



المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

مجلة دورية محكمة تصدر عن قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة سوهاج

رئيس مجلس إدارة المجلة:

أ.د / محمد توفيق محمد

رئيس التحرير:

أ.د / فاطمة الزهراء صالح أحمد

مدير التحرير:

د/ أحمد خيرى عبد الله علي

مساعد رئيس التحرير

أ.د/ عبد الباسط أحمد هاشم

أ.د / فوزي عبدالغني خلاف

أ.د / عزة عبدالعزيز عبدالله

أ.م. د / سحر محمد وهبي

أ.م.د / صابر حارص

أ.م.د / أحمد حسين

أ.د.م / محمود يوسف السماسيري

سكرتير التحرير

د / نها السيد عبدالمعطي

د / إسراء صابر عبدالرحمن

د / هاني إبراهيم السمان

أ/ أحمد جعفر أحمد

أ/ محمد خلف محمد

المحرر اللغوي

أ.م. د / محمد محمود حسين هندي

المجلد 3 العدد 3

مايو - 2024

Issn: 3009-7134

<https://ejrcds.journals.ekb.eg>

محتويات العدد:

دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم

استخدام التحول الرقمي في أنشطة العلاقات العامة بالجامعات وعلاقته بتشكيل الانطباعات لدى طلابها

تقنيات جذب الانتباه في إعلانات الفيديو على المنصات الرقمية

"العوامل المؤثرة في التمثيل الإعلامي للعنف الأسري ضد المرأة في الصحف كأداة للتصدي له- دراسة مرجعية"

توظيف الفيديو جراف في القضايا الاجتماعية بالمواقع الإخبارية المصرية وعلاقته باتجاه الجمهور نحو هذه القضايا

توظيف المواقع الإلكترونية للحكومة المصرية أدوات تحقيق رضا الجمهور عن الخدمات الحكومية الرقمية: دراسة تحليلية

الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الاتصال في العصر الرقمي

دور الدبلوماسية الرقمية في تشكيل صورة المملكة العربية السعودية في الخارج دراسة في تحليل المستوى الثاني

الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الاتصال في العصر

الرقمي

Doi: 10.21608/ejcrds.2024.287420.1010

✉ المؤلف: محمود يوسف السماسيري

المخلص:

سعت الدراسة الى رصد وتحليل ما انتهت إليه الدراسات العلمية التي سعت للإسهام في تطوير أبرز نظريات الاتصال التقليدية التي لازالت صالحة للتطبيق في العصر الرقمي والدراسات التي سعت إلى الإسهام في بناء أبرز النظريات الاتصالية الجديدة التي عملت على تفسير المستجدات الاتصالية التي حملها العصر الرقمي وذلك عبر استخدام منهج البحث الكيفي *qualitative method -analysis* وأداة التحليل من المستوى الثاني *meta analysis* وتمثلت أبرز النتائج في أن ثمة اهتماما بحثيا كبيرا في الدراسات الأجنبية بفهم وتفسير التغيرات التي أدخلها العصر الرقمي على العملية الاتصالية برمتها. وأن الدراسات التي تتعلق بنظريات الاتصال سعت لفهم مدى تأثير المستجدات التي حملها العصر الرقمي في عملية الاتصال على وسائل الإعلام التقليدية؛ والكيفية التي طورت بها هذه الوسائل أداؤها لمجابهة هذه المستجدات. وأن أبرز النظريات التقليدية التي لا زال لها حضور لافت في أبحاث العصر الرقمي هي نظريات (وضع الأجندة *Agenda-Setting Theory* والاستخدامات والإشباع، *Uses and Gratification Theory* ونظرية الغرس *Cultivation Theory* وكان طبيعيا أن تخلق المستجدات الاتصالية التي حملها العصر الرقمي الحاجة الي نظريات جديدة تفسر هذه المستجدات؛ وقد تمثلت أبرز هذه النظريات؛ والتي تعد النظريات الأكثر قدرة على فهم هذه المستجدات وتتكامل على نحو واضح فيما بينها في نظريات ثلاثة هي: نظرية هيمنة الأعلمة (*Mediatization Theory*) ونظرية الفاعل على الشبكة (*Actor-Network Theory*) ونظرية التشكيل العضوي لوسائل الإعلام (*Mediamorphosis Theory*)

الكلمات المفتاحية: نظريات الاتصال التقليدية- نظريات الاتصال الرقمي - نظرية الاجندة- نظرية الغرس- نظرية الاستخدامات و الإشباع- نظرية التشكيل العضوي لوسائل الاعلام- نظرية الفاعل على الشبكة- نظرية هيمنة الأعلمة

مقدمة

يعد اختراع الإنترنت واحدة من أكبر القفزات في تاريخ الاتصال الإنساني؛ حتى أن تسمية العصر الذي نعيشه بالعصر الرقمي ليس الا انعكاسا لضخامة الأثر الذي أحدثته الإنترنت على الحياة الانسانية برمتها.

وكيف لا؟ وقد غيرت الإنترنت طرق الاتصال الإنساني تغييراً جوهرياً، إذ كانت وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية تتيح نموذج اتصال يقوم على نقل المعلومات "من مصدر واحد إلى متلقين كثر". فجاءت شبكة الويب العالمية لتقدم بدائل اتصالية جديدة، أهمها الاتصال "من مصادر كثيرة إلى متلق واحد" (من البريد الإلكتروني إلى عنوان مركزي، وتفاعل مستخدمين كثيرين مع أحد مواقع الإنترنت)؛ والبت "من مرسلين كثر إلى متلقين كثر" (البريد الإلكتروني، والقوائم البريدية، والمجموعات الإخبارية)، ونموذج الاتصال الشخصي الخاص (شبكات التواصل الاجتماعي) ⁽¹⁾ وغيرها من التطورات التي أدخلتها، ولا زالت تدخلها على عمليات الاتصال بشكل لا يكاد يعرف التوقف.

وقد كان من الطبيعي أن تؤدي زيادة استخدام الإنترنت وما حملته من تكنولوجيات اتصالية رقمية جديدة وزيادة تغلغلها في الحياة اليومية للمليارات البشر، وما فرضته من تغيرات على وسائل الإعلام التقليدية من تحديات هددت بعضها تهديداً وجودياً كما هو الحال في الصحف الورقية التي باتت تواجه خطر الاختفاء على نحو غير مسبق في تاريخها.. كان من الطبيعي أن يؤدي ذلك إلى اهتمام علماء الاتصال الكثيف بمجمل تجليات العصر الرقمي الذي أدخلت البشرية كلها فيه.

وقد سعى علماء الاتصال منذ مطلع تسعينات القرن المنصرم إلى فهم التطورات التي حملها العصر الرقمي على عملية الاتصال بمختلف أطرافها، وعلى تأثيرات الاتصال في شتى جوانب الحياة الانسانية سواء في بعدها الفردي أو بعدها المجتمعي (السياسي والاقتصادي والثقافي، والديني ... الخ) وقد كان من الطبيعي أن تفرز الجهود البحثية لهم طروحا نظرية جديدة تساهم في فهم المستجدات الاتصالية التي أتت بها العصر الرقمي من تفاعلية ونصبة فائقة، ووسائط متعددة وغيرها من مستجدات .. أو تطويراً في الطروح النظرية التقليدية على النحو الذي يُمكنها من فهم وتفسير التطورات التي حملها العصر الرقمي على عملية الاتصال التي ما زالت تقوم بها وسائل الاتصال التقليدية، والتي عملت على تطوير نفسها بما يناسب المستجدات التي حملها العصر الرقمي.. أو على النحو الذي يجعل هذه النظريات التقليدية قادرة على فهم وتفسير أثار بعض عمليات الاتصال المستجدة التي حملها هذا العصر .

والمأمل في تطبيقات علماء الاتصال لنظريات الاتصال الجماهيري التقليدية في العصر الرقمي، يجد أن أبرز هذه النظريات هي نظريات: وضع الأجندة، والاستخدامات والإشباع، ونظرية الغرس الثقافي وانتشار المبتكرات، وفجوة المعرفة، ودوام الصمت،

غير أن النظريات التي يمكن القول إنها شهدت القدر الأكبر من التطور على النحو الذي جعلها قادرة على تفسير أليات وتأثيرات أشكال الاتصال الجديدة التي حملها العصر الرقمي أو تلك التي بقي بظلاله خلالها على وسائل

الإعلام التقليدية كانت كما ذهب كثير من الباحثين الغربيين هي نظريات (وضع الأجندة Agenda-Setting Theory والاستخدامات والإشباع، Uses and Gratification Theory ونظرية الغرس Cultivation Theory . وقد كان من الطبيعي أن تستلزم المستجدات الاتصالية التي حملها العصر الرقمي الحاجة إلى نظريات جديدة تفسر هذه المستجدات؛ وقد تمثلت أبرز هذه النظريات؛ والتي تعد النظريات الأكثر قدرة على فهم هذه المستجدات في نظريات ثلاثة هي: نظرية هيمنة الأعلمة (Mediatization Theory) ونظرية الفاعل على الشبكة (Actor- Network Theory). ونظرية التشكيل العضوي لوسائل الإعلام (Mediamorphosis Theory)⁽²⁾

المشكلة البحثية للعرض التحليلي:

تتحدد مشكلة البحثية الذي يسعى هذا العرض التحليلي للتصدي لها في رصد وتحليل ما انتهت إليه الدراسات (المقالات والأبحاث العلمية) التي سعت للإسهام في تطوير أبرز نظريات الاتصال التقليدية التي لازالت صالحة للتطبيق في العصر الرقمي وهي نظريات: وضع الأجندة "Agenda-Setting Theory" والاستخدامات والإشباع "Uses and Gratification Theory" ونظرية الغرس "Cultivation Theory" على النحو الذي يجعلها قادرة على تفسير الظواهر الاتصالية التي حملها هذا العصر وتقويمها، والدراسات التي سعت إلى الإسهام في بناء أبرز النظريات الاتصالية الجديدة التي عملت على تفسير المستجدات الاتصالية التي حملها العصر الرقمي وهي نظريات: هيمنة الأعلمة "Mediatization Theory" ونظرية الفاعل على الشبكة "Actor- Network Theory" ونظرية التشكيل العضوي لوسائل الإعلام "Mediamorphosis Theory". لاسيما في السنوات الخمس الأخيرة.

أهداف العرض التحليلي:

تتمثل أهم أهداف هذه العرض التحليلي فيما يأتي:

- رصد وتحليل الدراسات المتعلقة بتطوير نظريات الاتصال في العصر الرقمي.
- رصد وتحليل أهم القضايا والموضوعات التي تناولتها هذه الدراسات.
- التعرف على التصاميم المنهجية لهذه الدراسات.
- التعرف على أبرز النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات.
- السعي لتقديم رؤية مستقبلية لتطوير دراسات نظريات الاتصال على النحو الذي يخدم مجتمعنا العربي.

تساؤلات العرض التحليلي:

تتمثل أهم تساؤلات العرض التحليلي فيما يلي:

- ما أهم الدراسات التي أسهمت في تطوير نظريات الاتصال التقليدية في العصر الرقمي؟
- ما أهم الدراسات التي أسهمت في بناء وتطوير النظريات الحديثة في العصر الرقمي؟
- ما الموضوعات التي تناولتها هذه الدراسات؟
- ما أهم الإجراءات المنهجية التي استخدمتها الدراسات في هذا المجال؟

• ما أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسات؟

التصميم المنهجي للعرض التحليلي :

تستخدم الباحث في هذا العرض التحليلي منهج البحث الكيفي *qualitative method -analysis* وأداة التحليل من المستوى الثاني *meta analysis* و"الذي يتيح مزايا متميزة من خلال تطبيق أسلوب نوعي منظم للقيام بمهمة وصف نتائج الدراسة وتكامل النتائج، لأقصى حد ممكن، وذلك للوصول إلى وصف متماسك للحالة الراهنة من المعرفة"⁽³⁾. كما يتيح للباحثين تجميع وتوليف نتائج الدراسات المتعددة لقياس التأثير الكلي لمتغير على متغير آخر⁽⁴⁾ وسيتم تطبيق هذه المنهجية على البحوث المتاحة المنشورة في دوريات أجنبية باللغة الإنجليزية، حول الاتجاهات الحديثة في نظريات الاتصال. وقد تم استبعاد الدراسات المنشورة باللغة العربية رغم كثرة البحوث العربية التي تسعى لتطبيق هذه النظريات (التقليدية بصفة أساسية) على وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة⁽⁵⁾ لأن جل هذه البحوث تلهث وراء ما تقدمه الدراسات الأجنبية من طروح حول هذه النظريات، مما يجعلها لا تكاد تقدم شيئا جديدا عما تقدمه البحوث الأجنبية، ومن ثم لا يجعلها ذات إسهام حقيقي في تطور طروح هذه النظريات غربية المنشأ، ويجعل المردود من تناولها في العرض التحليلي قليل الفاعلية.

وتستخدم الدراسة عينة متاحة، من البحوث الخاصة بالنظريات الست (الثلاث التقليدية) و(الثلاث الجديدة) التي استطاع الباحث الوصول إليها من المؤتمرات مثل *the annual international communication association conference- the association for education in journalism and mass communication's annual ProQuest, Elsevier, conference- International Communication Association* وقواعد البيانات العالمية مثل *EBECO, Taylor and Francis Online* ومواقع دور النشر على شبكة الإنترنت مثل *Sage publications*، والدوريات الأجنبية على الشبكة مثل: *Journal of Mass Communication Quarterly -The Public Opinion Quarterly - International journal of Communication -Journalism & Mass Communication Quarterly - Journal of Information Technology & Politics- Communication Research", Journal of Broadcasting & Electronic Media* وغيرها من الدوريات. وفيما يتعلق بالدراسات العربية تم الوصول لبعضها من النسخ الورقية أما النسخ الإلكترونية فكان معظمها من قاعدة بيانات دار المنظومة التي تحوي جل الدراسات العربية في الإعلام سواء الرسائل العلمية أو الدوريات العلمية المحكمة.

مجتمع دراسة العرض التحليلي وعينتها :

تم تطبيق هذه الدراسة على الدراسات الأجنبية (المقالات العلمية المنشورة في دوريات علمية محكمة والابحاث التطبيقية المنشورة في دوريات أو في مؤتمرات دولية محكمة ورسائل العلمية (الدكتوراه) غير المنشورة التي تناولت النظريات الاعلامية الست التي تم تحديدها سلفا وهي نظريات (الغرس، الاستخدامات والإشباع، ترتيب الاولويات، هيمنة الأعلام، الفاعل على الشبكة، التشكيل العضوي لوسائل الاعلام) لاسيما خلال الفترة من 2014 م إلى 2019 م، وأعتمد الباحث على

أسلوب العينة العمدية في اختيار نماذج لهذه الدراسات، لاسيما تلك التي تعد ذات إسهام واضح في تطوير هذه النظريات، وقد شملت العينة نوعين من الدراسات؛ النوع الأول ويحوي تلك الدراسات التي أسهمت في تطوير النظرية منذ بداية دخول عمليات الاتصال العصر الرقمي وإلى خمس سنوات سالفة تقريبا. وقد تناول الباحث طروح هذه الدراسات بشكل مختصر بالصورة التي تبرز إسهاماتها في بناء أو تفسير جانب ما من جوانب النظرية، أما النوع الثاني من الدراسات فهو تلك التي تم تناولها بقدر واف من العرض والتحليل لما اضافته في بناء أو تفسير أو اثبات فروض هذه النظريات، وهذه هي الدراسات التي نشر جملها في السنوات الخمس الاخيرة وبلغت عددها الاجمالي (70) دراسة.

تقسيم العرض التحليلي:

وعلى ضوء ما سلف يمكن تقسيم العرض التحليلي للاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الاتصال في العصر الرقمي إلى محورين رئيسيين هما:

- الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الاتصال التقليدية في العصر الرقمي.
- الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الاتصال الجديدة في العصر الرقمي.

المحور الأول: الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الاتصال التقليدية في العصر الرقمي

ينقسم العرض التحليلي للاتجاهات البحثية لنظريات الاتصال الحديثة في العصر الرقمي تبعاً لمسى كل نظرية من هذه النظريات الثلاث وذلك على النحو التالي:

- أولاً: الاتجاهات الحديثة في بحوث نظرية ترتيب الأولويات في العصر الرقمي.
ثانياً: الاتجاهات الحديثة في بحوث نظرية الاستخدامات والإشباع في العصر الرقمي.
ثالثاً: الاتجاهات الحديثة في بحوث نظرية الغرس في العصر الرقمي.

أولاً الاتجاهات الحديثة في بحوث نظرية ترتيب الأولويات في العصر الرقمي Agenda Sitting

يشمل العرض التحليلي للدراسات التي شكلت ملامح نظرية الاجندة وصولاً إلى الدراسات التي تمثل الاتجاهات البحثية الحديثة فيها؛ بداية استعرضاً للملامح العامة للنظرية والدراسات التي أسهمت في تطويرها ثم استعراضاً للاتجاهات البحثية السائدة فيها في السنوات الخمس الأخيرة، ثم التعليق عليها.

1: الملامح العامة لنظرية الاجندة والدراسات التي أسهمت في تطويرها:

ثمة إرهاصات سبقت تدشين الملامح الرئيسية لنظرية ترتيب الأولويات علي يد كل من "ماكسويل ماكومبس" و "دونالد شو" ولعل أولى هذه الإرهاصات هي التي كانت علي يد "والتر ليبمان" في (1922) والذي ذهب إلي أن

وسائل الإعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدي الجماهير وفي كثير من الأحيان تخلق – هذه الوسائل - بيئات زائفة في عقول تلك الجماهير⁽⁶⁾

كما التفت باحث آخر هو "برنارد بيرلسون" في عام 1948 في مقاله له بعنوان "الاتصالات والرأي العام" إلي أن وسائل الإعلام تعد مسرحا سياسيا للمناظرات الجارية، وأن ثمة دلائل تشير إلي أن المناقشات الخاصة حول الأمور السياسية تأخذ مؤشراتها من عرض وسائل الإعلام لها.. إذ أن الناس يتحدثون في الأمور السياسية متناغمين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها وسائل الإعلام⁽⁷⁾

ثم يأتي الطرح الأهم في مسيرة التطور نحو بناء هذه النظرية، وهو الذي قدمه (بيرنارد كوهين) في (1963) وانطلق منه كل من "ماكسويل" و"شو" كأرضية مباشرة في بحثهم الذي تم التدشين فيه لهذه النظرية.. في هذا الطرح يذهب "كوهين" ⁸ إلي أن " الصحف قد لا تنجح- إلي حد كبير- في إخبار الجمهور كيف يفكر ولكنها تنجح بقوة في إخبارهم عما يجب أن يفكروا فيه"

ورغم أن ثمة تأكيدات من قبل علماء آخرين أمثال " لانج" و" لانج"⁹ و نيمو Nimmo¹⁰ وتيودور وايت Theodore White⁽¹¹⁾ على الدور الذي تضطلع به وسائل الإعلام في ترتيب الأولويات لدي الجمهور إلا أن الفضل في وضع الملامح الرئيسية لهذه النظرية يظل ينسب إلي "ماكومبس" و"شو" في بحثهم الرائد في 1972⁽¹²⁾ الذي خلص إلي أن ترتيب القضايا حسب أهميتها يكاد يكون متطابقا بين الجمهور وبين وسائل الإعلام..وقد أكدت هذه النتائج صحة فرضيتهم الرئيسية في هذه الدراسة .والتي يذهب فيها إلي أن وسائل الإعلام ترتب أولويات الجمهور من خلال تركيزها على موضوعات معينة

وانطلاقا من هذه الفرضية تشكلت ملامح نظرية ترتيب الأولويات التي تتلخص في القول بأن الأفراد الذين يتعرضون للوسائل الإعلامية ذاتها سوف يتم ترتيب أولوياتهم حول القضايا التي تطرحها هذه الوسائل ، على نحو متشابه مع التصور الذي تطرحه هذه الوسائل لأولويات هذه القضايا.

ثم شهدت النظرية في السنوات اللاحقة تطورات واضحة ، حيث ظهر ما يسمى دراسات المستوي الثاني من النظرية ، ثم المستوى الثالث كما ظهرت نظريات ذات ارتباط وثيق بنظرية الأجندة وهي نظرية التأطير ، ونظرية الإبراز، كما ظهر اتجاه بحثي جديد يسمى توحد أو تبعية الأجندة .كما ظهرت دراسات حول الأجندة البيئية لوسائل الإعلام ، ودراسات حول دمج الأجندة

وتتمحور اهتمامات المستوى الأول من دراسات الأجندة حول النظر إلي وسائل الإعلام على أنها تطرح الموضوعات أو القضايا حتى تحدث تأثيرا ما في الجمهور.. في هذا المستوى نجد أن وسائل الإعلام تقترح على الجمهور ما الذي ينبغي أن يفكروا فيه من خلال مقدار الاهتمام الذي تمنحه هذه الوسائل لتلك القضايا.. إن مثل هذا الاهتمام الذي يتباين من قضية لأخرى هو الذي يجعل قضية ما تبرز قضية أخرى في سلم الأولويات لدي الجمهور.

بينما تتمحور اهتمامات دراسات المستوى الثاني من الأجندة حول تلمس مدى الاهتمام الذي تمنحه وسائل الإعلام لبعض الجوانب أو السمات في القضايا أو الأحداث التي تتناولها دون بعض .. وهو ما يجعل وسائل الإعلام تقوم بدور من يقترح الكيفية التي يجب أن يفكر بها الجمهور حول ملامح وأبعاد كل قضية أو حدث من القضايا أو الأحداث المطروحة⁽¹³⁾

وذلك عبر معالجة وسائل الإعلام لهذه القضايا أو الأحداث، بإبراز بعض الجوانب والأبعاد وإهمال بعضها الآخر، وعبر التفسيرات التي تطرحها لكل جانب من جوانب القضية أو الحدث .. وهو ما يعني بالتبعية أن ما يعرفه الجمهور عن هذه القضية أو الحدث من معلومات أو تفسيرات يظل قاصراً على الجوانب التي تقرر هذه الوسائل – لعله ما – طرحها دون غيرها من الجوانب⁽¹⁴⁾

وهكذا ثمة نقطة ارتكاز محورية بين مستويي دراسة الأجندة .. هي انتقال ترتيب الأهمية سواء أكانت أهمية الموضوع أو الصفات والسمات والأبعاد والجوانب، من وسائل الإعلام إلى الجمهور.⁽¹⁵⁾

الدراسات التي رسمت الملامح العامة للمستوى الثالث لنظرية الأجندة:

طرح كل من (Guo and McCombs) في 2011 ورقعتين بحثيتين مختلفتين⁽¹⁶⁾ تحملاً تصوراً عما اسمياه المستوى الثالث من نظرية الأجندة كتطوير لطروح المستويين الأول والثاني بناءً على الافتراضات الثلاثة التالية:

1 ، افترض المستوى الأول والثاني من نظرية وضع الأجندة أن بناء المعرفة البشرية يتم بشكل خطي في تمثل العالم أو إدراكه ، إلا أن نتائج الأبحاث أظهرت أن البناء المعرفي حول الأشياء أو سمات هذه الأشياء أو مزيج من الاثنين معا يمكن أن يأخذ شكل البنية الشبكية Network ومن هنا فإن الأفراد يمكنهم تشكيل معارفهم من خلال البحث في نقاط التقاطع التي تشكل شبكة الذاكرة والحصول على معلومات محددة وإعادة دمجها في الذاكرة العاملة. فمثلاً عندما يسعى شخص ما لوصف مواقع التواصل الاجتماعي يمكنه بسهولة بناء تصوراً من المعلومات الأسهل في استرجاعها؛ عبر ربط بعضها ببعض مثل ربط شبكة الفيس بوك بمعلومات أخرى في شبكة ذاكرته تتعلق بمارك زوكربيرج الرئيس التنفيذي للشركة .

2 . ركزت الأبحاث التقليدية لبناء الأجندة على أهمية الأحداث والأشياء بشكل منفصل ، فالمستوى الثالث يجادل بأن وسائل الإعلام لا نخبرنا فقط "بما يجب التفكير فيه بخصوص شيء ما أو سمات هذا الشيء" أو "كيفية التفكير في ذلك الشيء أو في سماته" بل يمكنها أيضاً أخبارنا " بالأشياء التي نربطها معا، وكيف نجرى عملية الربط هذه بين الأشياء بعضها البعض أو سمات الأشياء ببعضها البعض . وكلما زاد عدد المرات التي تربط وسائل الإعلام فيما بين الأشياء أو الأحداث أو السمات ببعضها البعض، كلما ازداد احتمال أن يربط الجمهور هذه الأحداث أو الأشياء أو السمات معاً، وبالتالي تتكون أجندة الوسائل الإعلامية- والتي يمكن أن نسميها أيضاً جدول أعمال شبكة الوسائل الإعلامية - من أشياء أو سمات، أو من الربط بينهما معا. وفقاً لذلك، تصف أجندة الشبكة العامة كيفية ربط السمات أو الأشياء ، أو كليهما ، معاً وكيف ينعكس هذا الربط على شكل شبكة في أذهان الجمهور.¹⁷

3 ، يفترض المستوى الثالث من نظرية الأجندة وجود مستويين من الأجندة العامة هما المستوى الضمني والمستوى الصريح ، ويقصد بالمستوى الضمني هنا المستوى اللاشعوري وغير المباشر ، وهو يتجلى عندما يربط الأفراد بين شيئين في أذهانهم ضمناً، دون توضيح أو ربما دون ملاحظة للصلة بينهما. في المقابل يشير المستوى الصريح إلى شبكة إدراكية واعية ومسيطر في العقل البشري. من الناحية العملية يختبر نهج المستوى التقليدي لدراسات الأجندة فقط الارتباط الضمني لسعات الأجندة من خلال طرح أسئلة على المجيبين مثل "ماذا تخبر أصدقاءك عن مرشح سياسي معين ؟"¹⁸، بينما يوفر نهج المستوى الثالث طريقة أكثر دقة لفحص كل من الارتباطات الصريحة والضمنية بين العناصر المعرفية معاً ، وذلك عبر اعتماد مسح رسم الخرائط الذهنية لاختبار المعاني الصريحة للوصلات من خلال مطالبة المستجيبين برسم خطوط مباشرة، وربط أي زوج من السمات معاً، ويتم هنا تحديد العلاقة (أي الارتباط الصريح) بين العناصر وفقاً للروابط الواضحة التي صاغها المجيبون أنفسهم على أوراق مسح الخرائط الذهنية. بينما يتم قياس الأجندة العامة الضمنية وفقاً للكلمات المكتوبة دون وعي من قبل المشاركين⁽¹⁹⁾

وتؤثر بساطة القضايا على قدرة وسائل الإعلام في التأثير على الأجندة العامة في المستوى الأول والثاني. فعلى سبيل المثال، قد يفهم الجمهور بسهولة موضوع التضخم بسبب ارتفاع أسعار المواد الغذائية. في حين أن القضايا غير المثيرة للقلق مثل حرب العراق قد تبقى بعيدة عن حياتهم اليومية.

حيث أن منفعة القضية ودرجة الاهتمام بها تعتمد على التجربة الشخصية للجمهور مع الموضوع ويمكن أن تصبح عاملاً محتملاً يؤثر على تأثيرات إعداد جدول أعمال الشبكة. علاوة على ذلك ، فإن دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام وجدول أعمال الشبكات العامة الصريحة والضمنية لا تزال غير موجودة. مقارنةً بالمعالجة المعرفية الصريحة ، يمكن للأفراد توصيل شيئين في أذهانهم ضمناً دون حتى إدراك الروابط التي أقاموها. على هذا النحو ، قد تصبح أجندة وسائل الإعلام أكثر سهولة في التأثير على الأجندة العامة الضمنية من الأجندة الصريحة.²⁰

وهكذا يمكن القول: إن المستوي الثالث من الأجندة أو (إعداد جدول أعمال الشبكة). يؤكد على أنه يمكن لوسائل الإعلام تجميع مجموعات من الأشياء أو السمات (التي تعزى لشيء ما) و إبراز هذه المجموعات من العناصر في ذهن الجمهور في وقت واحد²¹ هذا من جانب، ويؤكد من جانب آخر على أن أخبار وسائل الإعلام تمتلك القدرة على بناء الروابط بين الأجندات المختلفة، ومن ثم تمتلك القدرة على منح موقعا محوريا لبعض العناصر (الاجندات الفرعية) في عقل الجمهور دون أخرى.

وفيما يلي نعرض بشكل تحليلي لعينة من الدراسات والمقالات العلمية الحديثة التي تسهم في مزيد من إلقاء الضوء على التطورات التي أدخلت على بنية نظرية الأجندة، وأعلى تطبيقاتها في السنوات الخمس الأخيرة.

2: الدراسات التي تطبق الاتجاهات البحثية الحديثة في نظرية الاجندة:

ثمة دراسات عدة سعت لتطبيق طروح نظرية الاجندة- لاسيما المستوى الثالث منها- على عمليات الاتصال في العصر الرقمي ويمكن استعراضها حسب تسلسلها التاريخي على النحو التالي:

فقد هدفت دراسة (Parmelee, J. H. (2014)²² لمعرفة الكيفية التي يتم خلالها بناء الأجندة بعيدا عن المجال التقليدي الذي يتم فيه بناء أجندة وسائل الإعلام من خلال الأخبار التي تبث عبر البيانات والمؤتمرات الصحفية والإعلانات السياسية، وذلك عبر المقابلات المتعمقة مع 12 صحفي من المرسلين السياسيين والمحررين في الصحف الأمريكية خلال حملة 2012 الانتخابية ، وقد كشفت النتائج أن التغريدات التي يقوم بها السياسيون على تويتر تشكل أولوية في القضايا و الاحداث التي يقومون بتغطيتها كما أنها تمثل مصدرا لمعلومات أساسية في القضايا التي يغطونها وكذلك مصدرا في الاقتباسات التي يعتمدون عليها في معالجة قضية ما من القضايا.

- وقام كل من (Russell Neuman, W., Guggenheim, L., Mo Jang, S., & Bae, S. Y. (2014)⁽²³⁾ بفحص جدول الأعمال في وسائل الإعلام التقليدية مقارنةً بوسائل الإعلام عبر الإنترنت بالرجوع إلى البيانات من الصحف والتلفزيون مقارنةً بتويتر والمدونات ومنتديات النقاش لعام 2012. فيما يتعلق بأهم القضايا التي تواجه البلاد" والتي تم استطلاع رأي الأميركيين حولها لعدة عقود وتحليل مدى تكرار ظهور الكلمات الرئيسية المرتبطة بهذه القضايا في وسائل الإعلام التقليدية والجديدة. ومدى الفرق بين طبيعة القضايا التي يهتم بها كل منهما وقد توصلوا إلى أن "وسائل التواصل الاجتماعي أكثر استجابة للقضايا التي تتعلق بالنظام العام والقضايا الاجتماعية، وأقل استجابة لمجريات الاقتصاد والشؤون الخارجية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

- وبحثت دراسة: (Cheng, Y., & Chan, C. M. (2015)²⁴ في المستوى الثالث من وضع جدول الأعمال خلال حركة التعليم الداعمة للأخلاق والوطنية في هونغ كونغ في صيف عام 2012. عبر تحليل المحتوى ل 532 مقالة في الصحف و 342 استطلاعًا عامًا تصف الحدث. وتكشف النتائج عن وجود علاقة قوية بين وسائل الإعلام وجدول أعمال شبكة السمات العامة للحركة على الإنترنت وخارجها. تُظهر النتائج أيضًا أنه في المستوى الثالث ، يمكن أن تفقد أجندة وسائل الإعلام تأثيرها على وضع جدول الأعمال العام بوجود عوامل طارئة تتعلق بتؤثر على مصداقيتها .

- أما كل من (Skogerbo, E., Bruns, A., Quodling, A., & Ingebretsen, T. (2016)²⁵ فقد توصلوا عبر دراسة تحليلية لتغريدات السياسيين أثناء الحملات الانتخابية في أستراليا والنرويج والسويد. على تويتر وانعكاساتها على وسائل الإعلام الاخبارية الرئيسية في هذه البلدان إلى ان هذه التغريدات تسهم ، في بناء أجندة وسائل الإعلام الاخبارية في هذه البلدان، وهو ما يعني أن استخدام تويتر كوسيلة اتصال مع الجماهير يعزز قوة النخب السياسية في وضع أجندة وسائل الإعلام الإخبارية.

- وسعى (Rogstad, I. (2016)²⁶ لمعرفة الكيفية التي يتم خلالها بناء جدول أعمال وسائل الإعلام بين المنصات الإعلامية القديمة والجديدة من خلال دراسة تحليلية لأهم التغريدات والأخبار الرئيسية التي تنشر على صفحات Twitter في النرويج مقارنة بأجندات وسائل الإعلام الرئيسية فيها. وتساءل عما إذا كان Twitter يعيد بشكل رئيسي محتوى الوسائط الرئيسية أو ينتج محتوى أصليًا بالفعل. وقد أثبتت النتائج أن Twitter ووسائط الإعلام الرئيسية تتفان في ترتيب أهمية العديد من القضايا ، بيد أن Twitter يولي اهتمامًا للقضايا التي يتم تجاهلها من قبل وسائل

الإعلام الرئيسية ، مثل أخبار التحديات البيئية والمساواة بين الجنسين. و أن Twitter يساهم في توسيع رقعة النخبة ، حيث أصبح منصة مهمة للأشخاص أصحاب البلاغة والقدرات التعبيرية والفكرية من خارج النخب السياسية أو الاقتصادية أو الأكاديمية التقليدية.

- وسعى كل من (Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018).²⁷ عبر دراسة تحليلية لمعرفة مدى قوة الأخبار المزيفة التي تنتشر على الإنترنت بغية تحقيق الربح عبر الاعلانات في ترتيب أولويات وسائل الإعلام الحزبية على الإنترنت في الفترة من 2014 إلى 2016 أثناء الانتخابات الرئاسية والنيابية الأمريكية في 2016 و أثبتت النتائج وجود علاقة متشابكة ومعقدة بين وسائل الإعلام الحزبية على الإنترنت وبين هذه الأخبار الزائفة، حيث تسهم هذه الأخبار في ترتيب أولويات هذه الوسائل عبر ما تقوم به من دور لتصحيح ما في هذه الأخبار من زيف تبعاً لأهمية هذه الأخبار وأثرها المحتمل في الجمهور.

- وعن القضية ذاتها سعى كل من (Guo, L., & Vargo, C. 2018)²⁸ لمعرفة كيف أثرت الأخبار المزيفة والمعلومات الخاطئة والهجاء على بيئة وسائل الإعلام خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016 من خلال تحليل متكامل لوضع جدول أعمال هذه الوسائل، وذلك عبر إجراء تحليل محتوى بمساعدة الكمبيوتر للملايين المقالات إلى جانب تحليل نوعي لعناوين ومقالات الأخبار السائدة.. وأظهرت النتائج أن مواقع الويب التي تنشر معلومات زائفة كانت أكثر ارتباطاً بالقضايا والموضوعات التي ترتبط بحملة ترامب عما هو الحال مع هيلاري كلنتون. وقد أثرت هذه الأخبار الزائفة على تفاعل المواقع الشهيرة التي تغطي الأخبار العاجلة على الإنترنت مع أجندة وسائل الإعلام نتيجة لما خلفته هذه الأخبار المزيفة من ضوضاء داخل بيئة إخبارية مثيرة بالفعل.

- أما (Feezell, J. T. (2018).²⁹ فقد سعى عبر تحليل ل 210 مجموعة Groups على الفيس بوك لمعرفة ما إذا كان يمكن لوسائل الإعلام الرئيسية التأثير على الأجندة العامة للجمهور عند بث أجندة أخبارها السياسية عبر الفيس بوك من عدمه، وقد ثبت أن بث هذه الأخبار عبر الفيس بوك قد رفع أهمية الأحداث التي تتعلق بها عند أفراد هذه المجموعات مقارنة بمن لم يتعرضوا لهذه الأخبار عبر الفيس بوك.

- وسعى (Kim, C. (2018).³⁰ إلى معرفة الآثار السياسية للاتصال المباشر مع الجمهور على الفيس بوك بالتطبيق على حملة الرئاسة الأمريكية 2016 وقد انتهت نتائج دراسته التحليلية إلى أن ثمة مفهومًا جديدًا ظهر مع هذه الوسائل؛ ألا وهو الدفاع عن جدول الأعمال بين مستخدمي الفيس بوك الذين يتعرضون لما يطرحه المرشح عن نفسه بشكل مباشر عبر حسابه على الفيس بوك.. نعم تقدم وسائل الإعلام الإخبارية للمرشحين جمهورًا أوسع ، لكن لا يمكن للمرشحين التحكم في أخبار هذه الوسائل. وهو ما يمكن أن يسبب له آثارًا غير مرغوب فيها وسلبية على تصورات الناخبين عنه وعن برنامجه الانتخابي. بينما يتميز الاتصال المباشر على الفيس بوك بكونه يتيح للمرشحين نشر الرسائل الخاضعة للفلتر على الناخبين ، والتي يمكن أن تولد تأثيرات تخفف من الآثار السلبية لأجندة وسائل الإعلام على مستخدمي الفيس بوك.

- وسعى كل من (Vu, H. T., Jiang, L., Chacón, L. M. C., Riedl, M. J., Tran, D. V., & Bobkowski, P. S.) (2018)³¹ عبر تحليل قدر ضخم من البيانات لاستكشاف الأثر الذي يخلفه عملياً وضع الاجندات في 16 دولة من

دول القارات الخمس لمعرفة العوامل التي تجعل آثار ترتيب الأولويات يختلف من مجتمع لآخر. ووجد الباحثون أن المتغيرات الفردية مثل العمر والتعليم ومنطقة المعيشة والأيدولوجية السياسية والمتغيرات الكلية الوطنية، بما في ذلك التنمية الاقتصادية وحرية وسائل الإعلام ذات علاقة ارتباطية واضحة بقوة هذه الآثار من عدمها.

- وخلصت دراسة (Kiambo, C. W. (2018).³² حول تداخل الاجندات بين وسائل الإعلام التقليدية ومواقع التواصل الاجتماعي بالتطبيق على أزمة إضراب الأطباء الوطنيين الكينيين الذي بدأ في 5 ديسمبر 2016 وانتهى في 5 مارس 2017. خلصت الدراسة إلى أن أجندة وسائل الإعلام تنمو تدريجياً لتأخذ شكل أجندة وسائل التواصل الاجتماعي مع زيادة نسبة ظهورها على وسائل التواصل الاجتماعي. في إعداد جدول أعمال المستوى الأول، وهو ما يجعل نتائج هذه الدراسة تدعم اتجاه تداخل الاجندات البحثية "inter media agenda setting studies"

- وفي ذات السياق أظهرت دراسة (Posegga, O., & Jungherr, A. (2019).³³ أن أجندة Twitter كانت لها علاقة قليلة، إن وجدت، بالأجندة العامة. حيث كان الحديث السياسي على Twitter مرتبطاً إلى حد ما بتغطية وسائل الإعلام الجماهيرية، وإن كان يتبع أنماطاً خاصة بالقناة على الأرجح تحددها اهتمامات مستخدمي Twitter ومصالحهم ودوافعهم.

3-التعليق على دراسات الاتجاهات الحديثة في نظرية ترتيب الأولويات:

يمكن التعليق على هذه الدراسات عبر التعرف على أهم الاتجاهات الحديثة التي سادت الدراسات التي طبقت طروح نظرية الاجندة والتصميم المنهجي الذي اتبعته هذه الدراسات، وأهم النتائج التي توصلت إليها وذلك على النحو الآتي:

- أبرز اتجاهات الدراسات الحديثة في نظرية الاجندة:

ثمة اتجاهات ثلاثة رئيسية يمكن ملاحظتها في الدراسات الحديثة التي طبقت طروح هذه النظرية الاتجاه الأول: ويتعلق بتأثيرات وسائل الاتصال التي حملها العصر الرقمي على عمليات بناء الاجندة لدى الجمهور وانعكاسات ذلك على دور الوسائل التقليدية في بناء الاجندة مثل دراسة Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. (2018). و (A. (2018). ودراسة Russell ودراسة Skogerbø, E., Bruns, A., Quodling, ودراسة Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). ودراسة (Rogstad, I. (2016). ودراسة A., & Ingebretsen, T. (2016) ودراسة Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). ودراسة (C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). ودراسة Feezell, J. T. (2018) ودراسة Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). ودراسة (S., & Bae, S. Y. (2014). ودراسة (Kiambo, C. W. (2018). ودراسة (Posegga, O., & Jungherr, A. (2019). ودراسة (Neuman, W., Guggenheim, L., Mo Jang, ودراسة (S., & Bae, S. Y. (2014). ودراسة (Kiambo, C. W. (2018). ودراسة (Posegga, O., & Jungherr, A. (2019). ودراسة (Cheng, Y., & Chan, C. M. (2015).

التصميم المنهجي لدراسات نظرية الاجندة:

تنتمي جميع دراسات نظرية الاجندة إلى نوع الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي، وإن تباينت في أدوات جمع البيانات فيما بينها فعلى سبيل المثال استخدم (Parmelee, J. H. (2014) - المقابلات المتعمقة بينما استخدم كل من (Russell Neuman, W., Guggenheim, L., Mo Jang, S., & Bae, S. Y. (2014)) و (Vu, H. T.,) (Jiang, L., Chacón, L. M. C., Riedl, M. J., Tran, D. V., & Bobkowski, P. S. (2018) اداه الاستبيان. في حين استخدم تحليل المحتوى كل من (Cheng, Y., & Chan, C. M. (2015) و (Skogerbø, E., Bruns, A., Quodling, A., & Guo, L.,) - (Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018).) (Rogstad, I. (2016 - (Ingebretsen, T. (2016 Kim, C. (Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). (Feezell, J. T. (2018) (& Vargo, C.2018 ((2018)

أبرز نتائج دراسات نظرية الاجندة:

ثمة نتائج عدة توصلت إليها هذه الدراسات التي سعت لاختبار طروح نظرية الأجندة يمكن تلخيص أبرزها في أن التغريدات التي يقوم بها السياسيون على تويتر تشكل أولوية في القضايا و الاحداث التي يقومون بتغطيتها، كما أنها تمثل مصدرا لمعلومات أساسية في القضايا التي يغطونها، وكذلك مصدرا في الاقتباسات التي يعتمدون عليها في معالجة قضية ما من القضايا. وأن وسائل التواصل الاجتماعي أكثر استجابة للقضايا التي تتعلق بالنظام العام وبالقضايا الاجتماعية، وأقل استجابة لمجريات الاقتصاد والشؤون الخارجية مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وأن استخدام تويتر كوسيلة اتصال مع الجماهير يعزز قوة النخب السياسية في وضع أجندة وسائل الإعلام الإخباري، و أن تويتر يولي اهتمامًا للقضايا التي يتم تجاهلها من قبل وسائل الإعلام الرئيسية، وأن أجندة تويتر كانت لها علاقة قليلة ، إن وجدت ، بالأجندة العامة. وأن أجندة وسائل الإعلام تنمو تدريجياً لتأخذ شكل أجندة وسائل التواصل الاجتماعي مع زيادة نسبة ظهورها على وسائل التواصل الاجتماعي. وأنه ثمة علاقة متشابكة ومعقدة بين وسائل الإعلام الحزبية على الإنترنت وبين هذه الأخبار الزائفة، وأن بث هذه الأخبار عبر الفيس بوك قد رفع أهمية الاحداث التي تتعلق بها عند أفراد هذه المجموعات مقارنة بمن لم يتعرضوا لهذه الأخبار عبر الفيس بوك، وقد أثرت هذه الأخبار الزائفة على تفاعل المواقع الشهيرة التي تغطي الأخبار العاجلة على الإنترنت مع أجندة وسائل الإعلام نتيجة لما خلفته هذه الأخبار المزيفة من ضوضاء داخل بيئة إخبارية مثيرة بالفعل.

ثانيا

الاتجاهات البحثية الحديثة في نظرية الاستخدامات والإشباع

Uses and Gratifications Theory

يشمل العرض التحليلي للدراسات التي تتعلق بنظرية الاستخدامات والإشباع عرضاً مجملًا لملامح نظرية الاستخدامات والإشباع والدراسات التي أسهمت في تطويرها في عصر الاتصال الرقمي، ثم عرضاً للاتجاهات البحثية الحديثة التي تسود دراسات في السنوات الخمس الأخيرة، ثم التعليق عليها؛ وذلك على النحو التالي:

١- ملامح نظرية الاستخدامات والإشباع والدراسات التي أسهمت في تطويرها في عصر الاتصال الرقمي:

تمحورت الأهداف الرئيسية لنظرية الاستخدامات والإشباع في شرح الدوافع والحاجات النفسية التي تشكل الأسباب التي يستخدم الناس من أجلها وسائل الاتصال وتدفعهم إلى سلوك معين. وشرح كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال لإشباع احتياجاتهم. وتحديد النتائج الإيجابية والسلبية لاستخدام الجمهور لوسائل الاتصال.

وإذا كانت نظرية الاستخدامات والإشباع قد حظيت منذ تدشينها على يد كاتز Katz في عام 1959 باهتمام الكثير من دراسات الإعلام التقليدي في النصف الثاني من القرن العشرين لتركيزها على الجمهور الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية بشكل نشط لتحقيق حاجات معينة، فإن هذه النظرية وجدت لها رواجاً واضحاً في القرن الحادي والعشرين بين الكثير من البحوث والدراسات الإعلامية التي تهتم بدراسة دوافع وإشباع الإنترنت كوسيط اتصالي يكاد يشمل كل أنماط الاتصال بداية من الاتصال الشخصي، ومروراً بالاتصال الجمعي، وانتهاءً بالاتصال الجماهيري⁽³⁴⁾

بل إن البحوث الجديدة التي تدرس الإنترنت في إطار نظرية الاستخدامات والإشباع أسهمت في تقوية النظرية وإثرائها؛ لكون هذه النظرية تقدم تفسيراً يُمكن من فهم التغيير في سلوك استخدام وسائل الاتصال بسبب تبني تكنولوجيا الإنترنت الجديدة، لاسيما عند التأكيد على حقيقة أن الجمهور يستخدم الوسائل التي يعتقد أنها قادرة على إشباع احتياجاته من البدائل المتاحة أمامه، كما تُمكن من فهم ما إذا كانت الإنترنت قد احتلت موقع التلفزيون وصارت بديلاً وظيفياً لمشاهدته أم لا، بل إن بعض الدلائل البحثية تشير إلى أن الجمهور يستخدم الإنترنت للاسترخاء والتسلية أو لقضاء الوقت أو للحصول على المعلومات وهي الإشباعات نفسها التي

كان ولا يزال التلفزيون يحققها لمشاهديه، في حين تشير أبحاث أخرى إلى أن استخدام الإنترنت مرتبط أكثر بالمعلومات، أما قضاء الوقت والاسترخاء فيتم تحقيقها ولكن بشكل أقل⁽³⁵⁾

وقد خلصت دراسة لـ "Thomas Stafford and Dennis Gonier" - إلى أن ثمة إشباعات أربعة رئيسة يتم تحقيقها عند استخدام الإنترنت تتمثل فيما يأتي⁽³⁶⁾

- أ- البحث: عبر ما يسمح به الإنترنت من تصفح لشتي المواقع التي تكاد تغطي شتي مناحي الحياة
- ب- المعلومات: عبر تزويد الفرد بالأخبار والآراء والمعارف في شتي القضايا.
- ج- الاتصال: من خلال البريد الإلكتروني وبرامج المحادثة وما إلى ذلك
- د- التواصل الاجتماعي: من خلال ما يتيح الإنترنت من تواصل مع الأصدقاء لتحقيق المتعة أو الاسترخاء.

وقد أسهمت طروح نظرية الاستخدامات والإشباعات في تفسير الشعبية الهائلة لتطبيقات الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي. فقد أظهرت بعض الأبحاث الحديثة حول استخدام هذه الشبكات من قبل مرتاديها أنها تشبع لهم الاحتياجات المعرفية الخمس الرئيسة التي تحدث عنها (كاتز) وهي والاحتياجات العاطفية، والحاجة إلى الهوية الشخصية والتكامل والتفاعل الاجتماعي والترفيه، وبناء علاقات رومانسية، والقيام والقال عن أصدقائهم ومعارفهم³⁷، والتلصص على الآخرين، والتعبير عن هويتهم، والحصول على معلومات حول الأحداث الاجتماعية، وتبادل المشكلات مع الآخرين وملء أوقات فراغهم³⁸ والهروب، والاسترخاء، ومن قبيل التعود، التعرف على أشخاص جدد³⁹، التطوير المهني، واتباع الاتجاهات الجديدة، والأنشطة الأكاديمية⁴⁰. بالإضافة إلى مشاركة الهوية، واستكشاف ملفات تعريف الأشخاص الآخرين⁴¹

وبغض النظر عن هذه الاحتياجات المختلفة العديدة، أكدت جميع الأبحاث المذكورة أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي يحققون إشباعات عديدة يتيحها لهم استخدام هذه الشبكات وهو ما يعني أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تمثل خلفية نظرية جيدة لبحوث هذه الشبكات.

وفي دراسته التتبعية لتطورات تطبيقات النظرية بتطور الإنترنت وما صحبه من ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي، وما حملته هذه المواقع من تطورات حتى 2015 يقسم Richard M. Perloff⁴² " هذه التطورات إلى نوعين هما:

- النوع الأول ويرتبط بما تقدمه التكنولوجيا من تسهيلات وبدائل في عمليات الاتصال بين مستخدميها، والتي تطرح سبلا لكيفية اندماجهم معها؛ مثل المدونات والتطبيقات وشبكات التواصل الاجتماعي وذلك عبر أربع مزايا تكنولوجية تؤدي نظريًا إلى تحقيق إشباعات لمستخدميها هي: نمط الاستخدام (مثل الواقعية والجدة)، و الفاعلية و التفاعلية والاختيار الحر للمواد (مثل التصفح أو اللعب).

النوع الثاني: ويرتبط بالمستخدمين أنفسهم. من خلال تسخير الاستخدامات الكلاسيكية ومفاهيم الإشباع ويطبقها على وسائل التواصل الاجتماعي المعاصرة. حيث يمكن تطبيق مفاهيم على غرار الثمانينات من القرن الماضي مثل الاستخدام الفعال لوسائل الإعلام بالإضافة إلى الأصول الاجتماعية والنفسية للاستخدامات والإشباع، على الاستخدامات الإعلامية الحالية ،

وهكذا فإن نظرية الاستخدامات والإشباع هي نموذج ذو صلة واضحة بوسائل الإعلام المعاصرة، نعم ثمة عيوب لهذه النظرية، وثمة إيجابيات لها كامن في التمركز حول الرؤية الوظيفية. ومع ذلك فإن المنظورات الجديدة والكلاسيكية بشأن الاستخدامات والإشباع، تشير إلى أن نظرية الاستخدامات والإشباع يمكن أن تسهم بقوة في فهم طبيعة تأثيرات وسائل الإعلام على جماهيرها في العصر الرقمي التي لم يعد أفرادها متلقين فحسب وإنما أصبحوا- في نفس الوقت تقريبا -مرسلين أيضا .

ونستعرض فيما يلي عينة من الدراسات الحديثة التي طبقت نظرية الاستخدامات والإشباع على وسائل الإعلام الرقمية ومدى التطورات التي ادخلتها عليها لاسيما في السنوات الخمس الأخيرة:

2: الدراسات التي تطبق الاتجاهات البحثية الحديثة في نظرية الاستخدامات والإشباع.

- في مقالة علمية ل (Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013) ⁴³ بعنوان "الاستخدامات والإشباع في ويب 2 إشباعات جديدة لوسائل الإعلام الجديدة" انتقدا ما ذهب إليه كثير من دراسات الاستخدامات والإشباع التي تتعلق بالوسائل الحديثة، وكيف أن الدراسات التي أجريت على استخدامات الإنترنت قد طرحت قائمة بالإشباع تشبه بشكل ملحوظ تلك التي يتم الحصول عليها من الوسائط القديمة ، كما أنها تستخدم نفس المقاييس التي استخدمت لقياس الإشباع التي تحققها الوسائل التقليدية، كما أنها استخدمت تعميمات ضخمة لعمليات الإشباع التي تحققها الوسائل الجديدة و استخدام التدابير المصممة لفهم الإشباع التي تحققها وسائل الإعلام الكلاسيكية لفهم الإشباع التي تحققها الوسائط الرقمية ، وهو مع يجعل ثمة افتقارا في تلمس الإشباع الدقيقة التي توفرها هذه الوسائل الحديثة . ويذهب الباحثان الي أن الإشباع التي تحققها الوسائل الحديثة أضحت تتحدى فكرة أن جميع عمليات الإشباع تنبع من الاحتياجات الفطرية، لكون شركات التكنولوجيا الإعلامية أصبحت تشكل هي نفسها احتياجات المستخدمين ، مما يؤدي إلى تحقيق إشباع جديدة لم تكن متاحة في الوسائل التقليدية.

- وسعى كل من (Tanta, I., Mihovilović, M., & Sablić, Z. (2014) ⁴⁴ لاستكشاف فوائد استخدام Facebook بين المراهقين وأي من احتياجاتهم تم إشباعها ، عبر استطلاع شمل 431 من مستخدمي Facebook المراهقين في الفترة من أكتوبر إلى ديسمبر 2013 في مدينة زغرب. وأظهرت النتائج أن معظم المراهقين يستخدمون Facebook للتواصل مع أصدقائهم ، ومناقشة الأنشطة المدرسية ، وإعداد الاجتماعات والتواريخ مع الأصدقاء ، وكذلك الحصول على

معلومات حول الأحداث الاجتماعية. إن استخدام Facebook يشبع في المقام الأول حاجة المراهقين إلى التكامل والتفاعل الاجتماعي والمعلومات وفهم بيئتهم الاجتماعية.

- وسعت دراسة (Cheng, Y., Liang, J., & Leung, L. (2015)⁴⁵ لمعرفة العلاقات بين التماس الإشباع واستخدام خدمة الشبكات الاجتماعية على الأجهزة المحمولة و علاقته بالمشاركة في الانشطة المدنية في مدن الشمال الشرقي الصينية . وذلك عبر استطلاع آراء 760 طالبا جامعيًا. عبر عينة عنقودية حيث تم اختيار 5 جامعات من بين 98 جامعة ثم تم اختيار 4 قاعات دراسية من كل جامعة، وأظهرت النتائج أن إشباع سهولة الوصول، وتبادل المعلومات (احتياجات الإدراك) ، والتفاعل الاجتماعي (احتياجات الاعتراف) تنبأ بشكل كبير بالمشاركة المدنية للمبحوثين. كما أظهرت النتائج أيضًا أن المواقف المدنية واستخدام خدمة الشبكات الاجتماعية على الأجهزة المحمولة يرتبطان ارتباطًا إيجابيًا بالمشاركة المدنية. وأثبتت هذه النتائج جيدًا الدور الهام للاتصالات المتنقلة في توصيل المواطنين بالمجتمع المدني. وتشير هذه النتائج إلى أن الإشباع التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي للمواطنين تحقق هدفًا أعلى من تحقيق هذه الإشباعات وهو كون هذه الإشباعات تساهم في النهاية في مشاركة المواطن في الانشطة التي يسعى المجتمع المدني لإنجازها.. أي أن عملية الاشباع هنا هي وسيط لهدف أكبر ليس إلا.

- واجرى (Quinn, K. (2016)⁴⁶ دراسة على عينة عمدية من 361 طالبًا جامعيًا يدرسون في جامعة أمريكية كبيرة. بالمسح عبر الإنترنت لفهم كيفية تقاطع إدارة المبحوثين لخصوصياتهم على مواقع التواصل الاجتماعي مع الدوافع الكامنة وراء استخدام الوسائط. وقد اثبتت النتائج أن نظرية الاستخدامات والإشباعات تقدم رؤية ليست فقط لفهم استخدام الوسائط الاجتماعية ، ولكن أيضًا لفهم كيف يتأثر استخدام هذه الوسائط الاجتماعية بهاجس الخصوصية لديهم وكيف ينعكس استخدامها على أنشطة الخصوصية اليومية. وتمثلت استخدامات منصات هذه الوسائط الاجتماعية من قبل المبحوثين : في تحقيق التأثير في الآخرين ، والرفقة ، وتتبع أنشطة الآخرين ، ومشاركة المعلومات ، والعادات ، والترفيه ، والاتصالات ، والاستخدام المهني ، والهروب.

- واستكشف دراسة (Quinn, K. (2016)⁽⁴⁷⁾ كيف تتداخل سياقات وسائل التواصل الاجتماعي مع رأس المال الاجتماعي. من البيانات التي تم جمعها في استطلاع على الإنترنت لحوالي 350 من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي ، تم استخدام تحليل الانحدار متعدد المتغيرات لتحليل المساهمات التي تقدمها السياقات الفردية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الربط والترابط ورأس المال الاجتماعي المحتفظ به. يوضح هذا التحليل أنه على الرغم من أن التواصل الفعال اليومي هو أحد المساهمين الأساسيين في تراكم جميع أشكال رأس المال الاجتماعي ، فإن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتعبير عن الذات والتعبير عن الاهتمام بالآخرين يعد أمرًا مهمًا أيضًا في نتائج رأس المال الاجتماعي. وتؤكد هذه النتائج على أهمية النظر في السياق لفهم آثار استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

- واستخدم كل من (Kim, Y., Kim, Y., Wang, Y., & Lee, N. Y. (2016)).⁴⁸ نظرية الاستخدامات والإشباعات لمعرفة مدى رضا الصحفيين الكوريين الجنوبيين عن علاقتهم مع جماهيرهم على تويتر ، وتحديدًا معرفة مدى الارتباط بين دوافع الصحفيين لاستخدام Twitter واستخداماتهم الفعلية لتويتر، ومدى انعكاس ذلك على درجة رضاهم عن علاقتهم بجماهيرهم وذلك عبر دراسة مسحية لعينة عشوائية منتظمة من قائمة الصحفيين الكوريين البالغ عددهم 1700 وبلغ حجم العينة 163 صحفي تم التواصل معهم عبر الإيميل ، كشفت النتائج أن هنالك علاقة ايجابية بين دوافع استخدام الصحفيين لتويتر ، وبين انشطتهم المهنية مثل نشر ومشاركة أخبارهم والتفاعل حولها مع الجمهور وبالصورة التي تحقق رضا ما من قبل الجماهير عنهم . وقد اشارت النتائج أيضا أنه كلما كان ثمة رضا من قبل الجمهور كلما كان ذلك محفزا لاستخدام الصحفيين لتويتر. وهكذا تشير نتائج هذه الدراسة أن ما يحققه استخدام القائم بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي من إشباعات، تختلف إلى حد كبير عما تحققه للجمهور؛ لاسيما وان التفاعلية التي تتيحها هذه الوسائط تجعل عمليات الإشباع التي يسعى القائم بالاتصال لنيله عبر تحقيق الرضا لدى الجمهور تتم بشكل فوري.

- وبحث (Malik, A., Dhir, A., & Nieminen, M. (2016)). عن الإشباعات التي يحققها استخدام شبكات التواصل الاجتماعي (الفيديو) عندما يقوم المستخدم هنا كمصدر لعلمية الاتصال و ليس كمتلق ، وذلك بالتطبيق على الإشباعات التي تحققها مشاركة المستخدمين للصور على حساباتهم على الفيسبوك على عينة من 368 مفردة من مستخدمي الفيسبوك الذين لا يقل عدد متابعيهم عن 1000 متابع. ومن خلال عمل مجموعتين نقاشيتين مجموعة نقاشيتين وجد ان هذه الإشباعات هي: كسب مودة الآخرين ، البحث عن الاهتمام من قبل الآخرين ، الإفصاح عما نقوم به من أنشطة ، من قبيل العادة ، مشاركة المعلومات مع الاصدقاء ، تحقيق التأثير الاجتماعي ، وقد أشارت النتائج إلى أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الأكبر سنا يميلون إلى القيام ببث الرسائل التي تشبع رغبتهم في التمييز عن الآخرين وتمكن من تحقيق مزيد من التأثير الاجتماعي لهم.

- وسعت دراسة كل من (Musa, A. S., Azmi, M. N. L., & Ismail, N. S. (2016))⁴⁹ إلى استكشاف الوظائف الحالية لنظرية الاستخدامات والإشباعات في استخدام الطلاب لوسائل التواصل الاجتماعي. واستخدمت الدراسة الاستقصائية ومناقشة مجموعة التركيز لاستنباط معلومات من عينة عمدية مكونة من 111 طالبا من طلاب السنة الأخيرة في دراسات الإعلام . وأشارت نتائج الدراسة إلى أن غالبية المبحوثين (98.2%) استخدموا وسائل التواصل الاجتماعي للتواصل والتعاون وتبادل الأخبار والبحث ، والتعبير عن الرأي ، والحفاظ على الاتصال مع الآخرين ، وتكوين صداقات من بلدان أخرى. وكان كل من Facebook و WhatsApp الشبكات الاجتماعية الأكثر تفضيلاً بين المشاركين. وقد أكدت نتائج الدراسة أن منصات وسائل التواصل الاجتماعي قد أعادت إحياء وظائف نظرية الاستخدامات و الإشباعات، وقدمت عددًا كبيرًا من الإستخدامات التي تتيحها هذه الوسائط التي لم تستطع وسائل الإعلام التقليدية أبدًا تحقيقها.

- وبحث كل من (Ratcliff, A. J., McCarty, J., & Ritter, M. (2017))⁵⁰ مدى استخدام التكنولوجيا كمؤشر لسلوك ديني معين. باستخدام عينة (N = 423) من مبحوثين ذوي خلفيات دينية وثقافية متباينة ، وأشارت النتائج إلى أن

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في هذا الصدد يساهم في كيفية نظر الناس للدين باعتباره آلية لتلبية الاحتياجات. وعند تطبيق نظرية الاستخدامات والإشباع في هذه النقطة ، ظهرت ثلاثة احتياجات تتعلق بالدين: الدين كوسيلة لتمضية الوقت ، والدين كوسيلة لتلبية الاحتياجات الذاتية ، والدين كمحفز للتعلم.

- وسعى كل من (Brubaker, P. J., & Haigh, M. M. (2017)⁵¹ لاستكشاف الاستخدامات والإشباع التي يحققها الفيس بوك للمسيحيين المتدينين وذلك عبر استطلاع لآراء عينة متاحة مقدارها 335 تم الوصول إليها عبر إعلانات مدفوعة الاجر على الفيسبوك، وأظهرت نتائج الدراسة أن ثمة أربعة دوافع أساسية وراء الوصول إلى المحتوى الديني على الفيسبوك : وهي الخدمة (وتعني خدمة الآخر وتحقيق ما ينفعه كما تأمر التعاليم المسيحية)، وتحقيق التنوير الروحي ، والحصول على المعلومات الدينية ، والترفيه. وانتهت الدراسة إلى أن أولئك الذين يستخدمون فيسبوك بشكل متكرر لنشر المحتوى الديني والتعليق عليه ومشاركته مع الآخرين، والذين يكونون أكثر تديناً هم أكثر تقديمًا للخدمات للآخرين.

- أما (Gruzd, A., Haythornthwaite, C., Paulin, D., Gilbert, S., & Del Valle, M. E. (2018)⁵² فقد سعوا الي فهم كيفية استخدام الوسائط الاجتماعية في التدريس في التعليم العالي. عبر استبيان الكتروني ل 333 معلمًا في التعليم العالي، وكشفت إجاباتهم حول كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في التدريس ، ونتائج التحليل العاملي ، عن ستة استخدامات رئيسة له هي تسهيل مشاركة الطلاب ، و تنظيم عملية التعلم ، و المشاركة مع المصادر العلمية والتعليمية الأخرى ، وتعزيز اهتمام الطلاب بالمحتوى ، وبناء تجمعات تدريسية ، و اكتشاف المصادر العلمية الأخرى . وهذه النتائج تتوافق مع جوهر نظرية الاستخدامات والإشباع الذي تصور جمهور وسائل الإعلام كمستخدمين نشطين للوسائط عبر اختيار وتشكيل استخدام الوسائط لتلبية احتياجاتهم الخاصة.

- وسعى (Gan, C., & Li, H. (2018)⁵³ إلى معرفة آثار الإشباع المختلفة على نية استمرار استخدام الوسائل الإعلامية؛ وذلك بالتطبيق على موقع WeChat في الصين. واستنادًا إلى نظرية الاستخدامات والإشباع تم تطوير نموذجًا نظريًا يحدد أربعة أنواع من الإشباع: الإشباع عبر تحقيق المتعة (التمتع وقضاء الوقت) ، الإشباع الاجتماعي (التفاعل الاجتماعي وبناء الوجود الاجتماعي) ، الإرضاء النفعي (تسويق الذات ، توثيق وتبادل المعلومات) وإرضاء التكنولوجيا (نداء وسائل الإعلام) . تم جمع البيانات من خلال استبيان من 297 من مستخدمي WeChat في الصين ، تشير النتائج إلى أن الإشباع التكنولوجي (نداء وسائل الإعلام) له أكبر الأثر على نية الاستمرار في استخدام WeChat ، يليه إشباع (التمتع) ثم الإرضاء النفعي (تبادل المعلومات) .

3- التعليق على دراسات الاتجاهات الحديثة في نظرية الاستخدامات والإشباع:

يمكن التعليق على هذه الدراسات عبر التعرف على أهم الاتجاهات الحديثة التي سادت الدراسات التي طبقت طروح نظرية الاستخدامات والإشباع والتصميم المنهجي الذي اتبعته هذه الدراسات، وأهم النتائج التي توصلت إليها وذلك على النحو الآتي:

- أبرز اتجاهات الدراسات الحديثة في نظرية الاستخدامات والإشباع:

ثمة اتجاهان رئيسيان يمكن ملاحظتها في الدراسات الحديثة التي عرضنا لها والتي تناولت تطبيقات نظرية الاستخدامات والإشباع في العصر الرقمي هما

الاتجاه الأول: ويتعلق بالاستخدامات العامة لوسائل التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها وذلك مثل

دراسات (Tanta, I., Mihovilović, M., & Sablić, Z. (2014) ودراسة (Cheng, Y., Liang, J., & Leung, L. (2015) ودراسة (Quinn, K. (2016) ودراسة (Malik, A., Dhir, A., & Nieminen, M. (2016).

الاتجاه الثاني: ويتعلق بالاستخدامات الخاصة للفيديو كمرسل بدلا من متلقي مثل دراسة (Musa, A. S., Azmi, M. (2017) ودراسة (N. L., Ismail, N. S. (2016) ودراسة (Brubaker, P. J., & Haigh, M. M. (2017) ودراسة (Ratcliff, A. J., McCarty, J., & Ritter, M. (2017) ودراسة (Gruzd, A., (2018) ودراسة (Haythornthwaite, C., Paulin, D., Gilbert, S., & Del Valle, M. E. (2018).

ب- التصميم المنهجي لدراسات نظرية الاستخدامات والإشباع:

استخدمت المقالة العلمية ل((Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013) منهجية التحليل والتركيب الفلسفي. بينما استخدمت باقي الدراسات الوصفية منهجية المسح وقد كانت أداة الاستبيان هي الاداة الرئيسة في كل هذه الدراسات عدا دراستي (Malik, A., Dhir, A., & Nieminen, M. (2016) و (Musa, A. S., Azmi, M. N. L., & Ismail, N. S. (2016). اللتان استخدمتهما المجموعات النقاشية المركزة.

أهم نتائج دراسات نظرية الاستخدامات والإشباع:

ثمة نتائج عدة توصلت إليها هذه الدراسات التي سعت لاختبار طروح نظرية الاستخدامات والإشباع يمكن تلخيص أبرزها في أن الإشباع التي تحققها الوسائل الحديثة أضحت تتحدى فكرة أن جميع عمليات الإشباع تنبع من الاحتياجات الفطرية، وإنما أصبحت شركات التكنولوجيا الإعلامية تشكل هي نفسها احتياجات المستخدمين، مما يؤدي إلى تحقيق إشباع جديدة لم تكن متاحة في الوسائل التقليدية. وأن الإشباع التي تحققها شبكات التواصل الاجتماعي للمواطنين تحقق هدفا أعلى من تحقيق هذه الإشباع وهو كون هذه الإشباع تساهم في النهاية في مشاركة المواطن في الأنشطة التي يسعى المجتمع المدني لإنجازها.. أي أن عملية الإشباع هنا هي وسيط لهدف أكبر ليس 'لا'. وأن استخدام Facebook من قبل المراهقين يلبي في المقام الأول حاجتهم إلى التكامل والتفاعل الاجتماعي مع الاصدقاء والحصول على المعلومات وفهم حقائق البيئة الاجتماعية، وأن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للتعبير عن الذات والتعبير عن الاهتمام بالآخرين يعد أمراً مهماً أيضاً في نتائج رأس المال الاجتماعي.

وقد أشارت النتائج أيضا إلى أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الأكبر سنا يميلون إلى القيام ببث الرسائل التي تشبع رغبتهم في التمييز عن الاصغر سنا وتمكنهم من تحقيق مزيدا من التأثير الاجتماعي لهم. كما كشفت النتائج أن منصات وسائل التواصل الاجتماعي قد أعادت إحياء وظائف نظرية الاستخدامات والإشباع وقدمت عددًا كبيرًا من الاستخدامات التي تتيحها هذه الوسائط التي لم تستطع وسائل الإعلام التقليدية أبدًا تحقيقها. وأن أولئك الذين يستخدمون فيسبوك بشكل متكرر لنشر المحتوى الديني والتعليق عليه ومشاركته مع الآخرين، والذين يكونون أكثر تديناً هم أكثر تقديمًا للخدمات للآخرين. كما تشير النتائج إلى أن الإشباع التكنولوجي (نداء وسائل الاعلام) له أكبر الأثر على نية الاستمرار في استخدام WeChat ، يليه إشباع (التمتع) ثم الإرضاء النفعي (تبادل المعلومات).

ثالثا

الاتجاهات البحثية الحديثة في نظرية الغرس

Cultivation Theory

يشمل العرض التحليلي للدراسات التي تتعلق بنظرية الغرس عرضاً مجملًا لملامح النظرية والدراسات التي أسهمت في تطويرها، في عصر الاتصال الرقمي، ثم عرضاً للاتجاهات البحثية الحديثة التي تسود دراساتها في السنوات الخمس الأخيرة ثم التعليق عليها.

١- ملامح نظرية الغرس وأبرز الدراسات التي أسهمت في تطويرها في العصر الرقمي:

تسمى هذه النظرية – أحيانا- بنظرية تحليل الغرس Cultivation Analysis وتهتم النظرية بمدى إسهام التلفزيون في إدراك المشاهدين للواقع الاجتماعي. وبالرغم من أن العالم قد تغير كثيرا منذ عام 1960 منذ أن وضع جيربнер Gerbner ورفاقه هذه النظرية إلا أن التلفزيون أيضا قد تغير كمؤسسة اجتماعية كما تطورت التكنولوجيا الخاصة بالتلفزيون، ومع هذا فلا تزال النظرية صحيحة وواعدة ولا تزال هذه النظرية كما يذكر Michael Morgan and James Shanahan واحدة من أهم ثلاث نظريات تم استخدامها في البحوث العلمية التي نشرت في الدوريات العلمية الرئيسية في الفترة من 1965 إلى عام 2000 وقد بلغ عدد الدراسات التي استخدمت نظرية الغرس في هذه الفترة 500 دراسة وفي الفترة من 2000 إلى 2010 تم نشر 125 دراسة في هذه الدوريات ثم بلغ مجمل هذه الدراسات في عام 2015 أكثر من 650 دراسة⁵⁴. كما أشار تحليل مضمون كثير من الدراسات المنشورة إلى الاعتماد على نظرية الغرس كواحدة من أهم النظريات المؤثرة في مجال الإعلام المرئي⁵⁵

ويتمثل الافتراض الرئيس لهذه النظرية في أن أولئك الذين يقضون وقتا أطول في مشاهدة التلفزيون من المحتمل أن يدركوا العالم بطريقة مشابهة لما يعرض في التلفزيون.⁽⁵⁶⁾

وكما يذكر جورج جيربнер George Gerbner واضع هذه النظرية فإن تحليل الغرس يهتم بثلاث عمليات أساسية، الأولى: تتمثل في تحليل العملية الخاصة بالتلفزيون كمؤسسة؛ وهنا يكون الاهتمام بعلاقات القوة وصنع القرار والعمليات الخاصة بنشر رسائل معينة يتم بثها في التلفزيون، والثانية: تحليل نظم الرسائل، وهنا يكون الاهتمام بأنماط الرسائل فيما يبثه التلفزيون ومدى اتساقها مع ما يتم بثه. والثالثة: تتمثل في دراسة العلاقة بين العمليات المؤسسية بين ما يقوم به التلفزيون من بث رسائله للجمهور ونظم هذه الرسائل ومدى مساهمة هذه الرسائل في إدراك العالم بشكل مشابه للصور والرسائل التي يتلقاها من التلفزيون.⁽⁵⁷⁾

وتقوم الدراسات التي تستخدم نظرية الغرس بالخطوات الآتية .. الأولى: تتمثل في معرفة الرسائل التي يتم بثها في التلفزيون ويتعرض لها مشاهدو التلفزيون ، والثانية: تتمثل في الحصول علي أهم الصور والأفكار التي يتم تكرارها في هذه الرسائل. والثالثة: عمل استبياناً يتم من خلاله توجيه أسئلة للجمهور عن مدى تأثره بهذه الرسائل. والرابعة: تتمثل في مقارنة كثيفي المشاهدة heavy viewers بقليلي المشاهدة light viewers فيما يتعلق بمدى التأثير الذي أحدثته رسائل التلفزيون، ويكاد أن يكون ثمة اتفاق بين الباحثين أن تأثيرات الغرس تحدث تحت مظلة متغيرات أخرى مثل المتغيرات الديموغرافية والسمات الشخصية؛ فمثلاً كثيفو المشاهدة سوف يعطون إجابات تمثل عالم التلفزيون؛ ولكنها بالطبع ليست ممثلة للعالم الحقيقي؛ وهذه الإجابات ستختلف بالطبع عن قليلي المشاهدة الذين سيترحون إجابات قد تمثل العالم الحقيقي بدقة أو تعكس الظروف الاجتماعية بشكل أفضل بكثير من كثيفي المشاهدة.⁽⁵⁸⁾

وكما يذكر جورج جرينر أن التلفزيون يعد النظام المركزي والرئيسي الذي يقوم برواية القصص والحكايات story telling⁵⁹ ويذكر " Shrum " أن تأثير الغرس يحدث بطريقتين: الأولى أسماها أحكام أو تقديرات المطلب الأول first order judgments والتي تعد تقديرات فيما يتعلق بمدى وجود بعض الحقائق أو الحوادث في الحياة اليومية مثل تقدير عدد الذين يعملون في تطبيق القانون أو عدد الجرائم يوميا أو عدد الحوادث الإجرامية في اليوم ، والثانية أسماها أحكام أو تقديرات المطلب الثاني والتي تعكس اتجاهات أو معتقدات أكثر تحديدا مثل التوجهات السياسية أو الاجتماعية.⁽⁶⁰⁾

وقد لخص Stanley J. Baran and Dennis Davis افتراضات الغرس في خمسة افتراضات أساسية⁽⁶¹⁾ هي:

- ١- يختلف التلفزيون أساسا عن وسائل الاتصال الأخرى ، لأنه يوجد في كل المنازل ، ولا يتطلب معرفة القراءة والكتابة مثل الكتب أو الجرائد أو المجلات ، ويختلف عن السينما لأنه بالمجان ، ويختلف عن الراديو لأنه يجمع الصوت والصورة ، ولا يتطلب منك أن تتحرك وتترك المنزل مثل المسرح أو السينما.
- ٢- بسبب وصول التلفزيون للجميع ووسائله المتاحة ، فإن الافتراض الثاني ينبع معبرا عن قوة هذه الوسيلة ، باعتباره مكونا أساسيا وصانعا للأنماط الثقافية الموجودة (سواء كانت تسلية أو معلومات) للجماهير العامة من مختلف الجماعات التي لم تشارك في أي من أنظمة الرسائل العامة الشائعة .
- 3- ينبع الافتراض الثالث من هذا الواقع المشترك ، فجوهرة الوعي الذي يغرسه التلفزيون لا يعد اتجاهات أو آراء أكثر من كونها افتراضات عن حقائق الحياة ومعايير للحكم والتي عليها بنيت هذه الاستنتاجات .
- 4- لأن معظم محطات التلفزيون تستهدف نفس الجماهير ، فإنها تعتمد علي نفس الأنواع والأشكال المتكررة والقصص لجذب الجماهير ، ومن ثم يصبح الافتراض الرابع أن وظيفة التلفزيون الثقافية الأساسية أن تحافظ علي استقرار الأنماط الاجتماعية ، وأن تغرس مقاومة التغيير وبهذا يعد التلفزيون أداة للتنشئة الاجتماعية ، لأن ما يرونه في التلفزيون يمثل الاتجاه السائد .

5- إسهامات التلفزيون في الثقافة قليلة نسبياً ومستقلة ويمكن ملاحظتها وقياسها . ويستخدم "جرينر" التناظر الوظيفي للعصر الجليدي Ice-age analogy لتوضيح فكرته ، فيذكر أن مجرد التحول ولو لدرجات قليلة في الحرارة يمكن أن تؤدي إلي ذوبان الجليد ، فبالرغم من أن تأثيرات التلفزيون قليلة ، إلا أنها علي المدى البعيد ستؤدي إلي اختلافات حاسمة ، فالتأثير موجود وهام .

ولقد أضاف "جرينر ورفاقه" افتراضين آخرين هما الاتجاه السائد Mainstreaming والرنين Resonance ويشير الاتجاه السائد إلي إسهام التلفزيون في تقليص الفروق الخاصة بالمتغيرات الأخرى بين المشاهدين بكثافة مثل التعليم والسن والمتغيرات الديموغرافية والاجتماعية الأخرى .ويمكن فهم الرنين من خلال تعزيز رسائل التلفزيون عندما تتفق مع الخبرات المباشرة التي يتعرض لها المشاهدون في حياتهم اليومية فالعديد من المشاهدين لهم علي الأقل خبرة مباشرة بالعنف البدني ، كالسرقعة المسلحة أو الاغتصاب أو المشاجرات أو اصطدام السيارة . هذه الخبرة تكون مؤلمة ولكن التكرار الرمزي لها وتصويرها علي شاشة التلفزيون يجعل المشاهد يستعيد هذه الخبرة المؤلمة في ذهنه. فالتطابق بين ظروف الحياة الواقعية وعالم التلفزيون ربما يضخم هذه الخبرة المؤلمة، وبهذا يحصل المشاهدون باستمرار علي جرعة مضاعفة من العنف أو القضايا التي لهم بها خبرة مباشرة، ثم يرونها مرة أخرى في التلفزيون. ويزعم "جرينر" أن الغذاء اليومي من العنف والهمجية الرمزية التي نراها في التلفزيون سيعزز من خبرات الناس ويجعلهم يشعرون أن العالم مكان مخيف.⁽⁶²⁾

ولقد وُجّهت انتقادات عديدة للغرس وتم الرد عليهما من قبل أنصارها.. ويكفي أن نذكر رد " Michael Morgan and James Shanahan" علي من يزعمون أنه في ظل سيادة الكمبيوتر والإنترنت والمواقع الالكترونية المتعددة والجذابة سيتعرض مستقبل النظرية للخطر، بأن هذا قد يكون صحيحاً إلي حد ما؛ ولكن إحصائيات المشاهدة للتلفزيون وصلت أقصاها في عام 2009 ولا يزال التلفزيون هو المسيطر؛ بل إن الوسائل التكنولوجية الحديثة سوف تزيد من أثر الغرس التلفزيوني وسيساعد الإنترنت علي هذا؛ ولقد أنشئت مواقع عديدة علي الإنترنت للبحث التلفزيوني، كما أن أعداد القنوات التلفزيونية في تزايد مستمر وسيظل التلفزيون هو المسيطر الرئيسي في عملية رواية القصص والنشاط الثقافي والاجتماعي، و لمدة عقود كثيرة قادمة.⁽⁶³⁾

2: الدراسات التي طبقت الاتجاهات البحثية الحديثة لنظرية الغرس:

- استعرضت مقالة علمية لكل من Morgan, M., Shanahan, J., Signorielli, & Morgan 2015⁶⁴ بعنوان "ماضي نظرية الغرس ومستقبلها: وسائل الاتصال الجماهيري والمجتمع" طرأت على الظروف الاجتماعية والإعلامية التي استندت إليها فروض نظرية الغرس، وكيف أن فروض هذه النظرية ما زالت قابلة للتطبيق بسبب بساطتها وسلامة طرحها الرئيس بأن القصص التي نرويها أو تروى لنا تؤثر على الطريقة التي نفكر بها في العالم. ودعت المقالة إلى ضرورة إدخال تحسينات على منهجية دراسة النظرية في ضوء ما تسمح به التكنولوجيا نفسها للباحثين من جمع السجلات الرقمية لكثافة تعرض الجماهير لمواد تلفزيونية معينة، لاسيما عبر المواقع المختلفة التي تتيحها الإنترنت .

--واجرى (Lau, H. Y. (2015) 65 دراسة حول تأثيرات الغرس التي تتم عبر التلفزيون والوسائط الالكترونية عبر التحليل الكمي لاستبيان وزع على عينة من 258 طالبًا جامعيًا. وأشارت النتائج إلى أن مشاهدة التلفزيون هي أحد المحددات المهمة للتغيرات التي تحدث لمفهوم الواقع الاجتماعي لدى المبحوثين ،

- أما دراسة (Cheng, J. W., Mitomo, H., Otsuka, T., & Jeon, S. Y. (2016) 66. فسعت لإجراء تحقيقا متعمقا في كيف يمكن أن تؤثر وسائل الإعلام الجماهيرية والاجتماعية على تصورات الناس لكارثة ما ونواياهم السلوكية فيما يتعلق بأنشطة التعافي بعد الكوارث. تستخدم هذه الدراسة زلزال Great East Japan 2011 كدراسة حالة ، واثبتت النتائج أن وسائل الإعلام الجماهيرية والاجتماعية يمكنها أن تلعب أدوارًا مختلفة وتمارس تأثيرات مختلفة على تصورات الناس للكارثة. وأن الإعلام الجماهيري ، وخصوصًا التلفزيون ، هو الأكثر نفوذًا ، خاصةً على أولئك الذين لم يتأثروا مباشرة بالكارثة. وأن وسائل التواصل الاجتماعي ، على الرغم من تحقيقها تأثير أضعف بكثير ، إلا أن صداها كان أكثر مع أولئك الذين تأثروا مباشرة بالكارثة.

وقد أثبت كل من (Ellithorpe, M. E., Brookes, S. E., & Ewoldsen, D. R. (2016) 67 في دراستهم لأثر مستويات التفسير العقلي لمضامين المواد التي يتم التعرض لها على عمليات الغرس الثقافي، والتي أجريت عبر استخدام المسح لعينة تم التواصل معها عبر الأنترنت مكونه (527) من طلاب المرحلة الجامعية الأولى، وجدت الدراسات الحالية أن ارتفاع مستوى التفسير العقلي (الحسي أو التجريدي) في مضمون هذه المواد التي يتم التعرض لها يخفف من تأثير عملية الغرس الكلاسيكية للأحكام التي تطرحها المواد الإعلامية، ولا يدعم التفسير العقلي الحسي تأثير الغرس الثقافي إلا إذا كان ثمة معدل عالي من التعرض للمواد الإعلامية، وقد يلغي التفسير التجريدي للأحكام التي تحملها المواد الإعلامية هذا التأثير تماما

- وأجرى (Zia, A., Ifthikar, M., & Raza, S. H. (2017) 68 دراسة حول تأثيرات الغرس عبر الدراما على سلوك النساء الريفيات في إندونيسيا إقليم البنجاب في ضوء نموذج (Communication mediation model(CMM) والذي يسعى الي تلمس اثر العوامل الشخصية في تفسير كيفية وعلل استخدام الافراد لوسائل الاعلام، وذلك عبر مسح عينة من 258 سيدة ريفية. وأظهرت النتائج أن ثمة عاملا وسيطا بين عملية الغرس التي تنجم عن التعرض لهذه الدراما وبين تبني السلوكيات التي تروج لها، هذا العامل الوسيط هو درجة الإشباع التي تحققها هذه الدراما لدى المبحوثات.

- ودرس (Morgan, M., & Shanahan, J. (2017) 69 أثر مشاهدة التلفزيون على غرس القيم السلطوية لدى المشاهدين، وذلك بالتطبيق على عينة عمدية من (1053) مبحوثا من أنحاء أمريكا المختلفة قسمت مناصفة بين النساء والرجال لدراسة علاقة المشاهدة التلفزيونية بالقيم الاستبدادية. وأثبتت النتائج أن كثيفي المشاهدة للبرامج التي تعرضها قنوات ذات ولاء للحزب الجمهوري، من المرجح أن يكونوا استبداديين ، وأن المستبدين أكثر عرضة لدعم "ترامب" واثبتت الدراسة بالفعل وجود علاقة غير مباشرة بين مقدار المشاهدة لهذه البرامج ودعم الاجراءات السلطوية لترامب.

- وحاول كل من (Tang, Y., Dou, X., & Oliver, M. B. (2018))⁷⁰ استكشاف عملية الغرس على صورة كل من الصين والولايات المتحدة الأمريكية على عينة من 112 طالبا من طلاب إحدى جامعات بكين عبر المسح الإلكتروني لساعات المشاهدة الأسبوعية للتلفزيون الصيني، بما في ذلك التلفزيون المركزي الصيني (CCTV). وكشفت النتائج أن محتوى التلفزيون الأمريكي يبدو أن له تأثير في الغرس أكبر بكثير من البرامج التلفزيونية الصينية. والتي يمكن تفسيرها من خلال حقيقة أن تأثير وسائل الإعلام الأجنبية يمكن أن يكون قويا بسبب نقص معرفة المشاهدين أو تجربتهم المباشرة عن مطابقة ما تبثه هذه الوسائل مع الواقع من عدمه ،

- وطبقت دراسة (Tsay-Vogel, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2018)). فرضيات نظريات الغرس عبر تحليل اتجاهات الخصوصية وسلوكيات الكشف عن الذات بين مستخدمي Facebook وذلك عبر دراسة تتبعية استمرت من سنة 2010 إلى 2015) لعينة من طلاب جامعتين أمريكيتين في شمال شرق أمريكا بلغ مجموعها خلال السنوات الخمس (2789) من الذين تتراوح اعمارهم بين 18 و 25 سنة، وقد توصلت الدراسة إلى أن الاستخدام الكثيف لوسائل التواصل الاجتماعي أثر على تصورات المستخدمين للواقع. وهو الأمر الذي تمثل في جعل الإفصاح عن الذات في العالم الافتراضي حقيقة واقعة؛ حيث لم يعد يُنظر إلى الكشف عن البيانات الشخصية على أنه أمر عادي، ولكن أصبح ينظر إليه على أنه امر مطوبا أيضاً. وهو ما يشير إلى قدرة وسائل التواصل الاجتماعي على المساهمة في التنشئة الاجتماعية، لا سيما عبر ما يتركه الاستخدام المطول لها من آثار تراكمية.

- أما دراسة (Johnson, M. (2018))⁷¹ فأجريت على عينة من 183 مبحوثا من مشاهدي برنامج Grey's Anatomy الدرامي الطبي، وتوضح هذه الدراسة أن البرامج قد يكون لها تأثير الغرس على مشاهديها عندما تنطوي على عواقب أصغر لمخالفة الاخلاقيات الطبية، مثل غرامة قدرها 100 دولار بسبب انتهاك قانون التامين الصحي ، ولكن لا يبدو أنها تظهر تأثيراً على إدراك كيفية معالجة المشكلات الأخلاقية الأكبر في المستشفى، مثل التسبب عمدا في ضرر لا لزوم له لمريض.

- وسعى كل من (Kort-Butler ، L. A. ، Habecker ، & (2018)).⁷² لتطبيق طروح نظرية الغرس على أثر التعرض لوسائل الإعلام و شبكات التواصل الاجتماعي على اتجاهات عينة بلغت (550) من البالغين في ولاية نبراسكا نحو الجريمة وأشارت النتائج إلى أن مشاهدة العنف عبر التلفزيون او عبر شبكات التواصل الاجتماعي تخلق قلقا وغضبا لدى المبحوثين من الجريمة. وأنه كلما كانت وسائل الإعلام مصدرا موثوقا للمعلومات حول الجريمة كلما كانت أكثر قدرة على غرس مشاعر الغضب نحو الجريمة، وكلما ازداد الدعم للنظام القضائي الذي يضع الاحكام الرادعة لهذه الجرائم. بينما كان تأثير الخبرات الشخصية للفرد مثل معرفة ضباط الشرطة أو الإصلاحيين أو معرفة شخص تم اعتقاله أو حبسه ذات أثر محدود على هذه الاتجاهات. 3- التعليق على دراسات الاتجاهات الحديثة في نظرية

الغرس

يمكن التعليق على هذه الدراسات عبر التعرف على أهم الاتجاهات الحديثة التي سادت الدراسات التي طبقت طروح نظرية الغرس والتصميم المنهجي الذي اتبعته هذه الدراسات، وأهم النتائج التي توصلت إليها وذلك على النحو الآتي:

- أبرز اتجاهات الدراسات الحديثة في نظرية الغرس:

ثمة اتجاهان رئيسيان يسودان الدراسات الحديثة التي عرضنا لها والتي تناولت تطبيقات نظرية الغرس.

الاتجاه الأول ويتعلق بتطبيق طروح نظرية الغرس في وسائل الإعلام الرقمي مثل دراسة (Lau, H. Y. (2015) ودراسة (Cheng, J. W., Mitomo, H., Otsuka, T., & Jeon, S. Y. (2016) ودراسة (Habecker, L. A., Kort-Butler, & Jeon, S. Y. (2018).

أما الاتجاه الثاني فهو الذي يهتم بتطبيق طروح نظرية الغرس في وسائل الإعلام التقليدية فقط أو التقليدية مقارنة بالحديثة مثل (Zia, A., Ifthikar, M., & Raza, S. H. (2017) ودراسة (Morgan, M., & Shanahan, J. (2017) ودراسة (Tang, Y., Dou, X., & Oliver, M. B. (2018).

التصميم المنهجي للدراسات

استندت الدراسات الوصفية السابقة التي أجريت لاختبار طروح نظرية الغرس في ميادين مختلفة على منح المسح واستخدمت الاستبيان كأداة رئيسة للحصول على البيانات من المبحوثين سواء عبر المقابلات المباشرة أو عبر إرساله إلكترونياً.

أهم النتائج:

ثمة نتائج عدة توصلت إليها هذه الدراسات التي سعت لاختبار طروح نظرية الغرس يمكن تلخيص أبرزها في أن مشاهدة التلفزيون هي أحد المحددات المهمة للتغيرات التي تحدث لمفهوم الواقع الاجتماعي لدى المبحوثين ، وأن التليفزيون هو الوسيلة الأكثر نفوذاً بين وسائل الإعلام في تحقيق الغرس في حالة الكوارث خاصة لمن لم يتأثروا مباشرة بالكارثة. وأن ارتفاع مستوى التفسير العقلي (الحسي أو التجريدي) في مضمون هذه المواد التي يتم التعرض لها يخفف من تأثير عملية الغرس الكلاسيكية للأحكام التي تطرحها المواد الإعلامية، وأن كثيفي المشاهدة للبرامج التي تعرضها قنوات ذات ولاء لحزب ذا ميول استبدادية من المرجح أن يكونوا استبداديين ، وأن ثمة عاملاً وسيطاً بين عملية الغرس التي تنجم عن التعرض للدراما وبين تبني السلوكيات التي تروج لها هذا العامل الوسيط هو درجة الاشباع التي تحققها هذه الدراما. وأنه كلما كانت وسائل الإعلام مصدراً موثقاً للمعلومات حول الجريمة كلما كانت أكثر قدرة على غرس مشاعر الغضب نحوها.

المحور الثاني:

الاتجاهات البحثية لنظريات الاتصال الجديدة في العصر الرقمي

المتأمل في النظريات الاتصالية الثلاث الحديثة التي ظهرت في العصر الرقمي؛ والتي يسعى هذا العرض التحليلي لتتبع أحدث الاتجاهات العلمية في البحوث التي ترتبط بها؛ يجد أن هذه النظريات الثلاث تتكامل فيما بينها في تفسير العمليات الاتصالية التي حملها العصر الرقمي؛ فنظرية التكامل العضوي لوسائل الإعلام تفسر الكيفية التي تتكيف بها الوسائل القديمة مع الجديدة عبر عمليات معقدة عديدة، أما نظرية الفاعل على الشبكة فهي تلفت الانتباه إلى العناصر البشرية و غير البشرية التي تتحكم- وعلى قدم المساواة- في إنتاج الرسالة الاعلامية الجماهيرية سواء في الوسائل التقليدية أو الحديثة، ثم تأتي نظرية هيمنة الأعلمة لتصف وتفسر الكيفية التي يهيمن بها منطلق وسائل الإعلام – عبر هذه الرسائل- على إنتاج المعرفة في كل مجالات الحياة السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية وغيرها.

و سوف يقسم العرض التحليلي الاتجاهات البحثية لنظريات الاتصال الحديثة في العصر الرقمي تبعاً لمسئ كل نظرية من هذه النظريات الثلاث وذلك على النحو التالي:

أولاً- الاتجاهات البحثية الحديثة في نظرية التشكيل العضوي لوسائل الاعلام.

ثانياً- الاتجاهات البحثية الحديثة في نظرية الفاعل على الشبكة.

ثالثاً- الاتجاهات البحثية الحديثة في نظرية هيمنة الأعلمة.

أولا

الاتجاهات البحثية الحديثة في نظرية التشكيل العضوي لوسائل الاعلام

mediamorphosis theory

يشمل العرض التحليلي للدراسات التي تتعلق بنظرية النشوء العضوي لوسائل الإعلام عرضاً مجملًا للملامح النظرية والدراسات التي أسهمت في تطوير بنيتها، ثم عرضاً للاتجاهات البحثية الحديثة التي تسود دراساتها في السنوات الخمس الأخيرة، ثم التعليق عليها.

1- ملامح النظرية والدراسات التي أسهمت في تطويرها

طرح (روجر فيلدر) نظرية التشكيل العضوي لوسائل الإعلام mediamorphosis theory في كتابه Mediamorphosis: Understanding new media الصادر في العام 1997 والتي تشرح طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام الجديدة ووسائل الإعلام القديمة.⁷³

ويتكون مصطلح النشوء العضوي من مصطلحين هما (Media) و (Morphosis) وهو مصطلح علمي يستخدم لوصف التغيرات التي تحدث لأي بناء عضوي أو لأي جزء من أجزاءه وذلك لنحت مصطلحا جديدا يُمكن من وصف التغيرات المتشابهة التي تحدث في عالم وسائل الإعلام اليوم.⁽⁷⁴⁾

ويذهب "فيلدر" إلى أن جميع الوسائط الاتصالية ترتبط ببعضها البعض وتتطور بشكل مشترك، وبنوع من التعايش، وليس بشكل منفرد أو عبر الاستبدال التام للوسائل القديمة؛ أي أن وسائل الإعلام الجديدة لا تنشأ مستقلة عن الوسائل القديمة، وإنما تتطور بشكل متدرج متأثرة بتراث الوسائل السابقة من جهة ومؤثرة فيها من جهة أخرى.⁽⁷⁵⁾

وتقوم نظرية التشكيل العضوي لوسائل الإعلام على مفهوم التحول الوصائي الذي يشير إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تتضمن وتعكس أنماطا من الوسائل القديمة؛ مما يؤدي إلى نشأة وتطور وسيلة جديدة من تحت عباءة وسيلة أو مجموعة من الوسائل السابقة. فعندما تظهر الوسيلة الجديدة تستفيد من الوسائل القديمة في تقنياتها وفنونها الإعلامية، ثم تقوم بتطويرها وإعادة تشكيلها ثم تدخل معها في عملية تنافسية، وكذلك تسلك الوسائل القديمة طرقا ما في تطوير نفسها لتواجه التحديات التي تفرضها عليها الوسائل الجديدة.

ويستمد "فيلدر" مبدأ التحول العضوي لوسائل الإعلام من ثلاثة مفاهيم هي: التطور المشترك coevolution والتقارب convergence والتعقيد complexity. ويذهب إلى أن كل أشكال الاتصال مرتبطة بإحكام في 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 معا 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 الوسائل من جانب آخر.

وتفترض هذه النظرية التي يطلق عليها أيضا 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، ويرتبط تطورها ويعتمد على تطور الوسائل الأخرى المحيطة بها.

وتستند نظرية الترابط العضوي إلى ستة مبادئ حصرها "Madammohan Roa"⁷⁶ على النحو التالي:

المبدأ الأول: التعايش والتناغم بين وسائل الإعلام: وهو مبدأ ينص على أن جميع وسائل الإعلام تتعايش مع وسائل الإعلام الأخرى، وأن هذه الوسائل بمرور الوقت تتعايش معا ويؤثر بعضها في البعض الآخر شكلا ومضمونا.

المبدأ الثاني: التحول التدريجي: وهو يعني أن الوسائل الجديدة تنشأ تدريجياً أو تتطور من وسائل أخرى فهي لا تظهر إلى الوجود بشكل مفاجئ.

المبدأ الثالث: اكتساب السمات: ويشير إلى أن وسائل الإعلام الجديدة تكتسب السمات الشائعة في الوسائل السابقة عليها ثم يتم تطويرها بما يناسب هذه الوسائل الجديدة.

المبدأ الرابع: التكيف والاستمرارية: حيث تواصل وسائل الإعلام القديمة التكيف والتطور وفقا لظروف العصر المتغيرة على نحو يجعلها تنجو من الانقراض.

المبدأ الخامس هو اقتناص الفرص المتاحة: فوسائل الإعلام الجديدة يتطلب نجاحها وجود فرص تسويقية ومحفزات اجتماعية وسياسية واقتصادية.

المبدأ الأخير: التأخر في التبني: فالتكنولوجيات الجديدة تستغرق وقتاً أطول من المتوقع لتحقيق الرواج التجاري.

وترى نظرية التشكيل العضوي أن ثمة مراحل ثلاث مر بها التواصل البشري هي:

١. اللغة المنطوقة:
٢. اللغة المكتوبة التي كانت نقلة ضخمة في تاريخ البشرية
٣. -اللغة الرقمية التي تتيح التواصل من خلال التكنولوجيا بين البشر. على نحو مد نطاق التفاعل بينهم على نطاق واسع في جميع أنحاء العالم.

والواقع إن ما ذكره "فيدلر" عن التشكل العضوي لوسائل الإعلام يدعمه التطور الكبير الذي حدث في وسائل الإعلام في السنوات الأخيرة. إذ تقاربت وسائل الإعلام التقليدية مع وسائل الإعلام الجديدة بشكل أكبر وتحولت هذه الوسائل إلى منصات للنشر بشكل أساسي، وأصبحت كل وسيلة تستخدم إمكانات الوسيلة الأخرى على نطاق واسع،

فالصحف الورقية أصبح لها مواقع تفاعلية متعددة الوسائط على الويب، وحسابات على شبكات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب وانستجرام وغيرها، وتطبيقات على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية تمكنها من استغلال كافة الإمكانيات التي أتاحتها وسائل الإعلام الجديدة والاستفادة 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 الصور ومقاطع الفيديو وتبادلها وسداد الفواتير ومتابعة الحسابات البنكية وحجز تذاكر السفر. الخ. وكل ذلك يؤكد صحة نظرية "فيدلر"⁷⁷

وقد طُبقت هذه النظرية مبكراً في الدراسات الإعلامية حيث قام (Alves, R.C. (2001)⁷⁸ بتطبيقها في بحث له حول تطور الصحافة الإليكترونية online journalism وانتهى إلى أن المبادئ الستة للنظرية تشرح بفعالية النجاحات والإخفاقات التي شهدتها وسائل الإعلام الإخبارية نتيجة التغيرات التي شهدتها صناعة الصحافة بظهور الإنترنت كنمط جديد لنشر الأخبار، وبعدها بعام قدم (Smudits A (2002)⁷⁹ مفهوم التشكل العضوي الرقمي digital mediamorphosis لتمييز المرحلة الحالية عن مراحل التشكيل السابقة لوسائل الإعلام. ويستند المفهوم إلى أن التغيرات في الاتصال تحدث كجزء من التحولات الاجتماعية للإنتاج الثقافي الذي يستند إلى آخر ما وصلت إليه تكنولوجيا الاتصال. وفور ظهور تكنولوجيا اتصالية جديدة فإن الإنتاج والتوزيع الثقافي يتغير. وعلى خلاف "فيدلر" ميز "شميدتس" بين ست مراحل للتشكل العضوي لوسائل الإعلام، تبدأ بمرحلة الصور مع ظهور علامات الكتابة والحبر وأوراق البردي والحروف الهجائية، وتنتهي بالمرحلة الرقمية الحالية التي تعني تحول الرموز الاتصالية المسموعة والفيديوية والنصية إلى رموز رقمية.

كما استخدم كل من (Vyas, R. S., N.P. Singh, and S. Bhabhra (2007)⁸⁰ أحد مفاهيم النظرية وهو مفهوم "تأثير إحلال وسائل الإعلام" لدراسة تأثير الإنترنت في سلوكيات المستهلكين لوسائل الإعلام الورقية مقارنة بالإنترنت. وقد خلص البحث إلى أن الصحف الإليكترونية لم يكن لها تأثير كبير على صناعة الصحف، وأن مواقع الصحف على الإنترنت مثلت إضافة نوعية للصحف، ولم تؤثر على قارئها، وبالتالي لم تحل محلها. وقد أرجع البحث استمرار ارتباط الناس بالصحف التقليدية إلى مجموعة من الأسباب مثل صعوبة القراءة من شاشات الكمبيوتر، واستمتاع البعض بلمس النسخة الورقية، وسهولة حملها إلى أي مكان خاصة في وسائل المواصلات، بالإضافة إلى أن قراءة الصحف لازالت تمثل عادة يومية لدى البعض الآخر.

2- الاتجاهات البحثية الحديثة التي تسود دراسات في السنوات الخمس الاخيرة .

- سعي (MI, Miao. (2015)⁸¹ عبر دراسة تحليلية لمواقع أربعة صحف اثنتان بريطانية(الجارديان وديلي ميل) واثنتان صينية "تشانينا يو ث ديلي" و "ساذرن سيتي ديلي" وعبر عدد من المقابلات شبة المقننة مع مسؤولين في هذه الصحف لمعرفة السبل التي عملت خلالها هذه المؤسسات الإعلامية على التكيف مع المتغيرات التي ادخلها الإنترنت على العمل الإعلامي. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أنه على الرغم من أن جميع الصحف سعت لتزويد قرائها بمحتوى متعدد المنصات ، إلا إن الصحيفتين البريطانيتين عززتا مصداقية اسميهما على الإنترنت من خلال توسيع قيمهما الصحفية وممارساتهما الجيدة على الإنترنت، في حين أن الصحيفتين الصينيتين واجهتا "انخفاضاً في مصداقية

اسمهما، وتراجعاً في النزاهة الصحفية وتآكلاً في الرضا عن الذات بين جموع الصحفيين لديهما، وهو ما يعني أن التغيرات التكنولوجية تحمل آثاراً مختلفة على وسائل الإعلام باختلاف الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تعمل في ظلها.

- وفي مقالة له بعنوان القديم والجديد في وسائل الاعلام: نحو بناء نظري للعلاقة بينهما من منظور تاريخي" (Balbi, 2015) G. ⁸² اعترض على الخطأ المستمر في الدراسات العلمية الإعلامية الحديثة التي تفترض تقابلاً بين وسائل الإعلام التقليدية والوسائل الرقمية، وأن على هذه الدراسات التفكير في أي جديد في وسائل الإعلام كجزء طبيعي من تطور التاريخ الاتصالي، وينطبق هذا الأمر حتى على تاريخ الوسيلة الاعلامية الواحدة، فليس ثمة انفصام بين القديم والجديد، حيث أن الوسائل الاعلامية القديمة والجديدة يؤثران على بعضها البعض، وغالباً ما يتعذر تمييزها تقريباً عن بعضها البعض، ويساهم التماهي بينهما في إنشاء وسائل إعلامية جديدة أيضاً.

- وسعت دراسة (Hammad, A. S. (2015) ⁸³ إلى معرفة كيفية استخدامات وسائل الإعلام للشبكات الاجتماعية وأثارها السلبية والإيجابية وذلك عبر ملاحظة تتبعه ل 36 صفحة من صفحات وسائل الإعلام على الفيس بوك استمرت 24 شهراً اعتباراً من 1 أكتوبر 2011 وحتى 30 سبتمبر 2013. وتم اختيار العينة وفقاً لصفحات الفيسبوك الأكثر شعبية في مصر؛ وتم تضمين بعضها بعد بدء الدراسة وفقاً لشعبيتها السريعة. وقد أظهرت النتائج أن وسائل الإعلام تمكنت من بناء وتطوير صفحات لها على الفيسبوك، واستطاعت أن تكتسب شعبية واضحة عبر هذه الصفحات. لكن من ناحية أخرى، مثلت هذه الممارسات تهديداً كبيراً لجوهر مواقع التواصل الاجتماعي نفسها حيث أدت الى فقدان دورها كأداة لبناء المعرفة التشاركية بين الأفراد وكمكان للتواصل الاجتماعي المباشر بينهما.

- وسعت دراسة (Winter, P., Alpar, P., & Kunert, C. (2016) ⁸⁴ الى فهم كيف ينظر القراء إلى الأخبار التي تنشر في المجلات الاخبارية المطبوعة، والأخبار التي تنشر من خلال التطبيقات الإخبارية على الهواتف الذكية، وكيف يقررون استخدام أي منهما. واستخدمت الدراسة منهجية المسح من خلال استبيان وزع عبر المقابلة المباشرة وعبر الإنترنت، واثبتت نتائج الدراسة أن فائدة وسهولة استخدام كلا التقنيتين على الموقف تجاه تطبيقات الأخبار وعلى المجلة المطبوعة على التوالي. وأن الموقف الإيجابي تجاه الوسيلة المطبوعة يخلق مزيداً من التنافر تجاه تطبيقات الأخبار. بينما يكون التنافر أقل لمن له موقف إيجابي من التطبيقات الاخبارية، وأن التنافر يقلل من نية استخدام تطبيقات الأخبار.

- ومن مدخل مغاير لنظرية التشكيل العضوي أجرى (Stoldt, R. G. (2016) ⁸⁵ دراسة على 127 طالباً من طلاب دورات الاتصال التمهيدي في جامعة ولاية وتشيوتا وعبر استخدام المجموعات المركزة لمعرفة التغيرات التي أدخلها التطور العضوي الذي أصاب التلفزيون بسبب ظهور الإمكانات التي أتاحتها الإنترنت امامه على عادات المشاهدة لديهم وانعكاس ذلك ما يسمى المشاهدة الشرهة والتي يقصد بها مشاهدة حلقتين او أكثر من نفس البرنامج في الجلسة الواحدة، ومدى اختلاف تأثيراتها عن المشاهدة العادية لبرامج التلفزيون. وقد اثبتت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أصحاب المشاهدة الشرهة وبين اصحاب المشاهدة التقليدية التقليديين، فقد حقق أصحاب المشاهدة الشرهة مستويات أعلى من الترفيه، والاندماج مع شخصيات البرنامج

، والهروب ، والانطلاق من هذه البرامج كأساس للتفاعل الاجتماعي مما حققه المشاهدون التقليديون، وهو ما يعني هنا أن التطورات التكنولوجية لا تؤدي فقط الي تطور وسائل الإعلام وحدها وإنما تؤدي الي تطور عادات التلقي لدى الجماهير أيضا.

- وفي مقالة علمية حول (وضعية المواجهة بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في جنوب افريقيا) خلص كل من (Olusola, A., Ibrahim, S., & Priscilla, G. (2017)⁸⁶ إلى أن هيمنة الصحافة التقليدية في جنوب افريقيا مهددة بسبب التكنولوجيا الحديثة والمنافسين وتحول انتباه جمهورها عنها. وأستخدام الإمكانيات التي اتاحتها الأنترنت أمام الافراد العاديين في نشر الأخبار ونشر المعلومات عبر هو اتفهم المحمولة عالية التقنية وازدياد الطلب على الأخبار عبر الإنترنت من قبل الجمهور بسبب كفاءتها مما جعل الوسائط التقليدية أقل أهمية.

-وسعى (Emmanuel, N. O. (2017)⁸⁷ استنادا لنظرية النشوء العضوي إلى تقييم أداء وممارسات وسائل الإعلام النيجيرية في العصر الرقمي عبر استخدام ادوات بحث كيفية مثل المقابلات المعمقة والملاحظة المباشرة، وعبر عينة متعددة المراحل تم اختيار 15 من ممارسي الإعلام عبر مختلف الوسائط الحديثة والقديمة. وأظهرت النتائج أن وسائل الإعلام النيجيرية تمر بتغيير جذري؛ حيث أصبح الجمهور أكثر انخراطاً في عملية جمع الأخبار ، حيث تعتمد العديد من الوسائط المطبوعة والإلكترونية على جماهيرها لتحقيق تنوعا في محتوياتها على صفحاتها الالكترونية. كما اظهرت النتائج أن هناك اختفاء للعديد من المؤسسات الإعلامية، في حين تكافح الكثير منها وبصعوبة من أجل البقاء، وذلك بسبب المنافسة الشديدة التي جلبها الانتشار الكبير لمنصات الوسائط المتعددة التي تتيحها البيئات الرقمية. وهو الأمر الذي أدى لظهور أشخاص مؤثرين ومشاهير على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن دخل المؤسسات الإعلامية من الإعلانات تأثر بشدة بسبب لجوء المؤسسات التجارية إلى الترويج لخدماتها وسلعها التجارية من خلال حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة مثل Facebook و Twitter

- وسعت دراسة (Obradovic, N., Milosavljevic, I., & Vujovic, M. (2017)⁸⁸ لمعرفة مدى إدراك طلاب الإعلام لما آلت إليه وضعية الشبكات الاجتماعية التي أصبحت المصدر المهيمن للمعلومات في المجتمع الحديث. وما أدى إليه ذلك - من أجل الحفاظ على الجمهور- من إجبار وسائل الإعلام في نشر محتواها الاخباري على هذه المنصات. ويعد الانستجرام "Instagram" واحدا من أحدث هذه المنصات ، والذي يتيح للمستخدمين نشر فيديو لمدة تصل إلى 60 ثانية. وقد اجريت الدراسة على عينة طبقية مكونة من 120 من طلاب قسم الصحافة بجامعة نيس وأظهرت نتائج الدراسة أن طلاب السنة الأولى هم الأقل اهتمامًا بمتابعة نشاط وسائل الإعلام على انستجرام ، بينما أظهر الطلاب الأكبر سنًا قدرا أكبر من الاهتمام بهذا الشأن. ورغم ان غالبية افراد العينة يستخدمون Instagram ، ولكن كانت العلة الرئيسية هي المتعة .

- ومن زاوية جديدة لكيفية تكيف وسائل الإعلام والقدرة على تحقيق البقاء في ظل المنافسة الشرسة من قبل الوسائل المماثلة الكبرى درس كل من (Valero-Pastor, J. M., & González-Alba, J. A. (2018)⁸⁹ المؤسسات الإعلامية الناشئة كأمثلة على الابتكار في سوق وسائل الإعلام الإسبانية. في مواجهة المؤسسات الإعلامية الضخمة الراسخة وذلك عبر دراسة حالة لأربع شركات ناشئة في إسبانيا هي : Politibot و Cuonda و Datadista و Newskid.

وتم جمع المعلومات من مؤسسي هذه الشركات عبر مقابلة مقننة معهم ، وأثبتت النتائج أن سبب صمود هذه الشركات أمام الشركات الكبرى الراسخة هو كونها تسعى لابتكار آليات إعلامية جديدة ، وخلق سبل مبتكرة للوصول الي جماهيرها وتركيز جهودها على مجالات إعلامية محددة. وأثبتت النتائج أن امتياز هذه المؤسسات الناشئة بالمرونة والانفتاح على كل ما هو جديد والعمل الجماعي متعدد التخصصات في سوق الإعلام الجديد هو سبب صمود هذه المؤسسات وقدرتها على البقاء؛ في ظل منافسة اعلامية شرسة من قبل المؤسسات الإعلامية الكبرى القائمة.

3- التعليق على دراسات الاتجاهات الحديثة في نظرية التشكيل العضوي لوسائل الاعلام:

يمكن التعليق على هذه الدراسات عبر التعرف على أهم الاتجاهات الحديثة التي سادت الدراسات التي طبقت طروح نظرية التشكيل العضوي لوسائل الاعلام، و التصميم المنهجي الذي اتبعته هذه الدراسات، وأهم النتائج التي توصلت إليها وذلك على النحو الآتي:

- أبرز اتجاهات الدراسات الحديثة لنظرية التشكيل العضوي:

ثمة ثلاثة اتجاهات رئيسة للدراسات الحديثة التي طبقت نظرية التشكيل العضوي الأوهي

الاتجاه الأول: ويسعى لمعرفة السبل التي عملت خلالها المؤسسات الإعلامية التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي أدخلها العصر الرقمي على العمل الإعلامي وهو ما تمثل في دراسة (Mi, M. (2015). ودراسة ammad, A. S. (2015)). ودراسة (Olusola, A., Ibrahim, S., & Priscilla, G. (2017) ودراسة Obradovic, N., Milosavljevic, (2017) ودراسة (I., & Vujovic, M. (2017

الاتجاه الثاني: ويتناول اثر التطورات التي تحملها التكنولوجيا على عادات المتلقين انفسهم في التعامل مع وسائل الإعلام وذلك مثل دراسة (Valero-Pastor, J. M., & González-Alba, J. A. (2018) ودراسة (Winter, P., Alpar, P., & Kunert, C. (2016

الاتجاه الثالث: ويتناول السبل التي تتبعها الوسائل الجديدة لخلق مكانة لها بين الوسائل الكبيرة الراسخة وذلك مثل دراسة كل من (Valero-Pastor, J. M., & González-Alba, J. A. (2018)

التصميم المنهجي للدراسات:

اعتمدت جل الدراسات التطبيقية التي دارت في فلك نظرية التشكيل العضوي لوسائل الإعلام على المنهج المسحي، وإن تعددت وسائل جمع البيانات التي اعتمدت عليها ما بين تحليل المضمون (Mi, M. (2015) والملاحظة المتبعية. (hammad, A. S. (2015) و المجموعات المركزة (Stoldt, R. G. (2016) Emmanuel, (2017) N. O. (2017) والمقابلات المعمقة والملاحظة المباشرة. (Valero-Pastor, J. M., & González-Alba, J. A. (2018) والاستبيان (Winter, P., Alpar, P., & Kunert, C. (2016) ودراسة (Stoldt, R. G. (2016) ودراسة (Obradovic, N., (2017) Milosavljevic, I., & Vujovic, M. (2017)

أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسات:

يمكن القول إن أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة فيما يتعلق بتطبيقات نظرية التشكيل العضوي تتمثل في أن التغيرات التي حملها العصر الرقمي خلقت اثارا مختلفة على وسائل الإعلام باختلاف الظروف السياسية و الاقتصادية والاجتماعية التي تعمل في ظلها. وأنه ليس ثمة انفصام بين القديم والجديد من هذه الوسائل حيث أن الوسائل الاعلامية القديمة والجديدة يؤثران على بعضها البعض، وغالبًا ما يتعدر تميزها تقريبًا عن بعضها البعض، ويساهم التماهي بينهما في إنشاء وسائل جديدة أيضًا، وأن وسائل الإعلام التقليدية في سعيها للتعايش مع الوسائل الجديدة عملت على بناء وتطوير صفحات لها على الفيسبوك، واستطاعت ان تكتسب شعبية واضحة على هذه الصفحات. وإن كان هنالك اختفاء للعديد من المؤسسات الإعلامية، في حين تكافح الكثير منها وبصعوبة من أجل البقاء، وذلك بسبب المنافسة الشديدة التي جلبها الانتشار الكبير لمنصات الوسائل المتعددة التي تتيحها البيئات الرقمية. وكيف ان الشبكات الاجتماعية أصبحت المصدر المهيمن للمعلومات في المجتمع الحديث.

من ناحية أخرى اثبتت النتائج أن سبب صمود المؤسسات الاتصالية الناشئة أمام الشركات الكبرى الراسخة هو كونها تسعى لابتكار آليات اعلامية جديدة، وخلق سبلا مبتكرة للوصول الي جماهيرها وتركيز جهودها على مجالات إعلامية محددة. واثبتت النتائج أن امتياز هذه المؤسسات الناشئة بالمرونة والانفتاح على كل ما هو جديد والعمل الجماعي متعدد التخصصات في سوق الإعلام الجديد. هو سبب صمودها وقدرتها على البقاء في ظل منافسة إعلامية شرسة من المؤسسات الإعلامية الكبرى القائمة.

ثانيا

الاتجاهات البحثية الحديثة في نظرية "الفاعل على الشبكة"

"Actor-Network Theory"

يشمل العرض التحليلي للدراسات التي تتعلق بنظرية "الفاعل على الشبكة" عرضاً للملامح العامة للنظرية والدراسات التي أسهمت في تطويرها في جانب الاتصال الرقمي ثم عرضاً للاتجاهات البحثية الحديثة التي تسود دراساتها في السنوات الخمس الأخيرة، ثم التعليق عليها.

١- ملامح النظرية والدراسات التي أسهمت في تطويرها:

تعد نظرية الفاعل على الشبكة في أساسها نظرية اجتماعية تم تطويرها على يد برونو لاتور Bruno Latour ، ومايكل كالون Michael Callon ، وجون لاون John Law خلال ثمانينيات القرن الماضي. وهي تتميز عن النظريات الاجتماعية الأخرى، بأنها لا تهتم فقط بالعنصر البشري Human ، وإنما أيضاً بـ "الأشياء" objects و"المنظمات: organizations". ويتم الإشارة إليها كـ "عناصر فاعلة". actors, actants وقد لفتت هذه النظرية، بعد ذلك، انتباه علماء من مجالات مختلفة؛ منها علماء تحليل النظم، وعلماء المعلومات، وعلماء الدراسات الصحية، وعلماء الجغرافيا، و علماء الانثروبولوجي، وعلماء الاقتصاد، وعلماء الإعلام .. وقد تم تطويرها من قبل علماء كل علم على النحو الذي يخدم أهداف العلم الذي ينتمون إليه من هذه العلوم المتباينة⁹⁰

ويتمثل الجوهر الرئيس في هذه النظرية في فكرة "الشبكة الفاعلة غير المتجانسة" فالشبكة تحتوي على العديد من العناصر المتباينة، التي تتضمن مكونات "اجتماعية" Social وأخرى "تكنولوجية" Technological في ذات الوقت، ويعمل المكونان "الاجتماعي والتكنولوجي" بحسب هذه النظرية ككل متكامل في الوقت ذاته. فعندما نذهب لشراء منتج من "السوبر ماركت"، تتضمن الشبكة الفاعلة فيه: المشتري، الكاشير، ماكينة الصرف الآلي، النقود والمنتج نفسه. وتتضمن أيضاً عناصر أقل وضوحاً مثل الملابس التي يرتديها الكاشير وغيره من العاملين، وغياب بعض هذه المكونات قد يفسد عملية الشراء برمتها.

وتهدف النظرية أساساً إلى النظر لأية بنية اجتماعية ما على أنها تتكون من عناصر بشرية وغير بشرية، وأن هذه العناصر تعد عناصر ذات فاعلية متساوية ومرتبطة ببعضها البعض في شبكات تم بنائها وتطويرها. وثمة عمليات عدة يتطلبها الحفاظ عليها لتتمكن هذه الشبكة في النهاية من تحقيق هدف محدد سلفاً لها مثل إنتاج برنامج أو طباعة صحيفة ما، أو غيرها من الأهداف التي يتطلب تحققها وجود شبكة معقدة من العناصر والعلاقات بين هذه العناصر⁹¹

وقد سعت نظرية الفاعل على الشبكة - منذ بداياتها- إلى نقد التصور التقليدي عن انبثاق المعرفة، وكيف أن النظريات والمكتشفات العلمية هي مجرد أفكار "Ideas" تطفو بغموض على سطح التفاعل الاجتماعي، فقد شدد "Latour" على أن النتائج العلمية هي نتاج لعوامل غير متجانسة متضمنة في ما يفعله علماء محدودون لإنتاج المعرفة. وسعى إلى هدم التناقض السائد بين الفكرة "Idea" والشئ نفسه "Matter" وشدد على أن الشبكات الاجتماعية تتسم بالديناميكية والانسائية والتجدد، وتعمل بشكل منظومي، كما أنها تشجع دخول عناصر متنوعة، يستطيع الفرد الدخول إلى الشبكة في أي وقت وفي أي مكان، داخل الشبكة يمكن لأي فرد أن يكون مركزاً أو عنصراً محورياً. وقد سعى لاستكشاف الطرق التي يتم بها تكوين شبكات العلاقات بين عناصر الشبكة الواحدة، وكيف تتشكل وتخرج إلى حيز الوجود، وكيف يتم بناؤها وصيانتها، وكيف تقيم شبكة معينة علاقة ما مع الشبكات الأخرى، وكيف تصبح هذه العلاقات أكثر ديمومة مع مرور الوقت.⁽⁹²⁾

وتتمثل جاذبية استخدام نظرية الفاعل على الشبكة في الدراسات الإعلامية في قدرتها على الكشف عن بنية وسائل الإعلام في مختلف الظروف والاحداث في عالمنا المعاصر دون أن تكون ملزمة بالفصل بين ما هو تقني أو انساني من البداية؛ فهي ترفض تقسيم مكونات الشبكة إلى تقنية أو إنسانية، فهي ترى أن كلا من الجوانب التقنية والاجتماعية تترابطان معا في إنتاج المعنى دون القدرة على الفصل بينهما وهو ما يجعل دراسات الاتصال التي تهتدي بطروح هذه النظرية قادرة على الغاء الثنائية بين ما هو انساني وتقني في عملية الاتصال⁹³

وقبل أن نستعرض حدود استخدام هذه النظرية في دراسة الظاهرة الاتصالية بشيء من التفصيل نعرض ملخصاً للمفاهيم الأساسية التي تطرحها وللمبادئ التي تقوم عليها.

المفاهيم الأساسية لنظرية الفاعل على الشبكة:

ثمة مفاهيم ست رئيسة تطرحها هذه النظرية ألا وهي:

1-العنصر الفاعل "Actor-Actant"

يعد مصطلح "الفاعل" المصطلح المركزي في النظرية، ويمكن النظر الي أي عنصر فاعل على انه كيان يعمل كوسيط بين العناصر الفاعلية الأخرى داخل الشبكة. ولا تقتصر العناصر الفاعلة على البشر، ولكن قد تشمل التكنولوجيا والنصوص والمجموعات التنظيمية. ولا يوجد تفریق في الأهمية بين العناصر الانسانية او غير الانسانية ولكل عنصر منها دور ما... هذه الادوار تحتاج الي التناغم فيما بينها حتي تعمل الشبكة بنجاح ويعد العنصر إستراتيجياً بقدر الأدوار التي يضطلع بها، و يفقد أهميته عند فقدان قدرته على التواصل مع العناصر الأخرى في الشبكة. وأحد

الافتراضات الأساسية للنظرية هي أنه حتى العناصر الفاعلة التي تبدو أقوى من غيرها داخل شبكة ما تعتمد في إنجاز دورها على إرادة العناصر الأخرى في الشبكة، وبالتالي فإن اكتسابها لقوة في مرحلة ما لا يعني استمرار هذه القوة بشكل دائم" وبمجرد أن ينتهي عنصر (فاعل) لشبكة فاعلة، فإنه سوف يصبح محصوراً في شبكة العلاقات القائمة بين عناصرها، ويصبح جزءاً من الجهات الفاعلة البشرية وغير البشرية في هذه الشبكة. أي شيء يقوم بدور غير وضعية الشبكة هو "فاعل"، مهما كان هذا الدور صغيراً. إن الأسئلة التي يجب طرحها حول أي فاعل هي ببساطة ما يلي: هل يحدث الدور الذي يقوم به فرقاً في سياق عمل فاعل آخر أم لا؟ (94)

لذلك لا تقتصر الوكالة في هذه النظرية على البشر. فعلى سبيل المثال، تؤثر البنية والهيكل التنظيمية على ممارسات العمل. تُحدث الأجهزة التقنية مثل أجهزة الكمبيوتر ومحركات البحث فرقاً في إنتاج نصوص الوسائط الجماهيرية،

2- الصندوق الاسود:

بمجرد اعتماد المعايير التي تحدد ادوار وعلاقات الفاعلين في شبكة ما يصبح من الصعب العمل عكسها. وبالتالي يصبح الفاعلون في شبكة مستقرة أسرى لهذه المعايير؛ مما يجعل هذه الشبكة صندوقاً أسوداً.

فمثلاً التحول إلى استخدام الاتصالات المحمولة أمر لا رجعة فيه. على نحو جعل معايير التكنولوجيا والاتصالات صندوقاً أسوداً، لم تعد محتوياته و قواعده تشغيله بحاجة إلى إعادة النظر فيهما؛ فقد أصبح التعامل مع هذه التكنولوجيا جزءاً من الحياة اليومية، وهي جزء لا يتجزأ من النشاط الاجتماعي وتؤخذ في الاعتبار. اشكاليات التعامل مع مدخلاتها ومخرجاتها. وهكذا؛ أصبحت تكنولوجيا الاتصالات منتظمة ومستقرة. ويتم قبولها دون التشكيك في كيفية عملها، أو ما إذا كانت تمثل أفضل طريقة لفعل الأشياء. بل أصبحت كأمر طبيعي في حياة الناس وفقدت بريقها كأمر جديد. إنه مجرد امتداد اعتاد الانسان عليه للذات، جزء من البيئة الجغرافية، مستبطن داخل النسيج الاجتماعي والمادي.⁹⁵

"الشبكة "Network"

الشبكة كما يعرفها (Callon, M.) هي مجموعة غير محددة من العلاقات بين كيانات هي ذاتها غير محددة الطبيعة⁹⁶. "والشبكة تربط بين نسقين من الأشخاص والأشياء... ثمة علاقة وجودية تبادلية بين كل من الشبكة "Network" والعنصر الفاعل "Actor"، فالعنصر الفاعل لا يمكنه أداء دوره بدون وجود شبكة، والشبكة ليس إلا مجموعة من العناصر الفاعلة. وبالتالي فإن الشبكة الفاعلة هي عنصر فاعل مهيم من مهمته الربط بين عناصر غير متجانسة، والشبكة في ذات الوقت تمتلك القدرة على إعادة صياغة وتحويل مكوناتها الأولية لتظهر بشكل مختلف.

"الأوامر "Prescription"

هي ما يتم السماح أو عدم السماح بفعله بالنسبة لكل عنصر – بشري أو غير بشري- من عناصر الشبكة.

- الوساطة "Intermediary"

تتم الوساطة عبر عوامل وسيطة تربط بين الفاعلين في الشبكة وتحدد ملامح الشبكة نفسها، وهذه العوامل الوسيطة تمر بين العناصر الفاعلة في سياق عمليات مستقرة نسبياً. الوساطة التي تتم هنا هي لغة الشبكة، فمن خلال العوامل الوسيطة يتواصل الفاعلون أحدهم مع الآخر، وهذه الطريقة يترجمون نواياهم إلى العناصر الفاعلة الأخرى.

-دينامية الشبكة الفاعلة "Dynamics of ANT"

توجد ثلاث مراحل تمر بها الشبكة خلال وجودها هي: الظهور والتطور ثم الاستقرار فالشبكات تظهر بالفعل من خلال الفاعلين، ولأنه لا يوجد فاعل بدون شبكة، فالشبكات تنبثق من خلال شبكات أخرى موجودة بالفعل. كما أنها يمكن أن تتطور في اتجاهين مختلفين، اتجاه التقارب أو التباعد بين عناصرها الفاعلة. وإضافة عنصر جديد إلى الشبكة قد يؤدي في البداية إلى التنافر، لأن عمليات التواصل بين العناصر الفاعلة في الشبكة تصبح حينها أكثر صعوبة، فالعنصر الفاعل الجديد هو عضو في شبكة أخرى بالفعل، وربما لا يزال لديه تصورات وأهداف منبثقة من تلك الشبكة. التي ينتهي إليها. وقد تتحرك نقاط التقارب والتباعد داخل الشبكة باتجاه الاستقرار أو التفكك أو حل الروابط بين العناصر الفاعلة في الشبكة.

وهنا يأتي العنصر الثالث فالشبكات غير القادرة على تحقيق "الاستقرار" بداخلها تختفي من المشهد، في حين أن الشبكات القادرة على تحقيق درجة معينة من "التقارب"، تزدهر وتصبح نقطة انطلاق مهمة لأي شبكة جديدة. ومن مصلحة جميع العناصر الفاعلة داخل الشبكة أن يتحقق الاستقرار، لأنه يضمن بقاء الشبكة عند حد ما.⁹⁷

مبادئ النظرية:

تؤسس نظرية الفاعل على الشبكة- حتى يمكن التعامل الموضوعي من قبل الباحثين مع العناصر البشرية وغير البشرية لأي شبكة- على مبادئ ثلاثة ألا وهي:⁹⁸

أول هذه المبادئ، الحيادية، ويعني أن الحياد التحليلي من الباحث مطلوب قبل جميع العناصر الفاعلة التي تشكل بنية شبكة ما، سواء كانت هذه العناصر إنسانية أم غير إنسانية.

المبدأ الثاني: التماثل المعمم: وهو مبدأ يتطلب من الباحث شرح أدوار مختلف العناصر الفاعلة في شبكة ما بنفس المصطلحات، وباستخدام مفردات مجردة ومحيدة تعمل بنفس الطريقة بالنسبة للعناصر الفاعلة الانسانية وغير الانسانية. وهنا لا ينبغي إعطاء أي من العناصر الاجتماعية ولا التقنية في هذه "الشبكات غير المتجانسة" أي وضع توضيحي خاص لأي منها.

المبدأ الثالث: الارتباط الحر؛ وهو مبدأ يتطلب تخلص الباحث من جميع الفروق المسبقة العالقة في ذهنه بين العناصر التقنية أو الطبيعية وبين العناصر الانسانية.

باختصار؛ بموجب المبادئ الثلاثة ، تحاول نظرية شبكة الفاعل عدم التحيز تجاه أية جهة من الجهات الفاعلة ، سواء كانت إنسانية أم غير إنسانية، ولا تميز في التعامل العلمي بين الاجتماعي والطبيعي والتكنولوجي. كما قال Callon⁹⁹ : القاعدة التي يجب أن نحترمها هي عدم تغيير الكيفية التي ندون بها ملاحظتنا العلمية عندما تنتقل من الجوانب الفنية إلى الجوانب الاجتماعية للمشكلة المدروسة.

- حدود استخدام نظرية الشبكة الفاعلة "ANT" في مجال الدراسات الاتصالية :

خلال العقدين الأخيرين زاد "الاهتمام بتطبيق نظرية الفاعل على الشبكة في الدراسات الإعلامية" بشكل كبير ، وهو ما يتضح في العدد المتزايد من المنشورات والرسائل العلمية والمؤتمرات الأكاديمية وورش العمل وكذلك الندوات والمحاضرات الجامعية. التي تناولتها .

حيث توفر المفاهيم النظرية والمنهجية لدى هذه النظرية بديلاً مثيراً لنموذج المرسل والمستقبل ، لأنها تتخلى عن التمييز المسبق بين "منتج الرسالة الإعلامية" و"مستهلك الرسالة الإعلامية" فمع إصرارها على ضرورة إبقاء الجهات الفاعلة معاً ، تبدو الأمور مختلفة تماماً. فلم يعد التواصل نقل رسالة أو إيديولوجية من طرف لطرف، إنما جميع الأطراف غير المتجانسة هنا تعمل كأطراف فاعلة في شبكة اتصالية فاعلة.¹⁰⁰

إن نظرية الفاعل على الشبكة تقدم منظوراً جديداً مثيراً حول الدراسات "الشاملة" لعناصر العملية الإعلامية، لأنها تستدعي التركيز على جميع الجهات الفاعلة غير المتجانسة (البشرية وغير البشرية) التي تحدث فرقاً في إنتاج النصوص الإعلامية. وهذه الطريقة يمكننا التوصل إلى نتائج مثيرة للدهشة للممارسات والعلاقات بين عناصر العملية الإعلامية¹⁰¹

وقد سعت دراسات عديدة ومنذ وقت مبكر لفهم الظاهرة الإعلامية في ضوء هذه النظرية مثل دراسة¹⁰² Turner، 2005 . التي سعى لفهم عملية بناء الأخبار على هداها ، كذلك سعت عدة دراسات لوصف كيف يمكن استخدامها لفهم عمليات الابتكار في غرف الأخبار مثل دراسات¹⁰³ Domingo، 2008 و¹⁰⁴ Hemmingway، و¹⁰⁵ 2008 ؛ Anderson و Schmitz-Weiss، 2010 أو لشرح ديناميات العمل الإخباري في العصر الرقمي مثل دراسات Weiss A and Domingo D (2010)¹⁰⁹ ودراسة¹⁰⁷ Bechmann A (2011) و¹⁰⁶ CW (2011) و¹⁰⁸ (2009). ودراسة¹¹⁰ (Bechmann (2011)

2- الاتجاهات البحثية الحديثة التي تسود دراسات نظرية الفاعل على الشبكة:

- في مقالة علمية بعنوان "ما هي الصحافة ومن هو الصحفي دراسة من منظور الفاعل على الشبكة" ناقشا Primo (A., & Zago, G. (2015)¹¹¹ المساهمات الأنطولوجية التي تقدمها نظرية الفاعل على الشبكة، وكيف يمكن أن تساعد هذه النظرية في الكشف عن الارتباطات المعقدة بين الجهات الفاعلة المتعددة المشاركة في صناعة الصحافة. وطرحا تساؤلاً عن ماهية الطرف الذي يقوم ببناء الرسائل الصحفية في ظل ظهور برامج الصحافة الآلية التي تنشئ

الأخبار آليا (الخوارزميات)، والتي بدأ استخدامها بشكل رئيس في القصص الاخبارية المبنية على الإحصاءات والأرقام العددية. مثل ملخصات الرياضة والطقس والتقارير المالية وتحليل السوق العقاري و بيانات البورصة، وقد خلاصا إلى أن دخول هذه المتغيرات الانطولوجية على العمل الصحفي يتطلب تحولات معرفية ومنهجية في الدراسات الصحفية للتمكن من فهم الدور الذي تضطلع به.

- وذهب كل من (Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015)¹¹² إلى أن ثمة حاجة إلى وضع تصور أفضل للطبيعة المتغيرة للعناصر الفاعلة البشرية، والفاعلين (الممثلين) التكنولوجيين غير الإنسانيين، والأدوار المتنوعة للجماهير، وأنشطة إنتاج الأخبار وتوزيعها وتفسيرها، حيث يتفاعل الممثلون والفاعلون والجمهور فيما بينهم في خلق عملية اتصالية واحدة، وذلك عبر وضع كل فاعل منهم على قدم المساواة مع الفاعلين الآخرين. وسعيا إلى معالجة قصور واضح يشوب أدب الدراسات الإعلامية والمائل في الأهمال النسبي لطبيعية التفاعل بين البشر والتكنولوجيا في إنجاز الرسائل الإعلامية، لاسيما الاخبارية منها .

- وفي دراسة كل من (Wang, Y., Yuan, Y., Turel, O., & Tu, Z. (2015)¹¹³ التطبيقية لنظرية الفاعلين على الشبكة عبر تلمس التقنيات الاتصالية للتجارة المتنقلة في الصين وذلك من خلال تحليل 1403 مادة إخبارية تتعلق بسوق الاتصالات الصيني، والتي تم اختيارها من بين أكثر من 40.000 مادة تم نشرها على مدار ستة عشر عامًا. أشارت أهم النتائج إلى أن النمط المستخدم في نشر الرسائل الإعلامية المتعلقة بتقنيات هذه التجارة يخضع لفكرة الفاعلين على الشبكة، حيث تبدأ منصات التجارة المتنقلة في العمل داخل شبكة صغيرة من الجهات الفاعلة، وعبر عملية ديناميكية للأحداث والتفاعلات، ينتمي الأمر بشبكة معقدة من الجهات الفاعلة، والتي تشمل موفري المحتوى والخدمات والعملاء والمنظمين والشركات التي تقود نشر تكنولوجيا التجارة المتنقلة وتحقيق اتساع الاستخدامات عبر الأسواق.

- وسعى كل من (Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015)¹¹⁴ في مقالة لهما لوضع تصور أفضل لفهم الطبيعة المتغيرة للجهات الفاعلة البشرية، والممثلين التكنولوجيين غير الإنسانيين، والأدوار المتنوعة للجماهير - وأثرها في أنشطة إنتاج الأخبار وتوزيعها وتفسيرها، حيث يتفاعل الممثلون والفاعلون والجمهور في علاقات متبادلة، وذلك من خلال النظري الانشطة التحريرية والابعاد التكنولوجية كجوانب متساوية في تأثيرها على بنية العمل الصحفي، وقد سعت الدراسة اهداء بنظرية الفاعل على الشبكة إلى تلافى نوعين من القصور في دراسات الصحافة والذاتان يتمثلان في الأهمال النسبي للتفاعل بين الأساليب اليدوية والحاسوبية في العمل الصحفي، وللتفاعل بين عمليات التحرير والعمليات التكنولوجية في إنتاج الأخبار في المؤسسات الصحفية، وقد طرح الباحثان مصفوفة للعمل الإخباري عبر وسائل الإعلام توضح كيفية الترابط بين هذه العناصر، وتكشف عن فرص إمكانية بناء دراسات تجريبية على هداها.

- وفي مقالة ل (Spöhrer, M. (2017)¹¹⁵ حول تطبيقات نظرية الفاعل على الشبكة ذهب إلى ان جاذبية تحليلات نظرية الفاعل على الشبكة للدراسات الإعلامية تعود لكونها تمكن من الكشف عن الوسائط الاتصالية في جميع السياقات ومجالات العمل الإعلامي في العالم المعاصر، دون إلزام بفصلها أو تصنيفها مقدّمًا.

غير أن نظرية الفاعل على الشبكة لم تخل من توجيه الانتقاد لطروحتها؛ فقد ذهب (Elder-Vass, D. (2015)¹¹⁶ في مقالة له بعنوان "تفكيك نظرية الفاعلين على الشبكة الي أن "لاتور" على حق في معارضة ازدواجية التي أصبحت متأصلة بعمق في العلوم الاجتماعية. لكن معارضة الازدواجية لا تحتاج أن تقودنا بقدر ما يريد أن يأخذنا. يمكننا أن نقبل أن البشر جزء من نفس العالم مثل تلك الأشياء التي نختبرها كأننا خارجها، مع الإشارة إلى أنه لا يوجد "عالم خارجي" متميز بشكل أساسي عن العالم الذي يضمنا كبشر، ولكن هذا لا يعني بالضرورة عدم وجود فرق على الإطلاق بين البشر والأشياء الأخرى في العالم بالنسبة للواقعيين الناقدين، فإن الفروق بين الإنساني واللاإنساني والاجتماعي والطبيعي كلها فروق مفيدة وضرورية، لكنها تشير جميعاً إلى جوانب مختلفة من عالم واحد وموحد عالمياً من الناحية النظرية. تعتبر أنطولوجيا Latour للتجمعات طريقة رائعة وطموحة للتغلب على هذه الازدواجية، ولكنها في النهاية ليست طريقة متماسكة أو معقولة.

- كما دعا كل من (Anderson, C. W., & De Maeyer, J. (2015)¹¹⁷ إلى إعادة النظر في المنظور المهيمن في الأدب النظري لنظرية "الفاعل على الشبكة" الذي يرى أن القيمة الرئيسية لتلك النظرية في دراسة الابتكارات والأدوات التكنولوجية الجديدة التي يجري إدخالها على عملية صناعة الأخبار؛ وذلك بسبب النظر الي هذه النظرية على أنها تعد مدخلا ابستمولوجيا وميثودولوجيا مناسباً لفهم ديناميات الابتكار في صناعة الاخبار، وذهبا الباحثان الي ضرورة استخدام هذه النظرية لفهم مسائل التغيير التاريخي في وسائل الإعلام وعلاقتها بالسلطة.

ويذهب (Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015)¹¹⁸ في مقالة له حول الاطراف الفاعلة في العمل الاخباري أن ثمة حاجة إلى وضع تصور أفضل للطبيعة المتغيرة للجهات الفاعلة البشرية، والممثلين التكنولوجيين غير الإنسانيين، والتمثيلات المتنوعة للجماهير - وأنشطة إنتاج الأخبار وتوزيعها وتفسيرها، حيث يتفاعل الممثلون والفاعلون والجمهور في انتاج المواد الاخبارية ويطرح تصورا يركّز على قدم المساواة على علميات التحرير والأعمال الادارية والجماهير المشاركة في أنشطة العمل الإعلامي والمعطيات التكنولوجية كعناصر رئيسية لدراسة التأثيرات التنظيمية في تشكيل العمل الاخباري المؤسسي؛ على النحو الذي يعالج القصور في الدراسات الإعلامية التي تهمل تأثير كل هؤلاء الفاعلين على عملية الاتصال الاخباري بمراحلها المختلفة.

وفي مقالة لـ (Teurlings, J. (2017)¹¹⁹ حول ما الذي ينبغي ان تتجنبه الدراسات الإعلامية التي تنطلق من أرضية النظرية النقدية من طروح نظرية الفاعل على الشبكة؛ وضع اعتبارات ثلاثة رئيسية للمشروع "اللاتوري" يجب على الدراسات الإعلامية التي تنطلق من النظرية النقدية ان تضع في حساباتها تفاديها إذا أرادت أن تبقى على هويتها النقدية. هذه الاعتبارات هي أن هذه النظرية تعتمد على تبني وجهة نظر الطرف المهيمن في وصف بنية شبكة ما ولا تصف حقيقة علاقات هذه الاطراف كما هي، الامر الثاني. رفض المنظور اللاتوري لنظرية الفاعلين على الشبكة لمفهوم الرؤية البنيوية للأشياء، الأمر الثالث، وهو وضع اعتبارات أقل لدور الوعي باعتباره المحرك، فالباحث أو العالم أو المفكر – تبعا لنظرية الفاعل- هو جزء من الشبكة التي يسعى لوصفها او تعديلها او تطويرها وينصح الباحثان علماء الدراسات الإعلامية التي تنطلق من منطلق النظرية النقدية الاستفادة من بعض رؤي نظرية الفاعل

على الشبكة دون أن يفقدوا بالضرورة التزامهم بمجابهة "النظام الاجتماعي غير العادل" الذي لا تلتفت هذه النظرية إليه.

3-التعليق على دراسات الاتجاهات الحديثة في نظرية الفاعل على الشبكة:

يمكن التعليق على هذه الدراسات عبر التعرف على أهم الاتجاهات الحديثة التي سادت الدراسات التي طبقت طروح نظرية الفاعل على الشبكة، والتصميم المنهجي الذي اتبعته هذه الدراسات، وأهم النتائج التي توصلت إليها وذلك على النحو الآتي:

- أبرز اتجاهات الدراسات الحديثة في نظرية الفاعل:

ثمة اتجاهات ثلاثة رئيسة يمكن ملاحظتها في الدراسات الحديثة التي عرضنا لها والتي تناولت تطبيقات نظرية الفاعل على الشبكة وهي:

الاتجاه الأول: وهو الأكثر سيادة في تطبيقات نظرية الفاعل ويتعلق بدورها في فهم عملية بناء الأخبار لاسيما بعد التطورات الحديثة التي أدخلتها البرمجة الالكترونية وإمكانية بناء الأخبار بشكل آلي، وهذا هو الاتجاه الذي دارت في فلكة دراسات (Primo, A., & Zago, G. (2015) و دراسة Wang, Y., Yuan, Y., Turel, O., & Tu, Z. (2015) و دراسة Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015) و دراسة Spöhrer, M. (2017) و دراسة (Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015) و دراسة (Westlund, O. (2015)

الاتجاه الثاني و يتعلق بمحاولة التفريق بين مفهومي الشبكة (Network) و(Media) وكيف أن ثمة تداخلا بينهما لدى بعض الباحثين وإن كان مفهوم الشبكة يحمل دلالات مختلفة عما يحمله مصطلح وسائل الإعلام وهذا ما تشير اليه دراسة (Belliger, A., & Krieger, D. J. (2017).

أما الاتجاه الثالث فكان الاتجاه النقدي للنظرية وهو ما تمثل في دراستي (Anderson, C. W., & De Maeyer, J. (2015) و دراسة (Elder-Vass, D. (2015)¹²⁰ و دراسة (Teurlings, J. (2017)

التصميم المنهجي للدراسات:

اعتمدت المقالات العلمية التي سعت لمزيد من الفهم لنظرية الفاعل على الشبكة في تصميمها المنهجي على منهجية التحليل والتركيب الفلسفي ، بينما اعتمدت دراسة (Wang, Y., Yuan, Y., Turel, O., & Tu, Z. (2015) الوصفية على منهج المسح عبر تحليل تحليل 1403 مادة إخبارية تتعلق بسوق الاتصالات الصيني ، والتي تم اختيارها من بين أكثر من 40.000 مادة تم نشرها على مدار ستة عشر عامًا

أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسات:

تتمثل أبرز هذه النتائج في أن هنالك حاجة إلى وضع تصورا أفضل للطبيعة المتغيرة للعناصر الفاعلة البشرية، والفاعلين (الممثلين) التكنولوجيين غير الإنسانيين، والأدوار المتنوعة للجماهير، وأنشطة إنتاج الأخبار وتوزيعها وتفسيرها، وأن ثمة حاجة للنظر إلى أن جميع الجهات الفاعلة "تعد وسيطا إعلاميا" بطريقة ما، فكل مشارك في عملية الاتصال يؤثر بشكل ما على عملية الاتصال وعلى نتائجها. وهو ما يعني أن نظرية الفاعل على الشبكة ترى أن كل شيء يدخل في عملية الاتصال هو وسيط إعلامي، وهذا هو السبب في أن نظرية الفاعل على الشبكة، كما لوحظ في كثير من الأحيان، تعمل بشكل جيد للغاية دون حاجتها لاستخدام مفهوم "وسائل الإعلام" كما أشارت نتائج دراسات أخرى إلى أن جاذبية تحليلات هذه النظرية للدراسات الإعلامية تعود لكونها تمكن من الكشف عن الوسائط الاتصالية في جميع السياقات ومجالات العمل الإعلامي في العالم المعاصر، دون إلزام بفصلها أو تصنيفها مقدماً. و أن الفروق بين الإنساني واللاإنساني والاجتماعي والطبيعي كلها فروق مفيدة وضرورية، لكنها تشير جميعاً إلى جوانب مختلفة من عالم واحد وموحد عالمياً من الناحية النظرية. وأن نظرية الفاعل تعد ضرورة للتغلب على هذه الازدواجية، وانتقدت بعض النتائج حصر القيمة الرئيسية لتلك النظرية في دراسة الابتكارات والأدوات التكنولوجية الجديدة التي يجري إدخالها على عملية صناعة الأخبار؛ وأنه ينبغي- في مجال صناعة الأخبار النظر إلى علميات التحرير والأعمال الإدارية والجماهير المشاركة في أنشطة العمل الإعلامي والمعطيات التكنولوجية كعناصر رئيسية لدراسة التأثيرات التنظيمية في تشكيل العمل الإخباري المؤسسي؛ على النحو الذي يعالج القصور في الدراسات الإعلامية التي تهمل تأثير كل هؤلاء الفاعلين على عملية الاتصال الإخباري بمراحلها المختلفة.

ثالثا

الاتجاهات البحثية الحديثة في نظرية هيمنة الأعلمة.

(Mediatization Theory)

يشمل العرض التحليلي للدراسات التي تتعلق بنظرية "هيمنة الأعلمة" الملامح العامة لهذه النظرية والدراسات التي أسهمت في تطوير طروحيها، ثم الاتجاهات البحثية الحديثة التي تسود دراساتها في السنوات الخمس الأخيرة ثم التعليق عليها

١- ملامح نظرية الأعلمة والدراسات التي أسهمت في تطويرها.

تقع هذه النظرية في مجال علم الاجتماع الإعلام ي، ولها نظرة مختلفة عن النظريات الإعلامية الاجتماعية التقليدية المتعلقة بتأثير وسائل الإعلام على المجتمع والثقافة، فالنظريات التقليدية ترى أن وسائل الإعلام منفصلة عن المجتمع والثقافة، ومن ثم فإن أصحاب هذه المدرسة التقليدية يحاولون فقط التركيز على تأثير رسائل وسيطة بعينها على الأفراد والمؤسسات مثل تأثير عناوين الصفحة الأولى أثناء الحملات الانتخابية على السلوك الانتخابي للجمهور، أو تأثير الإعلانات على السلوك الشرائي للمستهلكين، بينما ترى هذه النظرية أن الإعلام ووسائله غير منفصل عن المجتمع، وأن الطرق التي تغير بها المؤسسات الاجتماعية والعمليات الثقافية طابعها ووظيفتها وهيكلها ما هي إلا استجابة لوجود وسائل الإعلام، ومع ذلك لم ينكر أصحاب النظرية وجود النظرة التقليدية إلى جانب هذه النظرية الحديثة.

ويذهب (Couldry, Nick, and Andreas Hepp.)¹²¹ إلى أن مصطلح "هيمنة الأعلمة" لا يشير إلى نظرية واحدة بل إلى مدخل متكامل في بحوث وسائل الإعلام والاتصال. بشكل عام، فهيمنة المنطق الإعلامي هو مفهوم يستخدم لفهم طبيعة العلاقة المتبادلة بين التغيرات التي تحدث في وسائل الإعلام والاتصال من ناحية، والتغيرات التي تنبني عليها في الثقافة والمجتمع من ناحية أخرى.

وفيما يلي نستعرض أصول مصطلح نظرية (Mediatization)، والتعريفات التي طرحتها الدراسات العلمية لهذه النظرية، ثم نعرض على التطورات التاريخية التي مرت بها حتى دخلت مجالات الدراسات الإعلامية وأصبحت نظرية محورية من نظرياتها، ثم أهم ملامحها. ثم نستعرض ملخصاً لإسهامات مجموعة من المقالات والدراسات العلمية التي أسهمت في تطويرها إلى وقتنا الحالي:

أصول مصطلح (Mediatization)

ثمة فعل في اللغة الانجليزية ليس له مقابل في اللغة العربية هذا الفعل مشتق من مصطلح (Media) وهو الفعل (mediate) وهو يستخدم في اللغة الانجليزية الدراجة بمعنى (يتوسط بين) من الوساطة، وليست الوسط، غير أنه عندما يستخدم بالمعنى الإعلامي يصبح معناه مختلفاً؛ فلا يشير حينها إلى التدخل بالوساطة بين طرفين؛ وإنما يشير إلى استخدام طرف ما لوسائل الإعلام (Media) لنقل رسالة ما لطرف ثانٍ ومن هذا الفعل أُشتق مصطلح (Mediation). وإذا جاز لنا أن نترجم الفعل (mediate) ب (يُؤعلم) وليس (يُعلم) (inform) لأنها تعني إرسال رسالة من قبل طرف ما لطرف ثانٍ فقط عبر استخدام وسيلة إعلامية ما، فيمكن حينها أن نترجم مصطلح (Mediation) ب (الأعلمة)، وقد استخدم مصطلح (Mediation) في الدراسات الانجليزية ليشير إلى هيمنة وسائل الإعلام على عمليات الاتصال في مجالات الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية و الثقافية والرياضية وغيرها من جوانب الحياة المختلفة. غير أن علماء الإعلام التفتوا مؤخراً إلى أن هذه الهيمنة امتدت من كون وسائل الإعلام أداة لنقل المعارف التي يصنعها المنطق السائد في كل مجال من مجالات الحياة تلك إلى خضوع هذه المجالات إلى هيمنة هذا المنطق الخاص بوسائل الإعلام على عمليات انتاج المعرفة فيها . وهو الأمر الذي جعل مصطلح (Mediation) لم يعد في وسعة تحمل الإشارة إلى هذه المعنى المتسع، وهو الأمر الذي التفت له في البداية علماء ألمان ونحتوا له مصطلحاً خاصاً به في لغتهم هو (Mediatisierung) وكانت أقرب ترجمة لها في اللغة الانجليزية هي (Mediatization) وهو ما يعني هيمنة منطق الأعلمة- إن جاز التعبير- وهو ما يجعلنا نترجم هذا المصطلح الذي يشير إلى هذه النظرية (Mediatization Theory) بشكل مختصر ب (نظرية هيمنة الأعلمة) كأقرب معنى ممكن –من وجهة نظر الباحث المتواضعة- لهذا المصطلح.

تعريف مصطلح هيمنة الأعلمة: (Mediatization)

يعد مفهوم هيمنة الأعلمة (Mediatization) مفهوماً محورياً أصبحت تسعى بحوث الإعلام من خلاله لفهم مدى أهمية وسائل الإعلام الاجتماعية والثقافية¹²²

وفقاً لـ¹²³ Strömbäck (2008) ، و¹²⁴ Hjarvard (2008) و¹²⁵ Schrott (2009) فإن هيمنة الأعلمة تعني هيمنة المنطق الخاص بوسائل الإعلام على عمليات انتاج المعرفة، ويتبنى هؤلاء العلماء التعريف الذي قدمه كل من (Altheide & Snow (1979) لهذا المنطق على أنه: العملية التي تستقي من خلالها وسائل الإعلام بمختلف أنواعها المعارف وتنشرها. وهي عملية تتضمن إجابة هذه الوسائل على تساؤلات عدة تتعلق بكيف تنظم المعارف التي تحصل عليها ، والأسلوب الذي يتم به صياغة هذه المعارف ، والقواعد التي تضعها للتواصل حول هذه المعارف مع

جمهورها. ومثل هذه القواعد تصبح إطارًا أو منظورًا يُستخدم لتقديم المعارف التي تحملها الظواهر المختلفة وتفسيرها¹²⁶

ويعرف Strömbäck¹²⁷ هيمنة الأعلمة (Mediatization) كعملية تغيير اجتماعي تخلقها وسائل الإعلام "في المجالات الاجتماعية التي كانت تعد في السابق منفصلة عن وسائل الإعلام الجماهيرية".

بينما يعرفها (Schrott)¹²⁸ أنها تغييرات اجتماعية "تسببها" وسائل الإعلام الجماهيرية. استنادا إلى منطقتها الخاص ، والذي يفترض في شكله الأساسي أن الرسائل يجب أن تمر بمرشحات الاختيار والعرض التي تقوم بها هذه الوسائل.

أما (Hjarvard 2008: 113)¹²⁹ فيرى أن مصطلح هيمنة الأعلمة يشير إلى "العملية التي يتزايد اعتماد المجتمع بموجبها على وسائل الإعلام ومنطقها ويصبح الإعلام "متماهيا مع عمليات المؤسسات الاجتماعية الأخرى و"نتيجة لذلك ، يحدث التفاعل الاجتماعي - داخل المؤسسات ، و فيما بين المؤسسات ، وفي المجتمع بشكل عام - عبر وسائل الإعلام"

أهمية النظرية في البحث الاعلامي:

تعد هيمنة الأعلمة (Mediatization) اليوم مفهوما رئيسا يسعى من خلالها باحثو وسائل الإعلام لفهم أهمية وسائل الإعلام للمجتمع والثقافة⁽¹³⁰⁾ وكيف لا وهي تعد كما ذهب (كروتر ، 2007: 39) عملية مستمرة تغير خلالها وسائل الإعلام السلوك والعلاقات البشرية، وبالتالي تغير- من ثم- المجتمع والثقافة بأسرها.

وقد حدد (Winfried Schulz) أربعة أنواع من العمليات تغير وسائل الإعلام خلالها التواصل والتفاعل البشري هي:¹³¹

أولاً ، أنها توسع قدرات التواصل البشري في الزمان والمكان.

ثانياً ، وسائل الإعلام تحل محل الأنشطة الاجتماعية التي حدثت سابقاً وجهاً لوجه. على سبيل المثال ، بالنسبة للكثيرين ، حلت الخدمات المصرفية عبر الإنترنت محل الاجتماع الفعلي بين البنوك وعملائها.

ثالثاً ، تحرض وسائل الإعلام على دمج الأنشطة؛ يتحد التواصل وجهاً لوجه مع التواصل عبر الوسائط الاتصالية ، وتتسلل هذه الوسائط إلى الحياة اليومية فارضة نفسها.

رابعاً: يتعين على الجهات الفاعلة في العديد من القطاعات الاجتماعية المختلفة تكيف سلوكها لاستيعاب تقييمات وسائل الإعلام وتنسيقاتها وإجراءاتها. على سبيل المثال ، يتعلم السياسيون التعبير عن أنفسهم في "التسجيلات

الاذاعية بشكل مختلف عنه في التسجيلات المرئية، وفي المؤتمرات الصحفية بشكل مختلف عنه في التصريحات للمراسلين.

التطورات التي مرت بها نظرية هيمنة الأعلمة:

على الرغم من أن مفهوم هيمنة الأعلمة لم يكن حديثا في بحوث وسائل الإعلام والاتصال ، إلا إن الاهتمام به على النطاق الدولي لم يتحقق إلا عام 2008 حينما أشارت سونيا ليفينجستون إلى مصطلح ال 'mediatization' " " في خطابها كرئيسة لجمعية الاتصالات الدولية (ICA) عندما لاحظت انعكاس منطق وسائل الإعلام في كل شيء¹³².

وقد أشارت العديد من اللجان والأوراق في مؤتمرات (ICA) الأخيرة إلى "هيمنة الأعلمة" كمفهوم توجيهي للبحث الاعلامي. وفي 2011/2012 كونت الرابطة الأوروبية لبحوث الاتصالات والتعليم (ECREA) مجموعة عمل حول هيمنة الأعلمة.

كما نُشرت أعداد كاملة من عدة مجلات خُصصت للمفهوم خلال السنوات القليلة الماضية. فعلى سبيل المثال ، ركز عدد خاص من المجلة الأوروبية لأبحاث الاتصالات عام 2010¹³³ وعام (2011) خصص عددا عن المنظورات التجريبية حول "هيمنة الأعلمة" ومسألة الثقافة والدين¹³⁴ وحول "هيمنة الأعلمة" في مناقشة الدين، وخصصت المجلة الأوروبية لفلسفة الاتصال في (2013)¹³⁵ عددا حول "هيمنة الأعلمة" كجزء من "عمليات وسائل الإعلام" الأكثر عمومية ، ونشر عدد كامل من مجلة نظرية الاتصال (2013)¹³⁶ حول وضع تصور لمفهوم هيمنة الأعلمة. وفي صيف عام 2014 ، تم نشر مجلدا متعدد المداخل بعنوان "Mediatization of Communication" تألف من (31) مقالا يتناول جوانب مختلفة من هيمنة الأعلمة على عمليات التواصل الانساني. وضمت قائمة المؤلفين باحثين مشهورين في مجال هذه النظرية مثل سونيا ليفينجستون و"نيك كاندي" و"ستيغ هجارفارد"¹³⁷ ثم نشر لاحقا العديد من الكتب والمقالات الصحفية الأخرى عن النظرية.

ورغم أن الاهتمام الواسع بمفهوم هيمنة الأعلمة لم يبدأ إلا منذ عقد من الزمان تقريبا، إلا إنه من المهم أن نضع في اعتبارنا أن للمفهوم نفسه له تاريخ أطول بكثير في العلوم الاجتماعية. حيث يمكن، إرجاع "هيمنة الأعلمة" كمصطلح إلى أوائل القرن العشرين ، وبالتالي إلى بدايات بحوث الإعلام والاتصال في العلوم الاجتماعية¹³⁸. فإرنست ماهايم (1933) في أطروحته بعد الدكتوراه "حاملو الرأي العام" (بالألمانية: "Die Träger der öffentlichen Meinung") الذي اضطر إلى الانسحاب بسبب الضغوط في ألمانيا النازية. في هذا الكتاب ، يكتب عن " هيمنة الأعلمة في العلاقات الإنسانية المباشرة" وهي بالألمانية: "Mediatisierung manchlicher Unmittelbarbeziehung" و يستخدم مصطلح "هيمنة الأعلمة" لوصف التغييرات في العلاقات الاجتماعية بسبب الحداثة، وهي التغييرات التي أحدثتها وسائل الإعلام الجماهيرية.

واستخدم هابرماس في كتابه نظرية العمل التواصلي مصطلح هيمنة الأعلمة لوصف العمليات التي يتم من خلالها هيمنة المنطق الإعلامي على الحياة . ومع ذلك ، فهو لا يشير إلى وسائل الإعلام بشكل مباشر ، ولكن إلى وسائل الإعلام الرمزية مثل السلطة والمال. كما وصف جان بودريارد المعلومات بأنها مؤعلمة لأنه لا يوجد شيء من الواقع وراء هيمنة المنطق الإعلامي وذلك ضمن كتابه "نظرية الفعل التواصلي" وهو بالألمانية: "Theorie des kommunikativen Handelns" وفي مجله "Medier och kulturer" ، وصف عالم الأنثروبولوجيا أولف هانيرز (1990) التأثير الثقافي للإعلام على الثقافة بأنه هيمنة لمنطق الإعلام عليها¹³⁹

2-الاتجاهات البحثية الحديثة التي تسود دراسات نظرية هيمنة الأعلمة:

- في مقالة علمية هامة رصد كل من " (Couldry, Nick, and Andreas Hepp. (2013))¹⁴⁰ اتجاهان حديثان للبحث في هيمنة الأعلمة ، هما "الاتجاه المؤسسي" و "الاتجاه الاجتماعي البنائي". في "الاتجاه المؤسسي" ، يتم فهم وسائل الإعلام بشكل أو بآخر على أنها مؤسسات اجتماعية مستقلة ذات مجموعة من القواعد الخاصة بها. وإلى تكيف مختلف المجالات أو النظم الاجتماعية مثل السياسة أو الدين، وغيرها ، مع هذه القواعد المؤسسية. وهو ما يوصف بهيمنة "منطق" وسائل الإعلام ومن ناحية أخرى، يتعين على المؤسسات الإعلامية ذات التأثير المحدود أن تستوعب هذا "المنطق الإعلامي" إذا كانت تريد أن يكون لها مكان بين وسائل الإعلام (الجماهيرية) أو إذا كانت تريد العمل بنجاح في الوسط الإعلامي والثقافي . انطلاقاً من هذا الفهم الأولي لـ "منطق وسائل الإعلام" نقل مفهوم "هيمنة الأعلمة" دور وسائل الإعلام المختلفة كجزء من عملية بناء الواقع الاجتماعي والثقافي إلى المقدمة. أما الاتجاه الثاني وهو (الاتجاه الاجتماعي البنائي) لهيمنة الأعلمة. فإنه يهتم بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام المختلفة كجزء من البناء التواصلي للحقائق الاجتماعية والثقافية. وهنا فما يسعى إليه أصحاب هذا الاتجاه هو التعرف على كيفية تجسيد البناء التواصلي للواقع عبر ما تقوم به وسائل الإعلام المختلفة، وكيف يتم بناء الواقع الاجتماعي والثقافي أثناء عملية التواصل عبر هذه الوسائل. إن ما يذهب إليه أصحاب هذا الاتجاه من أن ثمة أشكالاً إعلامية محددة تم خلالها بناء الحقائق الاجتماعية والثقافية يعد أكثر انفتاحاً مما يذهب إليه أصحاب الاتجاه الأول الذين يتمحور طرحهم حول "هيمنة منطق وسائل الإعلام" فحسب؛ رغم حقيقة أن دور وسائل الإعلام كمؤسسات أكثر تعقيداً من ذلك بكثير.

- وفي مقالته "منطق وسائل الإعلام ، والسيطرة الاجتماعية. سعى (Altheide, D. L. (2013))¹⁴¹ إلى تلمس أبعاد الفكرة الأصلية المتمثلة في "منطق وسائل الإعلام" والتي أصبحت النقطة المرجعية الرئيسية للتقليد المؤسسي لأبحاث هيمنة الأعلمة . وخلال المقال يذهب إلى أن هذا المصطلح يجب أن يُنظر إليه على أنه جزء من "بيئة التواصل" وهي البيئة التي تتأثر بقوة بأشكال الاتصال الناشئة التي رافقت "التكنولوجيات الجديدة". " وذهب إلى أن العنصر الأساسي لنظرية هيمنة الأعلمة المبنية على منطق وسائل الإعلام هو أن البنى المؤسسية لوسائل الإعلام لا تساعد فقط في تشكيل وتوجيه المحتوى الإعلامي المرتبط بأنشطة الحياة اليومية ، ولكنها تجعل

الجماهير المتلقية التي تعد طرفا رئيسا في عملية الاتصال تتقبل هذه الاشكال وتستخدمها كأداة رئيسة لفهم الحقائق المحيطة بها.

- وذهب (Jansson, A. (2013))⁽¹⁴²⁾ في مقالة له بعنوان (هيمنة الأعلمة والفضاء الاجتماعي: إعادة بناء مفهوم هيمنة الأعلمة في عصر التحول الإعلامي) إلى أن هيمنة الأعلمة مفهوم يمكن أن يساعدنا على التفكير في التحولات الاجتماعية التي تخلقها وسائل الإعلام . وكيف أن هذه التحولات الاجتماعية المختلفة التي تتعلق بمجموعة واسعة من المجالات، وبمستويات مختلفة لا تنفصم عن هيمنة منطق وسائل الإعلام؛ وتعتمد عليها في تحقيق أهدافها".

- واقتراح (Landerer, N. (2013)) في مقالته المعنونة ب (إعادة التفكير في المنطق: نحو إطار مفاهيمي لهيمنة الأعلمة في المجال السياسي)⁽¹⁴³⁾ إطاراً مفاهيمياً مغايراً لهيمنة الأعلمة في المجال السياسي . وهو يناقش بشكل نقدي مفاهيم "منطق وسائل الإعلام" و "المنطق السياسي" المنبثق عن أدبيات التواصل السياسي ويؤكد أن "المنطق المعياري" و "منطق السوق" مفاهيم أكثر ملاءمة للفهم النظري والتحليل التجريبي لسلوك وسائل الإعلام والجهات الفاعلة السياسية. وهذان المنطقان هما من يوجهان عملية اختيار وسائل الإعلام والجهات الفاعلة السياسية.

- وذهب (Deacon, D., & Stanyer, J. (2014))⁽¹⁴⁴⁾ في ورقة علمية له أن دراسات نظرية "هيمنة الأعلمة" لا تولى الاهتمام الكافي للفنون الاتصالية القريبة من وسائل الاعلام؛ لكنها تتميز عنها في نفس الوقت وهي الإعلان والعلاقات العامة؛ رغم الدور الذي تقوم به لاسيما على مستوى سياسات الاتصال الوطنية و الدولية، ودعا إلى دراسة المنطق الذي تطرحه هذه الفنون والجهود الاتصالية في تغيير الواقع الاجتماعي

- ويعيب (Schulz, W. (2014))⁽¹⁴⁵⁾ في مقالته العلمية على الإشارة إلى مجمل وسائل الإعلام الجديدة بمصطلح مختصر بدلاً من وضع اسم مناسب لكل منها، كما كان الحال مع الصحيفة أو الراديو أو التلفزيون. رغم أن الابتكارات الحديثة أحدثت وسائل اتصال جديدة متنوعة تحمل اختلافاً فيما يتعلق بأنماط الإنتاج والتوزيع والاستقبال والاستخدام. من أعراض هذا الموقف تعدد المصطلحات التي تحاول التقاط تطورات وسائط جديدة: مثل "الوسائط الرقمية"، "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT)"، "التواصل عبر الكمبيوتر"، "الإنترنت"، "التواصل الاجتماعي" وغالباً ما يستخدم مصطلح "الإنترنت" كمصطلح للوسائط الجديدة، على الرغم من كونه في حد ذاته "مجموعة من الوسائط والطرائق المختلفة" ذات خصائص الاتصال المختلفة وظروف الاستخدام المتعددة.

- وفي مقالة ل (Marko Ampuja, Juha Koivisto & Esa Väliverronen (2014))⁽¹⁴⁶⁾ بعنوان (الاشكال القوية والضعيفة من نظرية هيمنة الأعلمة: رؤية نقدية: ميز بين شكلين من أشكال نظرية "هيمنة الأعلمة": شكل قوي يستند إلى افتراض أن "منطق وسائل الإعلام" يحدد بشكل متزايد تصرفات المؤسسات والجماعات الاجتماعية

المختلفة ، وشكل ضعيف يقلل من قوة هذا المنطق ، وعلى الرغم من أن الشكل الأول يؤكد على الدور الرئيس لوسائل الإعلام في التغيير الاجتماعي ويخص "هيمنة الأعلمة" باعتبارها "عملية مركزية" اليوم. فإن اصحاب الشكل الضعيف ينتقدون بشكل مقنع فكرة هيمنة منطق الإعلام . ومع ذلك ، فإن الإصدار الأضعف من "هيمنة الأعلمة" يمثل إشكالية في حد ذاتها ، حيث فشل مؤيدوها في تقديم إطار توضيحي متكامل حول المفهوم بالمعنى الضعيف. وعلى الرغم من أن الوضع التحليلي لهيمنة منطق الإعلام لم يكتمل بعد، فإن الانهيار بالمفهوم سيستمر ، في جميع الاحتمالات ، في السنوات القادمة ، بسبب وعود التماسك التنظيري المتزايدة و النقلة التي أحدثتها هذه الفكرة للدراسات الإعلامية والاتصالية.

- وسعى (Frandsen, K. (2016) ¹⁴⁷ في دراسته الميدانية التي أجريت على عينة من مسؤولين في (61) اتحادًا وطنيًا للرياضة الدنماركية لوضع صورة عامة عن مدى تحقق هيمنة الأعلمة- لاسيما في عصر وسائل الإعلام الرقمية- ووجدت نتائج الدراسة أن هذه الوسائل الرقمية تشكل مصدر قلق واضح لجميع المنظمات. وبهذا المعنى ، يبدو أن البيئة الإعلامية الجديدة قد وفرت الأساس لموجة جديدة من هيمنة الأعلمة. وإن كان شكل وحجم الاستجابات للبيئة الإعلامية الجديدة ، يختلف اختلافاً كبيراً بين المؤسسات. ومع ذلك ، فإن العديد من هذه المنظمات التنفيذية تكافح للتأقلم مع هذه الوسائل لقوة هذه الوسائل على نحو جعلها تعيد تنشيط أداء هذه المنظمات لجذب انتباه الجمهور. فقد أجبرهم ظهور الوسائط الرقمية على تركيز بعض انتباههم على التواصل مع الجمهور بشكل أكبر. نتيجةً لذلك تجد العديد من هذه المنظمات نفسها في حالة تقلب، وتسعى لإشراك الموظفين والمتطوعين والشركاء الخارجيين ذوي كفاءات الاتصال في أنشطتها بطرق مختلفة، وعلى العديد من المستويات ، ولأغراض عديدة متباينة، وبالتالي، فإن أحد التأثيرات الهامة لوسائل الاتصال الرقمية هو تنوع التواصل الذي يشمل المزيد من الأشخاص والتعقيد الداخلي المتزايد المتزامن في العديد من المؤسسات.

- وفي مقالته العلمية المعنونة ب(تاريخ وسائل الإعلام وهيمنة الأعلمة على الحياة اليومية" ناقش (Kortti, Jukka.)

(2017) ¹⁴⁸ كيفية توظيف مفهوم هيمنة الأعلمة في دراسات تاريخ وسائل الإعلام ، وخاصة عندما يتعلق الأمر بالحياة اليومية. فهيمنة الأعلمة عملية تعتمد بشدة على السياق التاريخي. وكيف أنه ينبغي أن يُنظر إلى المفهوم على أنه عملية لا تتم في فراغ، وإنما تتحقق في وسط تهيمن عليه عمليات العولمة وسيادة الفردية وسيادة منطق السوق .

- وسعى كل من (Van der Meer, T. G., Kroon, A. C., Verhoeven, P., & Jonkman, J. (2019) في دراستهم عن مدى تحقق هيمنة الأعلمة في حوادث الطيران ¹⁴⁹ لاستكشاف كيف يتطور اهتمام وسائل الإعلام بالحوادث السلبية بمرور الوقت، وكيف ينعكس ذلك على اتجاهات العالم الحقيقي وردود الفعل العامة. وذلك عبر استخدام تحليل المحتوى الطولي للتغطية الإعلامية لحوادث الطيران في الفترة ما بين (1991-2015). وقد اثبتت النتائج أن "هيمنة منطق وسائل الإعلام أدى إلى زيادة الاهتمام ببعض الأخبار السلبية المتعلقة

بالطيران، وبشكل لا يناسب حجمها في العالم الحقيقي. وكنتيجة لهيمنة المنطق الإعلامي في تغطية الأخبار المتعلقة بالحوادث السلبية بشكل مثير، على نحو جعلها تصبح أكثر جاذبية للجمهور. ، أصبحت الأخبار السلبية أخبارًا يمكن للأفراد التعاطف معها والاهتمام بها بسهولة. نظرًا لأن الواقع الإعلامي المصور أقرب إلى سيكولوجية الجماهير، وهنا فإن نظرية هيمنة منطق الأعلام. لا تفسر لنا عمليات الاختيار الصحفي وزيادة الاهتمام بالحوادث السلبية فحسب، بل تفسر لنا -أيضًا- التأثيرات الإعلامية على المتلقين. وبالتالي، على نحو يؤثر في سلوكهم المتعلق بالسفر الجوي من قبل الجمهور.

3-التعليق على دراسات الاتجاهات الحديثة في نظرية هيمنة الأعلام:

يمكن التعليق على هذه الدراسات عبر التعرف على أهم الاتجاهات الحديثة التي سادت الدراسات التي طبقت طروح نظرية هيمنة الأعلام، والتصميم المنهجي الذي اتبعته هذه الدراسات، وأهم النتائج التي توصلت إليها وذلك على النحو الآتي:

-أبرز اتجاهات الدراسات الحديثة في نظرية هيمنة الأعلام:

ثمة اتجاهان رئيسان يمكن ملاحظتهما في الدراسات الحديثة التي عرضنا لها والتي تناولت تطبيقات نظرية هيمنة الأعلام رصدهما كل من (Couldry, Nick, and Andreas Hepp. (2013) هما "الاتجاه المؤسسي" و"الاتجاه الاجتماعي البنائي". في "الاتجاه المؤسسي"، يتم فهم وسائل الإعلام بشكل أو بآخر على أنها مؤسسات اجتماعية مستقلة ذات مجموعة من القواعد الخاصة بها. وإلى تكيف مختلف المجالات أو النظم الاجتماعية مثل السياسة أو الدين، وغيرها، مع هذه القواعد المؤسسية أما الاتجاه الثاني وهو (الاتجاه الاجتماعي البنائي) لهيمنة الأعلام، فإنه يهتم بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام المختلفة كجزء من البناء التواصلي للحقائق الاجتماعية والثقافية. أما (Marko Ampuja, Juha Koivisto & Esa Väli-verronen (2014) فقد قسم نفس الاتجاهين بشكل مختلف اسميا فيه الاتجاه الأول الشكل القوي من هيمنة الأعلام واسميا الاتجاه الثاني بالشكل الضعيف منها وهذا الاتجاه الثاني هو ما بني عليه (Altheide, D. L. (2013) مقالته العلمية المعنونة ب"منطق وسائل الإعلام، والسيطرة الاجتماعية. بينما بني (Jansson, A. (2013) في مقالة له بعنوان (هيمنة الأعلام و الفضاء الاجتماعي: على ضوء الاتجاه الأول في مفهوم هيمنة الأعلام. كذلك اتفق معه (Jansson, A. (2013) في مقالة له بعنوان (هيمنة الأعلام و الفضاء الاجتماعي: إعادة بناء مفهوم هيمنة الأعلام في عصر التحول الإعلامي).

وعلي هدي الاتجاه الأول طبق (Frandsen, K. (2016) دراسته على الاتحادات الرياضية الدنماركية وأثبتت الدراسة قوة المنطق الإعلامي السائد وإثرة على هذه الاتحادات، كما طبق كل من (Van der Meer, T. G., (2019) (Kroon, A. C., Verhoeven, P., & Jonkman, J. (2019) الاتجاه القوي من الأعلام عن مدى تحقق هيمنة

الأعلام في حوادث الطيران لاستكشاف كيف يتطور اهتمام وسائل الإعلام بالحوادث السلبية بمرور الوقت، وكيف ينعكس ذلك على اتجاهات العالم الحقيقي وردود الفعل العامة.

التصميم المنهجي للدراسات:

اعتمدت المقالات العلمية التي سعت لمزيد من الفهم لنظرية هيمنة الأعلام في تصميمها المنهجي على منهجية التحليل والتركيب الفلسفي ، بينما اعتمدت دراساتي (Van der Meer, T. G., Kroon, A. Frandsen, K. (2016) و (C., Verhoeven, P., & Jonkman, J. (2019) على منهج المسح بالعينة وعبر استخدام الاستبيان كاده لجمع البيانات.

أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسات:

اسهمت الدراسات السابقة في تناول جوانب جديدة في نظرية الأعلام وذلك عبر تقسيمها إلى اتجاهين رئيسين هما "الاتجاه المؤسسي" و "الاتجاه الاجتماعي البنائي". أو الشكل القوي من هيمنة الأعلام والشكل الضعيف منها. في "الاتجاه المؤسسي" ، يتم فهم وسائل الإعلام بشكل أو بآخر على أنها مؤسسات اجتماعية مستقلة ذات مجموعة من القواعد الخاصة بها. وإلى تكيف مختلف المجالات أو النظم الاجتماعية مثل السياسة أو الدين، وغيرها ، مع هذه القواعد المؤسسية أما الاتجاه الثاني وهو (الاتجاه الاجتماعي البنائي) لهيمنة الأعلام، فإنه يهتم بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام المختلفة كجزء من البناء التواصلي للحقائق الاجتماعية والثقافية. وهنا فما يسعى إليه أصحاب هذا الاتجاه هو التعرف على كيفية تجسيد البناء التواصلي للواقع عبر ما تقوم به وسائل الإعلام المختلفة، وكيف يتم بناء الواقع الاجتماعي والثقافي أثناء عملية التواصل عبر هذه الوسائل.

وقد استنتج (Altheide, D. L. (2013) في مقالته أن العنصر الأساسي لنظرية هيمنة الأعلام المبنية على منطق وسائل الإعلام هو أن البنى المؤسسية لوسائل الإعلام لا تساعد فقط في تشكيل وتوجيه المحتوى الإعلامي المرتبط بأنشطة الحياة اليومية ، ولكنها تجعل الجماهير المتلقية التي تعد طرفا رئيسا في عملية الاتصال تتقبل هذه الأشكال وتستخدمها كأداة رئيسة لفهم الحقائق المحيطة بها. وعلى الرغم من أن الوضع التحليلي لهيمنة منطق الأعلام لم يكتمل بعد، فإن الانبهار بالمفهوم سيستمر ، في جميع الاحتمالات ، في السنوات القادمة ، بسبب وعود التماسك التنظيري المتزايدة و النقلة التي أحدثتها هذه الفكرة للدراسات الإعلامية والاتصالية.

المحور الثالث

خلاصة العرض التحليلي لأبحاث نظريات الاتصال في العصر الرقمي

يخلص الباحث من العرض التحليلي السابق لبحوث نظريات الاتصال في العصر الرقمي إلى مجموعة من الملاحظات أو المؤشرات العامة نجملها في الآتي:

- أن ثمة اهتماما بحثيا كبيرا في الدراسات الأجنبية بفهم وتفسير التغيرات التي أدخلها العصر الرقمي على العملية الاتصالية برمتها.
- أن الدراسات التي تتعلق بنظريات الاتصال سعت لفهم مدى تأثير المستجدات التي حملها العصر الرقمي في عملية الاتصال على وسائل الإعلام التقليدية؛ والكيفية التي طورت بها هذه الوسائل أدائها لمجابهة هذه المستجدات.
- أن الدراسات التي تتعلق بنظريات الاتصال أعطت الوسائل الاتصالية التي حملها العصر الرقمي؛ وأبرزها شبكات التواصل الاجتماعي اهتماما كبيرا نتيجة لتأثيراتها الكبرى؛ ليس فقط على المتلقين؛ وإنما على وسائل الاتصال التقليدية ذاتها.
- أن علماء نظريات الاتصال الذين وضعوا نظريات تفسر آثار عمليات الاتصال التي تحققها وسائل الإعلام التقليدية سعوا لتطوير نظرياتهم بما يتوافق مع تطورات العملية الاتصالية التي حملها العصر الرقمي وأبرزهم "دونالد شو" الذي له دراسات حديثة عديدة تسعى لتطوير نظرية الأجندة التي كان أحد منظريها الكبار.
- أن التطورات الاتصالية التي حملها العصر الرقمي، والتي منحت وسائل الإعلام سطوة غير مسبوقة في تاريخ الانسانية على الوعي البشري دعت علماء الاتصال إلى تطوير نظريات تمكن من فهم هذه التطورات، والاثار الناجمة عنها، وهو ما تمثل في طرح نظريات عديدة؛ لكن كان أبرزها وأكثرها حضورا في الدراسات الاتصالية هي النظريات الثلاث التي عرضت لهم دراستنا التحليلية هذه.
- أن النظريات الثلاث الحديثة تتكامل فيما بينها في تفسير العمليات الاتصالية الحديثة؛ فنظرية التكامل العضوي لوسائل الإعلام تفسر الكيفية التي تتكيف بها الوسائل القديمة مع الجديدة عبر عمليات معقدة عدة، أما نظرية الفاعل على الشبكة فتلفت الانتباه إلى العناصر البشرية و غير البشرية التي تتحكم- وعلى قدم المساواة- في إنتاج الرسالة الإعلامية الجماهيرية، ثم تأتي نظرية هيمنة الأعلمة لتصف وتفسر الكيفية التي يهيمن بها منطق وسائل الإعلام على إنتاج المعرفة في كل مجالات الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها.

وفيما يأتي تحليل مجمل للدراسات التي قدمها هذا العرض التحليلي وفقاً ل:

القضايا البحثية التي تناولتها دراسات العرض التحليلي:

سعت الدراسات التي شملها هذا العرض التحليلي إلى معالجة قضيتين بحثيتين رئيسيتين هما:

-التطورات التي أصابت نظريات الاتصال التقليدية التي تفسر الكيفية التي تؤثر بها وسائل الاتصال في المتلقين، وهي هنا النظريات الثلاث الأكثر بروزاً في دراسات الإعلام في العصر الرقمي وهي نظرية الاجندة و نظرية الاستخدامات والإشباع، و نظرية الغرس، وعلى النحو الذي يُمكن هذه النظريات من تفسير الآثار المختلفة لعمليات الاتصال الجديدة التي حملها معه العصر الرقمي على الجمهور المتلقي.

-أما القضية الثانية فتمثلت في تلمس طروح النظريات الحديثة التي أبدعها الفكر الاتصالي الغربي لتفسير عمليات التطور في وسائل الإتصال ذاتها، وتفسير التطور في بنية عملية الاتصال ، وتفسير طبيعة الآثار التي يمكن لوسائل الاتصال التقليدية و الحديثة أن تخلفها على المجتمع برمته في العصر الرقمي، وهو ما تمثل في النظريات الاتصالية الثلاث على الترتيب وهي: نظرية التشكل العضوي لوسائل الإعلام، ثم نظرية الفاعل على الشبكة، ثم نظرية هيمنة الأعلمة .

التصميم المنهجي لدراسات العرض التحليلي:

استخدمت الدراسات التي تم عرضها منهجين بحثيين رئيسيين هما :

- منهج المسح وهو الأكثر استخداماً من قبل الدراسات التي تم عرضها، واستخدم مسح مضامين وسائل الإعلام لاسيما الحديث منها ، ومسح جمهور هذه الوسائل، ومسح القائم بالاتصال في المؤسسات الاتصالية المختلفة. ومسح العلاقات بين هذه الوسائل، والآثار التي ترتبت على تطور هذه الوسائل.

- منهج "التحليل والتركيب" الفلسفي وهو المنهج الذي استخدمته جل المقالات العلمية التي قدمت طروحا لوصف أو تفسير أو تطوير أو نقد النظريات المختلفة.

أدوات جمع البيانات .

_وفي سبيل تحقيق أهدافها، استخدمت الدراسات التي تم عرضها عدة أدوات لجمع البيانات، تمثلت في: الاستبيان الورقي والالكتروني مع جماهير هذه الصفحات، والمقابلات المقننة وغير المقننة مع قائمين بالاتصال ، تحليل

المضمون الكمي والكيفي لمضامين هذه الصفحات، والملاحظة، ومجموعات المناقشة المركزة مع فئات من جماهير المؤسسات أو مسئولو المؤسسات الإعلامية.

النتائج العامة التي انتهت إليها الدراسات التي تتعلق بنظريات الاتصال في العصر الرقمي:

ثمة نوعان من الدراسات التي استعرضتها الدراسة منها ما هو مقالات علمية؛ وهي غالباً لباحثين بارزين في مجال التنظير الإعلامي، والنوع الثاني وهو الذي يتعلق بالدراسات التطبيقية التي انطلقت من طروح هذه النظريات .. وتمثلت أبرز النتائج التي انتهت إليها المقالات العلمية في إسهام هذه المقالات في تطوير طروح النظريات الست على نحو كبير. كما أسهمت هذه النتائج- فيما يتعلق بالدراسات النقدية منها- في وضع اليد على جوانب الخلل التي تضرب بعض طروح هذه النظريات سعياً لوضع اليد على سبل تلافيها.

- أما الدراسات التطبيقية التي أُجريت على هدى طروح هذه النظريات فقد أثبتت صحة سلامة الطروح الحديثة للنظريات التقليدية الثلاث وقدرتها على تفسير جوانب هامة من آثار العمليات الاتصالية التي استحدثها العصر الرقمي على الجانبين الفردي والمجتمعي (الاجتماعي والسياسي و الاقتصادي والديني ... الخ)، كما أثبتت سلامة طروح النظريات الثلاث الحديثة وقدرتها على تفسير العلاقات بين وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وقدرتها على تفسير تطور بنية عملية الاتصال ذاتها؛ وطبيعة الأدوار التي تلعبها الأطراف الفاعلة فيها، ومدى التأثير الذي تخلفه عمليات الاتصال على جوانب الحياة المختلفة بشقيها الفردي والمجتمعي (الاجتماعي والسياسي و الاقتصادي والديني ... الخ) عبر الهيمنة التي تحققت لمنطق وسائل الاتصال على عمليات إنتاج المعرفة وبثها، لاسيما في العصر الرقمي.

وهكذا؛ أسهمت نتائج هذه الدراسات في تطوير النظريات الاتصالية التقليدية، وفي بناء وتطوير نظريات اتصالية حديثة.. على النحو الذي يُمكن من مزيد من قدرة علماء الاتصال وباحثيه على تفسير الظاهرة الاتصالية من شتى جوانبها في العصر الرقمي .. لاسيما في المجتمعات الغربية.

القسم الثاني

الرؤى المستقبلية والأجندة البحثية التي يقترحها

العرض الحالي

لما كان الهدف من طرح عرضنا هذا لرؤى مستقبلية لدراسات النظريات الاتصالية في العصر الرقمي يرنو حتما لترشيد حركة الدراسات العربية التي تتعاطى مع النظريات الاتصالية غربية المنشأ، وتلتهب خلف أحدث ما تجود به قريحة منظريها، ليمكنها من فهم وتفسير آثار عمليات الاتصال في مجتمعاتنا العربية.. لما كان هذا هو الهدف من طرح هذه الرؤية؛ فإن الامانة العلمية تفرض علينا بداية أن نضع أمام الدراسات العربية جوانب القصور الكلية التي تشوب هذه النظريات برمتها، والتي تجعل قرار الاعتماد عليها في فهم بنية وأثار عمليات الاتصال في بلداننا العربية قرارا يحتاج إلى إعادة نظر في طروح هذه النظريات، والتي يعدها البعض علما يضاهي في رصانته طروح نظريات العلوم الطبيعية الراسخة،

وبعد إنجاز هذه الخطوة تأتي خطوة ثانية؛ والتي تتمثل في طرح سبل تلافي أوجه القصور التي تشوب هذه النظريات، وتلافي ما بها من خلل، وتطوير طرووحها الإيجابية على نحو يجعلها قابلة للاكتفاء عليها في فهم الظاهرة الإتصالية في وطننا العربي وتوجيهها بالصورة التي تسهم في تحقيق أهدافه... وذلك على النحو الآتي:

أ- جوانب القصور التي تشوب نظريات الاتصال الغربية:

ثمة جانبان رئيسان من القصور يجعلان إمكانية تطبيق هذه النظريات في فهم وتقييم عمليات الاتصال التي تتم في وطننا العربي من قبل الباحثين الإعلاميين من أبناءه أمرا يحتاج إلى إعادة نظر؛ هذان الجانبان هما:

١- مغايرة الأرضية المعرفية التي أثمرت هذه النظريات للأرضية المعرفية العربية:

الواقع أن نظريات الاتصال الغربية مثلها مثل أي منتج فكري هي نتاج طبيعي للبيئة المعرفية والاجتماعية التي أفرزتها.. والمتأمل في النظريات الست التي تناولناها سلفا - باستثناء نظرية التشكيل العضوي وربما - إلى حد ما - نظرية الفاعل على الشبكة⁽¹⁾ يجد أنها نتاج للأرضية المعرفية الاجتماعية الغربية التي شهدت تطورات عدة حتى تحقق لها الانتقال - عبر ثمانية قرون - من هيمنة الفكر الديني إلى هيمنة الفكر الوضعي، مروراً بعصور فكرية عديدة منها عصر الحركة الإنسانية، ثم عصر النهضة، ثم عصر التنوير، وما تلاه من عصور الحداثة، وما بعد الحداثة.. وما حمله كل ذلك من أيديولوجيات اجتماعية متغايرة وأحيانا

¹ - تعد طروح نظرية التشكيل العضوي طرووحا محايدة، وأقرب إلى النظريات العلمية المجردة، بل هي بالفعل تكاد تكون محاكاة لنظريات علم البيولوجي التي تتعلق بتطور الكائن الحي وتكامل العلاقات بين أعضائه. وهو ما يجعلها مستثناه من هيمنة الفكر الاجتماعي عليها لاسيما وانها تصف العلاقات المتبادلة بين وسائل الاتصال المادية بغض النظر عن المضامين التي تحملها. كما أن جانبا من طروح نظرية الفاعل على الشبكة تبدو أقرب إلى مكونات الشبكات الطبيعية مثل شبكات الاتصالات أو الشبكات الكهربائية أو غيرها من الشبكات، وكيف أن أي عنصر من عناصرها ينقل إشارة من نقطة إلى أخرى ينبغي أن يوضع في الاعتبار - مثله مثل أي عنصر آخر - لضمان عمل الشبكة على النحو المرجو، غير أن ثمة جوانب أخرى من هذه النظرية تعود جذورها لطروح نظرية في علوم الاجتماع الغربية، مما يجعلها رهينة في النهاية للمقولات الكلية التي أفرزت هذه الطروح والتي تتحكم في بنية الفكر الوضعي الغربي برمته.

متناحرة؛ غير أنها تدور جميعها- في النهاية- في فلك الرؤية الكونية أو الكوزمولوجيا (Cosmology) الوضعية التي تغاير في منطلقاتها وغاياتها ووسائلها الفردية والاجتماعية الرؤية الكونية(الكوزمولوجيا) الدينية برمتها.

وهكذا فالأرضية المعرفية والاجتماعية التي تنطلق منها نظريات الاتصال الغربية هي أرضية مغايرة إلى حد كبير للأرضية المعرفية والاجتماعية التي تشكل معا فكر وواقع المجتمعات العربية التي ننتمي إليه.

نعم.. بعض هذه النظريات وبعض من طروح البعض الآخر منها؛ قد تقوم على أسس علمية موضوعية مستقلة عن الأرضية الفكرية والاجتماعية الغربية.. إلا إن ثمة إشكالية لا بد أن نعنيها، ألا وهي أن كل نظرية من هذه النظريات هي في النهاية بنية فكرية متكاملة، وليس من الهين استخدام بعضها من طروحيها ونبذ البعض الآخر؛ فكل طرح من طروحيها لا يعمل بكفاءة إلا وفق البنية التي ينتمي إليها كامله، وهذه البنية هي في النهاية بنية أسيرة حتما لأبنية فكرية أكبر إلى أن ينتهي بها المطاف إلى الدوران في فلك البنية الكوزمولوجية، والتي لا يمكن لأية نظرية تتعاطي مع الشأن الانساني الإفلات من مقولاتها الكلية؛ مهما بعدت بينها وبين هذه المقولات الكلية الشقة .

وهكذا؛ فنحن عندما نطبق طروح هذه النظريات في دراسة الظواهر الاتصالية في المجتمع العربي الذي يملك أرضية معرفية تنتهي إلى بنية كوزمولوجية مغايرة -إلى حد كبير- للبنية الكوزمولوجية الغربية سوف نقع في احتمالين هما:

- إخفاق الجهود البحثية التي تنطلق من هذه النظريات في فهم وتفسير وتوجيه الظواهر الاتصالية التي تدرسها، وإخفاقها، من ثم، في توجيه حركة وسائل الاتصال في مجتمعاتنا، بحكم اختلاف الأرضية التي أنتجتها والأرضية التي تغرس فيها. وهو ما يجعل هذه الجهود لا تثمر النتائج الإيجابية المرجوة من بذل الوقت والجهد والمال فيها.

- أن يثمر تطبيقها وغرسها -قسرا- ثمارا مرة في البيئة المعرفية والاجتماعية المغايرة لها؛ عبر ما تجره معها من منظومة معرفية متكاملة خاصة بحضارة يعتنقها مجتمع ما لمنظومة معرفية مغايرة لها إلى حد بعيد.

وهكذا؛ وفي كلتا الحالتين ثمة خلل حتمي سينبني على سيادة هذه النظريات على الدراسات الاتصالية العربية وسيادتها -من ثم - على الواقع الاتصالي الذي تنظر له في المجتمعات العربية.. خلل يتطلب من علماء الاتصال العرب التحرك السريع لوضع حلول ناجعة له.

2- قصور بنية النظريات الاتصالية الغربية ذاتها:

حتى لو افترضنا توافق الأرضية المعرفية التي أفرزت هذه النظريات مع الأرضية المعرفية التي تنطلق منها مجتمعاتنا العربية؛ فإن هذه النظريات (نظريات الاستخدامات والإشباعات والغرس الثقافي، وترتيب الأولويات وهيمنة الأعلام، والفاعل على الشبكة) ورغم تطورات الكلاسيكية منها، وأهمية طروح الحديثة منها، إلا أن ثمة قصورا يضر بها جميعا، ألا وهو تمحور اهتمامها حول الوقوف عند طرح التساؤلات التي تتعلق بالكيفية التي تؤثر خلالها وسائل الإعلام في جماهيرها، أو يتم خلالها إنتاج الرسالة الاعلامية، رغم كثرة التساؤلات التي يتطلب فهم هذه الكيفية طرحها، ورغم اختلاف التساؤلات التي تُطرح في كل نظرية منها.

ورغم أهمية الإجابة علي هذه التساؤلات في فهم حقيقة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير؛ على جماهيرها -على اختلاف أنواع هذا التأثير وكيفيته ودرجاته وأهميته وأسبابه- إلا أن الوقوف عند هذا الحد من الإجابة على هذه التساؤلات لدى تلك النظريات يجعل المردود الذي يمكن تحقيقه من الدراسات التي تهتدي بها مردودا ضئيلا وقليل الفاعلية في ترقية واقع عمليات الاتصال بما يخدم أهداف المجتمع الذي تعمل في ظلاله.

ذلك لأن إسهام أية نظرية منها في ترقية الواقع العملي يتطلب منها الإجابة - أيضا - على عدد من التساؤلات السابقة على تلك التساؤلات، والتساؤلات اللاحقة عليها وذلك على النحو التالي:

- أما التساؤلات السابقة؛ فتعد بمثابة مقدمات يمكن على هداها الإجابة على تساؤلات كيفية تحقيق تأثير العميات الاتصالية على النحو المأمول وهي تساؤلات يمكن تلخيصها في تساؤل كلي هو: كيف يمكن بناء عملية اتصال قادرة على تحقيق تأثيرات سليمة في متلقيها؟ .. سواء أكان تحقيق إشباع ما لدى المتلقي، أو غرس فكرة أو قيمة ما، أو ترتيب أولوية ما، أو تبني كيفية ما لاستقاء المعارف وطرحها كما هو محور نظرية هيمنة الأعلمة، أو عبر تضخيم أو تحجيم دور فاعل ما من الفاعلين أو تشكيله بطريقة ما تحقق التأثير المرجو.

- أما التساؤلات اللاحقة؛ فهي التي تتعلق بالنتائج التي تنبني على أي إخفاق لعمليات الاتصال في تحقيق التأثير المرجو من الرسائل التي تبثها (سواء تلك التي تحقق عمليات إشباع ما أو تغرس وعيا ما أو ترتب أولويات المتلقي على نحو ما، أو تلك التي تسعى لتشكيل الحقائق التي تستقر في وعيه بطريقة ما) ومثل هذه التساؤلات هي تساؤلات حتمية لضمان سلامة تأثير العمليات الاتصالية على وعي المتلقي وعلى النحو الذي يضمن -من ثم- سلامة السلوك الذي ينبني عليه، وسلامة الآثار التي تنبني على هذا السلوك لهذا الفرد وللمجتمع الذي يتحرك فيه، ليس اليوم فقط، وإنما اليوم وغدا.

وهنا قد يثور تساؤل ألا وهو: ما مبرر عدم التفات النظريات الغربية لضرورة طرح التساؤلات السابقة ولاحقة كمقدمة للإجابة عليها؟ والواقع أنه قد يكون ثمة مبرر لعدم التفات الدراسات الغربية - التي خرجت هذه النظريات من رحمها أو الدراسات التطبيقية التي اهتمت بها- إلى مدى أهمية طرح تلك التساؤلات، ألا وهو كون هذه الدراسات قد خرجت من رحم مجتمع علمي تهيم عليه من الناحية المنهجية المناهج الوظيفية، وتسيطر على الفكر الإعلامي السائد فيه نظرية المسؤولية الاجتماعية التي ترى أن ثمة التزاما أخلاقيا تتحمله وسائل الإعلام، يفرض عليها مراعاة مصالح جماهيرها التي تتوجه إليها، وخدمة القضايا التي تهم المجتمعات التي تعمل في رحابها، كمقابل لتمتع هذه الوسائل بالحرية، وهو ما قد يجعل لدى علماء الاتصال لديهم قدر من اليقين أن الغايات التي تقف وراء السبل المختلفة التي تسلكها وسائل الإعلام في المجتمعات الغربية لتحقيق التأثيرات التي تصبو إليها على جماهيرها، هي غايات تصب في النهاية فيما يخدم الصالح العام في المجتمعات التي تنتمي إليها. وبما يتوافق مع الغايات التي تُنظر لها الكوزمولوجيا الوضعية التي تدور في فلكها.

و إذا كانت تلك المعطيات الخاصة بالمجتمعات الغربية تبرر -إلى حد ما - وضعية النظريات الاتصالية التي أفرزتها أرضيتها المعرفية و الاجتماعية، فإنه ليست ثمة مبرر أمام الدراسات العربية التي تدور في فلك هذه النظريات لأن تقف عند التساؤلات التي تتعلق بالكيفية التي تؤثر خلالها وسائل الاتصال في المتلقي دون التطرق إلى الإجابة على التساؤلات السابقة واللاحقة عليها؛ والتي سيؤدي غيابها- حتما- إلى اختلال قدرة هذه النظريات على ترشيد وسائل الاتصال العربية- بمسؤولياتها الجلل -قبل مجتمعاتنا العربية التي تعيش واقعا يزخر بوسائل تتشكل غاياتها تبعا لهدف أعلى هو تحقيق ما يصبو إليه ملاكها من أرباح أو منافع - إن كانت مملوكة ملكية خاصة- أو ما يهدف إليه أصحاب القرار فيها، إن كانت مملوكة ملكية عامة . وهو ما يجعل الغايات التي تصبو إليها جل هذه الوسائل هو التأثير في جماهيرها بالصورة التي تخدم مصالح هؤلاء المسيطرين أكثر من خدمة الصالح العام لمجتمعاتها؛ وهو أمر يحمل خطورة علي المصالح العليا والدائمة لمجتمعاتنا العربية ..وواقع الحال خير دليل على ذلك.

وهكذا يكاد أن يتلاشى أي مردود عملي لأغلب الدراسات العربية التي تدور في فلك هذه النظريات ، و هو ما يجعل هذه الدراسات أقرب إلي الترف العلمي منه إلي الدراسات المهمومة بالتصدي لإشكاليات قادرة على أن تنتهي حيالها إلي نتائج تسهم في إصلاح الواقع الإعلامي المختل في بلداننا العربية.

الرؤى المستقبلية للدراسات العربية في نظريات الاتصال في العصر الرقمي:

لا مراء أن الطرح السالف الذي يضع اليد على جوانب القصور الرئيسة التي تشوب بنية نظريات الاتصال الغربية المهيمنة عالميا على الدراسات الإعلامية يفرض على الدراسات الإعلامية العربية المستقبلية ، سواء تلك التي تتعاطى مع هذه النظريات بالفسير أو النقد، أو تلك التي تهتدي بها في فهم وتفسير وترقية الواقع الإعلامي في المجتمع العربي يفرض على علماء الاتصال العرب اجراء دراسات تتعلق بما يلي:

- الخلفيات المعرفية والاجتماعية لنظريات الاتصال الغربية المهيمنة على الفكر الاتصالي العربي؛ على النحو الذي يُمكن من وضع اليد على مدى تأثير كل طرح من طروح أية نظرية منها بالخلفية المعرفية التي أفرزتها، ومدى ملائمة مثل هذا الطرح لبيئتنا المعرفية والاجتماعية من عدمه، فإن كان مثل هذا الطرح موضوعيا خالصا فأهلا به وسهلا، وإن كان محملا بخلفيات معرفية واجتماعية فهنا لابد من إيجاد البديل الذي يناسب بيئتنا المعرفية والاجتماعية، و بذلك يمكن الاستفادة من الجوانب الإيجابية المحايدة في طروح هذه النظريات وتلافي الجوانب السلبية منها.

- جوانب القصور التي تضرب بنية كل نظرية من هذه النظريات، وعلى النحو الذي جعلها أقرب لأداة تهدف فقط لوصف الظاهرة الاتصالية بعناصرها المختلفة من كونها أداء لعلاج أي قصور فيها.

- أوجه القصور التي تضرب الدراسات العربية التي اعتمدت على هذه النظريات في فهم الظواهر الاتصالية التي تعاطت معها.

- ما أهملته الدراسات التي تهتدي بالنظريات الغربية؛ والمائل في دراسة آثار ما بعد عملية الاتصال سواء أكانت آثارا سلبية أو إيجابية؛ على النحو الذي يُمكن من فهم علل الخلل الذي أفرز هذه الآثار السلبية كمقدمة حتمية لعلاجها، ويُمكن من فهم علل الآثار الإيجابية كمقدمة لتعظيمها.
- المنطلقات الفكرية للمجتمعات العربية التي تعد الأرضية التي تنبني عليها النظريات الاتصالية في أي مجتمع وذلك لوضع اليد على المعايير التي يمكن الاهتداء بها في قبول طروح أي نظرية اتصالية وافدة من عدمه .
- الواقع الاعلامي العربي وما به من خلل في طبيعة الدور الذي ينبغي أن يضطلع به في بناء المجتمعات العربية وتقدمها؛ لفهم العلل العميقة لهذا الخلل كمقدمة لبناء طروح تنظيره قادرة على التصدي الناجع له.
- الهيمنة التي يمارسها الفكر الاعلامي الغربي على الفكر الاعلامي العربي: عللها، آثارها، وسبل تلافيمها.
- الهيمنة التي يمارسها الإعلام الغربي والشرقي على وعي العقل العربي، والسبل التنظيرية التي تمكن من الحد منها.
- ولما كان بناء نظريات علمية أصيلة تفسر وتطور الواقع الاتصالي العربي هو أمر يتطلب جهودا علمية ضخمة ومستمرة، فإن هذا يعني أن قدرة علماء الاتصال العرب على بناء نظريات اتصالية عربية متكاملة لا يمكن أن تتم عبر جهود فردية مهما عظمت؛ وإنما تتطلب عملا مؤسسيا متواصلا لبناء فكريا اتصاليا متكامل ينطلق من منطلقات الرؤية الكونية المهيمنة على الفكر والواقع العربي؛ ويسعى لتحقيق غاياتها، هذا من ناحية؛ وينطلق من فهم دقيق للواقع الاتصالي في المجتمع العربي وجوانب القصور التي تشوبه ويسعى إلى رسم سبل التصدي لها.

-هوامش الدراسة:

- ¹ - حسني نصر، اتجاهات البحث و التنظير في وسائل الإعلام الجديدة، دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، مؤتمر التواصل الاجتماعي التطبيقات والاشكاليات المنهجية، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية الرياض 10-11 مارس 2015 ص 2.
- ² -ثمة دراسات عديدة اجمعت علي هيمنة هذه النظريات على الدراسات الاتصالية في العصر الرقمي رغم وجود اختلاف بينهم في إضافة بعض النظريات الأخرى إلا إن هذه النظريات تكرر ذكر بعضها أو أغلبها في هذه الدراسات كلها ومن هذه الدراسات:
- Mohr, T. L., & Furey, L. D. (2018). Advancing agenda building. *The Agenda Setting Journal*, 2(1) pp.. 84-102.
- Singer, J. B. (2018). Transmission creep: Media effects theories and journalism studies in a digital era. *Journalism Studies*, 19(2), pp. 209-226 .
- Jeffres, L. W. (2015). Mass communication theories in a time of changing technologies. *Mass Communication and Society*, 18: pp. 523–530,
- Perloff, R. M. (2015). Mass communication research at the crossroads: Definitional issues and theoretical directions for mass and political communication scholarship in an age of online media. *Mass communication and Society*, 18(5), pp. 531-556.
- ³ -Derzon, J. H., & Lipsey, M. W. (2002). A meta-analysis of the effectiveness of mass-communication for changing substance-use knowledge, attitudes, and behavior. *Mass media and drug prevention: Classic and contemporary theories and research*, pp. 231-258.
- Kosenko, K., Luurs, G., & Binder, A. R. (2017). Sexting and Sexual Behavior, 2011–2015: A Critical Review and Meta - Analysis of -4 a Growing Literature. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(3) pp. 141-160.
- ⁵ فيما يلي نماذج من الدراسات العربية الحديثة التي طبقت النظريات الثلاث (نظرية الأجندة ونظرية الاستخدامات ونظرية الغرس) أولاً: الدراسات التي طبقت نظرية الأجندة:
- ليندة ضيف . (٢٠١٢). (الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة، من يرتب أولويات وسائل الإعلام ، مجلة الحكمة ، العدد ١٠، ١٩٢-٢٠٩ .
- شكرية السراج . (٢٠١٤). (دور الصحافة النسوية في ترتيب اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة، دراسة تحليلية ميدانية ، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٢٩، ص ٧٧-١٠٧.
- محمد على القعاري. (٢٠١٤). العوامل المؤثرة في بناء أولويات قضية حرب صعدة في الصحافة اليمنية: دراسة في اطار نظرية بناء الأجندة، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد ١٢ ص ١٠٧
- ندية القاضي (٢٠١٦) دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية ، المجلة المصرية للبحوث الرأي العام - المجلد 41، العدد الرابع، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- منى المراغي (2016) اجندة مقالات الراي في مواقع الصحف الامريكية نحو مرشحي الانتخابات الرئاسية الامريكية عام 2016 بالتطبيق على موقعي الواشنطن بوست و النيويورك تايمز المجلة العلمية لبحوث الصحافة العدد يوليو ، سبتمبر.

- شريف سعيد حميد (2017) العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات الأخبار في الفضائيات العراقية من وجهة نظر العاملين في مجال الأخبار ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام : جامعة القاهرة – كلية الإعلام – مصر ،، العدد 58 ص ص 527:608
- أحمد فاروق، شيرين موسى. (٢٠١٧). (دور وسائل التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات المجتمع و وسائل الإعلام التقليدية دراسة في مفهوم الأجندة الأفقية المتداخلة ، المؤتمر العلمي الثاني، المجتمع العربي وشبكات التواصل الاجتماعي في عالم متغير " ٣٠ أكتوبر -٢ نوفمبر، كلية الآداب، جامعة السلطان قابوس
- أمنية الغنام. (٢٠١٧). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المحتوى البرامجي المقدم بالفضائيات المصرية ، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السنوي للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الإعلام " الصحافة والإعلام في عصر المعلومات " – الجامعة الأمريكية بالقاهرة في الفترة من 14-١٢ أكتوبر ٢٠١٧.
- ليندة ضيف . (٢٠١٢). (الاتجاهات البحثية الجديدة في نظرية الأجندة، من يرتب أولويات وسائل الإعلام ، مجلة الحكمة ، العدد ١٠، ١٩٢-٢٠٩ .- شكرية السراج). (٢٠١٤). (دور الصحافة النسوية في ترتيب اهتمامات المرأة العراقية نحو القضايا العامة، دراسة تحليلية ميدانية ، مجلة الباحث الإعلام ي، العدد ٢٩، ص ٧٧-١٠٧.
- محمد على القعاري. (٢٠١٤). العوامل المؤثرة في بناء أولويات قضية حرب صعدة في الصحافة اليمنية: دراسة في اطار نظرية بناء الأجندة، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، العدد ١٢ ص ١٠٧
- ندية القاضي (٢٠١٦) دور مواقع التواصل الاجتماعي في بناء أجندة القائم بالاتصال في الصحف المصرية بالنسبة للأخبار والقضايا المحلية ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام - المجلد 41، العدد الرابع، كلية الإعلام جامعة القاهرة.
- منى المراغي (2016) اجندة مقالات الراي في مواقع الصحف الامريكية نحو مرشحي الانتخابات الرئاسية الأميركية عام 2016 بالتطبيق على موقعي الواشنطن بوست و النيويورك تايمز المجلة العلمية لبحوث الصحافة العدد يوليو ، سبتمبر.
- شريف سعيد حميد (2017)العوامل المؤثرة في ترتيب أولويات الأخبار في الفضائيات العراقية من وجهة نظر العاملين في مجال الأخبار ، المجلة المصرية لبحوث الإعلام : جامعة القاهرة – كلية الإعلام – مصر ،، العدد 58 ص ص 527:608
- أحمد فاروق، شيرين موسى. (٢٠١٧). (دور وسائل التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات المجتمع و وسائل الإعلام التقليدية دراسة في مفهوم الأجندة الأفقية المتداخلة ، المؤتمر العلمي الثاني، المجتمع العربي وشبكات التواصل الاجتماعي في عالم متغير " ٣٠ أكتوبر -٢ نوفمبر، كلية الآداب، جامعة السلطان قابوس.
- يوسف، محمد صلاح 2018 العوامل المؤثرة في بناء أجندة القائم بالاتصال في قناة إكسترا نيوز الإخبارية المصرية مجلة البحوث الإعلام ية جامعة الأزهر – كلية الإعلام بالقاهرة المجلد/العدد:49 ص ص 294 – 316
- أحمد الزهراني (٢٠١٣).. التعرض للصحافة السعودية اليومية وعلاقته بترتيب أولويات المواضيع السياسية لدى الجمهور السعودي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام
- خالد الغيلاني. (٢٠١٢). (دور الصحافة العمانية في ترتيب أولويات الاهتمام بقضايا التعليم لدى الجمهور العماني، دراسة تحليلية وميدانية"، رسالة دكتوراه، غير منشورة، القاهرة: جامعة عين شمس. ١٢.
- .مها فتحي). (٢٠١٣). (العلاقة المتبادلة بين أجندة الصحف وانعكاسها على ترتيب أولويات الصفوة القضايا العامة في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة المنيا، كلية الآداب .٣٠.

- هالة بسيوني كتاكت. (٢٠١٣). دور الصحافة الالكترونية في معالجة القضايا الاجتماعية للشباب الجامعي في ضوء نظرية ترتيب الأولويات (دراسة تطبيقية مقارنة)، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة طنطا ، كلية التربية النوعية
- أمينة هاجي . (٢٠١٤). الصحافة المكتوبة وترتيب اولويات الجمهور الجزائري نحو القضايا البيئية دراسة وصفية تحليلية لجريدة الشروق اليومي وجمهوريةها ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة إبراهيم سلطان شيبوط الجزائر
- زهرة جمعة. (٢٠١٤) دور الصحافة الليبية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا الأمن الاجتماعي ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة القاهرة، كلية الإعلام .
- هويدا عزوز). ٢٠١٤ . (دور مواقع التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات الشباب المصري نحو القضايا السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١ ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة المنوفية، كلية الآداب،
- ياسمين أحمد. (٢٠١٧) دور الصحف المصرية في ترتيب أولويات القضايا السياسية في مصر بعد ٢٥ يناير وعلاقتها بالشباب الجامعي ، رسالة دكتوراه غير ، معهد الدراسات والعليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة ، منشورة ، جامعة عين شمس الطفل.
- ثانيا: نماذج لدراسات عربية حديثة طبقت نظرية الاستخدامات والإشباعات:
- محمد محفوظ الزهري (2016) استخدامات الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي SMS والإشباعات المتحققة وانعكاسها على سلوكياتهم : دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام : جامعة القاهرة - كلية الإعلام – مصر العدد 057، ص ص 149 – 182.
- صفاء محمد إبراهيم عبد الدايم(2015) استخدام الشباب المصري للتلفزيون ووسائل الإعلام الجديدة دراسة مقارنة، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون كلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد الثالث، يوليو سبتمبر ص ص 313:351
- ياسمين سعيد عبد المنعم (2015) استخدامات الصفوة المصرية للبرامج الحوارية التلفزيونية و التأثيرات الناجمة عن التعرض لها ، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون كلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد الرابع، أكتوبر ديسمبر ، ص ص 269:298
- سالي احمد جاد(2015) دوافع استخدام الجمهور المصري لمحطات الراديو غير شبكة الإنترنت والإشباعات المتحققة منها، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون كلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد الرابع، أكتوبر ديسمبر، ص ص 439 :461
- ماهيناز رمزي محسن، أنور محمد الرواس(2017) استخدامات الشباب العماني لإذاعات FM والإشباعات المتحققة منها، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون كلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد العاشر ، ابريل يونيه ، ص ص 169 :233
- يوسف محمد الفيلكاوي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في دولة الكويت : دراسة ميدانية على عينة من الشباب الكويتي، المجلة المصرية - 639 - 575 لبحوث الإعلام : جامعة القاهرة - كلية الإعلام – مصر ، العدد 54، ص ص
- ايمن السيد غريب 2015 استخدامات الصحفيين في مصر لشبكات التواصل الاجتماعي الجديدة والإشباعات المتحققة منها : دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة المنصورة كلية الآداب قسم الإعلام -
- سارة محمد عبد الله (2017) استخدامات الشباب المصري لمواقع الحياة الافتراضية و الإشباعات المتحققة منها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب ، قسم الإعلام

ثالثا: نماذج لدراسات حديثة طبقت نظرية الغرس:

- داليا عثمان ابراهيم(2015) العلاقة بين التعرض للدراما المصرية و التركية وتشكيل اتجاهات الشباب نحو الزواج، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون كلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد الثالث، يوليو سبتمبر، ص ص 353 : 410
- وجدي حلي عبد الظاهر (2016)العلاقة بين التعرض للمسلسلات التركية واتجاهات الجمهور العربي نحوها: دراسة تحليلية ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون كلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد الخامس، يناير، مارس، ص ص 59 : 172
- تامر سكر(2016) ادراك الشباب الجامعي المصري للانحرافات المجتمعة في الدراما المصرية المعروضة بالقنوات الفضائية العربية المتخصصة، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون كلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد السابع، يوليو ، سبتمبر ، ص ص 357 : 453
- هبة محمد خطاب(2016) صورة المرأة الريفية في المسلسلات العربية التي يقدمها التلفزيون المصري و علاقتها بادراك الجمهور للواقع الاجتماعي لها، المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون كلية الإعلام ، جامعة القاهرة العدد الثامن، اكتوبر ديسمبر ، ص ص 419 : 437
- نورهان مجدي حبيب(2017) دور الأفلام المقدمة بقنوات الافلام الاجنبية المتخصصة في غرس القيم الثقافية لدى الجمهور المصري كلية الآداب جامعة عين شمس قسم الإعلام .

(6)-Lippmann, Walter (1922) Public Opinion. (New York: Macmillan) .29.

(7)-Berelson ,Pernard (1975)" Communication &Public Opinion " in Wilbur Schram. Mass communication 2ed. (Urbana Chicago: University of Illinois Press) .542

- نقلا عن صالح خليل أبو إصبع (1999) ، الاتصال الجماهيري (عمان : دار الشروق للنشر و التوزيع) ص 219

(8)- Cohen ,Bernard C. . (1963) The Press and Foreign Policy.(Princeton, NJ: Princeton University Press) p. 120

(9) - Lang, K. & Lang . G.E.. (1966) "The Mass Media and Voting". In B. Berelson and M. Janowitz (Eds.) ، Reader in Public Opinion and Communication (Second Edition.(New York: Free Press) pp. 455-472

(10)-Nimmo ، Dan. (1970) Political Persuaders : The Techniques of Modern Election Campaigns (New Jersey: Prentice-hall، 1) p. 15

(11)-White, Theodore. (1973) The Making of the President. (New York: Bantam)p . 327

in The Public Opinion ، (Summer 1972) 'The Agenda-Setting Function of Mass Media'، Shaw, Donald ، (12)-McCombs ,Maxwell No. 2. pp. 176-187. ، Vol. 36,Quarterly

(13) - حول دراسات المستوي الثاني أنظر:

، & D. Weaver (Eds.)، D. L. Shaw، S. (1997)." Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting ". In M. McCombs،-Ghanem NJ: Erlbaum.) pp. 3–14 ،(London .Communication and Democracy

- حول ملامح المستوي الثاني لدراسة الأجندة والأبعاد التي تشكل هذه الملامح أنظر :

- Weaver, David H. (، March 2007) "Thoughts on Agenda Setting، Framing، and Priming" Journal of Communication. Volume 57، Number 1، pp. 142-147

543–557 ، 6 M.(2005)."A look at Agenda-Setting: Past Present and Future". Journalism Studies. -McCombs

- Coleman, R., & Banning, S. A. (summer 2006). Network TV news' Affective Framing of the Presidential Candidates: Evidence for a Second-Level Agenda-Setting Effect Through Visual Framing. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 83(2), pp 313-328
- 15 - أنظر: راجية أحمد قنديل (1998) الاتجاهات الحديثة في دراسات الرأي العام في الولايات المتحدة الأمريكية (القاهرة: دار النهضة العربية) ص 39
- 16 -Guo,L.,&McCombs,M.(2011a,May26–30).Network agenda setting: A third level of media effects. Paper presented at the annual international communication association conference,Boston,MA.
- Guo, L., & McCombs, M. (2011b, August 10–13). Toward the third-level agenda-setting theory: A network agenda-setting model. Paper presented at the association for education in journalism and mass communication's annual conference, St. Louis, MO.
- 17 -Guo, L., Vu, H. T., & McCombs, M. (2012). An expanded perspective on agenda setting effects: Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicación*, 11, 51 –58. Retrieved from <http://udep.edu.pe/comunicacion/rcom/pdf/2012/Art051-068>.
- 18 -Kim,K.,&McCombs,M.(2007).News story descriptions and the public's opinions of political candidates. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 84(2), 299–314.
- 19 -Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, 102(1), 4–27.
- 20 - Guo, L., Vu, H. T., & McCombs, M. (2012). An expanded perspective on agenda-setting effects: Exploring the third level of agenda setting. *Revista de comunicación*, (11) pp. 51-68.
- 21 - *Ibid*, pp. 55-58.
- .-Parmelee, J. H. (2014). The agenda-building function of political tweets. *New Media & Society*, 16(3) pp. 434-450 22
- Russell Neuman, W., Guggenheim, L., Mo Jang, S., & Bae, S. Y. (2014). The dynamics of public attention: Agenda-setting theory meets big data. *Journal of Communication*, 64(2) pp. 193-214.
- Cheng, Y., & Chan, C. M. (2015). The third level of agenda setting in contemporary China: Tracking descriptions of moral and national education (MNE) in media coverage and people's minds. *International journal of Communication*, pp. 9, 18.
- 25 -Skogerbø, E., Bruns, A., Quodling, A., & Ingebretsen, T. (2016). Agenda-setting revisited: Social media and sourcing in mainstream journalism. *The Routledge companion to social media and politics*, pp. 104-120.
- Rogstad, I. (2016). Is Twitter just rehashing? Intermedia agenda setting between Twitter and mainstream media. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(2)pp. 142-158
- big data analysis of the online (Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). The agenda-setting power of fake news: A media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, 20(5),pp. 2028-2049.
- 28- Guo, L., & Vargo, C. (2018). "Fake News" and Emerging Online Media Ecosystem: An Integrated Intermedia Agenda-Setting Analysis of the 2016 US Presidential Election. *Communication Research*,
- 29 -Feezell, J. T. (2018). Agenda setting through social media: The importance of incidental new exposure and social filtering in the digital era. *Political Research Quarterly*, 71(2)pp. 482-494.
- 30- Kim, C. (2018). *Agenda-Defending of Candidate-Owned Facebook: An Investigation of the 2016 Presidential Primary (Doctoral dissertation, Indiana University)*

- Vu, H. T., Jiang, L., Chacón, L. M. C., Riedl, M. J., Tran, D. V., & Bobkowski, P. S. (2018). What influences media effects - 31 on public perception? A cross-national study of comparative agenda setting. *International Communication Gazette*, 32-33.
- Kiambo, C. W. (2018). *Intermedia Agenda Setting Between Social Media and Traditional News in Kenya: An Analysis of the Relationship between the Twitter Hashtag# Lipakamatender and Citizen Television News* (Doctoral dissertation, United States International University-Africa).
- ³³- Posegga, O., & Jungherr, A. (2019, January). Characterizing Political Talk on Twitter: A Comparison between Public Agenda, Media Agendas, and the Twitter Agenda with Regard to Topics and Dynamics. In *Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences*.

³⁴ - انظر على سبيل المثال :

- Angleman, S. (December, 2000). Uses and Gratifications and Internet Profiles: A Factor Analysis. Is Internet Use and Travel to Cyberspace Reinforced by Unrealized Gratifications? Paper presented at the Western Science Social Association 2001 Conference held in Reno, NV. Available at <http://www.jrily.com/LiteraryIllusions/InternetGratificationStudyIndex.html> date of access 2019/8/5
- Lee, Seungwhan. (2004) "The Uses and Gratifications Approach in the Internet Age" Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New Orleans Sheraton, New Orleans, LA, May 27, 2004 Available at http://www.allacademic.com/meta/p113437_index.htm Robert LaRose & Matthew S.
- Eastin, A. (2004) "social cognitive theory of Internet uses and gratifications: toward a new model of media attendance", *Journal of Broadcasting & Electronic Media* - Sept, 2004, available at <http://www.entrepreneur.com/tradejournals/article/122763711.htm>
- Hanjun Ko ^{A1}, Chang-Hoan Cho ^{A2}, Marilyn S. Roberts (2005) "Internet Uses and Gratifications: A Structural Equation Model of Interactive Advertising" *Journal of Advertising* "Issue: Volume 34, Number 2 / Summer 2005 Pages: 57 – 70
- Douglas A. Ferguson and Elizabeth M. Perse (spring 2000) "World Wide Web as a Functional Alternative to Television ") 44 ³⁵ *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 155 , pp. 157- 158
- Thomas Stafford and Dennis Gonier, (2004) "What Americans like about being Online," *Communications of the ACM*, November ³⁶ 2004, 47(11) pp. 107-112.
- ³⁷ -Gallion, A. J. 2010, Applying the Uses and Gratifications Theory to Social Networking Sites. Indiana University (URL = <http://bit.ly/1c73Knc>,
- ³⁸ -Quan-Haase, A., Young, A. L. (2010) „Uses and Gratifications of Social Media: A Comparison of Facebook and Instant Messaging“, *Bulletin of Science Technology Society*, 30 (5) pp. 350-361
- ³⁹ - Smock, A. D. et al. (2011) „Facebook as a toolkit: A uses and gratification approach to unbundling feature use“, *Computers in Human Behavior*, 27, pp. 2322–2329.
- ⁴⁰ - Raacke, J., Bonds-Raacke, J. (2008) „MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites“, *Cyberpsychology & Behavior*, 11 (2) pp. 169-175.
- ⁴¹ - Joinson, A (2008) 'Looking at', 'Looking up', or 'Keeping up with' People-Motives and Uses of Facebook. University of Bath (URL = <http://bit.ly/1fNmYz0>, accessed September 27, 2013)
- ⁴² -Perloff, R. M. (2015). Mass communication research at the crossroads: Definitional issues and theoretical directions for mass and political communication scholarship in an age of online media. *Mass communication and Society*, 18(5), 531-556.

- 43 -Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504-525.
- 44-Tanta, I., Mihovilović, M., & Sablić, Z. (2014). Uses and gratification theory—why adolescents use Facebook?. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 20(2)pp. 85-111.
- 45 -Cheng, Y., Liang, J., & Leung, L. (2015). Social network service use on mobile devices: An examination of gratifications, civic attitudes and civic engagement in China. *New Media & Society*, 17(7) pp. 1096-1116.
- 46 -Quinn, K. (2016). Why we share: A uses and gratifications approach to privacy regulation in social media use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1) pp. 61-86.
- 47 -Quinn, K. (2016)Contextual social capital: Linking the contexts of social media use to its outcomes. *Information, Communication & Society*, 19(5) pp.582-600.
- 48-Kim, Y., Kim, Y., Wang, Y., & Lee, N. Y. (2016). Uses and gratifications, journalists' Twitter use, and relational satisfaction with the public. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(3) pp. 503-526.
- Musa, A. S., Azmi, M. N. L., & Ismail, N. S. (2016). Exploring the Uses and Gratifications Theory in the Use of Social Media among⁴⁹ students of Mass Communication in Nigeria. *Malaysian Journal of Distance Education*, 17(2), 83-95. doi: 10.21315/mjde2015.17.2.6
- 50 - Ratcliff, A. J., McCarty, J., & Ritter, M. (2017). Religion and new media: A uses and gratifications approach. *Journal of Media and Religion*, 16(1) pp. 15-26.
- 51 - Brubaker, P. J., & Haigh, M. M. (2017). The religious Facebook experience: Uses and gratifications of faith-based content. *Social Media+ Society*, 3(2),
- Gruzd, A., Haythornthwaite, C., Paulin, D., Gilbert, S., & Del Valle, M. E. (2018). Uses and gratifications factors for social 52 media use in teaching: Instructors' perspectives. *New Media & Society*, 20(2) pp. 475-494.**
- Gan, C., & Li, H. (2018). Understanding the effects of gratifications on the continuance intention to use WeChat in China: A -53 perspective on uses and gratifications. *Computers in Human Behavior*, 78, pp.306-315.**
- 54 - Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2015). Yesterday's new cultivation, tomorrow. *Mass Communication and Society*, 18(5) pp. 674-699
- 55 -Potter, W. J. (2014). A critical analysis of cultivation theory. *Journal of communication*, 64(6) pp. 1015-1036.
- 56 -Michael Morgan and James Shanahan , The State of Cultivation , *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol.45. No. 2 .June 2010 . pp..337-355.
- 57 - George Gerber," Epilogue", In Nancy signorielli and Michael Morgan (eds.) *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research* (California : Sage, 1990). pp. 338-340
- Amir Hetsroni, Overrepresented Topics,Underrepresented Topics,and the Cultivation Effect, *Communication Research Reports* -⁵⁸ Vol. 25, No. 3, August 2008, pp. 200—210
- 59- Michael Morgan and James Shanahan , The State of Cultivation , *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, vol.45. No. 2 .June 2010 .P.351.

Acculturation of Asian Indian Sojourners in America: Application of the Cultivation Framework", "Priya Raman & Jake Harwood, -⁶⁰
Vol. 73, No. 4, October–December 2008, pp. 295–311 Southern Communication Journal

⁶¹- Stanley J. Baran and Dennis K. Davis, (1995) Mass Communication Theory: Foundations and Ferment and Future (California: Wadsworth,) pp. 304-305.

⁶²- Priya Raman & Jake Harwood, " Acculturation of Asian Indian Sojourners in America: Application of the Cultivation Framework", Southern Communication Journal Vol. 73, No. 4, October–December 2008, pp. 295–311

⁶³ - Michael Morgan and James Shanahan , The State of Cultivation , Journal of Broadcasting and Electronic Media, vol.45. No. 2 .June 2010 .P.351.

⁶⁴ Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2015). Yesterday's new cultivation, tomorrow. Mass Communication and Society, 18(5) pp. 674-699

-Lau, H. Y. (2015). Cultivation effects of television broadcasting and online media. In New Media, Knowledge Practices and ⁶⁵
pp. 13-21 ..Springer, Singapore Multiliteracies

⁶⁶ -Cheng, J. W., Mitomo, H., Otsuka, T., & Jeon, S. Y. (2016). Cultivation effects of mass and social media on perceptions and behavioural intentions in post-disaster recovery—The case of the 2011 Great East Japan Earthquake. Telematics and informatics, 33(3) pp. 753-772

⁶⁷ -Ellithorpe, M. E., Brookes, S. E., & Ewoldsen, D. R. (2016). So close and yet so far: construal level moderates cultivation effects. Media Psychology, 19(1) pp. 27-48.

⁶⁸ -Zia, A., Ifthikar, M., & Raza, S. H. (2017). Application of CMM Model: Mediation of Gratification Surveillance in relationship between Cultivation Effects of Dramas and Adaption Behavior among Rural Women. Journal of the Research Society of Pakistan, 54(2).

⁶⁹- Morgan, M., & Shanahan, J. (2017). Television and the cultivation of authoritarianism: A return visit from an unexpected friend. Journal of Communication, 67(3) pp. 424- 444

-Tang, Y., Dou, X., & Oliver, M. B. (2018). "Harmonious Middle Kingdom and Dangerous Beautiful Country?" Exploring ⁷⁰
Cultivation Effects of Domestic and US-Made TV Programs on Chinese College Students?" . International Journal of
pp. 12, 22 Communication,

⁷¹- Johnson, Molly, "Ethical Issues and Consequences as Portrayed by Medical Dramas: An Analysis of the Effect of Cultivation Theory" (2018). Williams Honors College, Honors Research Projects. P. 633 .
https://ideaexchange.uakron.edu/honors_research_projects/633

⁷² -Kort-Butler, L. A., & Habecker, P. (2018). Framing and cultivating the story of crime: The effects of media use, victimization, and social networks on attitudes about crime. Criminal Justice Review, 43(2), pp. 127-146.

⁷³- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding new media*(Vol. 145). Pine Forge Press.

⁷⁴ -Nwammuo, A. N. (2011). *Mediamorphosis: Analyzing the Convergence of Digital Media Forms alongside African Traditional Media*. African Research Review, 5(2).

⁷⁵ - Fidler, 1997, p.xv

- ⁷⁶ - Madammohan Roa ,Mediamorphosis :Understanding New Media ,Journal Electronic Markets Volume 8, 1998 - Issue 4
32. 31 - حسني نصر ، مرجع سابق ، ص 32.
- ⁷⁸ - Alves, R.C. (2001) 'The Future of Online Journalism: Mediamorphosis or Mediocide?' The Journal of Policy, Regulation and Strategy for Telecommunications Information and Media 3(1): pp.63:72.
- ⁷⁹ -Smudits A (2002) Mediamorphosen des Kulturschaffens. Kunst und Kommunikations technologien im Wandel. Wien: Braumüller. P.128.
- ⁸⁰ -Vyas, R. S., N.P. Singh, and S. Bhabhra (2007). Media displacement effect: investigating the impact of internet on newspaper reading habits of consumer. Vision: The Journal of Business Perspective vol.11 no.2 29-40. doi: 0.1177/097226290701100205
- MI, Miao. (2015). How newspapers respond to technological change: a comparison between the UK and China (Doctoral 81
dissertation, University of Westminster).
- ⁸²- Balbi, G. (2015). Old and new media. Theorizing their relationships in media
historiography. Theorien des Medienwandels, pp.231-249.
- Hammad, A. S. (2015). Mediamorphosis and Beyond: Mass Media on Social Networks between Use and Abuse: A SWOT 83
Analysis. Journal of Global Communication, 8(1) pp. 1:15.
- ⁸⁴ -Winter, P., Alpar, P., & Kunert, C. (2016). Can Mobile Apps Defend Print Media?. Twenty-Fourth European Conference
on Information Systems (ECIS), İstanbul, Turkey
- mediamorphosis (Doctoral dissertation, Wichita Stoldt, R. G. (2016). The behavioral effects of the binge-watching-85
State University).
- ⁸⁶- Olusola, A., Ibrahim, S., & Priscilla, G. (2017). An era of journalism transition in South Africa:
Traditional media versus online media. Journal of Social Sciences, 51(1-3), pp. 1-5.
- Emmanuel, N. O. (2017). Assessment of Journalism Trends and Practices in New Media Era. International Journal of 87
Communication: An Interdisciplinary Journal of Communication Studies, 21(1) pp. 12-36.
- ⁸⁸ - Obradovic, N., Milosavljevic, I., & Vujovic, M. (2017). instagarm as a new platform for media content -- students stance . In The
International Scientific Conference eLearning and Software for Education " Carol I" National Defence University, Vol. 1, p. 181
- ⁸⁹ - Valero-Pastor, J. M., & González-Alba, J. A. (2018). Media startups as examples of innovation in the Spanish media market. A
study of cases. Revista Latina de Comunicación Social, pp 73, 556.582
- ⁹⁰ -Cressman, D. (2009). A brief overview of actor-network theory: Punctualization, heterogeneous engineering &
translation. Centre for Policy Research on Science and Technology
- 91- Stalder, F. (1997). Latour and actor-network theory. paper available online at <http://amsterdam.nettime.org/Lists-Archives/nettime-l-9709/msg00012.html>.
- Latour, B. (1994). On technical mediation—philosophy, sociology, genealogy. Common Knowledge, 3(2),pp. 29–64.⁹²
- 93- Spöhrer, M. (2017). Applications of Actor-Network Theory in Media Studies: A Research Overview. In Applying the
Actor-Network Theory in Media Studies . IGI Global. pp.1-19

- ⁹⁴ -Latour, B. (2005) *Reassembling the Social – An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- ⁹⁵ -McBride, N. (2003). *Actor-network theory and the adoption of mobile communications*. *Geography*, pp. 266-276.
- ⁹⁶ -Callon, M. (1993) In *Technology and the Wealth of Nations: Dynamics of Constructed Advantage* (Eds, Foray, D. and Freemann, C.) Pinter, London, New York, pp. 232- 268.
- ⁹⁷ -Stalder, F. (1997). *Actor-network-theory and communication networks: toward convergence*. University of Toronto http://felix.openflows.com/html/Network_Theory.html
- ⁹⁸ -Tatnall, A. (2005). *Actor-network theory in information systems research*. In *Encyclopedia of Information Science and Technology, First Edition* . IGI Global. pp. 42-46
- ⁹⁹ -Callon, M. (1986b). 'Some Elements of a Sociology of Translation: Domestication of the Scallops and the Fishermen of St Brieuc Bay'. *Power, Action & Belief. A New Sociology of Knowledge?* Law, J. (Ed). Routledge & Kegan Paul, London:pp. 196-229.
- ¹⁰⁰ -Spöhrer, M. (2017). *Applications of Actor-Network Theory in Media Studies: A Research Overview*. In *Applying the Actor-Network Theory in Media Studies* , IGI Global. 8, pp. 1-19.
- ¹⁰¹ -Plesner, U. (2009). *An actor-network perspective on changing work practices: Communication technologies as actants in newswork*. *Journalism*, 10(5), pp. 604-626.
- ¹⁰² -Turner F (2005) *Actor-networking the news*. *Social Epistemology* 19(4): 321–324. Williams R and Edge D (1996) *The social shaping of technology*. *Research Policy* 25(6): pp.865–899.
- ¹⁰³ -Domingo D (2008) *Interactivity in the daily routines of online newsrooms: Dealing with an uncomfortable myth*. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(3)pp. 680–704.
- ¹⁰⁴ -Hemmingway E (2008) *Into the Newsroom: Exploring the Digital Production of Regional Television News*. London and New York: Routledge
- ¹⁰⁵ -Schmitz-Weiss A and Domingo D (2010) *Innovation processes in online newsrooms as actor-networks and communities of practice*. *New Media and Society* 12(7)pp. 1156–1171.
- ¹⁰⁶ - Anderson CW (2011) *Between creative and quantified audiences: Web metrics and changing patterns of newswork in local US newsrooms*. *Journalism* 12(5)pp.550–566.
- ¹⁰⁷ -Bechmann, A (2011) *Closer apart? The networks of cross-media news production*. In: Domingo D and Paterson C (eds) *Making Online News – Volume 2. Newsroom Ethnography in the Second Decade of Internet Journalism*. New York: Peter Lang, pp. 15–30
- ¹⁰⁸ - Plesner, U. (2009). *An actor-network perspective on changing work practices: Communication technologies as actants in newswork*. *Journalism*, 10(5)pp. 604-626.
- ¹⁰⁹ - Weiss A and Domingo D (2010) *Innovation processes in online newsrooms as actor-networks and communities of practice*. *New Media & Society* 12(7)pp. 1156–1171.
- ¹¹⁰ -Bechmann A (2011) *Closer apart? The networks of cross-media news production*. In: Domingo D and Paterson C (eds) *Making Online News – Volume 2. Newsroom Ethnography in the Second Decade of Internet Journalism*. New York: Peter Lang, pp. 15–30
- Primo, A., & Zago, G. (2015). *Who and what do journalism? An actor-network perspective*. *Digital Journalism*, 3(1), - ¹¹¹ pp.38-52.
- ¹¹² - Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). *Actors, actants, audiences, and activities in cross-media news work: A matrix and a research agenda*. *Digital Journalism*, 3(1), pp.19-37.
- ¹¹³ -Wang, Y., Yuan, Y., Turel, O., & Tu, Z. (2015). *Understanding the development and diffusion of mobile commerce technologies in China: A biographical study with an actor-network theory perspective*. *International Journal of Electronic Commerce*, 19(4), pp.47-76.

- ¹¹⁴- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Actors, actants, audiences, and activities in cross-media news work: A matrix and a research agenda. *Digital Journalism*, 3(1),pp. 19-37.
- 115- Spöhrer, M. (2017). Applications of Actor-Network Theory in Media Studies: A Research Overview. In Applying the Actor-Network Theory in Media Studies ,pp. 1-19 IGI Global.**
- 116 -Elder-Vass, D. (2015). Disassembling actor-network theory. *Philosophy of the Social Sciences*, 45(1),pp. 100-121.**
- ¹¹⁷ - Anderson, C. W., & De Maeyer, J. (2015). Objects of journalism and the news. *Journalism*, 16(1),pp. 3-9.
- Lewis, S. C., & Westlund, O. (2015). Actors, actants, audiences, and activities in cross-media news work: A matrix and a research ¹¹⁸ agenda. *Digital Journalism*, 3(1),pp. 19-37.
- 119 - Teurlings, J. (2017). What Critical Media Studies Should Not Take from Actor-Network Theory. In Applying the Actor-Network Theory in Media Studies (pp. 66-78). IGI Global.**
- ¹²⁰ - Anderson, C. W., & De Maeyer, J. (2015). Objects of journalism and the news. *Journalism*, 16(1),pp 3-9.
- 121 -Couldry, Nick, and Andreas Hepp. (2013)"Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments." *Communication Theory, Volume 23, Issue 3 ,pp.191-202***
- ¹²² - Marko Ampuja, Juha Koivisto & Esa Väliverronen . Strong and Weak Forms of Mediatization Theory A Critical Review *Nordicom Review 35 (2014) Special Issue*, pp. 111-123
- ¹²³ *Strömbäck, J. (2008). Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics. The international journal of press/politics, 13(3), pp.228-246.*
- ¹²⁴ *Hjarvard, S. (2008). The mediatization of society. Nordicom review, 29(2),pp. 102-131*
- ¹²⁵ - Schrott, A. (2009). Dimensions: 'Catch All Label or Technical Term'. In K. Lundby (Ed.), 2009a ,pp :41:61 .
- ¹²⁶ **Altheide, D. L., & Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage.**
- ¹²⁷ - *Strömbäck, J. (2008). Op.cit p.230*
- ¹²⁸ - *Schrott, A. (2009). Op.cit.p 47*
- ¹²⁹ - *Hjarvard, S. (2008) op.cit p . 113*
- ¹³⁰ - Marko Ampuja, Juha Koivisto & Esa Väliverronen . Strong and Weak Forms of Mediatization Theory A Critical Review *Nordicom Review 35 (2014) Special Issue*, pp. 111-123
- ¹³¹ - **Schulz, W. (2014). *Mediatization and new media*. In *Mediatization of politics . Palgrave Macmillan, London .p.59***
- ¹³² - Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. *Journal of Communication*, 59(1), 1–18.
- ¹³³ -*European Journal for Communication Research (2010, 35(3)*
- ¹³⁴ -*Culture and Religion (2011, 12(2)*
- ¹³⁵ -*Empedocles: European Journal for the Philosophy of Communication (2013, 3(2)*
- ¹³⁶ -*Communication Theory (2013, 23(3)*
- ¹³⁷ -**Ushanova, I. A. (2015). *Mediatization of Communication: from Concept to Theory*. *Journal of Siberian Federal University. Humanities & Social Sciences 11 2703-2712***
- 138 - Couldry, Nick, and Andreas Hepp. (2013)"Conceptualizing mediatization: Contexts, traditions, arguments.": pp.191-202. : <https://www.researchgate.net/publication/264368343>**
- ¹³⁹ -Couldry, N. and Hepp, A. (2013) 'Conceptualising mediatization: Contexts, traditions, arguments'. In: *Communication Theory*, 23(3),pp191-202.
- ¹⁴⁰ - Ibid :195
- 141 -Altheide, D. L. (2013). *Media logic, social control, and fear*. *Communication Theory*, 23(3), pp.223-238.**

Mediatization and social space: Reconstructing mediatization for the transmedia age. -Jansson, A. (2013),142
Communication Theory, 23(3),pp. 279- 296

143- Landerer, N. (2013). Rethinking the logics: A conceptual framework for the mediatization of politics. Communication Theory, 23(3),pp. 239-258.

¹⁴⁴ - Deacon, D., & Stanyer, J. (2014). Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon?. Media, culture & society, 36(7), pp.1032-1044.

145 -Schulz, W. (2014)op.cit , pp. 57:73

146 - Ampuja, M., Koivisto, J., & Väliverronen, E. (2014). Strong and Weak Forms of Mediatization Theory. A Critical Review. Nordicom Review. pp. 57-73

147 Frandsen, K. (2016). Sports organizations in a new wave of mediatization. Communication & Sport, 4(4), 385-400.

- Kortti, J. (2017). Media history and the mediatization of everyday life. Media History, 23(1), pp. 115-129.¹⁴⁸

149 -Van der Meer, T. G., Kroon, A. C., Verhoeven, P., & Jonkman, J. (2019). Mediatization and the Disproportionate

- النشر الدوري: تصدر المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي بصفة دورية (ثلاث مرات سنوياً)، وتنشر أبحاثاً باللغتين العربية والإنجليزية، مما يضمن استمرارية النشر وتوفير أحدث الأبحاث والدراسات للقراء والباحثين من مختلف أنحاء العالم.
- تنوع المحتوى: تقبل المجلة سبع تخصصات للنشر فيها وهي:

١. الإذاعة الرقمية

٢. الإعلام

٣. التسويق الرقمي

٤. العلاقات العامة الرقمية

٥. الصحافة الرقمية

٦. تلفزيون الإنترنت

٧. راديو الإنترنت

- النشر الإلكتروني والمفتوح: تُتاح المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي للنشر الإلكتروني بنظام الوصول المفتوح (open access online)، مما يضمن سهولة الوصول إليها وقراءتها وتحميلها مجاناً من قبل الباحثين والمهتمين في جميع أنحاء العالم.
- التنوع في أنواع المقالات: تنشر المجلة مجموعة متنوعة من أنواع المقالات، بما في ذلك:
- الأبحاث الأصلية (Original Articles): وهي أبحاث تقدم نتائج جديدة ومبتكرة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقالات المرجعية (Review Articles): وهي مقالات تستعرض وتلخص مجموعة من الأبحاث السابقة حول موضوع معين.
- تقارير الحالة (Case Studies): وهي دراسات معمقة لحالات فردية أو أحداث معينة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقابلات مع خبراء وباحثين بارزين: في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، لتقديم رؤيتهم حول أحدث التطورات والاتجاهات في هذا المجال.
- الأعداد الخاصة: تصدر المجلة أعداداً خاصة حول موضوعات معينة ذات أهمية خاصة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، وذلك لجذب انتباه الباحثين والمهتمين إلى هذه الموضوعات وتشجيع البحث فيها.

بيانات الاتصال:

الموقع الإلكتروني: <https://ejrcds.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني لهيئة التحرير: fatmaelzahasaleh@art.sohag.edu.eg

البريد الإلكتروني للقسم: media.dep@art.sohag.edu.eg

العنوان: جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، مصر.