

قضايا بحثية 2

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

إعداد الباحث: عبدالاله سعيد ال محيا

الرقم الجامعي: 222001144

تحت إشراف

د. دعاء محمد

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

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملاءمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي

المداخل 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 البيئية 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 البيئية 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؟

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملاءمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

التمهيد:

أدت ثورة الاتصال الرقمية إلى تغييرات كبيرة في عمليات الاتصال ومكوناته، عندما انتقلت من الفعل الاتصالي الخطي إلى العملية الاتصالية التفاعلية، وغيّرت بالتالي صيرورة العملية الاتصالية برمتها، وأوجدت تفاعلاً منقطع النظير، وأصبح الفرد يعيش في فضاء مفتوح يحتوي على معلومات وبيانات متوافرة بكل الأنواع وفي كل المجالات بدأت مع المدونات، ثم انتقلت إلى المنتديات، حيث لم يعد يكفي الجمهور بالقراءة والمتابعة، بل أصبح أيضاً يناقش ويتساءل ويستفسر مما أعطاها طابعاً تفاعلياً. وأصبحت وسائل الإعلام الجديدة الأسرع في استقطاب ملايين الأعضاء والمستخدمين خلال السنوات القليلة الماضية؛ الأمر الذي يعكس قدرة تلك الوسائل على تلبية الاحتياجات الاتصالية المتنوعة لمختلف فئات المستخدمين للميديا الجديدة.

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملاءمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

أولاً: المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي:

يعرض الباحث في هذا المحور النتائج، على جزئين رئيسين، الأول: يتعلق بالمداخل 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:

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملاءمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

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
الأجندة المحذوفة	الثالثة	تفاعلي	معرفي
فجوة المعرفة	الثالثة	تفاعلي	معرفي

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملاءمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

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.

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملائمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

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.

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملائمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

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 القائم 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.

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملاءمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

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 ثار 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 أيضا متغيرات أخرى مثل ضعف الاتصال وارتفاع التكلفة وانخفاض الجودة وصعوبات الحصول على المساعدة الفنية والوصول إلى المحتوى المدفوع في الدولة الفقيرة.

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملائمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

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: تمضية 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

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملائمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

نظرية الاستخدام والإشباع:

حظيت نظرية الاستخدامات والاشباع باهتمام كبير من قبل الباحثين في وسائل الإعلام الرقمي وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث 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 الاستخدامات والاشباع 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.

عرض ومناقشة أحد المداخل النظرية المرتبطة بموضوع البحث وتحليل مدي ملاءمتها للدراسة، في مجال البحث العملي.

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، حيث تم استخدامه على نطاق واسع لفهم التقنيات المستخدمة من قبل المؤسسات الإعلامية لإنشاء الاعتمادية بين الجماهير المستهدفة. فقد بدأ الاهتمام بنموذج الاستخدام والاعتمادية يزداد بشكل تدريجي باعتباره توجهاً جديداً بالنسبة للنظريات الوظيفية، تم تصنيفه كأسلوب علمي يركز على الجمهور لفهم الأسباب التي تجعل الناس يستخدمون قنوات إعلامية معينة، بما في ذلك نتائج هذه العلاقة، ما جعل نموذج الاستخدام والاعتمادية إدراكاً نظرياً ضرورياً يستخدمه العديد من العلماء لتوضيح العلاقة بين النظام الاجتماعي الكبير والإعلام والجمهور المستهدف.

شكراً جزيلاً