



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



نظريات اتصالية استحدثتها الإعلام الرقمي

Communication theories Developed by digital media

مقرر نظريات الاتصال الإعلامي

المحاضرة العاشرة

إعداد

د / شيرين فاروق ربيع

كود المقرر: DGM 122

"المحاضرة العاشرة"

نظريات اتصالية استحدثها الإعلام الرقمي

Communication theories Developed by digital media

■ المحاضرة السابقة (التاسعة) تحدثنا فيها بشكل مفصل حول النقاط التالية:

- نظرية المجال العام Public Sphere Theory
- نظرية ثراء الوسيلة Media Richness Theory



➤ المحاور الرئيسية:-

- تمهيد.

1. نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام. " التحول الرقمي " Digital Transformation

2. نظرية الفجوة الرقمية Digital Divide

3. نظرية الشبكات Network Theory and Growth of Web

4. نظرية الفضاء الديمقراطي Cyber Democratic Theory

5. نظرية التلاقي Convergence Theory

6. نظرية الكبسة الواحدة One Click Theory

7. نظرية الرقمنة Digitalization Theory

■ إشكالية النظريات في دراسات الإعلام الرقمي.

■ مقترحات لتطوير النظريات في دراسات الإعلام الرقمي.

- الخاتمة. - قائمة المصادر والمراجع .

■ تمهيد.

حاول العديد من الباحثين في مجال الإعلام تقديم عدد من النظريات العلمية لدراسة الظاهرة الاتصالية في البيئة الرقمية، فقد ظهر من خلال القراءة المتعمقة لهذه النظريات التي قدمت لفهم طبيعة الإعلام الجديد، أنها لم تصدر من أساتذة التخصص في الإعلام والاتصال، بقدر ما أنتجت عن خبراء وأساتذة مهتمين بالشق التكنولوجي المتعلق بتقنية المعلومات وهندسة الشبكات وتطورها، حيث اتسمت المقاربات السائدة بطابعها التقني الخالص، أي أنها بحثت في ظاهرة الإعلام الجديد من منظور تكنولوجي معتبرة التكنولوجيا وتطبيقاتها بُعداً أساسياً ومؤسساً لخصوصية الإعلام الجديد، بما يعكس حتمية هذا المنظور-التكنولوجي- على حساب عوامل عديدة أخرى تُسهم في تشكيل الظاهرة الإعلامية والاتصالية بشكل عام.



➤ ومن أبرز النظريات التي استحدثتها الإعلام الجديد وغلب عليها الجانب التقني ما يلي:

1. نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام. " التحول الرقمي " Digital Transformation

رغم مرور أكثر من عشرين عاماً على ظهور الإنترنت كوسيلة اتصال جماهيرية، إلا أن النظريات الاتصالية الخاصة بها لم تتطور بالشكل الكافي. وقد يعزي ذلك إلى اتجاه الباحثين لتطبيق النظريات الإعلامية القائمة على الوسيلة، بالإضافة إلى تفتت العمل البحثي حولها، وتركيزه على خصائصها المتميزة، كالتفاعلية والنصية الفائقة والوسائط المتعددة، وتأثيرها واستخدامها.

المحاضرة
العاشره

والنظرية الوحيدة التي اتفق الباحثون في الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الإلكتروني هي نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام Media morphosis Theory التي طورها روجرز فيلدر في كتابه Media morphosis: Understanding New Media الصادر في عام 1997 والتي يحاول فيها شرح العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة ووسائل الإعلام القديمة.

يعرف فيلدر التشكل العضوي لوسائل الإعلام بأنه وسيلة موحدة للتفكير في التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال. ويقول: " أنه من خلال دراسته أنظمة الاتصال الإنساني ككل. سوف نرى أن وسائل الإعلام الجديدة لا تنشأ تلقائياً وبشكل مستقل، ولكنها تظهر تدريجياً نتيجة للتحول العضوي.

المحاضرة
العاشرة

فوسائل الإعلام مثل الأنظمة الأخرى تستجيب للضغوط الخارجية عن طريق إعادة تنظيم نفسها، ومثل الكائنات الحية فإنها تتطور لكي تزيد من فرص بقائها على قيد الحياة وتواكب التغيرات في بيئة متغيرة. ويستمد فيلدر مبدأ التحول العضوي لوسائل الإعلام من ثلاثة مفاهيم: التطور المشترك والتقارب والتعقيد.

ويقول فيلدر أن كل أشكال الاتصال مرتبطة بإحكام نسيج نظام الاتصال الإنساني ولا يمكن أن توجد بشكل مستقل عن بعضها البعض، وعندما يظهر نمط اتصالي جديد ويتطور، فإنه يؤثر على مر الزمن وبدرجات متفاوتة في تطور كل أنماط الاتصال القائمة الأخرى. وتكون القاعدة هي التطور المشترك لهذه الوسائل معاً والتعايش فيما بينها، وليس التطور المنفرد للوسيلة الجديدة والاستبدال التام للوسائل القديمة. وعلى هذا فإن وسائل الإعلام الجديدة لم تنشأ فجأة ولم تنشأ مستقلة، عن وسائل الإعلام الأخرى وإنما نشأت وتطورت بشكل متدرج معتمدة على تراث الوسائل السابقة عليها من جانب ومؤثرة في هذه بقية الوسائل من جانب آخر.

المحاضرة
العاشرة

وتفترض هذه النظرية التي يطلق عليها البعض نظرية التحول الرقمي أن وسائل الإعلام القائمة تتطور عندما تظهر وسيلة إعلامية جديدة، إذ تعمل كل وسيلة بطريقة أقرب إلى عمل العناصر المشكلة لأي نظام حيوي، حيث يرتبط تطورها ويعتمد على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها. ويُشير تاريخ الوسائل الاتصالية إلى تعايش القديم إلى جانب الجديد فراديو الموجات المتوسطة تعايش مع التلفزيون في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، ولم يندثر. كما أن التقارب أو الاندماج بين وسائل الإعلام هو تزاوج ينتج من تحول كل وسيلة على حدى، فضلاً عن إنشاء وسائل جديدة. وعليه فوسائل الإعلام الموجودة اليوم هي نتيجة لإندماجات صغيرة لا تعد ولا تحصى بين وسائل الإعلام كانت تحدث بشكل متكرر طوال الوقت

المحاضرة العاشرة



ويمكن النظر إلى التقارب بين وسائل الإعلام، باعتباره عملية تقوم من خلالها وسيلة باستعارة الجديد من الوسيلة الأخرى وتطويعه. ووفقاً لهذا الفهم كان من الطبيعي أن تطور محطات التلفزيون مواقع لها على شبكة الويب، تنشر من خلالها مقاطع الفيديو أو تقدم من خلالها البث التلفزيوني المباشر لقطاعات أخرى من الجمهور، كما كان من الطبيعي أن تستفيد الصحف التلفزيونية من لقطات الفيديو وتنشرها على مواقعها على الويب لجذب مزيد من الجمهور لها، وفي هذا يقول فيلدر: عندما تتعرض وسائل الإعلام لضغوط خارجية وتظهر ابتكارات جديدة تتجه كل وسيلة و بطريقة عفوية، إلى إعادة تنظيم نفسها لتكون مواكبة لهذه المبتكرات، ومثلما تتطور الأنواع من أجل البقاء في بيئة متغيرة، كذلك تفعل وسائل الاتصال و الإعلام القائمة، وهذه العملية هي جوهر التشكل الطبيعي لوسائل الإعلام كما وضحه فيلدر.

المحاضرة
العاشرة

والواقع أن ما ذكره فيلدر عن التشكل العضوي لوسائل الإعلام منذ 17 عاما تقريبا يدعمه التطور الكبير الذي حدث في وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة، إذ تقاربت وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الجديدة، بشكل أكبر و تحولت هذه الوسائل إلى منصات للنشر بشكل أساسي، و أصبحت كل وسيلة تستخدم إمكانيات الوسيلة الأخرى على نطاق واسع، فأصبح للصحف الورقية مواقع تفاعلية متعددة الوسائط على الويب و حسابات على شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، و تويتر و يوتيوب وإنستجرام و غيرها و تطبيقات على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، تمكنها من استغلال كافة الإمكانيات التي أتاحتها وسائل الإعلام الجديدة و الاستفادة منها. والنموذج الأوضح على هذا التشكل هو الهواتف الذكية التي دخلت الجيل الرابع لها، وأصبحت قادرة على القيام بوظائف وسائل الإعلام، إلى جانب الاتصال الشخصي، مثل تصفح الإنترنت، واستخدام شبكات التواصل الاجتماعي، والتقاط وتبادل الصور ومقاطع الفيديو، سداد الفواتير ومتابعة الحسابات البنكية وحجز التذاكر...إلخ وهو ما يؤكد صحة نظرية فيلدر.





2. نظرية الفجوة الرقمية Digital Divide

عبر العديد من الباحثين عن قلقهم مما أطلق عليه الفجوة الرقمية Digital Divide وهي نمط من فجوة المعرفة، ولكن في الفضاء الإلكتروني، ويستخدم هذا المصطلح لوصف الاختلاف بين الأفراد والجماعات والدول في الوصول إلى القدرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة مثل التليفون والتلفزيون والإنترنت. وتقوم هذه الفجوة الرقمية بين هؤلاء الذين يقطنون في المدن والذين يقطنون في المناطق الريفية، وبين المتعلمين وغير المتعلمين، وبين أصحاب الدخل الكبيرة وأصحاب الدخل المنخفضة، وبين الدول المتقدمة والدول النامية والدول المتخلفة.

وبشكل أكثر تحديداً فإن الفجوة الرقمية تُشير إلى الاختلاف بين الناس الذين يملكون وصولاً سهلاً إلى الإنترنت وبين الذين لا يملكون هذا الوصول. ويمثل عدم الوصول ميزة سلبية لهؤلاء الذين يقفون على الجانب السلبي من الفجوة الرقمية لأن كماً كبيراً جداً من المعرفة الإنسانية أصبح لا يمكن الوصول إليه إلا من خلال الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة.

وفي السنوات الأخيرة تم توسيع مفهوم الفجوة الرقمية حتى لا يقتصر فقط على إمكانية الوصول إلى الإنترنت، ولكي يشمل الوصول إلى تكنولوجيات المعلومات بوجه عام ووسائل الإعلام الجديدة التي يمكن لمختلف قطاعات ICT والاتصالات المجتمع الوصول إليها. وينظر الباحثون إلى متغير الوصول إلى الإنترنت باعتباره متغيراً واحداً ضمن متغيرات أخرى تؤثر في الفجوة الرقمية، مثل جودة الاتصال بالإنترنت، وتوافر الخدمات المساندة لاستخدام الإنترنت،

وتكلفة الاتصال بأسعار معقولة.

3. نظرية الشبكات Network Theory and Growth of Web

يطلق على نظرية الشبكة (Network Theory and Growth of Web) مدخل الشبكة، أو تحليل الشبكة الاجتماعية، أو ممثل الشبكة، وهي كلها مستمدة من علوم الحاسب، وتم استخدامها في مجال الإعلام الجديد لتوصيف وتشخيص أشكال التشبيك الاجتماعي على الانترنت، ولمعرفة العلاقات التي تربط المواطنين بالتكنولوجيا الجديدة، ومحاولة الوصول إلى التغيرات الاجتماعية والثقافية المعاصرة في ضوء مفاهيم الفردية واللامركزية. وترجع جذور نظرية الشبكة إلى عالم الرياضيات السويسري "ليونارد ايلر" الذي قدم دراسة عن الرسوم البيانية، والشبكات، وذلك عن دراسته لمشكلة تتعلق بالجسور والكتل الأرضية.

وترى النظرية أن كل صفحة من صفحات الويب لها عدد من الروابط تربطها بصفحات أخرى، قد تكون هذه الروابط كثيرة أو قليلة، أي أن الصفحة الواحدة يمكن أن ترتبط بصفحة واحدة، أو يمكن أن ترتبط بعشرات الصفحات، ومن ثم تهتم هذه النظرية بعدد الروابط الموجودة في الصفحة، وطرحت هذه النظرية صيغ توضح العلاقة بين الموضوعات وعدد الروابط، وعلى هذا الأساس تفيد هذه النظرية في تحديد الروابط المناسبة لكل فن من الفنون الصحفية، فيمكن من خلالها تحديد عدد الروابط في الأخبار المحلية والدولية، وعدد الروابط في المقالات والأحاديث والتحقيقات والموضوعات القصيرة وغيرها، وهذا ما أشار إليه ليونارد في البداية حين تحدث عن الرسوم البيانية والتي تنطبق على الشبكة العنكبوتية.



4. نظرية الفضاء الديمقراطي Cyber Democratic Theory

تُعد نظرية الفضاء الديمقراطي (Cyber Democratic Theory) إحدى النظريات الحديثة في مجال الاتصال السياسي التي تتماشى مع الإنترنت بوصفها بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية في تقديم ديمقراطية تخيلية.

وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام الإلكترونية من خلال استخدامها للأدوات التفاعلية فهي تقوم بعمل ديمقراطية تخيلية للقارئ، يستطيع أن يعبر من خلالها عن آرائه بحرية كاملة، ويستطيع أن يقول من خلالها ما لا يستطيع قوله من خلال وسائل الإعلام التقليدية.



فالإنترنترنت يمكن لها أن تزيل الحواجز الطبيعية، ويمكن للرسالة الإلكترونية أن تصل إلى أي شخص في أي وقت، وتؤكد هذه النظرية على دور المجتمعات الافتراضية والاستفتاءات الإلكترونية في القيام بدور الديمقراطية الإلكترونية التخليعية عوضاً عن الديمقراطية التقليدية والتي قد تقابل بالقمع خاصة في دول العالم الثالث. و يمكن الاستفادة من هذه النظرية في الموضوعات المتصلة بالإعلام السياسي ورصد حرية التعبير عبر المنتديات والاستفتاءات، كما يمكن الاستفادة منها في دراسة المواقع المعارضة للحكومات بوصف مواقع الإنترنت بديلاً لوسائل الإعلام التقليدية، مثل مواقع الأحزاب والجمعيات المحظورة.

5. نظرية التلاقي Convergence Theory

تعتبر نظرية التلاقي أو الدمج Convergence Theory من بين أهم الأطر المستحدثة التي تسعى لتقديم فهم كامل ومخطط لظاهرة الإعلام الجديد، وهي عبارة عن خلاصة لأهم اسهامات "هنري جينكنز" و"جون بافليك" و"فريدريك كيتلر" الذين يعدون حالياً من أبرز منظري هذه الظاهرة، ويدور محتوى النظرية حول جملة من الافتراضات الرئيسية أهمها: أن هناك تغيرات جسيمة تحدثها تكنولوجيات الإعلام الجديدة على طبيعة التواصل البشري من حيث طرق التواصل وكافة أوجه الحياة.

ويقدم "جينكنز" المفاهيم الرئيسية الثلاثة للنظرية؛ وهي التلاقي أو الدمج، والذكاء الجماعي وثقافة المشاركة، والمقصود بالتلاقي هنا "هو التدفق المتداخل لمختلف الجماهير التي أصبحت لها القدرة على إنتاج وانتقاء المحتويات".
ويصف جينكنز هذا التداخل بالنظام الشامل للإعلام الجديد. ومن بين المفاهيم الرئيسية التي أنجزت عن هذا التصور للذكاء الاجتماعي نذكر مفهوم التعبئة الذي لوحظ بشكل حثيث أثناء ما سمي بثورات الربيع العربي، حيث كانت الجماهير تقود المظاهرات عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل أثار العديد من التساؤلات.

6. نظرية الكبسة الواحدة One Click Theory

تشكل نظرية الكبسة الواحدة (One Click Theory) النظرية المستجدة للجماهير، والتي كان راسل نيومان وآخرون يسمونها بـ "الجماهير المفتتة والسلبية" لما يتعلق الأمر بالإعلام التقليدي، حيث تغيرت موازين القوى بفضل "السمة التحريرية" للإعلام الجديد، والتي تعني بأن الجماهير أصبحت أكثر نشاطاً وقدرة على صناعة المحتويات أو على الأقل الاختيار بين المحتويات المعروضة عليها.





وتشير أنا أيفرت Everett Anna وجون كالدويل "John Caldwell" إلى أن الخصائص التي توفرها المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث المدمجة فيهما تسمح للجمهور بالوصول إلى أي محتوى عن طريق كبسة زر واحدة. ويضيف الباحثان بأن هذه النظرية تعتبر مفتاحاً رئيسياً لفهم مجمل طرق إنتاج واستهلاك المواد والخطابات المتناقلة عبر الميديا الجديدة، وذلك بفضل جملة من المفاهيم الرئيسية على غرار المشاركة، الانتقاء، التفاعلية، التخصيص.

Digitalization Theory

7. نظرية الرقمنة

تتشارك نظرية الرقمنة Digitalization Theory إلى حد ما مع نظرية التلاقي أو الدمج من حيث نظرتها إلى التداخل بين مختلف أنواع المحتويات التي كانت إلى حد ما مفصولة في الإعلام التقليدي، حيث تشكل الإنترنت بحسب فريديريك كيتلر منصة platform شاملة لمختلف أنواع المواد الإعلامية، غير أن هذه النظرية تهتم أكثر بالجانب التقني والإدراكي للعالم وتأثيره على حساب الجانب الثقافي الذي منحه جينكنز اهتماماً أكبر، حيث تعتبر أعمال كيتلر استكمالاً معلناً لأعمال مارشال ماكلوهان ولكن بنزعة معاشية للتكنولوجيا الحديثة للإعلام القائمة على الإنترنت والتشبيك.





ويقدم كيتلر مفهوم نشوة الجهاز Hardware Euphoria كمحور رئيسي لنظريته، وهو ما يعادل في منظوره مفهوم الحتمية التكنولوجية عند ماكلوهان، ويفسر هذا المفهوم بتقديم تفسير تاريخي لتطور الاتصال عند الإنسان بشكل مختلف عن ذلك الذي قدمه ماكلوهان، فالأهم برأيه أن الإنسان لم ينتقل من تعلم الهجاء إلى الطباعة إلى الاتصال الإلكتروني، وإنما هناك نقطة فاصلة في تاريخ البشرية، وهي اكتشاف التماثل Analogy واختراع الهاتف ومسجل الصوت والمذياع والسينما والتلفزيون، والتي مكنت الإنسان من الانتقال إلى طور يحتك فيه مباشرة مع محتويات يدركها بالسمع أو بالبصر، ونهاية هذا الانتقال كانت من خلال الرقمنة Digitalization التي أوضحت تجمع القدرة على مماثلة الصوت أو الصورة.

■ إشكالية النظريات في دراسات الإعلام الرقمي:

منذ أن تحولت شبكة الإنترنت إلى وسيلة اتصال جماهيرية منتصف التسعينات من القرن الماضي، حاول العديد من الباحثين في حقل الاتصال والإعلام متابعة ما يجري من تغيرات سريعة في ساحة الإنترنت ووسائل الإعلام الجديدة المتولدة عنه، كما ركز الباحثون في البحث عن إجابات الأسئلة التي تتعلق بكيفية استخدام الناس لهذه الوسائل الجديدة التي تتميز بالتفاعلية والنصية الفائقة والوسائط المتعددة، وعناصرها ووظائفها وآثارها على الفرد والمجتمع ككل، والتأثيرات التي أحدثتها في وسائل الإعلام التقليدية.

ونتيجة للمكانة التي أصبح الإعلام الجديد يحتلها على صعيد الانتشار والاستخدام فقد واكب ذلك ظهور سلسلة من التحولات على صعيد الاهتمامات البحثية والموضوعات المطروحة على بساط البحث خلال السنوات القليلة الماضية، وكانت أبرز هذه التحولات:

1. التحول من التركيز على مفهوم الاستهلاك Consumption إلى مفهوم التفاعل

Interactivity

2. التحول من التركيز على مفهوم المتلقي The receiver إلى التركيز على مفهوم المستخدم

The user الذي يتفاعل، ويسهم في إنتاج وتشكيل المحتوى.

3. التحول من مفهوم الجمهور العام Mass الذي يشكل كتلة متجانسة تتلقى الرسائل الاتصالية

ذاتها الكيفية نفسها، إلى مفهوم الفرد الذي يتلقى محتوى متفرداً على غيره من الأفراد في شبه

عزلة افتراضية.

4. التحول من البحوث التي تركز على التفاعل الذي يتم في إطار الجماعات والمؤسسات إلى البحوث التي تركز على التفاعل من نقطة إلى نقطة Point To Point أو التفاعل الشبكي Networked Interaction أو التفاعل بين الفرد والآلة Human Machine Interaction أو التفاعل بين مجموعات Many -to – many Interactivity

5. التحول من التركيز على توصيف السمات والملامح التكنولوجية والاقتصادية والسلوكية الخاصة بالإعلام الجديد، إلى التركيز على بحوث التحليل الثقافي وبحوث التاريخ الاجتماعي وبحوث تطبيق النظريات الاجتماعية.

ونتيجة لهذه التحولات، فقد تبين عدم قدرة النظريات التقليدية على استيعاب الظواهر الإعلامية في بيئة الإعلام الجديد، فضلاً عن أن معظمها كان وليداً لسياق إعلامي واجتماعي وثقافي مختلف، مما يجعل مسألة استعارتها في مجال الإعلام الجديد محفوفاً بالعديد من المحاذير، في ظل الخلاف الدائر بين الباحثين حول مدى صلاحية توظيف المداخل والنماذج النظرية التقليدية على الدراسات المهمة بالإعلام الجديد. وبالتالي فقد أصبحت الأطر المرجعية، والمداخل النظرية في بحوث الإعلام الجديد، ووسائل التواصل الاجتماعي تواجه العديد من التحديات الرئيسية؛ منها:

1. تغير خصائص الظاهرة الإعلامية التي تتم دراستها وطبيعتها، واختلاف خصائص الواقع الذي ينتجها، وتداخل عوامل مغايرة في تشكيلها، يصعب حصرها أو تعميمها.

2. عدم قدرة النظريات التي تتسم بالشمول والكلية على استيعاب ظواهر وسائل التواصل الاجتماعي في بيئة الإعلام الرقمي.

3. قلة الاجتهاد في استحداث مداخل نظرية تتلائم مع طبيعة ظواهر الإعلام الجديد من جهة، واتجاه بعض الباحثين إلى استعارة نماذج ونظريات من مجالات وعلوم أخرى، من باب السبق البحثي، دون دراية كافية بإمكانية توظيفها في استقراء ظواهر وسائل التواصل الاجتماعي، وقيام البعض الآخر بالاستناد إلى مفاهيم أبستمولوجيا غير مستقاة من واقع دراسة الظواهر المصاحبة لوسائل الإعلام الجديد، ومن دون النظر بتعمق في استخلاص مفاهيم خاصة بها.

4. صعوبة تطبيق بعض النظريات التقليدية على وسائل الإعلام الجديد، وتغير الوسائل الاتصالية وعلاقتها بالمتغيرات والعوامل الأخرى، وظهور وسائط إعلامية جديدة، لا تخضع لذات الضوابط التنظيمية المألوفة مثل: (المدونات وصحافة المواطن).

وذهب العديد من الباحثين إلى رصد ثلاث مسارات محتملة للتعامل مع إشكالية النظرية عند دراسة الإعلام الجديد وهي:

1. مسار يشير إلى استخدامات نماذج نظرية تتناسب مع الاختلافات التي تميز الإعلام الجديد عما سواه.
2. مسار يشير إلى أن بعض النظريات القديمة المعروفة سوف تبقى صالحة ومناسبة لدراسات الإعلام الجديد.
3. مسار يشير إلى العمل على تعديل أو إعادة طرح أو إنتاج النظريات والنماذج النظرية المعروفة، ولكن في ضوء الاختلافات التي حدثت في بنية وخصائص وجمهور الإعلام الجديد حتى تتمكن من فهم وشرح التأثيرات المختلفة لاستخدامات الإعلام الجديد.

وتُشير الحقائق والمعطيات العلمية السابقة إلى أن النظريات التقليدية غير صالحة للتطبيق في دراسات الإعلام الجديد، وإزاء هذه الأزمة المنهجية يمكن رصد ثلاث توجهات بحثية:

الأول: يتمثل في مزيد من الاتجاه نحو استعارة أساليب وأدوات بحثية طبقت في علوم أخرى وخاصة العلوم الإنسانية، فظهرت بحوث التحليل الأسلوبي والتحليل السردى والتحليل الدلالي وظهرت المقاييس والاختبارات السيكو مترية والسوسيومترية، وشهدت البحوث تطبيق نماذج وأدوات التحليل السياسي والتحليل الثقافي، وتمت الاستعانة بالكثير من المفاهيم والخلفيات النظرية والمعرفية الخاصة بعدد من العلوم الإنسانية في مقدمتها علوم: النفس والاجتماع والسياسة والإدارة واللغة. مع ضعف واضح في النزوع إلى استعارة أساليب بحثية تنتمي إلى غير ذلك من العلوم.



الثاني: النزوع إلى استحداث أو اصطناع أدوات بحثية جديدة تتلائم مع ظواهر الإعلام الجديد وتُتيح إمكانية دراستها في ضوء ما تتم به من خصوصية. ومن أبرز هذه الأدوات والأساليب البحثية التي تم توظيفها أو تطويرها للتعامل مع الإعلام الجديد: أسلوب التحليل الشبكي، مقاييس يسر الاستخدام، تحليل المحتوى المرئي، أسلوب الدراسات التتبعية، أساليب البحث المستقبلي، أسلوب دراسة الحالة، جماعات النقاش البورية المتعمقة، أساليب النمذجة الرياضية. وهناك أساليب التحليل النصي بأشكالها وتطبيقاتها المختلفة، ومن أمثلة تلك الأساليب: تحليل الخطاب - التحليل الدلالي - التحليل الأسلوبي، تحليل السرد - التحليل البلاغي.. وغيرها من الأساليب.

الثالث: اتجاه بعض الباحثين إلى التمسك بإمكانية توظيف الأساليب البحثية ذاتها التي طُبقت في بحث ظواهر الإعلام التقليدي والتأكيد على صلاحية هذه الأدوات لبحث ظواهر الإعلام الجديد مع إجراء بعض التعديلات الطفيفة عليها كي تلائم هذا النوع من الظواهر، حيث يؤكد أنصار هذا الاتجاه صلاحية أساليب التحليل التي طُبقت في بحوث الإعلام التقليدي للتطبيق على الإعلام الجديد، فهو اتجاه ظهر بقوة خلال النقاشات التي طرحت حول مدى صلاحية أسلوب تحليل المضمون على محتوى الإعلام الرقمي.

وللتغلب على التحديات السابقة، التي أصبحت تواجه بحوث التنظير في بيئة الإعلام الجديد، سلك الباحثون طريقين اثنين لحل تلك المعضلة العلمية؛ وهي.

الطريق الأول: يتمثل في تطبيق نظريات الاتصال الجماهيري القائمة على الوسائل الجديدة، أي إعادة إنتاج النظريات التقليدية، بما يتوافق والوضع الراهن؛ كأحد المخارج المهمة من أزمة التغير والتطور السريع في الظواهر الإعلامية وفي الواقع والنسق الإعلامي العام.

الطريق الثاني: يتمثل في البحث عن نظريات جديدة تناسب بنية وسمات الوسائل الجديدة. أي اللجوء إلى بناء النماذج النظرية - الجزئية - المفسرة، بمعنى الاتجاه إلى مستوى التنظير الجزئي في ظل عدم تناسب نظريات الإعلام التقليدية مع تغيرات الظاهرة الإعلامية في بيئة وسياق الإعلام الجديد.

وعلى وجه الإجمال، فإن المشكلة في دراسات الإعلام الرقمي تكمن ليس في العجز عن استحداث نظريات علمية جديدة لدراسة مختلف قضايا الإعلام الرقمي بقدر ما هي قضية قصور فكري في استيعاب ما توفر من نظريات علمية، وكيفية اختيار المناسب منها وتكييفها مع المتطلبات العلمية والتقنية الجديدة هذا من جهة، ومن جهة أخرى كيفية خلق تكامل بين أكثر من منهج أو نظرية لدراسة الإعلام الجديد؛ فالاعتماد على الأسلوب الكمي وحده، أو على الأسلوب الكيفي وحده، لا يوفر تصوراً علمياً دقيقاً لدراسة الظواهر المتصلة بالإعلام الجديد، لأن البحث في هذا المجال يفرض على الباحثين الربط بين مختلف الأدوات والمناهج لتحقيق التكامل الذي يُتيح دراسة الظاهرة في سياقها والغوص في أعماقها لتحقيق فهم شامل لها، وهذا ما توفره الأساليب الكيفية، وتحقيق الموضوعية، والمصادقية والواقعية في النتائج قدر الإمكان، وهذا باستخدام الأساليب الكمية، لذا يجب بناء نموذج منهجي مختلط يجمع كليهما في بحث واحد يُتيح الاستفادة من مزاياها معاً، ويقلل من القصور الناتج عنهما منفصلين.

■ مقترحات لتطوير النظريات في دراسات الإعلام الرقمي:

هناك العديد من الجهود التي تسعى إلى تقديم افتراضات نظرية جديدة تعكس الحالة التي يعيشها المجتمع الإنساني المعاصر بفضل نمو الاعتماد على المواقع الإلكترونية، وشبكات التواصل الاجتماعي، والمنتديات، والهواتف الذكية، والتسوق الإلكتروني، غير أن النظريات الجديدة المفسرة لظاهرة الإعلام الجديد؛ لم تستطع التخلص من تبعيتها لفرضيات النظريات الكبرى المعروفة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، والتي أثبتت سعتها النظرية الكبيرة، لأنها واصلت إمدادها للنظريات المستحدثة بالفروض الرئيسية، وبعض الأدوات المنهجية اللازمة لإنجاز البحوث التطبيقية والميدانية، وهذا الأمر يعكس إلى حد ما صعوبات كبيرة في التعامل بشكل علمي سليم مع ظواهر الإعلام الجديد، وهو ما يُشير إلى أن ثمة حاجة لبذل المزيد من الجهود على المستويين النظري والمنهجي من أجل الوصول إلى مستويات أكثر تقدماً في فهم ظاهرة الميديا الجديدة.

و للتغلب على الإشكاليات النظرية والمنهجية في دراسات الإعلام الجديد يمكن طرح عددٍ من المقترحات والرؤى العلمية لتطوير الأطر النظرية في بيئة الإعلام الجديد، بناء على ما تم عرضه واستخلاصه من التراث العلمي 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.
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 وإنتاج 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.

9. عدم المبالغة في تطويع نظريات قديمة، ومحاولة إخضاعها قسراً على ظواهر اتصالية جديدة، تنم في بيئته مغايرة.

10. العمل على تطوير أدوات بحث متقدمة في دراسة الإعلام الرقمي والشبكات الاجتماعية تحاول أن تستفيد من تقنيات هذه الوسائل لدراستها، فثمة العديد من الآليات والتقنيات والبرمجيات التي يمكن توظيفها في الوصول إلى نتائج بحثية أكثر دقة.

11. العمل على توفير الآليات التي تُتيح التعاون المشترك وإجراء الأبحاث والدراسات بين الباحثين العرب في ميدان الإعلام والاتصال ونظرائهم في المؤسسات الأكاديمية والمراكز البحثية في الدول الأجنبية، من أجل العمل على صياغة نظريات عملية خاصة بالإعلام الرقمي تتناسب مع الواقع الجديد.

12. العمل على تواصل الدراسات الخاصة بتوظيف نظريات التأثير المعتمدة في بيئة الإعلام الجديد، من أجل وضوح صلاحية ذلك أو تحديد الإشكاليات التي ترتبط به أو تنجم عنه..

➤ خاتمة.

تبدو المشكلة في دراسات الإعلام الرقمي تكمن ليس في العجز عن استحداث نظريات علمية جديدة لدراسة مختلف قضايا الإعلام الرقمي بقدر ما هي قضية قصور فكري في استيعاب ما توفر من نظريات علمية، وكيفية اختيار المناسب منها وتكييفها مع المتطلبات العلمية والتقنية الجديدة هذا من جهة، ومن جهة أخرى كيفية خلق تكامل بين أكثر من منهج أو نظرية لدراسة الإعلام الجديد؛ فالاعتماد على الأسلوب الكمي وحده، أو على الأسلوب الكيفي وحده، لا يوفر تصوراً علمياً دقيقاً لدراسة الظواهر المتصلة بالإعلام الجديد، لأن البحث في هذا المجال يفرض على الباحثين الربط بين مختلف الأدوات والمناهج لتحقيق التكامل الذي يُتيح دراسة الظاهرة في سياقها والغوص في أعماقها لتحقيق فهم شامل لها.

- محمد على القعاري، المداخل النظرية في دراسات الإعلام الرقمي " دراسة نقدية"، جامعة أم درمان الإسلامية، مجلة علوم الاتصال، العدد السادس، ديسمبر 2020.
- بووزه باية، بن طراد وفاء، الأطر النظرية المفسرة للإعلام الشبكي بين الفعالية والمحدودية، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، كلية علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، العدد الأول جوان 2020.
- الأميرة سماح عبد الفتاح، الاعلام الجديد رؤية من واقع السلوكيات الاتصالية لشباب جماعة الاخوان المسلمين قبل وفي اعقاب ثورة الخامس والعشرين من يناير، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة.
- نوال وسار، تطبيق الإعلام والاتصال، الفكر الاتصالي العربي، ط 1، بيروت: دار النهضة العربية، 2019.
- ثريا البدوي، نظريات الإعلام والاتصال في العصر الحديث، ط 1، الرياض: مكتبة الرشد، 2019.
- مها عبد الحميد، مدخل إلى إشكالية النظرية في بحوث الإعلام الجديد، كتاب مناهج البحث في الإعلام الجديد، ط 1، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2016.
- السيد بخيت، الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد (16) نوفمبر 2016.
- حسام إلهامي وآخرون، اتجاهات وتيارات البحث في الإعلام الجديد، نحو بناء أجندة بحثية مقترحة، كتاب مناهج البحث في الإعلام الجديد، ط 1، الرياض: جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2016.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

