

نحو نظرية اتصالية في التوازن الوظيفي فرضيات جديدة في بيئة الإعلام الجديد

أ.د. حسن محمد حسن منصور*

الملخص:

اعتمدت الدراسة تحليل المستوى الثاني للنظريات والمفاهيم والدراسات ذات الصلة بموضوع الإعلام والتوازن الوظيفي المقابل للخلل الوظيفي في الأداء الإعلامي وعلاقته بمؤسسات المجتمع الأخرى، وقدمت نموذجاً وصفيًا معيارياً جديداً استند إلى أدبيات التربية الإعلامية الجديدة والمواطن الصحفي الاستقصائي .

وقدم النموذج تصورات نظرية للتقليل من الخلل الوظيفي لوسائل الإعلام (سواء كان ذلك الخلل تضليلاً أو قصوراً في أداء الوظائف) من ناحية، ومنع تغول المؤسسات والشخصيات السياسية والاقتصادية في المجتمع من ناحية أخرى، إضافة إلى الحد من احتكار الممارسة الإعلامية المؤثرة من فئة محدودة من المشاهير والمؤثرين.

ويسهم تحقيق الأهداف الثلاثة السابقة في تحقيق قدر من التوازن المجتمعي، وتصبح وسائل الإعلام التقليدية والجديدة قادرة على أداء وظائفها الإيجابية المتوقعة.

وتبرز أهمية النموذج المقترح في ظل تعقيدات الإعلام الجديد، ليساعد صانع القرار لاتخاذ القرارات العامة التي تهيء السبل للاقتراب من المعادلة التي يقترحها النموذج من جهة، ويفتح المجال أمام تساؤلات بحثية وفرضيات جديدة يمكن اختبارها في سياقات زمنية ومكانية مختلفة من جهة أخرى.

كلمات مفتاحية: التربية الإعلامية ، نظرية الاتصال، الوظائف الإعلامية ، الخلل الوظيفي

*أستاذ الإعلام بجامعة الملك سعود

يتقدم الباحث بالشكر والتقدير لكرسي الإعلام الجديد في جامعة الملك سعود لدعمه لهذا البحث

Toward a communication theory of functional balance - new hypotheses in the new media environment

Hassan Mohamed Monsour

This study uses a meta-analysis (a secondary analysis) of theories, concepts and studies related to the issue of media and the functional balance, as opposed to dysfunction in media performance and its relationship with other community institutions, to propose a descriptive normative model based on the literature of new media literacy and citizen investigative journalists.

The model provided theoretical visions to prevent a media tyranny on the one hand, and to prevent a tyranny of political and economic institutions and figures into society on the other hand, in addition to limiting the monopoly of influential media practice from a limited class of celebrities and influencers.

Achieving the previous three goals contributes to having a measure of societal balance, so that traditional and new media become able to perform their expected positive functions, and the percentage of dysfunction in media performance is expected to decrease.

The importance of the proposed model appears in light of the complexities of the new media; to help the decision-maker to make public decisions that prepare ways to approach the equation proposed by the model on the one hand, and to open the way to research questions and new hypotheses that can be tested in different temporal and spatial contexts on the other hand.

مقدمة:

التوازن الوظيفي Functional Balance مصطلح مستخدم في مجال الرعاية الصحية والتربية البدنية، للإشارة إلى التدريب على تعزيز وتحسين أنشطة الحياة اليومية وجودة الحياة، وتعزيز الاستقرار في حالات التغيير لحركات الجسد عند ارتداء أحذية عالية الكعب مثلا، ما يزيد من احتمال السقوط ، أو حالات إلتواء الكاحل أثناء ممارسة الرياضة، ولذلك يكون من المهم في هذه الحالة تطبيق تمارين التوازن الوظيفي لحركة الجسم.

وتتم الإشارة في هذا المجال إلى الخلل أو العجز الوظيفي functional deficits الذي يصيب عضو في الجسم نتيجة الحركة التي تفتقد للتوازن. (Azeem & Zutshi, 2017; Michell et al., 2006; Sompiya et al., 2019)

وقدمت بعض نماذج الاتصال تصورا للتوازن النفسي الذي يشير إلى حاجة الإنسان لأن تكون مشاعره واتجاهاته متفقة مع أفعاله، فالصراع الداخلي أو التناقض يتم بين الاتجاهات والسلوك ، فإذا كانت اتجاهات الفرد بأن تعاطي المخدرات ضار صحيا ، ولكنه يتعاطاها فإنه يكون حينها غير متوازن .

وفي هذا السياق قدمت نظريات ونماذج التوازن النفسي Balance Model مثل: نموذج هيدر (Heider, 1958) ونموذج ثيودور نيوكومب (Newcomb, 1953) ، ومفهوم الائتلاف أو التوافق لدى أسجود وتاننباوم (Osgood & Tannenbaum, 1963) ونظرية التعارض أو التناظر المعرفي التي قدمها ليون فستنجر. (Festinger, 1963) .

وهذه الدراسة لا تستهدف تسليط الضوء على التوازن من منظور تلك النماذج التي استندت إلى الجوانب النفسية للفرد، وإنما المقصود بالتوازن في هذه الدراسة التوازن الاجتماعي، وإن كان الأخير يؤثر بلاشك في التوازن النفسي الداخلي للفرد سلبا أو أيجابا.

وفي الدراسات الإنسانية والاجتماعية فإن النموذج التطوري Evolutionary Paradigm الذي تحددت ملامحه خلال السنوات الأولى التي أرست دعائم على الاجتماع يشير إلى أن المجتمعات تشبه الكائنات العضوية من حيث البناء والتطور، ومن حيث عمليات التغيير التي تحدث فيه.

وجاءت نظرية البنائية الوظيفية Structural Functionalism التي انطلقت من فكرة البناء المجتمعي كمصدر للاستقرار، وهي فكرة قديمة لأفلاطون الذي أشار إلى

أن المجتمع مثل الكائن العضوي له نظام من أجزاء مترابطة في توازن ديناميكي، وفي المجتمع المثالي الذي وصفه أفلاطون تقوم كل فئة من المشاركين في هيكل اجتماعي بإنجاز الأنشطة التي تساهم في تحقيق التناسق الاجتماعي العام. (مكاوي والسيد، 1998، ص ص 115-124)

ويركز التحليل الوظيفي Functional Analysis على توضيح المهام التي يسعى القائم بالاتصال لتحقيقها Functions والنتائج التي تحدث بدون أن يهدف إليها Dysfunctions، ويهتم مفهوم الوظيفية Functionalism بتحليل العلاقة بين النظام ككل Organism والوحدات المكونه له Organs . وترجع جذور المصطلح إلى علم البيولوجيا الذي يعتبر جسم الإنسان نظاما كليا يحتوي على مجموعة من الأعضاء يقوم كل عضو بدور مهم في حياة النظام ككل، ويتضمن مفهوم الوظيفية في النظام الاجتماعي مجموعة من الوحدات Units قد تكون فردا أو مؤسسة ، وتمارس مجموعة من الأنشطة ينتج عنها مجموعة من الوظائف وهي الآثار المرغوبة مثل تحقيق الترابط الاجتماعي ونقل التراث الحضاري، أو آثارا غير مرغوبة مثل زيادة القلق والاضطرابات. (رشتي، 1978، ص ص 198-204 ؛ مكاوي والسيد، 1998، ص ص 126-127)

واستنادا إلى النظرية البنائية الوظيفية، فإن وسائل الإعلام هي وحدات اجتماعية أو عناصر تؤدي عددا من الأنشطة المتكررة التي تحقق مجموعة من الوظائف الملبية لحاجات المجتمع، وتقوم العلاقة بين وسائل الإعلام وبقية النظم والوحدات الأخرى في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل لضمان استقرار المجتمع وتوازنه.

التساؤلات والمنهجية:

الملاحظ أن معظم الأدبيات السابقة في هذا المجال لم تنتبه إلى الفرق بين الاستقرار والتوازن، وجعلتهما بمعنى مترادف في إطار مفاهيم البنائية الوظيفية والنظريات المرتبطة بها كالاتحاد المتبادل بين وسائل الإعلام والأنظمة السياسية والاقتصادية الأخرى في المجتمع .

فهل الاستقرار يعني بالضرورة وجود توازن حقيقي في الوظائف التي تؤديها وحدات المجتمع السياسية والاقتصادية والإعلامية المختلفة؟ وهل يمكن أن يكون الاستقرار في المجتمع في ظل علاقة غير متوازنة بين وحدات المجتمع المختلفة ومنها وسائل الإعلام التقليدي والجديد؟ وكيف يمكن تحقيق التوازن الوظيفي للأداء الإعلامي في المجتمع؟

للوصول إلى إجابات علمية لهذه التساؤلات يلزم الإجابة على تساؤلات تمهيدية أخرى، مثل:

- ما الأطر النظرية والنماذج والمفاهيم التي تناولت وظيفة الإعلام في تحقيق الاستقرار والتوازن في المجتمع؟
- ما الرؤية التي يمكن أن تحقق قدرا من التوازن المجتمعي، وكيف يمكن الحد من الخلل الوظيفي الذي تتعدد مظاهره وتزداد تعقيدا في زمن الإعلام الجديد؟
- ما الفرضيات والتساؤلات الجديدة التي يمكن اختبارها في سياق هذا النموذج الجديد؟

تعتمد الدراسة على تحليل من المستوى الثاني للنظريات والمفاهيم والدراسات ذات الصلة بموضوع الإعلام والتوازن الوظيفي المقابل للخلل الوظيفي في الأداء الإعلامي وعلاقته بمؤسسات المجتمع الأخرى (السياسية والاقتصادية والثقافية) ، وتستهدف تقديم نموذج جديد يتناسب مع واقع الإعلام الرقمي ويستند إلى أدبيات التربية الإعلامية والمواطن الصحفي الاستقصائي.

أولا: وظائف الإعلام في المجتمع:

كان هارولد لاسويل (Lasswell, 1948) من أوائل من أشار إلى وظائف الاتصال في المجتمع بوضوح ، عندما حددها بمراقبة البيئة، وترابط أجزاء المجتمع، ونقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال.

وأوضح بول لازسفيد ، وروبرت ميرتون (Lazarsfeld & Merton, 1960) أن وسائل الإعلام تسهل عملية التشاور وتبادل الآراء في المجتمع لتأكيد شرعية الأوضاع السائدة Status Conferral إضافة إلى الحفاظ على المعايير الاجتماعية وتدعيمها Reaffirmation of Social Norms ثم أشارا إلى الخلل الوظيفي الذي قد تسببه وسائل الإعلام Narcotizing Dysfunction .

وأضاف تشارلز رايت (Wright, 1960) الترفيه كوظيفة رابعة، وأكد هارولد ميندلسون (Mendelsohn, 1966) على وظيفة خامسة، وهي التعبئة أو الدعاية السياسية والتجارية.

ولا تختلف كثيرا تلك الوظائف عن ما أكد عليه ولبور شرام (Schramm, 1964) عندما حدد ثلاثة وظائف للاتصال في الدول النامية بثلاث وظائف رئيسية وهي : مراقبة البيئة ، والوظيفة السياسية ، والتنشئة الاجتماعية.

وقدم دانيال ليرنر نظريته عن دور الاتصال في تحديث المجتمعات من خلال دراساته التي أجراها في منطقة الشرق الأوسط مطلع الخمسينيات من القرن الماضي (Lerner, 1958) ، موضحا أن زيادة استخدام وسائل الإعلام يزيد القدرة على التمسك

الوجداني Empathy بمعنى تصور الفرد نفسه في مواقف الآخرين، وأن انتشار تكنولوجيا الاتصال زاد من تطلعات الأفراد، وأن تلك التطلعات كانت غير قابلة للتحقق unachievable aspirations ، ونتج عن ذلك ما اعتبره ليرنر revolution of rising frustrations ثورة إحباط أو تدمير. (Lerner, 1963, pp.331-335)

وضمن إسهامات عديدة لعلماء الاجتماع والاتصال ، قدم إيفرت روجرز (Rogers, 1962) نظرية انتشار المستحدثات diffusion of innovations التي تشرح مراحل تبني الأفكار الجديدة على المستوى الفردي والمجتمعي، وتوضح آليات انتقال المجتمعات من المرحلة التقليدية إلى مرحلة التحديث.

وفي سياق النقد لنموذج انتشار المبتكرات تم التأكيد على أن الاتصال عامل مكمل للتحديث والتنمية، وأن الإعلام وحده لا يستطيع تحقيق التنمية إلا إذا كانت الظروف الاقتصادية والسياسية تسمح بذلك. (العبد، 2007، ص42)

وركز صمويل بيكر (Becker, 1992) على وظيفة وسائل الإعلام في خدمة النظام السياسي والاقتصادي Servicing the Economic and the Political System في المجتمع إضافة إلى وظائف وأدوار أخرى.

وأوضح بيكر أن كثيرا مما ذكره لاسويل، 1948 و لازرسفيلد وميرتون، 1960 عن وظائف الاتصال يمكن تصنيفها تحت فئة عامة هي خدمة النظام السياسي، وأن النظر في وظائف وسائل الاتصال تتطلب أن نفرق بين مستويات متعددة لتلك الوظائف ، وهي وظائف الاتصال للفرد مقابل الوظائف للمجتمع ، ووظائف المحتوى مقابل وظائف الوسيلة، والوظائف الظاهرة مقابل الوظائف الكامنة، والوظائف المقصودة وغير المقصودة (Becker & Roberts, 1992, pp.312- 315)

وأشار باحثون آخرون إلى وظائف أخرى، مثل : قيادة التغيير الاجتماعي ، وتقديم النماذج الإيجابية في الشؤون العامة والأدب والفنون والثقافة، والرقابة على مصالح المجتمع وأهدافه، والتعليم (مكاوي والسيد، 1998، ص75)

أما دينيس ماكويل (McQuail, 2010) فيشير إلى خمس وظائف، تتمثل في: نشر المعلومات والترابط المتبادل أو التماسك الاجتماعي، والاستمرارية في التواصل الاجتماعي بين الثقافات الفرعية داخل المجتمع، والترفيه والتعبئة في مختلف المجالات السياسية والحربية والاقتصادية والدينية.

ومن النماذج المبكرة التي تناولت وظائف الإعلام للمجتمع نموذج راي إلدون هايبيرت، وزملائه (Hiebert, et al, 1979) وهو نموذج لتحليل النظام الإعلامي Media System Paradigm يشير إلى ست وظائف تؤديها المؤسسات الإعلامية، هي: الإعلام والمعلومات، والتحليل والتفسير، والتعليم والتنشئة الاجتماعية، والإقناع

والعلاقات العامة، والإعلان، والترفيه، ثم تقوم هذه الوظائف بدورها في تغيير المجتمع، وتتأثر نشأة تلك النظم الإعلامية بعوامل عديدة، منها: خصائص المجتمع الجغرافية والمادية، ومستوى الكفاءات التقنية، والسمات الثقافية والظروف الاقتصادية والفلسفة السياسية السائدة في المجتمع. وبالمقابل فإن الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام تؤثر في تلك العوامل وتتأثر بها.

ويؤكد (عبدالحميد، 2004) على أهمية تفسير نموذج هايبرت وزملائه في إطار كل من نظريات البناء الوظيفي من جانب ونظريات الصراع الاجتماعي من جانب آخر، "لأنه يصلح مرشداً لتحليل النظم الإعلامية في المجتمعات المختلفة أكثر من كونه نموذجاً يحدد العلاقة بين النظم الإعلامية والنظم الاجتماعية في هذه المجتمعات." (ص209)

ويخلص دينيس ماكوين (McQuail, 2010) أهم أفكار النظرية الوظيفية لوسائل الإعلام بما يلي :

- وسائل الإعلام كمؤسسات تابعة للمجتمع.
 - وسائل الإعلام تؤدي مهاماً ضرورية تتمثل في الضبط والسيطرة والترابط order, control and cohesion
 - وسائل الإعلام ذات أهمية أيضاً لتحقيق التكيف والتغيير adaptation and change.
 - إدارة التوتر Management of tension .
- ووفقاً لنظرية الهيمنة والتبعية أيضاً فإن وسائل الإعلام تسعى لتحقيق الضبط الاجتماعي ولكن من خلال فرض اهتمامات النخبة والتأكيد على شرعية المؤسسات القائمة.

وإذا كانت البنائية الوظيفية ترى أن علاقة وسائل الإعلام بالمجتمع هي علاقة متوازنة تقوم على أساس الاعتماد المتبادل للمحافظة على توازن المجتمع واستقراره، فإن النظريات النقدية تؤكد أن وظيفة وسائل الإعلام هي فرض نفوذ ذوي السلطة في المجتمع ودعم الأوضاع القائمة، والترويج لاهتمامات النخب المهيمنة في المجتمع، والتغطية غير المتوازنة للعلاقات الاجتماعية، ولذلك لخص أحد رواد الاتجاه النقدي وهو ستيوارت هول دور وسائل الإعلام في المجتمع بالتركيز على فرض القبول Production of Consent وليس تجسيد الإجماع. (عبدالحميد، 2004، ص 215)

وأكدت كتابات رواد المدرسة النقدية عند الحديث عن الدور الثقافي لوسائل الإعلام أن وظيفة وسائل الإعلام هي دعم الهيمنة Hegemony لنوي النفوذ والنخبة في المجتمع (Hall, et al., 2005)

وفي إطار النظريات النقدية القريبة من الفكر الماركسي نجد أيضا أطروحات مدرسة فرانكفورت ونظرية الاقتصاد السياسي، وكلها قدمت الكثير من الأفكار والأطروحات لمحاولة تفسير دور وسائل الإعلام ووظيفتها في المجتمع.

ويشرح ميلفين دفلور وساندر روكيتش (DeFleur & Ball-Rokeach, 1989) علاقة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بنماذج الصراع والبناء الوظيفي، فوفقاً لنموذج البنائية الوظيفية فوسائل الإعلام كأنظمة اجتماعية جزء مكون للمجتمعات الحديثة وتربطها بالوحدات الاجتماعية الأخرى الاقتصادية والسياسية علاقة اعتماد متبادل، إلا أن هذا الاعتماد المتبادل ينتج عنه تعاون وصراع في آن واحد، فالتعاون من خلال تبادل المصالح يكفل درجة أكبر من الاستقرار في المجتمع، والاعتماد المتبادل أيضا ينتج ضغطاً وتوتراً وصراعاً قد يظل كامناً لفترات طويلة كما هو الحال بين وسائل الإعلام والمؤسسات السياسية في المجتمع. وعندما تكون العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم السياسي علاقة اعتماد متوازنة إلى حد ما، بمعنى أن كلا النظامين يعتمد على مصادر الآخر بنفس القدر، يزيد احتمال التعاون، ومع ذلك عندما يحصل أحد النظم على مزيد من مصادر القوة، فيكون الصراع أكثر احتمالاً من التعاون.

كان روكيتش وديفلور (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976) قد قدما نموذجا لعلاقة الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام ومؤسسات المجتمع الأخرى A Dependency Model of Mass-Media Effects، يشير إلى أن طبيعة العلاقة بين الجمهور والإعلام والمجتمع هي التي تحدد بشكل مباشر العديد من التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام على الناس والمجتمع، وأن اعتماد الجمهور على مصادر المعلومات من وسائل الإعلام كشرط تفاعلي رئيسي لتغيير معتقدات الجمهور أو سلوكه أو مشاعره.

ويفترض النموذج أن اعتماد الجمهور يكون مرتفعاً على وسائل الإعلام في المجتمعات التي يتم فيها تقديم المعلومات المركزية من خلال تلك الوسائل، وفي فترات التغيير المتسارع أو الصراع الاجتماعي.

وتم تطوير نموذج الاعتماد ليشرح العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لوسائل الإعلام ..

وفي سياق دراسات الاتصال السياسي ثمة جدل كبير حول دور وسائل الاتصال وتأثيراتها ووظائفها، من ذلك على سبيل المثال الجدل حول نظرية الأفة الإعلامية Media Malaise التي تفترض أن الإعلام له دور سلبي على الحياة السياسية بتوسيع دائرة التذمر، بينما تؤكد نظريات أخرى مثل نظرية التعبئة Mobilization على الدور الإيجابي للإعلام في التحشيد السياسي. (Ejaz, 2017; Newton, 1999; Schuck, 2017)

فالإعلام يمكن أن يزيد من منسوب التذمر لدى من لديهم قابلية نفسية واجتماعية للتذمر والنفور، ويمكن أن يزيد من القابلية للتعبئة والحشد لدى الفئات الأخرى، ما يؤدي إلى تكريس دور سلبي للإعلام يتمثل في تعميق الفرز والانقسام المجتمعي.

وعن دور وسائل الاتصال وخاصة التلفزيون في زيادة مستويات العنف في المجتمع، نجد مجموعة من النظريات التي وضعت فرضيات عديدة وبعضها متناقضة، مثل نظرية التطهير Catharsis Theory ونظرية الاستثارة Stimulating Theory ، والغرس الثقافي Cultivation Theory. وبطبيعة الحال فموضوع الوظائف والتأثيرات من الموضوعات المعقدة في دراسات الاتصال، ولذلك لا يمكن النظر إليها من زاوية واحدة وإغفال العوامل النفسية والاجتماعية والثقافية التي قد تحدد بشكل مباشر أو غير مباشر طبيعة ودرجة تلك الوظائف والتأثيرات.

ثانياً : الخلل الوظيفي

الخلل يشير إلى اضطراب الشيء وعدم انتظامه "أصاب الماكينة بعضُ الخلل- في رأيه خَلَلٌ: ضعف وفساد- سدّ الخلل: العجز أو النقص- هناك خلل في السيارة: عَطَل" | خلل عقليّ: عدم التوازن العقلي- خلل في الذاكرة: ضعف ونقص فيها- مَوْضِعُ الخَلَلِ: مكان الاضطراب، واختل الأمر إذا ضعف وفسد واضطرب، واختل النظام العام / التوازن – اختل البناء : تحرك واضطرب – واختل جسم فلان: هُزِل" (عمر، 2008، ص ص690، 691)

والخلل الوظيفي Dysfunction يشير إلى حقيقة أن جزءاً من الجسد لا يعمل بشكل طبيعي، أو إلى الموقف الذي تكون فيه العلاقات داخل المجتمع أو الأسرة مثلاً لا تسير بشكل طبيعي. (Hornby & Turnbull, 2010, p.458)

وتزامناً مع اهتمام الباحثين بتحديد وظائف الاتصال وتأثيراته كان الاهتمام أيضاً بالخلل الوظيفي ، أو كما حدد هارولد لازويل (Lasswell, 1948) بأن تصبح وسائل الاتصال غير وظيفية Dysfunctional أو ضارة harmful في المجتمع، كأن يتم استخدام وسائل الاتصال للتضليل Misleading ، كما أن الخلل الوظيفي يمكن أن يحدث نتيجة عدم قدرة وسائل الاتصال على إرسال المعلومات أو عدم قدرة الجمهور على استقبالها بمهارة.

ويركز منظور التحليل الوظيفي على طبيعة البناء الاجتماعي ، وكيف تعمل الوحدات المختلفة داخل النظام العام، ويمكن النظر إلى النظام العام على مستويين: الأول واسع Macro Level ، فيكون المجتمع هو النظام الشامل، والثاني مستوى ضيق Micro Level فتكون الوسيلة الإعلامية وجمهورها هي النظام العام، ويربط التحليل الوظيفي بين التفاعلات التي تحدث فيما بين وحدات النظام، وأثر ذلك على النظام ككل. ويكون دور الوحدات وظيفياً Functional إذا كان يساعد على استقرار

النظام وحفظ توازنه، ويحدث الخلل الوظيفي Dysfunctional إذا كان السلوك الذي تمارسه الوحدات يخل باستقرار النظام ويعوق تقدمه. (مكاوي والسيد، 1998، ص 127-128)

وقد أشار لازرسفيلد وميرتون منذ وقت مبكر إلى (التخدير) الذي تمارسه وسائل الاتصال the narcotizing dysfunction of the mass media كخلل وظيفي، واعتبرا أنها آلية غير مخطط لها وغير مقصودة unplanned mechanism تحدث نتيجة الكم الكبير من المعلومات التي تبثها وسائل الاتصال إلى الجمهور، ينتج عن ذلك اهتمام سطحي بمشاكل المجتمع، وهذه السطحية غالبًا ما تخفي اللامبالاة الجماعية mass apathy، وعضوا عن دور وسائل الاتصال في تنشيط وتحفيز الجمهور للمشاركة الإيجابية فإنها تقوم بتخديره "serve to narcotize rather than to energize" (Lazarsfeld & Merton, 1960, p. 22)

وحتى في زمن الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، فإن الخلل الوظيفي لتلك الشبكات Narcotizing Effect of Social Media قد يحدث بمظاهر مختلفة مثل: تحويل طاقات المواطنين من المشاركة الفعالة إلى المعرفة السلبية في أوقات الاضطرابات وعدم الاستقرار، فيصبح الناس أشبه بمن يمارس الاحتجاج السلبي passive protesters، وبدأت تظهر مفاهيم ومصطلحات مثل "Clicktivism" وتشير إلى العمل لإحداث التغيير الاجتماعي أو السياسي من خلال استخدام الإنترنت وهو ما لا يتطلب إلا قليلا من الجهد والوقت، و "Slacktivism" وهو مصطلح يمزج بين كلمتي (النشاط والتهرب أو التكاثر) في نفس الوقت a combination of the 'activism' and 'slacker' words بمعنى أن قضاء وقت كبير في قراءة وكتابة المنشورات والتغريدات والتدوينات، والاستهلاك المفرص لتلك المعلومات قد يؤدي إلى تخدير الناس بدلا من تحفيزهم لممارسة فعل حقيقي على الأرض. (Eşitti, 2016)

وفي سياق الدراسات التي تناولت تأثير التغطيات غير المحايدة لوسائل الإعلام، أشار باول ويفر (Weaver, 1972) إلى أن التلفزيون يعزز احتمالات الانطواء detachment (في أحسن الأحوال) أو الرفض المصحوب بالسخرية cynical rejection (في أسوأ الاحتمالات) تجاه المؤسسات السياسية في المجتمع، وأن ذلك على المدى البعيد قد يؤدي إلى إضعاف قدرة تلك المؤسسات على أداء خدماتها للمجتمع.

ووضح مايكل روبنسون (Robinson, 1976) مصطلح 'video malaise' للإشارة إلى فرضية مؤداها أن الأخبار التلفزيونية هي أحد أهم العوامل التي تؤدي إلى تأجيج السخط السياسي والإحباط وعدم الثقة في أوساط المجتمع.

ووضعت نظريات عديدة في الاتصال مجموعة من الفرضيات التي تتناول أوجه الخلل الذي قد تحدثه وسائل الاتصال في المجتمع، مثل: نظرية تدعيم الصمت أو دوامة الصمت Spiral of Silence التي برزت من خلال دراسات الألمانية إليزابيث نويل نيومان (Noelle-Neumann, 1973, 1974 & 1977) ابتداء من مقالها الشهير عن (العودة إلى مفهوم قوة وسائل الاتصال الجماهيري) "Return to the Concept of Powerful Mass Media." أوضحت فيه أن معظم الناس ينظرون إلى أي قضية من منظور وسائل الإعلام وأن من يختلف مع رأي الأغلبية (أو ما يبدو أنه رأي الأغلبية) فإنه يختار التزام الصمت ، وضربت مثالا على ذلك بأن معظم الناس في ألمانيا الغربية عام 1971 كانوا يعتقدون أن غالبية الجمهور ضد عقوبة الإعدام ، رغم أن استطلاعات الرأي أظهرت انقساما في القضية بنسبة 50% مع وضد، وفسرت ذلك بموقف وسائل الإعلام التي كانت معارضة لعقوبة الإعدام.

وفرضية الصمت "the hypothesis of silence" التي طرحها نيومان كتأثير قوي لوسائل الاتصال تشبه إلى حد كبير الفكرة التي كان (جون ستيوارت ميل) قد طرحها عن John Stuart Mill's idea of reticence on the part of heretics ما أسماه "تحفظ الزنادقة" (Severin & Tankard, 1979, p. 258)

ولذلك فإن تبني وسائل الاتصال اتجاهها معينا وتصوير هذا الاتجاه بأنه يمثل الغالبية أو الإجماع الوطني (حتى لو لم يكن ذلك صحيحا) سيحشر المخالفين في الزاوية ويجعلهم في وضع يشبه الزنادقة فيلجأون للصمت خوفا من العزلة الاجتماعية، حتى لو كانوا في الواقع يمثلون نسبة كبيرة من الرأي العام .

وما أشارت إليه نيومان ليس بعيدا عن ما كتبه والتر ليبمان منذ وقت مبكر عن الرأي العام و إنتاج وسائل الاتصال لصورة محددة عن الواقع، والفرق بين العالم الخارجي والصور الموجودة في إذهاننا عن ذلك العالم. (Lippmann, 1922)

كما أن دور وسائل الإعلام في تشكيل توهم المعرفة أو الجهل باتجاه الجماعة الحقيقي Pluralistic Ignorance حظي باهتمام واضح من باحثي الاتصال والرأي العام، فوسائل الاتصال يمكن أن تكون عاملا لزيادة ذلك الجهل أو الوهم، والقراءة الخاطئة لموقف الأغلبية misreading of the majority position عندما تقدم معلومات مشوهة أو متحيزة، وقد تساهم في الحد من ذلك إذا ساهمت في الكشف عن التوزيع الحقيقي للرأي في المجتمع، أو قد تكون عاملا لتثبيت الظاهرة عندما تختلط المعلومات الدقيقة بالمشوهة (Shamir & Shamir 1997؛ القعاري، 2021 ؛ ندا، 2002 & 2012)

ونتيجة لذلك الخلل الوظيفي ظهرت أيضا فرضية النظرة العدائية تجاه وسائل الإعلام Hostile Media Effect التي تشير إلى أن انعدام الثقة فيما تنشره وسائل

الإعلام يدفع الأفراد إلى الاعتقاد بأن تغطية وسائل الإعلام للقضايا الخلافية بأنها معادية ومتحيزة ضدهم حتى لو كانت تلك التغطية تتسم بقدر كبير من التوازن والحياد، وتشكل هذا الاعتقاد خاصة لدى من هم أكثر اندماجا واستغراقا في القضية، ويتأثر بعض فئات النخبة ذات التوجهات السياسية الناقدة لتوجهات الإعلام (Vallone, Ross & Lepper, 1985; Watts, Domke, Shah & Fan, 1999)

والخلل في الفرضية السابقة قد لا يكون نتيجة خلل وظيفي في الرسالة الإعلامية وإنما خلل في إدراك فئة من الجمهور للرسالة الإعلامية نتيجة لتحيزاتهم السياسية أو الثقافية، إلا أن زيادة منسوب عدم الثقة في وسائل الإعلام يعزز بشكل كبير تلك النظرة العدائية لوسائل الإعلام حتى لو اجتهدت في تحقيق أعلى درجات التوازن والموضوعية.

ومن ذلك أيضا نظرية فجوة المعرفة Knowledge Gap التي تستند على فرضية رئيسة مفادها " أن تدفق الرسائل الاتصالية من الإعلام يؤدي إلى اكتساب شرائح الجمهور من ذوي المستويات الاقتصادية والاجتماعية الأعلى للمعلومات بمستويات أسرع من الشرائح ذات المستويات الأدنى، وأن الفجوة المعرفية بين هذه الشرائح الاجتماعية تزيد ولا تقل" (Tichenor, Donohue, & Olien, 1970, pp: 159- 160)

وتتناول هذه النظرية في مستواها الأشمل Macro Level متغيرات مرتبطة بالبناء الاجتماعي تتعلق بأساليب نشر المعلومات وتوزيعها، وأنماط الملكية والتمويل والصراع الاجتماعي (Donohue, Tichenor & Olien, 1973)

وتتسع الفجوة المعرفية بين الفئات الاجتماعية في الموضوعات المفاجئة، إلا أن الدراسات اللاحقة التي أجراها جورج دونوهيو وزملاؤه (Donohue, Tichenor & Olien, 1975, 1986) أكدت على أهمية إعادة النظر في فرضية فجوة المعرفة، وأن الصراع الاجتماعي حول قضية مجتمعية يقلل من الفجوة المعرفية، وأن مستوى الاتصال الشخصي حول هذه القضية متغير وسيطر رئيس، إضافة إلى متغيرات أخرى مثل: نوع القضية (محلية / خارجية) وأبعاد الصراع الخاصة بالقضية داخل المجتمع، وإلى أي مدى يتسم المجتمع الريفي أو الحضري بالانسجام أو التعددية .

وإجمالا فقد تم اختبار الفرضيات التي تستند عليها تلك النظريات عن الخلل الوظيفي لوسائل الاتصال في دراسات كثيرة وفي سياقات اجتماعية وزمانية مختلفة، وفي كثير من الأحيان كان اختبار تلك الفرضيات يضع تساؤلات أكثر مما يقدم إجابات، بل ويفتح المجال لفرضيات جديدة خاصة في ظل التطورات المتلاحقة في بيئة الإعلام الجديد.

ثالثاً: نموذج جديد للتوازن الوظيفي في بيئة الإعلام الجديد

إذا كانت أسباب الخلل الوظيفي في الأداء الإعلامي مركبة ومعقدة، فإن الحلول ومقترحات تحقيق التوازن ينبغي أن تكون أيضاً مركبة وتأخذ في الاعتبار الجوانب والمؤثرات الرئيسية في العملية الاتصالية والبيئة الاجتماعية المحيطة بها.

وفي مجمل مظاهر الخلل الوظيفي فإنها تكون على شكل تأثيرات سلبية أو غير مقصودة لوسائل الإعلام على الجمهور، أو علاقة تبعية للمؤسسات السياسية والاقتصادية في المجتمع تكرر ذلك الخلل الوظيفي وتضاعفه، وفي بيئة الإعلام الجديد الذي فتح المجال واسعاً للمشاركات الفردية وكسر الاحتكارات المؤسساتية إلا أن مظاهر احتكار التأثير الواسع قد تظهر من وقت إلى آخر لدى فئة محدودة من المشاهير والمؤثرين في شبكات التواصل الاجتماعي، بما يحمله ذلك الاحتكار من مظاهر خلل وظيفي تتشكل فيه قائمة اهتمامات واتجاهات قد لا تعكس بالضرورة الاهتمامات والاتجاهات الحقيقية للرأي العام.

يقدم النموذج التالي رؤية تقوم على فرضية أن منع تغول وسائل الإعلام يؤدي إلى التخفيف من قدرتها على التضليل والسبيل إلى ذلك من خلال اعتماد (التربية الإعلامية الجديدة).

كما أن منع تغول المؤسسات والشخصيات السياسية والاقتصادية في المجتمع يؤدي إلى التخفيف من مستويات التذمر والنفور لدى المواطن، ويمنحه قدراً من الثقة بنفسه ومؤسساته الوطنية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية – والسبيل إلى ذلك من خلال اعتماد ثقافة تمكين المواطن الاستقصائي، والحق في الوصول إلى المعلومات والمشاركة المجتمعية في مكافحة الفساد، وهذا يتطلب تنمية مهارات الاستقصاء الصحفي والاستفادة من أدوات صحافة الموبايل وتطبيقاته الحديثة، لكسر احتكار الممارسة الإعلامية المؤثرة لفئة محدودة من مشاهير ومؤثري التواصل الاجتماعي، وقبل ذلك وأثناءه وبعده الالتزام بأخلاقيات النشر لتحقيق المصلحة العامة والحفاظ على الخصوصية ونشر الثقافة القانونية الأساسية في هذا المجال.

وهذه الرؤية (الميزان) لن تعمل بفعالية إلا في بيئة اجتماعية وسياسية وتشريعية ضامنة، وتقوم على ثلاثة أضلاع رئيسية، هي:

- مبادئ التربية الإعلامية وأخلاقياتها
- مهارات الاستقصاء الصحفي التي يحتاجها المواطن الاستقصائي إضافة إلى الإعلامي المحترف.
- أدوات صحافة الموبايل وتطبيقاته الحديثة.

المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين
(الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة)

والعمل على تبني ونشر تلك المبادئ والأخلاقيات والتدريب على تلك المهارات والأدوات سيسهم في تحقيق ثلاثة أهداف مهمة وهي:

- الحد من الخلل الوظيفي في الأداء الإعلامي ، بمظاهره المختلفة
- الحد من طغيان المؤسسات والشخصيات السياسية والاقتصادية.
- الحد من احتكار الممارسة الإعلامية المؤثرة .

وبالمحصلة فإن تحقيق الأهداف الثلاثة السابقة يسهم إلى حد كبير في تحقيق التوازن المجتمعي وتصحيح وسائل الإعلام التقليدية والجديدة قادرة على أداء وظائفها الإيجابية المتوقعة، ونقل نسبة الخلل الوظيفي في الأداء الإعلامي.

التوازن الوظيفي في بيئة الإعلام الجديد (نموذج مقترح)



(منصور ، 2021)

(أ) التربية الإعلامية الجديدة:

تطور تعريف التربية الإعلامية ليتناسب مع تطور البيئة الاتصالية والثقافية في عصر الإعلام الجديد، فقد اعتمد مركز التعليم الإعلامي الأمريكي (The Center for Media Literacy (CML) تعريفاً يؤكد أن:

التربية الإعلامية هي المدخل التعليمي المناسب للقرن الحادي والعشرين، وأنها تزودنا بإطار عمل للوصول إلى الرسائل الاتصالية بأشكالها المختلفة من المطبوعة إلى الفيديو إلى الإنترنت، وتحليلها وتقييمها وإنتاجها ومشاركتها مع

الأخرين. وأن التربية الإعلامية تبني الفهم السليم لدور وسائل الإعلام في المجتمع، وتقدم المهارات الأساسية للتدقيق والتعبير الذاتي اللازم للأفراد في المجتمعات الديمقراطية. (Thoman, & Jolls, 2005, p. 21)
ومن بين المعاني التي ركزت عليها التربية الإعلامية أيضاً:
الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، والتي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقهم الاتصالية عليها من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة باختيار الوسائل، والتحليل الناقد للرسائل، والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني؛ لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المجتمع واستقراره، وثبات النظام الاجتماعي، ودعم المعايير الثقافية والمشاركة الديمقراطية. (عبدالحמיד، 2012، ص118)

وتحتاج المجتمعات والأفراد (التربية الإعلامية) في هذا العصر، لأسباب واعتبارات كثيرة، منها:

1. النفوذ الذي تتمتع به وسائل الإعلام، ويحتاج الناس مهارتين أساسيتين تغرسهما التربية الإعلامية ليصبحوا مواطنين فاعلين في مجتمعاتهم، وهما: التفكير النقدي، والقدرة على التعبير عن النفس.
2. المعدلات العالية من الاستهلاك الإعلامي وتشبع المجتمع بوسائل الإعلام، لأن الرسائل الاتصالية المسموعة والمكتوبة والمرئية التي نتعرض لها في يوم واحد، تفوق الرسائل التي كان يتعرض لها أجدادنا في عام كامل، ولذلك فإن التربية الإعلامية تعلمنا المهارات التي نحتاجها للإبحار بأمان عبر هذا البحر الملي بالصور والرسائل الاتصالية.
3. تأثير وسائل الإعلام على التصورات والمعتقدات والاتجاهات، ومن خلال فهم تلك التأثيرات، تساعدنا التربية الإعلامية على التخفيف من تبعيتها لتلك الوسائل، فكما كنت أكثر إدراكاً لطبيعة عمل وسائل الاتصال وطرق تأثيرها، كلما كنت أكثر تحكماً بتلك التأثيرات المحتملة، وقادراً على فصل نفسك عن المستخدمين التقليديين الذين يسمعون لوسائل الاتصال ببرمجة طرق تفكيرهم وسلوكياتهم.
4. أهمية المعلومات في المجتمع، والحاجة للتعليم مدى الحياة، خاصة أن خدمات المعلومات تمثل جزءاً مهماً في الاقتصاد المعاصر، كما أن نمو وسائل الإعلام العالمية يمثل تحدياً للأصوات المستقلة ووجهات النظر المتعددة، ويمكن للتربية الإعلامية أن تساعد على فهم كيفية الوصول إلى المعلومات ومصادرها، وما المصالح التي تعمل على خدمتها وكيفية الحصول على وجهات النظر المتعددة والبديلة.

5. الانتشار الهائل لشبكات التواصل الاجتماعي Social Media في السنوات الأخيرة ، والأفاق الواسعة التي فتحتها تلك الشبكات أما الجمهور سواء في الكم الهائل للمعلومات التي يستقبلها أو في إنتاج الرسالة الإعلامية.

(منصور، 2019; Thoman & Jolls, 2005)

ولا تقتصر فوائد التربية الإعلامية على الطلبة كأفراد وإنما تشمل المجتمع، من خلال تزويده بالأدوات المناهج اللازمة لتشجيع الخطاب المسؤول الذي يؤدي إلى الفهم المتبادل، وبناء مهارات المواطنة التي نحتاجها لتحقيق مشاركة بناءة في النقاشات العامة، ولذلك أيضا فإن التربية الإعلامية تسهم في المحافظة على الهوية الثقافية ودعم مقومات الثقافة الوطنية والمحلية، إضافة إلى ملاحقة التطورات السريعة في تكنولوجيا الاتصال وبناء الشبكات الافتراضية، والإفادة منها بشكل جيد للفرد والمجتمع. (عبد الحميد، 2012، ص123).

وانطلاقاً من كل ما تقدم يتضح أن التربية الإعلامية ليست مجرد خيار تحسيني، وإنما أصبحت اتجاهاً لازماً لتحقيق جودة عالية في مستوى كفاءة الفرد والمجتمع أمام التحديات الاتصالية والثقافية المعاصرة.

وقد وسعت أدبيات منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) من مفهوم التربية الإعلامية ولم تربطه فقط بالبيئة التعليمية الطلابية، وإنما اعتبرت أن التربية الإعلامية تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين، وأنها جزء من حق لكل مواطن في كل بلد من بلدان العالم، وذلك لضمان حرية التعبير وحق الوصول إلى المعلومات، هذا بالإضافة إلى أنه لا غنى عنها لبناء ديمقراطية مستقرة ثابتة، وأوصت بأن يتم إدخال التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية الوطنية كلما أمكن ذلك، بالإضافة إلى أنماط التعليم غير الرسمية الأخرى، والتي قد تستمر مدى الحياة. وأن تصوب أهداف التربية الإعلامية نحو تمكين وتقوية ومساعدة جميع المواطنين في كل مجتمع لاستغلال إمكانياتهم الكامنة. (UNESCO.1999).

ووضع منهاج اليونسكو الخاص بالمعلمين (2011م) مصطلح Media and information literacy معرفة أساسيات المعلومات والإعلام (أ.م.أ) ليشير إلى الكفاءات الأساسية (المعرفة، المهارات، والمواقف) التي تتيح للمواطنين التعامل مع وسائل الإعلام ومصادر المعلومات الأخرى على نحو فعال، وتطوير التفكير النقدي ومهارات التعلم مدى الحياة في سبيل تنشئة اجتماعية تجعل منهم مواطنين فاعلين.

(Wilson, Grizzle, Tuazon, Akyempong & Cheung, 2011)

وبحسب الكتاب السنوي الصادر عن اليونسكو في مجال التربية الإعلامية عام 2016م فإن اعتماد التربية الإعلامية والرقمية يمكن أن يلعب دوراً إيجابياً في مواجهة

الانقسام المجتمعي، وتعزيز الهويات الوطنية في العالم العربي، خاصة بعد انتشار الخطاب الطائفي وخطاب الكراهية في مختلف وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، على خلفية الصراعات التي شهدتها المنطقة. وللتربية الإعلامية والمعلوماتية حسب اليونسكو قوانين خمسة هي بمثابة الأدلة الإرشادية لكل المعنيين، وهي:

القانون الأول: إن المعلومات، والاتصال، والمكتبات ووسائل الإعلام والتقنيات والإنترنت، إضافة إلى مزودي الأشكال الأخرى من المعلومات كلها من أجل الاستخدام في المشاركة المدنية والتنمية المستدامة.

القانون الثاني: كل مواطن هو منتج للمعرفة والمعلومة ولديه رسالة، ويجب أن يتم تمكين الجميع من الوصول إلى المعرفة والمعلومة الجديدة، والتعبير عن أنفسهم، والتربية الإعلامية والمعلوماتية هي لكل رجل وامرأة على نحو متساو ضمن حقوق الإنسان المكفولة.

القانون الثالث: أن المعلومات والمعرفة والرسائل الاتصالية ليست دائما ذات قيمة محايدة، أو خالية من التحيزات، وأية صياغة مفاهيمية للتربية الإعلامية والمعلوماتية ينبغي أن تضع هذه الحقيقة بشكل شفاف وقابل للفهم من كل المواطنين.

القانون الرابع: كل المواطنين الذين يريدون معرفة وفهم معلومات أو معارف جديدة أو إرسال رسائل اتصالية، فإن حقوقهم يجب ألا تكون محل مساومة أو انتقاص.

القانون الخامس: التربية الإعلامية والمعلوماتية لا يتم اكتسابها سريعا، وإنما هي عملية وخبرة متحركة وتستمر مدى الحياة، حيث تتكامل فيها المعارف، والمهارات والاتجاهات، وتغطي مجالات الوصول والتقييم والاستخدام والاتصال والإنتاج للمضامين الإعلامية. (Singh, Kerr, Hamburger, 2016, p. 35)

والمنتبع لرؤية اليونسكو عن التربية الإعلامية والمعلوماتية وكيف تطورت خلال السنوات الأخيرة يدرك أن العالم اليوم أصبح ينظر للتربية الإعلامية باعتبارها من المتطلبات الأساسية التي لا ترتبط فقط بمهارات فهم واستيعاب الرسالة الإعلامية وإنتاجها، وإنما أصبحت ضمن المنظومة الشاملة لحقوق الإنسان، وضمن شروط إنجاز التنمية المستدامة والمشاركة المدنية لكل المواطنين في كل دولة في العالم.

والتربية الإعلامية تزيد بالفعل من المشاركة الرقمية للشباب في مجال السياسة، وتزيد من مشاركتهم في ممارسة الضغط السياسي على الحكومات والشركات والمؤسسات غير الربحية. (Kahne & Bowyer, 2019).

وعندما يمتلك الناس كفاءات وقدرات التعليم الإعلامي الرقمي، فإنهم سيتعرفون على الأجندات الشخصية والمؤسسية والسياسية، وسيكون بمقدرتهم التحدث نيابة عن الأصوات الغائبة في مجتمعاتنا، ومن خلال التميز ومحاولة الإسهام في حل المشكلات، يستخدم الناس أصواتهم القوية وحقوقهم المكفولة بالقانون لتحسين الأوضاع في العالم من حولهم. (Hobbs, 2010)

وبهذه الخلاصة التي أكدت عليها (رينيه هوبز) مؤسس قسم الإعلام ومختبر التربية الإعلامية في جامعة (رود ايلاند) يتضح أن هذا النوع الجديد من التربية هو استجابة حقيقية لتحديات البيئة الاتصالية في القرن الجديد، وليست مجرد امتداد لما كان يعرف بـ(الإعلام التربوي) .

ومن خلال اعتماد قيم التربية الإعلامية يمكن تعزيز التوازن والاستقرار المجتمعي بين مختلف الأديان والطوائف، ومن خلال التركيز على العناصر والقيم التي تجمع الناس ولا تفرقهم يمكن مواجهة التطرف الديني الذي يتسلح بخطاب الإنترنت. (AI- Rawi, 2016)

ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، تزايد الاهتمام بالتربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية (Social Media Literacy) والتي تعرف بأنها "الوصول إلى تطبيقات الشبكات الاجتماعية، والمعرفة والمهارات والاتجاهات والكفاءة الذاتية للأفراد لاستخدام تطبيقات الشبكات الاجتماعية بشكل ملائم، ولامتلاك مهارات التحليل والتقييم والمشاركة وإنتاج المحتوى الخاص بالشبكات الاجتماعية" (Vanwynsberghe, Boudry & Verdegem , 2011, p.31).

وأصدر مشروع (تمكين المستخدم من ثقافة وسائل التواصل الاجتماعي) تقريرا يستعرض نتائج جهود بحثية انجزها المشروع خلال أربع سنوات في بلجيكا، وأشار إلى أن التربية الإعلامية من خلال الشبكات ستجعل الأفراد قادرين على استيعاب التأثيرات الخاصة بسلوكياتهم عبر الشبكات، وتمنحهم المزايا الكاملة للفرص المتاحة في البيئات الإعلامية الرقمية الجديدة، وقدم عددا من التوصيات استنادا إلى نتائج الدراسات التي نفذها، ومنها:

- 1- أهمية إجراء حوار مستمر بين الأطراف المعنية بموضوع التربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية ، وأن يكون ذلك بندا دائما في الأجندة السياسية.
- 2- دمج التربية الإعلامية من خلال الشبكات في استراتيجيات التربية الإعلامية الخاصة بالإعلام الجديد.
- 3- أن التربية الإعلامية من خلال الشبكات الاجتماعية يحتاجها كل شخص، وتتطلب استراتيجيات بعيدة المدى وتحديدا واضحا للمسؤوليات .
- 4- أن سياسة التربية الإعلامية من خلال الشبكات ينبغي أن تبنى استنادا لأبحاث مستقلة ذات جودة عالية، وأن تكون موضوعا للتقييم المستمر. (Donoso & Verdoodt, 2014, p.7-10)

(ب) المواطن الاستقصائي Citizen Investigators

مع ظهور شبكة الإنترنت برزت ظاهرة (صحافة المواطن) كإحدى تجليات الطفرة التقنية التي أصبحت متاحة للجميع، ليكون هذا الشكل من الممارسة الإعلامية المفتوحة

للمتخصصين وغيرهم بمثابة السلطة الخامسة التي تراقب أداء السلطات الأربع في المجتمع، وهي: السلطات التنفيذية والقضائية والتشريعية والإعلام التقليدي.

وتحت هذا العنوان العريض بدأ الباحثون والمهتمون في السنوات الأخيرة يسلطون الضوء على ممارسات إعلامية أكثر تخصصاً في إطار ظاهرة صحافة المواطن، مثل: صحافة المواطن المصورة (Citizen photojournalism)، ومنتجو البودكاست (Citizen podcasts)، والمواطن الاستقصائي (Citizen Investigators).

في دراسات العلوم الاجتماعية الأخرى يشار إلى الاستقصاء من خلال المواطن (Citizen Investigation) ليبدل على مشاركة المواطن العادي في التحقيقات الجنائية وتقديم المساعدة لأجهزة الشرطة لكشف الجرائم. (Waanders, 2019) لكننا في هذه الدراسة من الزاوية الإعلامية نقصد المواطن الذي يمكن أن يمارس عملاً استقصائياً صحفياً خاصة في ظل التسهيلات التقنية الكبيرة التي أبدعتها ثورة تقنيات الاتصالات والمعلومات، إضافة إلى الزيادة المفترضة لمعدل الوعي الإعلامي المصاحب لتلك الثورة التقنية.

وحسب تعريف الشبكة العالمية للصحافة الاستقصائية فإن مصطلح (المواطن الاستقصائي) (Citizen Investigators) يشمل "المواطنين العاديين، وأعضاء المنظمات غير الحكومية والمحترفين في الاستقصاء من غير الصحفيين، والقاسم المشترك بينهم أنهم يستخدمون تقنيات الاستقصاء لكشف الممارسات الخاطئة، وكشف المستور خدمة للصالح العام" (the GIJN guide, 2019, p. 2)

والمواطن الاستقصائي غالباً تكون لديه دوافع تقوده لإنجاز أعماله الاستقصائية بناء على وجود حالة من الاستياء أو الاشتباه تجاه شيء ما، أو حتى مجرد قدر من الاهتمام الخاص بموضوع الاستقصاء

ويوضح دليل (المواطن الاستقصائي) الصادر عن الشبكة العالمية للصحافة الاستقصائية بعض الفروق بين الصحفي والمواطن الاستقصائيين، فالأول غالباً ينشر إنتاجه الصحفي في شكل مادة صحفية مطبوعة أو مذاعة مسموعة مرئية، أما المواطن فيمكن أن يقدم المادة الاستقصائية على شكل تقرير، أو مقال، أو منشور في مدونته الإلكترونية أو رسالة محرر وسيلة إعلامية، أو حتى أدلة يعرضها على الجهات القانونية والمسؤولة.

ويقدم الدليل قائمة من المراجع والكتيبات والأدلة والمواقع الإلكترونية التي يمكن أن يستفيد منها المهتمون بالتقارير الاستقصائية، ومعظمها من أدبيات الصحافة الاستقصائية وتم إعدادها للصحافيين المحترفين، ويشير الدليل إلى وجود عدد محدود من الأدلة المخصصة للمواطن الاستقصائي تشرح الأساليب الاحترافية للبحث عن المعلومات في الإنترنت، والتعرف على ملكية المواقع الإلكترونية، واستخدام الخرائط

وقواعد البيانات وصور الأقمار الصناعية والمعلومات المصورة وتطبيقات التواصل الاجتماعي، ويتناول بعضها أخلاقيات صحافة المواطن بشكل عام. ويقدم الدليل أيضا عددا من الأمثلة على مواطنين وأفراد عاديين نجحوا في تقديم ونشر أعمال استقصائية مؤثرة في عدد من دول العالم. (the GIIN guide,2019)

ولكن لماذا يمكن أن يهتم المواطن العادي بممارسة شكل من أشكال الصحافة الاستقصائية التي تتميز بكونها أعمال صحفية عميقة ومبتكرة وأحيانا خطيرة، وهل يمكن للمواطن الاستقصائي أن يلعب دورا ما في معالجة الخلل الوظيفي لوسائل الإعلام في علاقتها بمؤسسات المجتمع الأخرى؟

الإجابة يمكن الحصول عليها بالعودة إلى خصائص الصحافة الاستقصائية ووظائفها، ومدى ارتباطها بمعالجة ذلك الخلل.

الصحافة الاستقصائية تركز على العدالة الاجتماعية والمساءلة، كما أنها تسعى لمعالجة مشكلات بنوية في المجتمع، ولا تهتم فقط بحادث معزول يؤثر على فرد واحد، وتقوم على مبدأ تصحيح الأخطاء، وتهتم بشرح المشكلات الاجتماعية المعقدة، وكشف الفساد، والأخطاء وإساءة استخدام السلطة، وتتناول قضايا جادة تمس المصلحة العامة، وأحيانا تتميز بكونها استباقية تكشف معلومات تحاول جهة ما إخفاءها، أو أنها غير معروفة، كما أن التقارير والتحقيقات الاستقصائية يجب أن تخدم المصلحة العامة وتثري النقاش المجتمعي، وقد يكون لها قائمة أولويات (أجندة) لكشف المخالفات بهدف تحفيز التغيير الإيجابي في المجتمع. (Fleeson,2000; Forbes,2005 & Kaplan,2013)

ومن الأشكال الأخرى التخصصية لصحافة المواطن أيضا نجد مثلا منتجو البودكاست من المواطنين العاديين Citizen podcasts ، فقد استهدفت دراسة (Park,2017) التعرف على كيفية إدراك متابعي أخبار الإنترنت للأدوار الصحفية التي يؤديها منتجو البودكاست في كل الولايات المتحدة الأمريكية وكوريا الجنوبية، وأوضحت الدراسة أن الأمريكيين ينظرون لمنتجي البودكاست باعتبارهم يؤدون وظيفة الشرح والتفسير للقضايا الاجتماعية أكثر من الأدوار الصحفية الأخرى.

بينما أوضح المبحوثون في كوريا الجنوبية أنهم يتقنون أكثر من الأمريكيين بالبودكاست المنتج من المواطنين في بلدهم، وأنه يقوم بدور المعلق الناقد ضد الحكومة وشركات الأعمال، وخلصت الدراسة إلى أن بودكاست المواطن يلعب دورا بديلا للصحافة في كوريا الجنوبية، ودورا مكملا للصحافة الاحترافية في الولايات المتحدة الأمريكية .

وكتب مارك هنتر وزميليه (Hunter,Sengers, & Lindemann, 2019) عن (صحافة الاستقصاء كقوة اجتماعية) وأن نجاحها يتطلب "إما حشد الغضب الشعبي أو

بناء التحالفات التي تستخدم ما تكشف عنه التحقيقات الاستقصائية كروافع لإحداث التغيير" (p.5)

وفي موضوع تعبئة الجمهور، يشار إلى نموذج الحشد الذي واكب التغطيات الاستقصائية في قضية (ووترجيت) واستقالة الرئيس الأمريكي الأسبق ريتشارد نيكسون، ومع ذلك كما يؤكد (Hunter, et al., 2019) فلا يمكن استبعاد نموذج الحشد والتعبئة قبل ووترجيت، فقد استطاعت المدافعة عن البيئة راشيل كارسون والمدافع عن حقوق المستهلك رالف نادر حشد الرأي العام باستخدام التحقيق الاستقصائي رغم أنهما لم يكونا صحافيين. (p.158)

(ج) إعلام الموبايل Mobile Media :

عرف مستخدموا الوب ظاهرة المدونين عبر الهواتف المحمولة mobile bloggers (موبيلوجرز) خاصة مع بداية ظهور الهواتف المحمولة المزودة بكاميرات. (Cemerlang, Lim, You, Zhang & Chevallet, 2006). وظهرت في أدبيات وبحوث الإعلام مصطلحات مثل (إعلام الموبايل) Mobile Media التي تشير إلى :

إعلام متحرك وشكل جديد من أشكال الاتصال الإنساني ، تتمثل وسائله في الأجهزة الحاسوبية المحمولة من الهواتف الذكية، والألواح الإلكترونية (التابلت) واللابتوب ، وتقوم هذه الوسائل على قاعدة سيطرة المستخدم على المنصة الإلكترونية المتنقلة لإنتاج ونشر وتبادل المعلومات وتقاسمها مع المستخدمين عبر التطبيقات الإعلامية والاتصالية المختلفة . (عويس، 2017، ص393)

إعلام الموبايل إذن بمفهومه الأوسع مرتبط بصحافة المواطن Citizen journalism أكثر من مفهوم (صحافة الموبايل) (MOJO) Mobile Journalism التي تشير غالباً إلى ممارسات الصحفيين المحترفين في تغطيات الإعلامية بالاعتماد الكامل على الهواتف الذكية وملحقاتها في كل مراحل الإنتاج والتوزيع والنشر.

صحافة المواطن تعتمد على نشر المعلومات من خلال الأفراد غير المحترفين في العمل الصحفي، وفي السياق الإيجابي فإن المواطن وهو يمارس هذا العمل الصحفي ليس كوظيفة، ولكنه يمارسه بهدف إنجاز بعض التحسينات أو الإصلاحات في المجتمع، ولذلك فصحافة المواطن وصحافة الهاتف المحمول وثيقتا الصلة ببعضهما، باعتبار أن الهواتف الذكية هي الأداة الأكثر فعالية لصحافة المواطن، كما أن صحافة الموبايل يمكن أن تساعد على تعزيز الديمقراطية بمعنى التعبير عن أفكار الناس بأكثر الطرق كفاءة وبأقل قدر من المخاوف، وتساعد أيضاً وسائل الإعلام التقليدية على تحقيق أهدافها بكفاءة أكبر. (Seth & Singh, 2019).

وقد أسهمت التطورات التقنية في مجال صناعة الهواتف الذكية وملحقاتها بتحويله بالفعل إلى (استوديو جيب) يمكن من خلاله للفرد أن يمارس كل مراحل الإنتاج الإعلامي من التصوير إلى الإضاءة والتحرير والمونتاج والإخراج إلى النشر، بكفاءة عالية إذا امتلك قدرا من التدريب على استخدام التطبيقات اللازمة والأدوات الملحقة بالهاتف الذكي .

ويؤكد دليل قناة الجزيرة عن صحافة الهاتف المحمول أن الاستفادة من هذه التقنيات لم تقتصر على الصحفيين المحترفين وإنما فتحت آفاقا للأفراد العاديين:

في السنوات الأخيرة، لعبت صحافة الموبايل أو صحافة الهاتف المحمول دوراً مهماً في تمكين الصحفي المحترف والمواطن الصحفي من التغلب على بعض التحديات والمصاعب، وساهمت في تعزيز حرية التعبير وحق الحصول على المعلومة...، وثمة مزايا كثيرة للهواتف الذكية تتيح للصحفيين استكشاف قدراتهم الإبداعية في حالات الطوارئ أو الأوضاع العالية الخطورة، بل وتتيح أيضاً للجمهور إنتاج مواد ذات جودة عالية تصلح للبث التلفزيوني مثل القصص الإخبارية والأفلام الوثائقية. (لارا ومرعي، 2017، ص1)

ويمثل الانتشار الكبير لصحافة الموبايل تطورا لمعايير صحافة نمط الحياة *lifestyle journalism norms* ومن أهمها معيار المحتوى الذي يحركه الجمهور *content driven by the audience* ، وأكدت الدراسات السابقة أن العنصر الأساس في صحافة الموبايل هو الجمهور كعامل مؤثر في المحتوى، وأن الصحفيين ينظرون للجمهور ليس باعتباره مواطنين ومستهلكين فقط وإنما كوكلاء يشاركون في عملية إنتاج الأخبار، ويتم استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في صحافة الموبايل، ولذلك يستطيع الجمهور وضع نفسه في مواجهة الأحداث، ومن ثم تطوير رواية القصة الصحفية الأكثر تعددا وثراء، ولم تعد المقدرة على الوصول إلى الجمهور محصورة على عدد محدود من الصحفيين المحترفين، وإنما أصبح بإمكان المواطنين فائقي الحركة *hypermobile citizens* أن يحصلوا على نفس المزايا التي كانت حصرية فقط على الصحفيين، وهذا قد يهدد المفاهيم التقليدية للسلطة الصحفية. (Bui & Moran,2020; Perreault & Stanfield,2019)

وفي المجال البحثي، يرى هيندر هورست (Horst, 2013) أن الموجة الثالثة في بحوث الاتصال المتنقل *the “third wave” of mobile communication research* تركز على دراسات إعلام الموبايل *mobile media* التي تهتم باستخداماته في القضايا العامة، والبنى التحتية التقنية والاجتماعية والسياسية والتنظيمية لهذا الشكل من الاتصال.

ففي الجانب السياسي مثلاً، خلصت دراسة (عويس، 2017) إلى نتائج لافتة تؤكد قبول مجموعة من الفرضيات، مثل: كلما زادت متابعة الفرد وثقته في إعلام الموبايل قل شعوره بالعجز السياسي، وقل شعوره بالعزلة السياسية، وقل شعوره باللامبالاه السياسية. (ص.437)

لكن المخاوف من تأثير عدد محدود ممن يُعرفون بالمؤثرين الرقميين وخاصة في شبكات التواصل الاجتماعي (SMI) Social Media Influencers قد يؤدي إلى احتكار التأثير وخاصة على فئات محددة مثل المراهقين وليس ذلك مقتصرًا على الحملات الإعلانية التجارية، إذ يلعب المؤثرون الرقميون دوراً غير مباشر في التأثير على معجبيهم من الشباب وتشكيل هوياتهم الرقمية، وتحفيزهم على تغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم، ويمكن اعتبار المؤثرين أشبه بالمحفزين Catalysts للتغيير بين المشجعين من الشباب، وهذه نتيجة خطيرة خاصة لدى فئة المراهقين. (Ezzat, 2020, p.230).

وأثبتت دراسة (رضا، 2019) وجود علاقة بين متابعة مؤثري التواصل الاجتماعي وبين تبني أنماط حياتية معينة وخاصة في مجالات مثل الموضة والأزياء، والقراءة والثقافة العامة

وبحسب تقرير (نظرة على الإعلام العربي 2016 – 2018) فإن التأثير الاجتماعي للمؤثرين يمنحهم إمكانية أن يصبحوا سفراء لنشر الثقافة المحلية، وزيادة مستوى تأثيرهم لإحراز منافع اجتماعية أكبر تتجاوز مصادر الدخل الحالي من التسويق (Dubai Media City and Dubai Press Club, 2016, p.vi)

"وأصبح هؤلاء المؤثرين أو الرواد لهم أهمية كبرى ويحظون بثقة هائلة لدى جمهور المتابعين لهم مما جعلهم يتقنون فيما يقدمونه لهم ويقتنعون بأرائهم ووجهات نظرهم تجاه الأحداث والمواقف المختلفة بل ويسعون لمعرفة تفسيراتهم لبعض الظواهر أو المواقف الحياتية المختلفة." (رضا، 2019، ص111)

السؤال الذي يطرح نفسه هنا، هو: هل انتشار إعلام الموبايل بمهاراته وأدواته وأساليبه بين الجمهور سيخفف من حدة احتكار تأثير المؤثرين الرقميين؟ وهل سيساعد إعلام الموبايل على زيادة أعداد ونسبة المؤثرين الرقميين في المجتمع؟، وبالتالي يصبح احتكار التأثير صعباً.

والحقيقة إن هذا الهدف يتفق بقوة مع نظرية المشاركة الديمقراطية Democratic Participant theory التي تؤكد على أهمية منع الاحتكارات، والحضور المشترك للاتصال الأفقي والرأسي "co-presence of vertical and horizontal communication" ، وتدعيم المساواة. (McQuail, pp. 151-152)

خاتمة:

إذا كان دور النظريات هو التفسير للظاهرة، فإن دور النموذج هو التمثيل، إلا أن هناك - كما يوضح أنول باتشيرجي - أيضاً نماذج وصفية وتنبؤية و معيارية. وغالباً ما يتم استخدام النماذج الوصفية مع النظم المعقدة، بهدف وضع تصور للمتغيرات المتعددة والعلاقات في هذه الأنظمة، وتستخدم النماذج المعيارية Normative models في المقام الأول لتدلنا على ما ينبغي اتخاذه من إجراءات وفقاً للمعايير والممارسات العامة. (Bhattacharjee, 2012, p.14)

ويأتي في هذا السياق النموذج الوصفي المعياري الذي اقترحتة هذه الدراسة عن التوازن الوظيفي للأداء الإعلامي في المجتمع وخاصة في ظل تعقيدات الإعلام الجديد، ليساعد صانع القرار لاتخاذ القرارات التي تهيء السبل للاقتراب من المعادلة التي يقترحها النموذج من جهة، ويفتح المجال أمام تساؤلات بحثية وفرضيات جديدة يمكن اختبارها في سياقات زمنية ومكانية مختلفة من جهة أخرى، ومن ذلك:

- ما العوامل والمتغيرات التي تسهم في توسيع دائرة المؤثرين الرقميين بما يساهم في منع احتكار التأثير الواسع في فضاء الإعلام الجديد؟
- إلى أي مدى تزيد معدلات تبني موانيق الشرف الإعلامية في المجتمعات التي تتبنى التربية الإعلامية في مناهجها التعليمية والتدريبية؟
- ما طبيعة العلاقة بين انتشار وتطور الاستقصاء الصحفي في المجتمع وبروز ظاهرة المواطن الاستقصائي من جهة، وبين تبني معايير الشفافية والديمقراطية في السياسة والاقتصاد من جهة أخرى، وعلاقة ذلك أيضاً بمؤشرات مكافحة الفساد؟
- إلى أي مدى يمكن أن تسهم زيادة نسبة إتقان مهارات صحافة الموبايل في المجتمع في توسيع دائرة المؤثرين في شبكات التواصل من خارج طبقة المشاهير؟
- كيف يمكن أن يستفيد المواطن العادي من مبادئ التربية الإعلامية الجديدة، ومهارات وأدوات صحافة الموبايل ليصبح (مواطناً استقصائياً)؟
- ما المتغيرات الوسيطة التي يمكن أن تؤثر في الفرضيات التي اقترحها نموذج التوازن الوظيفي في بيئة الإعلام الجديد الذي قدمته هذه الدراسة؟

المراجع:

- (1) رشتي، جيهان أحمد (1978). *الأسس العلمية لنظريات الإعلام*. القاهرة: دار الفكر العربي.
- (2) رضا عبد المقصود، أماني. (2019). دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اهتمامات المتابعين تجاه أنماط الحياة اليومية. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*. (26) 110-157 doi.org/10.21608/jkom.2019.107458
- (3) العبد، عاطف عدلي. والعبد، نهى عاكف (2007). *الإعلام التنموي والتغيير الاجتماعي – الأسس النظرية والنماذج التطبيقية* (ط5). القاهرة: دار الفكر العربي.
- (4) عبد الحميد، محمد (2004). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. القاهرة: عالم الكتب.
- (5) عبد الحميد، محمد (2012). *التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي*. (ط1). القاهرة: عالم الكتب.
- (6) عمر، أحمد مختار، وآخرون (2008). *معجم اللغة العربية المعاصرة*، القاهرة: عالم الكتب.
- (7) القعاري، محمد علي (2021). اتجاهات الرأي العام اليمني نحو التغطية الصحفية للأزمة السياسية في اليمن – دراسة في إطار نظريتي العداء لوسائل الإعلام والجهل باتجاه الجماعة الحقيقي. *المجلة العربية للعلوم الإنسانية*. 39 (153) 50-91
- (8) عويس، محمد جاد المولى حافظ (2017). تأثير إعلام الموبايل على المشاركة السياسية للشباب في مصر. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. (58) 383-443
- (9) لاربا، ديانا. مرعي، منتصر (2017). *صحافة الهاتف المحمول، دليل مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير*.
- (10) مكاي، حسن عماد. والسيد، ليلي حسين (1998). *الإتصال ونظرياته المعاصرة*. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- (11) منصور، حسن محمد حسن (2019) *التربية الإعلامية الجديدة- المداخل النظرية والأساليب التطبيقية*. الرياض: مكتبة المنتبي
- (12) ندا، أيمن منصور. (2002). وسائل الإعلام وعلاقتها بظاهرة (توهم المعرفة) في استطلاعات الرأي العام في مصر. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*. 3 (4): 109-161 تم الاسترجاع من موقع : <http://search.mandumah.com.sdl.idm.oclc.org/Record/953988>
- (13) ندا، أيمن منصور (2012). العوامل المؤثرة على اتجاهات الرأي العام نحو تغطية القنوات الفضائية لقضية انتقال السلطة في مصر والأحداث المرتبطة بها: دراسة مسحية في إطار نظريتي الاتجاه العدائي لوسائل الإعلام وتوهم المعرفة. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. (عدد خاص) 473-526 تم الاسترجاع من موقع: <http://search.mandumah.com.sdl.idm.oclc.org/Record/943584>
- (14) Al-Rawi, A. (2016). Digital media literacy & its role in countering division and enhancing national identity in the Arab world. In J.Singh, P. Kerr & E. Hamburger (Eds.) *Media and Information Literacy : Reinforcing Human Rights, Countering Radicalization and Extremism - MILID Yearbook* (pp. 291-298). Paris: UNESCO
- (15) Azeem, Z., & Zutshi, K. (2017). Does balance training balance the functional aspects of ankle instability? *Saudi Journal of Sports Medicine*, 17(1), 14-21.
- (16) Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A Dependency Model of Mass-Media Effects. *Communication Research*, 3(1), 3-21. doi.org/10.1177/009365027600300101
- (17) Becker. S. L, & Roberts C. (1992). *Discovering Mass Communication*, (3rd ed.) OpenStax-CNX. Retrieved from <http://cnx.org/content/col12200/1.2/>

- 18) Bhattacharjee, A. (2012). *Social Science Research: Principles, Methods, and Practices*. Textbooks Collection. University of South Florida (3) Retrieved from http://scholarcommons.usf.edu/oa_textbooks/3
- 19) Bui, M.N., & Moran, R. E. (2020) Making the 21st Century Mobile Journalist: Examining Definitions and Conceptualizations of Mobility and Mobile Journalism within Journalism Education. *Digital Journalism*, 8(1), 145-163. doi.org/10.1080/21670811.2019.1664926
- 20) Cemerlang, P.; Lim, J.; You, Y.; Zhang, J. & Chevallet, J. (2006). Towards Automatic Mobile Blogging. *IEEE International Conference on Multimedia and Expo*, Toronto, Ont., 2006, pp. 2033-2036, doi.org/10.1109/ICME.2006.262613
- 21) DeFleur, M. L., Ball-Rokeach, S. (1989). *Theories of mass communication*. New York; London: Longman.
- 22) Donohue, G. A., Tichenor, P. J., & Olien, C. N. (1975). Mass Media and the Knowledge Gap: A Hypothesis Reconsidered. *Communication Research*, 2(1), 3-23. doi.org/10.1177/009365027500200101
- 23) Donohue, G. A., Tichenor, P. J., & Olien, C. N. (1973). Mass Media Functions, Knowledge and Social Control. *Journalism Quarterly*, 50(4), 652-659. doi.org/10.1177/107769907305000404
- 24) Donohue, G. A., Tichenor, P. J., & Olien, C. N. (1986). Metro daily pullback and knowledge gaps. Within and between communities. *Communication Research*, 13, 453-471. doi.org/10.1177/009365086013003010
- 25) Donoso, V., & Verdoodt, V. (Nov. 2014) White paper: Social Media Literacy: Time for an update, *the EMSOC research project*, Universiteit Brussel, Belgium, Retrieved from <https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/471013/1/EMSOC+White+Paper.pdf>
- 26) Ejaz, W. (2017). Analyzing Malaise and Mobilization: The Effects of Media on Political Support and European Identity in Old and New Member States. *Politics in Central Europe*, 13(2/3):33-50. doi.org/10.1515/pce-2017-0002
- 27) Eşitti, Ş. (2016). Narcotizing Effect of Social Media. *Journal of Institute of Social Sciences*, Cankiri Karatekin University 7(1): 1015-1030
- 28) Ezzat, H. (2020) Social media influencers and the online identity of Egyptian youth (*Doctoral Thesis*). Rovira i Virgili University, Spain. Retrieved From <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/669811/TESI%20Hanan%20Ezzat%20Moussa.pdf>
- 29) Festinger, L. (1963). The Theory of Cognitive Dissonance. In Schramm, W. (Ed.) *The Science of Human Communication* (pp. 17-27). New York: Basic Books, Inc.
- 30) Fleeson, L. S. (2000). Dig Deep & Aim High - A Training Model for Teaching Investigative Reporting, *International Center for Journalists*
- 31) Forbes, D. (2005). *Watchdog's Guide to Investigative Reporting: A simple introduction to principles and practice in investigative reporting*, Konrad Adenauer Stiftung Media Programme: Johannesburg.

- 32) Kaplan, D. E. (2013). Global Investigative Journalism: Strategies for Support, *the Global Investigative Journalism Network*, Retrieved from: <https://gijn.org/investigative-journalism-defining-the-craft/>
- 33) Global Investigative Journalism Network. (2019). *Citizen Investigations, A GIJN Guide*. Retrieved from <https://gijn.org/citizen-investigation-guide/>
- 34) Grayson, L. (2015). Citizen Photojournalism. *Journalism Practice*, 9(4), 568–579. doi.org/10.1080/17512786.2015.1030142
- 35) Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: Willy.
- 36) Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*, A White Paper, The Aspen Institute, Washington, DC, Retrieved from https://www.aspeninstitute.org/wp-content/uploads/2010/11/Digital_and_Media_Literacy.pdf
- 37) Hunter, M. L., Sengers, L., & Lindemann, M. (2019) Modern Investigative Journalism. *A Comprehensive Curriculum Based on the ARIJ Method*, Retrieved from <https://www.storybasedinquiry.com/curriculum>
- 38) Newcomb, T. M. (1953). An approach to the study of communicative acts. *Psychological Review*, 60(6), 393–404. doi.org/10.1037/h0063098
- 39) Osgood, C. E., & Tannenbaum, P. (1963). Attitude change and the principle of congruity. In W. Schramm (Ed.), *Process and effects of mass communication (pp.251–260)*. Urbana: University of Illinois Press
- 40) Park, C. S. (2017). Citizen News Podcasts and Journalistic Role Conceptions in the United States and South Korea. *Journalism Practice*, 11(9), 1158–1177. doi.org/10.1080/17512786.2016.1224682
- 41) Robinson, M. (1976). Public Affairs Television and the Growth of Political Malaise: The Case of “The Selling of the Pentagon”. *American Political Science Review*, 70(2), 409-432. doi.org/10.2307/1959647
- 42) Rogers, E. M., (1962). *Diffusion of Innovations*. New York: The Free Press
- 43) Schramm, W. (1964). *Mass Media and national Development*. Stanford, California: Stanford University Press
- 44) Schuck, A.R.T. (2017). Media malaise and political cynicism. In: *The International Encyclopaedia of Media Effects*, (eds.) P. Rössler, C. Hoffner, & L. Zoonen. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons. doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0066
- 45) Singh, J., Kerr, P., & Hamburger, E. (2016) *UNESCO MILID Yearbook: Media and Information Literacy: Reinforcing Human Rights, Countering Radicalization and Extremism*. A collaboration between UNESCO, UNITWIN Cooperation Programme on MIL and Intercultural Dialogue, UNAOC and GAPMIL
- 46) Sompiya, S., Onuma, B., Kanokwan, S., Kalyakorn, T., Chuthamat, P., Nitchakul, B., Phenporn, N., Patorn, T., (2019). The effect of functional balance training on the balancing abilities of those who wear high-heeled shoes. *Songklanakarin Journal of Science & Technology*, 41(6), 1260-1266. doi.org/10.14456/sjst-psu.2019.158

- 47) Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (2005). *Culture, Media, Language*. Taylor & Francis e-Library
- 48) Hiebert, R. E., Ungurait, D. F., & Bohn, T. W. (1979). *Mass Media: An Introduction to Modern Communication*. New York: Longman.
- 49) Kahne, J., & Bowyer, B. (2019). Can media literacy education increase digital engagement in politics? *Learning, Media and Technology*, 44(2), 211-224. doi.org/10.1080/17439884.2019.1601108
- 50) Lasswell, H. (1948). The structure and function of communication in society. in L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*, (pp. 32–51). New York: Harper & Row.
- 51) Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1960). Mass Communication, Popular Taste and Organized Action. In W. Schramm (Ed.), *Mass Communication*, Urbana: University of Illinois Press.
- 52) Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. Glencoe: The Free Press.
- 53) Lerner, D. (1963). Toward a Communication Theory of Modernization: A Set of Considerations. In Frey F., Hyman H., Clelland D., Mosel J., Passin H., POOL I., et al. (Authors) & Pye L. (Ed.), *Communications and Political Development*. (pp. 327-350). New Jersey: Princeton University Press.
- 54) Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: The Macmillan Company.
- 55) McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. London: Sage Publications.
- 56) Mendelsohn, H. (1966). *Mass Entertainment*. New Haven, CT: College and University Press
- 57) Michell, T. B., Ross, S. E., Blackburn, J. T., Hirth, C. J., & Guskiewicz, K. M. (2006). Functional balance training, with or without exercise sandals, for subjects with stable or unstable ankles. *Journal of Athletic Training*, 41(4), 393-398.
- 58) Newton, K. (1999). Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise? *British Journal of Political Science*, 29(4), 577-599. doi:10.1017/S0007123499000289
- 59) Noelle-Neumann, E. (1973). Return to the concept of powerful mass media. In H. Eguchi & K. Sata (Eds.) *Studies of Broadcasting: An International Annual of Broadcasting Science* (pp. 67-112). Tokyo: Nippon Hoso Kyokai.
- 60) Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of Communication*, 24(2), 43-51. doi.org/10.1111/j.1460-2466.1974.tb00367.x
- 61) Noelle-Neumann, E. (1977). Turbulences in the climate of opinion: Methodological applications of the spiral of silence theory. *Public Opinion Quarterly*, 41(2), 143–158. doi.org/10.1086/268371
- 62) Perreault, G. & Stanfield, K. (2019). Mobile Journalism as Lifestyle Journalism. *Journalism Practice*, 13(3), 331-348. doi.org/10.1080/17512786.2018.1424021
- 63) Hornby, A. S., & Turnbull, J. (2010). *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English* (8th ed.) Oxford: Oxford University Press.

- 64) Seth, Y. & Singh, K. (2019) The Impact of Mobile Journalism on the Traditional Media. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 8(12), 1414-1416 Retrieved from: <https://www.ijsr.net/archive/v8i12/ART20203642.pdf>
- 65) Shamir, J., & Shamir, M. (1997). Pluralistic Ignorance Across Issues and Over Time: Information Cues and Biases. *Public Opinion Quarterly*, 61(2), 227-260. doi.org/10.1086/297794
- 66) Severin, W. J., & Tankard, J. W. (1979). *Communication theories: Origins, methods, uses*. New York: Hastings House.
- 67) Thoman, E., & Jolls, T. (2005). *Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education*, Center for Media Literacy. Retrieved from http://www.medialiteracy.com/sites/default/files/01_MLKOrientation.pdf
- 68) Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2) 159-170. doi.org/10.1086/267786
- 69) UNESCO. (1999, April) *Recommendations of the Vienna Conference "Educating for the Media and the Digital Age"*, Retrieved from https://www.mediamanual.at/en/pdf/educating_media_engl.pdf
- 70) Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(3), 577-585. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.3.577>
- 71) Vanwynsberghe, H., Boudry, E. & Verdegem, en Pieter, (December 2011) Mapping Social Media Literacy, Towards a Conceptual Framework, *the EMSOC research project*, Universiteit Brussel, Belgium
- 72) Waanders, W. J. (2019) 'Give My Bike Back': An Evaluation of Citizen Investigation Regarding Bicycle Theft in the City of Enschede. (*Bachelor Thesis*). Faculty of Behavioural, Management and Social Sciences, University of Twente: Netherlands, Retrieved from: http://essay.utwente.nl/78408/1/Waanders_BA_PSY.pdf
- 73) Watts, M. D., Domke, D., Shah, D. V., & Fan, D. P. (1999). Elite Cues and Media Bias in Presidential Campaigns: Explaining Public Perceptions of a Liberal Press. *Communication Research*, 26(2), 144-175. doi.org/10.1177/009365099026002003
- 74) Weaver, P.H. (1972). Is television news biased? *The Public Interest*, (26), 57-74.
- 75) Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. (2011). *Media and information literacy curriculum for teachers*, UNESCO. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971>
- 76) Wright, C.R. (1960). Functional analysis and mass communication, *Public Opinion Quarterly*, 24(4):606-620. doi.org/10.1086/266976
-