحو صياغة مفاهيم ومقاربات ومداخل ونماذج نظرية تساعد على تفسير بعض ظواهر الإعلام الرقمي.

5. إعادة تعريف المفاهيم والوحدات التقليدية المستخدمة، سواء أكان في النظريات الاتصالية أم الاجتماعية، وخاصة في ظل بروز التأثير الكبير للتكنولوجيا على الأنشطة الاتصالية والاجتماعية.

6. العمل على تطوير مقاربات نظرية وأدوات تحليلية مبتكرة لمعالجة الاستخدامات والتأثيرات وأنماط الانخراط في هذه المجالات الجماعية انتاج أشكال المضامين الجديدة.

7. إعادة النظر في نظريات وسائل الإعلام التقليدي، سواء أكان لنفي المقولات النظرية السابقة أم تطويرها أم إعادة إنتاجها أو بناء مقولات نظرية جديدة تشكل نموذجاً نظرياً يستند عليه في تفسير ما يدرسه من ظواهر.

8. العمل على دراسة الإعلام الرقمي على مستويات أشمل، حيث تصعب دراستها وفقاً لمستويات محدودة، وبما يساعد على رؤيتها في إطار عام يساعد على فهمها وتفسيرها.

شكراً جزيلاً