

## الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الإعلام في العالم

د/ عايدة إبراهيم السخاوي\*<sup>1</sup>

### ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة لرصد الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الإعلام ، ونظرا لاتساع مدى الدراسة اعتمدت الباحثة على اسلوب اختيار العينة كركيزة اساسية لإجراء الدراسة فقد اعتمدت الدراسة في تشكيل العينة على أسلوب مركب ذي بعد تركيبى ؛ بدلا من اختيار عدد من الدوريات المتخصصة في نطاق زمني محدد ، وذلك لاتساع نطاق البحث خارج حدود التخصص ؛ ويعود ذلك لطبيعة علم الإعلام كعلم بيئي يتزايد تقاطعه مع غيره من العلوم الإنسانية والاجتماعية ، يعد من الممكن دراسة الإعلام باعتباره مجال ذو أطر محددة أو منغلقا على ذاته .

وقد تم تحديد نطاق زمني للعينة من 1/1/2015 وحتى 31/5/2019 ؛ وذلك لعدد من الأسباب أهمها أن العام 2015 كان عام التغييرات السياسية التي أعلنت بداية تحول عالمي شمل ثورة في شكل الوسائط الاعلامية واستخداماتها السياسية وتأثيراتها الاجتماعية ، فقد وصلنا في 2015 لليوم الذي ساهمت فيه مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مباشر وممنهج في اختيار زعيم أقوى دولة في العالم ( الولايات المتحدة الامريكية ) كما وصلنا بعدها للحظة التي أصبح العمل الإعلامي ووسائل الإعلام المستقلة هدفا هشا للتسييس والهجوم من زعماء الدول الديمقراطية .

- وتكونت العينة من جزئين : عينة غير مباشرة وشملت جميع الدراسات والبحوث التي تم نشرها في النطاق الزمني لعينة الدراسة وذلك لاختيار الجزء الثاني من العينة وهو الجزء المباشر للعينة وشمل (67) دراسة توزعت على (19) دورية صدرت في النطاق الزمني للعينة .
- وتم تطبيق منهج التحليل الكيفي على العينة المباشرة ؛ وذلك بإخضاع كل دراسة للتحليل النقدي الكيفي بهدف استخلاص الاضافات المعرفية وتحديد إسهاماته في اتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الاعلام .
- كما اعتمدت الباحثة في اجراء الدراسة وإطارها العملي للتحليل على ثلاث فرضيات مثلت المحاور الرئيسية للدراسة وهي:  
أولاً: استمرار النسق النظري الخاص بتأثير الإعلام في تسديد مجال البحث الأكاديمي الاعلامي ، رغم مرور هذا النسق بتحويلات كبيرة بسبب تنامي الإعلام الرقمي ، والعلاقة بين استخدام الإعلام والفعل الاقتصادي والسياسي في العالم .

\* تم ترقيتها بهذا البحث لدرجة أستاذ بقسم الاعلام - كلية الاداب - جامعة المنصورة

**ثانياً:** إختفاء مفاهيم أساسية من مكونات نظريات الإعلام كما نعرفها ، لتحل محلها مفاهيم أخرى أكثر ملائمة لتغيرات البيئة الاعلامية السريعة نحو الرقمية ، مثل التصور الشبكي للعمليات الاعلامية (الحتمية التكنولوجية) ؛ و الوساطة (mediation) ومفاهيم المعيارية .

**ثالثاً:** صحوة الاتجاه النقدي فى بحوث نظريات الاعلام والتي تناولت المجال الأكاديمي الاعلامى بالنقد والتحليل والمراجعة

**وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج يمكن تلخيصها فيما يلي :**

— انه بالرغم من الانفجار الرقمي الذي يأبى التوقف منذ بداية الألفية ويتطور بسرعة يصعب ملاحظتها أكاديمياً، وبالرغم من التغيرات السياسية الحادة التي يشهدها العالم بأجمعه، إلا أننا لسنا بصدد أن نفقد النسق النظري التقليدي لتأثيرات الإعلام في المجال الأكاديمي لسببين يلخصان رؤية الباحثة المستقبلية لتطور المعرفة الأكاديمية في دراسات نظريات الإعلام:

**أولاً:** بالرغم من عمر معظم نظريات تأثيرات الإعلام الذي يمتد عدة عقود ويبدأ من منتصف القرن الماضي، إلا إنها نظريات قيد التطور، تعيد تصور نفسها في البيئة الرقمية الجديدة وتضيف مفاهيم نظرية جديدة تسمح باستيعاب نسبي لتطورات المشهد الإعلامي والسياسي مثل الشبكية والوساطة. وتتوقع الباحثة أن يستمر الاتجاه للشبكية والديناميكية في تغيير ما نعرفه عن نظريات التأثير دون أن نفقد تلك النظريات بالكامل.

**ثانياً:** البيئة الإعلامية الرقمية في طور التطور أيضاً، ولم نصل لأي استقرار في علاقة الإعلام الرقمي بالإعلام التقليدي والاتصال الشخصي بعد. كما أن العوامل الهيكلية المشكلة للسياق السياسي والاقتصادي لعمل وسائط الإعلام لم تحكم سيطرتها على المشهد بالكامل بعد، مما يفتح المجال أمام الكثير من الفرص للبناء على الاتجاهات النقدية الصاعدة والتي تسعى لربط دراسات نظريات الإعلام بسياق عمل الإعلام.

وتتوقع الباحثة نموًا أكثر في اتجاه الدراسات النقدية لما له من ارتباط بالتحول المستمر في علاقة السياق بالإعلام، وعلاقة الإثنين بالذاتية وما يترتب عليها من أشكال مجتمعية مختلفة. ولكن تزايد الوعي بأهمية دراسة النظم الكلية (macro level) لن يعني أن نفقد نظريات التأثيرات أيضاً، فبينما يعيد السياق إنتاج نفسه ليحكم السيطرة على وسائط الإعلام الرقمي، يعني ذلك أن التأثيرات الإعلامية ذاتها التي وجدت في إطار وسائط الإعلام التقليدي ليست في طريقها للاختفاء كما كان يأمل البعض من مناصري حرية الحصول على المعرفة والمعلومات والمحتوى الإعلامي وإنتاجه. ربما يتغير فهمنا لتأثير وضع الأجندة ليصبح أكثر تعقيداً وليتخذ الشكل الشبكي، إلا أن التأثير نفسه لم يختف، حتى ولو تعدد مساره. ربما كنا نأمل أن يساهم تطور وسائط الإعلام الرقمي في اختفاء البوابات ومعها الحراس، إلا أنه بالرغم من تغيير شكل البوابات والتحول الذي لحق بطرق عملها، وبالرغم من تطور فهمنا لمبدأ الحراسة، إلا أن البوابات لم تختف، كما لم يختف الحراس. وتبقى النظرية ما يبقى التأثير.

### Summary:

The study aims to monitor recent trends in media theory research, and due to the wide scope of the study, the researcher relied on the method of selecting the sample as a basic pillar for conducting the study. Instead of choosing a number of specialized periodicals within a specific time frame, because the scope of the research is expanded outside the boundaries of specialization; This is due to the nature of media science as an interdisciplinary science that increasingly intersects with other human and social sciences. It is considered possible to study media as a field with specific frameworks or closed in on itself.

A timeframe was defined for the sample from 01/01/2015 to 31/5/2019; This is for a number of reasons, the most important of which is that the year 2015 was the year of political changes that announced the beginning of a global shift that included a revolution in the form of media, its political uses and social effects. The United States of America) as we arrived after a moment when the media work and independent media became a fragile target for politicization and attack from leaders of democratic countries.

1. The sample consisted of two parts: an indirect sample and included all the studies and research that were published in the time range of the study sample, in order to choose the second part of the sample, which is the direct part of the sample.
2. The qualitative analysis method was applied to the direct sample. By subjecting each study to qualitative critical analysis in order to extract cognitive additions and determine his contributions to modern trends of media theories research.
3. The researcher also relied, in conducting the study and its practical framework for the analysis, on three hypotheses that represented the main axes of the study:
  - **Firstly**, the continuing theoretical pattern of the influence of the media in the dominance of the field of academic media research, despite the passage of major transformations due to the growth of digital media, and the relationship between media use and economic and political action in the world.
  - **Second**, the disappearance of basic concepts from the components of media theories as we know them, to be replaced by other concepts more appropriate to the rapid changes in the media environment towards digital, such as the network perception of media processes (technological determinism); Mediation and normative concepts.
  - **Third**: The awakening of the critical trend in the research of media theories, which dealt with the academic field of media with criticism, analysis and review

The study reached a number of results that can be summarized as follows:

That despite the digital explosion that refuses to stop since the beginning of the millennium and is developing at a speed that is difficult to pursue academically, and despite the sharp political changes that the whole world is witnessing, we are not going to lose the traditional theoretical pattern of media influences in the academic field for two reasons summarizing the researcher's future vision for the development of academic knowledge In the studies of media theories:

- **First:** Despite the age of most theories of the effects of media, which extends over several decades and starts from the middle of the last century, they are theories in development, re-imagining themselves in the new digital environment and adding new theoretical concepts that allow a relative understanding of developments in the media and political scene, such as the retina and mediation. The researcher expects that the trend of retina and dynamism will continue to change what we know about theories of influence without completely losing those theories.
- **Second:** The digital media environment is also developing, and we have not yet reached any stability in the relationship of digital media with traditional media and personal communication. In addition, the structural factors shaping the political and economic context of the media work have not yet fully taken control of the scene, which opens the way for many opportunities to build on the emerging critical trends that seek to link the studies of media theories with the context of media work.

The researcher expects more growth in the direction of critical studies, as it is related to the continuous transformation of the contextual relationship with the media, and the relationship of the two to subjectivity and the various societal forms that result from it. However, the growing awareness of the importance of studying macro-level systems will not mean that we lose influence theories as well, as while the context reproduces itself to govern control over digital media, this means that the same media influences that existed within the traditional media framework are not on the way to disappear as before. Some advocates of freedom to obtain and produce knowledge, information and media content. Our understanding of the agenda-setting effect may change to become more complex and take the grid shape, but the effect itself has not disappeared, even if its path is complicated. We might have hoped that the development of digital media would contribute to the disappearance of the gates and with them the guards, but despite the change in the shape of the gates and the transformation in their methods of work, and despite the development of our understanding of the principle of guarding, the gates did not disappear, nor did the guards disappear. The theory remains what the effect remains.

## مقدمة:

أدى المشهد الإعلامي المتغير بشكل جذري بفعل التطور التكنولوجي والثورة الرقمية المستمرة ؛ لتخطي الحدود بين مصادر المعلومات ومستهلكي هذه المعلومات، وأتاح للأفراد والجماعات فرصاً جديدة لممارسة الفعل الإعلامي وبناء شبكات عمل تنتج وتنتشر منتجات إعلامية سواءً على المستوى المحلي أو الدولي وفي ظل تطبيقات الويب 2 و 3 (Markoff, 2006). في هذا السياق، يصبح السؤال الأكثر أهمية، هل مازالت المقاربات النظرية الإعلامية التي أجريت عليها الآلاف من البحوث والدراسات مقاربات مفاهيمية مناسبة للدراسات والبحوث الإعلامية في يومنا هذا؟ بل كيف نجت نظريات الإعلام التي لازالت تسود الخطاب الأكاديمي، برغم نشأة معظمها في القرن الماضي قبل رسوخ سيادة الثورة الرقمية؟ وهل نجت حقاً؟ ومن أين نبدأ إذا أردنا إجابة تلك الأسئلة؟

**أولاً: مفاهيم جديدة لبيئة الإعلام الرقمي:**

– **الفضاء الافتراضي وغرف الصدى:**

مجال بحوث نظريات الإعلام ثري للغاية ومتشعب ومرتبب بشكل لا يقبل الفصل عن غيره من العلوم الاجتماعية. كما أن ثورة الاتصالات المتمثلة في البيئة الرقمية الجديدة أدت لتحولات كبيرة في مفاهيم مؤسسة لعملية الاتصال الإعلامي، لعل أهمها هو التحول الذي لحق بمفهوم الفضاء العام نفسه مع ظهور الفضاء الافتراضي كمفهوم مصاحب لتنامي الإعلام الرقمي. ويعتبر الجدل حول الفضاء العام الافتراضي جدلاً معبراً عن اللحظة الفارقة التي تمر بها دراسات نظريات الإعلام منذ بداية الألفية الجديدة. فقد انشغل العديد من الباحثين ببحث العلاقة بين الفضاء العام التقليدي الذي عرفه Jurgen Habermas وبين الفضاء الافتراضي، وأوجه التقاطع والتشابه والتمايز بينهم. فقد درس (Dahlberg, 2006) قدرة الخطاب الديمقراطي في الفضاء الإلكتروني على توسيع نطاق المجال العام في الواقع غير الافتراضي، كما حدد (Poor, 2006) أربعة معايير للمجال الافتراضي الإلكتروني وهي: اتساع مساحة الخطاب، تعدد الخطاب وحرية، تعدد موضوع الخطاب، وإمكانية تقييم الخطاب، ومن ثم قدرته على تعزيز وخلق حالة من الديمقراطية وحرية التعبير.

ولكن حتى في أوج فورة الدراسات المتنبئة بالأثر الإيجابي للإعلام الرقمي على تعزيز الديمقراطية ودعم التعددية والانفتاح، وتقبل الأقليات، بدأ بعض الباحثين في دق ناقوس الخطر حول قدرة الإنترنت على تعزيز الانقسام والاستقطاب عندما يلجأ المستخدمون للتعرض الانتقائي لتكوين مجتمعات شبكية مصغرة مماثلة لهم في الرؤى والاتجاهات فيما يشبه "غرف الصدى"، وهو المبدأ الذي قدمه كاس سانستين (Cass R. Sunstein Ikenberry & Sunstein, 2010) كمثال لقدرة الإنترنت على تقسيم الفضاء الافتراضي لعدة فضاءات مغلقة لا يضطر فيها المستخدم

للتعرض لما هو مخالف أو معارض لأفكاره. كما أثار (Papacharissi, 2002) تساؤلاً مشروعاً عن قدرة الفضاء الافتراضي على دعم الإنفتاح والديمقراطية والتعددية بشكل حقيقي في ظل ثبات العوامل الهيكلية التي يعمل من خلالها الإعلام الرقمي سواءً السياسية أو الاقتصادية، ويتساءل الباحث عما إذا كان الإنفتاح العالمي "عولمة" أو شكل جديد من "القبلية" في ظل قدرة المستخدمين على الانغلاق على أنفسهم في غرف مصممة للصدى، وفي ظل امتداد اللامساواة الاقتصادية والسياسية لقدرة المستخدمين على الحصول على المعرفة أو إنتاجها.

وقد قدم (Dahlgren, 2005) ثلاثة أبعاد للتحليل الإمبريقي للفضاء الافتراضي: البعد الهيكلي، والبعد التمثيلي والبعد التفاعلي. وقد تم استخدام تلك الأبعاد التحليلية في العديد من الدراسات التجريبية منذ هذا الحين، مثل دراسة (Batorski & Grzywińska, 2018) التي طبقت الأبعاد على استخدام موقع Facebook في بولندا، وأثبتت وجود البعد الهيكلي المتمثل في قلة عدد المستخدمين ممن ينخرطون في النقاش السياسي على الصفحات السياسية المتخصصة على الموقع، كما أثبتت وجود البعد التمثيلي حين وجدت أن الشخصيات العامة والسياسية المؤثرة في الفضاء العام التقليدي تجتذب الكثير من المستخدمين في الفضاء الافتراضي أيضاً، كما ثبت وجود البعد التفاعلي ممثلاً في انقسام الجمهور على موقع Facebook لمجموعات صغيرة متجانسة متباعدة عن بعضها البعض في إشارة لتحقق التعرض الانتقائي وتكون غرف الصدى. وسوف تتناول الدراسة هذه المفاهيم بالتحليل المفصل، خاصة عند التعرض لتطور نظريات تأثيرات الإعلام في البيئة الرقمية.

#### – الحتمية الإلكترونية:

الحتمية الإلكترونية هو المفهوم الذي يعتبر التطور التكنولوجي السبب الرئيسي في التغييرات الاجتماعية والتاريخية الكبيرة على المستوى الكلي والهيكلية لشتى العمليات الاجتماعية، بالإضافة إلى كونه سبباً في تغييرات نفسية واجتماعية كبيرة الأثر على المستوى الجزئي والفردى. ويفترض هذا المفهوم، طبقاً لقاموس الاتصال والإعلام الصادر عن أكسفورد، أنه بغض النظر عن محتوى أي تغيير ثوري تكنولوجي، فإن هذا التغيير يصبح القوة الدافعة للتحويل الاجتماعي، حيث تعتبر التكنولوجيا في هذا التصور كمتغير مستقل. وعادة ما يرتبط هذا المفهوم بتصوير عن حيادية التكنولوجيا، ولكنه قد يرتبط في بعض الأحيان بفكرة محددة عن غياب حيادية التكنولوجيا من منطلق أن استخدامنا للتكنولوجيا لا بد وأن يصاحبه استخدام التكنولوجيا لنا أيضاً. ولأن الكثير من الحديث عن الحتمية الإلكترونية يتعلق بوسائل اتصال الإعلام بشكل خاص، فإنه أحياناً ما يعرف بالحتمية الإعلامية أيضاً، وغالباً ما تمتد موضوعات البحث الأكاديمي في هذا النطاق لاستخدام وسائط الإعلام باعتباره قوة دافعة في تشكيل المجتمع ورسم مسار العمليات المجتمعية المختلفة. وينسحب هذا

التعريف على قدرة التطور التكنولوجي على تحديد وتعريف طريقة ومجالات عمل الصحافة (Harcup, 2014).

إلا أن مفهوم الحتمية الإلكترونية كثيرًا ما يتعرض للنقد مثله مثل غيره من مفاهيم الحتمية في العلوم الاجتماعية، مثل الحتمية الاقتصادية مثلاً، أو الحتمية اللغوية، وهي المفاهيم التي عادة ما يتم انتقادها باعتبارها خارجة عن سياق التطور التاريخي وسطحية وغافلة عن العمق والتشابك في عمليات التحول المجتمعي بشكل عام. إلا إن بعض الباحثين وجهوا الدعوة مؤخرًا لإعادة النظر في مفهوم الحتمية التكنولوجية بالمزيد من الحدية مثل (de la Cruz Paragas & Lin, 2016) والذان فرقا بين مفاهيم الحتمية الحادة التي تعتبر التطور التكنولوجي القوة الدافعة الوحيدة وراء تشكيل المجتمع، ومفاهيم الحتمية الناعمة، soft determinism، التي تضع قوة التطور التكنولوجي كدافع للتغيير في سياق غيرها من عوامل التغيير الهيكلية.

#### ثانياً: إجراءات الدراسة:

اختارت الباحثة العمل من خلال المكتبة الإلكترونية للجامعة الأمريكية بالقاهرة، والتي توفر مدخلاً لأهم قواعد البيانات والدوريات باللغة الإنجليزية على مستوى العالم. بالبحث عن الكلمة المفتاحية "نظريات الإعلام" "media theory" وتضييق المدى الزمني للبحث لبداية الألفية الثالثة في 2000/1/1 وحتى نهاية شهر مايو من العام الجاري، 2019/5/31، ظهرت 49,155 نتيجة. وحتى بعد تضييق مجال البحث ليشمل المقالات المنشورة في منشورات دورية، journals, e-journals، journal articles، في تخصص الصحافة ودراسات الاتصال، journalism and communications، واقتصار البحث على المواد الأكاديمية والمحكمة، scholarly material including peer-reviewed مع استبعاد مقالات الصحف ومراجعات الكتب ورسائل الماجستير والدكتوراة، بقي عدد النتائج أكبر مما يمكن تحليله في دراسة كيفية واحدة، حيث وصل عدد النتائج لـ 29,420 نتيجة.

وبالمسح المبدئي لعناوين أول 100 نتيجة وملخصات بعضاً من أكثر النتائج لفتاً للانتباه، أصبح واضحاً للباحثة أن تعميم البحث عن نظريات الإعلام لن يعكس التطور في النظريات التقليدية التي تسود الخطاب الأكاديمي، كما أصبح واضحاً أن تطور نطاقات البحث النظري في مجال الإعلام أسرع مما يسمح باستخلاص نتائج قابلة للتعميم في النطاق الزمني الممتد منذ بداية الألفية الثالثة. كما أدى المسح السريع لثلاثة فرضيات مبدئية بنت على أساسها الباحثة تشكياً لعينة مركبة باستخدام نموذج متعدد المستويات في الكلمات المفتاحية و النطاقات الزمنية للوصول للهدف الرئيسي للدراسة وهو رصد الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الإعلام في العالم، ويمكن تلخيص تلك الفرضيات كما يلي:

- يستمر النسق النظري الخاص بتأثيرات الإعلام في تسيد مجال البحث العلمي الأكاديمي للاتصال والإعلام، إلا أنها تمر بتحويلات كبيرة بسبب تنامي الإعلام الرقمي المستمر، وبسبب التطورات السياسية على الساحة السياسية التي طرحت أسئلة جديدة حول العلاقة بين استخدام الإعلام والفعل السياسي.
- اختفاء مفاهيم أساسية من مكونات نظريات الإعلام لتحل محلها مفاهيم أخرى أكثر قدرة على التعامل مع البيئة الإعلامية الرقمية الجديدة مثل التصور الشبكي للعمليات الإعلامية، والوساطة (mediation)، وأسئلة جديدة تشتبك مع مفهوم المعيارية في ظل تلك الوساطة.
- بدأ ظهور صحوة في الاتجاه النقدي في أبحاث نظريات الإعلام تتناول المجال الأكاديمي كله بالنقد والتحليل والمراجعة.

وتشكل تلك الفرضيات مباحث الدراسة الرئيسية كما يلي:

**المبحث الأول:** تطور نظريات تأثيرات الإعلام في البيئة الرقمية الجديدة

**المبحث الثاني:** المجتمع الشبكي والوساطة كمفاهيم نظرية صاعدة في دراسات نظريات الإعلام

**المبحث الثالث:** اتجاهات نقدية حديثة في دراسات نظريات الإعلام

**عينة الدراسة:**

مثلت المكتبة الإلكترونية للجامعة الأمريكية المصدر الرئيسي للأبحاث المنشورة في مجلات ودوريات علمية والتي شكلت عينة الدراسة، وهي مكتبة جامعة لأكبر وأهم الدوريات وقواعد البيانات الأكاديمية المتخصصة على مستوى العالم. واقتصرت معايير تشكيل العينة على الدوريات الإلكترونية والمتوفرة إلكترونياً باللغة الإنجليزية مع استبعاد مقالات الصحف ورسائل الماجستير والدكتوراة ومراجعات الكتب.

وتضمن تشكيل العينة بحث بالكلمات المفتاحية في عدة مجالات و تخصصات نظرية خارج إطار مجال الإعلام لتغطية المقاربات النظرية السائدة في الخطاب الأكاديمي لرصد الاتجاهات الحديثة لتطور تلك المقاربات على المستوى العالمي. وبالمسح المبدئي لأول 50 نتيجة للبحث عن كل كلمة مفتاحية، تم اختيار كل النتائج التي تشتبك مع نظريات الإعلام بالرصد، أو التطوير أو النقد بشكل قابل للتعميم عبر الحدود الجغرافية. ولا شك أن هذا الانتقاء خضع إلى حد كبير لتقدير الباحثة، ولكنه تقدير لا يختلف عن التقدير الذي يستخدمه أي باحث في اختيار الدوريات المحددة للعينة، أو في اختيار الأبحاث التي يركز عليها بالتحليل من العينة نفسها.

ولكن كان السبب الرئيسي في اعتماد هذا الأسلوب المركب ذي البعد التقديري في تشكيل العينة بدلاً من اختيار عدد من الدوريات المتخصصة في نطاق زمني محدود



كما هو معتاد في مثل تلك الأبحاث هو الدلالة النظرية لانتساع نطاق البحث خارج حدود التخصص. فالملاحظة المبدئية للبحث الموسع دون الالتزام بدوريات بعينها ودون استبعاد المواد الأكاديمية الواقعة خارج حدود التخصص، هي مدى التداخل الذي أظهر دراسات الإعلام كعلم يبني بتزايد التقاطع بينه وبين غيره من العلوم الإنسانية والاجتماعية يوماً بعد يوم. فلم يعد من الممكن تصور دراسة وسائل الاتصال ووسائل الإعلام باعتباره مجالاً معرفياً ذو أطر محددة أو منغلقة على ذاته. على العكس، توسيع نطاق العينة أثبت رأي الباحثة المبدئي في انفتاح مجال المعرفة الإعلامية على الدراسات الإنسانية بشكل عام ومتزايد منذ صعود الإعلام الجديد في بداية الألفية الثالثة. فقد أنتج البحث المبدئي لنتائج العينة غير المباشرة التي تم مسحها عن طريق العناوين و/أو الملخصات البحثية عدة ملاحظات ذات دلالة منها اتساع نطاق البحث الأكاديمي في نظريات الإعلام ليشمل دوريات متخصصة في علم النفس والسياسة وعلم الاجتماع بل ودوريات متخصصة في اللاهوت وعلوم الكمبيوتر. فعلى سبيل المثال، وجدت الباحثة واحدة من أكبر وأهم الدراسات التحليلية عن الاتجاهات الحديثة للمقاربات التقليدية في نظريات تأثير الإعلام في الخمسة أعوام الأخيرة في دورية متخصصة في علم النفس. كما وجدت الباحثة العديد من الدراسات ذات الصلة في دورية *Computer in Human Behaviour*. ويتسق مع ذلك التشعب في موضوعات البحث حيث لاحظت الباحثة زيادة دراسة العلاقة بين استخدام الإعلام -خاصة الإعلام الرقمي- وأنماط التحول الاجتماعي والاتصال الشخصي والنظم الاقتصادية والتطورات السياسية العالمية، مثل انتخابات الرئاسة الأمريكية، وصعود اليمين السياسي في أوروبا، ووحدة حركات اللجوء والجدل المثار حول الهجرة في الغرب خلال الأعوام الأخيرة.

#### النطاق الزمني لعينة الدراسة:

وقد اختارت الباحثة إطاراً زمنياً يمتد منذ بداية عام 2015 وحتى نهاية شهر مايو من العام الجاري (من 2015/1/1 إلى 2019/5/31). وجاء اختيار النطاق الزمني لعدة أسباب أولها سرعة تطور بحوث نظريات الإعلام بشكل يتزامن مع النمو المطرد لاستخدامات الإنترنت، كجزء من وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والراديو والتلفزيون، وهو النمو الذي يجعل المشهد متغير بشكل كبير بين كل عام والعام الذي يليه، فتختلف طبيعة النشر والبيث اليوم جذرياً عما كانت عليه في بداية العقد الجاري مثلاً. ولذلك كان لزاماً أن يتم تضيق النطاق الزمني بقدر المستطاع.

السبب الثاني في اختيار النطاق الزمني منذ بداية 2015، هو ظهور عدة محاولات للمراجعة والتأمل في تطور البحوث النظرية للإعلام في عام 2015، لعل أهمها هو الدراسة المشار إليها سابقاً من دورية علم النفس والتي أجراها (Valkenburg, Peter, & Walther, 2015) عن الاتجاهات الحديثة في

نظريات وبحوث التأثيرات الإعلامية حتى عام 2015 وتم نشرها عام 2016 في دورية Annual Review of Psychology .

كما خصصت دورية Mass Communication and Society عددها الخامس من المجلد الثامن عشر والذي صدر في عام 2015 لمقالات تناولت الرصد والمراجعة الاتجاهات النظرية الحديثة في دراسات الإعلام في إطار موحد حدده المقال الافتتاحي للعدد باسم: "نظريات وسائط الاتصال في زمن التكنولوجيا المتغيرة"، Mass Communication Theories in a Time of Changing Technologies.

ويعود السبب الأخير لاختيار النطاق الزمني للعينة منذ بداية 2015 للتغيرات السياسية التي أعلنت بداية تحول شمل ثورة في شكل الوسائط الإعلامية واستخداماتها السياسية وتأثيراتها الاجتماعية. فمثلت الحملة الانتخابية للرئيس الأمريكي دونالد ترامب، Donald Trump ، إعلاناً عن تغير وجه العمل السياسي للأبد بما تضمنته من تدخل روسيا في سير العملية الانتخابية باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لاستهداف الناخبين المترددين ولنشر مناخ من الخوف والاستقطاب يساعد في انتخاب ترامب (Shane & Goel, 2017). كما تضمنت تلك الحملة استخدام ترامب لموقع التغريدات القصيرة، Twitter، كمنصته الإعلامية الأساسية للتواصل مع الجمهور والتعليق على الأحداث الجارية والأخبار، وهو ما كاد يتسبب في عدة أزمات دولية نظراً للتغريدات غير المراعية التي أطلقها بخصوص دول وزعماء أجانب. ويشمل النموذج السياسي الجديد لترامب وإدارته استعداداً للإعلام المستقل والمعارض ووصمه بالكذب، بل ومعاداة الأمة، وتعبئة الجماهير لتكذيب ما يتعرضون إليه من أخبار. وقد ظهرت عبارة الأخبار الزائفة، Fake News، لدعم تلك الادعاءات وهي العبارة التي يطلقها الرئيس الأمريكي على أي عمل إعلامي ينتقد سياساته. فإذا كنا وصلنا لليوم الذي تسهم فيه مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مباشر في اختيار زعيم أقوى دولة في عالمنا، وإذا كنا وصلنا للحظة التي يصبح فيها العمل الإعلامي المستقل هدفاً هشاً للتسييس والهجوم من زعماء الدول الديمقراطية مباشرة، فلا بد أن يتفاعل مجال البحث الأكاديمي مع تلك الظواهر بشكل يتناسب مع قدرها وتأثيرها على المشهد العالمي. فلم تكن حملة الرئيس الأمريكي منفصلة، بل أصبح جلياً أنها جزء من ظاهرة صعود الحركات اليمينية في الغرب بشكل عام.

مع هذا التغيير الكبير، يصبح منطقياً أن يتم تضيق المدى الزمني للبحث ليبدأ من العام السابق على انتخاب ترامب، وهو العام الذي انطلقت فيه حملته المثيرة للجدل، حتى يومنا هذا لأن ما قبل 2015 يختلف بالضرورة عما تلاها مما سينعكس بالتأكيد على مجال البحث الأكاديمي. ولا يعني ذلك أن الدراسة ستركز على الولايات المتحدة الأمريكية مثلاً، أو ستقتصر على علاقة الإعلام الجديد بالسياسة، إنما اختارت الباحثة العمل في نطاق زمني يتزامن مع التغيير في الطريقة التي يُنظر بها للإعلام بشكل عام.

### تشكيل العينة:

وعليه فقد تم استخدام البحث بالكلمات المفتاحية في النطاق الزمني من 2015/1/1 وحتى 2019/5/31 باستخدام مرشحات البحث المتوفرة في المحرك البحثي الخاص بمكتبة الجامعة الأمريكية بالقاهرة لتضييق نطاق البحث ليقتصر على المقالات الدورية الإلكترونية والمتوفرة إلكترونياً باللغة الإنجليزية من المواد الأكاديمية المحكمة، باستبعاد مقالات الصحف ومراجعات الكتب والرسائل العلمية. وبالمسح المبدئي لأول 50 نتيجة في كل من الكلمات المفتاحية المستخدمة، باستخدام العناوين والملخصات للأبحاث، انتهت الباحثة لتشكيل عينة غير مباشرة من (206) مقالة أكاديمية من دوريات محكمة. ولجأت الباحثة بعدها لقراءة ملخصات ونتائج العينة غير المباشرة لتشكيل العينة المباشرة والتي بلغت (67) بحثاً اختارتهم الباحثة لتركيزهم على التطور النظري أو النقد المنهجي لمجال المعرفة الأكاديمية في نظريات الاعلام. وقد ركزت الباحثة في تشكيل العينة المباشرة على اختيار المراجعات الكلية سواء من الأبحاث التي تستخدم تحليل المستوى الثاني أو التحليل الشبكي على عدد كبير من الدراسات تغطي فترات زمنية طويلة، أو الأعداد الخاصة في دوريات الاتصال والاعلام والمخصصة لمراجعة موضوعات نظرية بعينها (مثل العدد الخامس من المجلد الثامن عشر للمجلة العلمية Mass Communication and Society والذي سبق ذكره وتناول أثر التطور التكنولوجي على نظريات الاعلام، والعدد السادس من المجلد الحادي والعشرين للمجلة نفسها الذي تناول بالبحث أثر الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2016 على نظريات الاعلام، وعدد إبريل من المجلد (68) في المجلة العلمية Journal of Communication والذي ركز على الاتجاهات النقدية في دراسات نظريات الاعلام، و العديدين الأول والثاني من المجلد الخامس والأربعين للمجلة العلمية Communication Research والذي تناول بالتفصيل نظرية دوامة الصمت في عدة أبحاث نظرية).

وتوزعت دراسات العينة المباشرة على 19 دورية كما هو موضح في الجدول التالي:

#### جدول 1: خاص بالدوريات العلمية المحكمة التي اعتمدت عليها عينة الدراسة

Journal of Communication	Mass Communication and Society	Communication Theory	Communication Research	Journalism and Mass Communication Quarterly	Annual Review of Psychology	Journalism Practice
Canadian Journal of Communication	Journalism Studies	Communication	Information Communication and Society	Journal of Communication Inquiry	International Journal of Communication	Journal of Creative Communication
Media, Culture and Society	Computers in Human Behaviour	Media Psychology	International Communication Gazette	Annals of the International Communication Association		

## خامسا : منهج الدراسة

طبقت الباحثة منهج التحليل الكيفي qualitative analysis على العينة المباشرة بإخضاع كل بحث للتحليل النقدي الكيفي بهدف استخلاص الإضافات المعرفية وتحديد إسهاماته في الاتجاهات الحديثة لبحوث نظريات الإعلام.

### المبحث الأول:

#### تطور نظريات تأثيرات الإعلام في البيئة الرقمية الجديدة

فرضت التطورات الحديثة في المشهد الإعلامي وجود تعديلات أو تحسين في نظريات؛ أو طرق تفكير جديدة تقدم إجابات على الأسئلة الملحة التي تطرحها التطورات السريعة للمشهد الإعلامي، والتي رسمت آثارها على نظريات التأثيرات الإعلامية مما سيجعل مهمة المساهمين في هذا المجال الأكاديمي صعبة للغاية، أو يدفعهم لقراءة جديدة في نماذج ونظريات قديمة. وبرغم حركة المراجعة النظرية الحتمية والدائرة الآن في المجال المعرفي للإعلام والاتصال، لازالت نظريات تأثير الإعلام مترتبة على قمة الأبحاث النظرية في المجال، بل لازالت معظم الدراسات التطبيقية والتجريبية والنظرية تسترشد بها (Ewoldsen, 2017, p. 83).

وفي دراسة بعنوان "الجزر والتدفق في بحوث الاتصال: سبعة عقود من اتجاهات النشر وأولويات البحث"، قام (Walter, Cody, & Ball-Rokeach, 2018) بفحص جميع المقالات الأصلية المحكمة المنشورة في Journal of Communication منذ عام 1951 وحتى عام 2016، وهي نفس المجلة الدورية التي نشرت الدراسة التحليلية في عام 2018. وقد بلغت العينة 1,574 بحثاً. وأوضح فحص الأطر النظرية لأبحاث العينة أن 731 دراسة (48.4%) من جملة الدراسات قيد العينة) تسترشد بالنظريات. وتم تصنيف الدراسات على أنها "مسترشدة بالنظريات" حين تبني نظريات جديدة، أو تنقد نظريات موجودة، أو تعتمد على نظريات للوصول لأسئلة أو فرضيات البحث، أو عند تفسير النتائج من خلال نظرية معينة. وتعتبر نظرية التأطير هي الأكثر شعبية من أبحاث العينة حيث مثلت 6% (44 من 731 دراسة)، ومثلت نظرية الغرس 5.4% (40 دراسة من إجمالي)، ومثلت نظريات الاتساق المعرفي 28 دراسة بنسبة 3.8%، وجاءت بعد ذلك نظرية وضع الأجندة بنصيب 24 دراسة أي 3.3% من إجمالي العينة، ثم نظرية التعلم الاجتماعي والتي حظيت بنصيب 23 دراسة بنسبة 3.1% من إجمالي العينة، ثم نظرية السرد بنصيب 21 دراسة بنسبة 2.91% من إجمالي العينة، والنظرية المعرفية الاجتماعية مثلتها 21 دراسة بنسبة 2.9%، ثم نظرية تصور الشخص الثالث والتي وردت في 17 دراسة بنسبة 2.3%، وجاءت بعد ذلك نظرية الاستخدامات والإشباع في 16 دراسة بنسبة 2.2%، ثم نماذج المعالجة المزدوجة التي وردت في 15 دراسة بنسبة 2% (Walter et al., p. 428).

ولذا نبدأ هذا القسم من الدراسة باستعراض البحث المرجعي الأهم في نظريات تأثيرات الإعلام في الخمسة أعوام الأخيرة، والذي راجع التطور النظري حتى عام 2015، ثم تبدأ الباحثة في استعراض الطرق التي تفاعل بها مجال البحث النظري مع الأسئلة التي لخصتها الدراسة المرجعية الأولى، وبعض الاتجاهات الحديثة التي سعت للتوفيق بين النسق النظري لتأثيرات الإعلام وبين التحول الهائل الذي شهده المجال الإعلامي على مستوى الممارسة والتطبيق.

#### أولاً: دراسة مرجعية عن نظريات تأثيرات الإعلام حتى 2015:

قام (Valkenburg et al., 2015) بمراجعة وتحليل القواسم المشتركة البارزة لنظريات تأثير وسائل الإعلام على أساس تحليل المستوى الثاني (meta-analysis) لدراسات النظريات في هذا المجال باستخدام التحليل البليومتري للنظريات (عدد الاستشهادات والاعتماد على النظريات في بناء بحوث النظريات الإعلامية).

اعتمدت هذه الدراسة على تصنيف Patti M. Valkenburg و Jochen Peter في 2013 لقائمة بنظريات التأثير على مستوى الأفراد (Micro Level) والذي تضمن إحدى عشر نظرية للتأثير: التدفق على مرحلتين، نظرية الفجوة المعرفية، نظرية وضع الأجندة، نظرية الاستخدامات والإشباع، نظرية الغرس، نظرية التهيئة، نموذج الاحتمالات، نظرية التأطير، نموذج القدرة المحدودة، نظرية الإدراك الاجتماعي، نظرية دوامات التعزيز (Reinforcing Spirals). وقد توصل الباحثون لعدة نتائج أولية:

1. تختلف نظريات تأثير الإعلام على الأفراد من حيث مفاهيمها وافترضاها الأساسية اختلافاً كبيراً، كما تختلف في تصوراتها لكيفية حدوث عمليات التأثير على الأفراد.
2. كل النظريات اعتمدت على مبدأ أحادية الاتجاه التائيري (الاتجاه الخطي) من وسيلة الإعلام للمتلقي لحدوث نتائج معينة.
3. هناك بعض النظريات تم اعتمادها فيما بعد في دراسات إعلام التواصل الاجتماعي على الإنترنت (social media) وتطبيقات الويب مثل نظرية الغرس ونظرية الإدراك الاجتماعي (social cognitive theory) التي قدمها Bandura في عام 2002 ، تليها نظرية دوامات التعزيز، Reinforcing spirals theory، والتي قدمها Slater عام 2007. هذه النظريات السابقة تولى اهتماماً كبيراً للتفاعل بين العوامل الإعلامية والعوامل غير الإعلامية (مثل السياق الاجتماعي) في العملية الإعلامية.

وبذلك تمكن الباحثون خلال الدراسة من وضع خمس سمات مميزة للاتجاهات البحثية في نظريات التأثير الإعلامي حتى عام 2015 في إطار الوسائط الجديدة في العالم الرقمي:

#### السمة الأولى: الاستخدام الانتقائي لوسائط الإعلام:

وتعتبر هذه السمة معبرة عن شروط وحدود تأثير وسائل/وسائط الإعلام وهي نموذج ينطوي على فرضيتين:

الأولى هي تعرض الناس انتقائيًا فقط لعدد محدود من الرسائل الإعلامية من جملة الرسائل المحتمل التعرض لها، والثانية هي أن الرسائل التي يختارون التعرض لها هي فقط التي لديها القدرة على التأثير عليهم.

هذا التصور (التعرض الانتقائي) الذي تم تقديمه من قبل Katz و Lazarsfeld في أربعينات القرن الماضي، تم تطويره عبر العقود السابقة لنظريتين: نظرية الاستخدامات والإشباع والتي قدمها Katz في عام 1973، وبنى عليها Rosengren في 1974، ثم أعاد تقديمها Rubin في 2009. وتم تقديم مفهوم التعرض الانتقائي خلالها كمظهر من مظاهر الاستخدام. والنظرية الثانية هي نظرية التعرض الانتقائي والتي قدمها Zillman و Bryant في 1985، ثم أعاد تقديمها Knobloch-Westerwick في 2015.

وتفترض كلتا النظريتين أن الأفراد يختارون وسائل الإعلام ورسائلها استجابة لاحتياجاتهم، وأن هناك مجموعة متنوعة من العوامل النفسية والسمات الفردية والاجتماعية ترشدهم لهذه الاختيارات. وتقترح كلتا النظريتين أن استخدام الوسائل هو مقدمة لعواقب أو نتائج تسميها نظرية الاستخدامات إشباعاً، وتسميها نظرية التعرض الانتقائي تأثيرات. والفرق بين النظريتين يكمن في افتراض نظرية الاستخدامات أن مستخدمي وسائل الإعلام عقلانيين وواعين بدوافع احتياجاتهم، في حين أن نظرية التعرض الانتقائي تفترض أن مستخدمي الوسائل غالباً ما يكونون غير مدركين أو على الأقل ليسوا على دراية تامة بدوافع احتياجاتهم. هذا الاختلاف بين النظريتين كانت له عواقب منهجية. فنظرية الاستخدامات تعتمد على التقارير الذاتية لمستخدمي وسائل الإعلام في قياس العلاقة بين الاستخدام والسلوك المقابل. وتعتبر الوسيلة هي نقطة التركيز في مفاهيم وتصورات النظرية، وتجب تلك التقارير الذاتية على تساؤل: ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس؟

أما الدراسات التي تستند على نظرية التعرض الانتقائي، تعتمد على طريقة رصد للاستخدام بعيدة عن المتلقي (المستخدم) مثل تقارير "نيلسون" وغيرها، وتستهدف تلك الطريقة في الرصد إجابة تساؤل: ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام؟ وهو النهج الذي أصبح متبعاً في بحوث نظريات التأثيرات العامة للإعلام عبر وسائط الإنترنت وتطبيقاته (مثل تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي). وتعتبر نقطة التركيز في مفاهيم

وتصورات النظرية هي المستخدم. وأشارت الدراسة التي نستعرضها هنا لعدد من النظريات يعتبر فيها المستخدم هو نقطة التركيز في مفاهيمها وتصوراتها مثل نظرية الإدراك الاجتماعي، والنموذج الشرطي لآثار التواصل السياسي والذي قدمه (McLeod et al. 2009)، ونظرية دوامة التعزيز والتي قدمها Slater في 2007، ونموذج القابلية التفاضلية لتأثيرات الوسائط الذي قدمه (Valkenburg & Peter 2013a).

#### السمة الثانية: خصائص الوسائط/الوسائط كمنبئات بالتأثير:

يندرج تحت هذه السمة ثلاث خصائص لوسائل الإعلام نفسها وهي:

4. شكل المحتوى (نصي-سمعي-بصري، سمعي / بصري).
5. نوع المحتوى (عنيف، خوف، عقلائي، فكاهي، سخرية، أو غيرها).
6. الخصائص الهيكلية (سريع، مفاجآت بصرية، الشرح، وغيرها).
7. ولكل من هذه الخصائص شروط وحدود للتأثير أوضحتها الدراسة.

#### السمة الثالثة: كل التأثيرات لوسائل/وسائط الإعلام الآن تأثيرات غير مباشرة .

حيث تعمل العوامل الوسيطة كمحدد للتأثير، فلا يتم تأثير المتغير المستقل في فرضيات نظريات التأثير (استخدام الوسيط أو الوسيلة) على المتغيرات التابعة (التأثير) إلا عن طريق عوامل وسيطة بين المتغيرين، حيث توفر العوامل الوسيطة تفسيرات مهمة لكيفية حدوث الأثر.

#### السمة الرابعة: التأثيرات الإعلامية مشروطة بإمكانية التحكم في العوامل الوسيطة بين المتغيرات.

وتقدم نظرية الاستخدامات والاشباعات فكرة إمكانية زيادة التأثير بتعزيز العوامل الوسيطة أو تخفيضها. ووجد الباحثون أن بعض النظريات اقترحت أن العوامل الوسيطة قد تقوم بتعديل اتجاه أو تقوية تأثيرات وسائل/وسائط الإعلام.

#### السمة الخامسة: تأثيرات وسائل/وسائط الإعلام هي معاملات سببية تبادلية.

النظريات التبادلية بوجه عام تفترض علاقات سببية متبادلة بين خصائص مستخدمي الوسائط الفردية والديموجرافية واستخدامهم الانتقائي، وعوامل بينهم ونتائج وسائل الإعلام، وهي نظريات معقدة وجد الباحثون أنها تستند على ثلاث فرضيات:

1. الفرضية الأولى: يتصل منتج ومنتلي المحتوى الإعلامي عن طريق تقنيات الاتصال التكنولوجيا (الراديو، التلفزيون، الإنترنت)، ويشتكون في معاملات تبادلية تكون وسائل الإعلام فيها وسيط ثنائي الاتجاه.

2. الفرضية الثانية: يؤثر منتج المحتوى ومنتقوه على بعضهم البعض وبالتالي، من الممكن تغير الطرفين تبعاً للمحتوى كنتيجة للاختيارات الانتقائية وعمليات الإدراك الانتقائي.

3. الفرضية الثالثة: يمكن للعلاقة بين منتجي المحتوى ومستقبله أن تكون علاقة تبادل فردية، أو أن تكون علاقات تبادلية داخل الشخص نفسه (المعاملات التبادلية في النظم المعرفية والعاطفية لمنتجي المحتوى ومستقبله).

كما أفرد الباحثون قسماً من الدراسة لمراجعة نظريات الإعلام التي تستخدم الحواسيب كوسيط (وهو ما يعرف الآن بالإعلام الرقمي)، وتوصلوا إلى أن؛ بينما ركزت تلك النظريات في طورها المبكر في بداية الألفية الثالثة على دراسة أثر القدرة على إخفاء الهوية والمؤشرات غير اللفظية على تأثيرات الإعلام، لم تعد تلك المقاربات ذات صلة بعد ظهور تطبيقات الويب 2 والتي ترسخ لهيمنة منصات تبادل إعلامي نصية وغير نصية. فلم يعد مجدداً مقارنة تلك النماذج من الاتصال بالاتصال الشخصي مثلاً، أو حتى مقارنة تلك المقاربات النظرية المبكرة ببعضها البعض. وأوصى الباحثون بالمزيد من التغيير في النظريات الحاكمة لهذا المجال. ولخص الباحثون أن البحث في نظريات تأثيرات الإعلام، ونظريات الإعلام الذي يتوسطه الحاسوب، قد تطور في كلا المجالين من تصور خطي أحادي الاتجاه يتمركز حول المتلقي، لنسق تبادلي أكثر تعقيداً. كما انتهت الدراسة لأن النظريات الحالية في كلا المجالين تقر بأن الأفراد يشكلون استخدامهم الانتقائي لوسائل الإعلام، ويتشكلون عن طريق هذا الاستخدام أيضاً.

وتظهر من تلك المراجعة الوافية التي قدمتها الدراسة السابق عرضها ثلاث قضايا تتفق تمام الاتفاق مع ملاحظات الباحثة بالنسبة لأكثر الموضوعات شيوعاً في البحث النظري المعاصر في مجال الإعلام ككل، وفي تأثيرات الإعلام بشكل خاص، ألا وهي: قضية شكل عملية الاتصال (ما بين الخطوط والشبكات)، قضية الاختيار المصاحب لاختراق المشهد الإعلامي لجميع مناحي الحياة (mediatisation)، ثم قضية الدعوة لإعادة النظر في مجمل النظريات التقليدية في ظل الثورة الرقمية.

#### ثانياً: نظريات تأثيرات الإعلام بين الثبات والتفكك:

بدت معظم أبحاث العينة (سواء المباشرة أو غير المباشرة) وكأنها تعيد طرح أسئلة قديمة عن علاقة أطراف الاتصال ببعضها البعض، وتتأرجح بين الثبات النظري باعتبار الجدل الدائر حول نهاية النظريات التقليدية مبالغاً فيه للغاية، وبين الدعوة الصريحة لإلغاء بعض تلك النظريات كأن لم تكن. ففي عام 2017، نظمت رابطة الاتصالات الدولية (International Communication Association) ورشة عمل مفتوحة لمناقشة ما إذا كانت بعض نظريات تأثيرات الإعلام جاهزة "للإحالة للتقاعد"، وهو الجدل الذي حُصص له عدة أوراق بحثية في المجلة الصادرة



عن الرابطة في (Ewoldsen, 2017)، حيث أوضح Ewoldsen في مقاله الإفتتاحي للعدد أن هناك عدة باحثين شككوا في نسق دراسة تأثيرات الإعلام بأكمله منهم (Jensen & Neuman, 2013; Lang, 2013; Lang & Ewoldsen, 2013; Wang, 2010; McQuail, 2013)، لأسباب عدة منها مثلاً، من وجهة نظر هؤلاء الباحثين، أن نظريات تأثير الإعلام تتجاهل النظم الإعلامية التي نشأت في الدول غير الغربية، أو فشل تلك النظريات في تفسير الطبيعة التفاعلية لتقنيات الاتصال الجديدة، أو فهمها الخاطئ للعملية الاتصالية، أو تجاهل تلك النظريات للطبيعة الديناميكية للسلوك الإنساني (Ewoldsen, 2017, pp. 83-84). وقد اختارت الباحثة البعد عن الدعاوى على طرفي النقيض، إما بالثبات النظري أو التغيير الكامل، وركزت بدلاً من ذلك على الاتجاهات البحثية التي حاولت إعادة قراءة نظريات التأثيرات الإعلامية، أو التغيير فيها لتصبح أكثر تناسقاً مع التحولات التقنية والسياسية والاقتصادية السريعة.

وهو ما حاول تقديمه عدد من الباحثين، أيضاً في عام 2015، في عدد خاص من مجلة *Mass Communication and Society* السالف ذكره، وهو العدد الخامس من مجلدتها الثامن عشر والذي عرض مجموعة من المقالات تناقش تطور نظريات الإعلام في ظل التطور التكنولوجي.

بدأ المقال الإفتتاحي الذي حمل عنوان "نظريات وسائل الاتصال في زمن التكنولوجيا المتغيرة"، بالإقرار بأن التطور التكنولوجي والرقمي قد يعني حاجة مجال الاتصال والإعلام لمفاهيم نظرية جديدة بينما يتم اختبار قدرة النظريات التقليدية على تخطي اختبار الزمن (Jeffres, 2015). وأبدى Jeffers، مؤلف المقال الإفتتاحي، دهشته من ندرة مراجعة الأطر النظرية القديمة على المستوى الكلي (Macrolevel)، والتي سبقت ثورة الاتصالات الحالية، مثل الإطار النظري الذي قدمه Innis في مطلع الخمسينات والذي شرح أثر تكنولوجيا الاتصال على التنظيم الاجتماعي للمجتمعات، وهو التصور الذي بنى عليه Cherry في مطلع السبعينات ليستنتج أن الاتصال فيما يتخطى الحدود الجغرافية مصحوباً بحركة البشر بين تلك الحدود سواء بالهجرة أو للسياحة، سوف يؤدي لخلق مجتمع دولي. ويتساءل الباحث أيضاً عن الاحتمالات التي يمكن أن يقدمها إعادة النظر في مفهوم الاستعمار الإعلامي وما يمكن تطويره بالبناء على نظرية دائرة الحياة لتطبيقات الإعلام والتكنولوجيا (life cycle theory of media software and technology) التي قدمها Lee في 1980، ونموذج Tunsell الذي قدمه في السبعينات وأعاد تقديمه في 2008 والخاص بصعود وهبوط التأثير الأمريكي من خلال الابتكار وحجم السوق، وهو التأثير الذي يتدفق من عدة مصادر بينما تتفكك السيطرة الاقتصادية على قنوات الاتصال. كما دعى الباحث الى توسيع العمل الأكاديمي لتطوير الإطار

النظري الشهير لـ McLuhan والذي يمكن تلخيصه في عبارة "القناة/الوسيط هو الرسالة" (p. 526. Jeffres).

ويتضمن هذا العدد من الدورية عدة دراسات هامة تعيد النظر في بعض الأطر النظرية التقليدية في ظل ثورة الاتصالات المستمرة والتغيير المضطرد في المشهد الإعلامي وتركيب عملية الاتصال. ففي دراسة كتبها "Richard M. Perloff" تحت عنوان "بحوث الاتصال الجماهيري في مفترق طرق: مسائل تعريفية واتجاهات نظرية في الدراسة الأكاديمية للاتصال الجماهيري والسياسي في عصر الإعلام الرقمي" بنى Perloff على الدراسة التي قام بها Metzger و Chaffee في 2001 عن طبيعة الاتصال الجماهيري في العصر الرقمي، ليتقصى عن طبيعة الاتصال الجماهيري في زمن مواقع التواصل الاجتماعي، وليضع حدوداً بين عبارات متداخلة مثل "وسائط الاتصال" و"الاتصال من خلال الوسائط". ويبحث في المقال الطرق التي يمكن من خلالها تطوير التصورات المفاهيمية لنظريات الغرس ووضع الأجندة والاستخدامات والإشباع لتتناسب التطور الجاري (Perloff, 2015b). ويرسم الباحث صورة بسيطة لما كانت عليه دراسات الاتصال والإعلام قبل ثورة الاتصالات الحالية حيث كانت الحدود واضحة بين الاتصال الشخصي والاتصال الجماهيري، كما كانت دراسة الإعلام مطابقة لدراسة الاتصال الجماهيري، حيث لم تتخط وسائط الإعلام الراديو والصحف والتلفزيون، وهو ما لم يعد ممكناً تصوره في المشهد الحالي حيث تداخل الواضح من الحدود، وانفصل ما كان مبهماً منها. فيتساءل الباحث عما إذا كان مفهوم الاتصال الجماهيري ذاته قد مات بعد أن عفى الزمن على الجذر النظري لهذا المفهوم والمتمثل في فكرة المجتمع الجماهيري. ففي المجتمع الجماهيري، وطبقاً للنموذج الذي وضعه Wright في 1959، هناك ثلاث سمات أساسية لتعريف الاتصال الجماهيري وهي: (أ) وجود جمهور كبير نسبياً، وغير متجانس ومجهول الهوية، (ب) طبيعة عامة وسريعة وعابرة لاختبار عملية الاتصال، (ج) منظومة معقدة يتجسد فيها تقسيم واضح للعمل والمهام. ولكن يلاحظ الباحث أن الرسالة في الإعلام الرقمي وفي عصر مواقع التواصل الاجتماعي يمكن إرسالها من شخص واحد دون الحاجة لمنظومة معقدة من أي نوع لجمهور أبعد ما يكون عن تجهيل الهوية. باختفاء مبدأ الجمهور بشكله التقليدي، هل لا يزال هناك معنى لمفهوم الاتصال الجماهيري؟

ولكن يعود Perloff ليؤكد أن وسائط الاتصال الجماهيري التقليدية لازالت تحتفظ بجمهور كبير، فنسبة كبيرة من العدد الهائل للمتلقين للمحتوى أو الرسالة عن طريق الإنترنت، لازالوا يتلقون تلك الرسائل أو المحتوى من خلال مواقع للصحف والتلفزيون والراديو، وهي وسائط تقليدية للإعلام، ويمثل الإنترنت بالنسبة لهم مجرد قناة لنقل المحتوى الذي تخلقه تلك الوسائط التقليدية وتعرضه بطريقة مناسبة لمشهد الإعلام الرقمي الجديد. ويصل Perloff لنتيجة مماثلة للنتيجة التي توصل لها

Chaffee و Metzger في 2001 قبل ظهور تطبيقات الويب 2 وهي أنه بالرغم من واقعية التفكير في موت مبدأ التواصل الجماهيري، إلا أن وسائط الإعلام التقليدية لم تختف، بل تتخذ أشكالاً جديدة بينما تنتشر وسائط الإعلام الجديدة وتتطور وهو المبدأ الذي قدمه Levinson في 2009.

وبالبناء على دراسات عن وسائط الإعلام قام بها Thompson·Bryant و Finklea في 2013 ، و Potter في 2012، يعرف Perloff الاتصال الجماهيري بعد الثورة الرقمية كما يلي: هو الاتصال لجمهور كبير والذي يتم عن طريق وسائل الإعلام والتي يمكن تعريفها طبقاً لـ Potter كمنظومات تستخدم قنوات تكنولوجية لتوصيل الرسائل بهدف خلق جمهور والحفاظ عليه في البيئة اليومية التي تتسم بالقدرة على الاختيار. ويفرق Perloff بين وسائط الاتصال/الاتصال الجماهيري، وبين الاتصال من خلال الوسائط حيث يعرف الاتصال من خلال الوسائط كما يلي: هو اتصال يتم توصيل الرسائل فيه عبر وسائط تكنولوجية محددة يمكن تعريفها طبقاً لدراسة سابقة لـ Altheide في 2013 كأى إجراءات أو أجهزة تكنولوجية أو اجتماعية تستخدم لاختيار المعلومات وإرسالها واستقبالها. كما تتداخل عوامل ذات علاقة بالاتصال الشخصي في كل من وسائط الاتصال والاتصال من خلال الوسائط (Perloff, p. 538).

وفي العدد نفسه من الدورية، وفي مثال آخر على محاولات التوفيق النظرية بين المفاهيم التقليدية وبين المشهد المتغير لعالمنا اليوم، دعا ( Sapienza, Iyer, & Veenstra, 2015) لإعادة قراءة لنموذج لاسويل (Lasswell) في مقال بعنوان: "قراءة نموذج Lasswell من الخلف للأمام: ثلاثة مفاهيم أكاديمية مغلوطة." وهو مقال مهم للغاية حيث أن أغلب النقد الموجه لنسق تأثيرات الإعلام ينصب على فرضية أحادية اتجاه الاتصال والذي يرى الكثيرون أن مصدره نموذج Lasswell المؤسس لنظريات تأثيرات الإعلام. ويستخدم هذا المقال مصطلحات "بنية Lasswell" أو "Lasswell Construct"، و "نموذج Lasswell" أو "Lasswell model"، و"النموذج البياني ل Lasswell graphic" "Lasswell model" بشكل يختلف عن السائد في البحث الأكاديمي للاتصال، ويعتبر الباحثون مصطلح "بنية Lasswell" مظلة تغطي مجموعة كاملة من التفسيرات المحتملة لمقولة Lasswell الشهيرة: "من قال ماذا؟ لمن؟ في أي قناة؟ وبأي تأثير؟" بالنظر إلى تلك المقولة باعتبارها بنية أو بناء، يمكن تخطي القلق المرتبط بتفسير المصطلحات التي أطلقت على بنية Lasswell من قبل مثل "النموذج" أو "الصيغة" أو "النسق"، فمصطلح "بناء Lasswell" يعمل كعنصر يمكن اتخاذه كخطوة لأعلى (سلم تجريد) من أجل التحرك بحرية بين تجريدات من المستوى الأعلى والمستوى الأدنى بناءً على متطلبات البحث النظري.

فقد كتب Lasswell في 1979 أن هذه البنية نقطة انطلاق مريحة لأنها ستوفر دليلاً صريحاً لبعض جوانب الاتصال ويؤيد ذلك (DeFleur, 1998)، و (Tan, 1985). فيرى هؤلاء الباحثون أن الوظيفة الأساسية لتصور مقولة Lasswell كبناء تساعد في صياغة التعريف وتحدد المفاهيم الأساسية التي تكمن في صميم عمليات وآثار الاتصال الجماهيري، كما توفر الأساس النظري الضروري لتأسيس الاتصال الجماهيري، كما نلاحظ أنه عند تصور (مقولة Lasswell) على هذا النحو فإنه يعتبر ذو صلة وكأنما يتم نشره للمرة الأولى، وهي النتيجة التي يتفق معها الباحثون حتى في المشهد الإعلامي ليومنا هذا.

وتتابع الدراسة نشأة مقولة Lasswell ودراسته المبدئية وتنتهي لأن Lasswell نفسه لم يكن ينتوي أن يخلق نموذجاً خطياً للاتصال الجماهيري، بل أكد أكثر من مرة على أهمية الاتصال ثنائي الاتجاه للديمقراطيات الحديثة، ولكن يعود التراث المتصل بمقولة Lasswell كنموذج خطي للنموذج البياني الذي اتصل بتفسيرات المقولة والتي لم يبتكره Lasswell نفسه. ويقترح الباحثون استخدام مصطلح "بنية Lasswell" لأنه، من وجهة نظرهم، مصطلح له عواقب منهجية ونظرية قد تساهم في تحرير "بنية Lasswell" من التراث الذي علق بها في شكل "النموذج" أو "النموذج البياني" أو "النسق" (Sapienza et al., 2015).

وبالإضافة لمحاولة إعادة قراءة التصورات المبدئية لنسق نظريات تأثيرات الإعلام، كان هناك اتجاهاً بحثياً آخر لإعادة قراءة بعض المتغيرات الأساسية المشتركة بين مختلف النظريات في هذا النسق مثل المواقف (attitudes) كمتغير تابع وموضوع للتأثير. فناقش (Coenen & Van den Bulck, 2018) هذا الموضوع في دراسة بعنوان *The Problem with Our Attitude* والتي تضمنت تحليلاً نظرياً من المستوى الثاني (تحليل فوق-نظري meta-theoretical analysis) لنظريات تأثيرات الإعلام المختصة بتفسير تأثير الاستخدام الإعلام على المواقف. ورأى الباحثان أن هناك جدلاً حول إمكانية اختبار تأثير استخدام الإعلام على المواقف بشكل متنسق نظراً لغياب إطار نظري متفق عليه في نظريات تأثير الإعلام على المواقف، والتي حددها الباحثون في نظرية التأطير، والغرس، والتهيئة، والإقناع. ورأى الباحثون إمكانية تجنب هذا الجدل، وخلق مفهوم نظري متنسق يسمح بمقارنة النتائج بين مختلف نظريات تأثير الإعلام بتطبيق أربعة مبادئ:

المبدأ الأول: هو ضرورة رد كل فرضيات تأثيرات الإعلام الإمبريقية لجذورها المتمثلة في التعريف الواضح للظاهرة العلمية التي تمثلها تلك الفرضيات.

المبدأ الثاني: هو تعريف الموقف بشكل شامل مما يعني أن يتجاوز عدد كبير من التركيبات، وألاً يمكن استخدامه كمتغير تابع يستخدم كوحدة قياس في فرضيات تأثيرات الإعلام.

المبدأ الثالث: هو اعتبار الموقف ميلاً نفسياً يختلف منطقياً عن التعبيرات التقييمية التي يسببها.

المبدأ الرابع: فهو تحديد الباحثين بوضوح للمستوى التحليلي العلمي الذي توجد فيه أي فرضية حول تأثيرات الوسائط التقييمية أو الموقفية.

وبالإضافة لتحدي انتشار الإعلام الرقمي لنسق نظريات تأثيرات الإعلام والذي أدى بتلك المحاولات لإعادة استقراء المفاهيم النظرية المؤسسة لنسق نظريات تأثيرات الإعلام، أو إعادة تعريف المتغيرات المشتركة، هو تحدي التطورات السياسية الحادة على الساحة العالمية، والتي يرى البعض فشل النظريات التقليدية في التنبؤ بها أو تفسيرها بعد حدوثها، مثل انتخاب Trump في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2016، وصعود اليمين السياسي الشعبي في الغرب بشكل عام. فوجدت الباحثة في الدراسات قيد العينة اتجاهاً نحو تحليل واختبار الارتباط بين استخدام وسائل الإعلام الرقمي والفعل السياسي مثل دراسة تحليل المستوى الثاني التي قدمتها (Boulianne, 2015) لـ 36 دراسة تم نشرهم بين عام 2000 و 2015 بهدف تقييم العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة في الحياة المدنية والسياسية في العالم. وانتهت الدراسة لوجود علاقة إيجابية بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمشاركة في الحياة المدنية والسياسية، وتثير البيانات الوصفية تساؤلات حول ما إذا كانت الآثار سببية أو تحويلية؟ ومن الملاحظ من خلال الدراسة، عدم استخدام نهج تجريبي في هذه الدراسات قيد العينة (36 دراسة) يمكن أن تؤكد نتائج أن الآثار سببية بين الاستخدام والمشاركة، كما تشير البيانات الوصفية إلى أن الشكوك تظل قائمة في الآثار التحويلية، إلا إنها الأقرب لتفسير الأثر عند المستخدمين من عينات تلك البحوث. وتوصي الدراسة بمزيد من البحوث حول عدد من التساؤلات أهمها: هل تختلف تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي بالنسبة للديمقراطيات الراسخة مقارنة بأنواع الأنظمة السياسية الأخرى؟

وزاد الإهتمام بدراسة تأثيرات الإعلام السياسية في البيئة الرقمية الجديدة بعد انتخاب Trump رئيساً للولايات المتحدة الأمريكية. فخصصت المجلة الدورية *Mass Communication and Society* عددها الثامن من المجلد الحادي والعشرين والصادر عام 2018 لمناقشة أثر انتخابات 2016 الأمريكية على نظريات الإعلام. وناقش Mike Schmierbach في المقال الافتتاحي للعدد النداءات الجديدة لتفكيك نظريات الإعلام التقليدية بالكامل بعد نتائج تلك الانتخابات والتي فشلت فيها الاستطلاعات في التنبؤ بنتائج الانتخابات، حيث جاءت كلها في صالح Hillary Clinton المنافسة لـ Trump في الانتخابات، والتي استخدمت فيها مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الحزبي بشكل لا يتوافق مع بعض الافتراضات النظرية التقليدية ومنها قدرة وسائط الإعلام التقليدية على وضع الأجندة والتأثير في قرارات الناخبين. فلم تتوان الصحف الأمريكية وقنوات التلفزيون الإخبارية الكبيرة عن نشر فضائح

تخص حياة Trump وتاريخه المهني وتصريحاته المثيرة للجدل، في مقابل إصرار منه كمرشح رئاسي على شيطنة المجال الإعلامي المستقل وغير الحزبي بأكمله باعتباره مصدر للأخبار الزائفة (fake news). ورفض Schmierbach تلك النداءات بتفكيك نظريات تأثيرات الإعلام باعتبارها مبالغ فيها، حيث جاء فشل نتائج الاستطلاع في التنبؤ بنتيجة الانتخابات مثلاً متوافقاً مع هوامش الخطأ المعلنة سلفاً لتلك التقنيات، كما جاءت تلك التنبؤات أقرب للحقيقة فيما يتعلق بالتصويت الكلي الذي فازت به Clinton بالفعل. وبينما أقر Schmierbach بإمكانية ضحد بعض تلك النظريات أو بعض من افتراضاتها الأساسية، إلا أنه دفع بأن بعض تلك النظريات لازالت في طور التطور، وأن لها افتراضات وأطر نظرية لم يُعترف بأهميتها بشكل كامل من قبل. ويضرب المثال في ذلك بالأطر النظرية التي فشلت في التنبؤ بمرشح مثل Trump يلعب على تنميط الآخر بشكل تمييزي، وهي الأطر التي لم تمتلك إجابة وافية عن أثر هذا النوع من السرديات على سلوك الناخبين. ولكنه دفع أيضاً بإمكانية تطوير المتغيرات التي أدت لهذا الفشل دون تفكيك النظرية بأكملها. ويرى الباحث أن الجهد المطلوب للتطوير النظري الذي يحتاجه مشهد ما بعد Trump يحتاج الإقرار بأن بعض المتغيرات المهمة قد تم تغافلها أو تهميشها في الكثير من العمل الأكاديمي الذي يدرس النتائج السياسية للعملية الإعلامية. واستشهد الباحث بدراسة سابقة لـ Eveland عام 2003 دعا فيها لاستخدام مقاربة تعتمد خليطاً من السمات في تناول بحوث تأثيرات الإعلام، حيث تركز تلك البحوث بشكل مبالغ فيه على المحتوى على حساب دراسة الاختلافات بين وسائط الإعلام نفسها، أو الاختلافات في التوصيل والتأثير داخل كل وسيط. فحتى بعد الفقرة البحثية التي دفعتها ثورة الاتصال والتي تركز على الإعلام الرقمي وتطوراتها، لازالت تلك الدراسات تركز على المحتوى بدلاً من محاولة إيجاد نماذج قياس كمية تتضمن متغيرات لتقييم سمات تلك الوسائط والفروق بينها. ولا يعني هذا الاستغناء عن النظريات التقليدية بالكامل، بل يعني ضرورة تضمين قياس سمات وسائط الإعلام كجزء من الدراسة بدلاً من التركيز على المحتوى فقط (Schmierbach, 2016).

وتتوالي مقالات هذا العدد الخاص مستخدمة نتائج الانتخابات الأمريكية عام 2016 في إلقاء الضوء على التطورات المطلوبة في نظريات الإعلام والاتصال.

فيشرح (Kahlor, Yang, & Liang, 2018) في دراسة بعنوان "سياسات محفوفة بالمخاطر: تطبيق نموذج المخاطر المخططة للسعي للمعلومات على انتخابات 2016 الرئاسية الأمريكية" حيث يقول أن التطبيق النظري غير محصور على ما سبق من دراسات أكاديمية حيث يربط الباحثون بشكل مبتكر بين سعي الناخبين للمعلومات وبين سلوكهم. فوجد الباحثون أن التغطية الإخبارية للانتخابات وضعت الحدث في إطار المجازفة أو التعرض للخطر. وبعد تطبيق نموذج المخاطر (Planned Risk Information Seeking Model- PRISM)، انتهى الباحثون

لأن نتائج تطبيق النموذج كانت متنسقة مع ما سبق من دراسة أكاديمية تستخدم النموذج مما يدعم صحة النموذج في قياس أثر انطباع الناخبين عن مخاطر الانتخابات مع نية السعي للمعلومات وردود فعلهم العاطفية وسلوكهم الانتخابي (Kahlor et al., 2018, p.710).

واختبر (Warner et al., 2018) آثار الإقناع غير المباشرة والمشروطة فيما أطلقوا عليه "غرفة الصدى" الإعلامية (media echo chamber) عن طريق الجمع بين إعلانات الهجوم في الحملات السياسية، وبين الكوميديا في برنامج تلفزيوني سياسي ساخر كأمثلة لمحتوى تم عرضه على عينة بحث لتقرير أثر الجمع بين هذه الأنواع من المحتوى على إقناع الناخبين وسلوكهم.

ودرس (Kim & Kim, 2018) العلاقة بين الإنفتاح على التجربة، وهو واحد من السمات الشخصية الأساسية الخمسة، وبين استخدام الإعلام لاستهلاك محتوى مخالف لمواقف المستهلكين المبدئية. وقد وجدت الدراسة نتيجتين في الاتجاهات السلوكية لمستهلكي الإعلام طبقاً لتوفر سمة الإنفتاح، مما أدى بالباحثين لاقتراح فرضيتين منفصلتين في هذا الصدد بناءً على استبيانين على دراسة الانتخابات الأمريكية في 2012 و2016 (American National Election Study). وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين الإنفتاح كسمة شخصية ومتابعة الأخبار الليبرالية بغض النظر عن الانتماء الحزبي. فارتبط وجود الإنفتاح كسمة شخصية في تحقق التعرض الانتقائي لمتابعي الأخبار من المنتمين للحزب الديمقراطي، وارتبط الإنفتاح بتحقيق التعرض البيئي أو العابر لحدود التغطية الحزبية في متابعي الأخبار من المنتمين للحزب الجمهوري، وفرّق الباحثان بين التعرض الانتقائي، وبين التعرض البيئي أو العابر لحدود التغطية الحزبية.

واستخدم (Velasquez & Quenette, 2018) نظرية الإدراك المعرفي الاجتماعي (Social cognitive theory) وانتهوا لأن النظرية صالحة للتطبيق على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كما إنها صالحة للتطبيق على التفاعل غير المتصل بالإنترنت، كما أوصوا بالتطوير النظري لإعطاء العوامل الديموغرافية حقها في الإهتمام في تحليل تأثيرات وسائل الإعلام على السلوك السياسي. وربط (Saldana, M. Cueva Chacón, & García-Perdomo, 2018) بين نظرية الفجوة المعرفية والمعلومات المتوفرة عن الهجرة والمهاجرين أثناء الانتخابات الأمريكية، منوهين للدور الكبير الذي لعبته عوامل الخوف من الغرباء والأصول الإثنية في تحديد انطباعات وسلوك الناخبين.

ولهذا العدد الخاص وما يعرضه من دراسات أهمية خاصة لأنه قدم دراسة حالة في اختبار النظريات بعد حدث صادم خلخل استقرار الثوابت النظرية التي رسخت منذ عقود في مجال البحث الأكاديمي في نظريات الاتصال والإعلام. ولعل أهم ما

أثبتته تلك الدراسات هو قدرة ومرونة بعض النظريات التقليدية على استيعاب مثل هذا الحدث دون تفتيت الافتراضات الأساسية لتلك النظريات بالكامل.

وفيما يلي استعراض لأهم الاتجاهات البحثية الحديثة في بعض من أهم نظريات تأثيرات الإعلام في الخمسة أعوام الأخيرة.

## 1. الغرس (Cultivation):

استحوذت نظريتا الغرس ووضع الأجندة على أغلبية الاستشهادات في بحوث الاتصال والإعلام منذ منتصف الخمسينات وحتى دخول الألفية الجديدة (Perloff, 2015b). ورغم دعاوى التجديد و"الإحالة للتقاعد" التي طالت نظرية الغرس، إلا أن الأبحاث التي تعتمد الأساس المفاهيمي للنظرية لازالت رائجة كما يظهر البحث الإحصائي الذي نستعرضه لاحقاً في المبحث الثاني، وكما ظهر للباحثة من تشكيل العينة، استخدمت العديد من الدراسات الغرس كمرجعية نظرية وأثبتت وجود تأثير الغرس مرة بعد مرة، حتى بعد نهاية حقبة التلفزيون كما كنا نعرفه في القرن الماضي، وتحوّل مفهوم المشاهدة نفسه. فوجد (Morgan & Shanahan, 2017) علاقة ارتباط بين طول فترات مشاهدة التلفزيون (كثافة التعرض) وغرس القيم الشمولية ومن ثم دعم "Trump" أثناء حملته للانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة. كما وجد (Scharrer & Blackburn, 2018) ارتباطاً إيجابياً بين مشاهدة بعض أنواع البرامج (برامج تحقيقات الجرائم والرياضة وبعض برامج التلفزيون الواقعي) وبين درجات أعلى على مقياس القيم الذكورية.

وبين دعاوى الإلغاء واستمرار العمل بالنظرية، هناك محاولات جديدة للتجديد النظري. فيلاحظ (Perloff, 2015b) أن الأساس المفاهيمي للنظرية لازال وثيق الصلة بمشهد الإعلام في عالمنا اليوم؛ نظراً لتركيزه على السرديات الثقافية والحكي، والتي لازالت تشكل احتياجات إنسانية أساسية زادت أهميتها في مجتمعاتنا ذات الإيقاع السريع بدلاً من أن تقل. وبالرغم من تعدد قنوات الاتصال ووسائط المشاهدة، إلا أن المحتوى الإعلامي من هذا النوع لازال قادراً على الهيمنة والوصول لجمهور ضخم باستخدام الوسائط المتعددة. فلم يعد مفهوم مشاهدة التلفزيون مثلاً قاصراً على الجلوس أمام الشاشة في وقت معين من اليوم لمتابعة محتوى بعينه، بل توسع مفهوم التلفزيون نفسه ليشمل مشاهدة نفس المحتوى على شاشات الكمبيوتر أو المحمول، عبر الإنترنت أو من خلال تسجيل المحتوى للمشاهدة في الوقت الذي يختاره المتلقي. ولكن لا ينفى ذلك وجود المحتوى أو تعرض المشاهد له أو وجود المشاهدة كطريقة يختبر بها المتلقي ووسائط الاتصال، ولكنه يعقد المفاهيم النظرية المتعلقة بالاختيار وما يترتب عليه من القدرة على تجنب المحتوى بالكامل دون تجنب وسائط الاتصال أو المشاهدة، وهو التعقيد الذي يتطلب تطويراً نظرياً وقياساً مبتكراً للتأثيرات الإعلامية المتعلقة بالغرس في الوقت الحالي (Perloff, p. 543).



وقد قدم (Morgan, Shanahan, & Signorielli, 2015) دراسة تحت عنوان "غرس البارحة الجديد في الغد"، تقترح عددًا من الاتجاهات البحثية التي يمكنها تطوير نظرية الغرس التقليدية، فقد تكون هناك حاجة الآن أكثر من أي وقت لدراسات حول المعالجة المعرفية، الواقعية المتصورة، النقل القصصي، والقضايا ذات الصلة لاستكشاف نظرية الغرس في بيئة الوسائط الجديدة. وقد قدمت الدراسة عددًا من التساؤلات: هل تتغير استراتيجيات المعالجة إذا كنا نشاهد على شاشة Ultra HD أو K4 أو على هاتف بحجم 4 بوصات؟ أو إذا كنت تغرد أو ترسل بريدًا إلكترونيًا، أو تتحقق من Facebook أثناء مشاهدة برنامج ما على الإنترنت؟ وإذا كنا نشاهد فردًا على الشاشات الخاصة بنا، حتى لو كان الآخرون يشاهدون شيئًا مختلفًا على شاشاتهم الخاصة في نفس الغرفة؟ أو إذا كنا نختار ما يجب مشاهدته عندما نريد مشاهدته بدلاً من مجرد مشاهدة ما هو موجود أو ما نشاهده دائمًا؟ أو إذا كنا نشاهد سبع أو ثماني حلقات من البرنامج نفسه متتالين؟ (Morgan et al., 2015, p. 685)

وبيني Morgan و Shanahan على دراسة سابقة أجروها في 1999 والتي انتهوا فيها إلى أن محتوى الرسائل أكثر أهمية من التكنولوجيا التي يتم الاستقبال عن طريقها. فمثلًا، تحولت ألعاب الفيديو إلى أجهزة سردية. وحتى في ضوء سردها المفتوح، فإن تطبيق نظرية الغرس إمكانية معقولة يمكن الاستفادة منها. وعندما يتم استخدام الإنترنت لقراءة البريد الإلكتروني، أو تحقق حالة صديق على Facebook، أو تحميل صورة باستخدام تطبيق Instagram أو مدونة على Tumblr، أو التغريد على Twitter، فهي عملية أقرب للتواصل بين الأشخاص، ويحدث خلالها استهلاك للقصص ذات الإنتاج الأضخم. فالمحتوى الجديد يسهم في مجموع الصور التي نراها في اليوم الواحد، وكلنا نبنو ونستهلك سرديات عبر الإنترنت ليست خيالية بالمعنى التقليدي، ولذلك يجب توسيع النماذج النظرية الحالية للنظر في الطرق التي تتقاطع بها هذه السرديات في بيئات مواقع التواصل الاجتماعي الجديدة والمجتمعات المتغيرة التي تنشأ عنها، ولإجابة السؤال: هل تعزز تلك السرديات عملية الغرس أو تقلصها؟

رأى الباحثون أنه بناء على قيام نظرية الغرس على تحليل العملية المؤسسية في العرض على التلفزيون وتحليل نظام الرسائل المعروضة، فيجب تحليل نظام الرسائل في الإعلام الرقمي عن طريق تقييم المحتوى الأكثر عمومية للمصادر الرقمية الجديدة للبرمجة (مثل YouTube، Netflix، Amazon) لاكتشاف ما إذا كانت هذه الرسائل تقدم القيم والعناصر التي وجدت باستمرار في التلفزيون. ويتساءل الباحثون عن الجهات التي تستطيع أن تلغي محتوى ما، أو ما هي إجراءات هذا الإلغاء؟

ويقترح الباحثون الإجابة عن تلك التساؤلات بالنظر للروابط الوثيقة لمواقع الويب مع الصناعات المرتبطة بالوسائط والنمو الهائل للفيديو على الإنترنت، ولذا فإن هناك الكثير من الأدلة على استمرار عملية الغرس كتأثير لوسائل الإعلام في البيئة الرقمية.

ويقترح الباحثون أيضاً عدة تغييرات في منهجية القياس أثناء تطبيق نظرية الغرس أولها احتمال الاستغناء عن المقياس الفردي البسيط للتعرض للتلفزيون (بعد توسيع مفهوم التلفزيون). كما قد توفر تقنيات الوسائط الناشئة نفسها إجابة محتملة على ذلك لأن الأشخاص يستهلكون الآن قصصاً يمكن تتبعها بشكل أو بآخر ويصبح القياس أكثر دقة بجمع سجلات رقمية للتعرض من المشاركين المتطوعين. وبالتالي فإن المتغير المستقل لنظرية الغرس سيتغير من التقارير الذاتية البسيطة حول عدد ساعات مشاهدة التلفزيون (كثافة التعرض) إلى شئ أكثر تفصيلاً يتم جمعه من السجلات عبر الإنترنت، وهو مقياس ديناميكي يتبعه عبر الزمن والتقنيات.

وبذلك يرى الباحثون أن النظرية تفتح إمكانية استخدام الاختيار الانتقائي من الرسائل مع قياس حجم التعرض لقياس الأثر. ويرى الباحثون أن القضية لا تزال ذات صلة، حيث يجب عدم إغفال النظام الكلي للرسائل التي تعرض على الجميع في بنية متماسكة.

## 2. نظرية وضع الأجندة (Agenda setting):

أما عن نظرية وضع الأجندة، فيلفت (Perloff, 2015b) الانتباه لاستمرار مركزية هذه النظرية في الديمقراطيات الحديثة، ويقلل من النداءات من بعض الباحثين للتخلي عن المفهوم النظري باعتباره غير ذي صلة في العالم الرقمي الحالي. ويستشهد الباحث هنا بعدد من الدراسات التي وجدت أدلة إمبريقية قوية على استمرار تأثير وسائل الإعلام التقليدية على وضع الأجندة العامة والسياسية أو ترتيب الأولويات باستخدام تطبيقات الويب 2 نفسها، مثل دراسات (Shehata & Vargo, Guo, McCombs, & Tran, 2013) (Tran, Stroimback, 2014) ، و (Shaw, 2014). فيلاحظ Perloff والباحثون الذين يستشهد بهم استمرار وجود أثر وضع الأجندة في المشهد الرقمي، ولكن بشكل أكثر تداخلاً من المعتاد في نهاية القرن الماضي. فلازلت الصحف الكبيرة تحدد أولويات السياسة العامة وتستخدم الوسائط الرقمية بشكل عام وتطبيقات الويب 2 بشكل خاص للتأثير على تحديد أولويات المدونين ومستخدمي الإنترنت أنفسهم في بعض الأحيان. كما تنعكس العملية أحياناً فيحدد المستخدمون ومحتوى صحافة المواطن والمدونون أولويات وأجندة الصحف الكبيرة والتي تؤثر بدورها على أولويات السياسات العامة. وبالرغم من أن دراسة أجراها Patterson عام 2013 اكتشفت أن حجم استخدام الإنترنت الذي يولده المحتوى الذي ينتجه المستخدمون (صحافة المواطن) والمتعلق بالشأن العام لا يتجاوز 1% من إجمالي حجم استخدام الإنترنت، إلا أن Perloff يلاحظ تطورات تلت نتائج تلك الدراسة تفيد بأن وسائط الإعلام التقليدية لم تعد تحتكر تأثير وضع الأجندة، بل تنافسها أشكال تتطور كل يوم من الإعلام الجديد المعتمد على الوسائط الرقمية. ويدعو Perloff للمزيد من الدراسة لفهم وضع الأجندة في المشهد الجديد الذي يتحدى المسارات التقليدية أحادية الاتجاه، ويحذر أن المسارات الجديدة التي

يتخذها تأثير وضع الأجندة ليست بالضرورة إيجابية، بل تحمل خطر التحزب والتفرقة المجتمعية بزيادة قدرة المجموعات والمجتمعات المصغرة والحزبية على استخدام وسائط الإعلام الرقمي لخلق تأثير وضع الأجندة.

وقدم (Silva, Hutchens, Donaway, & Beam, 2018) تحليلاً للتفاعل على Facebook في ثمان صفحات كبيرة على مدار الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية في شهورها الأخيرة في 2016، والذي انتهى بتأكيد تأثير وضع الأجندة (Agenda setting) لوسائل الإعلام أثناء الحملة الانتخابية حتى مع التوسع المطرد في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي محاولة لتفسير وضع الأجندة، قدم (Guo & Vargo, 2015) دراسة بعنوان " قوة شبكات الرسائل: تحليل البيانات الضخمة للشبكة- نموذج لوضع الأجندة وعلاقته بملكية القضية"، وهي دراسة تجريبية تختبر مفهوم جديد هو شبكة ملكية القضية بناء على نموذج شبكي لنظرية وضع الأجندة ( Network Agenda Setting- NAS)، مستخدماً نظرية ملكية القضية، حيث تم استخدام تحليل البيانات الضخمة والتحليل الشبكي الدلالي على بيانات من موقع Twitter خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2012.

وانتهت الدراسة لأن الوسائط الإعلامية التقليدية لازالت تحتفظ بالقدرة على تحقيق تأثير وضع الأجندة على أولويات المتلقين، إلا أن الطرق التي تستخدمها تلك الوسائط باتت أكثر تعقيداً حيث تعتمد على بناء شبكات من الرسائل. كما أظهرت الدراسة أن تأثير وضع الأجندة في نموده الشبكي قد يؤدي لتنسيب شبكة كاملة من القضايا لمرشح واحد. وانتهت الدراسة إلى أن المفهوم المقترح "شبكة ملكية القضية" له العديد من الآثار العملية لممارسي العلاقات العامة والصحفيين بالاعتماد على نظرية الشبكات الاجتماعية، حيث يقترح المفهوم طريقة فعالة لتصميم رسائل الحملة السياسية من خلال ربط القضايا المختلفة لإثبات ملكية شبكات القضايا الجديدة.

وقد بنى الباحثان على تلك الدراسة في دراسة جديدة نشرت عام 2017 طبقت النموذج المقترح، NAS، على الوسائط الإعلامية الخبرية في الولايات المتحدة فسرت بشكل أفضل المشهد الجديد من تعدد الأجندات لمختلف وسائط الإعلام وشبكية تأثير وضع الأجندة بين تلك الوسائط المختلفة. فبدلاً من النموذج القديم لدراسة تأثير وضع الأجندة في اتجاه يبدأ من الوسائط وينتهي بالمتلقين من صناعات القرار والسياسات والناخبين، تساهم المقاربة الشبكية للنظرية في تتبع اتجاه التأثير من وسيط إعلامي لوسيط إعلامي آخر في بيئة تتميز بتعدد الأجندات. فتوصلت الدراسة لوجود تأثير الأجندة بادئاً من المواقع الإخبارية الحزبية على الإنترنت على الصحف التقليدية التي تمتعت يوماً بنصيب الأسد من تأثير وضع الأجندة مثل The New York

Times و The Washington Post ولكنها، في نتائج هذه الدراسة التجريبية، كانت تابعاً للمواقع الحزبية (Vargo & Guo, 2017).

و قام (Luo, Burley, Moe, & Sui, 2019) بتحليل 67 دراسة تجريبية تركز على نظرية وضع الأجندة العامة نشرت من عام 1972 وحتى 2015. واستخدم الباحثون أسلوب تحليل المستوى الثاني (Meta-analysis) لبناء دراسة طويلة عن نظرية وضع الأجندة. ولا تتناول هذه الدراسة فقط تقدير حجم تأثيرات وضع الأجندة من خلال التأثير المتوسط المرجح على عينة مجمعة من الدراسات، ولكن تستكشف أيضاً تأثير بعض العوامل المهمة على حجم التأثيرات الموجودة في كل بحث قام بتناول نظرية وضع الأجندة العامة.

انتهت الدراسة إلى أنه في العقود الأربعة الماضية تطور البحث النظري في "وضع الأجندة" لتصبح أحد أهم النظريات في نسق تأثيرات الإعلام، حيث تم إنتاج مئات الدراسات في هذا الصدد. ووجدت الدراسة أنه مع تطور النظرية وتغير المشهد الإعلامي، تخطى العديد من الباحثين اختبار فرضية وضع الأجندة الأصلية لاستكشاف أسئلة أخرى مثل: من الذي يضع أجندة الإعلام نفسها من بين وسائط الإعلام المتعددة؟

الآراء المتشائمة تنبأً بنهاية تأثير وضع الأجندة على أساس افتراض أن انتشار وسائط الإعلام الرقمي وتقنيات الجمهور قد يؤدي إلى قيام كل مواطن ببناء أجندة فردية. وأظهرت نتائج الدراسة أنه بالرغم من وجود تقنيات الوسائط الجديدة الناشئة، أمكن لوسائل الإعلام تحديد أجندة بعضهم البعض (intermedia agenda) ، وتميل هذه الأجندة إلى الالتقاء حول أهم القضايا على الرغم من أشكالها وتفصيلاتها المختلفة.

ويؤدي محتوى الوسائط المتجانس عمومًا بسبب تأثير وسائط الإعلام في وضع الأجندة لبعضها البعض إلى التقارب بدلاً من الاختلاف في تحديد القضايا على الأجندة العامة مما يعزز تأثير أجندة وسائل الإعلام على التأثير في الجمهور، حتى لو اختلفت توجهات الوسائط بالنسبة للقضايا المشتركة. وهو ما يتفق فيه الباحثون مع باحثي الدراسة السابق عرضها (Vargo & Guo, 2017).

وتدعو الدراسة إلى أن تتجه الأبحاث المستقبلية إلى تضمين منهج تحليل الانحدار المتعدد (multiple regression analysis) في التحليل على المستوى الأول، فسيكون من المثير للاهتمام معرفة ما إذا كانت تأثيرات وسائل الإعلام في إعداد الأجندة تظل مستقرة وقوية بعد السيطرة على عوامل أخرى في تحليلات البيانات الأكثر تقدمًا، كما توصى الدراسة باستخدام إحصاءات الارتباط بين أجندة وسائل الإعلام والأجندة العامة للمجتمع، لمعرفة ما إذا كان يمكن استخدام ارتباط اتجاهي مع مرور الوقت لإصدار بيانات أم لا.

### 3. الاستخدامات والإشباع (Uses and gratifications) :

وفيما يتعلق بنظرية الاستخدامات والإشباع، يركز (Perloff, 2015b) على كونها أكبر المرشحين من بين نظريات التأثيرات لاستيعاب التغييرات الحديثة في الإعلام الرقمي الذي قد يتداخل فيه الإرسال والتلقي في نفس اللحظة أحياناً. إلا أن الباحث يحذر من الاختلاف الجذري لوسائط الإعلام الرقمية عن هيمنة التلفزيون على وسائط الإعلام في النصف الثاني من القرن الماضي، حيث تقترب من تكنولوجيا تتيح ارتداء التلفزيون على معاصمنا في ساعات مصممة خصيصاً لذلك وهو المشهد الذي لا تتناسبه الافتراضات النظرية التي تم تطويرها في التسعينات. إلا أن الباحث يقترح اتجاهين للتطوير النظري من شأنهم التوفيق بين نظرية الاستخدامات والإشباع وبين وسائط الإعلام الجديدة. قدم Sundar الاتجاه الأول في دراستين في عامي 2008 و2013 مقترحاً نموذج يركز على إمكانيات الفعل فيما يتصل بالتكنولوجيا (technological affordances)، ويعرف Sundar عددًا من الإشباع الجديدة التي يمكن أن تشتبك معها النظرية كما يلي: النموذجية (مثل الواقعية أو التجديد)، القدرة على الفعل (بناء المجتمعات أو تعزيز القدرة على الفعل)، التفاعلية، والصلاحية للملاحة (عن طريق التصفح مثلاً) (Perloff, p. 550).

وبينما يركز الاتجاه الأول على التكنولوجيا، يركز الاتجاه المقترح الثاني على المستخدمين أنفسهم، وي طرح الكثير من الاحتمالات النظرية إذا تم تطبيق الافتراضات المفاهيمية للنماذج التي ظهرت في الثمانينات في سياق نظرية الاستخدامات والإشباع. فالاستخدام الطقسي لوسائط الإعلام مثلاً، والذي اعتمد في ثمانينات القرن الماضي على تكرار عادة المشاهدة في أوقات معينة لا يسيطر عليها المتلقي، يمكن دراسته في السياق الحالي من الناحية النفسية، فلا زال الاستخدام الطقسي موجوداً وممكنًا، ولكنه لم يعد مرتبطاً بتوقيات ثابتة، بل بعادات يطورها المستخدم لإشباع احتياجات نفسية تختلف عن احتياجات المتلقي في القرن الماضي.

ويتفق الكثير من الباحثين على مناسبة نظرية الاستخدامات والإشباع لدراسة تأثير الإعلام الرقمي، ويظهر ذلك في الدراسات التطبيقية للنظرية على منصات الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي في الأعوام الخمسة الأخيرة. فقد حاول الباحث (Mir, 2017) الاعتماد على المفاهيم والتصورات الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباع (متغير خارجي)، ودراسة الآثار المباشرة والوسيلة لدوافع الهروب الاجتماعي لمستخدمي SNS (Social Network Sites) على سلوك نقرات إعلانات SNS، وتواتر زيارة SNS ومدة الزيارة (متغيرات داخلية وسيطة). ودعمت نتائج هذه الدراسة فعالية نظرية الاستخدامات والإشباع في فهم العلاقة بين عوامل التحفيز (الهروب الاجتماعي أو Social escapism في هذه الحالة) واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وسلوك المستخدمين.

فقد اتسع النطاق الذي يمكن فهم مفاهيم نظرية الاستخدامات والإشباع من خلاله، ليشتمل الكثير من التأثيرات التي لم تكن واردة في ارتباطها باستخدام الإعلام في بداية ظهور النظرية، وهو جزء من تطور فهمنا للنطاق الذي يؤثر فيه استخدام الإعلام بشكل عام بعد اتخاذه للشكل الرقمي واختراقه لجميع مناحي الحياة الاجتماعية. تقدم (Phua, Jin, & Kim, 2017) على سبيل المثال مقالاً بعنوان "الاستخدامات والإشباع لمواقع التواصل الاجتماعي لتجسير وربط رأس المال الاجتماعي: مقارنة بين Facebook و Twitter و Instagram و Snapchat". وتتقصى الدراسة العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الأربعة المذكورة في العنوان وبين تجسير وربط رأس المال الاجتماعي، ووجد الباحثون أن عوامل التركيز والثقة وقوة الروابط والقلق على الخصوصية والانطوائية والاهتمام بالمقارنات الاجتماعية كلها تدير العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين التجسير والربط عبر الإنترنت فيما يتعلق برأس المال الاجتماعي (Phua et al., p. 115).

وفي دراسة منشورة في دورية The International Communication Gazette عام 2016 تحت عنوان "رأس المال الاجتماعي في مجتمعات الإعلام: أثر استخدام الإعلام وهيكله الإعلام على رأس المال الاجتماعي"، قام (Geber, Scherer, & Hefner, 2016) بتحليل أثر استهلاك الإعلام على المستوى الفردي، وتأثيرات هيكله نظم الإعلام على المستوى الوطني على رأس المال الاجتماعي. واستخدم الباحثون تحليل متعدد المستويات على البيانات الفردية المتوفرة من خلال الاستبيان الاجتماعي الأوروبي (European Social Survey) والبيانات الوطنية المتوفرة عن هيكله الإعلام. وأدى التحليل لظهور مؤشر على أن استخدام الإنترنت والإعلام المعلوماتي يؤثر بالزيادة على رأس المال الاجتماعي، كما اتضح أن المجتمعات ككل تستفيد من النظم الإعلامية المنفتحة والحررة والمتعددة حيث تدعم تلك النظم إنتاج رأس المال الاجتماعي. وينتهي الباحثون لأن النظرة التشاؤمية وأحادية الجانب لدراسة تأثيرات الإعلام ليست صحيحة تماماً، وأن هناك احتمالات إيجابية في عمل النظم الإعلامية .

وتطرح تلك الدراسة تساؤلاً مهماً لدى الباحثة عن شكل ارتباط استخدام الإعلام بزيادة رأس المال الرمزي كما عرفه Bourdieu على أنه القيمة الاجتماعية للفرد وشعوره بقدرته على الفعل وباعتراف مجتمعه بتلك القيمة، وهو رأس المال الذي يصف Bourdieu توزيعه بين الأفراد على أنه "الأكثر لامساواة والأكثر قسوة" باعتباره مصدر "الأهمية الاجتماعية والسبب في الحياة" (Bourdieu, 2000, p. 241). فهناك حاجة للمزيد من الفهم عن تأثير الإعلام على توزيع رأس المال الرمزي، وعلى تعريف ما تعنيه القيمة الاجتماعية بين الثقافات والحدود الجغرافية.

#### 4. نظرية انتشار وتبني المستحدثات (Diffusion):

وقدم (Atkin, Hunt, & Lin, 2015) بحثاً في انتشار الابتكارات يوسع من النطاق النظري لنظرية الانتشار عن طريق تشبيك عدة إطارات نظرية للإعلام تحت مظلة نموذج تبني التكنولوجيا المتكامل وهي: نظرية الانتشار، والاستخدامات والإشباعات ونموذج تبني التكنولوجيا. فتقارن نظرية الانتشار بين الابتكارات من حيث الميزة النسبية، التوافق، الملاحظة، القابلية للتجربة والتعقيد، بينما يقارن نموذج قبول التكنولوجيا من حيث سهولة الاستخدام والفائدة المتصورة، وتفاضل نظرية الاستخدامات والإشباعات بين الابتكارات من حيث قدرتها على تقديم أفضل مجموعة من الإشباعات. ويرى الباحثون أن لنظرية الاستخدامات والإشباعات وضع مركزي من بين نظريات تأثير الإعلام فيما يتعلق بفهم تبني واستخدام وسائط الإعلام الجديدة، واعتبروا أن تركيزها على الدوافع مكملاً للنقص الموجود في نظرية الانتشار في هذا الصدد، بينما انتقدوا عدم تفرقة نظرية الاستخدامات والإشباعات بين الدوافع والاحتياجات. ورأى الباحثون أن استخدام نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الانتشار قد يفسر انتشار الابتكارات التكنولوجية وطرق تبنيها.

كما درس الباحثون العلاقة بين الديناميكيات الاجتماعية والعلاقة بين النظراء في الشبكات الاجتماعية المتعددة كدافع من دوافع تبني التكنولوجيا الذي تدرسه نظرية الاستخدامات والإشباعات، واقترحوا التوسع في استخدام نظريات اجتماعية أخرى لفهم تلك العمليات الاجتماعية مثل نظرية التأثير الاجتماعي، والشبكة الاجتماعية، ورأس المال الاجتماعي.

#### 5. حارس البوابة (Gatekeeper):

قدم الباحثون (Achor & Nnabuko, 2019) دراسة حول حراسة البوابات لممارسة العلاقات العامة على مواقع التواصل الاجتماعي. وتحاول الدراسة سد الفجوة البحثية حول النظرية، من خلال دراسة الدور المزدوج المتمثل في "شبه حراسة البوابة" "شبه مراقبة البوابة" (Quasi gatekeeping and quasi gate- watching)، وهي الأدوار التي يؤديها ممارسو العلاقات العامة في محاولات التواصل وتنظيم إدارة المعلومات في مواقع التواصل الاجتماعي وبيئة أسواق الوسائط. وانتهت الدراسة إلى نتائج هامة تعتبر مؤشراً لنقطة تحول في إعادة تحديد دور حراسة البوابات لممارسة العلاقات العامة، والذين يعملون في بيئة إعلامية اجتماعية رقمية بواسطة سوق أو فضاء سوقي، فقد أظهرت نتائج الدراسة عملياً إلى أي مدى يمكن لموظفي العلاقات العامة ممارسة التحكم في المعلومات في اتصال منظماتهم مع الجمهور في إطار وسائل التواصل الاجتماعي. وفي الواقع يتم توجيه محترفي العلاقات الذين يعملون لدى أي مؤسسة حول كيفية استخدام التواصل الاجتماعي لتحقيق تنظيم المعلومات. وقدمت الدراسة نظام جديد للبحث عن منهجيات

الدراسة وتوسيع وفهم حدود مفهوم حراسة البوابة في بيئة غرفة الأخبار. ويبدو من خلال الدراسة أن دور حراسة البوابة لممارس العلاقات العامة لم يتم التخلي عنه بالكامل في مجال وسائل التواصل الاجتماعي، بل تم توسيعه بدرجة معقولة من السلطة للتحكم في التدفق المختلط والوساطة في نموذج المعلومات للمستخدمين.

ويكرر مفهوم مراقبة البوابة في مقابل حراسة البوابة في بعض الدراسات التي سيتم استعراضها في المبحث الثاني في إطار مفهوم الشبكات، كما يتضمن نفس المبحث اقتراحًا بتطوير الأساس النظري لحراسة البوابة ليصبح "حراسة البوابة بشكل شبكي" (networked gatekeeping). وهي المصطلحات التي تدل على اتجاه بحثي يبدو وكأنه يقترح أن السيطرة المتصورة لحراس البوابة لم تعد ممكنة في المشهد الحالي، وهو المفهوم الذي ظهر أيضًا في دراسة (Schwalbe, William, Silcock, & Candello, 2015) التي حللت دور حراس البوابة فيما يتعلق بالمحتوى المرئي الذي يتنامى كل يوم مع تطور تقنيات التصوير وإتاحة الهواتف الجوال ذات الكاميرات عالية الجودة. ويخلص الباحثون لأن حراسة البوابة بمفهومها التقليدي لم يعد ممكنًا، بل تم استبداله بمراقبة البوابة حيث يقوم حراس البوابة التقليديون باختيار المحتوى المرئي الذي يمر عبر قنوات الاتصال التي يتحكمون بها والتأكد منه ونشره، إلا أن ذلك لا يعني سيطرتهم على التدفق المرئي في البيئة الرقمية الحالية، ولا حتى سيطرتهم على توزيع المحتوى المرئي الذي يخرج من وسائط الإعلام التي يديرونها.

كما لاحظت الباحثة وجود اتجاه بحثي ثان في تطور نظرية البوابة، وهو تحول المفهوم النظري بعد إعادة تعريف "البوابة" ذاتها وهو جزء من مفهوم الشبكية الذي يعيد بناء مجال دراسات نظريات الإعلام. فلم تعد البوابة تقع على مسار خطي للرسائل بين مرسل ومتلقي، بل هناك بوابات تفصل بين وسائط الإعلام وبعضها، وبوابات تفصل بين مجموعات محددة جدًا من المتلقين وشبكات محددة أيضًا من الرسائل. ويظهر هذا التشابك في بعض الدراسات التي طبقت نظرية حراسة البوابة في الأعوام الخمسة الأخيرة، مثل دراسة لـ (Russell, 2019) يدرس فيه دور صناعة التقنيات وتكنولوجيا المعلومات في الولايات المتحدة والمعروف باسم المكان الذي تقع فيه معظم الشركات الكبيرة في هذا المجال (Silicon Valley)، كحراس للبوابة بين الصحفيين أنفسهم وبين المواطنين. فيرى الباحث تحول هذا القطاع الصناعي لمؤسسة وسيطة تؤثر قراراتها وخياراتها المتعلقة بتطوير التطبيقات والتقنيات في نوع المحتوى الذي يمكن للمواطنين التعرض له.

#### 6. دوامة الصمت (Spiral of Silence):

في دراسة عن نظرية "دوامة الصمت" تحليل على المستوى الثاني يتناول العلاقة بين تصورات دعم الرأي والتعبير عن الرأي السياسي، حلل الباحثون (Matthes, )



مشارك، وذلك في تحليل على المستوى الثاني للفرضية الرئيسية لنظرية "الصمت" وهي تأثير تصورات مناخ الرأي على التعبير عن الرأي السياسي. وتأتي الدراسة استجابة للدعوى المتكررة لإنهاء العمل بنظرية دوامة الصمت واقتراحات عدم صلاحية النظرية للتعامل مع بيئة الإعلام الرقمي، خاصة على صعيد وسائل الإعلام الحزبية وفي الوسائط الرقمية، حيث يمكن تفويض مناخ الرأي المتسق العملية التصاعدي التي يصبح فيها آراء الأغلبية المتصورة مهيمنة ويتم إسكات آراء الأقليات المتصورة.

وأشار الحجم الكلي للتأثير في البحوث التي تم تحليلها أن دوامة الصمت ليس مفهوماً على وشك التقاعد، على العكس، أظهرت النتائج أن تأثير الإسكات لم يختف في البيئات عبر الإنترنت، ولم يضعف. كما تشير هذه النتائج إلى خوف الجمهور من شدة العزلة الاجتماعية عند التعبير عن الآراء المخالفة على بيئة الإنترنت، أقوى بثلاث أضعاف من الخوف من مواجهة نفس العزلة في بيئات وسائل الإعلام التقليدي. وفسر الباحثون هذه النتيجة بثلاثة مبررات، أولها هو أن البيئات الرقمية لا تتيح تكون مناخ من الأغلبية الموحدة أو الثابتة، ولكنها تقدم العديد من مناخات الأغلبية الذاتية، وتعتمد على التعرض الانتقائي، وهذا من شأنه أن يجعل دوامة الصمت غير مرجحة. ولكن، على الصعيد الآخر، غالباً ما تكون الوسائط التي يتم زيارتها بشكل متكرر عبر الإنترنت من الوسائل الجماهيرية التقليدية، فلا تزال هذه الوسائل التي تقوم بتغطية سياسية بطريقة متوازنة ومحايدة تشكل المصدر الرئيسي للمعلومات لمعظم الناس، كما أن الانتقائية القائمة على الاهتمام السياسي أكثر انتشاراً من الانتقائية القائمة على المعتقدات السياسية.

ويسوق الباحثون تفسيرهم المحتمل الثاني في شرحهم لتقديم بيئة الإعلام الرقمي أشكالاً جديدة وإضافية لمراقبة بيئة الرأي بالمقارنة بوسائط الإعلام التقليدية، فيمكن أن يكون النقر مثل (الإعجابات والمشاركات والتعليقات) بمثابة إشارات حول وجهات نظر الأغلبية، وقد يراقب الأشخاص مثل هذه الإشارات بشكل خاص خوفاً من العزلة، وذلك يدعم الرأي القائل بأن دوامة الصمت مازالت صالحة لدراسة بيئة الوسائط الجديدة.

أما التفسير الثالث يتلخص في إنه عندما يتعلق الأمر بالتعبير عن الرأي، فإن عالم الإنترنت لا يقدم نفس النوع من العقوبات المحتملة للمعارضين كما يحدث في الاتصال الشخصي وجهاً لوجه، ولكن لازالت هناك عدة سيناريوهات لقمع رأي الأقلية، أهمها هو احتمالية التعرض للتعليقات الوقحة والهجمات الشخصية حتى وإن اختار المعارض عدم الكشف عن هويته.

وكان لتطور البيئة الرقمية بشكل همش عامل القدرة على إخفاء الهوية -وهو ما أشار إليه (Perloff, 2015b) في الدراسة التي سبق استعراضها في بداية هذا المبحث أيضًا- دورًا في عودة نظرية دوامة الصمت لمنطقة اهتمام دراسات نظريات الإعلام. ففي دراسة تجريبية لـ (Neubaum & Krämer, 2018)، وجد الباحثان أنه بينما أثبت التحليل أن التعبير عن رأي الأقلية في مناخ معادي أكثر ترجيحًا في استخدام الوسائط الرقمية، إلا أن طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي التي تتشكل فيها شبكات اجتماعية ذات صلة بالشبكات الاجتماعية خارج الإنترنت تساهم في ظهور تأثير الصمت عن التعبير عن رأي الأقلية خوفًا من العواقب في نطاق استخدام الإنترنت وخارجه.

#### 7. مفاهيم نظرية مهددة بالزوال: التأيير (Framing) وعدائية وسائل الإعلام (Hostile Media Effect):

لا زالت نظرية التأيير (Framing) من أكثر النظريات رواجًا في مجال البحث الأكاديمي في الإعلام والاتصال كما أوضحت دراسة (Walter et al, 2018) التي سبق استعراضها، ولكن يرى بعض الباحثين النقيدين أن هذا الرواج ليس بالضرورة مؤشرًا على نجاح النظرية في اجتياز اختبار الإعلام الرقمي. فيوصي (Schmierbach, 2018) أن تتم عملية مراجعة نظرية، قد تنتهي بالفعل لإلغاء بعض النظريات التقليدية إذا فشلت في تضمين نماذج قياس لتقييم سمات ووسائل الإعلام يمكن استخدامها لإنتاج مخرجات قابلة للمقارنة عبر الدراسات أو قابلة للتعميم، لأن حينها ستكون النظرية قد فشلت في أن تكون نظرية. ويضرب في هذا السياق مثالاً بنظرية التأيير والتي يعتقد أن رواجها الكبير ليس دالاً على نجاحها النظري بالضرورة بسبب غموصها الذي يسمح بالكثير من المرونة في تفسير البيانات المختلفة كدلائل على صحة النظرية. ويقول Schmierbach أنه عندما يجد الباحثون أنفسهم يستخدمون نظرية ما، ليس لأن لها معايير محددة لدراسة قضايا جديدة، بل لأنها مرنة بشكل يسمح باستخدام كل أنواع البيانات كدلائل ذات أهمية نظرية، فإن هذا يكون إشارة لفشل النظرية في أن تصبح نظرية، خصوصًا فشل النظرية في اقتراح أي نموذج يوضح متى تكون غير صالحة للاستخدام أو غير صحيحة في أي سياق تتناوله الدراسات المختلفة.

وفي نفس السياق، يرى الباحثون (Cacciatore, Scheufele, & Iyengar, 2016) في دراسة بعنوان "نهاية التأيير كما نعرفه" أنه برغم أن التأيير أحد أكثر المجالات شعبية للباحثين في مجال الاتصالات ومجالات واسعة من التخصصات الأخرى، مثل علم النفس والاقتصاد السلوكي والعلوم السياسية وعلم الاجتماع، إلا إنه أحد النظريات الغامضة. ومسحت الدراسة التراث العلمي الخاص بنظرية الإطار منذ صعودها وناقشت هذا التراث بشكل تفصيلي، وخلصت إلى وجود ارتباك مفاهيمي وتطبيقي يحيط بمفهوم النظرية. فقد أصبح من الصعوبة بمكان عزل تأثيرات الأطر

عن تأثير وضع الأجندة أو تأثيرات التهيئة المعرفية، وخاصة في البيئة الرقمية. ولذلك، يرى الباحثون أنه من الممكن تحويل نظرية التأيير إلى جسر لنموذج جديد يوضح تأثيرات الوسائط في البيئة الرقمية الجديدة، والخطوة الأولى لذلك هي إعادة تعريف التأيير بشكل صارم ومحدد يبتعد عن الحدود التي تمحو الخطوط الفاصلة بين عمل الإطار والتهيئة ووضع الأجندة في وسائط الإعلام، وبعدها أيضًا عن الميزات الإقناعية للرسالة الإعلامية. والخطوة الثانية هي الاهتمام مجددًا بالآليات الكامنة وراء عملية التأيير، وذلك بالاهتمام بالأسس التاريخية والنظرية لمفهوم الإطار والمفاهيم الأخرى التي تلتبس به. وتشير الدراسة لإمكانية تنشيط المعرفة بالنسبة للأطر الإخبارية على سبيل المثال، والاهتمام بالسياق الذي يشكل الفهم اللاحق للقصاص الإخبارية. وتضع الدراسة "نموذج التفضيل" نظرًا لما انتهت إليه الدراسات في مجال التأثيرات في بيئة الوسائط الجديدة وهو اقتصار تلك التأثيرات على ما نسميه التعزيز المستند للتفضيل. ففي ظل بيئة الإعلام الرقمية الجديدة التي تضم قدرة المستخدمين على الاختيار كجزء أساسي من تركيبها، تصبح نماذج التأثيرات المستندة للتفضيل أكثر قدرة على تفسير استخدام الإعلام وعواقبه. وتفتح تلك النماذج طرق جديدة للتفكير في تأثيرات الوسائط تحت عنوان "الإقناع المُصمَّم" (tailored persuasion) والذي يشبه إلى حد كبير العلاجات المصممة وفقًا لجينوم المريض، وهي أكثر فعالية في استهداف جمهور بعينه مما يتطلب العديد من الاستراتيجيات لاستخراج كم كبير من البيانات حول المتلقين (مستخدمي الإعلام والمستهلكين والناخبين مثلاً) وتطوير أساليب أكثر فعالية في استهدافهم باستخدام تلك البيانات في تخطيط الإقناع المصمم، وهو ما يختلف بطبيعة الحال عن تأيير المحتوى بشكل عمومي.

وتخلص الدراسة إلى أن أبحاث تأثيرات الإعلام يجب أن تتخلى عن المصطلح العام "تأيير" الذي يضم تحت مظله العديد من نماذج تأثيرات الإعلام، لصالح مصطلحات أكثر تحديدًا ووضوحًا.

ولم تتوقف نماذج التأثيرات المستندة إلى التفضيل، وترسخ قدرة المستخدمين على الاختيار كجزء من المشهد الإعلامي، عند دفع نظرية التأيير خارج المشهد التنظيري لتأثيرات الإعلام، بل امتدت لمفهوم تصور عدائية وسائل الإعلام أيضًا. ففي دراسة قدمها (Perloff, 2015a)، ركز الباحث على تغير بيئة الاتصال على مدى العقود الثلاثة الماضية منذ تأسيس نموذج تصور عدائية الإعلام، وهو التغير الذي صاحبه نموًا كبيرًا في الوسائط الحزبية مما أدى لزيادة التعرض الانتقائي لوسائل الإعلام من جانب المتحزبين. وقد حفز ذلك النمط نمو برامج أخبار كبرى ومواقع إلكترونية لم تعد معها شبكات الإعلام المطبوعة الرئيسية هي المتسيدة في عالم السياسة، حيث يختار المتحزبون التعرض لبيئة إعلامية داعمة ينظرون من خلالها إلى العالم على أنه مكان أكثر ملائمة من الناحية السياسية، ولهذا، يصبح

منطقيًا أن يتراجع تأثير تصور عدائية الوسائط. فقد أثبتت دراسة "ليفينوسكي 2013" أن الجمهوريين لم يلقوا اللوم على تحيز وسائل الإعلام لفوز أوباما في انتخابات عام 2008.

ولفتت الدراسة الانتباه إلى أهمية القضايا المعيارية المحيطة بآثار التصور العدائي لوسائل الإعلام، حيث يضع منظور فلسفي معاصر - هو الديمقراطية التداولية - أهمية كبيرة لإيجاد طرق لتشجيع المداولات البحثية مع التركيز على مساعدة المواطنين على مراعاة مجموعة متنوعة من وجهات النظر السياسية التي تتجاوز مصالحهم الشخصية الضيقة. وأفاد بعض الباحثون في هذا المنظور، أن تصور عدائية وسائل الإعلام له تأثير وظيفي يمكن أن يحفز النقاش والمشاركة السياسية.

إلا إنه مع تشظي الجمهور العام، وتحول الاتصال الجماهيري لاتصال عبر الوسائط كما شرح Perloff في دراسة سبق استعراضها، يصبح سهلاً لمستهلكي المحتوى الإعلامي بناء غرف الصدى الخاصة بهم، واختيار ما يعزز مواقفهم من قنوات اتصالية ومحتوى. وبينما لا يعني ذلك بالضرورة اختفاء تأثير عدائية وسائل الإعلام، إلا إنه يعقد المشهد بما يكفي لتغيير المفهوم جذريًا.

أشارت نتائج العينة في المبحث السابق الى مدى تداخل مناهج البحث وأساليب القياس في بحوث نظريات الإعلام في المشهد الرقمي مع المفاهيم والتصورات الأساسية لهذه النظريات ، بل كادت أساليب قياس المعلومات تزيح بعض المتغيرات والفروض الأساسية في بعض النظريات

فقد أصبح المتغير المستقل في نظرية الغرس هو قياس ديناميكي للمعلومات تقوم به شركات متخصصة (تراقب استخدام المحتوى السردى في الوسائط الرقمية) بالإضافة لتغير مفهوم المشاهدة ، واتساع مفهوم التلفزيون ، مع تداخل العوامل الوسيطة وبخاصة سمات المتلقى النفسية والاجتماعية وتحكمها في مستوى الأثر .

وبالتالي تغير مناهج البحث والتحليل وإضافة عناصر تحليل ديناميكية .

### المبحث الثاني:

#### المجتمع الشبكي والوساطة كمفاهيم نظرية صاعدة في دراسات نظريات الإعلام

بالرغم من السيادة المتوقعة للدراسات التي تختبر النظريات التقليدية على مشهد الإعلام الرقمي المتجدد، وخاصة نظريات تأثيرات الإعلام، على دراسات نظريات الإعلام، إلا أن تحليل بحوث العينة أظهر اتجاهًا متناميًا نحو إعادة تصور عملية الاتصال الإعلامي في إطار الشبكات بدل من الخطوط أحادية أو حتى ثنائية الاتجاه. ولاحظت الباحثة أن البناء النظري لفهم الإعلام الرقمي لا يتبع النسق المعتاد في دراسة وسائط الإعلام بسبب الانتشار الكبير لاستخدام الإعلام الرقمي واختراقه لجميع مناحي الحياة الاجتماعية والشخصية للمستخدمين. فلم تكد أي دراسة من العينة

المباشرة أو غير المباشرة أن تخلو من ذكر الإعلام الرقمي، أو الاتصال عبر الإنترنت أو مواقع التواصل الاجتماعي. إلا أن نظرية الشبكات الاجتماعية، ونظرية الوساطة، ونظرية علاقة الفاعل بالشبكة هي الأكثر استخدامًا في تشكيل فهمنا عن الإعلام الرقمي في الوقت الحالي (Schroeder, 2018).

#### أولاً: المشهد الشبكي لعملية الاتصال- نحو مجتمع شبكي:

أظهرت العينة غير المباشرة في كليتها استمرار تسيد طرق المسح الكمي والإمبريقي على بحوث نظريات الإعلام. فتندر الدراسات التي تخلو من الجداول والأرقام ونتائج الاستبيانات العددية، حتى في الدراسات النقدية. فقد أظهرت دراسة أجراها (Splichal & Mance, 2018)، أن أغلبية الدراسات النقدية في مجال الاتصال في ثمانية من أكبر دوريات الاتصال والإعلام على مدار سبعة عقود اعتمدت على طرق بحث إمبريقية، وهي الدراسة التي سنعود إليها في معرض الحديث عن الاتجاهات النقدية الجديدة في دراسات الإعلام. فقد ساهم التطور التكنولوجي في استمرارية طرق البحث الكمية والإمبريقية نظرًا لحجم البيانات المتوفرة للتحليل حول كل أطراف وأوجه عملية الاتصال في شكلها المتطور، وما يتصل بعملية الاتصال من عواقب اجتماعية وسياسية. وجاء هذا الانتشار لوسائل القياس الكمية انعكاسًا لسيادة الإعلام الرقمي الذي صاحبه صعود غير مسبوق في توفر البيانات وأساليب القياس والذي تحول لسوق متكامل وتخصص مهني واسع الانتشار ولا غنى عنه في المؤسسات الربحية وغير الربحية والحكومية على حد سواء.

وأدت تلك الملاحظة لطرح سؤال فرعي عن منهجيات البحث في مجال نظريات الإعلام ودلالة انتشار أو انحسار بعضها، مما دفع الباحثة لتطبيق نموذج احصائي بسيط لقياس التغير في استخدام بعض المنهجيات التي يعتبر مجرد انتشارها أو انحسارها دالاً على تغير الاتجاهات في مجال دراسات الإعلام بشكل عام. فباستخدام محرك بحث المكتبة الإلكترونية للجامعة الأمريكية بالقاهرة، اختارت الباحثة الكلمات المفتاحية الآتية لقياس تكرار استخدام المنهجيات التالية في بحوث الإعلام، أو استهدافها بالدراسة: Survey (الاستبيان)، Network analysis (التحليل الشبكي)، Discourse analysis (تحليل خطاب).

وجاء اختيار تلك المنهجيات لأن لكل منها دلالة على اتجاه دراسات الإعلام، فاستخدام الاستبيان هو أكثر المنهجيات البحثية رواجًا ورسوخًا في المجال الأكاديمي الإعلامي (Moy & Murphy, 2016)، حتى يمكن أن نطلق عليه المنهج البحثي الرسمي للدراسات الإعلامية التجريبية والميدانية، فيصبح قياس تكرار استخدام كلمة "استبيان" في الملخصات البحثية في مقابل غيرها من المنهجيات الحديثة دالاً على توجهات بحثية بعينها.

أما التحليل الشبكي، فهو مؤشر على تعقيد المشهد الحالي لعملية الاتصال، وتحوله من المسار الخطي الذي افترضته نظريات الإعلام في القرن الماضي وأسس له نموذج Lasswell Model، Lasswell Model ، بقرائنه التقليدية إلى الصورة الشبكية متعددة الأطراف والعلاقات والتي تزيد فيها ضبابية الحدود بين المرسل والمتلقي، وبين الرسالة ووسيط انتقالها، وبين الأثر والمؤثر. بينما يعتبر تحليل الخطاب دالاً على الدراسات النقدية، فيعني التوسع في استخدامه وجود مؤشر مبدئي على نمو الاتجاه النقدي.

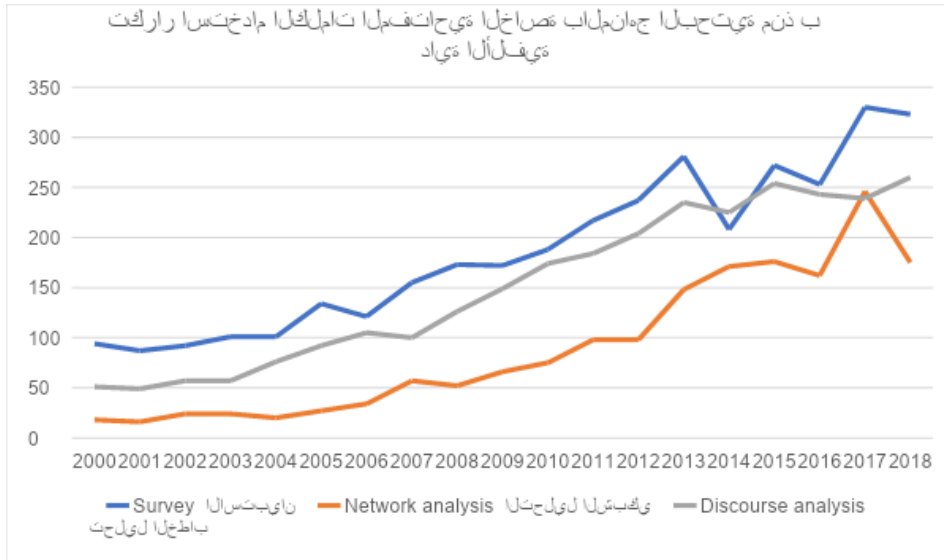
وبرغم أن البحث بالكلمات المفتاحية قد لا يكون كافياً للقياس بشكل دقيق، إلا أنه مؤشر مبدئي ممكن البناء عليه في دراسات قادمة وله دلالة نسبية تلقي الضوء على هدف هذه الدراسة. فتكرار تلك الكلمات في ملخصات البحث يدل على استخدامها كمنهجيات للبحث، أو وجود الشبكات أو نتائج الاستبيانات أو الخطاب كمستهدفات رئيسية في البحث، مما لا يزال دالاً على التغير في الاتجاهات البحثية وتركيزها على مختلف أوجه عملية الاتصال، أو رؤيتها لعملية الاتصال بشكل كلي. فبينما من المتوقع تماماً أن يزيد استخدام كل المنهجيات البحثية نظراً للنمو في الحركة البحثية الأكاديمية وتزايد سهولة النشر الإلكتروني، يظل التفاوت في معدلات الزيادة في تلك الكلمات المفتاحية دالاً على تطور المجال الأكاديمي ككل. فليس الهدف هنا هو القياس الدقيق لعدد مرات استخدام كل من تلك المناهج البحثية، ولكن المقارنة في معدلات التغير بينها مع تثبيت مرشحات البحث الأخرى من حيث نوع المحتوى واللغة وطرق النشر والمكتبة الإلكترونية المستخدمة.

وعليه فقد قامت الباحثة باستخدام الكلمات المفتاحية السالف ذكرها في محرك البحث الخاص بالجامعة الأمريكية بالقاهرة، مع استخدام المرشحات المتوفرة لاقتصار النتائج على ملخصات مقالات الدوريات الإلكترونية أو المتوفرة إلكترونياً في مجال الصحافة والاتصال باللغة الإنجليزية وفي حدود المواد الأكاديمية المحكمة مع استبعاد مقالات الصحف والرسائل العلمية ومراجعات الكتب. وحددت الباحثة نطاقاً زمنياً مقارناً للبحث، فتم البحث عن كل من الكلمات المفتاحية في كل سنة منذ 2000 وحتى 2018 على حدة، لتأتي النتائج كما هو موضح في الرسم البياني أدناه:

**جدول 2: تتبع إحصائي لتكرار الكلمات الدالة عن مختلف المنهجيات البحثية في مجال دراسات الإعلام النظرية**

	Survey "الاستبيان"	Network Analysis "التحليل الشبكي"	Discourse Analysis "تحليل الخطاب"
2000	94	18	51
2001	87	16	49
2002	92	24	57
2003	101	24	57
2004	101	20	76

2005	134	27	92
2006	121	34	105
2007	155	57	100
2008	173	52	126
2009	172	66	149
2010	188		174
2011	217	98	184
2012	237	98	204
2013	281	148	235
2014	208	171	225
2015	272	176	254
2016	253	162	243
2014	330	246	239
2018	323	175	260
3091	3.04%	0.58%	1.65%
6768	4.77%	2.59%	3.84%



### شكل 1: تكرار استخدام الكلمات المفتاحية الدالة على بعض المناهج البحثية في الدراسات الأكاديمية في مجال الإعلام منذ بداية الألفية

كما هو موضح في الرسم البياني، يبدو جلياً استمرار استخدام الاستبيانات كجزء أساسي من دراسات الإعلام، لكن يوضح الرسم أيضاً عدة نتائج ذات دلالة فيما يتعلق باتجاهات وأهداف تلك البحوث :

– بمقارنة معدلات التغير بين استخدام تلك العبارات في الملخصات البحثية يظهر تفوق التحليل الشبكي أو استهداف الشبكات بالدراسة بنسبة زيادة بلغت 872% منذ بداية الألفية، يليه تحليل الخطاب أو استهداف الخطاب بالدراسة بنسبة زيادة قاربت 410%، ثم جاء الاعتماد على بيانات الاستبيان أو استهداف الاستبيان بالدراسة بنسبة تقارب 244% منذ بداية الألفية.

– وتتسق تلك النتيجة مع ملاحظات الباحثة من المسح المبدئي وتشكيل العينة التي أظهرت ميلاً في بحوث الإعلام، بما فيها النظرية منها، على الإقرار بتعدد مشهد عملية الاتصال الإعلامي وتجاوز النماذج الخطية لعملية الاتصال التي مهدت المجال لسيادة عدة نظريات تقليدية في النصف الثاني من القرن الماضي. فمن الملاحظات الأكثر وضوحاً من تحليل دراسات العينة هو التحول الذي صاحب انتشار الإعلام الرقمي الذي أدى لتعذر التفرقة بين الرسالة والوسيط، والمرسل والمستقبل، والتأثير والمؤثر.

– كما أن الزيادة المضطردة لاستخدام "الخطاب" ككلمة مفتاحية دالة على زيادة استخدام تحليل الخطاب كمنهجية بحثية، أو استهداف الخطاب بالبحث والدراسة وهو متسق مع ملاحظة أخرى للباحثة نتجت عن تشكيل وتحليل العينة، ألا وهو ارتفاع أسهم الدراسات النقدية في مجال الإعلام، وهي الملاحظة التي لا يمكن فصلها عن مختلف التحليلات النظرية التي تفيد بتفكك الأسس النظرية التقليدية.

ولكن هل تعبر تلك التغيرات في معدلات استخدام المناهج البحثية عن تحول بعينه في مشهد البحث النظري الأكاديمي في مجالات الإعلام؟ اختارت الباحثة قياس مؤشر مبدئي يمكن البناء عليه باستخدام الكلمات المفتاحية الدالة على أهم النظريات التي جاء ذكرها في دراسات العينة التي تم تحليلها في سياق تلك الدراسة والموضحة في جدول 2. وبالبحث عن الكلمات المفتاحية المدرجة في جدول 2 في كل عام منذ 2000 وحتى 2018، يظهر وجود الكثير من التفاوت في التطور العددي للأبحاث التي تورد تلك الكلمات المفتاحية بنسب زيادة تتراوح بين حوالي 78% (نظرية دوامة الصمت)، وبين 365% (الشبكات الاجتماعية). ولكن لم تجد الباحثة تلك الأرقام ذات دلالة خاصة، على عكس معدلات التغير في استخدام المناهج البحثية، بل يصبح القياس هنا أكثر دلالة ووضوحاً حينما يرد للوزن النسبي للبحوث المتضمنة لتلك الكلمات المفتاحية بالنسبة لعدد الأبحاث الكلي في مجال الإعلام والاتصال في العام المراد قياسه.

وعليه، ثبتت الباحثة مرشحات البحث لمعرفة عدد الأبحاث التي تتوافق مع كل من العبارات والكلمات المفتاحية في جدول 2 على حدة، في كل عام منذ 2000 وحتى 2018، ويحصر البحث على مقالات المجالات العلمية الإلكترونية أو المتوفرة إلكترونياً في مجال الصحافة والاتصال، مع اقتصار نطاق البحث على المواد

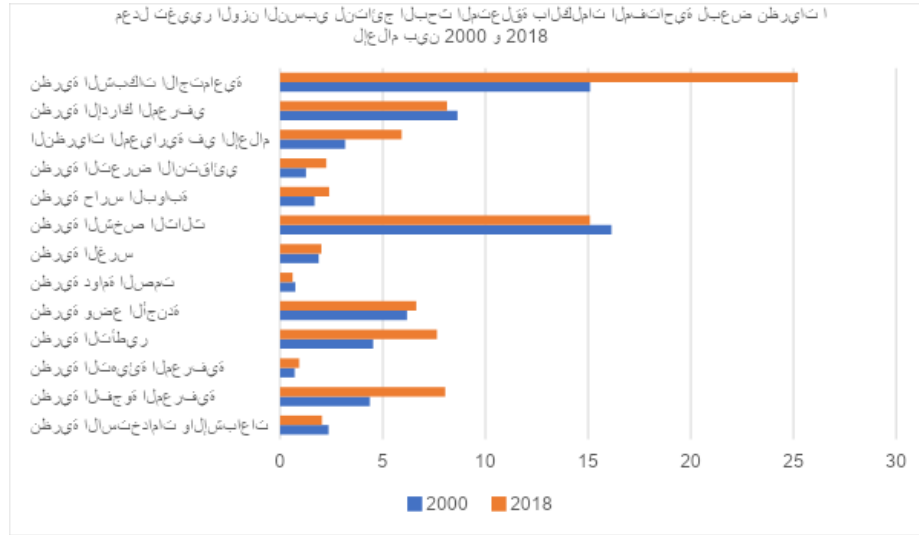


الأكاديمية والمحكمة، واستبعاد مقالات الصحف ومراجعات الكتب والرسائل العلمية. ثم تم البحث عن كل المقالات المتوفرة في مجال الصحافة والاتصال باستخدام تلك المرشحات في عام 2000 وعام 2018 لمقارنة التغير في الأوزان النسبية لكل عبارة أو كلمة مفتاحية بالمقارنة بالعدد الكلي للبحوث المتوفرة في ذلك العام.

وخلصت نتائج البحث لنسب التغير المدرجة في الجدول (3) والرسم البياني التاليين:

### جدول 3: مقارنة الوزن النسبي لأبحاث كل نظرية بالنسبة لبحوث الإعلام في عامي 2000 و2018

اسم النظرية	الوزن النسبي لبحوث النظرية بالمقارنة بكل بحوث الإعلام في عام 2000	الوزن النسبي لبحوث النظرية بالمقارنة بكل بحوث الإعلام في عام 2018
نظرية الاستخدامات والإشباع	2.36%	2.04%
نظرية الفجوة المعرفية + الإعلام	4.37%	8.038%
التهيئة المعرفية	0.71%	0.93%
نظرية التأطير	4.53%	7.64%
نظرية وضع الأجندة	6.18%	6.63%
نظرية دوامة الصمت	0.74%	0.61%
نظرية الغرس	1.88%	2.01%
نظرية الشخص الثالث	16.14%	15.09%
نظرية حارس البوابة	1.68%	2.39%
نظرية التعرض الانتقائي	1.26%	2.25%
النظريات المعيارية في الإعلام	3.17%	5.92%
نظرية الإدراك المعرفي	8.64%	8.13%
نظرية الشبكات الاجتماعية	15.1%	25.22%



شكل 2 : معدل تغيير الوزن النسبي لنتائج البحث المتعلقة بالكلمات المفتاحية لبعض نظريات الإعلام بين 2000 و 2018

وبالنظر للرسم البياني الموضح أعلاه، تتضح بعض الملاحظات المبدئية ذات الدلالة بالنسبة لتطور نظريات الإعلام والاتصال، مع الأخذ في الاعتبار الانخفاض النسبي لعدد الأبحاث الكلية المنشورة في قاعدة البيانات البحثية الخاصة بالجامعة الأمريكية بالقاهرة في عام 2018 بالمقارنة بعام 2017:

– معدلات تغيير أقل من 1%:

لم تشهد أغلبية النظريات التقليدية تغييرًا كبيرًا في أوزانها النسبية بالنسبة لجملة الأبحاث الأكاديمية المنشورة في عامي 2000 و 2018 سواء بالنقص أو الزيادة. فلم تتجاوز نسبة التغيير (سواء بالنقص أو الزيادة) لـ 9 من الـ 13 عبارة مفتاحية موضع البحث نقطة مئوية واحدة، وتراوحت معدلات التغيير فيما يتعلق بتلك العبارات المفتاحية بين انخفاض 0.13% للوزن النسبي للأبحاث التي تضمنت العبارة المفتاحية "دائمة الصمت" أو "Spiral of Silence"، وزيادة بنسبة 0.13% للوزن النسبي للأبحاث التي تضمنت العبارة المفتاحية "الغرس" أو "Cultivation"، ووصولاً لزيادة بلغت 0.99% في الوزن النسبي للأبحاث التي تضمنت العبارة المفتاحية "نظرية التعرض التلقائي" أو "Selective Exposure".

وتتضمن العبارات المفتاحية التي شهدت زيادة أو انخفاض أقل من حاجز النقطة المئوية الواحدة: الاستخدامات والاشباع، نظرية التهئية، دائمة الصمت، الغرس،

حارس البوابة، الشخص الثالث، التعرض الانتقائي، نظرية الإدراك الاجتماعي، ونظرية ترتيب الأولويات.

– معدلات تغيير أكثر من 1%:

وجاءت التغييرات التي تجاوزت حاجز النقطة المئوية الواحدة كلها بالزيادة في 4 من الـ 13 عبارة مفتاحية التي تم البحث عنها كالاتي: زيادة 2.75% في الوزن النسبي للأبحاث التي تضمنت العبارة المفتاحية "نظريات الإعلام المعيارية" أو "Normative Media Theory"، وزيادة 3.11% في الوزن النسبي للأبحاث التي تضمنت العبارة المفتاحية "نظرية التأطير" أو "Framing Theory"، وزيادة 3.67% في الوزن النسبي للأبحاث التي تضمنت العبارة المفتاحية "الفجوة المعرفية + الإعلام" أو "Knowledge gap + Media"، والزيادة الأكبر والتي بلغت 10.12% في الأبحاث التي تضمنت العبارة المفتاحية "الشبكات الاجتماعية" أو "Social Network".

وتعتبر تلك الزيادة الاستثنائية والتي فاقت كل نسب التغيير في غيرها من العبارات المفتاحية فيما يتعلق بالمبدأ النظري للشبكات الاجتماعية ذات دلالة مماثلة لدلالة تفوق معدل التغيير في استخدام التحليل الشبكي أو استهدافه بالدراسة والموضح في الرسم البياني رقم 1، حيث يمكن اعتباره انعكاساً لتعدد المشهد الإعلامي وضبابية الحدود بين أطراف عملية الاتصال مما يستدعي النموذج الشبكي بدلاً من النموذج الخطي التقليدي والذي طغى على مجال التطور النظري في القرن الماضي.

ربما كانت نسب التغيير المنخفضة للأوزان النسبية للأبحاث المتضمنة على أغلب العبارات المفتاحية المستخدمة، والدالة على نظريات الإعلام التقليدية التي تم تطويرها في النصف الثاني من القرن الماضي، مؤشراً مبدئياً لنجاة أغلب الثوابت النظرية لمجال البحث الأكاديمي في مجال الإعلام بالرغم من الثورة الهائلة التي لحقت بمجال ممارسة الإعلام نفسه. وقد أثبت التحليل للتطور في مجال تأثيرات الإعلام في المبحث الأول من الدراسة أن هذا التقارب في النسب لا يعني بالضرورة الجمود النظري حيث انعكست الثورة الرقمية على تثوير النظريات التقليدية بدورها وتغيير نماذجها القديمة أو تحويل افتراضاتها الأساسية.

فيحلل (Bennett & Pfetsch, 2018) أثر تشرذم الفضاء العام كنتيجة لانتشار مواقع التواصل الاجتماعي والتي يرى الباحثان أنها تسهم في تكوين غرف للصدى يستطيع فيها الأفراد والجماعات الإنعزال عن أنواع المحتوى التي لا توافق ميولهم. فلكل فرد الآن القدرة على تكوين الفضاء العام الخاص به، ولذا يسأل الباحثان إذا كانت دراسة الاتصال السياسي مازالت ممكنة في ظل هذه التجزئة؟

وبشكل متنسق مع ملاحظات معظم الباحثين النقاد من قرأت لهم الباحثة، يربط الباحثان بين هذا التشرذم وبين السياق السياسي الذي تدخل فيه الديمقراطية في أزمة شرعية حقيقية بعد تفريغ أحزاب الوسط من محتواها لصالح صعود اليمين الشعبوي في الديمقراطيات الغربية، ومع تفكك نموذج المؤسسات الشرعية التي تتصل بالجمهير عن طريق وسائل إعلام تقليدية تتمتع بالثقة والمصداقية. تلك العوامل، مع زيادة قدرة الأفراد على انتقاء ما يتعرضون له من محتوى عقدت مفهوم التواصل السياسي للغاية، بل حذر المتخصصون في المجال من أن المشهد الحالي لا يعني فقط أن لكل فرد الحق في آرائه الشخصية، بل يعني أننا بصدد حق كل فرد في "حقائقه الخاصة" أيضاً.

في مواجهة هذه التعقيدات، يقترح الباحثان إعادة النظر في بعض نظريات تأثيرات الإعلام ومدى مناسبتها لمعالجة المشهد الحالي، مثل نظرية حارس البوابة مثلاً والتي لم تعد مناسبة في نموذجها الأصلي من وجهة نظر الباحثين حيث تتعدد البوابات اليوم وتتفرق مسارات التدفق مما يجعل مصطلح "مراقبة" البوابات بدلاً من "حراسة" البوابات أكثر مناسبة لعالم اليوم، وهو المصطلح الصاعد في دراسة نظرية حارس البوابة كما أوضحنا في المبحث السابق الخاص بالتأثيرات الإعلامية بهذه الدراسة. الاتجاه الحديث نحو "حراسة البوابة بشكل شبكي" أو "الحراسة الشبكية للبوابة" (networked gatekeeping) هو مصطلح صاعد آخر في هذا المجال يضع مفهوم حراسة البوابات في مكانه من الشبكة المعقدة لمواقع التواصل الاجتماعي، والخوارزميات المحوسبة التي تقرر ما يتم عرضه على من (algorithm)، ووسائل الإعلام التقليدية، وقدرة الأفراد المتزايدة على فلترة وانتقاء ما يتعرضون له من قنوات اتصالية ومحتوى إعلامي. ويرشح الباحثان جمع مقاربات تحليل المحتوى مع أدوات ترسيم الخرائط الدينامكية الشبكية (مثل الأدوات التي طورها Richard Rogers في هذا المجال)، للاستجابة لتعقيد عمليات الاتصال السياسي في عالمنا اليوم.

وبالمثل، يوضح الباحثان أن النماذج التقليدية لنظريات التأطير والفهرسة لم تعد مناسبة لدراسة الاتصال السياسي لنفس الأسباب، باستخدام مثال الحركة المنادية بكشف شهادة ميلاد الرئيس الأمريكي السابق Barack Obama واتهامه بتزوير ولادته في الولايات المتحدة بسبب أصول والده الكينية، وهي نظرية المؤامرة التي بدأت في مواقع يمينية متطرفة واكتسبت زخماً عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى وصلت لوسائل الإعلام التقليدي وهو المسار الذي يخالف المسار التقليدي الذي تتنبأ به نظريات حراسة البوابة، والتأطير، والفهرسة، ووضع الأجندة. ويشجع الباحثان البناء على التقليد المتنامي لدراسة التأطير الشبكي الذي يقر بتعدد مشهد عمليات الاتصال، وإعادة تصور نظرية تحديد وضع الأجندة على أساس مرجعية ديناميكية تقوم على أساس دراسة تأثير وضع الأجندة بين شبكات الإعلام المتعددة، وهو الاتجاه

الذي أوضحتها الباحثة في المبحث السابق من الدراسة والذي يركز على أجندة الإعلام ما بين الوسائط (intermedia agenda). كما يرى الباحثان ضرورة أن تتنازل نظريات التأثير الإعلامي عن عرش مجال دراسات الاتصال والإعلام، وأن تتبنى تلك النظريات تصورًا جديدًا يركز على مسائل السياق بدلاً من السببية وقياس حجم الأثر، ويدرس ظواهر انغلاق أو انفتاح الحدود التي تسمح بتدفق الرسائل والمعلومات بين مختلف قنوات الاتصال التقليدية والبديلة في الشكل الشبكي المتداخل، هذا إذا أراد هذا الاتجاه النظري النجاة في عصر الشبكات (Bennett and Pfetsch, pp. 247-249).

ولم يكن إضافة "الشبكي" للنظريات التقليدية لتغيير أساسها المفاهيمي كليًا كما فعل الباحثان غريبًا في سياق تحليل دراسات العينة، وإنما ظهر بوضوح أن التفكير في مجال الاتصال والإعلام بأكمله يأخذ الشكل الشبكي، وكأن الفضاء العام ذاته أصبح متجسدًا في شكل العقد والصلات المميز لنماذج التمثيل البياني لنظرية الشبكات الاجتماعية. فأتت تحليل عينات الدراسة، وبجانب مصطلحات "التحليل الشبكي" و "نظرية الشبكات الاجتماعية"، هناك تنوعًا اصطلاحيًا جديدًا في الحديث عن نظريات الإعلام التقليدية بإضافة المقاربة الشبكية كما ظهر من التحليل في المبحثين الأول والثاني والذي تضمن مصطلحات عن "التأطير الشبكي"، و"شبكة ملكية القضية"، و "شبكة الرسائل"، و"وضع الأجندة الشبكي"، و"حراسة البوابة بشكل شبكي"، وغيره من دلائل التحول نحو تصور شبكي للإعلام وكل ما يتصل به. بالإضافة لذلك، ظهرت اصطلاحات أكثر قوة في دلالتها على تغير تصور العملية الإعلامية والاتصالية نفسها مثل "الاتصال الشبكي" (Fourie, 2017)، و "الفضاء العام الشبكي" (Shaw & Hargittai, 2018).

وارتبط صعود التصور الشبكي لمختلف عناصر العملية الإعلامية بمفاهيم نظرية أخرى صاحبت تخلل هذه الشبكات لأوجه الحياة الاجتماعية بالكامل، ومن ثم إعادة تشكيل الشبكات الاجتماعية نفسها خارج نطاق الوسائط الرقمية. ومن هذه المصطلحات التي تظهر باستمرار مع التأكيد على شبكية المشهد الجديد: المعيارية (normativity) والوساطة (mediation).

ثانيًا: الوساطة والمعيارية:

لاحظت الباحثة من جملة أبحاث العينة المباشرة والعينة غير المباشرة أن الانفتاح الرقمي تزامن مع زيادة الاهتمام بمصطلح "الوساطة" في دراسة وسائط الإعلام، ونمو حجم الدراسة في مفهوم الوساطة ذاته. فقد وفر الإعلام الرقمي مساحة غير مسبوقة للتعبير عن كل مناحي الحياة الاجتماعية للأفراد والمجموعات والمجتمعات الصغيرة. فلم يعد المحتوى الإعلامي مقتصرًا على ما يقرره منتج المحتوى المهنيين، بل امتد ليتضمن مشاركة تفاصيل الحياة اليومية والتعبير عن الآراء

السياسية والاجتماعية في فضاءات متاحة للمشاركة العامة. فهناك من يشارك يوميات نظامه الغذائي، وهناك منصات إعلامية رقمية متخصصة تظهر كل يوم لعرض اهتمامات مجموعات بعينها، وربما تخلق شبكات اجتماعية جديدة بالكامل خارج نطاق الوسائط الرقمية (منصة Twitch مثلاً مصممة لمشاركة مقاطع فيديو تظهر المهتمين بالألعاب الفيديو أثناء ممارسة تلك الألعاب (Bingham, 2017))، وهناك من يستخدمون حساباتهم للتواصل الاجتماعي لعرض مواهبهم الشخصية أو روتين العناية بالبشرة والشعر، أو مشاكلهم الزوجية، وغيرها من الموضوعات التي لم تترك منحا من مناحي الحياة الاجتماعية. ومن هنا، يمكن النظر لمواقع التواصل الاجتماعي واستخدام الفضاء الرقمي للتعبير بشكل عام كصورة للحياة بعمومها، تمر بمرشحات تقنية واجتماعية لتصبح الحياة من خلال وسيط في تحقق مزعج لنبوءة Guy Deboard في عمله الأشهر "مجتمع المسرحية" (Debord, 2002).

كان لهذا الانتشار لوسائل الإعلام الرقمي ووساطتها للحياة الاجتماعية، خاصة بعد اتخاذها الشكل الشبكي، عواقب منطقية على تطور المجال الأكاديمي لدراسة الإعلام والاتصال، أولها الإهتمام المتزايد بالمجال من دارجي وباحثي غيره من العلوم الإنسانية والاجتماعية. تظهر هذه البنية بشكل جلي في دراستين معنيتين بترسيم حدود نظرية لاهوتية للإعلام. ففي الدراسة الأولى يستخدم (Van den Berg, 2017) بيانات مستخلصة من موقع التغريدات القصيرة، Twitter، ليقدم مفهوم ممارسة الدين (اللاهوت العملي أو الممارس) عبر وسيط الإعلام الرقمي وليناقش الأصول اللاهوتية لبعض الرسائل التي تتمحور حول مفهوم الكرامة كاستجابة لأحداث مؤثرة بعينها مثل هجوم Charlie Hebdo في عام 2015، ولتوضيح التداخل بين النظريات المعيارية ونظريات الإعلام والتي تتقاطع في المحتوى الإعلامي الذي يتمتع بطابع أخلاقي، وهو ما يبرر وجود تحليل ذو أصول لاهوتية بالنسبة للباحث.

وفي الدراسة الثانية، يستخدم (Štěch, 2019) مفهوم وظيفة الإعلام الرقمي كوسيط للحياة ذاتها ليدفع بأهمية تطوير نظرية لاهوتية للإعلام تبني على النظريات اللاهوتية للسرد، وتتوازي مع وظيفة المسيح نفسه كوسيط للرب، وتستطيع استيعاب الطرق الجديدة لممارسة الدين عملياً عبر الإنترنت.

وترى الباحثة نتائجاً عملية للأسئلة التي تطرحها تجربة وساطة الحياة عبر الإعلام الرقمي والانفتاح الحتمي على محتوى إعلامي غير مفلتر في تنامي البحث المعيارية والذي يربط الاتصال والإعلام بقضايا وأسئلة أخلاقية عن التضامن والمسؤولية والتعاطف، بل والإرهاق العاطفي وفقد التعاطف (desensitization) أو اعتياد الصدمة كنتيجة للتعرض الزائد لمنتجات إعلامية لها طبيعة صادمة.

ففي دراسة لـ(Oliver et al, 2018) قام مجموعة كبيرة من الباحثين بتقديم مفهوم "Self-transcendent media experience" أو تجربة التعرض لمحتوى إعلامي يؤثر في المتلقي بشكل يعلو عن مصالحه واهتماماته وبيئته المباشرة ليتزامن مع تجارب أفراد أو مجموعات شديدة البعد عن وضعه الاجتماعي أو حتى الجغرافي، وهو ما يطلق عليه الباحثون "الإعلام ذو المعنى"، " meaningful media". ويسعى الباحثون في هذه الدراسة لمحاولة خلق تصور مفاهيمي مبدئي لهذا النوع من الإعلام، وهذا النوع من الأثر للبناء عليه وإنتاج معرفة يمكن تطبيقها لخدمة أهداف أخلاقية مثل تحقيق التضامن وتقريب المسافات بين الأفراد والمجتمعات في ظل نظام عالمي يؤسس للفرقة كل يوم، وهو هدف معياري صرف له أجندة أخلاقية للغاية لا يتصل منها الباحثون هنا بدعوى الحياد الأكاديمي.

ويدعو (Fourie, 2017) لتحويل مجال دراسة "أخلاقيات الإعلام" لدراسة "الاتصال الأخلاقي" كمقاربة أكثر مناسبة للنظرية المعيارية للإعلام في ظل ثورة الإعلام الرقمي حيث فقدت النظرية المعيارية للإعلام من وجهة نظر الباحث قيمتها التحليلية بسبب مشهد الإعلام الرقمي باعتباره وسيط للحياة والمجتمع والعالم. ويرر الباحث هذا التحول بقيام النظرية المعيارية للإعلام على نموذج الصحافة كوسيط تقليدي للإعلام مما لا يتوافق مع اختراق وسائل الإعلام لكل مناحي الحياة وكل أشكال الاتصال الشخصي، والتحول من الاتصال الجماهيري للاتصال الشبكي مما يستدعي دراسة أخلاقيات الاتصال بدلاً من أخلاقيات الإعلام.

كما يقدم (Appiah, 2018) مفهوم التلصص الثقافي من خلال وسيط (mediated cultural voyeurism) وهو من أشكال استهلاك مواقع التواصل الاجتماعي كنافذة تطل على ثقافات مغايرة وعلى حياة أفراد ينتمون لمجموعات عرقية مختلفة وهو ما قد يكون صعب التحقيق دون واسطة الإعلام الرقمي. ويؤكد الباحث على أن استخدام تلك النافذة يشجع على التواصل بين الثقافات، مما قد يكون له أثر في تقليل الإنطباعات المقولبة والنمطية عن الآخر وهو أثر إيجابي لثقافة مواقع التواصل الاجتماعي.

ولا تتصل القضايا المعيارية في بحوث الإعلام فقط بالفرص التي تتيحها وسائط الإعلام الرقمي، بل تتصل أحياناً بالتهديدات التي تشكلها تلك الوسائط على سلامة المنظومات الأخلاقية للمجتمعات. فلم يعد نسق الاتصال القائم على الصحافة المحكمة معيارياً قائماً بالكامل، في الوقت الذي فشل فيه الإعلام الرقمي حتى الآن في تثوير علاقات القوة في إنتاج واستهلاك المعرفة، مما يدعو للقلق ويوحى بالتفكك ويستدعي أساليب جديدة في الدراسة والتحليل.

ومن هذا المنطلق، يقدم (Entman & Usher, 2018) تحليلاً لخمس عوامل مؤثرة في عملية الاتصال الخاصة بالمعلومات السياسية والاجتماعية وبالأطر

(frames) في سياق الإعلام الرقمي وهي المنصات الرقمية التي يتاح عليها المحتوى والتي يمثل تعددها وانفتاحها أكبر عوامل التغيير في عملية الاتصال اليوم، وبيانات التحليل والقياس (analytics) بما توفره من فرص لأصحاب رأس المال ومحتكري القوة لجمع البيانات حول الجمهور واستهداف المواطنين برسائل مصممة خصيصًا لتشجيع سلوكيات استهلاكية أو سياسية بعينها، والخوارزميات (algorithms) والتي تمثل المرشحات التي يعبر من خلالها المحتوى والتي تقرر بشكل محوسب من يشاهد ماذا متى، والإعلام الأيدولوجي الذي يتحرر شيئاً فشيئاً من القيود المعيارية المعتادة للحياد والدقة وتحري الحقيقة، والفاعلين الخارجين (rogue actors) مثل محترفي الإختراق أو ناشري الأخبار الكاذبة والإشاعات المصممة لخدمة أجندات خاصة أو البرامج التي تتظاهر بكونها مستخدمين فيما يمكن ترجمته لما نعرفه هنا بـ"اللاجان الإلكترونية" (bots).

ويلاحظ الباحثون أن آثارًا إيجابية قد تنتج من تلك التطورات مثل ما حدث في حالة اختراق هيئة الأمن القومي الأمريكية على يد Edward Snowden وما تلا ذلك من تسريبات فضحت بعض ممارسات المراقبة التي تقوم بها الهيئة في انتهاك لحقوق المواطنين والدول الأخرى. إلا أن الدراسة تلاحظ أيضًا أن التحكم في المنصات ووجود المرشحات الخوارزمية والقدرة على المراقبة واستخراج البيانات واستهداف مجموعات وأفراد بعينهم منعت تحول الثورة الرقمية لحركة تحول اجتماعية نحو المزيد من الحرية والديمقراطية والمساءلة وتفكيك سلطة رأس المال، على الأقل حتى الآن. ومن هنا، دعا الباحثان للمزيد من الدراسة الإمبريقية النقدية وتطوير المنهجيات البحثية التي تؤدي لفهم أفضل لتلك الظواهر، وهو ما حاول الباحثان الإسهام فيه بالبناء على نموذج تفعيل الشبكات المتداعية أو المتتالية (Cascading Network Activation) بما يناسب دراسة التأطير في ظل تلك الظواهر المعقدة بشكل نقدي.

وفي تداعي آخر لتنامي الدراسة النظرية لمفهوم الوساطة، ظهرت أسئلة تتعلق بالفروق بين الدراسة النظرية والممارسة العملية للإعلام. وفي هذا الصدد قدمت (Thayne & West, 2019) دراسة تبني على مفهوم كان بعض الباحثين قد قدموه في الألفية الجديدة عن دراسة الإعلام كجزء من الحياة، في إشارة للانتقال من دراسة الوسائط الإعلامية لدراسة عملية الوساطة نفسها. وأكد الباحثان على حيوية عملية الوساطة كعملية انطولوجية ديناميكية تساهم في تشكيل الواقع الاجتماعي، مما يتطلب طرقًا جديدة بشكل جذري لتدريس وممارسة دراسات الإعلام التي تستجيب بشكل تفاعلي لتشابك تقنيات الوسائط مع الحياة اليومية. ويستشهد الباحثان بدراسة لـ Shon Moores يناقش فيها حقيقة أن التقنيات وممارسات الوسائط المنتشرة جزء لا يتجزأ من الإيقاعات والمساحات اليومية للمجتمع المعاصر، ويرى أن حياتنا تعيش في وسائل الإعلام أكثر من أن تعيش معها، ويطالب بمقاربة غير تمثيلية وغير مركزية



لدراسة وسائل الإعلام في الحياة اليومية. وتخلص الدراسة لاقتراح تغيير المجال الأكاديمي وتحويله إلى ورش عمل تمارس عملية الوساطة وليس أقسام لدراسة الوسائط الإعلامية فيما يطلق عليه الباحثان "مختبر الوسائط".

### المبحث الثالث:

#### اتجاهات نقدية حديثة في دراسات نظريات الإعلام

قد لا نستطيع تقديم إجابة وافية في الجدل حول الثبات النظري في مواجهة التفكيك الكامل للمعرفة الأكاديمية للاتصال والإعلام كما ظهر لنا في مناقشة الاتجاهات الجديدة في نظريات تأثيرات الإعلام، ولكننا نستطيع التأكيد، بما لا يقبل الشك، أن نظريات الاتصال والإعلام كمجال للمعرفة الأكاديمية يشهد تحولاً هائلاً في تلك اللحظة من التاريخ لأسباب في القلب منها ثورة الاتصالات التي غيرت وجه الممارسة الإعلامية والاتصالية للأبد، إلى جانب أسباب هيكلية وثيقة الصلة بتلك الممارسات، منها السياسي والاقتصادي والاجتماعي. وكان منطقياً أن تتزامن تلك التحولات الهائلة مع حركة مراجعات واضحة للاتجاه النقدي في دراسة الإعلام تستدعي أسئلة فلسفية جذرية وتتفكر في حدود وأهمية وتطور المجال الأكاديمي كله في ظل التطورات العالمية السالف بيانها. وركز بعض الباحثين النقاد في هذا السياق على نقد تقسيم المجال الأكاديمي لدراسات نظريات الإعلام نفسه، ودعوا لتغيير طريقة الممارسة الأكاديمية المؤسسة لنشاط البحث النظري.

فقد نادى (Kraidy, 2018) بوضع أجندة أعمال بحثية نقدية دولية توسع مفهوم "النقدية" ذاته ليخرج من إطار النسق ويثور شكل المعرفة الأكاديمية وطريقة إنتاجها، ويوسع مفهوم ما هو دولي أيضاً لاستيعاب تعقيدات المشهد وعلاقات القوة غير المتكافئة ووضع الأمور في سياقها التاريخي والاقتصادي والسياسي بشكل يناسب ما نشهده على الساحة الدولية اليوم.

ودعا (Craig, 2018) لإعادة خلق المجال المعرفي للإعلام والاتصال كمجال عملي (practical) في استجابة لتشرذم دراسات الاتصال والإعلام عبر المجالات المعرفية المختلفة دون التخلي عن الفرصة التي تتيحها هذه الصفة البيئية، ولتوسيع نطاق المعرفة التطبيقية في مجال الاتصال والإعلام بشكل أقدر على الاشتباك مع المشكلات والأسئلة العملية التي تنشأ في نطاق الممارسة. ويرى الباحث أن لهذا التصور المفاهيمي أثر كبير على الجدل القائم حول اللامساواة في الحق في إنتاج واستهلاك المعرفة الرقمية، حيث يجب أن يمتد ليشمل تحليلاً أخلاقياً للأجهزة المادية التي تجعل تلك المعرفة الرقمية ممكنة من حيث طرق إنتاجها والتخلص منها. حينها يمكن للدعاءات بفتح مجال المعرفة الرقمية والرقابة على وتنظيم الشركات العابرة للقارات التي تتحكم في المشهد الرقمي ورفع ضرائب الشركات على تلك

المؤسسات لتمويل مبادرات اتصال رقمي غير تجارية ، حتى تضم نداءات جديدة لتحرير الصناعة الرقمية في شكلها المادي من سيطرة الرأسمالية الجديدة أيضاً.

وفي سياق تجسير الفجوة بين المعرفة الأكاديمية والمعرفة التطبيقية، والدعوة لإحياء تخصصات بعينها في مجال دراسات النظريات، نادى ( Gallois, Watson, & Giles, 2018) لمراجعة النظريات الحاكمة لمقاربة تحليل الاتصال ما بين المجموعات (intergroup communication- IGC) ليتخطى مقاومة الباحثين في مجال دراسات الاتصال والإعلام لدراسة التجارب الفردية للاتصال بين المجموعات المتصلة في مختلف المؤسسات الثقافية (مثل الاتصال بين مقدمي الخدمة الصحية والمرضى، أو أفراد الشرطة والمواطنين مثلاً) بدلاً من التركيز على النظم الهيكلية لتلك المؤسسات الثقافية. ويرى الباحثون أن هناك حاجة للتطوير النظري والمنهجي في دراسات IGC لإثراء المجال المعرفي للاتصال والإعلام من واقع الاتصال كما نعيشه.

كما دعا (Just & Puppis, 2018) الباحثين في سياسات الإعلام للتوقف عن التقليل من شأن تخصصهم لأن الآن هو الوقت الذي يجب أن يوسعوا فيه من معرفتهم النظرية والمنهجية وتجسير الفجوة بين المعرفة الأكاديمية والتطبيق في ظل التحديات المتشعبة التي تلعب فيها عمليات الاتصال دوراً أساسياً في عالمنا اليوم.

#### أولاً: ملامح الأجندة النقدية المعاصرة:

ويظهر للباحثة أن هناك اتجاهاً ذا طبيعة معيارية نحو صحوة نقدية في دراسات الاتصال والإعلام استجابة للتحديات الجديدة في عالمنا اليوم وأماماً في أن تؤدي التصورات المفاهيمية النقدية الجديدة في الدفع بالعالم في اتجاه يختلف عما وصل إليه، وهي الصحوة التي تأتي في أعقاب صعود اليمين الشعبوي وبينما يتكشف الوجه الشمولي والرقابي والرأسمالي للعالم الرقمي الذي كان واعدًا. اتخذت الدراسات النقدية منحاً متعدد الاهتمامات في استجابة للتغيرات التقنية والسياسية السريعة في المشهد العالمي، بموضوعات بحثية غطت الكثير من نقاط التوتر في المجال الأكاديمي، مثل الطبيعة الأنطولوجية والأبستمولوجية لوسائط الإعلام ذاتها، والعلاقة بين تطور وسائط الإعلام الرقمي من جهة والنظام الاقتصادي العالمي والانطباعات الذاتية وقدرة الأفراد على الفعل من جهة أخرى، ونظريات الاستعمار الإعلامي (media imperialism)، والاتصال من أجل التنمية (communication for development) والاتصال من أجل التغيير الاجتماعي (communication for social change)، بالإضافة للعلاقة بين الإعلام ودراساته النظرية من جهة، وبين ظهور أنماط جديدة من اللامساواة وتغيير طريقة إعادة إنتاج الاختلال في موازين القوى. وفي محاولة لاستعراض خريطة مبدئية لأهم المناطق البحثية للدراسات النقدية المعاصرة، تستعرض الباحثة فيما يلي

تحليلات كلية لمجال الدراسة النقدية في نظريات الإعلام، والتي تتفق نتائجها في رسم ملامح الجانب النقدي المعاصر إلى حد كبير.

في دراسة قام بها (Splichal & Mance, 2018) تحت عنوان "هل فقدنا النسق؟ جزر من دراسات الإعلام النقدية في دوريات الاتصال"، قام الباحثان بتطوير معجمًا لغويًا، أو قائمة بالمفردات المرتبطة بالبحث النقدي بناءً على بحث باستخدام نموذج إحصائي محوسب لكل المقالات المنشورة في ثماني مجلات دورية أكاديمية لدراسات الاتصال من عام 1937 وحتى 2015 بواقع 15,237 مقالة. وقد تم جمع البيانات الوصفية الإلكترونية للعناوين والكلمات المفتاحية لتلك المقالات وفصل كل الكلمات التي تشير لتحليلات علاقات القوة و الاضطهاد أو القمع، والتحرير الإنساني والتحول الاجتماعي وتوصلوا لقائمة بالمفردات من 257 كلمة نقدية، ثم نقحت القائمة لضمان عدم وجود كلمات يمكن ظهورها عشوائيًا وإزالة المفردات التي تعني التكرار حتى وصلت القائمة لـ 188 كلمة اعتُبرت مؤشرات للاتجاه النقدي. ثم استخدم الباحثان هذه القائمة اللغوية لفصل كل الأبحاث من العينة التي تتضمن عشرة مؤشرات فأكثر كطريقة لتحديد الأبحاث التي تركز على الاتجاه النقدي بشكل أساسي وليس هامشي، وهو ما ضيق نطاق العينة لـ 1,118 بحثًا. ثم طبق الباحثان بعد ذلك برنامجًا محوسبًا للتحليل الشبكي لإيضاح خريطة للغة النقدية في تلك الأبحاث، تمثل فيها المؤشرات السابق تعريفها العقد في الشبكة (nodes) وتمثل عدد مرات التكرار والارتباط بين تكرار كلمات بعينها الوصلات والروابط في الشبكة (links). باستخدام هذا التحليل، استطاع الباحثان رسم خريطة لجزر من النقدية في بحر المجال الأكاديمي لدراسات الاتصال والإعلام منذ 1937، ووجدوا ارتباط تلك الجزر باتنين من الثلاثة تصورات المهيمنة أنطولوجيًا على الاتجاه النقدي في نظريات ودراسات الاتصال الاجتماعي وهما: نقد الممارسات والعمليات غير الديمقراطية، ونقد تسويق وتسليع المجتمع (وكان الباحثان قد حددا الاتجاه الثالث في نقد الاختزال والحتمية التقنية، وهو الاتجاه الذي تلاحظ الباحثة صعوده الآن في مجال الدراسات النقدية ومن المبكر للغاية أن يظهر بشكل دال إحصائيًا في دراسة تبحث في المؤشرات النقدية على مدار سبعة عقود).

وقد لاحظ الباحثان أيضًا ارتباط قضايا العنصرية والقومية والهجرة والتمييز بالبحث النقدي حتى أن تلك القضايا أصبحت جزءًا لا يتجزأ من الخطاب النقدي في دراسات الإعلام والاتصال، كما لاحظنا أن تحليل الخطاب النقدي هو المنهجية الأكثر شيوعًا في دراسة تلك القضايا. ولعل أهم ما استنتجه الباحثان هو مفهومهم عن النقدية وعواقبه المنهجية، فيناقشا تصورهما عن النقدية باعتبارها مجالاً معرفيًا لا تنقسم فيه النظرية عن البحث، مما يعني أنه بينما تقع المرجعيات الوضعية (positivist) والمرجعيات النقدية على طرفي نقيض كمتضادين بالضرورة، لا يستتبع ذلك تضاد المنهجية الإمبريقية مع منهجيات البحث النقدي بالضرورة. على العكس، فقد وجد

الباحثان أن أغلبية البحوث النقدية في العينة المشمولة بالدراسة قد تضمنت بحوثاً ونتائج إمبريقية على مدار السبعين عامًا الأخيرة. فيرى الباحثان أن مفهوم النقدية يرفض مبدأ حيادية القيمة أو الفعل، ويسعى لتفسير الظواهر التي تؤدي لنزع الأنسنة (dehumanization) والتمييز والقمع، ويستشرف المستقبل في نتائجه وتوصياته، ويركز على إجابة سؤال "ماذا لو" بدلاً من أن يتماهى مع الصيغة النظرية الوضعية التي تتبع الخط الفكري المتمثل في "إذا- إذاً". ولذلك، يقول الباحثان، قد تبدو الدراسات النقدية لمتبني المرجعيات الوضعية عديمة الأهمية أو أحادية الجانب أو خاضعة للأهواء الشخصية أكثر من اللازم، إلا أن أهمية الاتجاه النقدي هي أهمية أخلاقية ومجتمعية بالأساس أكثر منها علمية في وجهة نظر الباحثين.

فبالرغم من دفاع (Splichal & Mance, 2018) عن قدرة طرق البحث النقدية والتطبيقية/التجريبية على التعايش معًا لخدمة الأجندة النقدية، إلا أن الباحثان اهتما في تحليلهم في تبيان الفارق بين تطبيق البحث الإمبريقي من منطلق نقدي، وتطبيقه من منطلق وضعي (positivist)، حيث يؤدي اختلاف الأهداف بالضرورة لاختلاف النتائج والتحليلات وطرق تصميم البحث وجمع البيانات، حتى لو اتفقت المناهج البحثية. في المقابل، سعى بعض باحثي الدراسات النقدية لتجسير الفجوة بين مجال البحث النقدي والبحث الإمبريقي الذي يتمتع بشرعية أكبر نظرًا لقربه من مصطلح "العلوم" في "العلوم الاجتماعية"، بدلاً من الدفاع عن طرق البحث النقدية التقليدية أو التشكيك في طرق البحث الإمبريقي وأهدافها والطرق التي تعيد بها إنتاج انحيازات الباحثين.

ففي مقال منشور في المجلة الدورية Journal of Communication Inquiry بعنوان "بناء النظريات من أيديولوجيات الإعلام: برمجة القوة في الخطاب الصحفي"، حطت (Reynolds, 2019) سبعة عشر مقالاً منشورين في دورية Association for Education in Journalism and Mass Communication تستخدم تحليل الخطاب النقدي (Critical discourse analysis -CDA) كمنهجية. واستهدف مقال Reynolds تفسير تاريخ وتطبيق منهجية تحليل الخطاب النقدي، وعرض طرق لاستخدام البحث الإمبريقي في تطبيق تحليل الخطاب النقدي على دراسات وبحوث الصحافة، وتقديم مقاربة منهجية جديدة لتحسين جودة بحوث تحليل الخطاب النقدي. وقد كشف تحليل الباحثة أن مؤلفي الأبحاث المدروسة بحاجة لتحسين شفافية طرق البرمجة المستخدمة في تطبيق تحليل الخطاب النقدي، ولتفسير ما يعنوه بمصطلح "الخطاب" لقرائهم، ولتقصي التركيبات الأيدلوجية فيما يتخطى حدود الخطابات المهيمنة.

وتستشهد تلك الدراسة أيضًا بانتخاب Trump كرئيس للولايات المتحدة وهجومه المستمر على الصحافة باعتباره لحظة فاصلة تستدعي المراجعة، بالإضافة لحركة #MeToo وما كشفته عن علاقات القوة داخل المؤسسات الإعلامية الأمريكية

المهيمنة على المشهد الدولي. وعرفت الباحثة منهج تحليل الخطاب النقدي كمقاربة بينية عابرة للمجالات الأكاديمية للنظريات والمنهجيات التي خرجت من تقليد العلوم الخطابية وعلوم الإدراك المعرفي ومجال اللغويات الاجتماعية وعلم الإنسان طبقاً لـ (Wodak & Meyer, 2009)، وهي مقاربة مفيدة في دراسة التركيب الاجتماعي للحقيقة بسبب تركيزها على تحليل القوة والسياق التاريخي والثقافي. إلا أن منتقدي هذه المقاربة يدفعون بقلة التوثيق لمنهجيات البحث في الدراسات التي تستخدم تحليل الخطاب النقدي (p, Reynolds 48).

وفي عام 1983، نشرت المجلة الدورية *Journal of Communication* عددًا خاصًا تحت عنوان: "اختتمارات في المجال"، وهو العنوان الذي يمكن تفسيره بالاتجاهات في طور الاختتمار في المجال الأكاديمي لدراسات الإعلام والاتصال. وفي عام 2018، بعد خمسة وثلاثين عامًا من العدد الخاص، نشرت نفس المجلة الدورية عددًا قيمًا ليحلل اتجاهات دراسات الإعلام والاتصال منذ نشر العدد الأول تحت عنوان "اختتمارات في المجال: تأملات في ماضي وحاضر ومستقبل دراسات الاتصال". وقد قدم المقال الافتتاحي والذي يحمل نفس العنوان وكتبه (Fuchs & Qiu, 2018) نظرة شاملة على أهم التطورات في مجال دراسات الاتصال من منظور نقدي والتي لخصها الباحثان في خمسة محاور لهم أهمية خاصة لاتفاقهم مع ما استخلصته الباحثة من تحليل دراسات العينة في تقسيم مواضيع الإهتمام للدراسات النقدية:

**المحور الأول: دراسات الاتصال على المستوى العالمي:** يتبنى الباحثان التعريف النقدي للعولمة باعتبارها القناع الأيدولوجي للإمبريالية الجديدة التي يمثلها رأس المال العالمي طبقاً لـ (Harvey, 2003)، والتي وصلت لدراسات الاتصال والإعلام عند تحول التركيز من الغرب لباقي العالم بتزايد الإهتمام بطرق البحث وموضوعه ومناهجه غير الغربية. ولكن، طبقاً للباحثين، ظلت دراسات الإعلام والاتصال مجالاً يعكس التوزيع غير المتساوي للقوى بين الغرب وبقية العالم لعدة أسباب منها عدم توفر التمويل الكافي للدراسات المعتمدة على مناهج وموضوعات غير غربية. ويوصي الباحثين بتبني مقاربة تنظر لما هو عالمي كوحدة من الاتجاهات يمكن وجودها في مختلف أنحاء العالم ومختلف السياقات من منطلقين عموميين (universal) يصفهما Vivek Chibber في دراسة منشورة عام 2013 كمنطق عمومي لرأس المال، ومنطق عمومي لمقاومة توسع رأس المال عند الفاعلين الاجتماعيين انطلاقاً من مصلحتهم في تحقيق الرفاه. ويؤكد الباحثان أنه بينما يمهّد المنطق العمومي الأول لتراكم القوة الثقافية والسياسية والثقافية والأيدولوجية، يؤسس المنطق الثاني لمفاهيم التضامن والتعاطف بين المضطهدين في مجال البحث الأكاديمي للإعلام والاتصال وخارجه، ويستمر المنطقين في التناظر في السعي نحو

مجال أكاديمي أكثر تعددًا يؤسس لمجتمع أكثر ديمقراطية ووسائط اتصال أكثر تمثيلاً (Fuchs and Qiu, p. 221).

**المحور الثاني: بحوث الاتصال في بيئة الإعلام الرقمي المتغيرة باستمرار:** يتخذ الباحثان موقفًا نقديًا أيضًا في النظر لمشهد الإعلام الرقمي بأكمله بدءًا من نشأته التي يرجعها للنماذج الأولى للاتصال الشبكي والتي تم تطويرها كجزء من المجمع الصناعي العسكري (military industrial complex)، ومرورًا بتطور الإعلام الرقمي ليعيد إنتاج علاقات الإنتاج الخاصة بالنظام الرأسمالي الجديد، وانتهاءً بعواقب ذلك كله على المجال الأكاديمي لدراسات الاتصال والإعلام والتي كادت طرق البحث العددية التي تستغل البيانات الضخمة والنماذج المحوسبة في الإحصاء أن تحتلها بالكامل بما لا يترك مجالاً لطرح أسئلة فلسفية أو لوضع معنى إنتاج المعرفة في شكلها الجديد في سياقها الاجتماعي والسياسي والاقتصادي.

فلاحظ الباحثان نشأة العديد من مجالات البحث الثانوية التي تتصرف باعتبارها مجالات جديدة بما يؤكد ويعيد إنتاج علاقات القوى في المجال الكلي لدراسات الاتصال والإعلام مثل: بحوث الإنترنت، دراسات مواقع التواصل الاجتماعي، العلوم الاجتماعية المحوسبة، دراسات المراقبة، العلوم الإنسانية الرقمية، دراسات البيانات الضخمة، ودراسات تقنيات المعلومات والاتصال من أجل التنمية. وكنتيجة لذلك، شهد المجال صعودًا حادًا في هيمنة نماذج العلوم الاجتماعية المحوسبة وتحليل البيانات الضخمة في دراسات الاتصال والإعلام مؤخرًا وهو ما يتطلب قدرًا كبيرًا من التمويل والنشر على نطاق واسع. وبينما يمدح الباحثان في إثراء المناهج البحثية بما يساعد الدارسون على فهم العالم بشكل أفضل، إلا أنهم يرون في صعود تلك النماذج تهديدًا لمستقبل دراسات الاتصال والإعلام حيث قد يتطلب البحث في تلك المجالات في المستقبل دراسة للبرمجة لتدريب الباحثين على كيفية استخدام تلك النماذج، وهي الدراسة التي تحتاج وقتًا كبيرًا وجهدًا مستمرًا في مواكبة التطورات في تلك النماذج بما لا يترك مجالاً لإعمال الفكر النقدي بشكل كاف. كما يحذر الباحثان من ارتباط ارتفاع أسهم تلك المنهجيات بانخفاض أسهم طرق البحث الكيفية والنقدية بشكل عام، حيث يرون هيمنة المنهج الكمي كوسيلة لحماية هذا النوع الجديد من المعرفة من الأسئلة الفلسفية التي تتقصى معنى المعرفة وسياقها، وكتهديد للأسئلة الأكثر أهمية في دراسات الاتصال والإعلام مثل التساؤلات عن التناقضات التي لا يمكن حسابها في المجتمع والاتصال الرقمي، والسياقات الاجتماعية والمرتبطة بتوازن القوى التي تصبح الاتصالات الرقمية طرفًا فيها (Fuchs and Qiu, p. 222).

**المحور الثالث: أهمية دراسات الاتصال النقدية:** ينوه الباحثان عن استمرار المناظرة بين اتجاهات البحث التطبيقية/التجريبية في مقابل اتجاهات البحث النقدية (administrative vs. critical studies) منذ نشر العدد الأول في 1983 والذي

تضمن عدة مقالات تساهم في الجدل الأكاديمي حول تلك القضية بعينها والتي تعتبر قضية أساسية في عدة مقالات من العدد الخاص الذي يقدمه المقال الافتتاحي أيضًا. واقتبس الباحثان محرر عدد 1983 في وصفه للدراسات النقدية باعتبارها "العمود الفقري" الذي لا يمكن الاستغناء عنه للحفاظ على نزاهة المهنة والتأكيد أن دارسي الاتصال والإعلام لهم الحرية في تمحيص الأهداف من البحث في هذا المجال (Fuchs and Qiu, p. 223). وبينما يلاحظ الباحثان تهميش الدراسات النقدية في مجال البحث الأكاديمي لدراسات الاتصال والإعلام في العقود الماضية لصالح الدراسات ذات المرجعية الوضعية وهو ما أثبتته عدة دراسات منشورة في الدوريات نفسها التي يتقدمها المقال الافتتاحي، يؤكد الباحثان أن الدراسات النقدية لازالت أكثر صلة بالواقع كما يعيشه أطراف عمليات الاتصال المعقدة في عالمنا اليوم.

**المحور الرابع: المنعطف النقدي والمادي الجديد:** لاحظ الباحثان انعكاس هيمنة النظام الرأسمالي الجديد وتحوله لما يشبه النظم الشمولية على مجال البحث الأكاديمي بشكل عام، بما يتضمن مجال البحث الأكاديمي لدراسات الاتصال في تحول الجامعات نفسها لما يشبه الشركات، والتفضيل في تخصيص التمويل ومساحات النشر، وتسليح البحث الأكاديمي نفسه، واعتماد النظم الكمية في تقييم العمل الأكاديمي، بل وارتفاع مصاريف الدراسة الجامعية. تزامنت تلك التطورات مع تهميش الدراسات النقدية التي تحاول تقديم بدائل للنظام الرأسمالي بأكمله. إلا أن مشاكل اللامساواة الناتجة بشكل مباشر عن النظام الرأسمالي العالمي الجديد ومشكلات تفاوت الطبقات واختلال توازن القوى لم تختف على أرض الواقع، مما أدى لصحوة في مجال البحث النقدي في العلوم الإنسانية بشكل عام واهتمام متزايد بالمرجعيات النقدية التي نضجت كثيرًا في العقود الأخيرة. ويعرف الباحثان المنعطف المادي النقدي الجديد كظهور متزايد للتحليلات النقدية التي تمحص علاقات القوة واللامساواة (Fuchs and Qiu, p. 225).

**المحور الخامس: التطبيق العملي للاتصال وطرق لمواجهة اختلال توازن القوى في إنتاج المعرفة:** يضع الباحثان المجال الأكاديمي لدراسات الاتصال والإعلام في السياق الاجتماعي والسياسي الحالي ويرسم صورة لصعود الحركة التقدمية السياسية والتي مثلتها حركات Occupy والأحزاب السياسية التقدمية في الغرب، والتي قابلها صعود اليمين السياسي الشعبوي الذي يمثله أمثال Trump في الولايات المتحدة و Modi في الهند والحركات الشمولية القومية وهي الظاهرة التي تتصل بتزايد رهاب الأجانب (xenophobia) والتحريض على المهاجرين. وبطبيعة الحال، يلاحظ الباحثان استخدام كلتا الحركتين لوسائل الاتصال والإعلام للتعبير والحشد والإقناع مما يستدعي أهمية تركيز دراسات الاتصال والإعلام على فهم تلك الحركات والطرق التي تتواصل بها وتأثيرات تلك العمليات الاتصالية مما يستدعي دمج نقد

الأيدلوجية الإمبريقية، والاقتصاد السياسي، والنظريات النقدية، وعلم النفس السياسي، وبحوث الحركات الاجتماعية (Fuchs and Qiu, p.226).

وفي نفس السياق، يشير الباحثان لأهمية إتاحة المعرفة الأكاديمية من هذا النوع من الدراسات الذي يعكس الواقع الذي يعيشه ويمارسه أطراف عمليات الاتصال المتعددة اليوم لأكبر جمهور ممكن وهو ما لا يتفق مع النموذج السائد لتسليع الدراسات الأكاديمية والتي عادة ما تتطلب مقابلًا ماديًا للإطلاع عليها. وفي هذا الصدد، ينوه الباحثان عن اتجاه جديد للنشر بطريقة المصادر المفتوحة (open source) المجانية أو شبه المجانية لرأب الفجوة في القدرة غير المتكافئة على إنتاج المعرفة وإنتاجها.

واختارت الباحثة فيما يلي استعراض بعض أهم الاتجاهات البحثية النقدية في نظريات الإعلام فيما يتعلق بالأسئلة الفلسفية المبدئية والتصورات النظرية الأساسية للإعلام ووسائطه، واللامساواة على المستوى الدولي من منظور نظريات الهيمنة وما بعد الاستعمار، وعلاقة وسائط الإعلام بالنظام الاقتصادي العالمي وإعادة إنتاج التوزيع غير المتساوي للقوة.

#### ثانيًا: أسئلة فلسفية وتصورات نظرية مبدئية:

تميزت الصحة النقدية المعاصرة في دراسات نظريات الإعلام تنامي أسئلة فلسفية تشكك في الطبيعة الأنطولوجية والابستمولوجية للإعلام من الأساس، وتعيد قراءة التعريفات النظرية المبدئية في وظل مبادئ الشككية والوساطة التي ميزت البيئة الرقمية الجديدة. ولعل أهم تلك الأسئلة بروزًا كما ظهر من تحليل دراسات العينة هو قضية وسائط الإعلام بين المادية والمعنى غير المادي، والعواقب المنهجية والنظرية والعملية لتغير النظرة للطبيعة الأنطولوجية لوسائط الإعلام.

فقام عدد من الباحثين بنشر دراسات تحاول التأسيس لمفهوم "المادية" في دراسات نظريات الإعلام. ففي تحليل مبتكر لمادية وسائط الإعلام، يقدم (Christensen & Nilsson, 2018) فكرة خلاقة ومدهشة في بساطتها فيما يتعلق بالطبيعة المادية لعمليات الاتصال والتي تخلف ورائها أثرًا شديد المادية له عواقب بيئية واقتصادية وأصول سياسية واجتماعية نابعة من اختلال توازن القوى على المستوى العالمي، ويتمثل هذا الأثر في النفايات الإلكترونية (e-waste) التي يخلفها التطور التكنولوجي المطرد وثيق الصلة بالإعلام الرقمي. فنظرًا لارتفاع معدل التطور التكنولوجي وما يستتبعه من تغيير مستمر للأجهزة الإلكترونية في عالم الشمال (Global North)، تجد تلك النفايات طريقها بشكل غير شرعي لعالم الجنوب (Global South). وفي عام 2016 وحده، أنتج العالم ما يعادل 4500 برج إيفل من النفايات الإلكترونية والتي غالبًا ما يتم شحنها لأمريكا اللاتينية وأفريقيا والشرق الأقصى للتخلص منها



بشكل غير شرعي وهو الأمر الذي يراكم الكثير من المشكلات البيئية والصحية، ويجعل هيمنة الخطاب الغربي على الأجندة البيئية العالمية أكثر إشكالية.

وفي إشارة مشابهة لمادية وسائط الإعلام والعواقب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأخلاقية (المعيارية) لتلك المادية، يدعو (Murdock, 2018) لتوسيع نطاق المعرفة الأكاديمية للاتصال والإعلام لتشمل "اقتصاد أخلاقي للأجهزة"، "moral economy of machines"، يفهم التطور التكنولوجي في إطار علاقات إنتاج وصيانة والتخلص من الأجهزة والتطبيقات المادية التي تجعل هذا التطور ممكناً.

ولكن الاتجاه الأكثر تأثيراً فيما يتعلق بالطبيعة الأنطولوجية لوسائط الإعلام هو الذي يقف في منتصف المسافة بين المادية والطبيعة غير المادية، ويحاول تقديم فهم أكثر تعقيداً لعواقب تصور مادية وسائط الإعلام فيما يتعلق بالمفاهيم النظرية الجديدة للشبكية والمعيارية والوساطة.

فحل (Popp, 2015) الاتجاهات الإعلامية في الولايات المتحدة منذ 1930 وحتى 1980 ليستنتج أن معالجة نظرية الفضاء المدني (Civil Sphere Theory) أو (CST) لوسائط الإعلام باعتبارها صور طليقة بدلاً من التعامل معها باعتبارها صناعات ثقافية تتضمن ممارسات استهلاكية، أدى لعدم قدرة تلك النظرية على تفسير بعض الحلقات المهمة في خلق أو تفكيك التضامن. ويقترح Popp تعديل الافتراض النظري لنظرية CST ليقر بانتماء وسائط الإعلام لثقافة الرأسمالية. ويقول Popp أن هذا التعديل سيتضمن الإقرار بأن الرؤى الجماهيرية لماهية المجتمع وطريقة تنظيمه تتشكل في ظل ثقافة اقتصادية قابلة للتغيير أو كاستجابة لتلك الثقافة، كما سيتضمن الإقرار بأن لحظات التضامن وما تعنيه بالنسبة لبناء المجموعات والهويات المجتمعية يتم اختبارها دائماً في بيئات مبنية بشكلها تدفق رأس المال.

ويوصي Popp بالتوفيق بين المفاهيم الرئيسية في فكر Jeffrey C. Alexander والذي رسخ لنظرية الفضاء المدني في عمله المنشور عام 2006، وبين مادية السياق الذي تعمل فيه وسائط الإعلام. فقد انتقد Alexander اعتبار مختلف المنظومات الاجتماعية مجرد منتجات للنظام الرأسمالي واقتصاديات السوق برغم وجود بعض تلك المنظومات قبل ظهور النظام الرأسمالي نفسه (مثل منظومات الأسرة والدين مثلاً)، واعتبر Alexander مثل تلك الادعاءات اختزالات وتشوهات فكرية يجب تنقيحها فهم الفضاء المدني منها ومن الأطر المادية لفهمه بشكل حقيقي. ولكن يشير Popp هنا لاختلاف منظومات ووسائط الإعلام عن تلك التركيبات الاجتماعية التي ذكرها Alexander حيث أن وسائط الإعلام في الحقيقة هي منتجات للأسواق الرأسمالية ولم تنشأ وتتطور إلا من بعد ظهور النظام الرأسمالي في القرن التاسع عشر، ثم واكبت تطوره في القرنين العشرين والحادي والعشرين. وبالتالي فإن

نزع السياق المادي والتساؤلات الخاصة بالسوق والتسليع والهيكلية ونظام الطبقات الاجتماعية والاقتصادية، وهو ما يدعو إليه Alexander باعتباره "ضوضاء" أو تشوهات، لا يؤدي لاتساق أو لفهم أكثر ثراءً لظاهرة وسائط الإعلام، وإنما يؤدي لخلق ماضٍ متخيل وُجدت فيه الرسائل الرمزية التي تنتقل عبر الوسائط خارج البنية التحتية التجارية والبيئة المبنية التي يشكلها تدفق رأس المال، وهو ماضٍ زائف وغير حقيقي. ويحذر Popp من أن باحثي تاريخ الإعلام لا يجب عليهم الوقوع في هذا الفخ، أو بناء تعميماتهم النظرية على مجتمع اليوم على افتراض هذا التاريخ المغلوط لنشأة وسائط الإعلام وتطورها دون الالتفات للسياق شديد المادية الذي يحكم عمليات الاتصال (Popp, p. 154).

وفي مثال على تلك المراجعات الفلسفية الأنطولوجية، يعيد (Malin, 2019) طرح أسئلة قديمة حول الطبيعة الأنطولوجية (ontological) للإعلام بين المادية والمعنى في دراسة بعنوان "مادية السياق: علم الأجزاء<sup>2</sup>، السلوك الاجتماعي، والطبيعة الأنطولوجية الضبابية للأشياء الإعلامية". فيبني الباحث على تعريفات فلسفية قديمة مثل مفهوم متناقضة سوريتوس (Soritos paradox) أو متناقضة التل والتي تساعد في تحديد الشيء الغامض (vague object) في طبيعة وجوده. ففي متناقضة التل، يتساءل الفيلسوف عما يعنيه وجود التل ككل عندما تتناقص الأجزاء. فنستطيع أن نأخذ الكثير من الرمل من التل الرملي قبل أن يكف عن الوجود كتل، ولكن يصعب تخيله كتل إذا لم يتبق إلا حبة رمل واحدة. وما بين التل الذي يحافظ على وجوده كتل، والتل الذي يكف عن أن يصبح تلاً، هناك منطقة رمادية واسعة لا يكون فيها التل ولا يتوقف عن الكينونة أيضاً وهو بالضبط ما يحدد الشيء أو الغرض الغامض. ويستخدم (Malin) هذا المنطلق الفلسفي ليعيد طرح السؤال القديم حول إذا ما كان الإعلام مادياً أو غير مادي، وهو السؤال الذي أخذ فيه الباحث البارز في مجال الإعلام Marshal McLuhan صف مادية الإعلام في الستينات حينما صك مقولته الشهيرة: "الوسيط هو الرسالة". ونعلم جميعاً النتائج النظرية لهذه المقولة والطريقة التي أثر بها هذا التصور على تطور البحث النظري في مجال تأثيرات الإعلام مثلاً. ولذلك يجب أن نأخذ مثل تلك المقاربات الفلسفية بجديّة لأن لها ترجمات عملية في تطور المجال المعرفي للإعلام والاتصال.

ويدعو (Malin) لتصور مفاهيمي للإعلام باعتباره يقع في مكان ما من المنتصف بين المادية على الصعيد الأول و التي يدعو إليها علماء الأنطولوجيا المتمركزة حول الأشياء (object oriented ontology) والتي تصنف الأشياء باعتبارها أشياء مادية فقط، وهو الاتجاه الذي، إذا طبق على الإعلام، سيعني إهمال السياق وإغفال شبكة العلاقات المعقدة التي يعمل الإعلام فيها ومن خلالها ويؤثر فيها،

<sup>2</sup> علم الأجزاء ترجمة لمصطلح "mereology" وهو علم دراسة العلاقات التجريدية بين الأجزاء والكل.

وبين المعني غير المادي على الصعيد الآخر وهو المبدأ الذي، إذا طبق على الإعلام، سيغفل حتمًا العواقب المادية لصناعة الإعلام والتي أشار إليها باحثين آخريين سبق الإشارة إليهم. فيرى (Malin) أن هذه الشبكة من العلاقات هي أجزاء لا تتجزأ من وجود الوسيط. ويصل (Malin) للتوازن الذي ينشده بين المادية والمعني غير المادي (aestheticism) من خلال النظر للإعلام باعتباره من الأشياء الغامضة كما يعرفها والتي توجد ماديًا، مثل تل الرمل، ولكن لا يمكن فهم وجودها هذا دون وساطة شبكة العلاقات التي تعطي هذا الوجود معناه.

وفي دراسة متسقة بعنوان "تجسيد الاتصال: الدفاع عن أنطولوجيا علائقية<sup>3</sup>"، يناقش الباحث (Cooren, 2018) التوتر بين الطبيعة المادية والسياقية (العلائقية) لظاهرة الاتصال وما يترتب على ذلك من وجود طريقتين لدراسة كل الموجودات: طريقة مجتمعية تركز على سياق العلاقات التي يقع فيها الموجود المشمول بالدراسة وتحدد هويته وتضمن استمرار وجوده، وطريقة مادية تركز على ما تتكون منه الموجودات وماهيتها وهو ما يدفعنا أيضًا بشكل حتمي بالإقرار بعلائقية (relationality) الموجودات أيضًا. وتدعونا حتمية الطبيعة العلائقية للموجودات، طبقًا للباحث، لتحليل الطرق المتعددة التي يشكل بها الاتصال عالمنا، ويظهر لنا عند تطبيق هذا التصور أن البشر أنفسهم وسائط تستخدمها الموجودات جميعها للاتصال بما يتضمن السياسات والأيدلوجيات والمشاعر والمواقف والمنظمات والأشخاص الآخرين والنظم البيئية. ويذكرنا هذا التحليل من الباحث بتقليد البنيوية الماركسية وتركيزها على مادية الأيدلوجيا التي لا تستطيع الوجود إلا من خلال الأغراض المادية التي تخدم وجودها، وأجساد البشر التي تتجسد فيها الأيدلوجيات وتتواصل عبرها لبناء المجتمعات على نسق أيدلوجي بعينه (Althusser, 2014).

وينتهي الباحث في المقال لأن القوة والسلطة هي أمور متعلقة بالاتصال بالأساس، لأن وجودها يعتمد بالكامل على قدرتها على التعبير عن نفسها في أي مجتمع من خلال وسائط اتصالية تمتد لتشمل المباني والوثائق والتقنيات، بل والأجساد والجوش أحيانًا، وهو التحليل الذي يتفق فيه الباحث مع (Beniger, 1992). ويستنتج الباحث أن استعراض القوة وامتلاك السيطرة يتكون من مضاعفة العلاقات التي تعبر عن وجود تلك القوة والسيطرة وهي العلاقات التي تتطلب وسيطًا لتوصيل محتواها بما يتضمن البشر أنفسهم ممن يصبحون وسائط للاتصال في هذه الحالة. ويرى الباحث أن تلك الوساطة هي أساس مسؤوليتنا الأخلاقية التي تتطلب وعيًا بالمحتوى الذي نقوم بالوساطة لمضاعفة العلاقات الضامنة لوجوده، وتحتم علينا أن نستطيع الدفاع عن هذا المحتوى.

<sup>3</sup> تجسيد مترجمة من "materializing" بمعنى تحويل الاتصال للمادية أو تحليله في نطاقه المادي، بينما علائقية مترجمة من relational بمعنى دراسة الظاهرة في سياق العلاقات من جانبها الاجتماعي والذي يحتم دراسة العلاقات التي تحدد سياق الظاهرة.

وكما يظهر من التحليلات السابقة، فهناك عواقب نظرية وعملية واضحة لإعادة طرح الأسئلة الفلسفية من هذا النوع، خاصة في ظل صعود مفاهيم الشبكية والوساطة. فتنترتب على رؤيتنا لمادية الإعلام أو بينية الإعلام بين المادية والمعنى غير المادي، طرح أسئلة عن علاقة وسائط الإعلام في شكلها المادي وغير المادي بأنماط الإنتاج والاستهلاك المادي والرمزي، وبوضعية وسائط الإعلام كمنظومة اجتماعية تفوق نطاق المادية، ولكنها تحتفظ بظهور مادي ملموس، في تراتبية القوى والهيمنة على الساحة الدولية.

ثالثاً: الاتجاه النقدي ونظريات الهيمنة وما بعد الاستعمار:

من أكبر القضايا في الاتجاه النقدي للعلوم الإنسانية كلها هو قضية هيمنة الغرب على النظام الدولي سواء الاقتصادي أو السياسي أو الثقافي، وهي الهيمنة التي تنسحب بالضرورة على إنتاج المعرفة الأكاديمية بما يتضمن مجال دراسات نظريات الإعلام. ويشترك العديد من الباحثين النقديين مع تلك الهيمنة باستخدام نظريات ما بعد الاستعمار والهيمنة للتشكيك في تقسيم المجال الأكاديمي لدراسات نظريات الإعلام، خاصة فيما يتعلق بمجالات التواصل من أجل التنمية والتواصل من أجل التغيير الاجتماعي والاستعمار الثقافي والإعلامي، وللتشكيك في الأصول التاريخية لنشأة بعض المفاهيم النظرية المؤسسة لدراسات الإعلام، والتفاعل مع طريقة عمل البحث الأكاديمي التي يرى بعض الباحثين أنها تعيد إنتاج الهيمنة باستمرار ولا تترك المجال مفتوحاً لمحاولات تفكيك الهيمنة وتقديم رؤى مخالفة أكثر مساواة وتمثيلاً.

وتكشف دراسة قام بها (Chakravartty, Kuo, Grubbs, & McIlwain, 2018) أن الباحثين الأكاديميين من خارج الجنس الأبيض (non-White) أقل تمثيلاً في معدلات النشر والاستشهاد وفي المواقع التحريرية لدراسات الاتصال والإعلام. ويصل الباحثون لهذه النتيجة عن طريق تحليل مضمون محوسب للتركيب العرقي لمؤلفي مثالات المجلات الدورية التابعة للـ National Communication Association و International Communication Association منذ 1990 وحتى 2016. ويستخدم الباحثون مقاربة نظرية لفكرة "العرق" تجمع ما بين دراسات العرق ودراسات الاستعمار لتحليل علاقات القوة بين الأبيض وغير الأبيض، حتى داخل المؤسسات الغربية نفسها، وهي المقاربة التي توسع من شمولية المفهوم ليشتمل تحليلات لثنائية العلاقات بين الأبيض وغير الأبيض، الغربي وغير الغربي، والمواطن والمهاجر (Chakravartty et al., 2015). وتكمن أهمية تلك الدراسة في تحكم ممارسات النشر والاستشهاد في إعادة إنتاج العنصرية المؤسسية في مختلف المجالات الأكاديمية، ولهذا فإن ثبوت التهميش مقلق بالنسبة لمستقبل المجال وما يعنيه معنى المعرفة التي تنتجها دراسات الاتصال والإعلام في سياقها الاجتماعي والسياسي والعالمي.

ووجد الباحثون أن نسبة المؤلفات التي كتبها الباحثون من غير البيض كانت قريبة من الصفر في بحوث العينة في بداية التسعينات، ثم زادت لنسبة 6% بنهاية التسعينات، ثم 12% بنهاية 2010، لتشمل 14% فقط من جملة الدراسات الأكاديمية المشمولة بالدراسة . وقد وجدت الدراسة أيضاً فجوة كبيرة في معدل الاستشهاد بالدراسات التي يكتبها الباحثون من الجنس الأبيض، في مقابل الدراسات التي يكتبها الباحثون من خارج الجنس الأبيض وهو مؤشر خطير نظراً لأهمية معدل الاستشهاد (citation) كمؤشر على حسن توزيع الدراسات المنشورة، وكمؤشر لقيمة العمل الأكاديمي وتقديره من المجتمع الأكاديمي ككل، ولما له من أثر على عقود الباحثين الأكاديميين وفرصهم في التثبيت في المؤسسات الجامعية وفرصهم المهنية بشكل عام. ويعني ذلك أن الفجوة في معدل الاستشهاد لها دور في إعادة إنتاج التركيب غير المتكافئ في المؤسسات العلمية المنتجة للمعرفة نفسها. وأخيراً، وجد الباحثون أن معدلات وطرق الاستشهاد تأخذ نمط الفصل العنصري حيث يميل الباحثون الأكاديميون للاستشهاد بباحثين أكاديميين آخرين من نفس مجموعاتهم العرقية (Chakravartty et al., pp. 259-260).

ولا يجد الباحثون حلاً لتلك المعضلة إلا بتحمل منتجي المعرفة الأكاديمية وأساتذة الجامعات مسؤولياتهم في تضمين المنظورات غير الغربية في إنتاجهم المعرفي، ومناهجهم التدريسية لتصبح الأجيال الجديدة أكثر دراية بالمنظورات البديلة للعالم والنظم الاقتصادية وتراتبية القوى لأننا عادة ما نستشهد بما نعرفه بالفعل.

تقترب تلك النتيجة من النداء الذي يوجهه (Wasserman, 2018) في مقال بعنوان "القوة، المعنى والجغرافيا السياسية" لنزع الطابع الغربي (-de westernization) وإنهاء الاستعمار الغربي لمجال البحث الأكاديمي في أخلاقيات الاتصال، بتضمين نظريات تم تطويرها خارج نطاق المعرفة الغربية بالأساس. لا ينفي ذلك إقرار Wasserman بالتحديات التي يواجهها الحديث عن التطوير النظري خارج الإطار المعرفي الغربي، مثل تهديد افتراضات "الجوهرية" (essentialism) أو افتراض اختلاف الآخر بشكل أكثر جذرية له علاقة بطبيعته، وهو التهديد الذي يواجه كل المدارس الفكرية القائمة على النسبية. ولذلك لا يدعو الباحث لتأسيس نظريات جديدة من الجنوب العالمي بالضرورة، وإنما للاشتباك مع النظريات الموجودة من موقع الجنوب العالمي وبنوه الباحث عن وجود "جنوب" في الشمال العالمي أيضاً باعتبار الجنوب العالمي موقع من هيكل، وعلاقات ومميزات القوة (Wasserman, p. 445).

ولعل تلك النصيحة ذات أهمية في إعادة النظر في طرق التدريس في الجامعات المصرية أيضاً، فلا تطوير للفكر النقدي دون منح الفرص للطلبة للإطلاع على، والاشتباك مع المحتوى المعرفي لمجال دراسات الاتصال والإعلام بشكل مباشر

يسمح بتطوير الفكر النقدي ويشجع المزيد من شباب الباحثين على الإسهام في إنتاج المعرفة الأكاديمية العالمية بدلاً من الاكتفاء باستهلاكها وتحليلها.

ويشرح (Sparks, 2018) بعضاً من الآثار العملية للهيمنة الغربية على مجال المعرفة الأكاديمية في الاتصال والإعلام، حيث يضرب مثلاً ببعض المقاييس المعيارية المعتادة والمفترض عموميتها بالنسبة للعالم كله، ففي هونج كونج مثلاً يمثل الموقف اليساري معاداة الديمقراطية ودعم الصين على عكس اليسار في الغرب الذي يميل نحو المزيد من التقدمية والديمقراطية. ومن هنا يمكن رؤية التعقيد الذي ينتج عن تطبيق تلك المقاييس المعيارية دون أن تكون عمومية في الحقيقة، بدلاً من تطوير مقاييس معيارية جديدة ذات طبيعة عمومية حقيقية مما يتطلب بالضرورة التوقف عن تعميم تجارب الغرب باعتباره العالم بأكمله. وينطلق (Sparks, 2018) من هذا الأساس ليشكك أيضاً في تعميم مفاهيم تحليلية مبنية على التجربة الغربية تسود مجال المعرفة الأكاديمي للاتصال والإعلام مثل الفرق بين الصحفيين المهنيين ممن يعملون في وسائل الإعلام التقليدي، وبين الاحترام الذي يحظون به والتقدير الذي يتمتع به عملهم بالمقارنة بالمحتوى الإعلامي الذي تتناقله وسائط الإعلام الرقمي غير المرتبطة بوسائل إعلام تقليدية، وهي تجربة غربية بالكامل تختلف جذرياً عن عمل الصحفي في النظم الشمولية مثلاً والذي قد لا ترتبط مفاهيم المهنية أو المعيارية أو التقدير بعمله على الإطلاق، كما قد لا تناسبه المقارنة فيما يتعلق بالمستوى الاقتصادي والاجتماعي مثلاً. ومن هذا المنطلق يدعو (Sparks) لمراجعة شاملة لنظريات الاتصال والإعلام التقليدي نظراً لقيام بعضها على فرضيات نظرية تتصل بشكل وثيق بتلك التعميمات الزائفة مما يعني أنها نظريات عفا عليها الزمن.

فقدم (Kumar & Parameswaran, 2018) دراسة بعنوان "رسم مسارات دراسات الاتصال والإعلام طبقاً لنظرية ما بعد الاستعمار"، ناقش فيها الباحثان القيمة المضافة التي قد تقدمها نظريات ما بعد الاستعمار في مجال الدراسة الأكاديمي الخاص بدراسات الاتصال والإعلام من حيث التزام نظرية ما بعد الاستعمار بفهم تراث الاستعمار التاريخي بآثاره الممتدة. ويتوقف المسار الذي ترسمه الدراسة في ثلاث محطات.

في المحطة الأولى: يجد الباحثان تبصراً في فهم "القوة الثقافية" على المستوى الدولي في سياقها التاريخي. فبمساعدة نظرية ما بعد الاستعمار، يمكن لدراسات الإعلام والاتصال فهم دوافع وسلوك المتلقين لمختلف أنواع المحتوى المهيمن (مثل أفلام هوليوود وبعض أنواع الموسيقى الغربية مثلاً) في سياق الهيمنة الثقافية والاقتصادية، بل واللغوية، الأكثر عمومية والتي ترتبط من حيث المنشأ ومن حيث منطلقات اللامساواة بحقبة الاستعمار وماتلاها من تشكيل للساحة الدولية بشكل يضمن إعادة إنتاج تلك الهيمنة. كما أن لتلك المقاربة أثراً إيجابياً على فهم المشهد الرقمي الحالي من زاوية اللامساواة في القدرة على خلق واستخدام التكنولوجيا، وخلق

واستخدام المعرفة. فتشكك تلك المقاربة في ادعاءات عمومية أو مساواة القدرة على خلق وتوصيل واستهلاك المحتوى الإعلامي، وتفيد في النظر لتلك القدرة باعتبارها "رأس مال ثقافي" يعاني من نفس المشكلات الهيكلية التي تميز أنماط اللامساواة والهيمنة، والتي تعيد إنتاج تلك الأنماط بنفس الطريقة التي يتم بها إعادة إنتاج اللامساواة والهيمنة الاقتصادية والسياسية (Kumar and Parameswaran, p. 350).

وفي المحطة الثانية: يرسم الباحثان حدود مقاربة جديدة لمفهوم "البديل" والذي يمكن البناء عليه لتفكيك هيمنة سياسات الهوية الخاصة بالحدثة الغربية. وفي هذه المحطة، يختار الباحثان التركيز على دراسات ما بعد الاستعمار النسوية (feminist post-colonial studies) كمثال على ما يمكن أن تقدمه النظرية لدراسات الاتصال والإعلام. ويستشهد المقال بعمل Laila Abu Lughud وهي الباحثة الأكاديمية التي اشتهرت بانتقاد بناء الهوية الغربية على أساس التركيز على "الاختلاف" أو مفهوم البديل (alterity) الخاص بالثقافات غير الغربية، خاصة الثقافة الإسلامية، وهو البناء الذي عادة ما يركز على وضع النساء في تلك المركبات الثقافية. فالهيمنة العالمية لمفاهيم "إنفاذ" النساء غير الغربيات من برائن ثقافاتهن الأصلية تساهم في بناء تفوق الهوية الغربية نفسها، وينعكس على التغطية الإعلامية الدولية لأحداث دولية ومحلية، وعلى خلق السرديات التي تعيد إنتاج فكرة الآخر ومن ثم تعزز مفاهيم التفوق والهيمنة الغربية (Kumar and Parameswaran, p. 352).

وفي المحطة الثالثة والأخيرة: ينتهي الباحثان لعدة اقتراحات بحثية لاستخدام نظرية ما بعد الاستعمار في الدراسة الأكاديمية للاتصال والإعلام، بما لا يغير من طبيعة النظرية ويخدم المشروع البيئي المقترح في الدراسة. وهنا يحذر الباحثان في تطوير البحث الأكاديمي في مجال الاتصال والإعلام من المنطلق النظري لمفاهيم ما بعد الاستعمار من عدة مشكلات مفاهيمية في نظرية ما بعد الاستعمار نفسها يمكن أن يرثها النشاط البحثي المقترح، مثل اختزال الاختلاف باعتباره طبيعة للآخر، والتركيز غير المتكافئ على بعض المناطق (مثل الهند) على حساب غيرها، وتهميش تجارب الاستعمار الاستيطاني، وضبابية اصطلاح "ما بعد" كعلامة زمنية (Kumar and Parameswaran, p. 355).

وفي مجال الاتصال للتنمية أو الاتصال من أجل التغيير الاجتماعي، وجدت الباحثة اتجاهًا لنقد الاتجاه بأكمله باعتباره جزء من الاستعمار الثقافي على المستوى العالمي، واتجاهًا مغيرًا يسعى لإعادة اكتشاف هذا المجال الفرعي بأكمله.

ففي دراسة قدمها (Mihelj & Stanyer, 2018) في المجلة الدورية Media, Culture & Society عام 2019 تحت عنوان "تطوير نظرية للإعلام، والاتصال

والتغيير الاجتماعي: نحو مقارنة إجرائية"، انتقد الباحثان تجزئة البحث في العلاقة بين الإعلام والاتصال والتغيير الاجتماعي في الكثير من المجالات الأكاديمية الرئيسية والفرعية مما يؤدي لعدم وجود لغة مشتركة أو أساليب قياس موحدة ويتسبب في انفصال التطورات النظرية في تلك المجالات المتنوعة وعدم قدرة الدارسين المهتمين على البناء لتطوير نظرية أو مقارنة أكثر شمولاً. وللاستجابة لهذا النقص، سعى الباحثان لتطوير تصنيف يفرق بين المقاربات التي تفسر دور الإعلام في التغيير الاجتماعي باعتباره فاعل أصيل في عمليات التغيير (agent of change)، وتلك التي تفسر دور الإعلام في التغيير الاجتماعي باعتباره بيئة حاضنة للتغيير (environment for change). ثم طبق الباحثان هذا التصنيف لتطوير خريطة لدراسات الإعلام المنشورة في خمس مجالات دورية كبيرة في مجال دراسات الاتصال منذ عام 1951 وحتى عام 2015 لتحديد اتجاهات البحث، ولرسم مخطط تمهيدي لمقاربة إجرائية من شأنها خلق لغة مفاهيمية موحدة وتمديد الجسور بين المجالات الأكاديمية الرئيسية والفرعية المهتمة بدراسة العلاقة بين الاتصال والإعلام والتغيير الاجتماعي (p. 483 Mihelj and Staney).

وينطوي التصنيف الذي طوره الباحثان على فروق أساسية بين المقاربة التي تفسر دور الإعلام كفاعل في التغيير، والمقاربة التي تفسره كبيئة حاضنة للتغيير. ففي الحالة الأولى، عند تصور الإعلام كفاعل في التغيير، عادة ما تركز البحوث والدراسات التي تتبنى تلك المقاربة على العمليات العامة التي يؤثر بها الإعلام والاتصال على التغيير الاجتماعي، مع تركيز محدود على محتوى وطبيعة تلك التغييرات الاجتماعية الناتجة عن تلك العمليات. على العكس، تركز الدراسات والبحوث التي تتبنى مقاربة الإعلام أو الاتصال كبيئة حاضنة للتغيير على تغييرات اجتماعية بعينها مثل حركات التحول الديمقراطي مثلاً، وتسعى تلك الدراسات لتفسير العمليات المحددة التي يساهم فيها الإعلام باعتباره بيئة حاضنة للتغيير، أو بيئة متأثرة بالتغيير (p. 485 Mihelj and Staney). ويفرق الباحثان بين تصور كل من تلك المقاربتين للعلاقة بين التغيير الاجتماعي وبين النظم الاجتماعية. فتصور الإعلام والاتصال كبيئة حاضنة أو متأثرة بالتغيير يركز دائماً على التغييرات الاجتماعية التي تضمنت تحولاً أساسياً في النظام الاجتماعي، كاستبدال المجتمعات التقليدية بالمجتمعات الحديثة أو حركات التحول الديمقراطي. بينما يركز تصور الإعلام والاتصال كفاعل في التغيير على عمليات تغيير متعددة العلاقات بالنظام الاجتماعي، فقد تكون تلك العمليات تحولات لشكل النظام الاجتماعي، أو تعيد إنتاجه. ويضرب الباحثان مثلاً بعملية التنشئة الاجتماعية (socialization) والتي يعد الإعلام فيها فاعلاً هاماً في التغيير، ولكن يصب هذا التغيير في اتجاه إعادة إنتاج الوضع القائم بدلاً من تغييره (p. 487 Mihelj and Staney). وقد وجد الباحثان أن المقاربة التي تتصور الإعلام كبيئة للتغيير أكثر انتشاراً في بحوث الاتصال والإعلام حيث مثلت 79% من إجمالي العينة (377 بحثاً).



ولاحظ الباحثان عدة اتجاهات في دراستهم لمقالات العينة، منها الانخفاض الشديد في البحث الأكاديمي فيما يتعلق بالأبعاد الاقتصادية للتغيير بعد 1985 (وتربط الباحثة بين هذا الانخفاض وبين صعود الليبرالية الجديدة في سياق العولمة - neoliberalism-)، وانحسار سرديات التغيير التكبير بعد عام 2000 مع صعود موازي في العودة لبحوث تأثيرات الإعلام.

وينطلق الباحثان من نتيجة الدراسة لاقتراح مقارنة إجرائية تبدأ من تصور المجتمع كعملية مستمرة يمثل فيها التغيير نفسه الحقيقة الأساسية في الحياة الاجتماعية، وتنتظر لهيكل المجتمع والنظام الاجتماعي كعوامل مؤقتة ومنتجات ثانوية للتغيير. بل يقترح الباحثان مقارنة إجرائية للبحث الأكاديمي في مجال تأثيرات الإعلام أيضاً حيث يمكن لمثل تلك المقارنة أن تحول الاهتمام من قرارات الجمهور ومواقفهم عند نقطة معينة أو في الاستجابة لحدث معين، لفهم التحولات التدريجية في مواقف الجمهور وانحيازاتهم وسلوكياتهم على المدى الطويل ( Mihelj and Stanyer, pp 496-497).

ويبرر الباحثان عن مقترحهم للمقارنة الإجرائية بقدرة تلك المقارنة على جمع المجالات الأكاديمية الرئيسية والفرعية، بل والمحدودة جغرافياً، في دراسة العلاقة بين الإعلام والاتصال والتغيير الاجتماعي عن طريق خلق صلات مفاهيمية تستطيع توفير مظلة موحدة، كلغة مشتركة يستطيع الجميع استخدامها للتغلب على التشطي في مجال البحث الأكاديمي في هذه القضايا. كما تستطيع تلك المقارنة، طبقاً للباحثين، تجسير الفجوة بين الدراسات على المستوى الجزئي (microlevel) والتي تركز على التقنيات والمحتوى وتصور الإعلام بوصفه فاعل في التغيير، والدراسات على المستوى الكلي (macrolevel) التي تتصور الإعلام بوصفه بيئة للتغيير. كما تقوم تلك المقارنة بتمديد الجسور أيضاً بين الدراسات التي تركز على دور الاتصال والإعلام في إعادة إنتاج الوضع القائم، وتلك التي تركز على دور الاتصال والإعلام في التحولات الاجتماعية. ولعل السبب الأكثر أهمية الذي يستشهد به الباحثان هو أن المقارنة الإجرائية مناسبة أكثر للبيئة الإعلامية مطردة التغيير بسبب عدم تركيزها على المخرجات والنتائج، وتركيزها بدلاً من ذلك على كيفية حدوث التغيير ومنطق عمليات هذا التغيير وإجراءاته (Mihelj & Stanyer, p 498).

وترتبط تحليلات الهيمنة وتطبيقات نظرية ما بعد الاستعمار في الدراسة النقدية لكل العلوم الاجتماعية بتفسير أنماط اللامساواة وقدرة الأنظمة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية المهيمنة (مثل نظم الأبوية والرأسمالية الجديدة ونموذج الدولة الحديثة) على إعادة إنتاج نفسها على الساحات القومية والدولية بلا نهاية. ولذلك كان منطقياً أن ترتبط دراسات الهيمنة في دراسات نظريات الإعلام بتحليل لأنماط اللامساواة الموجودة في إنتاج واستهلاك المعرفة الأكاديمية كما ظهر من تحليل الدراسات

السابقة، وأيضًا أنماط اللامساواة الموجودة في إنتاج واستهلاك وسائط الإعلام والمحتوى الإعلامي.

وفي هذا السياق دعت (Reid, 2017) لإعادة تعريف مفهوم حرية الإعلام كنقطة بداية لصياغة نظريات للإعلام تناسب ما أطلقت عليه "الأزمة الدولية للامساواة" (Reid, p. 78). وتقتصر Reid في هذا الصدد تفكيك المفهوم التقليدي لحرية الإعلام على أنها حرية صانعي المحتوى الإعلامي في صناعة المحتوى وتوزيعه، لبتضمن المفهوم الجديد ثلاث جوانب أولها يتعلق بحرية صناعة الإعلام وحرية التعبير، وثانيها هو حرية الحصول على الرسالة الإعلامية والقدرة على الوصول لوسائط الإعلام مما يتعلق بالبنية التحتية للصناعة ويكشف علاقات اللامساواة في الحق في المعرفة بشكل أكثر وضوحًا، وثالثها هو حرية المتلقين والمستخدمين على اختيار المحتوى والرسائل الإعلامية وهو ما يتعلق بحرية المستخدمين في إنتاج المحتوى الإعلامي.

ومن هنا نستطيع الانتقال للسمة الثالثة في ملامح الدراسات النقدية المعاصرة والتي ترتبط بتفسير دور وسائط واستخدام الإعلام بترانزية القوى والنظام الاقتصادي الدولي وإنتاج نماذج من الذاتية (أو تصور الأفراد لذواتهم Subjectivity) والتي تتوافق مع إعادة إنتاج السياق الهيكلي الذي تحدث فيه عمليات الإعلام.

#### رابعًا: الإعلام وإعادة إنتاج السياق:

ركز العديد من الباحثين النقاد والتجريبيين أيضًا على الفشل النسبي لدراسات نظريات الإعلام في الاشتباك مع النظم الكلية (Macrolevel) التي تشكل السياق الذي تعمل فيه وسائط الإعلام، والتي تتأثر بعمل تلك الوسائط وتطورها أيضًا. وقد وجدت الباحثة تناميًا في الاتجاه البحثي النقدي الذي يشترك مع القوى المشكلة للسياق الكلي ويحلل تطورات البيئة الرقمية من منظور علاقات القوة وعلاقتها بعلاقات الاتصال الكلية، ويربط أنماط اللامساواة الاقتصادية والسياسية بأنماط متصاعدة من اللامساواة في إنتاج واستهلاك المعرفة، وفي إنتاج واستهلاك الإعلام.

ويرتبط تنامي هذا الاتجاه بتطورات بعينها في مجال البيئة الرقمية غير من شكل عمليات الاتصال الإعلامي المعروفة، فنتج البيئة الرقمية شيئًا فشيئًا إعادة إنتاج أنماط الهيمنة السياسية والاقتصادية الكلية، فنرى شركات تقنية كبرى تتضخم وتصبح أكثر قوة وسيطرة من دول بأكملها مثل Google و Facebook تتأرجح بين حدود نموذج الشركات الخاصة، وبين نموذج وسائط النشر والتحكم في المحتوى، وهي المعضلة القانونية التي تواجه الكثير من نشطاء الحق في المعرفة وحرية تداول المعلومات، بل وحكومات تتأثر بعمل تلك الشركات. فعلى خلفية التدخل في الانتخابات الأمريكية والذي أصبح من أهم المواضيع في السياسة الداخلية الأمريكية على مدار الأعوام الثلاثة الأخيرة، ومع تنامي القلق حول انتشار المحتوى المحرض

على الأفيات في الغرب باستخدام وسائط الإعلام الرقمية، خضع ممثلو الشركات التقنية الكبرى لاستجوابات ومحاولات تنظيم قانونية تحد من سلطتهم على مواقع التواصل الاجتماعي التي يديرونها مما انعكس على الجدل الفكري حول التنافر البادي بين الحق في التعبير الذي تحاول تلك الشركات أن تصوغ دورها في ظلّه.

وبين التأثيرات التي يخلفها استخدام تلك الوسائط على النظم الكلية<sup>4</sup> كما يرتبط هذا الاتجاه النقدي أيضًا بطريقة عمل الوسائط الرقمية الجديدة نفسها والتي تتضمن اختراق خصوصية المستخدمين وجمع بياناتهم لأغراض التسويق وتنمية أنماط استهلاكية رأسمالية، وهو النمط الذي ارتبط أيضًا بالاختفاء التدريجي لمفهوم مجهولية الهوية في استخدام الوسائط الرقمية، مع تزايد مراقبة الشركات التقنية والمنصات الإعلامية الرقمية لمستخدمي الإنترنت، وتكوين ملفات تتنبأ بتفضيلاتهم وسلوكياتهم وأنماطهم الاستهلاكية بهدف تحقيق الربح.

ويقدم (Turow & Couldry, 2018) نظرة جديدة لمجال الاتصال في العصر الرقمي تتحدى الفهم التقليدي للإعلام في ظل ديناميكيات رأس المال، التي تولي الأولوية لخلق القيمة من البيانات بناءً على المراقبة المستمرة. ويقول الباحثان أنه بينما قد يستمر ارتباط مصطلح "وسائل الإعلام" بمفهوم توزيع السرديات، يجب على الباحثين الأكاديميين أن يبنوا على تصور نظري لالتقاء تقنيات نشر الرسائل مع تقنيات استخلاص وتحليل البيانات المتعلقة بالأغراض اليومية بشكل نموذجي في عصر الاستخدام الشخصي للهواتف المحمولة، وهو ما تحتمه تطورات صناعة الإعلانات ومعالجة البيانات. ويدعو الباحثان لمراجعة ثورية تعيد النظر بالكامل في حدود مجال دراسات الاتصال للاستجابة للنظام الاجتماعي والاقتصادي الجديد الذي يظهر من واقع حياتنا اليومية في عالمنا اليوم.

ويشرح الباحثان بعض تقنيات استخلاص البيانات أثناء استخدام وسائط الإعلام الرقمي، لتكوين ملفات شخصية عن المستخدمين وتصنيفهم كأكثر أو أقل قيمة بالنسبة للشركات والمسوقين، وهي العملية التي تحولت لصناعة متكاملة لا يمثل فيها المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله (مثل الأخبار أو الكوميديا أو الدراما أو غيره) سوى طعم لجذب المستخدمين وجمع البيانات عنهم. فتعلن قنوات الإعلام الرقمي عن أن قدرتها على استخلاص المعلومات حول مستهلكي المحتوى أعلى من أي وقت

<sup>4</sup> للمزيد، يمكن متابعة التغطية الصحفية لاستجوابات الكونجرس الأمريكي لممثلي الشركات التقنية الكبيرة:

Romm, Tony. "Apple, Amazon, Facebook and Google to Testify to Congress on Antitrust." *Tech Policy*, 9 July 2019, [https://www.washingtonpost.com/technology/2019/07/09/apple-amazon-facebook-google-testify-congress-antitrust/?noredirect=on&utm\\_term=.7b44b1dc5ec7](https://www.washingtonpost.com/technology/2019/07/09/apple-amazon-facebook-google-testify-congress-antitrust/?noredirect=on&utm_term=.7b44b1dc5ec7).

مضى فيما يتعلق بالعوامل الديموغرافية وأساليب الحياة وحتى علاقاتهم الشخصية. وهناك ثلاثة مستويات من جمع البيانات. على مستوى بيانات الطرف الأول، يتم جمع البيانات عن طريق معلومات التسجيل، وباستخدام ملفات الارتباط (cookies)، وملفات التتبع (tracking pixels)، وغيرها من أكواد البرمجة التي تتضمنها المواقع. أما مستوى بيانات الطرف الثاني، فيتم جمعها عندما يبيع الموقع أو التطبيق معلومات مستخدميه مباشرة للمعلنين. بينما تتوفر بيانات الطرف الثالث من خلال شركات متخصصة في جمع بيانات المستخدمين مثل Experian و Acxiom والتي تبيع بيانات المستخدمين مباشرة للمواقع أو المعلنين والمسوقين. ويتم تطبيق نماذج احصائية محوسبة تتنبأ بالسلوك الاستهلاكي للمستخدمين لاستهداف شعوب بأكملها، أو مجموعات أو حتى أفراد بعينهم على أساس قدرة تلك المواقع أو الشركات على تحقيق الربح من وراء استخدامهم للإنترنت أو استهلاكهم لمنتجات وخدمات بعينها (418-417 Turow & Coudry, pp).

ويتنبأ الباحثان بأهمية مجال البحث الأكاديمي في مجال الاتصال لفهم هذا المشهد المعقد بشكل حقيقي، فالزيادة المضطربة في إنتاج ومعالجة البيانات وخلق الملفات الشخصية للمستخدمين، على أساسها تعتمد على أنشطة مراقبة مستمرة يتنافر مجرد وجودها مع حقوق وحرريات أساسية لقيام واستمرار النظم الديمقراطية، بل ويمكن لتلك الأنشطة تقويض الثقة والشرعية التي تعتمد عليها المؤسسات الاقتصادية والسياسية والمدنية. ومن هنا ينبع تميز مجال دراسات الاتصال من حيث قدرته على استيعاب هذا التطور الخطير نظرًا لاشتماله على مفاهيم تتعلق بالاتصال الشخصي والمؤسسي وديناميكيات الصناعة، التي تحفز التغير في وسائط الإعلام، مما يمنح مجال دراسات الاتصال موقعًا متميزًا لإلقاء الضوء على تحول للنظام الاجتماعي، يدفعه التطور الاقتصادي بالأساس. ولكن، يحذر الباحثان من صعوبة تناول تلك الجوانب من صناعة البيانات بشكل نقدي نظرًا لاعتماد الشركات المهيمنة على تلك الصناعة على إعاقة قدرة الأفراد والمجموعات، بل وحتى المنظمين الحكوميين، على فهم أنشطة المراقبة التي يقومون بها فيما يتعلق بالإعلانات والتسويق واستخدام الإنترنت بشكل عام (422 Turow and Coudry, p).

وفي دراسة مبتكرة لنقطة عمياء في الدراسة النقدية للعلاقة بين الإعلام والنظام الرأسمالي الجديد، تستحضر (Gill & Kanai, 2018) مقارنة نسوية (feminist) تنظر للجانب العاطفي والنفسي للنظام الاقتصادي العالمي واستخدامه للخطاب القائم على النوع الاجتماعي لإعادة تعريف أكثر علاقات النساء حميمية بذواتهم وأجسادهم لتحويلهن من أشخاص متمتعين بالفردية لمستهلكين لمنتجات الرأسمالية الاقتصادية والثقافية والسياسية، وهي مهمة النظم الرأسمالية مع جميع الأفراد ممن يعيشون تحت مظلتها والهدف الذي لا يمكن تحقيقه دون استخدام وسائل الإعلام التقليدي والجديد على حد سواء. وفي ظل هيمنة رأس المال العالمي على الإعلام الرقمي بشكل هيكلي

يزداد وضوحًا كل يوم، يصبح البحث في العلاقة بين الرأسمالية والإعلام والذاتية (subjectivity) مهمًا للغاية.

ويصبح مهمًا هنا أن تستعرض الباحثة دراسة حالة كمثال على هذا المنحنى الذي تتخذه البيئة الرقمية نحو أنماط التسليع والهيمنة وسيطرة رأس المال، والكيفية التي يتحول بها الوعد الذي تضمنته ثورة الاتصالات في البداية لفتح مجال التعبير والمنافسة الاقتصادية بالتدرج لصورة رقمية من مجتمع اللامساواة خارج النطاق الرقمي. وبالرغم من عدم تفضيل الباحثة للركون لهيمنة الولايات المتحدة على مواضيع البحث، إلا أنه في تلك الحالة بالذات، كما كان الحال في حالة انتخابات Trump، يصبح التركيز على الولايات المتحدة ذو أهمية تحليلية خاصة، فهي الدولة الأم لمعظم الشركات التقنية الكبرى، وعليه فإن المعركة الفكرية والعملية الدائرة حول الحق في المعرفة واستخدام الوسائط الرقمية تتخذ من الولايات المتحدة مسرحًا لآب من تحليله إذا أردنا الفهم.

واختارت الباحثة أن تستعرض بشكل مبسط حالة الجدل القائم حول "حيادية الإنترنت" أو "Net Neutrality"، وهي القضية التي طرحها (Wu, 2003) حول تنبؤة بنشأة الخلاف بين المصالح الخاصة بمقدمي خدمة الإنترنت من جهة وبين حرية المستخدمين في الحصول على المعرفة وتحقيق الاستخدام الحر لوسائط الإعلام الرقمي، وقد أوصى Wu، وهو أستاذ في القانون اعلام في جامعة كولومبيا الأمريكية، بالآ يُمنح مقدمو خدمة الإنترنت أي سلطة على اختيار ما يصل للمستخدمين من بيانات، أو القدرة على التمييز في سرعة التصفح واستخدام الإنترنت الممنوحة لموقع أو منصة إعلامية أو محتوى في مقابل غيره. وقد تطورت قضية حيادية الإنترنت لتصبح مجالاً بحثياً صاعداً تتقاطع فيه مجالات المعرفة الاقتصادية والقانونية والسياسية بالإضافة لمجال دراسات الاتصال. فقد فاز عالم الاقتصاد Jean Tirole بجائزة نوبل في الاقتصاد عام 2014 عن أبحاثه في مجال العلاقة بين قوة السوق من جهة، وسياسات التنظيم من جهة أخرى، حيث قدم نموذجًا لأسواق المنصات، أو الأسواق ثنائية الأوجه، التي تجسد مفهوم وساطة الإعلام الرقمي في مجال التبادل السوقي (Kato, 2016) وهو مظهر آخر لاختراق وسائط الإعلام الرقمي لجميع مناحي الحياة الاجتماعية. ويتقاطع عمل Tirole مع تطورات الجدل حول حيادية الإنترنت من الناحية الاقتصادية، ويستخدم نمودجه للأسواق ثنائية الأوجه بكثرة في تحليلات المراكز البحثية السياسية حول أطراف عملية الاتصال الرقمي وحدود قدرة الدولة على تنظيم عمليات التبادل السوقي الذي يستخدم وسائط الإعلام الرقمي (Layton, 2014).

وقد وجه الرئيس الأمريكي السابق، Barack Obama، لجنة الاتصالات الفيدرالية (Federal Communication Commission- FCC) لوضع اللوائح المنظمة لضمان حيادية الإنترنت والرقابة على مقدمي خدمة الإنترنت للتأكد من أن

يظل الإنترنت مفتوحًا، ولو كان هذا الإنفتاح نسبيًا في ظل أنماط الهيمنة والمراقبة التي استعرضناها سابقًا. إلا أن الرئيس الأمريكي الحالي، Trump، بما يمثله من التماهي مع أصحاب المصالح الخاصة والشركات الأمريكية الكبرى، عين رئيسًا جديدًا للجنة ألغى كل ضمانات حيادية الإنترنت في العام الماضي.<sup>5\*</sup>

وفي مثال واضح لانعكاس تلك المعركة العملية للغاية على مجال البحث الأكاديمي، شهدت صفحات المجلة العلمية *International Journal of Communication* في عام 2017 سجلاً أكاديميًا بين عدد من الباحثين حول قضية حيادية الإنترنت، والقواعد المنظمة الجديدة للجنة الاتصالات الفيدرالية عكس اتجاه الدراسات النقدية حول فهم وسائط الإعلام في سياق النظم الاقتصادية والاجتماعية الكلية، كما ظهر فيه دور المواقف السياسية للباحثين ودور هيكلية مجال البحث الأكاديمي نفسه في إنتاج المعرفة الأكاديمية لنظريات الإعلام.

فنشر (Faulhaber, Singer, & Urschel, 2017) مقالاً يدافع عن قرار إلغاء قاعدة حيادية الإنترنت بدعوى عدم تطبيق اللجنة الفيدرالية للاتصالات تحليلات اقتصادية توازن بين المنفعة والتكلفة (cost-benefit analysis) في تبنيها السابق لحيادية الإنترنت. وجاء إصرار الباحثين على غياب التحليل الاقتصادي كذريعة لتحرير شركات الاتصالات من قواعد الحيادية كمثل على التنظير الأكاديمي رأس المالي النموذجي في معظم وقائع الجدل الأكاديمي حول التنافر بين حقوق المستهلكين وحقوق الشركات، وبين الرأسمالية كنظام اقتصادي وحقوق الأفراد بشكل عام. وجاء الرد على المقال السابق من (Pooley & Winseck, 2017) على صفحات نفس الدورية حيث دفعوا في دراستهم بانتماء باحثي المقال الأول لمجموعة مناصرة ممولة من شبكات المصالح الخاصة بشركات الاتصال الكبرى، كما شككوا في فرضية غياب التحليل الاقتصادي وساقوا الأدلة على وجود مثل هذه التحليلات في تبرير قرارات اللجنة السابقة باعتماد قواعد حيادية الإنترنت كما أوضحوا أن التحليل الاقتصادي لأهمية تلك القرارات جاء بنتائج مختلطة لا تدعم جانب شركات الاتصال الكبرى بالكامل، وانتهوا إلى إعادة قراءة الجدل من وجهة نظر معيارية تتعلق بالحق في التعبير وإعادة صياغة السؤال من: كيف نربح المزيد من المال؟ في مقابل من يملك الحق في السيطرة على أشكال التعبير المختلفة وإذا كان أخلاقياً أو معقولاً أن نُترك مثل تلك السلطة الهائلة في يد شركات يدفعها الربح. ومن اللافت للإنتباه تركيز الباحثين هنا أيضاً على أثر المقال الأول خارج نطاق البحث الأكاديمي حيث كثيراً ما

<sup>5\*</sup> للمزيد من المعلومات، يمكن متابعة التغطية الصحفية المتعلقة بتطورات الأمر في اللجنة الفيدرالية للاتصالات:

Pegoraro, Rob. "The FCC Said Repealing Net-Neutrality Rules Would Help Consumers: It Hasn't." *Yahoo Finance*, 12 June 2019, <https://finance.yahoo.com/news/net-neutrality-fcc-184307416.html>.

استشهد رئيس لجنة الاتصالات الفيدرالية الجديد، Ajit Pai، بالمقال الأول في تبرير قراره بإلغاء قواعد حيادية الإنترنت.

ويظهر من دراسة الحالة السابقة أهمية الدراسة النقدية لحدود التفاعل بين الإعلام والنظم الاقتصادية والسياسية التي تشكل السياق الذي يعمل فيه الإعلام، فلا تختلف وسائط الإعلام الرقمي عن نظيرتها التقليدية في طبيعتها السوقية والاقتصادية، ولا في قدرتها على ممارسة تأثيرات لحراسة البوابة أو تقييد قدرة الأفراد على التعبير وتحصيل المعرفة أو إنتاجها، إلا أنها تختلف في كونها مجالاً أكثر خصوبة للمراقبة، وفي طبيعة مواقع التواصل الاجتماعي الوسيطة للحياة مما يوسع فرص إعادة إنتاج علاقات القوة في المجتمعات الصغيرة والكبيرة على حد سواء.

### خاتمة:

#### رؤية مستقبلية لاتجاهات الدراسات الحديثة في نظريات الإعلام

أظهر تحليل العينة وجود اتجاه للتجديد النظري، إما بتثوير مفاهيم النظريات التقليدية، وخاصة نظريات التأثير الإعلامي، أو بتطبيق مناهج بحثية جديدة تناسب البيئة الإعلامية المتغيرة، مثل التحليل الشبكي، أو بتطبيق نظريات من علوم إنسانية أخرى مثل نظريات علم النفس وعلم الاجتماع، أو بابتكار مقاربات نظرية جديدة.

فقد قام (Stephens et al., 2017) بدراسة لتطوير مقاربة نظرية تأسيسية لقياس "زيادة التدفق في المعلومات"، طبقوا فيها الـ Q-methodology وهي منهجية تطبيق التحليل الإحصائي على نتائج أنشطة تجريبية ذاتية يقوم فيها أفراد العينة باستخدام الكروت لترتيب مفاهيم معينة على شبكة من التصورات، وهي المنهجية التي تجمع بين البحث الكيفي (لارتباطها بالتفاعل مع التصورات الفردية لأفراد العينة) وبين البحث الكمي الذي يطبق التحليل الإحصائي للنتائج. ومن خلال استغلال هذا المنهج لتحديد المنظورات الذاتية للأشخاص الذين يواجهون مشكلة تدفق عملية الاتصال، استطاع الباحثون تحديد سبعة أبعاد يتكون منها هذا المفهوم الجديد والذي يرتبط بشكل وثيق ببيئة الإعلام الرقمية، وهي: إعاقة جودة الرسالة، تعدد مصادر الإلهاء، استخدام العديد من تقنيات المعلومات والاتصالات، الضغط لإصدار القرارات، الشعور بالمسؤولية عن الرد والاستجابة، تكديس المعلومات، وتكدس الرسائل. وبناء على هذا النموذج يمكن للبحوث المستقبلية العمل على التوسع في هذا الإطار النظري من خلال فحص الدور الذي تلعبه الخبرة في سياق معين لإدارة التدفق الزائد للمعلومات، وأثر زيادة التدفق على استخدام الإعلام وعواقبه باختلاف العوامل الذاتية.

وبينما يوضح المثال السابق محاولات التطوير النظري للاستجابة لأسئلة جديدة طرحها بيئة الإعلام الرقمي، فهناك محاولات أخرى تعيد استقراء الأسس النظرية لدراسات الإعلام بشكل يتجاوز الاتجاهات البحثية التي استعرضتها الباحثة في

المبحث الأول والثاني للوصول لأطر نظرية بديلة يمكن أن نفهم من خلالها تأثيرات الإعلام. ففي استجابة لمفاهيم الشبكية والوساطة والنقد المتنامي للتصور الخطي لتأثيرات الإعلام (سواء كانت أحادية أو ثنائية)، قام (Han & Lang, 2019) باقتراح نسق تحليلي بديل يستبدل هذا التصور الخطي في فهم تأثيرات الإعلام بالكامل. ويقترح الباحثان استبدال النموذج الخطي العام (General Linear Model- GLM)، بنظرية النظم الديناميكية (Dynamic System Theory- DST) وهي نظرية رياضية غير خطية، ويرى الباحثان أن هذا الاستبدال سيغير بشكل جذري الافتراضات البحثية، وأسئلة البحث، وسيؤدي لابتكار مقاربات جديدة تمامًا لتصميم الدراسات وجمع البيانات وتحليلها.

ورأى الباحثان أن قبول نموذج GLM وافترضاته وأدواته التحليلية الشائعة (مثل الإنحدار، تحليل التباين، نمذجة المعادلة الهيكلية والنمذجة متعددة المستويات)، يعني قبول فرضيات هذا النموذج فيما يتعلق بطبيعة العلاقة السببية وطبيعة المتغيرات البحثية. فمن الفرضيات الرئيسية لنموذج GLM افتراض خطية العلاقات بين المتغيرات، وافترض أن كل المتغيرات في أي نموذج موزعة بشكل طبيعي، وأن المتغيرات المستقلة غير مرتبطة، وأن التباين يتوزع بالتساوي عبر النطاق المتغير التابع. وعندما يتم جمع تلك الافتراضات الرياضية مع الافتراضات النظرية للنسق النظري المهيمن لتأثيرات وعمليات الإعلام، نجد أننا في الحقيقة نفترض أشياء معينة عن الناس وعن التغيير ليست حقيقية بالضرورة.

ويلاحظ الباحثان أنه بالرغم من زيادة تراكم الدراسات في نظريات الإعلام، إلا أن كل هذا البحث لم يُترجم في الوصول لمقاربة نظرية معممة أو حتى مجموعة من النتائج المتفق عليها، بدلاً من ذلك، لدينا تعدد في النظريات والدراسات عن العمليات والتأثيرات الإعلامية يمكن تلخيصها في مقولة يستشهد بها الباحثان: "الأمر نسبي ومعقد." ويفسر الباحثان هذا المشهد الفوضوي لدراسات نظريات الإعلام بأن السلوك الاتصالي البشري ليس خطياً أو مضافاً، وبالتالي فإن مجموع أجزائه لا يساوي الكل، فإذا كان الأمر كذلك ومازلنا نستخدم أداة تحليلية تصر على إنها لا تستطيع إلا أن تخبرنا بالدرجة التي يتصرف بها الآخرون كما لو كان مجموع الأجزاء يساوي الكل، فمصيرنا إلى الفشل.

أما نموذج الـ DST الذي يوصى الباحثون في هذه الدراسة باتباعه في بحوث الاتصال، فهو عبارة عن نظرية رياضية يمكن استخدامها لاختبار التنبؤات السببية حول التغيير في أي مجال من مجالات الدراسات الانسانية، فافتراضاته تتناقض مع نموذج الـ GLM وذلك من النواحي التالية:

أولاً : الـ DST من نظريات النظم، فالعوامل الخارجية يمكن أن تؤثر على سلوك النظام، ولذلك فإن البنية السببية لسلوك جزء من النظام تكون معروفة. ثانياً: لا



يفترض نموذج الـDST أن البشر مستقرون بالضرورة، بدلاً من ذلك يفترض أن الأنظمة تتغير بمرور الوقت، فالسلوكيات تتراوح بين مستقر للغاية (قابل للتغيير) إلى مستقر لحد يصعب تغييره، فأحد متطلبات كون النظام ديناميكي أنه لا يمكن أن يكون متوازن بشكل نشط. ثالثاً: لا يفترض الـDST تغييراً متناسباً في المتغيرات المستقلة والتابعة (الخطية) ولا يفترض الاختزال المرتبط بأن الكل يساوي مجموع الأجزاء، ولكنه يفترض عدم الخطية مما يعني إضافة أي أجزاء حتى يتوازن النظام. رابعاً: من الواضح أن نظام الـDST لا يتطلب متغيرات تابعة ذات تباين متساوي عبر مداها، لأن سلوك النظام في نموذج الـDST يفترض أنه متجزئ وليس متواصل ولا يحتوى على دليل على التغيير عن طريق متوسطات المجموعات.

ويرى الباحثان أن العملية الاتصالية الآن مناسبة جداً لتطبيق نظرية النظم الديناميكية (DST) لأنها تشمل تفاعل العديد من النظم، ومنها المنظومة السلوكية البشرية لكل فرد، والسياقات الهيكلية الكلية. فعلى الأقل، هناك القائمون بعملية الاتصال، موجودون كجزء من سياق كلي، ويتصرفون على مدى زمني. وعليه، ولأنها نظرية نظم، فأي تغيير في أي جزء من النظام يمكن أن يفقد لتغيير في سلوك النظام الكلي بشكل كفي (7.Han & Lang, p).

ولا يقترح الباحثان استخدام DST باعتباره إطاراً نظرياً جديداً لدراسة الاتصال، وإنما يقترحانه باعتباره إطاراً تحليلياً جديداً لدراسة التغيير والسببية، ويرى الباحثان أنه ليس على دارجي الإعلام والاتصال أن يتحولوا لخبراء في نماذج التحليل التابعة لـDST، وإنما يستطيعون اتخاذ مقاربات كيفية وإمبريقية حول طبيعة التغيير، وطبيعة نظم الاتصال، وطبيعة العلاقات بين المتغيرات تنتمي لافتراضات الـDST وتبتعد عن خطية نموذج GLM، وإن هذا وحده كاف لتغيير أسئلة البحث وتصميمه وتحليل بياناته واستخلاص نتائجه. فبدلاً من السؤال التقليدي: هل يتسبب س في ص؟ نصبح أمام مجموعة من الأسئلة الأكثر ثراءً عن ماهية النظام وتفاعل كل أجزائه.

#### ملاحظات للباحثة:

وبالرغم من تلك التحديثات النظرية، سواء التطوير في نظريات تأثيرات الإعلام، أو المنهجيات الجديدة المقترحة، أو الأطر التحليلية البديلة، إلا أن تحليل العينة يظهر للباحثة أن مازال هناك قصوراً كبيراً في فهم الإعلام في سياقه الأكبر والأعم. فأياً كان الشكل الذي تتخذه العلاقة بين أطراف عملية الاتصال الإعلامية (سواء خطياً أحادي الاتجاه، أو خطياً ثنائي الاتجاه، أو شبكياً مليوناً بالعقد والصلات المتشعبة ومتعددة الاتجاهات، أو ديناميكياً بالكامل يأبى على التصور البياني)، تظل وسائط الإعلام جزءاً من نظم اقتصادية وسياسية أثبت الوقت والتطور الحادث حتى الآن أنها قادرة على إنتاج نفس أشكال الهيمنة واللامساواة واختلال توازن القوى التي لم يفلح الإعلام في شكله التقليدي في إنهاؤها. ولكن فرصة الإعلام الرقمي أكبر في تغيير

المعادلة نظرًا لمفهوم الوساطة وتعدد أشكال التعبير الشخصي المتاح للمشاركة العامة وفرصة تكوين المجموعات الاجتماعية بشكل أوسع مما كان متاحًا من قبل. إلا أن دراسات العينة، وخاصة النقدي منها، يظهر بوضوح أن تلك المعركة بين الفرصة التي يستطيع الإعلام الرقمي أن يقويها، وبين التهديد الذي تمثله اتجاهات المراقبة والتسليع والهيمنة الرقمية الجديدة تمر بلحظة تاريخية فاصلة لا بد أن تلعب فيها دراسات نظريات الإعلام دورًا أكبر في التأسيس لتصورات أكثر تمثيلاً وأكثر انفتاحًا على إمكانيات التغيير.

ولعله من المهم أن نتوقف هنا قليلاً للتفكير في المشهد البحثي المصري، ولإستخلاص بعض الدروس المستفادة من الانفتاح الهائل لدراسات نظريات الإعلام في الخارج لبحث إمكانية كسر نموذج الهيمنة الغربية على فهمنا المصري والعربي للإعلام ودراساته. لم تكن الباحثة لتستطيع حتى الوصول لدراسات العينة دون أن تمتلك القدرة على دخول المكتبة الإلكترونية للجامعة الأمريكية، وهي مكتبة غير متاحة للجميع ويجب دفع مقابل مادي لاستخدامها مما يعكس عدم الإتاحة الذي انتقدته عدة دراسات تم استعراضها في المبحث الثاني. ويرتبط بعدم القدرة على الوصول للمعرفة بشكل حر ومفتوح عدم القدرة على إنتاج معرفة تمثل إنتاجًا حقيقيًا قد يساهم في تغيير المركزية الغربية في دراسات الإعلام النظرية. وتوصي الباحثة هنا بإيجاد طرق لإتاحة المكتبات وقواعد البيانات الأجنبية للطلبة المصريين، وتوفير تعليم اللغة الإنجليزية والترجمة في مناهج أقسام وكليات الإعلام بشكل أفضل ولمتخصصين في ذلك، وتدريب الأساتذة والمشرفين على استخدام المكتبات الإلكترونية وطرق الوصول لفرص النشر الإلكتروني في الدوريات العلمية المحكمة التي تحظى بالاحترام في المجال الأكاديمي لنقل تلك المعرفة للطلبة أيضًا.

على المدى الطويل، قد تساهم تلك الإجراءات في إثراء الدراسة النظرية للإعلام بالمزيد من المداخلات قد تساهم في النهاية في زحزحة الهيمنة الغربية على فهمنا الخاص للإعلام ولو قليلاً، ولكن لا يعني ذلك أو غيره من التطورات في المجال البحثي، والتي تهدف لتفكيك مختلف أشكال الهيمنة، أننا نشهد تحولاً نظرياً هيكلياً من نوع ما في دراسات الإعلام. فبالرغم من الانفجار الرقمي الذي يابى التوقف منذ بداية الألفية ويتطور بسرعة يصعب ملاحظتها أكاديمياً، وبالرغم من التغيرات السياسية الحادة التي يشهدها العالم بأجمعه، إلا أننا لسنا بصدد أن نفقد النسق النظري التقليدي لتأثيرات الإعلام في المجال الأكاديمي لسببين يلخصا رؤية الباحثة المستقبلية لتطور المعرفة الأكاديمية في دراسات نظريات الإعلام:

أولاً: بالرغم من عمر معظم نظريات تأثيرات الإعلام الذي يمتد عدة عقود ويبدأ من منتصف القرن الماضي، إلا إنها نظريات قيد التطور، تعيد تصور نفسها في البيئة الرقمية الجديدة وتضيف مفاهيم نظرية جديدة تسمح باستيعاب نسبي لتطورات المشهد الإعلامي والسياسي مثل الشبكية والوساطة. وتتوقع الباحثة أن يستمر الاتجاه للشبكية

والدينامكية في تغيير ما نعرفه عن نظريات التأثير دون أن نفقد تلك النظريات بالكامل.

ثانياً: البيئة الإعلامية الرقمية في طور التطور أيضاً، ولم نصل لأي استقرار في علاقة الإعلام الرقمي بالإعلام التقليدي والاتصال الشخصي بعد. كما أن العوامل الهيكلية المشكلة للسياق السياسي والاقتصادي لعمل وسائط الإعلام لم تحكم سيطرتها على المشهد بالكامل بعد، مما يفتح المجال أمام الكثير من الفرص للبناء على الاتجاهات النقدية الصاعدة والتي تسعى لربط دراسات نظريات الإعلام بسياق عمل الإعلام. وتتوقع الباحثة نموًا أكثر في اتجاه الدراسات النقدية لما له من ارتباط بالتحول المستمر في علاقة السياق بالإعلام، وعلاقة الإثنين بالذاتية وما يترتب عليها من أشكال مجتمعية مختلفة. ولكن تزايد الوعي بأهمية دراسة النظم الكلية (macrolevel) لن يعني أن نفقد نظريات التأثيرات أيضاً، فبينما يعيد السياق إنتاج نفسه ليحكم السيطرة على وسائط الإعلام الرقمي، يعني ذلك أن التأثيرات الإعلامية ذاتها التي وجدت في إطار وسائط الإعلام التقليدي ليست في طريقها للاختفاء كما كان يأمل البعض من مناصري حرية الحصول على المعرفة والمعلومات والمحتوى الإعلامي وإنتاجه. ربما يتغير فهمنا لتأثير وضع الأجندة ليصبح أكثر تعقيداً وليتخذ الشكل الشبكي، إلا أن التأثير نفسه لم يختف، حتى ولو تعقد مساره. ربما كنا نأمل أن يساهم تطور وسائط الإعلام الرقمي في اختفاء البوابات ومعها الحراس، إلا أنه بالرغم من تغير شكل البوابات والتحول الذي لحق بطرق عملها، وبالرغم من تطور فهمنا لمبدأ الحراسة، إلا أن البوابات لم تختف، كما لم يختف الحراس. وتبقى النظرية ما يبقى التأثير.

## قائمة المراجع:

- Achor, P. N., & Nnabuko, J. O. (2019). The Dual Role of Public Relations Practitioners in the Social Media Domain. *Canadian Journal of Communication, 44*, 5–24.
- Ahmed, S. (2017). News media, movies, and anti-Muslim prejudice: investigating the role of social contact. *Asian Journal of Communication, 27*(5), 536–553. <https://doi.org/10.1080/01292986.2017.1339720>
- Al-Azdee, M., & Metzgar, E. (2018). The Arab Spring: Beyond media effects. *Journal of Arab & Muslim Media Research, 11*(1), 3–23. [https://doi.org/10.1386/jammr.11.1.3\\_1](https://doi.org/10.1386/jammr.11.1.3_1)
- Althusser, L. (2014). *On the reproduction of capitalism: ideology and ideological state apparatuses*. *On the reproduction of capitalism: ideology and ideological state apparatuses*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ang, C. S., Abu Talib, M., Tan, K. A., Tan, J. P., & Yaacob, S. N. (2015). Understanding computer-mediated communication attributes and life satisfaction from the perspectives of uses and gratifications and self-determination. *Computers in Human Behavior, 49*, 20–29. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.037>
- Ang, P. H. (2018). Communicating with power in a volatile, uncertain, complex, and ambiguous world. *Journal of Communication, 68*(1), 1–5. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx010>
- Antoci, A., Bonelli, L., Paglieri, F., Reggiani, T., & Sabatini, F. (2019). Civility and trust in social media. *Journal of Economic Behavior and Organization, 160*, 83–99. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2019.02.026>
- Appiah, O. (2018). Cultural Voyeurism: A New Framework for Understanding Race, Ethnicity, and Mediated Intergroup Interaction. *Journal of Communication, 68*(2), 233–242. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx021>
- Arendt, F. (2015). Toward a Dose-Response Account of Media Priming. *Communication Research, 42*(8), 1089–1115. <https://doi.org/10.1177/0093650213482970>
- Atkin, D. J., Hunt, D. S., & Lin, C. A. (2015). Diffusion Theory in the New Media Environment: Toward an Integrated Technology Adoption Model. *Mass Communication and Society, 18*(5), 623–650. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1066014>
- Aubrey, J. S., Gamble, H., & Hahn, R. (2017). Empowered Sexual Objects? The Priming Influence of Self-Sexualization on Thoughts and Beliefs Related to Gender, Sex, and Power. *Western Journal of Communication, 81*(3), 362–384. <https://doi.org/10.1080/10570314.2016.1257822>
- Baek, T. H. (2017). The value of the third-person effect in theory building. *Review of Communication, 17*(2), 74–86. <https://doi.org/10.1080/15358593.2017.1295164>
- Bar-am, N. (1982). Book Reviews. *European Urology, 8*(6), 339–339. <https://doi.org/10.1159/000473552>
- Batorski, D., & Grzywińska, I. (2018). Three dimensions of the public sphere on Facebook. *Information Communication and Society, 21*(3), 356–374. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1281329>
- Bennett, W. L., & Pfetsch, B. (2018). Rethinking Political Communication in a

- Time of Disrupted Public Spheres. *Journal of Communication*, 68(2), 243–253.  
<https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>
- Bharali, B., & Goswami, A. L. (2018). Fake News: Credibility, Cultivation Syndrome and the New Age Media. *Media Watch*, 9(1), 118–130.  
<https://doi.org/10.15655/mw/2018/v9i1/49277>
- Bilandzic, H., Schnell, C., & Sukalla, F. (2019). The cultivation of idealistic moral expectations: The role of television exposure and narrative engageability. *Mass Communication and Society*, 0(00), 1–27.  
<https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1606247>
- Bingham, C. M. (2017). Talking about Twitch. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 135485651773697.  
<https://doi.org/10.1177/1354856517736974>
- Biscomb, K., & Matheson, H. (2019). Are the times changing enough? Print media trends across four decades. *International Review for the Sociology of Sport*, 54(3), 259–281. <https://doi.org/10.1177/1012690217716574>
- Bode, L. (2016). Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media. *Mass Communication and Society*, 19(1), 24–48.  
<https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1045149>
- Boukes, M. (2018). Agenda-Setting With Satire: How Political Satire Increased TTIP’s Saliency on the Public, Media, and Political Agenda. *Political Communication*, 00(00), 1–26. <https://doi.org/10.1080/10584609.2018.1498816>
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: a meta-analysis of current research. *Information Communication and Society*, 18(5), 524–538.  
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Bourdieu, P. (2000). Social Being, Time and the Sense of Existence. In *Pascalian Meditations* (p. 241).
- Bushman, B. J. (2018). Teaching Students About Violent Media Effects. *Teaching of Psychology*, 45(2), 200–206. <https://doi.org/10.1177/0098628318762936>
- Cacciatore, M. A., Scheufele, D. A., & Iyengar, S. (2016). The End of Framing as we Know it ... and the Future of Media Effects. *Mass Communication and Society*, 19(1), 7–23. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1068811>
- Camaj, L. (2018). Motivational Theories of Agenda-Setting Effects: An Information Selection and Processing Model of Attribute Agenda-Setting. *International Journal of Public Opinion Research*. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edy016>
- Cappella, J. N. (2017). Vectors into the Future of Mass and Interpersonal Communication Research: Big Data, Social Media, and Computational Social Science. *Human Communication Research*, 43(4), 545–558.  
<https://doi.org/10.1111/hcre.12114>
- Carlson, M., Robinson, S., Lewis, S. C., & Berkowitz, D. A. (2018). Journalism studies and its core commitments: The making of a communication field. *Journal of Communication*, 68(1), 6–25. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx006>
- Castelán Cargile, A. (2016). Can empathy improve concern for secondary group members? testing an emotionally engaging video intervention. *Communication Research Reports*, 33(3), 265–268. <https://doi.org/10.1080/08824096.2016.1186623>
- Ceron, A., & Memoli, V. (2015). Trust in Government and Media Slant: A Cross-Sectional Analysis of Media Effects in Twenty-Seven European Countries.

- International Journal of Press/Politics*, 20(3), 339–359.  
<https://doi.org/10.1177/1940161215572634>
- Chakravarty, P., Kuo, R., Grubbs, V., & McIlwain, C. (2018). #CommunicationSoWhite. *Journal of Communication*, 68(2), 254–266.  
<https://doi.org/10.1093/joc/jqy003>
- Cho, J., Ahmed, S., Keum, H., Choi, Y. J., & Lee, J. H. (2018). Influencing Myself: Self-Reinforcement Through Online Political Expression. *Communication Research*, 45(1), 83–111. <https://doi.org/10.1177/0093650216644020>
- Chow, R. M., & Knowles, E. D. (2016). Taking Race Off the Table: Agenda Setting and Support for Color-Blind Public Policy. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 42(1), 25–39. <https://doi.org/10.1177/0146167215611637>
- Christensen, M., & Nilsson, A. E. (2018). Media, Communication, and the Environment in Precarious Times. *Journal of Communication*, 68(2), 267–277.  
<https://doi.org/10.1093/joc/jqy004>
- Chung, M., Munno, G. J., & Moritz, B. (2015). Triggering participation: Exploring the effects of third-person and hostile media perceptions on online participation. *Computers in Human Behavior*, 53, 452–461.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.06.037>
- Coenen, L., & Van den Bulck, J. (2016). The Bricklayer Effect: How Accounting for Method Bias Affects First-Order Cultivation Relationships. *Mass Communication and Society*, 19(6), 782–799.  
<https://doi.org/10.1080/15205436.2016.1167915>
- Coenen, L., & Van Den Bulck, J. (2018). Reconceptualizing Cultivation: Implications for Testing Relationships Between Fiction Exposure and Self-Reported Alcohol Use Evaluations. *Media Psychology*, 21(4), 613–639.  
<https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1396227>
- Coenen, L., & Van den Bulck, J. (2018). The problem with our attitude: A meta-theoretical analysis of attitudinal media effects research. *Annals of the International Communication Association*, 42(1), 38–54.  
<https://doi.org/10.1080/23808985.2018.1425099>
- Conway-Silva, B. A., Filer, C. R., Kenski, K., & Tsetsi, E. (2018). Reassessing Twitter’s Agenda-Building Power: An Analysis of Intermedia Agenda-Setting Effects During the 2016 Presidential Primary Season. *Social Science Computer Review*, 36(4), 469–483. <https://doi.org/10.1177/0894439317715430>
- Cooren, F. (2018). Materializing Communication: Making the Case for a Relational Ontology. *Journal of Communication*, 68(2), 278–288.  
<https://doi.org/10.1093/joc/jqx014>
- Couldry, N. (2015). Social Media: Human Life. *Social Media and Society*, 1(1).  
<https://doi.org/10.1177/2056305115580336>
- Craig, R. T. (2018). For a Practical Discipline. *Journal of Communication*, 68(2), 289–297. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx013>
- D’Angelo, P., Lule, J., Neuman, W. R., Rodriguez, L., Dimitrova, D. V., & Carragee, K. M. (2019). Beyond Framing: A Forum for Framing Researchers. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 96(1), 12–30.  
<https://doi.org/10.1177/1077699018825004>
- Dahlberg, L. (2006). Computer-Mediated Communication and The Public Sphere: A

- Critical Analysis. *Journal of Computer-Mediated Communication*.  
<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2001.tb00137.x>
- Dahlgren, P. (2005). The internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication*.  
<https://doi.org/10.1080/10584600590933160>
- Detenber, B. H., & Rosenthal, S. (2018). Public Support for Censorship in a Highly Regulated Media Environment: The Influence of Self-Construal and Third-Person Perception over Time. *International Journal of Public Opinion Research*, 30(1), 1–23. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edw029>
- De la Cruz Paragas, F., & Lin, T. T. C. (2016). Organizing and reframing technological determinism. *New Media and Society*, 18(8), 1528–1546.  
<https://doi.org/10.1177/1461444814562156>
- Debord, G. (2002). *The society of the spectacle*. Hobgoblin Press.
- Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2016). Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 24(3–4), 261–277. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1095222>
- Du, J., Wang, C., Zhou, M., Xu, J., Fan, X., & Lei, S. (2018). Group trust, communication media, and interactivity: toward an integrated model of online collaborative learning. *Interactive Learning Environments*, 26(2), 273–286.  
<https://doi.org/10.1080/10494820.2017.1320565>
- Dvir-Gvirsman, S., Garrett, R. K., & Tsfati, Y. (2018). Why Do Partisan Audiences Participate? Perceived Public Opinion as the Mediating Mechanism. *Communication Research*, 45(1), 112–136. <https://doi.org/10.1177/0093650215593145>
- Dwyer, P. (2015). Theorizing media production: the poverty of political economy. *Media, Culture and Society*, 37(7), 988–1004.  
<https://doi.org/10.1177/0163443715591667>
- Eastin, M. S., Cicchirillo, V., & Mabry, A. (2015). Extending the Digital Divide Conversation: Examining the Knowledge Gap Through Media Expectancies. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 59(3), 416–437.  
<https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1054994>
- Elder, N. A. (2017). New Testament Media Criticism. *Currents in Biblical Research*, 15(3), 315–337. <https://doi.org/10.1177/1476993x15624644>
- 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), 27–48. <https://doi.org/10.1080/15213269.2015.1040126>
- Entman, R. M., & Usher, N. (2018). Framing in a Fractured Democracy: Impacts of Digital Technology on Ideology, Power and Cascading Network Activation. *Journal of Communication*, 68(2), 298–308. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx019>
- Ewoldsen, D. R. (2017). Introduction to the forum on the retirement of concepts. *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 83–84.  
<https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1289069>
- Faulhaber, G. R., Singer, H. J., & Urschel, A. H. (2017). The Curious Absence of economic analysis at the Federal Communications Commission: An agency in search of a mission. *International Journal of Communication*, 11(16), 1214–1233.
- Feezell, J. T. (2018). Agenda Setting through Social Media: The Importance of Incidental News Exposure and Social Filtering in the Digital Era. *Political Research*

- Quarterly*, 71(2), 482–494. <https://doi.org/10.1177/1065912917744895>
- Flanagin, A. J. (2017). Online Social Influence and the Convergence of Mass and Interpersonal Communication. *Human Communication Research*, 43(4), 450–463. <https://doi.org/10.1111/hcre.12116>
- Forecasting, C., & Economics, E. R. (1997). Book reviews, 13, 1996–1997.
- Fourie, P. J. (2017). Normative media theory in the digital media landscape: from media ethics to ethical communication. *Communicatio*, 43(2), 109–127. <https://doi.org/10.1080/02500167.2017.1331927>
- Frost-Arnold, K. (2016). Social Media, Trust, and the Epistemology of Prejudice. *Social Epistemology*, 30(5–6), 513–531. <https://doi.org/10.1080/02691728.2016.1213326>
- Fuchs, C. (2018). Henri Lefebvre's Theory of the Production of Space and the Critical Theory of Communication. *Communication Theory*, 29(2), 129–150. <https://doi.org/10.1093/ct/qty025>
- Fuchs, C., & Qiu, J. L. (2018). Ferments in the Field: Introductory Reflections on the Past, Present and Future of Communication Studies. *Journal of Communication*, 68(2), 219–232. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy008>
- Gainous, J., Abbott, J. P., & Wagner, K. M. (2019). Traditional Versus Internet Media in a Restricted Information Environment: How Trust in the Medium Matters. *Political Behavior*, 41(2), 401–422. <https://doi.org/10.1007/s11109-018-9456-6>
- Gallois, C., Watson, B. M., & Giles, H. (2018). Intergroup Communication: Identities and Effective Interactions. *Journal of Communication*, 68(2), 309–317. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx016>
- Geber, S., Scherer, H., & Hefner, D. (2016). Social capital in media societies: The impact of media use and media structures on social capital. *International Communication Gazette*, 78(6), 493–513. <https://doi.org/10.1177/1748048516640211>
- Gill, R., & Kanai, A. (2018). Mediating Neoliberal Capitalism: Affect, Subjectivity and Inequality. *Journal of Communication*, 68(2), 318–326. <https://doi.org/10.1093/joc/jqy002>
- Goldberg, G. (2014). Antisocial media: Digital dystopianism as a normative project. *New Media and Society*, 18(5), 784–799. <https://doi.org/10.1177/1461444814547165>
- Gray, M. L. (2015). Putting Social Media in Its Place: A Curatorial Theory for Media's Noisy Social Worlds. *Social Media and Society*, 1(1). <https://doi.org/10.1177/2056305115578683>
- Guo, L., & Vargo, C. (2015). The Power of Message Networks: A Big-Data Analysis of the Network Agenda Setting Model and Issue Ownership. *Mass Communication and Society*, 18(5), 557–576. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1045300>
- Guo, L., & Vargo, C. J. (2017). Global Intermedia Agenda Setting: A Big Data Analysis of International News Flow. *Journal of Communication*, 67(4), 499–520. <https://doi.org/10.1111/jcom.12311>
- Guzman, A. L. (2016). Evolution of News Frames during the 2011 Egyptian Revolution: Critical Discourse Analysis of Fox News and CNNs Framing of Protesters, Mubarak, and the Muslim Brotherhood. *Journalism and Mass*



- Communication Quarterly*, 93(1), 80–98.  
<https://doi.org/10.1177/1077699015606677>
- Han, J., & Lang, A. (2019). It's a journey: from media effects to dynamic systems. *Media Psychology*, 0(0), 1–21. <https://doi.org/10.1080/15213269.2019.1604236>
- Harcup, T. (2014). technological determinism. In *A Dictionary of Journalism*. : Oxford University Press,. Retrieved 28 Jul. 2019, from <https://www-oxfordreference-com.libproxy.aucegypt.edu/view/10.1093/acref/9780199646241.001.0001/acref-9780199646241-e-1347>.
- Harder, R. A., Sevenans, J., & Van Aelst, P. (2017). Intermedia Agenda Setting in the Social Media Age: How Traditional Players Dominate the News Agenda in Election Times. *International Journal of Press/Politics*, 22(3), 275–293. <https://doi.org/10.1177/1940161217704969>
- Helfer, L. (2016). Media Effects on Politicians: An Individual-Level Political Agenda-Setting Experiment. *International Journal of Press/Politics*, 21(2), 233–252. <https://doi.org/10.1177/1940161215627461>
- Hopmann, D. N., Shehata, A., & Strömbäck, J. (2015). Contagious Media Effects: How Media Use and Exposure to Game-Framed News Influence Media Trust. *Mass Communication and Society*, 18(6), 776–798. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1022190>
- Hwang, H., Kim, Y., & Kim, Y. (2018). Influence of Discussion Incivility on Deliberation: An Examination of the Mediating Role of Moral Indignation. *Communication Research*, 45(2), 213–240. <https://doi.org/10.1177/0093650215616861>
- Ikenberry, G. J., & Sunstein, C. (2010). Republic.com. *Foreign Affairs*. <https://doi.org/10.2307/20050172>
- Jamieson, T., & Van Belle, D. A. (2018). Agenda setting, localisation and the third-person effect: an experimental study of when news content will directly influence public demands for policy change. *Political Science*, 70(1), 58–91. <https://doi.org/10.1080/00323187.2018.1476029>
- Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in Human Behavior*, 80, 295–302. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.034>
- Jeffres, L. W. (2015). Mass Communication Theories in a Time of Changing Technologies. *Mass Communication and Society*, 18(5), 523–530. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1065652>
- Ji, S. W. (2018). The Internet and Changes in the Media Industry: A 5-Year Cross-National Examination of Media Industries for 51 Countries. *Journalism and Mass Communication Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/1077699018807914>
- Just, N., & Puppis, M. (2018). Moving beyond Self-Castigation: Let's Reinvigorate Communication Policy Research Now! *Journal of Communication*, 68(2), 327–336. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx012>
- Kahlor, L. A., Yang, Z. J., & Liang, M. C. (2018). Risky Politics: Applying the Planned Risk Information Seeking Model to the 2016 U.S. Presidential Election. *Mass Communication and Society*, 21(6), 697–719. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1498900>

- Kalwar, M. A. (2016). Comparing the Construction of Muslim and Non-Muslims in National Press : A Discourse Analysis of English Leading Newspapers. *China Media Research*, 12(1), 88–94.
- Karsay, K., & Schmuck, D. (2019). “Weak, Sad, and Lazy Fatties”: Adolescents’ Explicit and Implicit Weight Bias Following Exposure to Weight Loss Reality TV Shows. *Media Psychology*, 22(1), 60–81.  
<https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1396903>
- Kato, M. (2016). Jean Tirole, Nobel Prize Winner. *Review of Political Economy*, 28(1), 23–44. <https://doi.org/10.1080/09538259.2016.1089098>
- Katz, E., & Fialkoff, Y. (2017). Six concepts in search of retirement. *Annals of the International Communication Association*, 41(1), 86–91.  
<https://doi.org/10.1080/23808985.2017.1291280>
- Khoo, G. S. (2018). From Terror to Transcendence: Death Reflection Promotes Preferences for Human Drama. *Media Psychology*, 21(4), 719–749.  
<https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1338965>
- Kim, M., & Kim, C. (2018). Personality Basis for Partisan News Media Use: Openness to Experience and Consumption of Liberal News Media. *Mass Communication and Society*, 21(6), 814–833.  
<https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1506035>
- 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 and Electronic Media*, 60(3), 503–526.  
<https://doi.org/10.1080/08838151.2016.1164171>
- Kim, Y., & Hwang, H. (2018). When partisans see media coverage as hostile: the effect of uncivil online comments on hostile media effect. *Media Psychology*, 00(00), 1–22. <https://doi.org/10.1080/15213269.2018.1554492>
- Kligler-Vilenchik, N. (2017). Alternative citizenship models: Contextualizing new media and the new “good citizen.” *New Media and Society*, 19(11), 1887–1903.  
<https://doi.org/10.1177/1461444817713742>
- Kraidy, M. M. (2018). Global Media Studies: A Critical Agenda. *Journal of Communication*, 68(2), 337–346. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx024>
- Kumar, S., & Parameswaran, R. (2018). Charting an Itinerary for Postcolonial Communication and Media Studies. *Journal of Communication*, 68(2), 347–358.  
<https://doi.org/10.1093/joc/jqx025>
- Layton, R. (2014). What Nobel to Tirole means for FCC net neutrality rulemaking: Heed the wisdom and experience of two-sided markets. Retrieved from <http://www.aei.org/publication/nobel-tirole-means-fcc-net-neutrality-rulemaking-heed-wisdom-experience-two-sided-markets/>
- Lecheler, S., Bos, L., & Vliegenthart, R. (2015). The mediating role of emotions: News framing effects on opinions about immigration. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 92(4), 812–838.  
<https://doi.org/10.1177/1077699015596338>
- Ledbetter, A. M., Taylor, S. H., & Mazer, J. P. (2016). Enjoyment fosters media use frequency and determines its relational outcomes: Toward a synthesis of uses and gratifications theory and media multiplexity theory. *Computers in Human Behavior*, 54, 149–157. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.053>

- Lee, A. M., & Coleman, R. (2018). 'We' re more ethical than they are': Third-person and first-person perceptions of the ethical climate of American journalists. <https://doi.org/10.1177/1464884918778249>
- Lee, E. J., Kim, H. S., & Cho, J. (2017). How user comments affect news processing and reality perception: Activation and refutation of regional prejudice. *Communication Monographs*, 84(1), 75–93. <https://doi.org/10.1080/03637751.2016.1231334>
- Lewis, R. J., Roberts, D., Wu, J., & Choi, J. A. (2015). Regulatory Focus and Audience Morality: Examining Relationships Between Message Orientation and Moral Intuitions. *Communication Research Reports*, 32(1), 1–9. <https://doi.org/10.1080/08824096.2014.989968>
- Litschka. (2019). The Political Economy of Media Capabilities: The Capability Approach in Media Policy. *Journal of Information Policy*, 9, 63. <https://doi.org/10.5325/jinfopoli.9.2019.0063>
- Livio, O., & Cohen, J. (2018). 'Fool me once, shame on you': Direct personal experience and media trust. *Journalism*, 19(5), 684–698. <https://doi.org/10.1177/1464884916671331>
- Lo, V. H., Wei, R., & Lu, H. Y. (2017). Issue Importance, Third-Person Effects of Protest News, and Participation in Taiwan's Sunflower Movement. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 94(3), 682–702. <https://doi.org/10.1177/1077699016670122>
- Lund, R., Panda, S. M., & Dhal, M. P. (2016). Narrating spaces of inclusion and exclusion in research collaboration – researcher-gatekeeper dialogue. *Qualitative Research*, 16(3), 280–292. <https://doi.org/10.1177/1468794115611208>
- Luo, Y., Burley, H., Moe, A., & Sui, M. (2019). A Meta-Analysis of News Media's Public Agenda-Setting Effects, 1972-2015. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 96(1), 150–172. <https://doi.org/10.1177/1077699018804500>
- Magaudda, P., & Minniti, S. (2019). Retromedia-in-practice: A practice theory approach for rethinking old and new media technologies. *Convergence*, 1–21. <https://doi.org/10.1177/1354856519842805>
- Malin, B. J. (2019). Contextual Materialism: Mereology, Sociality and the Vague Ontology of Media Objects. *Communication Theory*, 29(2), 151–168. <https://doi.org/10.1093/ct/qty034>
- Maier, S. R. (2015). Compassion Fatigue and the Elusive Quest for Journalistic Impact: A Content and Reader-Metrics Analysis Assessing Audience Response. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 92(3), 700–722. <https://doi.org/10.1177/1077699015599660>
- Malin, B. J. (2019). Contextual Materialism: Mereology, Sociality and the Vague Ontology of Media Objects. *Communication Theory*, 29(2), 151–168. <https://doi.org/10.1093/ct/qty034>
- Manor, I., & Crilley, R. (2018). Visually framing the Gaza War of 2014: The Israel Ministry of Foreign Affairs on Twitter. *Media, War and Conflict*, 11(4), 369–391. <https://doi.org/10.1177/1750635218780564>
- Markoff, J. (2006, November 12). Entrepreneurs See a Web Guided by Common Sense. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2006/11/12/business/12web.html>

- Martins, N., Weaver, A. J., & Lynch, T. (2018). What the public “knows” about media effects research: The influence of news frames on perceived credibility and belief change. *Journal of Communication*, 68(1), 98–119. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx004>
- Matthes, J., & Beyer, A. (2017). Toward a Cognitive-Affective Process Model of Hostile Media Perceptions: A Multi-Country Structural Equation Modeling Approach. *Communication Research*, 44(8), 1075–1098. <https://doi.org/10.1177/0093650215594234>
- Matthes, J., Knoll, J., & von Sikorski, C. (2018). The “Spiral of Silence” Revisited: A Meta-Analysis on the Relationship Between Perceptions of Opinion Support and Political Opinion Expression. *Communication Research*, 45(1), 3–33. <https://doi.org/10.1177/0093650217745429>
- McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2014). New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*, 17(6), 781–802. <https://doi.org/10.1080/15205436.2014.964871>
- Mei, Z. (Sharon). (2019). An Asian paradigm of communication studies. *Asian Journal of Communication*, 29(2), 201–203. <https://doi.org/10.1080/01292986.2018.1540645>
- Mihelj, S., & Stanyer, J. (2018). Theorizing media, communication and social change: towards a processual approach. *Media, Culture and Society*. <https://doi.org/10.1177/0163443718810926>
- Molyneux, L. (2015). What journalists retweet: Opinion, humor, and brand development on Twitter. *Journalism*, 16(7), 920–935. <https://doi.org/10.1177/1464884914550135>
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2017). Television and the Cultivation of Authoritarianism: A Return Visit From an Unexpected Friend. *Journal of Communication*, 67(3), 424–444. <https://doi.org/10.1111/jcom.12297>
- Mir, I. A. (2017). Users on Social Network Sites—Flight from Reality and Its Effects on Acceptance of Social Network Advertising: A Gratification Perspective. *Journal of Creative Communications*, 12(2), 98–121. <https://doi.org/10.1177/0973258617708367>
- Morgan, M., Shanahan, J., & Signorielli, N. (2015). Yesterday’s New Cultivation, Tomorrow. *Mass Communication and Society*, 18(5), 674–699. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1072725>
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2017). Television and the Cultivation of Authoritarianism: A Return Visit From an Unexpected Friend. *Journal of Communication*, 67(3), 424–444. <https://doi.org/10.1111/jcom.12297>
- Morin, A. (2016). Framing Terror: The Strategies Newspapers Use to Frame an Act as Terror or Crime. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 93(4), 986–1005. <https://doi.org/10.1177/1077699016660720>
- Moy, P., & Murphy, J. (2016). Problems and prospects in survey research. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 93(1), 16–37. <https://doi.org/10.1177/1077699016631108>
- Müller, P., & Scherr, S. (2017). Reducing the Bias: How Perspective Taking Affects First- and Third-Person Perceptions of Media Influence. *Communication Research Reports*, 34(2), 134–142. <https://doi.org/10.1080/08824096.2017.1280453>

- Murdock, G. (2018). Media Materialities: For A Moral Economy of Machines. *Journal of Communication*, 68(2), 359–368. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx023>
- Nazione, S. (2016). An Investigation of First- versus Third-Person Risk Narrative Processing Through the Lens of the Heuristic-Systematic Model. *Communication Research Reports*, 33(2), 145–151. <https://doi.org/10.1080/08824096.2016.1155048>
- Neubaum, G., & Krämer, N. C. (2017). Opinion Climates in Social Media: Blending Mass and Interpersonal Communication. *Human Communication Research*, 43(4), 464–476. <https://doi.org/10.1111/hcre.12118>
- Neubaum, G., & Krämer, N. C. (2018). What Do We Fear? Expected Sanctions for Expressing Minority Opinions in Offline and Online Communication. *Communication Research*, 45(2), 139–164. <https://doi.org/10.1177/0093650215623837>
- Neuman, W. R. (2018). The Paradox of the Paradigm: An Important Gap in Media Effects Research. *Journal of Communication*, 68(2), 369–379. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx022>
- Ngai, E. W. T., Tao, S. S. C., & Moon, K. K. L. (2015). Social media research: Theories, constructs, and conceptual frameworks. *International Journal of Information Management*, 35(1), 33–44. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.09.004>
- Ödmark, S. (2018). Making news funny: Differences in news framing between journalists and comedians. *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884918820432>
- Oliver, M. B., Raney, A. A., Slater, M. D., Appel, M., Hartmann, T., Bartsch, A., ... Das, E. (2018). Self-transcendent Media Experiences: Taking Meaningful Media to a Higher Level. *Journal of Communication*, 68(2), 380–389. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx020>
- Papacharissi, Z. (2002). The virtual sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9–27. <https://doi.org/10.1177/14614440222226244>
- Pegoraro, R. (2019, June 12). The FCC said repealing net-neutrality rules would help consumers: It hasn't. *Yahoo Finance*. Retrieved from <https://finance.yahoo.com/news/net-neutrality-fcc-184307416.html>
- Peifer, J. T. (2018). Imitation as Flattery: How TV News Parody's Media Criticism Can Influence Perceived News Media Importance and Media Trust. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 95(3), 734–756. <https://doi.org/10.1177/1077699017713002>
- Perloff, R. M. (2015a). A Three-Decade Retrospective on the Hostile Media Effect. *Mass Communication and Society*, 18(6), 701–729. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1051234>
- Perloff, R. M. (2015b). 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), 538. <https://doi.org/10.1080/15205436.2014.946997>
- Pham, G. V., Shancer, M., & Nelson, M. R. (2019). Only other people post food photos on Facebook: Third-person perception of social media behavior and effects. *Computers in Human Behavior*, 93(August 2018), 129–140. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.11.026>
- Phua, J., Jin, S. V., & Kim, J. (Jay). (2017). Uses and gratifications of social

- networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*, 72, 115–122. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.041>
- Pingree, R. J., Stoycheff, E., Sui, M., & Peifer, J. T. (2018). Setting a Non-Agenda: Effects of a Perceived Lack of Problems in Recent News or Twitter. *Mass Communication and Society*, 21(5), 555–584. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1451543>
- Plesner, U., & Gulbrandsen, I. T. (2015). Strategy and new media: A research agenda. *Strategic Organization*, 13(2), 153–162. <https://doi.org/10.1177/1476127014567849>
- Pooley, J. D., & Winseck, D. (2017). A Curious tale of economics and common carriage (net neutrality) at the FCC: A Reply to Faulhaber, Singer, and Urschel. *International Journal of Communication*, 11, 2702–2733.
- Poor, N. (2006). Mechanisms of an Online Public Sphere: The Website Slashdot. *Journal of Computer-Mediated Communication*. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00241.x>
- Popp, R. K. (2015). Solidarity, media, and the limits of postcapitalist theory. *Journal of Communication Inquiry*, 39(2), 139–157. <https://doi.org/10.1177/0196859915579722>
- Post, S. (2018). Polarizing Communication as Media Effects on Antagonists. Understanding Communication in Conflicts in Digital Media Societies1. *Communication Theory*, 29(2), 213–235. <https://doi.org/10.1093/ct/qty022>
- Powell, T. E., Boomgaarden, H. G., De Swert, K., & de Vreese, C. H. (2018). Framing fast and slow: a dual processing account of multimodal framing effects. *Media Psychology*, 00(00), 1–29. <https://doi.org/10.1080/15213269.2018.1476891>
- Powell, T. E., Boomgaarden, H. G., De Swert, K., & de Vreese, C. H. (2015). A Clearer Picture: The Contribution of Visuals and Text to Framing Effects. *Journal of Communication*, 65(6), 997–1017. <https://doi.org/10.1111/jcom.12184>
- Qi, J., Monod, E., Fang, B., & Deng, S. (2018). Theories of Social Media: Philosophical Foundations. *Engineering*, 4(1), 94–102. <https://doi.org/10.1016/j.eng.2018.02.009>
- Rains, S. A., Levine, T. R., & Weber, R. (2018). Sixty years of quantitative communication research summarized: lessons from 149 meta-analyses. *Annals of the International Communication Association*, 42(2), 105–124. <https://doi.org/10.1080/23808985.2018.1446350>
- Ramasubramanian, S., & Martinez, A. R. (2017). News Framing of Obama, Racialized Scrutiny, and Symbolic Racism. *Howard Journal of Communications*, 28(1), 36–54. <https://doi.org/10.1080/10646175.2016.1235519>
- Ratcliff, A. J., McCarty, J., & Ritter, M. (2017). Religion and New Media: A Uses and Gratifications Approach. *Journal of Media and Religion*, 16(1), 15–26. <https://doi.org/10.1080/15348423.2017.1274589>
- Rathnayake, C., & Winter, J. S. (2017). Examining the Link Between Social Media Uses and Gratifications, and Political Tolerance and Dogmatism. *Policy and Internet*, 9(4), 444–466. <https://doi.org/10.1002/poi3.157>
- Reid, J. (2017). Counter-mythologising “media freedom”: including the audience in media freedom discourses and a new normative position for the global south.



- Communicatio*, 43(2), 74–92. <https://doi.org/10.1080/02500167.2017.1337648>
- Reynolds, C. (2019). Building Theory From Media Ideology: Coding for Power in Journalistic Discourse. *Journal of Communication Inquiry*, 43(1), 47–69. <https://doi.org/10.1177/0196859918774797>
- Rios, K., Goldberg, M. H., & Totton, R. R. (2018). An Informational Influence Perspective on (Non) conformity: Perceived Knowledgeability Increases Expression of Minority Opinions. *Communication Research*, 45(2), 241–260. <https://doi.org/10.1177/0093650217699935>
- Russell, F. M. (2019). The New Gatekeepers: An Institutional-level View of Silicon Valley and the Disruption of Journalism. *Journalism Studies*, 20(5), 631–648. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1412806>
- Saldaña, M., M. Cueva Chacón, L., & García-Perdomo, V. (2018). When Gaps Become HUUUUGE: Donald Trump and Beliefs About Immigration. *Mass Communication and Society*, 21(6), 785–813. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1504304>
- Sapienza, Z. S., Iyer, N., & Veenstra, A. S. (2015). Reading Lasswell’s Model of Communication Backward: Three Scholarly Misconceptions. *Mass Communication and Society*, 18(5), 599–622. <https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1063666>
- Savin, N., Kashirskikh, O., & Mavletova, A. (2018). Fragility of strong media effects in authoritarian environment (Evidence from Russia). *European Journal of Communication*, 33(5), 471–488. <https://doi.org/10.1177/0267323118775305>
- Scharrer, E., & Blackburn, G. (2018). Cultivating Conceptions of Masculinity: Television and Perceptions of Masculine Gender Role Norms. *Mass Communication and Society*, 21(2), 149–177. <https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1406118>
- Schmierbach, M. (2018). Media Theory and the 2016 Election. *Mass Communication and Society*, 21(6), 665–670. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1514827>
- Schmuck, D., Matthes, J., & Paul, F. H. (2017). Negative Stereotypical Portrayals of Muslims in Right-Wing Populist Campaigns: Perceived Discrimination, Social Identity Threats, and Hostility Among Young Muslim Adults. *Journal of Communication*, 67(4), 610–634. <https://doi.org/10.1111/jcom.12313>
- Schroeder, R. (2018). Towards a theory of digital media. *Information Communication and Society*, 21(3), 323–339. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1289231>
- Schwalbe, C. B., William Silcock, B., & Candello, E. (2015). Gatecheckers at the visual news stream: A new model for classic gatekeeping theory. *Journalism Practice*, 9(4), 465–483. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1030133>
- Shafi, A. (2017). Personal Experience Versus Media Coverage: Testing the Issue Obtrusiveness Condition of Agenda-Setting Theory in a Developing Country. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 94(4), 1056–1072. <https://doi.org/10.1177/1077699016669115>
- Shane, S., & Goel, V. (2017, September 7). Fake Russian Facebook Accounts Bought \$100,000 in Political Ads. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2017/09/06/technology/facebook-russian-political-ads.html?searchResultPosition=8>
- Shaw, A., & Hargittai, E. (2018). The pipeline of online participation Inequalities:

- The case of Wikipedia editing. *Journal of Communication*, 68(1), 143–168.  
<https://doi.org/10.1093/joc/jqx003>
- Shen, L., Palmer, J., Mercer Kollar, L. M., & Comer, S. (2015). A Social Comparison Explanation for the Third-Person Perception. *Communication Research*, 42(2), 260–280. <https://doi.org/10.1177/0093650212467644>
- Shen, L., Sun, Y., & Pan, Z. (2018). Not All Perceptual Gaps Were Created Equal: Explicating the Third-Person Perception (TPP) as a Cognitive Fallacy. *Mass Communication and Society*, 21(4), 399–424.  
<https://doi.org/10.1080/15205436.2017.1420194>
- Silva, D. E., Hutchens, M. J., Donaway, R. R., & Beam, M. A. (2018). 300 Million Clicks and Political Engagement via Facebook in the 2016 American Presidential Election: How Online Activity Changes Across Time and Sources. *Mass Communication and Society*, 21(6), 742–762.  
<https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1497660>
- Simons, J. J. P., & Green, M. C. (2018). Divisive Topics as Social Threats. *Communication Research*, 45(2), 165–187.  
<https://doi.org/10.1177/0093650216644025>
- Soublière, J. (2018). 10.5465/ambpp.2018.20.
- Sparks, C. (2018). Changing Concepts for a Changing World. *Journal of Communication*, 68(2), 390–398. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx026>
- Splichal, S., & Mance, B. (2018). Paradigm(s) Lost? Islands of Critical Media Research in Communication Journals. *Journal of Communication*, 68(2), 399–414.  
<https://doi.org/10.1093/joc/jqx018>
- Štěch, F. (2019). Narrative Theology, Revelation, and the Road towards a Theological Media Theory. *Theology Today*, 75(4), 420–433.  
<https://doi.org/10.1177/0040573618810376>
- Steensen, S., & Ahva, L. (2014). Theories of Journalism in a Digital age. *Digital Journalism*, 3(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.927984>
- Stephens, K. K., Mandhana, D. M., Kim, J. H. J., Li, X., Glowacki, E. M., & Cruz, I. (2017). Reconceptualizing Communication Overload and Building a Theoretical Foundation. *Communication Theory*, 27(3), 269–289.  
<https://doi.org/10.1111/comt.12116>
- Stephens, M., & Jarvis, S. E. (2016). The partisan affect of news seekers vs. gatekeepers: Linguistic differences in online vs. front-page news in campaign 2012. *Communication Research Reports*, 33(3), 275–280.  
<https://doi.org/10.1080/08824096.2016.1186626>
- Taylor, S. H., Ledbetter, A. M., & Mazer, J. P. (2017). Initial Specification and Empirical Test of Media Enjoyment Theory. *Communication Research*, 009365021774102. <https://doi.org/10.1177/0093650217741029>
- Tejkalová, A. N., de Beer, A. S., Berganza, R., Kalyango, Y., Amado, A., Ozolina, L., ... Masduki. (2017). In Media We Trust: Journalists and institutional trust perceptions in post-authoritarian and post-totalitarian countries. *Journalism Studies*, 18(5), 629–644. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1279026>
- Thayne, M., & West, A. (2019). ‘Doing’ media studies: The media lab as entangled media praxis. *Convergence*, 25(2), 186–208.  
<https://doi.org/10.1177/1354856519834960>



- Turow, J., & Couldry, N. (2018). Media as Data Extraction: Towards a New Map of a Transformed Communications Field. *Journal of Communication*, 68(2), 415–423. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx011>
- Valkenburg, P. M., Peter, J., & Walther, J. B. (2015). Media Effects: Theory and Research. *Annual Review of Psychology*, 67(1), 315–338. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033608>
- Van den Berg, J. A. (2017). Tweeting dignity: A practical theological reflection on Twitter's normative function. *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, 73(4), 1–7. <https://doi.org/10.4102/hts.v73i4.4626>
- van der Pas, D. J., van der Brug, W., & Vliegthart, R. (2017). Political Parallelism in Media and Political Agenda-Setting. *Political Communication*, 34(4), 491–510. <https://doi.org/10.1080/10584609.2016.1271374>
- Van Duyn, E., & Collier, J. (2019). Priming and Fake News: The Effects of Elite Discourse on Evaluations of News Media. *Mass Communication and Society*, 22(1), 29–48. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1511807>
- Van Swol, L. M., Braun, M. T., Acosta Lewis, E. E., Carlson, C. L., & Dimperio, G. (2018). Discussion of Shared Information Can Increase the Influence of Divergent Members. *Communication Research*, 45(2), 188–212. <https://doi.org/10.1177/0093650215609084>
- Vargo, C. J., & Guo, L. (2017). Networks, Big Data, and Intermedia Agenda Setting: An Analysis of Traditional, Partisan, and Emerging Online U.S. News. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 94(4), 1031–1055. <https://doi.org/10.1177/1077699016679976>
- Velasquez, A., & Quenette, A. M. (2018). Facilitating Social Media and Offline Political Engagement During Electoral Cycles: Using Social Cognitive Theory to Explain Political Action Among Hispanics and Latinos. *Mass Communication and Society*, 21(6), 763–784. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1484489>
- Vonbun, R., Königslöw, K. K. Von, & Schoenbach, K. (2016). Intermedia agenda-setting in a multimedia news environment. *Journalism*, 17(8), 1054–1073. <https://doi.org/10.1177/1464884915595475>
- Waisbord, S. (2018). Truth is What Happens to News: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism Studies*, 19(13), 1866–1878. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1492881>
- Walter, N., Cody, M. J., & Ball-Rokeach, S. J. (2018). The Ebb and Flow of Communication Research: Seven Decades of Publication Trends and Research Priorities. *Journal of Communication*, 68(2), 424–440. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx015>
- Walther, J. B. (2017). The Merger of Mass and Interpersonal Communication via New Media: Integrating Metaconstructs. *Human Communication Research*, 43(4), 559–572. <https://doi.org/10.1111/hcre.12122>
- Warner, B. R., Jennings, F. J., Bramlett, J. C., Coker, C. R., Reed, J. L., & Bolton, J. P. (2018). A Multimedia Analysis of Persuasion in the 2016 Presidential Election: Comparing the Unique and Complementary Effects of Political Comedy and Political Advertising. *Mass Communication and Society*, 21(6), 720–741. <https://doi.org/10.1080/15205436.2018.1472283>
- Warner-Søderholm, G., Bertsch, A., & Søderholm, A. (2018). Data on social media

use related to age, gender and trust constructs of integrity, competence, concern, benevolence and identification. *Data in Brief*, 18, 696–699.  
<https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.03.065>

Wasserman, H. (2018). Power, Meaning and Geopolitics: Ethics as an Entry Point for Global Communication Studies. *Journal of Communication*, 68(2), 441–451.  
<https://doi.org/10.1093/joc/jqy001>

Watson, B. R., & Cavanah, S. (2015). Community Information Needs: A Theory and Methodological Framework. *Mass Communication and Society*, 18(5), 651–673.  
<https://doi.org/10.1080/15205436.2015.1059948>

Welbers, K., van Atteveldt, W., Kleinnijenhuis, J., & Ruigrok, N. (2018). A Gatekeeper among Gatekeepers: News agency influence in print and online newspapers in the Netherlands. *Journalism Studies*, 19(3), 315–333.  
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1190663>

Wettstein, M., Esser, F., Schulz, A., Wirz, D. S., & Wirth, W. (2018). News Media as Gatekeepers, Critics, and Initiators of Populist Communication: How Journalists in Ten Countries Deal with the Populist Challenge. *International Journal of Press/Politics*, 23(4), 476–495. <https://doi.org/10.1177/1940161218785979>

Wise, D., & McLaughlin, B. (2016). In Media We Distrust. *Electronic News*, 10(2), 105–120. <https://doi.org/10.1177/1931243116647769>

Wu, T. (2003). Network Neutrality, Broadband Discrimination. *Telecommunication & High Technology Law*, 2, 141.

Yilmaz, G., & Quintero Johnson, J. M. (2016). Tweeting Facts, Facebooking Lives: The Influence of Language Use and Modality on Online Source Credibility. *Communication Research Reports*, 33(2), 137–144.  
<https://doi.org/10.1080/08824096.2016.1155047>

Ziani, A.-K., Elareshi, M., & Alrashid, M. (2017). Social Impact of Digital Media: Growth Pattern of Facebook in the Arab World. *Media Watch*, 8(2), 177–191.  
<https://doi.org/10.15655/mw/2017/v8i2/49011>

Zoizner, A., Sheafer, T., & Walgrave, S. (2017). How Politicians' Attitudes and Goals Moderate Political Agenda Setting by the Media. *International Journal of Press/Politics*, 22(4), 431–449. <https://doi.org/10.1177/1940161217723149>

Караштин, А. Н., Шлюгаев, Ю. В., Гуревич, А. В., Kim, Y., Hwang, H., Martins, N., ... Bushman, B. J. (2018). Beyond Framing: A Forum for Framing Researchers. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 33(1), 1054–1073.  
<https://doi.org/10.1093/joc/jqx010>