



تطور بحوث الاعلام والاتصال في البيئة الرقمية وأبرز اتجاهاتها النظرية الحديثة

The development of information and communication research in the digital environment and its most recent theoretical trends

سعيدون ليليا.

جامعة باجي مختار عنابة / مخبر دراسات وأبحاث في الاتصال(الجزائر)، saidounlylia@yahoo.com

تاريخ النشر: 2023 / 06 / 30

تاريخ القبول: 2023 / 06 / 02

تاريخ الاستلام: 2023 / 04 / 14

.....

ملخص:

ان الخوض في فهم ممارسة الاتصال والإعلام في البيئة الرقمية يكشف عن التحولات التي انعكست على نظريات البحوث الاعلامية والاتصالية ونماذجها حيث برزت نظريات جديدة أو مستحدثة ارتبطت أكثر بالممارسات الإلكترونية.

ورغم أن الأصول العلمية للنظريات الجديدة ترتبط جليها بالجذور الفكرية للنظريات التقليدية التاريخية الراسخة، فإنّ الواقع الاستيمولوجي وتطبيقاته يؤكد أنّ الثورة التكنولوجية قد طورت كثيراً من المعطيات العلمية لنماذج ونظريات الاتصال والإعلام ومن خلالها أعادت ضبط علاقة الجمهور المستخدم بالوسيلة والمضمون والقائم بالاتصال.

الكلمات المفتاحية: الاتصال؛ الإعلام؛ البيئة الرقمية؛ النظريات

Abstract:

Digging deeper to understand information and communication practices in the digital environment reveals the transformations that have been reflected in media and communication theories and research models as new theories have emerged or innovative that were more associated with electronic practices.

Although the scientific origins of new theories are mostly linked to the intellectual roots of well-established traditional theories, epistemological reality and its applications confirm that the technological revolution has developed many scientific data, models and theories, and through them, it reajusted the relation of the public user with the medium, the content and the communicator.

Keywords : communication ; digital environment ; information ; theories.

1. مقدمة

استطاع الإنسان بفضل قدراته العقلية وخبراته التراكمية تطوير لغته التواصلية، واستحداث وسائل اتصال تقليدية ثم تكنولوجية أدخلت البشرية إلى الحقبة الرقمية من بابها الواسع. حيث أن التطور السريع الذي شهده عالمنا اليوم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال والمستحدثات التي عززتها التقنيات الرقمية فرض علينا ترتيباً جديداً للمنظومة الاتصالية وفي مفاهيم النظريات المؤطرة للفعل الاعلامي والاتصالي.

فبعد الثورة المعلوماتية التي انفجرت بظهور الانترنت وما هيأتها الوسيلة من مجال واسع لممارسة الاتصال، وما طرأ من تغيرات في العملية الاتصالية التي أصبحت تختصر المكان والزمان والحدود بين المصدر والمتلقي وتزيد من التفاعلية بين المصدر والمتلقي وتسخر الوسائط المتعددة، تولد عهد اتصالي نظري جديد للمتلقى بدور فاعل وإيجابي. كما أصبح الاتصال الجماهيري يسير وفق نموذج من أفراد عديدين إلى أفراد عديدين حين ألغى الانترنت تقريباً النموذج الخطي التقليدي للاتصال. وبعد أن كانت العلاقة بين المرسل والمستقبل أقرب إلى العلاقة الاستبدادية غيرت طبيعة السلطة المطلقة ومنح حرية أكبر بل وأصبح وسيلة اعلامية جديدة.

اذ ساهمت الدراسات الاتصالية والإعلامية العولمية مطلع التسعينيات بفعل تسارع تكنولوجيا الاتصال في تطوير ما سمي بدراسات الجيل الثالث من النظريات والأبحاث، حيث كان الجيل الأول حول التأثير، والجيل الثاني حول التلقي إلى الجيل الثالث الذي يتعرض إلى التلقي كفعل اجتماعي ثقافي تفاعلي. وعندما حلت التفاعلية محل التأثير تزايدت الفردانية في التعرض لوسائل الإعلام نتيجة المستحدثات التكنولوجية، فلم تعد بحوث الإعلام معنية بالتأثيرات المجتمعية لوسائل الإعلام، بل أصبحت أكثر تركيزاً على الدور الذي يقوم به الجمهور في عملية الاتصال وطبيعة المضمون الاعلامي واللغة المستخدمة المستهجنة الجديدة.

لذا لم تطعن التكنولوجيا الرقمية في نماذج الاتصال الخطية والاختزالية فحسب، بل بعثت النقاش من جديد حول اشكاليات الاتصال والإعلام. فالخوض في فهم ممارسة الاتصال في البيئة الرقمية يكشف عن ديناميكية التحولات التي انعكست على نظريات البحوث الاعلامية والاتصالية ونماذجها حيث برزت عدة نظريات ارتبطت أكثر بالممارسات الإلكترونية من المجال الافتراضي العام إلى الاتصال الحوارى على الويب أو نظرية فاعلية المعلومات السياسية أو المتلقى ومستخدم الفضاء الرقوى وغيرها. وهو ما سنحاول عرضه في هذا المقال بتحديد أهم النظريات وكيفية تكييفها مع متغيرات البيئة الرقمية والممارسات الاعلامية والاتصالية من خلال طرح التساؤل التالي:

ما هي اهم التيارات البحثية والاتجاهات النظرية المعاصرة في بحوث الاعلام والاتصال في ظل الممارسة في البيئة الرقمية؟

أولاً: مقارنة مفهومية لمتغيري الاعلام والاتصال:

1- مفهوم الاتصال:

لا يمكن الحديث عن مفهوم الاعلام دون التعرض إلى مفهوم الاتصال على اعتبار أن الحقل النظري والبحثي للاتصال أشمل وأوسع من وعاء الاحالات المفهومية والنظرية للإعلام. والاتصال من العلوم القليلة التي يلتقي فيها العديد من التخصصات كالفلسفة والتاريخ وعلم النفس والسوسيولوجيا... (دليو، 2003 ، صفحة

(15

ويعود أصل كلمة اتصال "communication" إلى الكلمة اللاتينية:

communis وتعني المشاركة والمشورة وتبادل المعلومات

أو comon اي مشترك أي أننا نحاول أن نشترك معا في معلومات أو أفكار أو مواقف محددة. (جمال، 2014 ، صفحة 7)

وورد في قاموس " اوكس فورد" أن الاتصال هو نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات بالكلام أو الكتابة أو الاشارات بين المرسل والمتلقي وحتى لا يصبح الاتصال أحادي الاتجاه يتلقى المرسل ردا فوريا أو مؤجلا على رسالته من المستهدف.

ويرجع أصل الكلمة في اللغة العربية – لغويا- الى كلمة تواصل، والتواصل في اللغة من الوصل، وهو يعني ربط شيء بشيء آخر، والتواصل يتم بوجود لغة وفكر مشترك لدى فردين. فالتواصل جوهر الاتصال فهو عملية التفاعل بين المرسل والمستقبل حيث يتم التأثير من خلال تبادل المعلومات والأفكار في نسق اجتماعي معين. (اسماعيل، 2003 ، صفحة 28)

كما يرى المختصون أن الاتصال يسعى الى الارسال عن طريق:

-التعبير المباشر

-التمثيلات

-التأثير على الآخر (Joly, 2010, p. 7).

ويمكن تجميع تعاريف الاتصال في هذا الجدول:

كارل هوفلند	قصدية التأثير	الاتصال هو ارسال القائم بالاتصال لمنهات عمدا للحصول على استجابة. (أحمد، 2017، صفحة 50)
شارل موريس	المشاركة / الشيووع	الاتصال يتم باستخدام الرموز لتحقيق شيووعا ومشاركة ذات معنى
جورج لنديج	التفاعل	الاتصال تفاعل باستخدام الرموز والعلامات
إدوارد ساير	الاتصال المحدد /الاتصال الضمني	الاتصال المحدد هو التقليدي الخطي الأفقي أما الضمني يستعين بالجانب اللاشعوري
ستيفنز	التفاعلات غير البشرية	الاتصال استجابة الكائن الحي للمثيرات كالنبتة والشمس

المصدر: الباحثة

الاتصال اذن هو عملية نقل وتبادل للمعلومات والأفكار والمهارات والقيم من فرد إلى آخر، أو من فرد إلى حيوان أو من فرد إلى آلة أو من مجموعة من الأفراد إلى مجموعة أخرى عن طريق وسيلة بهدف توجيه أو تعديل تعزيز أو تغيير سلوك الآخرين. وهو ظاهرة دائمة التغير وعملية تفاعلية اذ أنه ليس خطيا فقط وإنما دائري تفاعلي يستوجب التأثير والتأثر من خلال تبادل مجموعة من الرموز والدلالات اللغوية في اطار أو سياق مشترك.

2- مفهوم الاعلام:

يعد الإعلام ظاهرة اجتماعية وعملية ضرورية في المجتمعات البشرية تخاطب الفرد و الجماعة عبر وسائل الاتصال والإعلام المتنوعة. ورغم الاختلاف في إيجاد تعريف دقيق للإعلام بين اعتباره الإرسال أو الإخبار، وبث وتبادل للمعلومات مسموعة أو مرئية بالكلمات أو بالإشارات والصور والرموز. أو اعتباره ظاهرة الاتصال الواسع، لكن اتفق الباحثون على أنه عملية ديناميكية ورسالة فكرية مضامينها وأهدافها متعددة:

- التزويد بالأخبار الموضوعية والمعلومات دون تحريف أو تزيف.

-التوجيه وتكوين المواقف والاتجاهات والآراء.

-توعية وتنشئة وتعليم وإقناع مختلف فئات الجماهير.

-خدمة أهداف الاتصال الاجتماعي.

-الترفيه والتسلية.

- الإعلان والدعاية.

ويتميز الاعلام بمجموعة من الخصائص تضمنتها التعاريف السابقة وأهمها:

- الصدق والدقة وعرض الحقائق الثابتة والأخبار الصحيحة

- الآنية والسرعة

- الكم الهائل من المعلومات

- الموضوعية.

- توجيه الرأي العام حول القضايا الكبرى.

1.2-عناصر عملية الإعلام:

- الحلقة الأولى في العملية الإعلامية هو القائم على عملية الإعلام أو المرسل اذ تتأثر العملية الإعلامية

بفلسفته وايدولوجيته ومجموع الاعتبارات الثقافية والاجتماعية والتجارب والخبرات الشخصية.

-الرسالة وهي المحتوى أو المضمون الاعلامي .

-الوسيلة وتتمثل في وسائل الاتصال الجماهيري المختلفة.

-الجمهور الملتقي غير المتجانس، غير معروف العدد، والمتواجد في أماكن غير محددة جغرافيا.

3-الفرق بين الاعلام والاتصال:

يصر الفريق الاول من دارسي الفرق بين الاعلام والاتصال على ضرورة الفصل بين الحقلين باعتبار أن لكل حقل مجالاته البحثية في حين يرى الفريق الثاني عدم جدوى الفصل بين المفهومين فهما يختلفان فقط في اللفظ ويشيران الى نفس المضمون البحثي. فيما يذهب الفريق الثالث بعيدا الى التفريق بين بحوث الإعلام، الاتصال والصحافة. فبحوث الصحافة تعني بإشكالات الصحافة الورقية، وبحوث الاعلام تهتم بإرهاصات الاعلام الثقيل المسموع والمرئي أما بحوث الاتصال فتبحث في الظواهر الاتصالية.

ويرى Paul Watzlawick أن الاتصال يظهر بوجهين المحتوى والعلاقة حيث عوض Daniel Bougnoux في 1966 المحتوى بمفهوم الاعلام والعلاقة بمفهوم الاتصال أين يصبح الاتصال سيرورة ويصبح الاعلام محتواها في علاقة تكاملية. (Ball, 2001, p. 28)

ثانيا: ممارسة الاعلام والاتصال في البيئة الرقمية:

1-خصائص الوسائط المتعددة (الإعلام الرقمي):

الاعلام الرقمي شكل جديد جمع أشكال اتصالات متنوعة بخصائصها الإعلامية اذ تقدم الصحافة الالكترونية الرقمية العديد من الخدمات الى الجمهور منها: خدمة البحث، خدمة الأرشيف خدمة الإعلانات خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس خدمة البريد، خدمة الاشتراك، خدمة الحوار، خدمة الإرشاد، خدمة خريطة الموقع، خدمة الاجابة على الأسئلة، وخدمة الانتقال الى مواقع اخرى..

أما الوسائط المتعددة الوسائط المتعددة تشير إلى مجموعة من التكنولوجيا التي تسمح بإدماج الكثير من المعلومات وتفاعلها باستخدام الصور والنصوص والأدوات لإنتاج ونشر ونقل وعرض واستقبال وتخزين واسترجاع المعلومات بطرق فائقة السرعة والخصوصية (عكاشة، 2020، صفحة 33).

وهذا ما جعل الاعلام الرقمي والصحافة الالكترونية تفرض نفسها على الساحة الإعلامية، كمنافس قوي لكل ما هو تقليدي بفضل مجموعة من الخصائص (ايمن، 2007، الصفحات 105-109):

-السرعة في تلقي المعلومة المباشرة والآنية.

- التعديل والتحديث المستمر للمضامين الاعلامية.

-التفاعلية من خلال تدخل القراء للمشاركة في صناعة الخبر وإبداء الرأي فالجمهور شريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي الإلكتروني.

-التوفر وإمكانية التوزيع اذ يمكن استحضار المضمون الرقمي مهما كان الفضاء الزمني او المكاني الجغرافي كي يصل للجميع في مختلف أنحاء العالم وبنفس الموعد لان الاعلام الرقمي إعلام مفتوح يتخطى حدود الدول.

- تنوع وشمول المحتوى والعمق المعرفي لتتسع مساحة تقديم خلفيات الأحداث.

- سهولة العرض وسهولة الاستخدام.

-تعدد الوسائط اذ تمزج بين الصوت والصورة، والنص.

- عامل التكلفة: الاقتصاد في النفقات مع توفير وقت وجهد الجمهور.

-الشخصية والتفتيت أو اللاجماهيرية أي التخلي عن مفهوم الحشد في التعامل مع مستخدمي الوسيلة الإعلامية، وتقديم منتج إعلامي يتكيف مع الاهتمامات الفردية ما يجعل كل زائر قادر على أن يحدد لنفسه وبشكل شخصي احتياجاته.

-الأرشيف الإلكتروني الفوري من خلال عرض المادة والتي تصبح ارشيفا يمكن استرجاعها في أي وقت.

وتتميز المنصات الرقمية عموما حسب رضا عكاشة (عكاشة، 2020، الصفحات 33-35) بالخصائص

التالية:

-التفاعلية : حيث تتيح للمتلقي التفاعل مع الوسيط الرقمي مع حدوث رجح الصدى لتتحول المشاركة

الى تبادل الأدوار.

-اللاتزامن: توفر هذه الوسائط عدم التزامن بين الإنتاج والتعرض.

-الجمهور الافتراضي: تجاوزت هذه الوسائط الحدود المكانية فالمتلقى غير معروف، وليس له مكان

محدد.

-التعرض الطويل: ما يبنى الإحساس بالذاتية التي تحققها هذه الوسائط للأفراد.

-الفردية والعزلة: يتم التفاعل الافتراضي خلال الانعزال الفردي الواقعي.

-جهالة المصدر: كثير من رسائل الإعلام الرقمي غير معروفة.

-غلبة الطابع الترفيهي أو التسلية التافهة أو المواد الجنسية الإباحية.

-تآكل الخصوصية الفردية والقومية: ما يمثل خطراً على حق الخصوصية للأفراد والدول والثقافات.

-الاندماج أو التحكم الخفى للمؤسسات الإعلامية والثقافية من قبل الشركات العملاقة، واصحاب

السياسة ورؤوس الاموال.

-إدمان الصورة : فالإدراك البصري دخل العصر الرقمي الجديد بقدراته المفتوحة وتأثيراته الواسعة.

2-الفعل الاعلامي وتحولات المعلومة في البيئة الرقمية:

أصبحت المعلومة منذ رقميتها متعددة الوسائط بفضل جمع نفس القنوات التقليدية (التي كانت منفصلة في السابق كالصحف، الاذاعة والتلفزيون) على نفس ثنائية الفضاء والوقت. ان أنظمة المعلومات، البحث والحصول، المعالجة، المشاركة والبحث عن المعلومات تغيرت كثيرا بدءا من وقت ومدة البحث بفضل ذاكرة محركات البحث والمواقع وفورية الوسيلة، الى كيفية تنظيم حجم المعلومة بفضل الروابط المختلفة. اذ أطلق الباحثون الانجلوسكسون على عملية البحث عن المعلومات بالبحث الاجتماعي عن المعلومة رقميا لأن المعلومة أضحت تفاعلية تعاونية واجتماعية. كما أدى الاستعمال الواسع للهواتف الذكية واللوحات المحمولة

الى تداول المعلومة خاصة من قبل الشباب باستخدام (باعتبارهم أكبر مستخدمي ومستهلكي التقنية) لغة خاصة هجينة تسرع حسب زعمهم من عملية التواصل في الدردشة والمحادثات الالكترونية . وساهمت التكنولوجيات الرقمية في تطوير الاتصال وإرساء نظم ومعالم مجتمع اعلامي يؤكد قدرة هذا النوع من الاعلام على التأثير في الرأي العام. فليس غريبا أن يصل الخبر إلى الصحفي من الشبكات الاجتماعية مثله مثل أي مواطن عادي، وهو ما يجعل منها اليوم وغداً مصدراً مهماً من مصادر الأخبار للصحفيين. وكثيرة هي الأخبار التي تنشر على شبكات التواصل الاجتماعي قبل إرسالها إلى الصحفيين فحين أعلنت وزيرة العدل الفرنسية كريستين توييرا عن استقالتهما، سنة 2016، من حكومة فرانسوا هولاند كان ذلك أولاً على حسابها بتويتر. فعلا لم يعد الصحفي لا المتحكم ولا المطلع الأول على المعلومة. وأصبح الفرد مستهلكاً للمعلومة على النات وفاعلاً في دورة حياة المعلومة له قدر من السلطة كما يقول Benoit Sillard (Camus, 2011) في كتابه "الانترنت في 2049 سيد أم عبد للرقمنة" فالتحسين المستمر للمعارف يستدعي استئثار قدرات الفرد للعمل في جماعة أو شبكة، قدراته في مجال الحدس، التخيل، التعبير والتأويل، والتعاون ... وهنا تظهر الفرضيتان الأساسيتان: إما أن ينخرط الفرد في التكنولوجيا ويحصل على المعلومة والمعرفة فيصبح سيداً أو يهيمش فيتحول الى عبد.

بالفعل لقد مرت المجتمعات بثلاث مراحل قطيعة من الكتابة والحروف الى الكتاب والطباعة ثم المعلومة والانترنت. وتؤكد الأبحاث اليوم أن الشبكات الاجتماعية أصبحت متوفرة في كل وقت وأسرع في تقديم المعلومة حتى من النشرات الاخبارية المركزية. الأمر الذي دفع Bernard Poulet (Lhéréte, 2010) في كتابه "نهاية الصحف ومستقبل المعلومة" الى التنبأ بأن الصحف ستعرف نفس مصير الزوال الذي عرفته الأشرطة السمعية. وحاول البعض في المقابل دحض هذه النظرة على اعتبار أن السوق الاعلامية سريعة التحول ومعقدة الاحتياجات ستقوم بإعادة تجزئة وتقسيم الجماهير وفقاً لاحتياجاتهم لتنظيم المواجهة بين فايسبوك وتويتر وليكين وانستغرام، تويتر....

3-العلاقات، المسافات، والمجال العام في البيئة الرقمية:

يتميز مجتمع المعرفة الناتج عن الحداثة وما بعد الحداثة والتكنولوجيات المستحدثة بظهور الفرد في مواجهة للجماعة، بعد أن كان في السابق ينتمي الى جماعة محددة قرية، توجه ديني، فئة اجتماعية.. لتحل محلها اليوم الشبكات الاجتماعية والمجموعات الافتراضية. اذ تخلق وسائل الاعلام الرقمي حالة من الجدل بين الجمهور (مناقشة القضايا) على الفضاءات الحوارية الافتراضية وتتيح تأثيراً كبيراً في القضايا العامة ما يؤدي إلى تشكيل الرأي العام. ويتأسس هذا النمط من النقاش والحياة الاجتماعية الافتراضية على فكرة التفاعلية التي يتسم بها الاعلام الالكتروني.

ان المتأمل للاتصال الرقمي يرى بوضوح تأثيره الشديد على العلاقات الاجتماعية الجمعية والمجتمعية، والتفاعلات بدءاً من النسق الفرعي الى النسق الكلي في علاقات دائرية متعددة. كما خلقت ديناميكية الأدوار بين المستخدم والقائم بالاتصال في البيئة الافتراضية أدواراً جديدة متبادلة سمحت بحرية التواصل، لكنها فتحت في المقابل أمام المهتمين اشكاليات أعمق تتساءل حول مصداقية المادة، وخصوصية المستخدم، وتستوجب الخوض فيها لمحاربة الأمية الالكترونية والعشوائية الرقمية.

ويعتقد المستخدمون الشباب أن مجرد تواصلهم عبر النات والشبكات الاجتماعية يجعلهم اجتماعيين، غير أن الباحثين يرون أن البقاء على النات لفترات طويلة يعزل الأفراد. فيصبح التواصل ابتعاداً وتصبح هناك ممارسة للانغلاق حضورياً في بيئة مصممة من أجل الانفتاح افتراضياً حيث نقرب ونبعد في ذات الوقت.

4-الاعلام الالكتروني والتقليدي: صراع أم تكامل؟

ان ظهور الإعلام الرقمي جعل المتابعين يتنبئون بزوال الاعلام الورقي، غير أن العكس ما حدث حيث تكاملت وانسجمت الصحافة الإلكترونية والمطبوعة. ولا شك أن هذه الأخيرة فقدت جزءاً من بريقها أمام منافستها التي تمكنت من التفوق بفضل ميزاتها التي جعلت منها اعلاماً سريعاً مفتوحاً يتيح التفاعل. ويرى شريف درويش اللبان انه "على الرغم من ان بعض الاصدارات الالكترونية للجرائد لا تزال تنشر معظم اخبارها مأخوذة من الاصدارات المطبوعة إلا انه هناك اختلافات عميقة تظهر في المضمون بين الاصدارات الرقمية والورقية" (اللبان، 2005، صفحة 56)

وأكد الباحثون ان الفروقات بين النوعين لا يمكن قياسها بعيداً عن الاختلاف في المضمون الإخباري ومصادر الأخبار، والخدمات الصحفية، والعائدات. لكن هناك من يرى أن المقارنة بين النوعين مرفوضة من منطلق أن الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمي والواقعي للكلمة وأن الصحافة الإلكترونية مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص والمقالات والأخبار والصور وبشكل آلي مجرد من المشاعر والإبداع والفاعلية. أما الطرف الآخر فيرى أن الصحافة الإلكترونية مكتملة لدور الصحافة الورقية والمطبوعة وليس هناك صراع بينهما أو علاقة إلغاء وإقصاء. إذ لم توجد وسيلة إعلامية قضت على وسيلة سابقة لها وإنما تتعايشان في ظل خصوصية كل واحدة. (فاروق، 2012)

ورغم كل الانتقادات الموجهة للصحافة الالكترونية إلا أن قدراتها وإمكانياتها أهلتها لإعادة تشكيل عالم الاعلام الجديد خاصة مع تراجع دور الصحافة الورقية والتي أصبحت اليوم مطالبة بتجديد نفسها. لذا تبقى التراكمات المقبلة لوحدها كفيلاً أن تحدد قوة وتأثير الاعلام الرقمي وما ستفرزه التطورات التكنولوجية والوظيفية في فضاء الاعلام.

ثالثاً-نظريات الاتصال والإعلام في ظل الممارسة في البيئة الرقمية:

عموماً يلجأ الباحثون (اسماعيل، 2003 ، صفحة 229) لدراسة الاتصال الجماهيري الى مدخلين مهمين (ليسا الوحيدين) وهما: مدخل التأثير ويعنى بدراسة التأثيرات الناتجة عن تعرض الجمهور للوسيلة، والمدخل الوظيفي الذي يركز على دراسة وظائف وسائل الاتصال وما يمكن أن تؤديه للجمهور. ويعرف كتاب التأثير ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية (عكاشة، 2020، الصفحات 39-41) التأثير أنه أى شئ يُقدم المتلقى على فعله نتيجة إدراكه للرسالة، سواء كان هذا الإدراك صحيحاً كما يريد المرسل، أو عكس ما يريد المرسل.

ومن أبرز مستويات وأنواع تأثيرات الإعلام على الجمهور:

-التأثيرات المعرفية أى المعارف والمعلومات التي تقدمها وسائل الإعلام للناس في شكل خمسة مظاهر:

أ - إزالة الغموض

ب - تكوين الاتجاهات

ج - ترتيب الأولويات

د - بناء المعتقدات

هـ - توضيح أو تفسير القيم

-التأثيرات الوجدانية العاطفية النفسية التي تتولد كأثر من آثار الإعلام.

-التأثيرات السلوكية أى التصرفات التي يمارسها الأفراد أو الدول والشعوب باعتبارها استجابة.

وقد ترسخت منذ عشرات السنين نظريات (نظريات التأثير المباشر، ونظريات التأثير الانتقائي ونظريات التأثير غير المباشر) فسرت عمل الإعلام بعناصره المتعددة وأضاف الإعلام الرقمي أبعاداً أخرى لها..وتعود

بدايات الدراسات الاتصالية والإعلامية العولمية إلى مطلع التسعينيات بفعل تسارع وتطور تكنولوجيا الاتصال، سميت بدراسات الجيل الثالث (الجيل الأول ركز على التأثير / الجيل الثاني على التلقي / والثالث على التلقي كفعل اجتماعي ثقافي تفاعلي) إذ حلت التفاعلية محل التأثير.

1- الجديد في دراسات القائم بالاتصال - حارس البوابة:

يرجع الفضل إلى عالم النفس النمساوي Kurt Lewin (علي، 2014، صفحة 53) في تطوير ما أصبح يسمى بنظرية حارس البوابة إذ يؤكد أن المضامين الإعلامية تمر عبر بوابات تتخذ قرارات بشأنها قبل أن تصل إلى الجمهور. فالمعلومة تمر بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة في طريقها بين المصدر والمتلقي. إن الممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية وفق ارهاصات نظرية حارس البوابة مكنت الباحثين من تحديد مجموعة من التغييرات والخصائص:

- تقلص عدد أفراد حراس البوابة في الإعلام الإلكتروني لأن الفرد الواحد أصبح يقوم بعدة مهام من تصوير وتركيب وتحرير.

- ساهمت البيئة الرقمية في الخلط بين المرسل والمستقبل بسبب تبادل الأدوار باستمرار أين يصبح الصحفي مستقبلاً والمواطن صحفياً كما أن الأفراد يساهمون في صناعة المحتوى الرقمي دون شرط الانتماء إلى المؤسسة الإعلامية.

- مهمة حراس بوابة في الإعلام الإلكتروني تحديد ومعالجة الأخبار أكثر من التركيز على عملية جمع المادة من الميدان.

- تعتمد عملية النشر وممارسة الحراسة في الفضاء الإلكتروني على مبدأ نشر المعلومة ثم غربلتها ثم التصفية على عكس الإعلام التقليدي الذي كان قائماً على التقييم أولاً، الغربلة ثم النشر.

- هناك مجموعة من الضغوطات التي يتعرض لها حارس البوابة الإلكترونية أهمها مصداقية المعلومات، السرعة في النشر والسبق، حداثة الأدوات الفنية والتكنولوجية والمنافسة مع وسائل الإعلام التقليدية التي أصبحت تشكل عائقاً وتحدياً أمام الإعلاميين الرقميين.

- أولويات الجماهير من العوامل الجديدة المؤثرة على حراس البوابة يتم التعبير عنها من خلال مختلف الفيديوهات والأخبار والحوارات وشهود العيان والتحليلات المختلفة.

- بحجة الأنية في نقل الأحداث وتحقيق السبق الصحفي حتى على حساب الموضوعية وأخلاقيات المهنة، تمنح البيئة الرقمية هامشاً كبيراً من الحرية ما ألغى احتكار وسلطة المعلومات الأحادية المتحكم فيها ووسع من اشكاليات المصداقية والتعدي على الخصوصية.

ويمكن تلخيص التغييرات الجديدة التي حدثت على نظرية حارس البوابة في النقاط الآتية:

- على مستوى المصطلح انبثقت مصطلحات جديدة مثل مراقبة البوابة بدل حراسة البوابة.

- على مستوى الدور وفرت إمكانية مساهمة المستخدمين في صناعة الأخبار و بروز صحافة المواطن.

2- الجديد في دراسات ترتيب الأولويات:

تعنى هذه النظرية بدراسة العلاقة بين القضايا والاهتمامات والاتجاهات الموجودة في وسائل الإعلام من ناحية والقضايا والاهتمامات والاتجاهات الموجودة عند الجمهور. تنطلق من مبدأ أن وسائل الإعلام لها قدرة تأثير على الأفراد وتركيزهم ما يستوجب تحديدها الأولويات والاختيارات. وتوصل الباحثون (بوعمامة، سعدي، و بوجفجوف، 2021، صفحة 48) إلى وجود علاقة ارتباطية دالة بين حجم تغطية وسائل الإعلام للقضايا والأهمية التي يوليها الجمهور بها.

وتوجد أربعة مستويات (علي، 2014، صفحة 186) للاهتمام يتحدد بها نوع الأجندة عند الجمهور:

-الأجندة الذاتية للجمهور وهي القضايا الذاتية.
 -الأجندة الشخصية القضايا الخاصة ولكن يتناقش فيها الشخص مع الآخرين.
 -الأجندة المجتمعية وهي تلك القضايا التي يدركها الجمهور على أنها قضايا عامة مثل قضايا البطالة.
 -الأجندة الإخبارية الإعلامية أى إدراك الجمهور للأخبار التي يضعها المحررون، كموضوعات جماهيرية.
 وهناك ثلاث اتجاهات بحثية (بوعمامة، سعدي، و بوجفجوف، 2021، صفحة 51) متميزة في عملية وضع الأجندة هي:

الاتجاه الأول: وضع أجندة الجمهور وتركز على أولويات اهتمام الجمهور.
 الاتجاه الثاني: وضع أجندة السياسة العامة وتركز على أولويات اهتمام صانعي.
 الاتجاه الثالث: وضع أجندة وسائل الإعلام وتركز على أولويات قضايا وسائل الإعلام.
 وتعتبر نظرية ترتيب الأولويات (لمزاهرة، 2012، صفحة 333) من النظريات المتكاملة إلى حد كبير نظير اهتمامها بدراسة الاتصال الشخصي إلى جانب الاتصال الجماهيري، لتتجه إلى كل ما يتعلق ببناء الأجندة الالكترونية لدراسة مدى قدرة الجمهور على التأثير في بناء الأجندة (المضامين الالكترونية) فالجمهور الجديد يؤثر فعلياً في (بناء الأجندة الالكترونية) كالمدونين. كما أن دراسات التأطير في نظرية ترتيب الأولويات تشمل فكرة التنظيم المركزي لمضمون الأفكار التي توفر السياق وتقدم ماهية الموضوع.
 وقد ظهرت ثلاث مراحل جديدة في اطار الواقع الافتراضي وانطلاقاً من خصائصه وهي:

وضع الاجندة

قطع الاجندة

تزلج وتصفح الاجندة

3- نظرية المجال العام:

من أهم النظريات التي تفسر عمل الاتصال الجماهيري خاصة الفضاء الالكتروني بأبعاده الزمانية والمكانية، كمكان أو مساحة من الحياة الإلكترونية يذهب إليها الجمهور ليتشارك في القضايا والحوارات وإثراء النقاش، وهو المجال الافتراضي الذي حل محل الفضاء التقليدي كالمقاهي والأسواق.. التي يلتقي فيها الأفراد حضورياً.

ويرى الباحثون (عكاشة، 2020، صفحة 118) أن الاستخدام المتزايد للإنترنت هو الذي وضع نظرية المجال العام موضع التطبيق حيث ارتبط الفضاء الإلكتروني بالمجال العام. والمقصود بالمجال العام الاعلامي في البيئة الرقمية المشاركة والتفاعل التي يمارسها الأشخاص عبر المنصّات والشبكات الاجتماعية بشكل يتحقق فيه أكبر قدر من الحرية والاستقلال مقارنة بالقوى التقليدية المتحكمة. ويتأسس المجال العام على الأسس التالية:

-النقاش المفتوح متاح للجميع لطرح آرائهم.

-تساوي المشاركين في الطرح والحوار بعيداً عن مواقعهم الاجتماعية..

-كل القضايا قابلة للنقاش

-الإنعكاسية أي أن المستخدمين يطرحون رؤيتهم النقدية ويضعون أنفسهم مكان الآخر عند

إبداء الرأي.

يبدو أن قوة الفضاءات الرقمية تتجلى في مظهرين بارزين :

-الأول التضخم الكمي في استخدامات ومستخدمي الشبكة العنكبوتية.

- الثاني هو عمليات الحوار والردشة والتعرض الطويل والقدرة على الإنتاج والنشر والتعديل والتفاعل) بين المستخدم والمرسل - بين المستخدم وغيره من المستخدمين - بين المستخدم كمصدر عندما يعلق- بين المستخدم والمحتوى) التي يوفرها الاعلام الرقمي.
- ويمكن الجزم على أن العلاقة ثنائية الاتجاه بين المرسل والمستخدم تتميز ب:
- سيطرة أكبر من المستخدم الذي يسخر كل الوسائط ومكونات الاعلام الرقمي للتأثير.
- تمتع المستخدم في ساحة التعليق والنقاش، بديمقراطية الحوار.
- الوصول إلى المحتوى تعديله والمشاركة في الإنتاج.

4- مقاربات سوسيولوجيا الاستخدامات لتكنولوجيات الاعلام والاتصال:

في السبعينات ظهر تيار الاستخدامات والاشباعات لي طرح السؤال المعارض لما سبقه من مقاربات: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟ وقد شرح Katz (ارمان و ميشال، 2004، صفحة 166) أحد الوجوه البارزة في هذا التيار السوسيولوجي كيف تم تطوير هذا المذهب ليصبح اشكالية عمقت القراءة الخاصة التي تثمن مشاركة الجمهور في العملية الاتصالية.

شُرِع في تطبيقها على الميديا مع بداية الاستخدام الاجتماعي لشبكة الإنترنت في 1998 حيث جاءت لتجيب عن الأسئلة التي يطرحها الاستخدام المتزايد للشبكات الاجتماعية كميًا ووقتياً. وركزت على دوافع وأنماط استخدام الجمهور للوسائل الرقمية كعادات مدمجة في يوميات المستخدم والاشباعات المحققة، اذ مكنت من معرفة الاختلاف بين مواقع الشبكات الاجتماعية ومدى قدرتها على تعزيز العلاقات الإنسانية والاتصال المباشر.

وينطوي مفهوم الاستخدام في البيئة الرقمية على التفاعل، الحوار بين الانسان والآلة، المواجهة مع الادوات التقنية، حيث انتقل الاهتمام من التركيز على الأدوات التقنية الى المستخدمين. وتتضمن الإشباعات المحققة من الشبكات الاجتماعية: التواصل مع الغير، البحث عن الأخبار، التنشئة الاجتماعية بتعزيز الانتماء، وكسب صداقات جديدة وتنشيط القديمة، والترفيه والتسلية والهروب من الواقع، وإبراز الذات والمكانة الشخصية.

ويمكن استعراض أهم الحاجات التي يستطيع الإنترنت اشباعها لمستخدميه فيما يلي:

- حاجات معرفية
- حاجات عاطفية
- حاجات شخصية
- حاجات اجتماعية
- حاجات هروبية أو التسلية والترفيه

وتتصدر بحوث استخدام الاتصال الرقمي البحوث الاعلامية لسهولة تطبيق فروض النظرية في مجال الاتصال الرقمي، كما أن الاستخدام يشمل اتجاهين (الاتصال بالآخرين عبر الشبكة/ التجول بين المواقع لتلبية الحاجات). واتسع نطاق البحث ليشمل مقاربات اخرى مثل انتشار المبتكرات (تهتم بكيفية انتشار المبتكرات مع قياس الأثر لهذا التبني)، التمثلات (التصورات والتمثلات التي يبنيها المستخدم حول تلك التكنولوجيا) والتملك الاجتماعي (فالتملك هو سيروية فردية فالفرد أو الجماعة تمتلك وسيلة ما لتلبية حاجة ما).

5- نظرية "الملتقى" ومستخدمو الفضاء الرقمي:

أطلق مصطلح الجمهور أو القراء أو المشاهدون في السابق كدلالة على جمهور وسائل الاعلام التقليدية، لكنه اليوم تحزل الى مفهوم المستخدم أو المتواصل أو المستهلك للوسيلة وحتى المواطن المنتج، حيث يمكن للمتلقي إعادة تكوين الواقع وبناء المعاني بأحد الطرق التالية:

أ - المعنى غير موجود في النص والملتقى هو الذى يفسر ويصتف المعانى ويفك الرموز وفق إدراكاته الذهنية. تصنيف الجمهور للمعاني هنا يتم - كما يقول الباحث S.Hall في ضوء ثلاثة احتمالات : تطابق

المتلقى مع الرؤية المهيمنة في النص - تفاوض المتلقى مع هذه الرؤية - تناقض الجمهور مع هذه الرؤية التي أرادها القائمون بالاتصال." (عكاشة، 2020، صفحة 127)

ب - المعنى موجود في عقل المتلقى المعتمد على إدراكه واحتياجاته.

ج - المعنى الموجود في النص الإعلامي يقارن مع المعنى المنتج من المتلقى ..

وقد مكن هذا التيار من الاحاطة بالإشكاليات التالية:

-أدوار جديدة للمتلقى المستخدم.

-تصنيف المستخدمين في الفضاء الرقمي.

-التعرف على ظروف ودوافع التعرض للمحتوى الرقمي.

-تحليل مضمون النصوص الإعلامية والبحث في درجة تفاعل المستخدمين.

6-نظرية الفوضى:

جاءت هذه النظرية من حقل دراسات الفيزياء، والإجتماع والرياضيات والأرصاء الجوية لتعكس حالة التشويش والشوشرة التي يمارسها الإعلام سماها البعض بنظرية أثر جناح الفراشة. من أبرز المعطيات (عكاشة، 2020، صفحة 147) العلمية في بناءات نظرية الفوضى:

- خطية تفسير عمل الإعلام غير ممكن بل هناك متغيرات غير خطية يمكن تفسيرها في ضوء تعقيدات المعلومات.

-عصر البيانات وتكنولوجيا المعلومات وسّع مفهوم الفوضى في التحليل وفي وصف التفاعلات بين مكونات العملية الاتصالية.

-ارتباط مفهوم "الفوضى" بعدد من الشعارات والأيديولوجيات المتصاعدة مثل: الأمن القومي والحضارة.

-التحليل يساهم في فهم "الأزمات" ويشرح عناصرها ومعانيها اللغوية.

- التشارك والتوافق قد يتولد من رحم الفوضى، فالسلوك الفوضوي فقد يقود الإعلام إلى التوافق واليقين بعد حالة الغموض وعدم اليقين.

-ظهور الاتصال الوسيط مثل ما يؤديه النشطاء السياسيين عبر المنصات والشبكات.

ii. الخاتمة:

على الرغم من حداثة حقل الاعلام والاتصال إلا انه أسس لمجموعة من النظريات والنماذج والمقاربات لدراسة وتفسير مختلف المشكلات البحثية، ولم تتوقف هذه الارهاصات النظرية عن التطور والتكيف خاصة مع التغيرات الكبيرة التي أحدثتها البيئة الرقمية. وأفرزت هذه التحولات ظواهر اعلامية جديدة تستوجب نظريات ملائمة وأدوات بحثية مناسبة، فظهرت تيارات بحثية معاصرة عديدة انطلقت من مخلفات القذيفة السحرية لتشمل مجال الاعلام الإلكتروني وتنوعت بين:

-تيارات تدرس الصحافة البديلة وتهتم بالأنواع الجديدة التي أفرزها الاعلام البديل.

-تيارات تدرس التحولات في مجال انتاج المضمون الاعلامي تعنى بالمضامين الرقمية والتحولات التي

شملتها.

-تيارات تطرح مفاهيم بحثية جديدة مثل مفهوم الفضاء العمومي كما ذكر سابقا.

.iii الإحالات والمراجع:

المراجع بالعربية:

- ارمان، و ماتلار ميشال. تاريخ نظريات الاتصال. بيروت: المنظمة العربية للترجمة (2004). ص 166.
- العربي بوعمامة، وحيدة سعدي، و الزهرة بوجفجوف. ابستيمولوجيا علوم الاعلام والاتصال. الفالوثائق. (2021). ص 48. ص 51.
- حسين فاروق. الصحافة الالكترونية: اعلام الجيل. (2012)
- رشتي جهمان أحمد. الأسس العلمیة لنظريات الاعلام. دار الفكر العربي. (2017). ص 50.
- رضا عبد الماجد ايمن. الصحافة الالكترونية . دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة . (2007) . ص 105-109.
- رضا عكاشة. تأثيرات الإعلام ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية. نشر شخصي للمؤلف. (2020). ص 33. ص 33-35. ص 39-41. ص 118. ص 127. ص 147.
- شريف درويش اللبان. الصحافة الالكترونية: دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. (2005). ص 56.
- علي عبد الفتاح علي. نظريات الاتصال والاعلام الحديثة. دار الايام للنشر والتوزيع. عمان-الاردن. (2014). ص 53. ص 186.
- فضيل دليو. الاتصال مفاهيمه، نظرياته، وسائله . دار الفجر للنشر والتوزيع . (2003) . ص 15.
- محمد جمال. معجم المصطلحات الاعلامية . دار اسامة للنشر والتوزيع. عمان، الاردن. (2014) . ص 7.
- محمود حسن اسماعيل. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير . الدار العلمية للنشر والتوزيع. (2003). ص 28. ص 229.
- منال هلال لمزاهرة. نظريات الاتصال. دار المسيرة للنشر والتوزيع. (2012). ص 333.

المراجع بالأجنبية:

- Ball, F. Médias et sociétés (éd. 10 ème ed). Montchrestin .Paris. (2001).P28.
- Camus, I. (2011, 05 28). Maîtres ou esclaves du Numérique ? – 2049 : Internet, notre second cerveau. Le futur en mode évolutionnaire selon Benoît Sillard. Consulté le 04 14, 2023, sur aqui: <https://aqui.fr/article/maitres-ou-esclaves-du-numerique-2049-internet-notre-second-cerveau-le-futur-en-mode-evolutionnaire-selon-benoit-sillard/>
- Joly, B. la Communication . de boeck . Belgique. (2010).P7.

- Lhérété, H. Internet tuera-t-il la press? Les Grands Dossiers des Sciences Humaines (17), p. 17. (2010, février).