

قضايا بحثية ٣ – الاسبوع الثاني

الاتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الاتصال الجماهيري في إطار بيئة
الإعلام الرقمي دراسة تحليلية من المستوى الثاني

إعداد الطالب/
عبد الهادي حسين آل مطلق

دكتوراه إعلام رقمي

٢٠٢٦



ملخص أهم الأبحاث العلمية المنشورة في موضوع مشروع البحث وتحديد الاتجاهات البحثية والفجوات البحثية

تمثل دراسة (الاتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الاتصال الجماهيري في إطار بيئة الإعلام الرقمي: دراسة تحليلية من المستوى الثاني) إحدى الدراسات المرجعية المهمة في حقل الإعلام الرقمي ونظريات الاتصال، لأنها لم تقتصر على دراسة ظاهرة إعلامية محددة، بل قامت بتحليل وتقييم الإنتاج العلمي المتراكم في مجال نظريات الاتصال الجماهيري خلال الفترة (٢٠١٦-٢٠٢١)، من خلال تحليل ١٤١ دراسة عربية وأجنبية وآسيوية، بهدف الكشف عن طبيعة التوظيف النظري والاتجاهات البحثية السائدة والفجوات العلمية القائمة في بيئة الإعلام الرقمي.

وتكتسب هذه الدراسة أهمية خاصة بالنسبة للباحثين في تخصص الإعلام الرقمي؛ لأنها توفر خريطة معرفية متكاملة لمسارات البحث العلمي الحديثة، وتوضح طبيعة التحولات التي طرأت على نظريات الاتصال الجماهيري التقليدية في ظل صعود المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي والذكاء الاصطناعي والخوارزميات الرقمية.

أولاً: أهم الأبحاث العلمية المنشورة في موضوع نظريات الاتصال في بيئة الإعلام الرقمي

الدراسات المتعلقة بتطوير نظريات الاتصال التقليدية في البيئة الرقمية

أظهرت الدراسة أن قطاعاً كبيراً من البحوث العلمية المنشورة خلال السنوات الأخيرة انشغل بإعادة اختبار النظريات الكلاسيكية للاتصال الجماهيري في البيئة الرقمية الجديدة. فقد سعت العديد من الدراسات إلى فحص مدى صلاحية نظريات مثل نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية وضع الأجندة، ونظرية حارس البوابة في تفسير السلوك الاتصالي داخل منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية والتطبيقات الرقمية.

وقد انطلقت هذه الدراسات من فرضية أساسية مفادها أن التحول الرقمي لم يبلغ النظريات التقليدية بصورة كاملة، وإنما فرض إعادة تفسيرها وتطوير متغيراتها بما يتلاءم مع البيئة التفاعلية الجديدة التي أصبح فيها الجمهور منتجاً للمحتوى ومشاركاً في العملية الاتصالية وليس مجرد مستقبل سلبي للرسائل الإعلامية.

كما ركزت هذه الدراسات على تحليل كيفية انتقال مفاهيم التأثير الإعلامي من النموذج الخطي التقليدي إلى النموذج الشبكي التفاعلي، الذي يسمح بتبادل الأدوار بين المرسل والمتلقي، ويعزز مفهوم الاتصال الأفقي بين المستخدمين.

أولاً: أهم الأبحاث العلمية المنشورة في موضوع نظريات الاتصال في بيئة الإعلام الرقمي

الدراسات الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها الاتصالية

تشير نتائج الدراسة التحليلية إلى أن أغلب البحوث العربية والأجنبية خلال السنوات الأخيرة تركزت حول دراسة مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها البيئة الأكثر تأثيراً في الاتصال الجماهيري المعاصر. وقد تناولت هذه الدراسات موضوعات متعددة، من أبرزها:

- دوافع استخدام المنصات الرقمية.
 - التأثيرات المعرفية والسلوكية للمحتوى الرقمي.
 - تشكيل الرأي العام عبر الشبكات الاجتماعية.
 - المشاركة السياسية الرقمية.
 - بناء الهوية الرقمية.
 - التأثيرات الاجتماعية والثقافية للإعلام الرقمي.
- وقد اعتمدت غالبية هذه الدراسات على نظريات الاستخدامات والإشباع، والتأثير الاجتماعي، والاعتماد على وسائل الإعلام، باعتبارها الأكثر قدرة على تفسير السلوك الاتصالي في البيئة الرقمية.

أولاً: أهم الأبحاث العلمية المنشورة في موضوع نظريات الاتصال في بيئة الإعلام الرقمي

الدراسات الخاصة بتكوين الرأي العام والتأثير الشبكي

شهدت السنوات الأخيرة توسعاً ملحوظاً في الدراسات التي تبحث في آليات تكوين الرأي العام داخل البيئات الرقمية، خاصة في ظل انتشار المنصات الاجتماعية والخوارزميات الذكية التي تتحكم في تدفق المعلومات إلى المستخدمين.

وقد ركزت هذه الدراسات على تحليل التأثيرات الناتجة عن الشبكات الاجتماعية، وانتشار المعلومات والأفكار داخل المجتمعات الافتراضية، ودور التفاعلات الاجتماعية الرقمية في تشكيل الاتجاهات والمواقف الجماهيرية. كما تناولت بعض الدراسات نماذج ديناميكيات الرأي العام والتأثير الاجتماعي في البيئات الرقمية.

أولاً: أهم الأبحاث العلمية المنشورة في موضوع نظريات الاتصال في بيئة الإعلام الرقمي

الدراسات المتعلقة ببناء نظريات جديدة للإعلام الرقمي

أحد أهم الاتجاهات البحثية الحديثة يتمثل في محاولة بناء نظريات جديدة تتجاوز حدود النظريات التقليدية. فقد ظهرت دراسات عديدة ركزت على تطوير أطر تفسيرية جديدة تتلاءم مع خصائص الإعلام الرقمي، مثل:

- التفاعلية الرقمية.
- الإعلام الشبكي.
- الخوارزميات الرقمية.
- الذكاء الاصطناعي الإعلامي.
- اقتصاد الانتباه.
- المجتمعات الافتراضية.

وتوضح الدراسة أن المدارس الغربية كانت أكثر اهتماماً ببناء هذه النماذج النظرية الجديدة مقارنة بالدراسات العربية التي ما زالت تعتمد بصورة كبيرة على الأطر النظرية التقليدية.

ثانياً: الاتجاهات البحثية الحديثة في المجال

الاتجاه الأول: الانتقال من دراسة الوسيلة إلى دراسة المستخدم

أظهرت نتائج التحليل أن الاهتمام البحثي لم يعد موجهاً نحو خصائص الوسيلة الإعلامية فقط، بل أصبح يركز بصورة أكبر على المستخدم وسلوكه وتفاعله مع المحتوى الرقمي. فالباحثون أصبحوا أكثر اهتماماً بدراسة:

- أنماط الاستخدام.
- سلوك المشاركة.
- إنتاج المحتوى من قبل الجمهور.
- التفاعل مع الرسائل الإعلامية.
- بناء المجتمعات الرقمية.

ويمثل هذا التحول أحد أبرز سمات بحوث الاتصال المعاصرة

ثانياً: الاتجاهات البحثية الحديثة في المجال

الاتجاه الثاني: التركيز على التفاعلية الرقمية

تُظهر الدراسات الحديثة اهتماماً متزايداً بمفهوم التفاعلية بوصفه السمة الأساسية للإعلام الرقمي، حيث أصبحت التفاعلية متغيراً مركزياً في معظم الأبحاث الحديثة. فلم تعد الدراسات تركز فقط على تأثير الرسالة الإعلامية، وإنما أصبحت تدرس كيفية مشاركة المستخدم في إنتاج الرسالة وتعديلها وإعادة نشرها وتأثير ذلك في العملية الاتصالية ككل.

ثانياً: الاتجاهات البحثية الحديثة في المجال

الاتجاه الثالث: دراسة المنصات الاجتماعية

أصبحت منصات التواصل الاجتماعي المجال البحثي الأكثر حضوراً في الدراسات الإعلامية الحديثة، حيث تستحوذ موضوعات مثل:

- فيسبوك.
- إكس (تويتر سابقاً).
- إنستغرام.
- يوتيوب.
- تيك توك.

على نسبة كبيرة من البحوث المنشورة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي

ثانياً: الاتجاهات البحثية الحديثة في المجال

الاتجاه الرابع: التوجه نحو الدراسات البينية

في المدارس الغربية والآسيوية، ظهر توجه واضح نحو دمج علوم متعددة في دراسة الاتصال الرقمي،
مثل:

- علم النفس.
- علم الاجتماع.
- علوم البيانات.
- الذكاء الاصطناعي.
- علوم الشبكات.

وهو ما أدى إلى ظهور نماذج تفسيرية أكثر تطوراً لفهم الظواهر الاتصالية الحديثة.

ثالثاً: الفجوات البحثية التي كشفتها الدراسة

الفجوة الأولى: هيمنة الدراسات الوصفية على الإنتاج العلمي

من أبرز النتائج التي كشفتها الدراسة أن غالبية البحوث العربية في مجال الإعلام الرقمي ما تزال ذات طابع وصفي واستكشافي، حيث تركز على وصف الظاهرة ورصدها دون التوسع في اختبار الفروض النظرية أو بناء نماذج تفسيرية متقدمة. وهذا يشير إلى الحاجة الملحة لإجراء المزيد من الدراسات التفسيرية والتجريبية التي تتجاوز حدود الوصف إلى تفسير العلاقات السببية بين المتغيرات.

الفجوة الثانية: ضعف تطوير النظريات العربية

أوضحت الدراسة أن الباحثين العرب يميلون إلى استخدام النظريات التقليدية كما هي، دون تطوير فرضياتها أو تعديل متغيراتها لتتلاءم مع البيئة الرقمية الجديدة، على عكس الباحثين الغربيين الذين يسعون إلى تحديث الأطر النظرية بصورة مستمرة

ثالثاً: الفجوات البحثية التي كشفتها الدراسة

الفجوة الثالثة: محدودية الدراسات الخاصة بالخوارزميات والذكاء الاصطناعي

رغم الأهمية المتزايدة للخوارزميات والذكاء الاصطناعي في تشكيل المحتوى الإعلامي وتوجيه الجمهور، فإن الدراسات العربية ما تزال محدودة في هذا المجال، مما يمثل فجوة بحثية كبيرة تستحق المزيد من الاهتمام.

الفجوة الرابعة: ضعف الدراسات المقارنة الدولية

كشفت الدراسة عن قلة الأبحاث المقارنة التي تقارن بين البيئات الإعلامية المختلفة أو بين المجتمعات العربية والغربية في استخدام الإعلام الرقمي وتطبيق نظريات الاتصال. وتبرز الحاجة إلى دراسات مقارنة تساعد على فهم الاختلافات الثقافية والاجتماعية المؤثرة في العملية الاتصالية الرقمية.

المرجع

الحميد، ع. م. (٢٠٢٢). الاتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الاتصال الجماهيري في إطار بيئة الإعلام الرقمي دراسة تحليلية من المستوى

الثاني. Retrieved from <https://revue.univ-mosta.dz/index.php/ijsc/article/view/1099?articlesBySimilarityPage=1>



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

