تحولات نظريات الإعلام في عصر الرقمنة: مقاربة تحليلية بين تطبيق النظريات التقليدية والحديثة في الدراسات الإعلامية

دراسة تحليلية من المستوى الثاني

أ.م.د/ سالي ماهر نصار*

الملخص:

هدفت الدراسة الحالية إلى رصد وتحليل الأطر والمداخل النظرية المستخدمة في الدراسات التي تناولت الإعلام الرقمي في عامي 2022 و2023، معتمدة على أسلوب تحليل من المستوى الثاني، والذي يقوم على إعادة استخدام البيانات الناتجة من البحوث والدراسات السابقة.

واعتمدت الدراسة الحالية على إجراء التحليل الكمي والكيفي معاً لعدد (109) دراسات، كما اهتمت الدراسة باستكشاف الموضوعات والقضايا البحثية التي عالجتها الدراسات عينة الدراسة، بالإضافة إلى رصد المناهج، والأساليب، والأدوات البحثية المستعان بها في تلك الدراسات، كما عكفت على عرض رؤية مقارنة بين نظريات دراسات الإعلام الرقمي، وتأثيرها في المدرستين العربية والأجنبية من حيث الإسهامات المعرفية والتطبيقية لها.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أبرزها:

- سيادة الدراسات الوصفية حيث برزت أدوات التحليل الكمية في دراسات الإعلام الرقمي مثل تحليل المضمون، والاستبيان بشكل واضح عن أدوات التحليل الكيفية مثل مجموعات النقاش المركزة، والمقابلة المتعمقة.
- ألقت الدراسات العربية الضوء على دور وسائل الإعلام الرقمي، والآثار الناتجة عن التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي ، بينما تطرقت الدراسات الأجنبية إلى موضوعات أخرى، مثل تحليل المحتوى المقدم من وسائل الإعلام الرقمي، ورؤية العاملين في قطاع الإعلام،فضلًا عن دور وسائل الإعلام الرقمي.
- استعانت أغلب الدراسات العربية بالنظريات التقليدية التي جرى استخدامها لعقود طويلة في بحوث وسائل الإعلام التقليدي بنفس فرضيتها وآلية تطبيقها تقريبًا، في حين استطاعت المدارس الأجنبية تطويع هذه النظريات التقليدية بما يتلائم مع طبيعة الإعلام الرقمي، كما تميزت الدراسات الأجنبية في استحداث نظريات أكثر قدرة على مواكبة تقنيات وسائل الإعلام الرقمي وخصائصها، في حين لم تبتكر أي من الدراسات العربية – محل الدراسة- نظرية أو مدخلًا نظريًا حديثًا حيث برز دورها في شقها المتعلق بالنظريات المستحدثة وهو التبعية للمدرسة الأجنبية دون أي إضافات براقة مؤثرة.

الكلمات المفتاحية:

مواقع التواصل الاجتماعي – نظريات – دراسات الإعلام الجديد – تحليل المستوى الثاني - الإعلام الرقمي.

*أستاذ مساعد بقسم الإعلام - كلية اللغة والإعلام الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري – القرية الذكية

Transformations in Media Theories in the Digital Age: An Analytical Comparison of the Application of Traditional and Modern Theories in Media Studies

A Meta-Analytical Study

Dr. Sally Maher Nassar*

Abstract:

The current study aimed to analyze the theoretical frameworks and approaches used in studies based on digital media in 2022 and 2023, relying on a second-level analysis method that reuses data from previous research and studies.

The current study relied on conducting a quantitative and qualitative analysis together for (109) studies. The study also focused on exploring the research topics and issues addressed by the studies of the study sample, in addition to monitoring the curricula, methods, and research tools used in those studies. It also focused on presenting a comparative vision between the theories of digital media studies and their impact on Arab and foreign schools in terms of their cognitive and applied contributions.

The results revealed the dominance of descriptive studies, as quantitative analysis tools in digital media studies, such as content analysis and questionnaires, clearly emerged over qualitative analysis tools such as focus groups and in-depth interviews. Arab studies shed light on the role of digital media and the effects of dealing with digital media, while foreign studies addressed other topics, such as analyzing the content provided by digital media, the vision of media workers, and the role of digital media. Most Arab studies relied on traditional theories that have been used for decades in traditional media research with almost the same hypothesis and application mechanism; however, foreign schools were able to adapt these traditional theories to suit the nature of digital media. Foreign studies were also distinguished by developing theories that are more capable of keeping pace with digital media technologies and their characteristics, while none of the Arab studies created a modern theory or theoretical approach, as their role emerged in their aspect related to the newly developed theories, which is dependence on the foreign school without any influential, brilliant additions.

Key Words:

Social media – Theories – New media studies – Meta analysis – Digital media.

* Assistant Professor, Department of Media - Faculty of Language and Communication
Arab Academy for Science, Technology and Maritime Transport - Smart Village

مقدمة:

أضافت وسائل الإعلام الرقمي صبغة جديدة للعملية الاتصالية، حيث نقلتها إلى مرحلة جديدة تلونت بالتفاعلية والتشاركية بين طرفي العملية الاتصالية؛ الُمرسِل والمستقبل، حيث أصبح الجمهور طرفًا فاعلًا أصيلاً، وتغيرت العملية الاتصالية التي كان قوامها عملية خطية مفتقرة للتفاعلية إلى عملية تشاركية تفاعلية تكاملية.

ونظرًا لطبيعة وسائل الإعلام الجوهرية في حياة الجمهور، انصبت الدراسات الإعلامية المختلفة على تحليل كل عنصر من عناصرها، ودراسته مستعينة بإطار نظري يكفل تحليل المشكلة البحثية، ويُؤَمِّن الخروج بنتائج ممثلة للمجتمع الأصلي للدراسة، وبتغير طبيعة العملية الاتصالية وتطورها الواضح في ظل الثورة الرقمية للاتصال، كان لزامًا على الدراسات الإعلامية مواكبة هذا التطور على المستوى البحثي والنظري أيضًا، حيث أحدثت النقلة النوعية من الاتصال الجماهيري إلى الاتصال الفردي نقلة نظيره لها في مجال الدراسات الإعلامية، وعليه تطورت المداخل والنظريات والنماذج النظرية المعتمدة في الدراسات الإعلامية، بل واستُحدثت نظريات أخرى مصممة خصيصًا لوسائل الإعلام الرقمي، متفهمة طبيعتها المميزة، ومواكبة لتقنياتها الحديثة.

واستنادًا على ما سبق يبدو جليًا اجتياز مجال الدراسات الإعلامية الرقمية بمرحلة فارقة ومهمة؛ لأنها مرحلة إعادة النظر في القاعدة النظرية التي تنطلق منها دراسات الإعلام الرقمي، كما يتضح إسهامات الباحثين في بناء أسس نظرية جديدة تتسم بما يمكنها من استيعاب الواقع الإعلامي الرقمي.

مشكلة الدراسة:

تعددت الدراسات الإعلامية التي تناولت بشكل أو بآخر عنصر أو أكثر من عناصر العملية الاتصالية في وسائل الإعلام التقليدي، وتنوعت النظريات والمداخل التي عُنيت بهذا التحليل، وباستحداث وسائل إعلام رقمية جديدة دعت الحاجة إلى بحث مدى مناسبة تلك النظريات والمداخل لبحث عناصر العملية الاتصالية في عصر الاعلام الرقمي، فصحيح أن مجال الإعلام يزخر بالعديد من النظريات والنماذج والمداخل النظرية متنوعة الفروض والأبعاد والأهداف، إلا أن بعضها تعرض للفناء نتيجة عدم قدرتها على الصمود أمام طبيعة الإعلام الرقمي، كما استحدث الدارسون نظريات حديثة صممت خصيصًا بما يتلائم مع طبيعة الإعلام الرقمي.

وفي ضوء ذلك تتضح المشكلة البحثية للدراسة الحالية في رصد وتحليل المداخل والنماذج والنظريات العلمية في دراسات الإعلام الرقمي؛ بغية فهم الإسهامات النظرية لتلك المداخل في هذا المجال، ورصد سباق المدارس العلمية المختلفة في هذا الصدد من خلال مراجعة التراث العلمي لدراسات الإعلام المنتمية للمدرسة البحثية؛ العربية والأجنبية.

أهمية الدراسة:

اكتسبت الدراسة الحالية أهميتها من انطلاقها من الإعلام الرقمي المتصدر للمشهد البحثي الإعلامي، وما يتناوله من إشكاليات بحثية وأطر نظرية وأدوات منهجية، وتطبيقية، فهو لايزال مثار جدل، وبيئة بحثية خصبة جاذبة للباحثين حول العالم، ولهذا ترجع أهمية الدراسة إلى:

1- تَتَبُّعها للنظريات والمداخل النظرية التي استندت إليها الدراسات الإعلامية العربية والأجنبية مدعمة بالجانب التطبيقي.
2- تركيزها على النظريات الإعلامية التي استحدثها الإعلام الرقمي، لما تفرضه من طبيعة مختلفة، أضفت صبغة جديدة للعمل الإعلامي البحثي.
3- إلقائها الضوء على الإشكاليات المنهجية والنظرية في دراسات الإعلام الرقمي.
4- عرض رؤية نقدية لإسهامات الباحثين في مجال دراسات الإعلام الرقمي، وتوضيح أوجه الشبه والاختلاف بين المدرستين البحثيتين العربية والأجنبية في هذا الصدد.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى:
1- رصد الموضوعات والقضايا البحثية التي تناولتها الدراسات عينة الدراسة.
2- تحليل النظريات والأطر النظرية التي استعانت بها الدراسات عينة الدراسة.
3- تحليل مناهج التحليل المستخدمة وأدواتها في الدراسات عينة الدراسة.
4- صياغة رؤية مقارنة بين البحوث في المدرستين العربية والأجنبية من حيث الاسهامات المعرفية والتطبيقية.
5- تقديم توصيات ورؤية مستقبلية للدراسات في مجال الإعلام الرقمي.

تساؤلات:

تقوم الدراسات الحالية على تساؤل رئيس وهو "ما النظريات المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي في الدراسات العربية والأجنبية؟"، ويندرج تحت هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية، وهي:
1- ما النظريات التقليدية المستخدمة في دراسات الإعلام الرقمي في الدراسات العربية والأجنبية؟
2- ما النظريات المستحدثة التي استحدثها الإعلام الرقمي في الدراسات العربية والأجنبية؟
3- ما الرؤية المستقبلية لنظريات دراسات الإعلام الرقمي في الدراسات العربية والأجنبية؟

الإجراءات المنهجية:

1.نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهدف التوصل إلى توصيف للظاهرة محل الدراسة، والتي تُعنى بدراسة الاتجاهات الرئيسة للنظريات والنماذج والمداخل النظرية لدراسة الإعلام الرقمي.

2.منهج الدراسة:

تندرج الدراسة الحالية تحت فئة الدراسات الوصفية، وتعتمد منهجًا تحليليًا Meta analysis حيث يلائم طبيعة الدراسة الحالية التي تعكف على التحليل الكيفي المتعمق للتراث العلمي لما تم نشره بالفعل في الدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بالإعلام الرقمي؛ بهدف الوقوف على آخر ما توصلت إليه الدراسات العلمية، ودراسة أبعاد تلك الدراسات، والبحث في نقاط قوتها، وضعفها، فضلًا عن تقديم رؤية نقدية لمقارنة المدرستين البحثيتين العربية والأجنبية، وتصور مستقبلي لدراسات الإعلام الرقمي.

واعتمدت الباحثة الاستراتيجية الآتية لتطبيق هذا المنهج:

المرحلة الأولى؛ وهي مرحلة حصر للتراث العلمي وانتقاءٍ للدراسات العربية والأجنبية ذات صلة بالإعلام الرقمي من خلال قواعد البيانات، والمجلات العلمية المحكمة ذات التصنيف المرتفع.

المرحلة الثانية؛ قراءة كل دراسة على حدةٍ قراءة دقيقة متعمقة لاستخلاص موضوعها والإطار النظري لها، بالإضافة إلى منهج الدراسة، والأداة المستخدمة في الوصول لنتائج تلك الدراسة

المرحلة الثالثة؛ تصنيف الدراسات مختلفة الموضوعات والأطر النظرية، ومتعددة الأدوات، والمناهج في تصنيفات رئيسة تسمح للباحثة باستخلاص نقاط الاتفاق والاختلاف بين كل دراسة وأخرى؛ بغرض تكوين بناء معرفي عن تلك الدراسات السابقة.

المرحلة الرابعة؛ تحليل ومقارنة تلك الدراسات بالتركيز على النظريات والمداخل والنماذج والأطر النظرية المستخدمة في الدراسات العربية والأجنبية، وهي إما واكبت طبيعة الإعلام الرقمي المتميز عن الإعلام التقليدي، أو استحدثها الإعلام الرقمي، أو مستحدثة، ولم يتم الاستعانة بها من قبل في دراسات الإعلام التقليدي.

المرحلة الخامسة؛ وضع رؤية نقدية لتلك الدراسات مختلفة الموضوعات والمنتمية للمدرستين البحثيتين العربية والأجنبية، واستخلاص رؤية مستقبلية أو استشرافية لدراسات الإعلام الرقمي.

3.مجتمع الدراسة:

عُنيت الدراسة بالتراث العلمي للدراسات الإعلامية المتعلقة بموضوع الدراسة في مجموعة من الدراسات البحثية، العربية والأجنبية وثيقة الصلة بالإعلام الرقمي خلال الفترة من 2022 وحتى 2023، بمختلف دول العالم، وقد بلغ عدد الدراسات التي خضعت للتحليل والمراجعة (109) دراسات، تنوعت بين (41) دراسة عربية، و(68) دراسة أجنبية.

4.عينة الدراسة:

انتقت الباحثة دراسات وثيقة الصلة بمجال الدراسة، وهو الإعلام الرقمي الجديد، وطبقت الباحثة على عينة من الدراسات متصلة بموضوع الدراسة، بالاستعانة بقواعد البيانات العالمية والعربية عالية التصنيف بوصفها مصدرًا أساسيًا لتجميع تلك الدراسات، كما تم استخدام كلمات مفتاحية باللغتين العربية والإنجليزية التي تتصل بمجال البحث، والتي من بينها: الإعلام الرقمي، مواقع التواصل الاجتماعي، الذكاء الاصطناعي، مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي، دور الإعلام الرقمي، وإرفاقها بأسماء النظريات، بغية الحصول على كثير من الدراسات ذات الصلة.

واستعانت الباحثة ببنك المعرفة المصري حيث يُعد بوابةً للكثير من قواعد البيانات والمجلات العلمية القيمة، حيث استعانت الباحثة بما يلي:

جدول رقم (1) مصادر الدراسات عينة الدراسة

أولًا: قواعد البيانات العربية:	
دار المنظومة	www.mandumah.com
موقع اتحاد مكتبات الجامعات المصرية.	http://srv1.eulc.edu.eg/eulc_v5/libraries/start.aspx?ScopeID=1.&
بنك المعرفة المصري	https://www.ekb.eg/ar/home
ثانيًا: قواعد البيانات الأجنبية:	
Sage Publication	https://journals.sagepub.com/home/

ثانيًا: قواعد البيانات الأجنبية:	
www.scholar.google.com	Google scholar
https://www.elsevier.com/	Elsevier
www.researchgate.net	Research gate
https://www.allacademic.com/	All Academic
https://www.academia.edu/	Academia
https://www.sciencedirect.com	Science Direct
https://www.scopus.com	Scopus
https://mjl.clarivate.com/home	Clarivate - Web of Science
https://taylorandfrancis.com/	Taylor&Francis
https://www.ebsco.com/products/research-databases	EBSCO

طُبقت هذه الدراسة على عينة من الدراسات بعد استطلاع الباحثة لعدد كبير من الدراسات ذات صلة بموضوع الدراسة، وانتقت عدد (109) دراسات للتحليل، بدءًا من عام (2022) وحتى عام (2023)، تنوعت بين (41) دراسة عربية، و(68) دراسة أجنبية.

واعتمدت الباحثة وحدة (الدراسة) بوصفها وحدة للتحليل الكيفي، حيث تناولت الباحثة عرض مفهوم النظرية وفكرتها، أبرز فروضها، والموضوعات التي دارت حولها تلك الدراسات، لاستخلاص مدى إسهامها في الإطار النظري المستخدم.

مبررات استخدام هذه العينة:

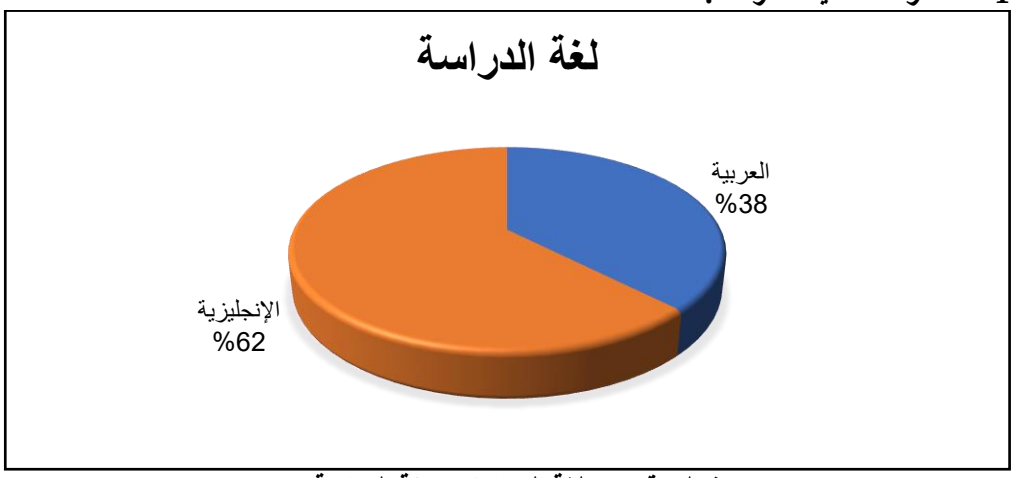
- اختلاف الموضوعات البحثية التي أثارتها دراسات الإعلام الرقمي في المدرستين العربية والأجنبية.
- تنوع المداخل والأطر والنماذج النظرية التي اعتمدتها تلك الدراسات.
- تعدد الأدوات والمناهج البحثية التي استعانت بها الدراسات العربية والأجنبية في مجال الإعلام الرقمي.

5.**النتائج العامة للدراسة**:

ركزت الدراسة الحالية على إلقاء الضوء على الدراسات وثيقة الصلة بالإعلام الرقمي، والنظريات المستخدمة في تلك الدارسات، واعتمدت الباحثة على عرض المداخل النظرية للدراسات عينة الدراسة، وفيما يلي تستعرض الباحثة الاتجاهات النظرية لدراسات الإعلام الرقمي، ويعقبه رؤية مقارنة بين المدرستين العربية والأجنبية من حيث إسهاماتهما المعرفية والتطبيقية.

أولًا: المؤشرات الكمية للبحوث التي خضعت للتحليل والدراسة:

1-لغة الدراسات عينة الدراسة:

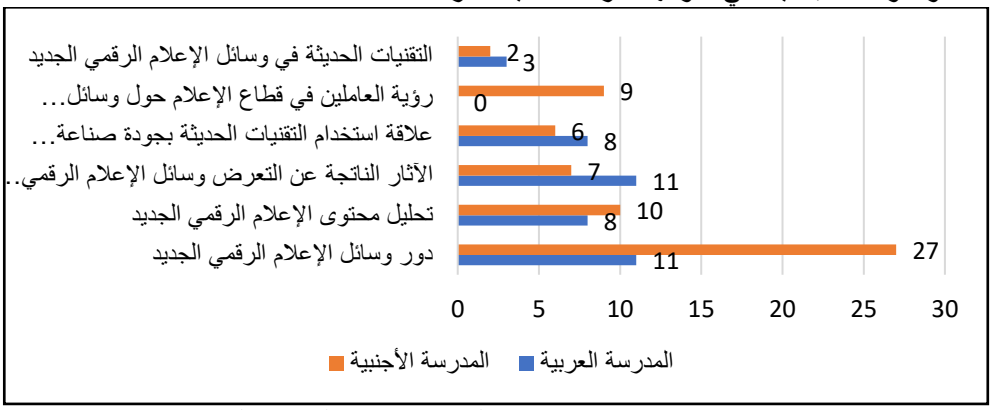


شكل رقم (1) لغة الدراسات عينة الدراسة

استعانت الباحثة بقواعد المعلومات والبيانات للحصول على الدراسات العربية والأجنبية، واستبعدت الدراسات التي خلت من الإطار النظري أو تناولت الإعلام الرقمي بوجه عام، حيث انتقت الباحثة مجموعة من الدراسات البحثية العربية والأجنبية وثيقة الصلة بالإعلام الرقمي خلال الفترة من 2022 وحتى 2023، بمختلف دول العالم، وبلغ إجمالي الدراسات التي خضعت للتحليل والمراجعة – عينة الدراسة- (109) دراسات: منها (68) باللغة الإنجليزية بما يشكل (62.4%) من إجمالي العينة محل الدراسة، بينما (41) نُشرت باللغة العربية بما يشكل (37.6%) من إجمالي العينة.

الأمر الذي يعكس سيطرة المدارس الأجنبية على مجال دراسات الإعلام الرقمي، وهو ما يتسق مع أصل تلك النظريات، حيث إن مؤلفو تلك النظريات هم من غير العرب، وبالتالي تلاحقت الدراسات في تطبيق تلك النظريات واختبار فروضها، وتطوير تلك النظريات في بعض الأحيان.

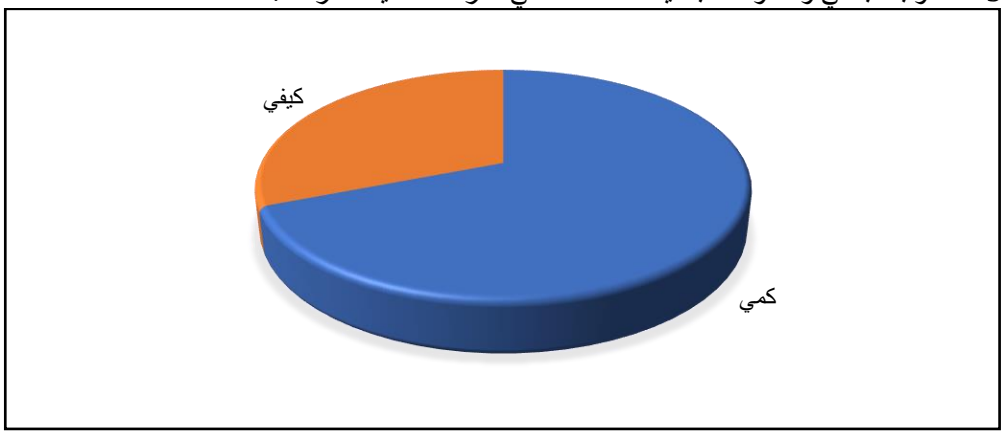
2-الموضوعات البحثية التي تناولتها الدراسات عينة الدراسة:



شكل رقم (2) المحاور البحثية للدراسات عينة الدراسة

باستعراض الباحثة للتراث العلمي لعدد (109) من الدراسات، ظهرت أن أغلب الموضوعات أو القضايا البحثية التي انصبت عليها الدراسات تمحورت حول خمسة موضوعات بحثية؛ برز في المقام الأول دراسة دور وسائل الإعلام الرقمي، ثم في المقام الثاني تحليل مضمون ما تعرضه تلك الوسائل وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، والآثار الناتجة عن التعرض لها، والمقام الثالث استخدام التقنيات الحديثة التي أتاحتها وسائل الإعلام الرقمي في جودة المحتوى المقدم، ثم وبفارق كبير تأتي المرتبة الرابعة رؤية العاملين في قطاع الإعلام لهذا التقنيات الحديثة وكيفية توظيفها، وإدارة العمل الإعلام وإنتاج محتواه باستخدامها، والتقنيات المستحدثة التي أتاحها الإعلام الرقمي في المرتبة الخامسة.

3-الأسلوب البحثي والأدوات البحثية المستخدمة في الدراسات عينة الدراسة:

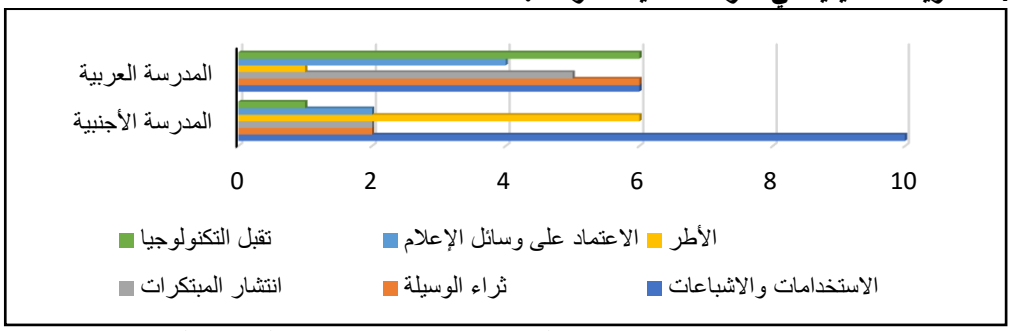


شكل رقم (3) الأسلوب البحثي للدراسات عينة الدراسة

يتضح من الجدول السابق سيطرة ظهور الأسلوب الكمي حيث أكثر الأساليب استخدامًا في الدراسات محل الدراسة، نظرًا لأن أغلبها يندرج تحت فئة الدراسات الوصفية، وهو ما يفسر أيضًا غلبة استخدام أداة الاستبيان بنسبة (46.8%) ثم تحليل المضمون بنسبة (27.5%) بالنسبة للأسلوب الكمي، في حين برزت أداة المقابلة المتعمقة بوصفها أحد أدوات الأساليب الكيفية بنسبة (22.9%).

ولعل واضحًا الاتساق بين نتيجة الأدوات البحثية ونتيجة الأساليب البحثية المستخدمة التي يعد أبرزها المنهج الكمي، وهي تتناسب بلا شك مع طبيعة الدراسات الوصفية، ولعل اعتماد الباحثين لهذا الأداة يرجع إلى استهدافهم لاستطلاع آراء الجمهور حول وسائل الإعلام الرقمي وأبرز الأدوار التي يؤديها، ولاستيضاح أبرز الآثار الناتجة عن التعامل أو التعرض لوسائل الإعلام الرقمي، أو على الجهة الأخرى التحقيق في رؤي صناع المحتوى وانتاجه من العاملين في قطاع الإعلام.

4-النظريات التقليدية في الدراسات عينة الدراسة:

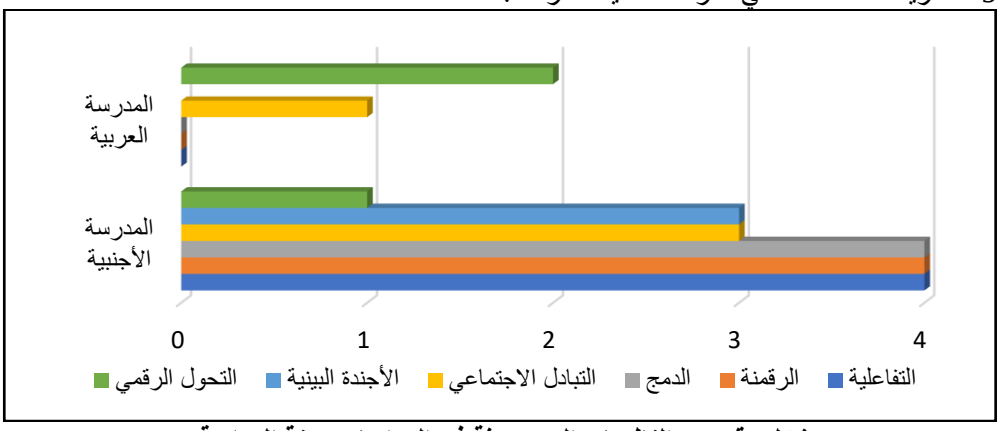


شكل رقم (4) النظريات التقليدية المطورة في الدراسات عينة الدراسة

لا شك أن الطبيعة المختلفة لوسائل الإعلام الرقمي فرضت تحديات كثيرة على جميع مجالات الإعلام التطبيقية جنبًا إلى جنب مع النظرية، وتأسيسًا على ذلك نجد أن المجال البحثي قد طاله جزء من تلك التحديات من خلال النظريات التي وضعها الباحثون؛ لاستيعاب الظواهر الإعلامية للمجال التقليدي، ووجب اختبارها للتأكد من جاهزيتها للتعامل مع الإعلام الرقمي، حيث اجتهد الباحثون في اختبار فروضها وتطويرها لتتسق مع بيئة الإعلام الرقمي وأدواته.

ظهر تصدر نظرية الاستخدامات والإشباعات للدراسات التي تندرج تحت المدرستين العربية والأجنبية؛ لتحليل دوافع استخدام وسائل الإعلام، والإشباعات الناتجة عن التعرض.

5-النظريات المستحدثة في الدراسات عينة الدراسة:



شكل رقم (5) النظريات المستحدثة في الدراسات عينة الدراسة

اجتهد الباحثون المهتمون بالدراسات الإعلامية وبخاصة مجال الإعلام الرقمي في تقديم نظريات علمية مستحدثة تُمَكِّن من تحليل العملية الاتصالية بعناصرها في البيئة الرقمية الجديدة، والجدير بالذكر أن النظريات المستحدثة لم ينظرها أو يؤسسها أساتذة الإعلام حيث أدلى بعض الخبراء والمعنيين بالشأن التقني المتعلق بتكنولوجيا المعلومات بدلوهم في بعض النظريات.

ولعل واضحًا تسابق الدراسات التي اندرجت تحت المدرسة البحثية الأجنبية نحو ابتكار واستحداث نظريات جديدة، ومن أبرزها: التفاعلية، والرقمنة، والدمج.

ثانيًا: المؤشرات الكيفية للبحوث التي خضعت للتحليل والدراسة:

أولًا: بالنسبة للموضوعات البحثية التي تناولتها الدراسات: فقد تعددت المحاور التي تناولتها الدراسات التي تنتمي للمدرستين العربية والأجنبية، ويمكن عرضها في سياق المحاور الآتية:

المحور الأول: دور وسائل الإعلام الرقمي:

تنوعت الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام الرقمي في حياة الجمهور، واتجهت الدراسة إلى بحث الأدوار التي تقوم بها منصات التواصل الاجتماعي في أوجه الحياة البشرية بشكل عام(Wenbo Li وHyunyi Cho، 2023)، في حين اتجهت غالبية الدراسات إلى تحليل أدوار محددة بدا أبرزها الدور الاجتماعي؛ لاستكشاف علاقة الجمهور بوسائل التواصل الاجتماعي (Islam Habis Mohammad Hatamleh وآخرين، 2023)، وتطرقت بعض الدراسات لبحث طبيعة استهلاك الجمهور للمحتوى (Ana González-Neira وآخرين، 2022)، أو مناقشة مسألة الهوية الاجتماعية، وكيفية تأطير عدم اليقين بشأنها (Sucharita Belavadi وآخرين، 2023)، أو تناولت كيفية تشكيل رأس مال اجتماعي (محمد رضا حبيب، 2023)، (Jianwei Dong، 2023)، (Pananda Chansukree وآخرين، 2022)، كما ألقت بعض الدراسات الضوء على التنمية المجتمعية (Samuel Ajijola، 2023)، والتبادلات الاجتماعية دراسة (Chih-Ping Chen، 2023)، ومستوى الثقة في تلك العلاقات الاجتماعية (Supeng Zheng، 2022).

كما لم تغفل الدراسات تحليل بعض الظواهر والموضوعات الاجتماعية، منها: التحريض على ظاهرة العنف في الملاعب (علاء الدين صلاح عيد، 2023)، أو تعزيز العمل التطوعي والخيري (أحمد سامي ومحمد صبحي،2023)، أو حتى ترتيب أولويات الجمهور(Norazha Paiman و Muhammad Ashraf Fauzi، 2023)، (Myojung Chung وآخرين، 2023).

فضلًا عن دورها في تنشيط السياحة والترويج لها؛ حيث تناولت قدرتها على حماية السياحة العالمية، وكيفية تقديم الثقافة المحلية (Xiaozhe Hui, 2023)، (Fauziah SHAHAB، 2023)، وتكوين صورة الوجهات السياحية (Juan Liu وآخرين، 2023).

أما عن الدور المعرفي فبدهي سيادة الدراسات التي ناقشت الدور الأبرز لوسائل الإعلام الرقمي، وهو الحصول على الأخبار(Joëlle Swart، 2023) و(Zixue Tai وآخرين، 2023)، وكيفية استهلاكها (Manuel Goyanes وMarton Demeter، 2023)، ودرجة مصداقية محتواها وما تقدمه من بيانات ومعلومات (Mufan Luo وآخرين، 2022 ، بالإضافة إلى ظهور دور حراسة البوابة بالأثر الرجعي اعتبرته واذي اعتبرته دراسة (Jane B. Singer، 2023) دورًا أساسيًا لا يمكن تعويضه.

كما اهتمت الدراسات بالكشف عن دور وسائل الإعلام الرقمي، وبخاصة منصات التواصل الاجتماعي في رفع المستوى المعرفي لطلاب الجامعات (Arunkumar Sivakumar وآخرين، 2023).

هذا بالإضافة إلى التوعية بالقضايا والموضوعات التقنية (طارق عبد الباسط اليماني،2023)، أو تقديم معلومات عن الأعمال التاريخية (عمر الإبياري، 2023)، والتوعية بالتحولات الاقتصادية والاجتماعية (دينا طارق عبد الوهاب محمد أحمد ،2023)، أو زيادة الوعي الصحي (أسماء مصطفى قاسم أحمد، 2023) (صالح بن زيد العنزي،2023)، (منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول،2023)، أو التوعية بأحد أهداف التنمية المستدامة (Emmanuel Olurotimi Olubodede، 2023).

أما عن الدور السياسي: عُنيَت الدراسات بإلقاء الضوء على دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، (هبة محمد شفيق عبد الرازق، 2023)، والممارسات السياسية التشاركية (Vanessa Kitzie and Amana Kaskazi، 2023) أو في النزاعات الاجتماعية والسياسية من خلال دراسة ظواهر سياسية بعنيها كما في الدراسة النيجيرية (Temple Uwalaka وBigman Nwala، 2023) أو استخدامها بوصفها أداة دعائية لصالح روسيا كما في دراستي (Heidi Erbsen و Siim Põldre، 2023).

كما تناولت بعض الدرسات تحليل المشهد السياسي لبعض الأحداث مثل تناول احداث احتجاج حركة حياة السود مهمة(Black Lives Matter)، وأعمال الشغب في الكابيتول (Ioana Literat، 2023)، أو اختبرت دور الوسائط الرقمية التعبيرية على الإنترنت والوسائط الاجتماعية، في المشاركة المدنية، (Seungahn Nah وآخرين، 2023)، أو تأطير قضية الهجرة إلى كندا ودور ذلك في تغيير المشهد السياسي كما في الدراسة الكندية (James P Walsh وDallas Hill ، 2023).

ظهر مما سبق تسليط الدراسات العربية الضوء على الأدوار المتنوعة التي تقوم بها وسائل الإعلام الرقمي المختلفة، والتي تنوعت بين الاجتماعي، والمعرفي، والاقتصادي والسياسي، والآثار الناتجة عن التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي.

بينما تطرقت الدراسات الأجنبية إلى موضوعات أخرى مثل تحليل المحتوى المقدم من وسائل الإعلام الرقمي بشكل عام، وبشكل خاص أيضًا حيث ألقت الضوء على تحليل محتوي موضوعات بعينها تتعلق بالحريات وتناول موضوعات الاحتجاجات، وتعظيم الديموقراطية، ورؤية العاملين في قطاع الإعلام نحو الرقمنة.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تحليل محتوى الإعلام الرقمي:

بمراجعة الدراسات السابقة التي اهتمت بدراسة ما تعرضه وسائل الإعلام الرقمي، وتحليل محتواه، تبين اتجاه كثير من الباحثين إلى تحليل محتوى وسائل الإعلام الرقمي، وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعية لأسباب عدة؛ منها لتحليل المحتوى المقدم على وسائل الإعلام، وفحص مقوماته وقياسها (هويدا الدر،2023)، (محمد محمد عمارة، 2023)، هذا وتنوعت أبعاد تحليل المحتوى بين البعد السياسي لتحليل دور الأداء الإخباري الرقمي في تدعيم أسس الديموقراطية (Tales Tomaz،2023)، وتحليل أطر احتجاجات الرأي العام في بلدان بعينها مثل دراسة (Yotam Ophir وآخرين، 2023) الأمريكية التي تناولت احتاجات الجمهور خلال فترة حكم الرئيس الأمريكي السابق دوناد ترامب، وللكشف عن الدور الذي لعبه القادة والسياسيون في النقاش حول اللقاح، وتطوير تصور المواطنين للأزمات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، أو كيفية تناول وسائل الإعلام الرقمي لوفاة جورج فلويد في 2020 (Holly

S. Cowart وآخرين، 2023) ، وأيضًا التركيز على دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على نظرة المهاجرين العرب للبلاد الأوروبية المقيمين فيها دراسة (Andrea Haeuptli، 2023).

ومن القضايا الدراجة هي قضية المناخ واتجهت الدراسات الى التركيز على تحليل قضية تَغَيُّر المناخ، والتناول الإعلامي لها(Zhan Xu وآخرين، 2022)، كما انشغلت دراسات أخرى بتحديد استراتيجيات المستخدمين في التفاعل عبر منصات التواصل الاجتماعي بشأن قضية تغير المناخ (Bienvenido León، 2023)، كما استهدفت تحليل تأطير أخبار قضية تغير المناخ والأطر المستخدمة فيها (Kaiping Chen وآخرين، 2023).

هذا واتجهت بعض الدراسات إلى تحليل المحتوى الإخباري وفحص وضع الأجندة الإعلامية لوسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية المصرية (Nourhan Moustafa El-Sherbiny وآخرين، 2023) كما لم تغفل الدراسات جانبًا أخر لوسائل الإعلام مختلفًا عن منصات التواصل الاجتماعي؛ مثل التطبيقات الإخبارية حيث سعت دراسة (إنجي طه سيف النصر مناصير،2023) إلى رصد المعالجة الإخبارية لقضايا الاتحاد الأوروبي وتحليلها من خلال تحليل المضامين الإخبارية الواردة على تطبيق يورونيوز.

هذا بالإضافة إلى تحليل تفاعل الجمهور مع المحتوى، حيث ألقت بعض الدراسات الضوء على أشكال تفاعلية الجمهور على موقع (فيسبوك) (ولاء إبراهيم عقاد،2023)، أو التفاعل والتعليق على وسائل التواصل الاجتماعي باعتباره ممارسات حراسة بوابة ما بعد النشر(Salonen, M., & Laaksonen, S.-M.، 2023) ، أو قياس التفاعلية في قضية بعينها على سبيل المثال حادثة انفجار مرفأ بيروت دراسة (إيمان محمد أحمد حسن، 2023) ، أو عمل النساء قاضيات في الكويت ومصر (Ali A. Al-Kandari، 2022).

كما انكبت بعض الدراسات العربية على دراسة أحد وسائل الإعلام، وهي منصات التواصل الاجتماعي التي من بينها انستجرام؛ لتحليل محتوى المؤثرين، ومدى مصداقيته من خلال عناصر المصداقية الثلاثة المتمثلة في الثقة، والخبرة، والجاذبية (دينا طارق عبد الوهاب محمد أحمد ،2023)، أو يوتيوب؛ وتحليل المعلومات والمعارف العلمية التي تتناولها قنوات الرسوم المتحركة التعليمية على يوتيوب دراسة (نادية قطب إبراهيم علي، 2023)، بالإضافة إلى البودكاست؛ حيث سعت إلى دراسة أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست "مطب العشرين" دراسة (ياسمين أحمد علي حسن ،2023).

برز اتجاه الدراسات الأجنبية إلى تحليل محتوى وسائل الإعلام الرقمي والتي ركزت على منصات التواصل الاجتماعي، حيث تمحورت موضوعات تلك الدراسات إلى موضوعات أو قضايا متداولة حديثة للكشف عن دورها في تحقيق دعائم الديموقراطية، أو تناول قضية تغير المناخ.

بينما ركزت الدراسات العربية على تحليل المحتوى؛ لأغراض أخرى، مثل المعالجة للموضوعات الإخبارية لقضايا الشباب والمعارف العلمية.

المحور الثالث: الآثار الناتجة عن وسائل الإعلام الرقمي، وما أتاحته من تقنيات:

تعددت التأثيرات التي كشفتها الدراسات عينة الدراسة بين التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية للجمهور المصري (مصطفى محمود زيدان، 2023)، حيث برزت التأثيرات المعرفية، لتطال جوانب

حياتية عدة؛ مثل الكشف عن تأثير وسائل الاعلام الرقمي في تشكيل اتجاهات الجمهور الكويتي نحو المعلومات الأمنية (عامر سالم علي الحصينان، 2023)، أو بمفهوم القدوة (أحمد أحمد عثمان، 2023)، أو الحصول على معلومات من أفلام السير الذاتية المقدمة على منصة نتفلكس، دراسة (حسام سلامة، 2023)، أو الكشف عن فاعلية وسائل الإعلام الرقمي، بوصفها أداة للتعلم الذاتي (داليا إبراهيم المتبولي،2023)، (Will Marler and Eszter Hargittai, 2023)، (Will Marler and Eszter Hargittai, 2023)، وتنمية المهارات (دراسة عبد الله بن علي آل مرعي، 2023)، أو تقديم محتوى الميم الساخر (مروة محمود عبد الله، 2023)، أو تأثير المنصات الرقمية على تلقي الخطاب السياسي عبر البلاد (Neelam Sharma وGayathri Sivakumar،2023).

كما تناولت دراسات الآثار السلوكية، مثل معدلات العنف بين الشباب دراسة (حسن إبراهيم حسن حسن، 2023)، أو عدائية التغطية الرياضية (نشوى يوسف أمين اللواتي، 2023).

ولم تغفل الدراسات التأثيرات الاجتماعية لوسائل الإعلام الرقمي الافتراضي في تعزيز فهمنا للتواصل بين الأشخاص والتبادل الاجتماعي (Osku Torro، 2023)، وتعظيم التفاعلية من خلال ألعاب الفيديو بين المشتركين في الصين (Xiao-Yu Xu وآخرين،2023)، أو تأثير المنفعة الاجتماعية المُتَصَوَّرَة من منصات التواصل الاجتماعي على التقارب المجتمعي (Soo Il Shin، 2022) ، كما تطرقت دراسة (لينا جميل عليان الجلسي، 2023) في معرفة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي، وطبيعة العلاقة الزوجية، أو علاقة الرجل بالمرأة (إيمان صابر شاهين،2023).

بينما تناولت دراسة (علي حموده جمعه سليمان وهبة الله محمد فتحي، 2023) التأثيرات النفسية التعرف على الآثار النفسية للميتافرس على مستخدميه.

تبارزت الدراسات العربية والأجنبية في الكشف عن تأثير التقنيات المستحدثة التي أتاحتها وسائل الإعلام الرقمي، والبيئة الاتصالية الرقمية، حيث ركزت الدراسات العربية على الكشف على التأثيرات المعرفية المتعلقة بالحصول على المعلومات وتنمية المهارات المعرفية، في حين تناولت الدراسات الأجنبية التأثيرات الاجتماعية، وبحثت في التبعات الاجتماعية لأثر استخدام التقنيات الحديثة في المجتمع.

المحور الرابع: استخدام التقنيات الحديثة في رفع جودة صناعة المحتوى:

تناولت كثيرٌ من الدراسات أثر التقنيات التي أتاحتها وسائل الإعلام الرقمي، واستخدام التقنيات الحديثة في صناعة المحتوى (محمد صلاح يوسف، 2023)، وهدفت إلى الكشف عن التطورات التي أفرزها الإعلام الرقمي في بيئة الاتصالات (H. A. Albadri، 2023)، وتحليل فاعليتها في تنمية مهارات صناع المحتوى (منَّةُ اللهِ كمال موسى دياب،2023)، وتأثير ذلك في تَنمية مهَارات صِناعة المُحتَوى الإعلامي الرَقمي (أحمد جمال حسن محمد، 2023)، و(S. Shyam Sundar وMengqi Liao ، 2023) أو تطوير معايير الإنتاج، طبقًا لهذه التقنيات المتوفرة في البلاد (Mary Angela Bock وآخرين، 2023).

ولعل أبرز التقنيات التي تناولها الباحثون بالبحث والدراسة، تقنيات الإنفوجرافيك والموشن جرافيك (علاء محمد عبد العاطي يوسف ،2023)، ومقاطع الفيديو (محمود إسماعيل عبد الرؤف الضبع، 2023)

وتقنية الميتافيرس (شيرين البحيري،2023)، وتقنية VR/360 دراسة (Wai Han Lo وآخرين، 2023)، وتقنية مذيع الروبوت دراسة (زينب عبد العظيم عبد الواحد،2023).

أما فيما يتعلق بالجانب السلبي من هذه التقنيات المتطورة؛ فقد خَلُصَت بعض الدراسات إلى مخاوف من تأثير المعالجة المتحيزة للأخبار على دقتها (Mufan Luo وآخرين، 2022)، ولفتت النظر إلى المخاوف المبكرة من استخدام التزييف العميق(Saifuddin Ahmed،2023) بوصفه سلاحًا لأغراض اجتماعية وسياسية، وكيفية مواجهة الأخبار الزائفة (بوسي فاروق محمود غندر،2023).

المحور الخامس: رؤية العاملين في قطاع الإعلام نحو تقنيات وسائل الإعلام الرقمي:

وفيما يتعلق بتوظيف التقنيات الحديثة لُوحظ اهتمام الدراسات بمعرفة مدى تأثير البث المباشر لمنصات التواصل الاجتماعي على جودة محتوى البرامج التلفزيونية (Sitti Wahyuni، 2023)، وكيفية توظيف تلك التقنيات الحديثة التي أُتيحت في الإنتاج الإعلامي (Jia, Z., & Mohamed, S. B.).

وهذه التقنيات الحديثة هي التي دفعت العاملين في مجال العمل الإعلامي إلى تطوير مهاراتهم وحسن الاستفادة من تلك التقنيات (Concha Pérez-Curiel وآخرين، 2023)، و(Anastasia Denisova، 2023)، (Daniel Vogler وLisa Schwaiger ، 2023).

كما انكب بعض الباحثين على دراسة علاقة العاملين في مجال الإعلام الرقمي بالتكنولوجيا المتوفرة في غرف صناعة الأخبار(Lynette Holman وآخرين، 2023)، وتأثير استخدام التقنية الحديثة في انتاج النشرات الإخبارية على درجة الرضا الوظيفي للعاملين (Felix Olajide Talabi ,2023)، كما تناولت بعض الدراسات رؤية منتجي البرامج، ومديري المحطات الإذاعية للعلاقة التقاربية بين الراديو بوصفه وسيلة اعلام تقليدية (Robin Ceasar F. Magnaye, Mary Ann E. Tarusan ، 2023) ، وكيفية إدارة منتجي البودكاست المستقلين لها (Lewis Tennant, 2023)

أغفلت الدراسات العربية هذا المحور الذي يتعلق بعلاقة العاملين في مجال الإعلام، وتقنيات ومجالات العمل الإعلامي الرقمي، وهو ما ألقت الضوء عليه الدراسات الأجنبية الضوء بحث بدا واضحًا تأثيره في روية العاملين في قطاع العمل الإعلامي، وتطوير تقنيات إنتاج المحتوى الإعلامي بشكل عام.

المحور السادس: التقنيات الحديثة في وسائل الإعلام الرقمي:

ألقت الدراسات الضوء على التقنيات الحديثة المستخدمة في البيئة الاتصالية الحديثة، مثل الكتب الرقمية المكتوبة والصوتية (نورة حمدي محمد أبو سنة، 2023)، أو الرموز emoji في منصات التواصل الاجتماعي (Shuaa Aljasir1، 2023)، أو فلاتر الواقع المعزز (Sergio Ibáñez - Sánchez وآخرين، 2023)، أواستخدام التقنيات التي أُتيحت من خلال Chat GPT (عمرو محمد محمود عبد الحميد،2023)، (شيرين محمد أحمد أحمد عمر، 2023).

ثانيًا: بالنسبة للمناهج والأساليب والأدوات المنهجية المستخدمة:

فقد برزت الدراسات الوصفية في دراسات الإعلام الرقمي، الأمر الذي يتناسب مع حداثته، ويتطلب فهم الإعلام الرقمي والوقوف على أبرز مميزاته وتقنياته وتأثيراته المختلفة على مختلف نواح الحياة.

أما فيما يتصل بالأساليب، فبدا واضحًا غلبة الاستعانة بالأسلوب الكمي، بنسبة (69%) حيث تصدرت (أداة الاستبيان) الأدوات المستخدمة في عينة الدراسة، بنسبة (46.8%) والتي لائمت حاجة الباحثين إلى آراء الجمهور حول دور وسائل الإعلام الرقمي، ورأيهم فيما يعرضه من محتوى، أو استطلاع لآراء العاملين في قطاع الإعلام، وتحليل رؤيتهم في كيفية استخدام التقنيات الجدية وتوظيفها في إنتاج محتوى أكثر جودة، ثم أداة تحليل المضمون بنسبة (27.5%)، لتحليل المحتوى الذي يعرضه الإعلام الرقمي ، ودوره في نواحي الحياة المختلفة.

في حين اتجهت دراسات أخرى للأساليب الكيفية بنسبة (31%) حيث استعانت بأداة المقابلة المتعمقة بنسبة (22.9%) في الوصول لمعلومات أكثر دقة حول دوافع استخدام الاعلام الرقمي، ودوره في ترويج ومناقشة القضايا والموضوعات الرائجة ثم المجموعات البؤرية بنسبة (4.5%).

أما فيما يتعلق بالدراسات التجريبية، وإن كانت بنسبة قليلة (2.8%) فقد ركزت على إلقاء الضوء على التقنيات الحديثة التي أتاحها الإعلام الرقمي.

هذه النتائج هي ترجمة حقيقية لاعتماد أغلب الدراسات على منهج المسح لأنه الأكثر اتساقًا مع الدراسات الوصفية التي اندرجت تحتها غالبية الدراسات التي خضعت للدراسات والتحليل.

وبالرغم من تعدد الأدوات المستخدمة في الدراسات عينة الدراسة، فإنه يلاحظ ارتفاع نسبة الاستعانة بأداة الاستبيان، الأمر الذي يلفت الانتباه، لضرورة الاستعانة بأدوات بحثية أخرى؛ لضمان دراسة الإعلام الرقمي دراسة مستفيضة وافية لكل أطرافه ومعالمه، بما يضمن دراسة لأبعاده كافة، وبشكل يفرز تفسيرات أكثر عمقًا.

وتميزت الدراسات العربية باعتمادها على البحوث الوصفية بينما تميزت بعض الدراسات الأجنبية باعتمادها البحوث التجريبية، بالإضافة إلى البحوث الوصفية التي غلبت عليها.

ثالثًا: بالنسبة للنظريات والنماذج أو المداخل النظرية:

فتستعرضها الباحثة على محوريين أساسيين؛ **الأول** يتناول النظريات والنماذج والمداخل النظرية التقليدية التي تم الاستعانة بها في دراسات الإعلام الرقمي في الدراسات العربية والأجنبية، و**الثاني**: يتناول النظريات والنماذج والمداخل النظرية التي استحدثتها دراسات الإعلام الرقمي في الدراسات العربية والأجنبية.

المحور الأول: النظريات التقليدية في دراسات الإعلام الرقمي:

بالرغم من طول عمر نظريات الإعلام التي تناولت دراسة وتحليل العملية الاتصالية ووسائل الإعلام التقليدية، فإن كثيرًا منها قيد التطوير، نظرًا لما فرضته طبيعة العملية الاتصالية الرقمية، دفعت الباحثين إلى إعادة تصور تلك النظريات، وإضافة مفاهيم ولمحات مستحدثة أكسبها بعدًا أكثر عمقًا، ليظهر تعدد النظريات والنماذج والمداخل الإعلامية التي اتصفت بدرجة من المرونة مكنتها من الصمود ومواكبة الإعلام الرقمي، والتي من بينها:

1-**نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses and Gratification**؛ لوحظ تصدر نظرية الاستخدامات والإشباعات الدراسات -عينة الدراسة- لتحليل دوافع استخدام وسائل الإعلام الرقمي، والإشباعات الناتجة عن التعرض، حيث تعددت الدراسات التي عُنيت بمعرفة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام الرقمي،

والتي منها الدراسة الإسبانية؛ دراسة (Sergio Ibáñez - Sánchez وآخرين، 2023) والتي أظهرت أن الترفيه المتصور هو الدافع الأساس لرضا المستخدمين عن استخدام فلاتر الواقع المعزز على مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث يهدف المستخدمون إلى المتعة والترفيه في هذه التجربة، فضلًا عن رغبتهم في الهروب من الواقع، وتمضية الوقت[1].

كما أظهرت الدراسة الأمريكية (David L. Stamps، 2023) وجود علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية بين الالتزام العنصري للمستخدمين ذوي البشرة السمراء، واستخدام منصات التواصل الاجتماعي بشكل يركز على الهوية، وإمكانية الانخراط في العمل الجماعي، كما أظهرت جهودًا لهؤلاء المستخدمين في تحقيق العدالة العرقية من خلال العديد من التحركات والتجمعات على تلك المنصات[2]، وأكدت الدراسة الصينية (Xiao-Yu Xu وآخرين،2023) تحكم ثلاث عناصر أساسية في تفاعلية المشتركين هي الرغبة في الاشباع، والإشارات البيئية، وميول المستخدم[3].

وظهر في دراسة (Ali A. Al-Kandari، 2022) أن أبرز دوافع استخدام وسائل الإعلام الرقمي هو تعزيز الديمقراطية، حيث أظهرت أن استخدام المبحوثين عينة الدراسة لمنصة تويتر للبحث عن المعلومات، وتكوين الرأي، مما يدعم الديمقراطية ويؤكد تحققها، حيث ظهرت الديمقراطية الدافع الوحيد للتعبير عن الرأي عبر منصات التواصل الاجتماعي[4]، والدراسة الأسترالية (Bienvenido León، 2023) التي أظهرت استخدام منصات التواصل بشكل فعال في مناطق جغرافية مختلفة؛ لتحقيق أهداف متعددة لدعم المجال العلمي بشأن تَغَيُّر المناخ[5]، وأيضًا دراسة (نورة حمدي محمد أبو سنة، 2023) التي هدفت إلى التعرف على استخدامات الشباب العربي المصري، السعودي للكتب الرقمية المكتوبة والصوتية والإشباعات المتحققة منها، وخلصت إلى وجود كثافة لاستخدام الكتاب الرقمي المكتوب أكثر من الصوتي، حيث ظهرت الدوافع الطقوسية لصالح الكتب المكتوبة والنفعية لصالح الصوتية[6].

أما فيما يتعلق بدوافع استخدام المنظمات لمواقع التواصل الاجتماعي، فقد تناولت الدراسة السعودية (Norizzati Azudin، 2023) دوافع استخدام تويتر بوصفها أداة اتصال من قبل حكومة المملكة العربية السعودية في إدارة جائحة كورونا، وأثبتت بشكل واضح أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من قبل الحكومة فعال في إدارة الأزمات. [7]

هذه الدوافع الجمّة للجمهور كشفت عن تأثير وسائل الإعلام الرقمي في تشكيل اتجاهات الجمهور، كما ظهر في الدراسة الكويتية (عامر سالم علي الحصينان، 2023) التي خلصت إلى أن جاذبية وسائل الإعلام الرقمي، وقدرتها على تقديم معلومات مناسبة بشكل ممتع وجذاب، تُعَدُّ السبب في ارتفاع التعرض الدائم لها بما يشكل اتجاهات الجمهور نحو تلك المعلومات [8]، وهو ما بينته الدراسة التركية (Yasmin Aldamen,2023)حيث بيَّنت أن أبرز دوافع استخدام المهاجرين السوريين لمواقع التواصل الاجتماعي هي الرغبة في الحصول على المعلومات، وتنمية حصيلتهم المعرفية عن بعض القضايا والموضوعات، فضلًا عن التواصل مع أفراد العائلة والأصدقاء، وبناء علاقات مع البلاد المضيفة لهم [9]، وفي السياق ذاته أشارت الدراسة النرويجية (Bindiya Dutt, 2023) إلى أن أبرز دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي هو التواصل مع الآخرين مما يسمح بالشعور بالانتماء وتعزيز الشعور بالرفاهية [10].

ولم تغفل الدراسات اختبارات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام الرقمي، والتي من بينها الدراسة المصرية (مصطفى محمود زيدان، 2023)، التي كشفت عن وجود علاقة مشاهدة، توجد علاقة ذات

دالة إحصائية بين درجات عينة الدراسة على مقياس دوافع استخدام فيديوهات التيك توك (النفعية والطقوسية)، والتأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية [11]، والدراسة السعودية؛ دراسة (لينا جميل عليان الجلسي، 2023)، والتي أظهرت تأثير كثافة مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أثّر على العلاقات الاجتماعية، والتوافق بين الأزواج، فضلًا عن تفاعلهم مع شريك الحياة [12].

كما تناولت دراسات أخرى جانبًا من التأثيرات السلبية، منها دراسة (علاء الدين صلاح عيد، 2023) حيث كشفت عن جانب آخر من التأثير، وهو ظاهرة العنف في الملاعب، والتي بدا أبرزها "الألفاظ المسيئة والعبارات النابية" ثم "نشر صور لأحداث العنف في الملاعب الرياضية" [13].

كما أظهرت دراسة (مروة محمود عبد الله، 2023) وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين معدل استخدام الشباب لمحتوى الميم على مواقع التواصل الاجتماعي، وزيادة الاتجاه نحو التنمر الإلكتروني أكثر من غيرهم الأقل استخدامًا لهذا المحتوى [14].

ومع تصاعد حدة العنف والصراع في بعض المناطق من العالم تعددت الدراسات التي تناولت علاقة التعرض لوسائل الإعلام الرقمي، وارتفاع حدة هذه الأحداث، ومن بينها الدراسة النيجيرية (Temple Uwalaka وBigman Nwala، 2023) التي ألقت الضوء على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في النزاعات الاجتماعية والسياسية في نيجيريا خلال احتجاجات 2020، وأظهرت أن منصات Whatsapp وFacebook هي الأكثر استخدامًا للتعرف على الاحتجاجات وتنسيق مشاركتهم في تلك الاحتجاجات من الفئة العمرية الأقل [15]، بالإضافة إلى الدراسة الأمريكية (Ioana Literat، 2023) التي عكفت على تحليل دور منصات التواصل الاجتماعي في أحداث احتجاج حركة حياة السود مهمة وأعمال الشغب في الكابيتول، حيث أظهرت الدور البارز لمنصة تيك توك لما أتاحته للمستخدمين إمكانات TikTok الإبداعية للتعليق على إخبارية محددة، وانتقاد الأجهزة الإعلامية، وتوسيع نطاق القصص؛ الإخبارية لانها متاحة للجهات الإعلامية وللمستخدمين على السواء [16].

أُستخدمت نظرية الاستخدامات والإشباعات على نظاق واسع في الدراسات -عينة الدراسة- حيث شاع استخدامها بين الباحثين المنتمين للمدرسة الأجنبية، حيث بلغ عدد الدراسات الأجنبية 10 دراسات ركز أغلبها على دوافع استخدام وسائل الإعلام، وبشكل خاص منصات التواصل الاجتماعي، التي غلب عليها دافع التسلية وتمضية الوقت، والحصول على المعلومات والأخبار، وتعزيز الديموقراطية، في مقابل 5 دراسات عربية ركز أغلبها على تأثيرات تلك المتابعة على تباعد العلاقات الاجتماعية، والتنمر، وبعض أنواع العنف.

وتناولت الدراسات أداة الاستبيان حيث مكنت الباحثين من قياس دوافع استخدام وسائل الإعلام الرقمي، والإشباعات المتحققة منه على نحو دراسات الإعلام التقليدي، الأمر الذي يجذب الانتباه لضرورة وضع الجوانب التقنية الحديثة التي تميز بها الإعلام الرقمي في الاعتبار مثل: التفاعلية، وعدم التزامنية، ومن ثم إخضاعها للاختبار والقياس.

2-**نظرية ثراء الوسيلة Theory Richness Media**؛ والتي تركز على مقومات وسائل الإعلام الرقمي التي أفلحت في استقطاب جماهير عريضة، فنلاحظ اتجاه الدراسات إلى دراسة مقومات وسائل الإعلام الرقمي، والتركيز على مميزاته وخصائصه بما يجعله وسيلة جديدة أكثر ثراءً، ومن ثَمَّ أكثر جذبًا للجمهور.

فعلى صعيد الدراسات العربية، ظهر تميزها بتناولها للعديد من الوسائط أو المنصات التي تتناول مقومات ثراء الإعلام الرقمي، من منصاتٍ للتواصل الاجتماعي، ومنصاتٍ تلفزيونية، ووسائل إخبارية رقمية؛ لنجد دراسة (هويدا الدر،2023) التي اهتمت بالتعرف على مقومات الثراء الإعلامي لمنصة إنستجرام والمؤثرين عبر تلك المنصة، وكشفت عن أبرز مقومات الثراء الإعلامي للمحتوى الإعلامي من اختيار الموضوعات الملائمة لاحتياجات الجمهور، ووضوح الأهداف وارتباطها بالموضوعات، ونجاح المهارات الشخصية والفنية في تقديم المحتوى وتوظيفه وفقاً لخصائص إنستجرام من حيث استخدام العناصر البصرية الثابتة والمتحركة وتوظيفها[17]، كما تناولت دراسة (محمد محمد عمارة، 2023) مدى ثراء محتوى الأعمال الدرامية على منصة نتفلكس، والتي خَلُصَت إلى أن أبرز مقومات ثراء المادة الدرامية على تلك المنصة هي تنوع موضوعات الأعمال الدرامية، وتعدد الاستمالات المستخدمة فيها [18]

والجانب الإخباري وتحقيق الوظيفة الأساسية من وسائل الإعلام بوصفها وسيلة الإخبار، نجد دراسة (محمود إسماعيل عبد الرؤف الضبع، 2023) التي أشارت إلى أن تعدد الجوانب الفنية والتقنية هي أبرز معايير ثراء المواقع الإخبارية المصرية لمقاطع الفيديو، لتغطية الحوادث بأنواعها على صفحاتها على موقع فيس بوك من حيث مستوى الفيديو، وتوثيقه، والأصوات المصاحبة، واستخدام المؤثرات المرئية [19]، كما نجد دراسة (محمد صلاح يوسف، 2023) التي ركزت على التقنيات الحديثة التي ميزت وسائل الإعلام الرقمي، وتوصلت إلى وجود علاقة قوية بين استخدام تقنيات الواقع المعزز في ثراء القصص الإخبارية [20].

بينما اختبرت دراسة (علي حموده جمعه سليمان و هبة الله محمد فتحي، 2023) الآثار النفسية والاجتماعية للميتافرس على مستخدميه، وتوصلت إلى ارتفاع تلك الآثار نتيجة ثراء الإنترنت الأمر الذي رفع من فرصة نسبة التعلم التي يمكن ضخها من خلال تلك الوسيلة [21].

هذا الثراء الكبير لوسائل الإعلام الرقمي بدا جليًا في الدراسة السعودية؛ دراسة (صالح بن زيد العنزي،2023) التي عكفت على معرفة تقييم الجمهور السعودي لفاعلية المحتوى الإعلامي لوزارة الصحة السعودية عبر شبكات التواصل الاجتماعي- وتحديدًا تويتر- والتي أظهرت ارتفاع متابعة حساب وزارة الصحة عبر تويتر؛ بسبب الثراء المعرفي والفاعلية التي أسهمت في تقليل الالتباس الذي قد يحدث في عملية الاتصال نتيجة تدفق المعلومات الغزير، وتعدد مصادره [22]، وفي الدراسة الصينية (Supeng Zheng، 2022) حيث كشفت عن التأثير المباشر وغير المباشر لثراء وسائل الإعلام الرقمي، والاستخدام الروتيني للمستخدمين -الأكبر سنًا- للوسائط في تطبيقات الهاتف من خلال النظر في الدور الوسيط للارتباط العاطفي[23].

وأما في المقابل فعلى صعيد الدراسات الأجنبية، أكدت دراسة باكستانية (Xiaozhe Hui, 2023) ثراء مواقع التواصل الاجتماعي بالتقنيات الحديثة، وفعاليتها في حماية السياحة العالمية، والترويج للسياحة، بالإضافة إلى تعزيز جهود محو الأمية البيئية باستخدام تقنية ميتافرس [24].

باستعراض الدراسات التي دعمت دراستها بالاعتماد على نظرية ثراء الوسيلة؛ يتضح أنها استعانت بالفرضية الأساسية لها، وهي مدى ثراء الوسيلة الإعلامية وغناها بالمقومات التي تكسبها بريقًا مميزًا يخطف أنظار الجمهور، وتطورت لتطال تأثير هذا الثراء التقني على جوانب متعلقة بجودة المحتوى وجاذبيته بل ومتعقلة أيضًا بكفاءة الجهات الحكومية في إدارة الأزمات، أو الترويج للسياحة.

كما اعتمدت أغلب الدراسات على التحليل الكمي مركزة على أدوات الاستبيان، لقياس رأي المبحوثين في مدى ثراء الوسائط التي تندرج تحت الإعلام الرقمي، وتُبَيِّن دوافع التعامل معها، وما يميزها من تقنيات.

3-نظرية الأطر Framing: تناولت الدراسات أطر القضايا المتداولة على وسائل الإعلام الرقمي، لنجد دراسة (ياسمين أحمد علي حسن ،2023) في تحليل أبرز أطر التناول وهي التفسير وتقديم الحلول والاهتمامات الإنسانية في المراتب الأولى في معالجة قضايا الشباب في بودكاست "مطب العشرين" [25].

وتسابقت الدراسات في تناول أطر الأخبار المعاصرة التي يتم تداولها في مجالات الأخبار على وسائل الإعلام الرقمي، لنجد الدراسة الإستونية (Heidi Erbsen و Siim Põldre، 2023) والتي ألقت الضوء على استخدام وسائل الإعلام الرقمية أداة دعائية لصالح روسيا، وأظهرت أيضًا تميز مساحة المعلومات الروسية في العديد من المجالات عن الولايات المتحدة وإستونيا [26]، والدراسة الكندية (James P Walsh وDallas Hill ، 2023) حيث استهدفت بحث سبل تأطير قضية الهجرة إلى كندا، وأشارت إلى أن منصة تويتر تعمل على تخفيف الذعر الذي يشعر به المهاجر من خلال تأطير القضية في شكل ردود الفعل التي تنطوي على المشاركة الجماعية والتعاون[27].

أما بالنسبة للولايات المتحدة فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تحليل مقتل وفاة جورج فلويد في دراسة (Yotam Ophir وآخرين، 2023) والتي هدفت إلى تحليل أطر تغطية الاحتجاجات المثيرة للرأي العام بأمريكا فترة حكم ترامب، وتوصلت إلى الأطر المستخدمة، وركزت بشكل أكبر من خلال إطار النظام العام على إلقاء اللوم على الحكومة سواء من حيث التمييز المنهجي (كما هو الحال في وفاة جورج فلويد وغيره من المواطنين السود) والأحداث العرضية (كما هو الحال في فشل ترامب في إدانة اليمين البديل والنازيين الجدد)[28]، كما أظهرت دراسة (Holly S. Cowart وآخرين، 2023) أن أبرز الأطر التي تم الاستعانة بها في التغريدات المتعلقة بوفاة جورج فلويد في 2020 ركزت على الحريات المدنية في مقابل القانون والنظام [29].

كما اتجهت بعض الدراسات إلى تناول الأطر المستخدمة في موضوعات أخرى، مثل التغير المناخي التي ركزت عليها دراسة (Zhan Xu وآخرين، 2022) والتي أشارت إلى تعدد الأطر المستخدمة في تغطية الأخبار المتعلقة بالقضية، كما أظهرت وجود علاقة ذات دالة إحصائية بين تغطية الإطار الموضوعي للقضية وانتشاره عبر منصات التواصل الاجتماعي[30]، وهو ما أكدته دراسة (Kaiping Chen وآخرين، 2023) والتي ألقت الضوء على ضرورة فهم كيفية استخدام الناس لوسائل التواصل الاجتماعي لتأطير القضايا السياسية والعمل الجماعي، مقارنة بمنافذ الأخبار التقليدية السائدة، حيث إن المحادثات والمنشورات حول حركة المناخ على تويتر مسيسة إلى حد كبير [31].

يتضح مما سبق عرضه غلبة الدراسات الأجنبية في استخدام نظرية الأطر للموضوعات الدارجة في الأخبار، والشائعة مثل الحريات، وتغير المناخ، واتجهت إلى العلاقة بين الإطار المستخدم والقضية التي يتم تأطيرها، بينما تطرقت أغلب الدراسة العربية إلى الأطر المستخدمة في تناول الموضوعات ذات البعد الاجتماعي.

4-**نظرية انتشار الأفكار المستحدثة diffusion of innovation** ؛ تتناول كيفية اكتساب فكرة أو تقنية حديثة بمرور والوقت، وارتبطت هذه النظرية بمدى انتشار التقنيات الحديثة، خاصة المتعلقة بتقنيات الإعلام الرقمي، فتبارزت الدراسات في تناولها والتي من بينها (Chat GPT)، و(ميتافيرس) حيث تناولت بعض الدراسات استبيان آراء الجمهور الذين أظهروا تباطؤًا في تبني الأفكار المستحدثة.

أشارت دراسة (شيرين محمد أحمد أحمد عمر، 2023) إلى نتيجة عدم إلمام المبحوثين بكل تفاصيل تلك التقنيات الحديثة، كما أنهم قد يكونون من المتلكئين أو المستخدمين الأواخرlaggards [32]، وأظهرت دراسة (داليا إبراهيم المتبولي،2023) تبني طلاب الإعلام التربوي لموقع اليوتيوب بوصفه وسيلةً مستحدثةً للتعلم الذاتي[33]، والأمر ذاته في دراسة (أحمد جمال حسن محمد، 2023)، والتي كشفت عن قبول الفتيات لِلتِكنولوجيا الجَديدة، وتَبني المُستَحدث الجَديد الخَاص بِالهواتف الذَكية وتقنياته في صِناعة المُحتوى الإعلامي، وأكدت انعكاسات ذلك عَلى تطور شَكل ومَضمون الإنتاج البرامَجي [34]، وهو ما دفع الدراسة الأمريكية (Mary Angela Bock وآخرين، 2023) إلى معرفة مدى تطبيق هذه التقنيات الحديثة من قبل العاملين في مجال صناعة المحتوى الإخباري الرقمي تحديدًا، حيث توصلت الدراسة إلى أن مؤسسات الأخبار لازالت مستمرة في إنتاج مقاطع الفيديو بطيئة الوتيرة دون سرد، أو يتضمن سردًا من خلال المراسل، بينما استطاع المستخدم العادي في العصر الرقمي مستخدمًا التقنيات التي وفرتها مواقع التواصل الاجتماعي من إنتاج مقاطع فيديو ذات وتيرة سريعة، بقوالب جذابة شيقة [35].

وقد طالت بعض الدراسات ليس فقط التقنيات المستحدثة، بل والأفكار المستحدثة أيضًا التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مثل دراسة (إيمان صابر شاهين،2023) في الكشف عن اتجاهات الجمهور المصري نحو الأفكار المستحدثة الخاصة بالمرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتأثيرها على علاقة الرجل بالمرأة، وأظهرت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الجمهور نحو وضوح المعلومات التي تلاقيها الجمهور حول الأفكار المستحدثة المتعلقة بالمرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي [36].

وفي السياق ذاته استهدفت بعض الدراسات تحليل العلاقة بين العاملين في مجال الإعلام الرقمي ومدى تقبلهم للأفكار المستحدثة، وتبعات ذلك على العمل الإعلامي الرقمي، كما في دراسة (شيرين البحيري،2023) التي أظهرت نسبة استخدام مرتفعة للتقنيات الحديثة مثل تقنية الميتافيرس[37]، الأمر الذي أرجعته الدراسة الأمريكية (Lynette Holman وآخرين، 2023) إلى الدعم المقدم من المؤسسة للعاملين فيها، حيث ظهر الذين يتلقون دعم من رؤسائهم هم الأكثر قبولًا للتكنولوجيا الحديثة وأكثر تبنيًا للابتكارات التي فرضها الإعلام الرقمي [38].

استهدفت الدراسات العربية اختبار مدى قبول الجمهور أو العاملين في مجال الإعلام الرقمي للأفكار والتقنيات التي استحدثتها مجالات الإعلام الرقمي، بينما اتجهت الدراسات الأجنبية إلى بحث العوامل المتحكمة في درجة قبول هذا الأفكار والتقنيات المستحدثة، فضلاً عن تأثير هذا التقبل على جودة صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي.

اتجهت الدراسات السابق عرضها على اعتماد أداة الاستبيان، للحصول على المعلومات التي من شأنها تحديد مدى تقبل عينة الدراسة- على اختلافها في الدراسات- لتبني الأفكار والتقنيات المستحدثة المتعلقة بالإعلام الرقمي.

5-**الاعتماد على وسائل الاعلام Media dependency theory**: الجدير بالذكر هو تعدد المجالات الحديثة التي اعتمدها الجمهور في التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي، حيث تنوعت أسباب هذا الاعتماد التي تناولت بشكل أو بآخر الرغبة البشرية في المعرفة والحصول على المعلومات.

فظهرت معرفة التحولات الجديدة في الدراسة الكويتية، دراسة (خالد بن إبراهيم الحمود، 2023) أبرز أسباب اعتماد المبحوثين على صحافة الفيديو، بهدف فهم التحولات الاقتصادية والاجتماعية، يليها التوجيه بغرض الحصول على توجيهات وارشادات تفيدهم في التصرف وفق التحولات الجديدة [39]، كما ألقت دراسة (أحمد سامي ومحمد صبحي،2023) الضوء على العلاقة بين وسائل الاعلام الرقمي في تعزيز العمل التطوعي والخيري، وأن أهم أسباب الاعتماد على وسائل الاعلام الرقمي أنها توفر الكثير من الاحتياجات التي تساعد على فهم المشكلات الاجتماعية والتعايش معها [40].

وفي السياق ذاته أدلت الدراسة التركية (Yasmin Aldamen,2023) بدلوها في تحليل اعتماد المهاجرين السوريين لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أسفرت عن أن الرغبة في الحصول على المعلومات، وتنمية حصيلتهم المعرفية عن بعض القضايا والموضوعات، والسلوكية فضلًا عن التواصل مع أفراد العائلة والأصدقاء، وبناء علاقات مع البلاد المضيفة لهم هي أبرز أسباب هذا الاعتماد [41].

كما اتجهت دراسة (عمر الإبياري، 2023) لاختبار مدى اعتماد الجمهور المصري على الأعمال التاريخية بمنصة نتفليكس مصدرًا للمعلومات، وتوصلت إلى اعتماد الجمهور عينة الدراسة على المحتوى الذي تقدمه الأعمال التاريخية بمنصة نتفلكس، بنسبة فاقت نصف عينة الدراسة، رغم عدم ثقتهم في صدق هذا المحتوى المُقَدَّم [42]، كما لم تغفل دراسة (منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول،2023) سبل الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمي، حيث أظهرت أن الغالبية العظمى من المبحوثات لديهن اتجاه إيجابي نحو تطبيقات الهواتف الذكية بوصفها مصدرًا للمعلومات الصحية [43].

بدا من الدراسات التي عُرضت اعتماد الجمهور الواضح على وسائل الإعلام الرقمي للحصول على مختلف ألوان المعرفة والأخبار، فقد سلطت الدراسة الهولندية دراسة (Joëlle Swart، 2023) الضوء على تبعات هذا الاعتماد الجلي، حيث لفتت الانتباه إلى أن تبعات هذا الاعتماد طالت كيفية صياغة مفهوم المعرفة الإخبارية بوصفها شكلًا من أشكال المعرفة الموضعية، مع الأخذ في الاعتبار كيفية تشكيل المنصة والسياقات الاجتماعية لمواقف المستخدمين، ودوافعهم وتصوراتهم للقوة [44].

تناولت الدراسات العديد من جوانب اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام الرقمي، حيث برزت أسباب عدة للاعتماد، أساسها الحصول على المعلومات بغرض المعرفة وتحقيق القدرة على فهمٍ أفضل كما في الدراسات العربية، بينما اتجهت الدراسات الأجنبية إلى آثار هذا الاعتماد ونواتجه.

كما ركزت الدراسات على استخدام أداة الاستبيان، وهو يتناسب مع النظرية التي تناولت فرضيتها الأساسية، وهي العلاقة المتبادلة بين الجمهور ووسائل الإعلام.

6-**تقبل التكنولوجيا Technology acceptance Model**؛ هذا النموذج الذي تناول التقنيات الحديثة ومدى تقبل الجمهور لها، حيث عكفت الدراسات على معرفة مدى اعتماد الجمهور للتقنيات الحديثة التي أتاحتها وسائل الإعلام الرقمي، وتقييمهم لها، منها استخدام تطبيقات التصوير بزاوية 360 درجة في تنمية مهارات صناعة المحتوى الإخباري الرقمي.

فتناولت بعض الدراسات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، ومجالاتها بشكل عام، كما في دراسة (طارق عبد الباسط اليماني،2023)، حيث هدف الدراسة التعرف على دور وسائل الإعلام الرقمية في التوعية بقضايا تقنيات الذكاء الاصطناعي كمفهوم، ومجالات توظيفها، وآثار ذلك على الشباب المصري، وكشف التحليل الإحصائي عن وجود تأثير لقبول عينة الدراسة للخصائص التكنولوجية لتقنيات الذكاء الاصطناعي في ارتفاع مستوى التفاعل مع المنتجات والخدمات التي تعتمد على هذه التقنيات [45]، وكذلك دراسة (منَّةُ اللهِ كمال موسى دياب،2023) التي أظهرت تحسن صناعة المحتوى الاخباري الرقمي، نتيجة اعتماد التقنيات الحديثة في تقديم الأخبار والقصص بشكل أكثر فعالية عبر المنصات الرقمية [46].

وظهرت بعض الدراسات بشكل أكثر تحديدًا للتقنيات الحديثة المستخدمة في مجال الإعلام الرقمي، ومشجعة لاعتمادها في صناعة المحتوى، وتحديدًا صناعة الاخبار كما في دراسة (عمرو محمد محمود عبد الحميد،2023) فقد توصلت إلى الاعتماد على الواقع المعزز إذ أسهم في تطوير المحتوى التلفزيوني، وأضاف وظائف جديدة في فرق العمل التلفزيونية[47]، وأيضًا تقنية Chat GPT في دراسة (شيرين محمد أحمد أحمد عمر، 2023) التي أشارت إلى أن قبول تقنية Chat GPT، يرجع إلى المزايا النسبية جاءت في المقدمة، ثم الملائمة، ثم التعقيد، ثم القابلية للملاحظة ثم القابلية للتجريب [48].

هذا على الجانب الإيجابي المرجو من استخدام التقنيات الحديثة في الإعلام الرقمي، بينما ظهر جانب غير مشجع بدرجة كبيرة لاستخدام التقنيات الحديثة بحسب ما أظهرته دراسة (زينب عبد العظيم عبد الواحد،2023) اتجاه مقدمي البرامج نحو توظيف تقنية مذيع الروبوت بالأخبار، وأن موافقتهم على فكرة توظيف تقنية المذيع الروبوت كانت متوسطة [49].

وعلى صعيد آخر اتجهت بعض الدراسات إلى تقييم مدى تقبل تلك التقنيات الحديثة، حيث اتجهت الدراسة الماليزية (Norazha Paiman و Muhammad Ashraf Fauzi، 2023) إلى إلقاء الضوء على استخدام الشباب الجامعي، واستخدامه لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تقبله لها، وإقباله عليها، فقد أثبتت الدراسة تحقق كل متغيرات النظرية وكفاءتها في التنبؤ بسلوك الشباب الجامعي، وتقديم فهم شامل ومتعدد الأوجه لإدمانهم لمنصات التواصل الاجتماعي [50].

7-**الغرس الثقافي cultivation theory**؛ طلت وسائل الإعلام الرقمي على الجمهور بِحُلَّة جذابة وبراقة، استطاعت من خلالها شد انتباه الجمهور إلى تجربة اتصالية مميزة، استقطبت الباحثين؛ لتحليل مدى تأثير هذا التعرض الكثيف على الجمهور متباين الخصائص ومختلف الفئات، وعلاقته بالواقع الفعلي من حولهم، حيث يوجد فروق بين كثيفي وقليلي التعرض لوسائل الإعلام الرقمي، طبقًا للنوع، والدخل، والتعليم، والمهنة، ووقت المشاهدة ودوافعها، وإدراك واقعية المضمون [51] بحسب ما أفادته دراسة (أحمد

أحمد عثمان، 2023) حيث هدفت إلى التعرف على كثافة تعرض المراهقين في مصر لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقتها بمفهوم القدوة.

فضلاً عن تنوع منصات التواصل الاجتماعي في التأثير، كما أظهرت دراسة الألمانية (Erik Hermann وآخرين، 2023)، والتي عكفت على المقارنة بين المنصات التواصل الاجتماعي المختلفة، وقدرتها على غرس الأفكار في الشباب، وظهر تويتر في ذيل قائمة منصات التواصل الاجتماعي المؤثرة على الشباب[52].

فتنوعت أهداف الدراسات في تحليل علاقة الجمهور بوسائل الإعلام الرقمي في إطار نظرية الغرس، حيث أكدت دراسة (حسن إبراهيم حسن حسن، 2023) أن الغالبية العظمى من عينة الدراسة ترى أن وسائل الاعلام الاجتماعي له تأثير كبير على انتشار العنف بين الشباب، بل وتعزز السلوك العدواني لديه[53].

كما استهدفت الدراسة الأسبانية (Manuel Goyanes وMarton Demeter، 2023) إلقاء الضوء على استهلاك الجمهور للأخبار على منصات التواصل الاجتماعي، وأظهرت اختلاف تقييمات الجمهور لمحتوى الأخبار وفقًا للجهة الناشرة لها، والموضوعات التي يتم تناولها، ودرجة الاهتمام التي تجذبها ويثيرها[54].

وفي سياق آخر اهتمت دراسة (Samuel Ajijola، 2023) بالكشف عن آثار منصات التواصل الاجتماعي على المجتمع، ودورها في التنمية المجتمعية، وتوصلت إلى بعض النتائج الإيجابية، والتي من بينها تحسين فرص التعلم والتنشئة الاجتماعية والتواصل، فضلًا عن الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالصحة، كما توصلت إلى بعض الآثار السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي على المجتمعات؛ تشمل الإرهاب، والنشاط الإجرامي، والصيد، والاكتئاب، والقلق[55].

8-**النظرية المجذرة أوالمؤسسة Grounded theory**؛ اتبعت النظرية أسلوبًا إبداعيًا إبتكاريًا في اكتشاف المشاكل وإيجاد حلول عملية لها، وهذا ما دفع الدراسات إلى الاستعانة بها في الجانب النظري في مجالات مختلفة، غلب عليها جانب تقييم أحد وسائل الإعلام الرقمي.

لنجد الدراسة النيوزيلاندية، دراسة (Lewis Tennant, 2023) التي هدفت إلى الكشف عن طريقة إدارة منتجي البودكاست المستقلين، ودوافعهم في إنتاجها، وتوصلت إلى أن المحتوى المُقَدَّم عبر البودكاست نابع من تقاليد منتجيه وقيمهم الشخصية، ومتناسب مع طبيعة الجمهور المستهدف [56].

وفي سياق أخر نجد دراسة أمريكية (Will Marler and Eszter Hargittai, 2023) بحثت في مدى تميز مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها مصدرًا لحصول الأفراد المعلومات الدينية والعلمية، بالإضافة إلى عوامل الثقة والمعرفة والخصوصية بشكل كبير في معايير تقييم الجمهور لمصادر المعلومات والمعرفة [57]، بالإضافة إلى تبنيها مجموعة من التكتيكات والاستراتيجيات الجذابة المبتكرة، كما أشارت الدراسة الانجليزية (Anastasia Denisova، 2023) بشكل مَكَّنها من جذب اهتمام واندفاع الجمهور نحوها[58].

هذا الاهتمام الكبير بوسائل الإعلام الرقمية أكثر من وسائل الإعلام التقليدية، وتداول المعلومات عبرها أرجعته الدراسة الأمريكية (Vanessa Kitzie and Amana Kaskazi، 2023) إلى أن المراهقين

ترى أن الفئات الأكبر عمرًا، خاصة المعلمين والسياسيين مصادر غير جديرة بالثقة، رغم افتراض كونها مصدرًا للمعلومات، مما قد يؤدي إلى استخدامهم للوسائط الرقمية للتحقق، أو مواجهة ما يقوله لهم الفئة العمرية الأكبر سنًا، كما أنها تُمَكِنهم من تأكيد فاعليتهم في القضايا الاجتماعية والسياسية التي يشعرون أنهم مرتبطون بها[59].

لوحظ اتفاق غالبية تلك الدراسات السابق عرضها على الاستعانة بأسلوب التحليل الكيفي، مستعينة بأداة المقابلة المتعمقة لما تتيحه من ميزة استكشافية كبرى.

9-**رأس المال الاجتماعي Social Capital:** استهدفت دراسة (محمد رضا حبيب، 2023) التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس مال اجتماعي للجمهورية الجديدة في ظل التحديات العالمية، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبين كلٍ من دورها في تشكيل رأس المال الاجتماعي من ناحية، ودورها في تشكيل اتجاهات الشباب نحو مشروعات الجمهورية الجديدة [60] من ناحية أخرى.

أظهرت الدراسة الأمريكية، دراسة (Jianwei Dong، 2023) عن استخدامات أخرى، من بينها توسيع الموارد الجديدة، وترسيخ العلاقات الوثيقة، لتحسين مستويات المشاركة في التعلم بوساطة رأس المال عن طريق الموارد الاجتماعية المتاحة من خلال العلاقات الجديرة بالثقة، وتحقيق التَكَيُّف الثقافي للطلاب في الولايات المتحدة[61].

فضلًا عن الدراسة التايلندية، دراسة (Pananda Chansukree وآخرين، 2022) والتي عظمت من دور منصات التواصل الاجتماعي في توطيد العلاقات الاجتماعية، من خلال تحقيق مستويات أعلى من الكفاءة للموظفين في التعاون الفعَّال مع محيطهم، سواء لأغراض العمل أو غيره، حيث ظهروا أكثر استجابة للمساعدة عند الحاجة [62].

اتفقت الدراسات التي تندرج تحت المدرستين العربية والأجنبية في عَدَّ وسائل الإعلام الرقمي بشكل عام ومنصات التواصل الاجتماعي بشكل خاص عاملًا حيويًا في تجسير الفجوة بين المستخدمين وواقعهم الاجتماعي الفعلي، حيث إنها وفرت عاملًا قويًا في تدعيم رأس مالهم الاجتماعي، نتيجة توفير إمكانية للتفاعل بغرض توطيد العلاقات الاجتماعية، وتحسين مستويات المشاركة في الأمور التي من شأنها تقوية علاقاتهم بمحيطهم، وتوظيف دورهم بفعالية في هذا الإطار.

10-**نظرية المسئولية الاجتماعية Social responsibility**؛ وهي نظرية تتناول الوضع الأمثل لوسائل الإعلام، وتدعم دوره المسئول في تنشئة المجتمع، ولهذا بحثت دراسة (إنجي طه سيف النصر مناصير،2023) في المعالجة الإخبارية لقضايا الاتحاد الأوروبي على تطبيق اليورونيوز، وتوصلت إلى تبنيها لمفهوم المسئولية الاجتماعية، والذي يتمثل في تقديم تغطية واسعة لكل ما يَهُمُ المجتمع الأوروبي [63]، وفي الإطار ذاته سعت دراسة (ياسمين أحمد علي حسن ،2023) إلى دراسة أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست "مطب العشرين" في ضوء نظرية المسئولية المجتمعية، وتوصلت إلى غياب الالتزام بمعايير المسؤولية المهنية بشكل أكبر من معايير المسؤولية الاجتماعية، نظرًا لعدم احتراف مقدمي البودكاست للعمل الإعلامي وعدم خبرتهم في هذا المجال [64].

11-**نظرية الإدراك الاجتماعي social cognitive theory**؛ والتي عُنيَت بكيفية استخدام وسائل الإعلام الرقمي على نحو أمثل، لتحقيق أهداف التعلم والمعرفة، حيث ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي

تعزز من تبادل المعرفة ومشاركتها بما يعزز من دوافع التعلم لدى الطلاب، وتحسين أدائهم الأكاديمي [65] كما أشارت نتائج الدراسة الهندية (Arunkumar Sivakumar وآخرين، 2023)، في حين لفت نظر الباحثين أنه قد تظهر تبعات لهذا الاعتماد الكبير، والتي ظهر أهمها في الفترة الأخيرة التزييف العميق، وانتشار المخاوف المبكرة حول كيفية استخدام التزييف العميق بوصفه سلاحًا لأغراض اجتماعية وسياسية، كما أشارت الدراسة السينغافورة (Saifuddin Ahmed،2023) والتي أشارت إلى أن التعرض للتزييف العميق والمخاوف يرتبطان بشكل إيجابي بالتشكيك في أخبار وسائل التواصل الاجتماعي، وفي المقابل، فإن أولئك الذين يعتمدون بشكل متكرر على وسائل التواصل الاجتماعي كمنصةً إخبارية هم الأقل تشككا، وأن الأفراد ذوي القدرات المعرفية العالية هم الأكثر تشككًا في الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي. [66]

12-**نظرية التواجد الاجتماعي social presence**؛ وتناولت الدراسات التي استخدمت تلك النظرية خصائص وسائل الإعلام الرقمي، وتحكمها في اعتماد الجمهور على أحدى وسائله لتحقيق إشباع معين أو أداة مهمة معينة.

فأسفرت الدراسة السعودية (Shuaa Aljasir1، 2023) التي اهتمت بدراسة الشباب العربي للرموز emoji في منصات التواصل الاجتماعي بوصفها أداة للحضور أو التواجد الاجتماعي، وكيفية تأثرها بالخصائص الديموجرافية لهم، حيث كشفت الدراسة عن ثبوت استخدام الشباب العربي للرموز بكثافة أثناء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، كما أشارت إلى ارتفاع استخدام الفئة العمرية الأصغر لتلك الرموز بشكل يفوق الفئة العمرية الأعلى [67]، وقد أشارت الدراسة الأمريكية (Juan Liu وآخرين، 2023) إلى وجود علاقة ذات دالة إحصائية بين وجود منصات التواصل الاجتماعي، وتشكيل الصورة المعرفية والوجدانية للوجهات السياحية [68].

13-نظرية ترتيب الأولويات Agenda setting؛ حيث ركزت الدراسات التي اعتمدت عليها في إطارها النظري على تحليل دور وسائل الإعلام الرقمي في ترتيب أجندة الجمهو وأولوياته، ومن بين تلك الدراسات؛ الدراسة الصينية (Ruqin Ren و Jian Xu، 2023) حيث ركزت الدراسة على المحتوى الإخباري لأخبار ويكيبيديا وترتيبه، وأظهرت الدراسة أن منصة ويكيبيديا هي في حد ذاتها شبكة أجندة، تسهم بشكل كبير في إعادة توزيع العلاقة بين منصات الصحافة عبر الإنترنت، وحوَّلت النقاش التقليدي حول "من يقود" إلى بحث مفتوح حول الوكالات والأجندات المتنوعة [69].

هذا الوجود الكثيف من تعليقات المشاركين، له بالغ الاثر في ترتيب أولويات أو أجندة وسائل الإعلام الرقمي، حيث أكدت الدراسة الكورية (Myojung Chung وآخرين، 2023) أن تعرض محتوى ما، للعديد من التعليقات السلبية يؤدي إلى انخفاض رضا المشاركين عن التلفزيون الاجتماعي، وعزوفهم عن استخدامه في المستقبل [70].

تندرج نظرية وضع الأجندة أو ترتيب الأولويات إلى فئة النظريات التي اهتمت بتحليل دور وسائل الإعلام التقليدي في ترتيب أجندة الجمهور، وتشكيل رؤيته تجاه مختلف القضايا والأحداث، لكن بدا ـ مما سبق ـ أن الدراسات الأجنبية استطاعت تطويعها بشكل يتناسب مع طبيعة الإعلام الرقمي وما يقدمه من محتوى، الأمر الذي يشير إلى فهمٍ لطبيعة تداول الأخبار والموضوعات عبر وسائل الإعلام الرقمي

من مواقع إخبارية، ومنصاتٍ للتواصل الاجتماعي باعتبارها قنوات أو وسائل بديلة أكثر جذبًا ومن ثَمَّ أكثر تأثيرًا.

14-**المجال العام public sphere**؛ حيث اتجهت الدراسات التي اعتمدت على المجال العام في التركيز على منصات التواصل الاجتماعي، وعلاقته باستيعاب الجمهور للعديد من القضايا المحيطة، خاصة السياسية والاجتماعية، فمن الجانب السياسي عُنيَت دراسة (هبة محمد شفيق عبد الرازق، 2023) بدراسة دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، فجاء فيسبوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون، بصفة دائمة في الحصول على المعلومات حول قضية التمكن السياسي والاقتصادي للشباب [71].

أما الدراسة الأسبانية دراسة (Concha Pérez-Curiel وآخرين، 2023) فقد تناولت الجانب الآخر من العملية الاتصالية وهو القائم بالاتصال، حيث حللت الدور الذي لعبه القادة والسياسيون في إدارة أزمة انتشار وباء كورونا، وتوصلت الدراسة إلى تأكيد ممثلي الحكومة ومرشي الأحزاب السياسية على القدرة على إدارة هذه الأزمة العالمية غير المسبوقة باستخدام وسائل الإعلام الرقمي، وبخاصة منصات التواصل الاجتماعي، لتحقيق أكبر استفادة ممكنة، خاصة فيما يتعلق بتوعية الجمهور بأهمية التطعيم وضرورته [72].

كما ظهرت مجموعة من النظريات أقل كثافة مثل: **عدائية وسائل الإعلام Hostile media theory**؛

حيث عمدت دراسة (نشوى يوسف أمين اللواتي، 2023) إلى قياس مدى إدراك الجمهور لعدائية التغطية الرياضية من خلال ما ينشر على المنصات الرقمية، وكشفت عن ارتفاع الاتجاهات المحايدة والإيجابية عن الاتجاهات السلبية العدائية بفارق نسبي كبير، ورفض الجمهور وضع قيود على التغطية الرياضية حتى وإن كان مانعًا لعدائية التغطية [73].

ونظرية **مصداقية المصدر Source credibility**؛ والتي بناءً عليها أظهرت دراسة (دينا طارق عبد الوهاب، 2023) ارتفاع مصداقية مؤثري تطبيق انستجرام بعناصرها الثلاثة المتمثلة في الثقة الخبرة الجاذبية، الأمر الذي ظهر في وجود علاقة بين توافر عناصر مصداقية المصدر، وتكوين صورة إعلامية إيجابية عن الدول كوجهات سياحية [74].

ونظرية **التشفير المزدوج Dual – Coding Theory**؛ حيث دعمت دراسة (أسماء مصطفى قاسم أحمد، 2023) في معالجة الإنفوجرافيك للقضايا الصحية وأثرها على زيادة الوعي الصحي للشباب الجامعي، وأظهرت نتائج الدراسة حصول الانفوجرافيك التفاعلي على أعلى نسب متابعة، كما ظهرت الأشكال الجرافيكية في صدارة تقديم التعليمات والإرشادات التوعوية في زيادة وعي الشباب الصحي [75].

ونظرية **التوقعات الاجتماعية Social expectation**؛ حيث عُنيَت دراسة (هبة محمد شفيق عبد الرازق، 2023) بتحليل دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم التمكن السياسي والاقتصادي للشباب، عُنيَت بدراسة دور وسائل الإعلام الرقمية في دعم التمكين السياسي والاقتصادي للشباب، حيث جاء فيسبوك في مقدمة شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها المبحوثون، وأظهرت وجود علاقة بين مستوى توقعات لدى المبحوثين واتجاهات المبحوثين نحو استراتيجيات التمكين ودرجة الوعي بمفهوم التمكين السياسي والاقتصادي [76].

وفيما يتعلق بنظرية **تمثيل المعلومات Information processing**؛ فقد اهتمت دراسة (نادية قطب إبراهيم علي، 2023) برصد وتحليل المعلومات والمعارف العلمية التي تتناولها قنوات الرسوم المتحركة التعليمية على يوتيوب، والكشف عن تفاعلية المستخدمين تجاه هذا المحتوى، وكيفية تمثيل المتلقين للمعلومات الواردة في هذه القنوات، وخلصت الدراسة إلى تعدد عناصر التمثيل المعرفي للمعلومات الواردة في الفيديوهات، وهو ما يؤدي إلى زيادة المحتوى المُقَدَّم وفاعليته، ومن ثَمَّ التمثيل النشط لهذه المعلومات[77].

هذا بالإضافة إلى **مدخل الاستخدامات والتأثيرات Uses and effects**: التي مَكَّنَت الدراسة السعودية دراسة (عبد الله بن علي آل مرعي، 2023) من تحديد مدى تأثير استخدام طلاب كليات الإعلام لوسائل الإعلام الرقمي على تنمية مهاراتهم الإعلامية، وتوصلت إلى استخدام الغالبية العظمى لوسائل الإعلام الرقمي وأكدت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام طلاب كليات الإعلام على وسائل الإعلام الرقمي واعتمادها، والتأثيرات الناتجة على تنمية مهاراتهم الإعلامية [78].

ونظرية **العبء المعرفي Cognitive load theory**؛ حيث ألقت دراسة (Wai Han Lo وآخرين، 2023) الضوء على استخدام محتوى الأخبار بتقنية VR/360 على الهواتف الذكية، ومدى فعالية الواقع الافتراضي في تعلم الأخبار، وتوصلت إلى أن تقنية الواقع الافتراضي قد تزيد من حيوية تجربة استهلاك الأخبار، لما تحققه من جذب لاهتمام المشاهدين، إلا أنها لا تعزز بالضرورة نتائج تعلم الأخبار[79]

وبالنسبة لنظرية **فجوة المعرفة knowledge gap**؛ نجد الدراسة الأمريكية (Wenbo Li و Hyunyi Cho، 2023) بحثت في الأدوار التي تقوم بها منصات التواصل الاجتماعي في أوجه الحياة البشرية، وتوصلت إلى وجود فجوة معرفية في المجال السياسي بشكل أقل من الفجوة المعرفية في المجال الصحي. [80].

وبالنسبة لنظرية **الهيكلة Structuration theory**؛ فقد عكفت الدراسة السويسرية (Daniel Vogler وLisa Schwaiger ، 2023) على دراسة مدى التوازن بين الجنسين في التغطية الإخبارية، وخصائص الصحفيين والجهات الإعلامية التي يعملون بها، وأظهرت الدراسة خللًا واضحًا في التوازن بين الجنسين في التغطية الإعلامية، نتيجة اعتمادها بشكل كبير على موضوعات التغطية الإخبارية على التقارير الأصلية بدلاً من وكالات الأنباء، وأكدت ضرورة اتخاذ تدابير على المستوى الفردي والتنظيمي، وهو أمر لا غنى عنه لزيادة الحد من الاختلالات بين الجنسين في أوقات ندرة الموارد [81].

وبمقارنة الدراسات العربية والأجنبية تَبَيَّن اتجاه الباحثين المنتمين إلى المدرسة العربية إلى توظيف نظريات الإعلام التقليدي بنفس منظورها في دراسات الإعلام الرقمي دون التوسع في تطوير فرضياتها، كما تناولت الدراسة العربية تأثير علاقة الجمهور بوسائل التواصل الاجتماعي من جانب اجتماعي ومباشر،

وبالمقابل، حاول الباحثون المنتمون للمدرسة البحثية الأجنبية الاستفادة من تلك النظريات مع التطوير المستمر، لتحسين استخدامها في ظل التغيرات التكنولوجية، وهو ما تجلى في خروج نظريات قديمة في ثوب جديد، مثل نظرية الأجندة بأثر رجعي، ونظرية الأجندة البينية لوسائل الإعلام، لتبدو نظريات جديدة تلائم طبيعة البيئة الإعلامية الرقمية، كما تعمقت الدراسات الأجنبية في التركيز على العلاقة

الاجتماعية بين الجمهور والتقنيات المستحدثة؛ مثل البث الرقمي المباشر، وتقنيات الواقع الاجتماعي الافتراضي.

المحور الثاني: النظريات المستحدثة دراسات الإعلام الرقمي:

اتجه بعض الباحثين إلى اعتبار النظريات التقليدية جزءًا من الماضي، وإن الاستعانة به في الوقت الحالي لدراسة الإعلام الرقمي أمر غير ملائم، ومن ثَمَّ اتجه الباحثون إلى استحداث نظريات جديدة تستوعب الظواهر الإعلامية الجديدة في بيئة الاتصال الرقمية، والتي بدا أبرزها:

1-**نظرية الرقمنة Digitization**؛ حيث تعددت الدراسات المعتمدة على نظرية الرقمنة بوصفها أساسًا نظريًا لها؛ حيث تناولت الدراسة النمساوية (Tales Tomaz،2023) تطور الأداء الإخباري الرقمي في دول أوروبية رائدة في الديموقراطية، وتأثير ذلك على تدعيم أسس الديموقراطية، حيث أظهرت أن التكنولوجيا وحدها ليست العامل الرئيس، لتحقيق التوقعات الديمقراطية، كما أظهرت تعزيز الصحافة الرقمية للبعد الرقابي، بينما فشلت في جذب الجماهير الأصغر سنًا لصناعة الأخبار [82].

في حين ركزت الدراسة الكولومبية (Esteban Morales، 2023) على ظاهرة العنف وكيفية تناوله على البيئة الرقمية خاصة منصات التواصل الاجتماعي، والتي أكدت ضرورة معالجة العنف في وسائل التواصل الاجتماعي؛ لبناء ثقافات السلام داخل وخارج بيئاتنا الرقمية [83].

بينما هدفت الدراسة الأردنية (H. A. Albadri، 2023) إلى الكشف عن التطورات التي أفرزها الإعلام الرقمي في بيئة الاتصالات، والتعرف على جوانب توظيف الاتصال الرقمي في الإنتاج، وأظهرت النتائج أن أحد أهم دوافع التحول الرقمي هو الوصول للجمهور بسهولة ويسر، وبأعلى مستويات الجودة التي عززتها تكنولوجيا الهاتف المحمول وتطبيقاتها، كما تنوعت مشاركة المحتوى الإعلامي على المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي، وبدا من أبرزها البث المباشر، ونشر الأخبار والبرامج، والأخبار العاجلة، والقصص الإخبارية القصيرة، ومقاطع فيديو، والروابط، والرسوم البيانية، والمقابلات [84]

وفي سياق متصل تناولت الدراسة الأسبانية (Ana González-Neira وآخرين، 2022) تحليل استهلاك الجمهور للمحتوى المتمثل في ثلاث من القنوات التلفزيونية المفتوحة أو المجانية على Youtube، وأسفرت نتائج الدراسة عن أن وجود هذا المحتوى يُعَد أداة ترويج للقنوات نفسها، وأن القنوات لا تعتمد على هذا الحضور بوصفه أداة أساسية للترويج لها [85].

هذا الزخم في الموضوعات البحثية يعكس ـ بلا شك ـ مرونة نظرية الرقمنة في متابعة أطراف العملية الاتصالية في البيئة الرقمية الجديدة وعناصرها مثل المستقبل والمحتوى والجمهور.

2-**نظرية الدمج Convergence:** أظهرت الدراسة الكولومبية (Esteban Morales، 2023) دور الإعلام الرقمي في تشكيل آراء المجتمع وقيمه وهويته الثقافية، وتحليل التغيرات في أنماط استهلاك وسائل الإعلام الرقمية، وانعكاساتها على الهوية الثقافية للناس، وأظهرت النتائج أن التغيرات في أنماط استهلاك وسائل الإعلام الرقمي، وسهولة الوصول إلى أنواع مختلفة من محتوى الوسائط الإعلامية من جميع أنحاء العالم قد فتح فرصًا للتفاعل بين الثقافات ونشر المعلومات، وعلى الجانب الآخر يجلب أيضًا تحديات في الحفاظ على التوازن بين الحفاظ على الهوية الثقافية المحلية وتأثير الثقافة العالمية [86].

كما انشغلت بعض الدراسات بالعلاقة التشاركية التكاملية بين وسائل الإعلام التقليدي والرقمي، لنجد الدراسة الفلبينية (Robin Ceasar F. Magnaye, Mary Ann E. Tarusan ، 2023) التي كشفت عن رؤية منتجي البرامج ومديري المحطات الإذاعية التي تعكس تعزيز الممارسات الأخلاقية والإذاعية، والحفاظ على الشغف والتفاني في العمل، وتعزيز الصالح العام، كما أكدت ضرورة وجود تناسب بين موظفي الراديو وإدارته وتقنيات الإعلام الرقمي، وتسليح أنفسهم بمهارات الوسائط المتعددة ومنصات التواصل الاجتماعي [87]، كما أشارت دراسة (Jia, Z., & Mohamed, S. B.) إلى اتجاه البرامج التلفزيونية والإذاعية التقليدية وبقوة إلى استخدام الحديث من الوسائل التقنية، واتباع نظام جديد لإنتاج المحتوى، الأمر الذي يدعم التلفزيون الرقمي، ويقلل الفترة الطويلة من الإصلاح والتكامل، ولديه القدرة على تسريع وتيرة التكامل الإعلامي [88]، هذا التقارب في سياسية العمل والإنتاج الأكثر إلحاحا بين وسائل الإعلام الرقمية، ووسائل الإعلام التقليدية، هو ما دفع الدراسة الإندونيسية (Sitti Wahyuni، 2023) إلى دراسة مدى تأثير البث المباشر لمنصات التواصل الاجتماعي على جودة محتوى البرامج التلفزيونية، حيث أظهرت الدراسة ارتفاع مستوى جودة المحتوى، ووضع خطط تحسين مستقبلية للوسيلة، وبالتبعية رفعت من التكامل بين وسائل الإعلام الرقمي والتقليدي[89].

3-أما عن **نظرية التبادل الاجتماعي social exchange**؛ فقد ركزت بعض الدراسات على كشف العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام الرقمي، والتي من أبرزها منصات التواصل الاجتماعي، حيث كشفت الدراسة الأردنية (Islam Habis Mohammad Hatamleh وآخرين، 2023) عن وجود علاقة إيجابية بين التفاعل مع وسائل التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية، مع ظهور الثقة كوسيط في هذه العلاقة، حيث ظهرت بدور فاعل في تشكيل العلاقات الاجتماعية [90] .

وفي السياق ذاته اتجهت المدرسة البحثية الأجنبية أو الغربية إلى استجلاء تأثير هذا التبادل على المجتمع، حيث بحثت الدراسة الأمريكية (Soo Il Shin، 2022) تأثير المنفعة الاجتماعية المتصورة من منصات التواصل الاجتماعي على التقارب المجتمعي، حيث كشفت عن تصدر عاملي المنفعة الاجتماعية، والثقة المتوقعة في التزام الجمهور القوي لتلك المنصات [91].

كما لم تغفل الدراسات الأجنبية تناول الأبعاد التقنية المستحدثة في العالم الرقمي، حيث أشارت دراسة التايوانية (Chih-Ping Chen، 2023)، والتي كشفت عن تشكل تفاعل المشاهدين مع تطبيقات البث الرقمي المباشر على ثلاثة مراحل رئيسة: المقدمة، والانغماس والحماس، والتي من شأنها تعزيز العلاقات والتبادل الاجتماعي خلال عملية مشاركة المشاهدة مع الواقع المحيط بما يؤثر إيجابًا في علاقة التبادلات الاجتماعية. [92]

وأيضًا الدراسة الفنلندية (Osku Torro، 2023)، والتي تناولت الواقع الاجتماعي الافتراضي في تعزيز فهمنا للتواصل بين الأشخاص والتبادل الاجتماعي، والتي أظهرت بروز تقنيات حديثة، والتي وفرها الواقع الاجتماعي الافتراضي؛ مثل الصور الرمزية- Avatar-، والأدوات الافتراضية، والفضاء الافتراضي، وخصائص الاتصال اللفظي وغير اللفظي، والتي اتضح أثرها البالغ في تعزيز التواصل الاجتماعي بين الجمهور [93].

4-أما فيما يتعلق بمدخل **التفاعلية الرمزية Interactivity**؛ فلا شك أن وسائل الإعلام الرقمي لديها من الأدوات ما يكفل لمستخدميها تحقيق التفاعلية، والتي بدا أبرزها الفيديو بوصفه أبرز أشكال التفاعلية ثم النص المكتوب [94] كما أشارت دراسة (ولاء إبراهيم عقاد،2023)،

هذه الميزة دفعت المستخدمين للاعتماد على أحد مجالات الإعلام الرقمي– منصات التواصل الاجتماعي- في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم بحسب ما أشارت إليه دراسة (بوسي فاروق محمود غندر،2023) حيث توصلت إلى أن أهم الأنشطة التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي البحث عن معلومات ذات صلة بالأخبار على محركات البحث[95].

هذا وقد أشارت دراسة (أحمد أحمد عثمان، 2023) ان تفاعلية وسائل الإعلام الرقمي كان لها الأثر الكبير في أبعاد البناء الاجتماعي، كما لها الآثار الواضحة على سلوك الفرد [96].

وفي سياق آخر اتجهت بعض الدراسات إلى بحث أشكال تفاعل الجمهور مع وسائل الإعلام، حيث توصلت دراسة (إيمان محمد أحمد حسن، 2023) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أشكال تفاعل المبحوثين مع حادثة انفجار مرفأ بيروت وجنسياتهم، حيث ظهر طلاب الجامعة اللبنانية أكثر وعيًا بالقضية وأكثر احتياجًا لفهمها ومن ثَمَّ التفاعل معها [97].

5-**نظرية الأجندة البينية لوسائل الإعلام Intermedia agenda setting**: اتجهت الدراسات للاستعانة بتلك النظرية بغية تحليل تأثير وسائل الإعالم الرقمي، وبشكل خاص منصات التواصل الاجتماعي على الخطاب السياسي عبر المنصات الرقمية.

حيث توصلت دراسة (Andrea Haeuptli، 2023) إلى وجود علاقة قوية بين المعلومات المُقَدَّمة المتعلقة بالواقع الاجتماعي وتصور الجمهور عن الواقع السياسي للدول المقيمين فيها[98]، وذلك لما وفرته من تقنيات مكنت السياسيين من التواصل مباشرة مع ناخبيهم، متجاوزين بذلك وسائل الاعلام، كما في الدراسة الهندية (Neelam Sharma وGayathri Sivakumar،2023)، والتي أكدت فعالية مواقع التواصل الاجتماعي الواضحة في وضع الأجندة لوسائل الإعلام، ليس هذا فحسب، بل وإعادة تحديد الأدوار[99].

في حين اختارت دراسة (Nourhan Moustafa El-Sherbiny وآخرين، 2023) تناول الجانب المجتمعي حيث فحصت وضع الأجندة الإعلامية لوسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية المصرية، والتعرف على دورها في تحديد قضايا العنف ضد المرأة على المواقع الإخبارية، وتوصلت إلى أن النتائج تشير إلى وجود نوع من التشابه بين جميع أجندات القضايا الخاصة بالمنصات والمواقع الإخبارية من حيث الترتيب [100].

6-**نظرية التحول الرقمي Mediamorphosis theory**؛ تتمثل في أن وسائل الإعلام الرقمي تظهر تدريجيًا نتيجة للتحول الرقمي، وأن وسائل الإعلام تجتهد لتحافظ على بقائها في استجابة سريعة لاختلاف البيئة الاتصالية الرقمية، فتتجه إلى إعادة ترتيب نفسها، وتتطور لتواكب طبيعة المرحلة الحالية.

هذه البيئة الاتصالية الرقمية جذبت قطاعًا عريضًا من الجمهور الذي عَدَّها خيارًا أفضلَ بل وتتميز بجودة عالية، حيث أظهرت دراسة (حسام سلامة، 2023) إيجابية عالية عينة الدراسة نحو أفلام السير

الذاتية المقدمة على منصة نتفلكس بوصفها مصدرًا للمعرفة، بما يتميز به انتاجها من جودة تنافس جودة الأفلام السينمائية[101]، كما أشارت دراسة (علاء محمد عبد العاطي يوسف ،2023) إلى قدرة الأشكال الجديدة مثل الانفوجرافيك، والموشن جرافيك في تعزيز المحتوى الرقمي وزيادة أعداد المشاهدين للمحتوى الخبري على المواقع الإلكترونية [102].

وبجانب تَمَيُّز البيئة الرقمية بإتاحة تقنيات متميزة عززت محتواها، ونجحت في استقطاب نسبة أكبر من الجمهور، نجدها –أيضًا- تميزت في توسيع نطاق الثقافة المحلية بحسب ما أظهرت دراسة (Fauziah SHAHAB، 2023) حيث أسهمت وسائل الإعلام الرقمي في نشر الثقافة المحلية من خلال المواقع الإلكترونية، والتطبيقات ومنصات التواصل الاجتماعي بشكل يسهل فهمها من قبل المجتمع، وساعد –أيضًا- في تنشيطها [103].

7-**نظرية الوساطة Mediatization theory أو** Social Mediation Communication؛ والتي استعانت بها الدراسة النرويجية (Bindiya Dutt, 2023) حيث هدفت إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى أن بعض المستخدمين ليهم الرغبة في حب الظهور على وسائل التواصل الاجتماعي، لما يحققه ذلك من انتماءٍ، وتحقيقٍ للتواجد على تلك المواقع، ويلقي الضوء على مفهوم الاندماج الذي يشير إلى أن الجهات الفاعلة تستخدم قوة وسائل الإعلام لتحقيق الدعاية بينما تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في توسيع الشريحة المتعرضة لهذه الدعاية [104].

وفي السياق ذاته اجتهدت الدراسة الأندونيسية (Muhammad Rif'at ، 2023) في الإجابة عن تساؤل مهم كيف غيَّر التحول الرقمي نموذج الدعوة الإسلامية واستراتيجيتها، وتأثيرها على انتشار وقبول الرسائل الدينية؟ وتوصلت إلى أن منصات؛ مثل فيسبوك وتويتر وإنستجرام تسمح للدعاة والواعظين بنشر الرسائل الدينية على نطاق واسع، وتمكنهم من التفاعل المباشر مع الجماهير، كما تسمح وسائل التواصل الاجتماعي للواعظين بابتكار استراتيجيات للاتصال باستخدام تنسيقات، وأشكال إبداعية؛ مثل مقاطع الفيديو، والصور والقصص الجذابة [105]

8-وعن نظرية **الحتمية التكنولوجية أو الحتمية التقنية technological determinism theory؛** فتفترض أن وضع تكنولوجيا المجتمع هو المتحكم في تطور هيكله الاجتماعي، وقيمته الثقافية، وهو ما ارتكزت عليه دراسة الصينية (Zixue Tai وآخرين، 2023)حيث أشارت إلى أن تطبيقات منصات مواقع التواصل الاجتماعي، والمنصات الرقمية المتاحة من خلال الهواتف الذكية تعمل بوصفها مصادر حيوية للأخبار، وأن التعرض العرضي للأخبار أصبح هو القاعدة لاستخدام الأخبار الرقمية[106] مُظهرة بذلك الجانب الإيجابي من الوجود التكنولوجي في المجتمع، وموضحة بذلك دورها في تحقيق التطور المعرفي للجمهور نتيجة لما أتاحته وسائل الاعلام الرقمي، في حين -على الجانب الأخر- ركزت الدراسة النيجيرية (Felix Olajide Talabi ,2023) على الجانب السلبي من الأمر، حيث هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير استخدام التقنية الحديثة في إنتاج النشرات الإخبارية على الرضا الوظيفي للعاملين، وتوصلت إلى أن التقنيات الحديثة المستخدمة في الإنتاج تقلل من التعاون بين فريق العمل، وبالتالي انخفاض معدل الرضا الوظيفي[107].

9-نظرية **حراسة البوابة الرجعية أو العكسية Retroactive gatekeeping:** اتجهت بعض الدراسات إلى تطوير المفهوم الأساسي لنظرية ترتيب الأولويات، أو الأجندة الذي انصب على القائم

بالاتصال، واستحداث مفهومٍ جديدٍ يتناول تأثير الجمهور على عملية بناء الأجندة، من خلال التدقيق في مفهوم الأجندة العكسية، واكتساب الجمهور صلاحيات أكبر في إطار الإعلام الرقمي، ولوحظ أن وسائل الإعلام الإخبارية تتقاسم قوة حراسة البوابة مع منصات وسائل التواصل الاجتماعي والجماهير في بيئة الأخبار الرقمية. وهذا يعني أن وسائل الإعلام الإخبارية لم تعد حارس البوابة الوحيد عندما يتم عرض حراسة البوابة بعد النشر، أي بعد نشر محتوى الأخبار ودخوله التداول.

حيث ألقت الدراسة الفنلندية (Salonen, M., & Laaksonen, S.-M.، 2023) الضوء على التفاعل والتعليق على وسائل التواصل الاجتماعي، باعتباره ممارسات حراسة بوابة ما بعد النشر، وقد أسفرت الدراسة عن اعتماد وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير على المحتوى النصي[108]، لنجد هذه النظرية أمرًا لا غنى عنه بعد انتشار المعلومات والبيانات بهذه السرعة الفائقة للمجال العام.

لهذا عَدَّت الدراسة دور حراسة البوابة بالأثر الرجعي دورًا أساسيًا لا يمكن تعويضه [109]، كما أشارت دراسة (Jane B. Singer، 2023) التي استهدفت دراسة طبيعة دور حراس البوابة بالأثر الرجعي في التحقق مما تم تداوله من أخبار حول فيروس كورونا، وتوصلت إلى ضرورة وجود فهم لحُراس البوابة في بيئة الوسائط الرقمية.

بدا من نظريتي الأجندة البينية لوسائل الإعلام، ونظرية حراسة البوابة الرجعية أو العكسية أنهما امتدادٌ لنظرية وضع الأجندة أو ترتيب الأولويات، لكنهما بِحُلَّةٍ جديدة ناسبت طبيعة الإعلام الرقمي الذي ألقى بظلاله على هذه النظريات التقليدية، وأكسبها مذاقًا مختلفًا ناسب أدوات الإعلام الرقمي ومجالاته، واستطاعت الدراسات الأجنبية الاستعانة بهما في تقديم نهجٍ نظري لتلك الأدوات والمجالات والتي بدا أغلبها متعلق بالوظيفة الخبرية لوسائل الإعلام، الأمر الذي مكن الدارسين من استكشاف ملامح جديدة وإمكانيات مُمَيِّزة لوسائل الإعلام الرقمي.

10-**نظرية الانقسام الرقمي (the Digital Dichotomy Theory (DDTheory**: حيث تناولت دراسة (Aondover Eric Msughter وآخرين، 2023) مسألة الهيمنة الرقمية في تكنولوجيا المعلومات، وعن وضع البلدان النامية ورحلتها في بناء مجتمعات المعرفة، في ظل ضعف البنية التحتية والأنظمة التكنولوجية، وأثبتت تخلف الدول النامية عن الدول المتقدمة بشكل واضح، الأمر الذي أدى إلى هيمنة وسائل الإعلام، وعدم المساواة في المعلومات، وتدفق المعلومات غير المتماثل، وغير المتوازن في ظل ضعف البنية التحتية والأنظمة التكنولوجية [110]

وعلى صعيد آخر تولت دراسة (Emmanuel Olurotimi Olubodede، 2023) العرض التحليلي للتقارير الإخبارية المتعلقة بالهدف 11 من أهداف التنمية المستدامة، وأظهرت الدراسة أن مساهمة التغطية الإعلامية الرقمية في تحقيق أجندة التنمية كانت سيئة، وإن لم يتم تحسينها، فلن تسهم كثيرًا في تحقيق أهداف التنمية المستدامة [111].

وتعددت النظريات المستحدثة التي اعتمدتها الدراسات الأجنبية، والتي من بينها **نظرية هوية عدم اليقين Uncertainty-identity Theory:** حيث دراسة (Sucharita Belavadi وآخرين، 2023) التي اتجهت إلى تحليل الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام الرقمي داخل المجتمع اليوناني في تناول عدم اليقين في الهوية الاجتماعية، وكشفت الدراسة عن أن وسائل الإعلام الرقمي تلعب دورًا بارزًا في توفير معلومات قيمة عن الهوية الاجتماعية خاصة أوقات الأزمات، كما أن التعرض لرسائل إعلامية

متناقضة أيديولوجيًا أدى إلى زيادة عدم اليقين بشأن الهوية الوطنية بين اليونانيين ذوي الميول اليمينية واليسارية، كما كشفت عن أن ملكية وسائل الإعلام أو درجة تبعيتها للنظام حددت مواقف القوميين اليونانيين بشأن خروج اليونان، خاصة في ظل عدم اليقين المتزايد بشأن الهوية [112].

وأيضًا **نظرية تأثيرات الوسائط التفاعلية theory of interactive media effects**: دراسة (S.Shyam Sundar وMengqi Liao، 2023) والتي استهدفت دراسة الآثار المترتبة على استخدام التقنيات الحديثة، كالذكاء الاصطناعي في المحتوى الإعلامي الرقمي، آليات استخدامه، وتوصلت إلى أهمية الاستفادة من التقنيات الحديثة؛ مثل ChatGPT، وضرورة تطوير أفكار مبتكرة؛ لتعزيز الجانب الأخلاقي، والاستخدام المسئول [113].

أما فيما يتصل بنظرية **البنية التحتية للاتصالات Grounded in Communication Infrastructure Theory (CIT**؛ فقد اختبرت دراسة (Seungahn Nah وآخرين، 2023) الوسائط الرقمية التعبيرية على الإنترنت والوسائط الاجتماعية، في المشاركة المدنية، وأظهرت نتائج الدراسة لعينة من البالغين الأمريكيين في منطقة حضرية متجانسة عِرقيًا، أن شبكة سرد القصص المجتمعية واستخدام الوسائط الرقمية التعبيرية، تتنبأ بشكل كبير بمستوى المشاركة المدنية [114].

وأيضًا نظرية **الحقيقة الافتراضية Truth-Default Theory (TDT)**؛ التي اعتمدتها دراسة (Mufan Luo وآخرين، 2022) حيث هدفت إلى الكشف عن مدى مصداقية المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي، وكيفية تأثير المعالجة المتحيزة للأخبار على دقتها، بينت الدراسة أن العناوين الرئيسة التي حظيت بعدد كبير من التفاعل، مثل الإعجابات على فيسبوك زاد من مصداقيتها[115].

وبمقارنة الدراسات العربية والأجنبية تبين أن الدراسات العربية تناولت تأثير علاقة الجمهور بوسائل التواصل الاجتماعي من جانب اجتماعي ومباشر، بينما تعمقت الدراسات الأجنبية في التركيز على العلاقة الاجتماعية بين الجمهور والتقنيات المستحدثة؛ مثل البث الرقمي المباشر، وتقنيات الواقع الاجتماعي الافتراضي.

مناقشة النتائج:

جدول رقم (2) المقارنة بين المدرسة العربية والأجنبية

أوجه المقارنة		المدرسة العربية	المدرسة الأجنبية
الموضوعات		▪دور وسائل الإعلام الرقمي. ▪الآثار الناتجة عن التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي.	▪دور وسائل الإعلام الرقمي. ▪تحليل المحتوى المقدم وسائل الإعلام الرقمي. ▪رؤية العاملين في قطاع الإعلام.
الأطر النظرية	**التقليدية**	▪الاستخدامات والإشباعات ▪ثراء الوسيلة	▪الاستخدامات والإشباعات ▪الأطر
	المستحدثة	▪التفاعلية ▪التحول الرقمي	▪الرقمنة ▪الدمج
المنهج		▪منهج المسح	▪منهج المسح ▪المنهج التجريبي
الأسلوب		▪الكمي	▪الكمي
الأدوات		▪الاستبيان ▪تحليل المضمون	▪الاستبيان ▪تحليل المضمون

عكفت الدراسة الحالية على تسليط الضوء على عدد من الدراسات العربية والأجنبية، لبحث الموضوعات التي تناولتها والإشكاليات النظرية والمنهجية التي أثارتها، والتركيز على النظريات والمداخل والنماذج النظرية التي اعتمدتها تلك الدراسات، وبناءً على هذا الطرح اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على التحليل النقدي للدراسات الإعلامية العربية والأجنبية في عامي 2022 و2023، قوامها (109) دراسات تنوعت بين (41) دراسة عربية، و(68) دراسة أجنبية.

استعانت الباحثة على منهج تحليلي Meta analysis، بفرعيه التحليل والوصفي للدراسات التي تم نشرها في الفترة محل الدراسة، ومستخدمة أسلوب المقارنة للوقوف على أوجه الاختلاف والاتفاق بين المدرستين العربية والأجنبية، وذلك لبناء رؤية نقدية ومستقبلية لدراسات الإعلام الرقمي.

أولًا الرؤية النقدية:

وقد خلصت الدراسة إلى رؤية نقدية للدراسات التي اندرجت تحت المدرستين العربية والأجنبية على النحو الآتي:

❖ **على مستوى الموضوعات:**

ألقت الدراسات العربية الضوء على دور وسائل الإعلام الرقمي المختلفة، حيث تناولت الدراسات أدوارًا متعددة، تنوعت بين الاجتماعي، والمعرفي، والاقتصادي والسياسي، والآثار الناتجة عن التعامل مع وسائل الإعلام الرقمي، والتي تنوعت بين التأثيرات المعرفية والسلوكية، والسياسية والاقتصادية. بينما تطرقت الدراسات الأجنبية إلى موضوعات أخرى مثل تحليل المحتوى المُقَدَّم من وسائل الإعلام الرقمي بشكل عام، وبشكل خاص –أيضًا- حيث ألقت الضور على تحليل محتوي موضوعات بعينها تتعلق بالحريات، وتناول موضوعات الاحتجاجات، ودعم الديموقراطية، ورؤية العاملين في قطاع الإعلام نحو الرقمنة، والتغير، واستخدام التقنيات الحديثة التي أضافها الإعلام الرقمي للعملية الاتصالية مثل تقنيات البث المباشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، واستخدام تقنيات عديدة في غرف صناعة الأخبار، وأثر ذلك في جودة انتاج المحتوى.

ولعل الدراسة قد خلصت إلى وجود اختلاف جوهري بين الدراسات الأوروبية والأمريكية، فمن حيث التركيز البحثي ركزت الدراسات الأمريكية على القضايا الاجتماعية والسياسية المعاصرة؛ مثل تأثير وسائل الإعلام الرقمي على الاحتجاجات السياسية؛ مثل حركة "حياة السود مهمة"، وأحداث الشغب في الكابيتول على الديمقراطية والحريات المدنية، وعلى التحليل السلوكي والنفسي للأفراد؛ مثل تعزيز العدوانية أو التنمر الإلكتروني.

في حين ركزت الدراسات الأوروبية على العلاقة بين الإعلام الرقمي والثقافة، وعلى تطوير وسائل الإعلام الرقمي بوصفها أداة لتعزيز التعليم والتفاعل الثقافي.

يُظهر ذلك أن المدرسة الأمريكية تركز على الأداء الوظيفي والتأثير المباشر للإعلام الرقمي، بينما تهتم المدرسة الأوروبية بـالأبعاد الثقافية والاجتماعية والبيئية.

❖أما على مستوى النظريات:

- استعانت أغلب الدراسات العربية بالنظريات التقليدية التي جرى استخدامها لعقود طويلة في بحوث وسائل الإعلام التقليدي بنفس فرضيتها، وآلية تطبيقها –تقريبًا-، في حين استطاعت المدارس الأجنبية تطويع هذه النظريات التقليدية بما يتلائم مع طبيعة الإعلام الرقمي.

- تميزت الدراسات الأجنبية في استحداث نظريات أكثر قدرة على مواكبة تقنيات وسائل الإعلام الرقمي وخصائصها، في حين لم تبتكر أي من الدراسات العربية – محل الدراسة- نظرية أو مدخلًا نظريًا حديثًا حيث برز دورها في الشق المتعلق بالنظريات المستحدثة، وهو التبعية للمدرسة الأجنبية دون أية إضافات براقة مؤثرة.
- قدمت الدراسات الأجنبية عددًا من النظريات الحديثة المبتكرة المُعَدَّة لطبيعة الإعلام الرقمي، لكن الاستعانة بهذه النظريات لم يتخطَ حدود فهم أحد عناصر العملية الاتصالية أو آثارها، أو بمعنى آخر ركزت فروض النظريات على رصد المشهد الحالي دون التعمق بشكل موسع، الأمر الذي قد يرجع إلى حداثة النظريات المعروضة، وعدم اختبار فروضها على نطاق أوسع.
وبالنسبة للنظريات المستخدمة اعتمدت المدرسة الأمريكية على النظريات النفسية والسلوكية لتحليل تأثير الإعلام الرقمي؛ مثل نظرية الإدراك الاجتماعي، والأطر ومدخل الاستخدامات والإشباعات، في حين اعتمدت المدرسة الأوروبية على النظريات الاجتماعية والثقافية؛ مثل: الغرس الثقافي والأطر.
- تميزت الدراسات بالمدارس الأجنبية –خاصة- عن الدراسات العربية في استحداث وابتكار نظريات ومداخل نظرية حديثة تواكب، وتناسب طبيعة الإعلام الرقمي.
- اتجهت قلة من الدراسات إلى الاستعانة بأكثر من نظرية في إطارها النظري مما أثرى الدراسة، ومَكَّنَ من تحقيق أقصى استفادة ممكنة، والوصول على توصيف أكثر عمقًا للمشكلة البحثية محل الدراسة.
- تصدر مدخل الاستخدامات والإشباعات صدارة النظريات التي اعتمدتها الدراسات العربية والأجنبية على السواء، وهو ما يتفق مع أبرز القضايا والموضوعات البحثية التي تناولتها الدراسات التي ركزت على دور وسائل الإعلام الرقمي.
- وعلى مستوى النظريات المستحدثة التي عكفت الدراسات الأجنبية على الاستعانة بها بشكل واضح مقارنة بالدراسات العربية، نجد تلك الدراسات اعتمدت على نظريتي الرقمنة، والدمج للكشف عن التكورات التي أحدثتها تقنيات الإعلام الرقمي على العملية الاتصالية، وهيكلة المؤسسات الإعلامية، بينما ركزت الدراسات العربية على نظرية التفاعلية لبحث أبرز أشكال تفاعل الجمهور على وسائل الإعلام الرقمي، وبشكل خاص مواقع التواصل الاجتماعي، فضلًا عن نظرية التحول الرقمي التي استندت عليها في الدراسات التي تناولت التحول التدريجي لوسائل الإعلام التقليدي نحو الرقمنة؛ بدافع الرغبة في البقاء وضرورة الحاجة للتطوير، للحفاظ على التواجد على الساحة.

❖ **وعلى مستوى المنهج والأدوات:**

- ظهرت سيادة الدراسات الوصفية، حيث برزت أدوات التحليل الكمي التي تتيح الوصول إلى دلالات عددية، وإحصائيات رقمية تُمَكِّن من تحليل الظاهرة عبر هذه القيم الرقمية، ولهذا برز في المدرستين العربية والأجنبية على السواء في دراسات الإعلام الجديد الاتجاه إلى الاستعانة بأدوات تحليل المضمون، والاستبيان بشكل واضح في مقابل ضعف استخدام أدوات التحليل الكيفي؛ مثل مجموعات النقاش المركزة، والمقابلة المتعمقة، والتي بلاشك تفيد في الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة.

- غلبة استخدام منهج المسح في دراسات الإعلام الرقمي؛ لكونه الأكثر اتساقًا مع البحوث الوصفية الكمية – والتي اندرج تحتها أغلب الدراسات محل الدراسة- حيث مَكَّنَ بشقية التحليلي والميداني من مسح المحتوى المعروض، والجمهور المستهلك لذاك المحتوى.
- غياب الاعتماد على المنهج التجريبي في الدراسات العربية، وقلته في المدارس الاجنبية.
- وبالنسبة للجمهور عينة الدراسة لوحظ تركيز الدراسات العربية على فئات محدودة، خاصة الشباب الجامعي والنساء، مع اهتمام بالقضايا الاجتماعية؛ مثل العنف، والتنمر، وتأثير الإعلام الرقمي على العلاقات الأسرية، مستخدمين غالبًا الاستبيانات لتحليل الآثار الاجتماعية.

أما في الدراسات الأجنبية، فتنوعت العينة؛ ففي المدرسة الأوروبية، تناولت الدراسات عينات متنوعة من الجمهور الأوروبي، وفي سياقات ثقافية وبيئية متنوعة، مثل الشباب الجامعي والمهاجرين، لفهم تأثير الإعلام الرقمي على الهوية الاجتماعية والوعي بالقضايا البيئية، وباستخدام مناهج نوعية، كتحليل الخطاب والمقابلات المتعمقة، وفي المدرسة الأمريكية، ركزت الدراسات على جمهور أكثر تنوعًا من مختلف الخلفيات العرقية، مستهدفة الأقليات والنشطاء السياسيين لفهم دور الإعلام الرقمي في الحركات الاحتجاجية والحريات المدنية، مع اعتماد المناهج الكمية والتجريبية.

❖ بينما على مستوى البحثي:

- لوحظ سيطرة البحوث الفردية على المدرسة البحثية العربية، على عكس المدرسة الأجنبية التي غلبت عليها البحوث الجماعية، ولم يقتصر العمل الجماعي على باحثين ينتمون لعلوم الإعلام، بل تضمن بعضها باحثين من ذوي مدارس علمية مختلفة؛ مثل علم النفس، والاجتماع، وعلوم الحاسب، الأمر الذي أثرى –بلاشك- المخرج البحثي للعمل التشاركي.
- ظهر في الدراسات الأجنبية تبنيها للمدرسة البحثية التشاركية في الدراسة الواحدة، بعكس الدراسات العربية التي سادتها الفردية البحثية.
- ظهرت قلة ضئيلة من الدراسات العربية المنشورة باللغة الأجنبية، وبخاصة الإنجليزية في دول مثل: الأردن والسعودية ومصر باللغة الإنجليزية.

ثانيًا: الرؤية المستقبلية:

وفي ضوء ما تم استعراضه من دراسات الإعلام الرقمي على مستوى الإطار النظري والأدوات البحثية المستخدمة، أو الموضوعات التي تم طرحها، نخلص إلى رؤية مستقبلية مفادها:

❖ على مستوى الموضوعات:

1- ضرورة الاتجاه إلى تناول تقنيات الإعلام الرقمي والمميزة له، مثل المذيع الروبوت، والتركيز على دور الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى، فضلًا عن التركيز على ابتكار أدوات قياس رضا الجمهور عن المحتوى الرقمي، وأدوات الإعلام الرقمي وتقنياته.

❖على مستوى النظريات:

2- التوجه إلى استحداث نظريات مُعَدَّة –بشكل خاص- للإعلام الرقمي، وملائمة لخصائصه وإمكانياته، عوضًا عن تناول النظريات التقليدية المستهلكة في وسائل الإعلام الرقمي، والتعمق في استخدام النظريات المستحدثة بما يشمل جوانب العملية الاتصالية كلها، ويتحقق من كفاءتها ومدى فاعليتها.

3- ربط النظريات بالعلوم الانسانية الأخرى، مثل الاجتماع، وعلم النفس، حيث إن النظريات المستحدثة اتجهت إلى الجانب التقني مغفلة الجوانب الأخرى.

❖على مستوى المنهج والأدوات:

4- إلقاء الضوء على أهمية البحوث الكيفية، وتشجيع الباحثين على القيام بها؛ لما تتيحه من تفسير أفضل للظاهرة للتعمق فيها، ومن ثَمَّ استخلاص نتائج أكثر دقة واتساقًا مع الظاهرة محل الدراسة.

5- تعزيز الاستعانة بالأدوات الكيفية في دراسة الظواهر المتعلقة بالإعلام الرقمي؛ مثل المقابلة المتعمقة ومجموعات النقاش المركزة.

6- الاستعانة بأسلوب دراسة الحالة للكشف عن التفاصيل الدقيقة للجوانب كافة، والتي ترتبط بالظاهرة محل الدراسة.

7- الإقدام على إجراء الدراسات التجريبية التي تساعد على فهم أكثر عمقًا للظاهرة، وتتطرق إلى جوانب قد لا تطالها الأدوات البحثية الأخرى، خاصة فيما يتعلق برصد العلاقات الارتباطية، والتأثيرات الناتجة عن التعرض للمحتوى الرقمي.

8- الاتجاه لاستخدام المنهج التجريبي، والمقارن، وتحليل الخطاب، حيث بدا جليًا الاعتماد الكثيف على منهج المسحي على حساب المناهج البحثية الأخرى، حيث إنه لا شك في كفاءتها في تحليل الظاهرة، والكشف عن أبعادها بشكل أكثر عمقًا.

❖على المستوى البحثي:

9- تعظيم دور البحوث الجماعية حيث إن مشاركة أكثر من باحث في الدراسة نفسها يكسبها طبيعة مميزة مبنية على جوانب مختلفةٍ للشخصيات البحثية المختلفة لكل باحث، فضًلا عن تشجيع التعاون بين الباحثين من جنسيات مختلفة؛ لتعميق الاستفادة البحثية.

10-الاهتمام بنشر الدراسات العربية باللغة الأجنبية؛ لجذب انتباه المجتمع البحثي الدولي للمدرسة العربية في مجال دراسات الإعلام الرقمي.

11-تعظيم الدراسات البينية التي تنطلق من مشكلة بحثية تتعلق في أصلها بمجالات الإعلام الرقمي، وتراعي –أيضًا- الأبعاد النفسية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

المراجع:

(1)Sergio Ibáñez-Sánchez and others (2023). Augmented reality filters on social media, Analyzing the drivers of playability based on uses and gratifications theory, Wiley: Psychology & Marketing, p. 573

(2)David L. Stamps (2023). Black Audiences' Identity-Focused Social Media Use, Group Vitality, and Consideration of Collective Action, Journalism & Mass Communication Quarterly, 99(3), p.671 – 672.

(3) Xiao-Yu Xu (2023). A multi-model approach for the extension of the use and gratification theory in video game streaming, Emerald, p.24.

(4)Ali A. Al-Kandari and others (2022). Online Opinion Expression about Women Serving as Judges among University Students in Egypt and Kuwait: An Integrative Study of the Spiral of Silence and Uses and Gratifications, Electronic News: Broadcast and Mobile Journalism, 16(2), p. 104-103

(5)Bienvenido León (2023). Strategies for climate change communication through social media: Objectives, approach, and interaction, 188(1), p.124.

(6) نورة حمدي محمد أبو سنة (2023). استخدامات الشباب العربي للكتب الرقمية المكتوبة والصوتية والإشباعات المتحققة منها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 82، ص 207.

(7) Norizzati Azudin and others (2023). Social media approach to crisis communication during the COVID-19 pandemic: A case study of Saudi Arabia, Journal of Media and Communication Research, 15(2), p. 67

(8) عامر سالم علي الحصينان (2023)، دور الإعلام الرقمي في إمداد الجمهور الكويتي بالمعلومات الأمنية وتشكيلها للرأي العام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 1(83)، ص 748

(9) Yasmin Aldamen (2023). Understanding Social Media Dependency, and Uses and Gratifications as a Communication System in the Migration Era: Syrian Refugees in Host Countries as a Case Study, Social Sciences, (12), p. 27.

(10) Bindiya Dutt (2023). Social media wellbeing: Perceived wellbeing amidst social media use in Norway, Social Sciences & Humanities, (7), p. 7.

(11) مصطفى محمود زيدان (2023). مقاطع التيك توك وعلاقة مشاهدتها بالتأثيرات المختلفة على الجمهور المصري، مجلة البحوث الإعلامية، 1(65)، ص 560.

(12) لينا جميل عليان الجلسي (2023). استخدامات الأسرة السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالترابط الأسري، مجلة البحوث الإعلامية، 2(65)، ص 1190.

(13) علاء الدين صلاح عيد (2023). دور شبكات التواصل الاجتماعي في التحريض على ظاهرة العنف في الملاعب الرياضية محافظات قطاع غزة، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، 24، ص481

(14) مروة محمود عبد الله (2023). استخدام الشباب لمحتوى الميم بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو التنمر الإلكتروني، المؤتمر العلمي الدولي السادس لإعلام CIC"التحديات والقضايا الإعلامية في العصر الرقمي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام،2(82)، ص 433.

(15)Temple Uwalaka and Bigman Nwala (2023). Examining the role of social media and mobile social networking applications in socio-political contestations in Nigeria, Communication and the Public, 8(3), p.

(16) Ioana Literat and others (2023). Protesting the Protest Paradigm: TikTok as a Space for Media Criticism, The International Journal of Press/Politics, 28(2), p.362.

(17) هويدا الدر(2023). مقومات الثراء الإعلامي في محتوى حسابات المؤثرين في الوطن العربي على شبكة الإنستجرام وعلاقتها بأنماط التفاعلية، دراسة تحليلية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون– العدد الخامس والعشرون- يناير/ يونيو 2023، ص 39.

(18) محمد محمد عمارة (2023). معالجة المسلسلات المقدمة على منصة نتفلكس للمضمون الترفيهي: دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام- 82، ص 456.

(19) محمود إسماعيل عبد الرؤف الضبع (2023). توظيف المواقع الإخبارية المصرية لمقاطع الفيديو في تغطية الحوادث عبر صفحاتها على الفيسبوك – دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، 3(66)، ص 1119

(20) محمد صلاح يوسف (2023). معالجة القنوات الإخبارية العربية للقصص الخبرية باستخدام تقنيات الواقع المعزز - دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، 3(66)، ص 1542.

(21) علي حموده جمعة سليمان وهبة الله محمد فتحي (2023). الأثار النفسية والاجتماعية للميتافرس وعلاقتها بالترابط المجتمعي: دراسة ميدانية على المستخدمين والخبراء، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، 2(22)، ص 231.

(22) صالح بن زيد العنزي (2023). تقييم الجمهور السعودي لفاعلية المحتوى الإعلامي لوزارة الصحة السعودية عبر شبكات التواصل الاجتماعي «دراسة ميدانية على حساب الوزارة في تويتر، ص 1398

(23)Supeng Zheng and Jie Gu (2022). Effect of Media Richness on Older Adults' Routinized Use of Social Media in Mobile Applications, Mobile Information Systems, p.1.

(24) Xiaozhe Hui and others (2023). Exploring Regenerative Tourism Using Media Richness Theory: Emerging Role of Immersive Journalism, Metaverse-Based Promotion, Eco-Literacy, and Pro-Environmental Behavior, Sustainability, 15, p.17.

(25) ياسمين أحمد علي حسن (2023). أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست "مطب العشرين"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2(83)، ص 213

(26)Heidi Erbsen and Siim Põldre (2023). Is all Russian news the same? Framing in Russian news media generated by the Yandex news algorithm for the United States, Estonia, and Russia, Journalism, 24(8), p.1812

(27) James P Walsh and Dallas Hill (2023). Social media, migration and the platformization of moral panic: Evidence from Canada, Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 29(3), p. 690

(28)Yotam Ophir (2023). News media framing of social protests around racial tensions during the Donald Trump presidency, Journalism, 24(3), p.489.

(29)Holly S. Cowart and others (2023). Framing a Movement: Media Portrayals of the George Floyd Protests on Twitter, Journalism & Mass Communication Quarterly, 99(3), p.676.

(30)Zhan Xu and others (2022). Framing Climate Change in the 5th Estate: Comparing Online Advocacy and Denial Webpages and Their Engagement, Electronic News: Broadcast and Mobile Journalism, 16(2), p.84.

(31)Kaiping Chen and other (2023). How Climate Movement Actors and News Media Frame Climate Change and Strike: Evidence from Analyzing Twitter and

News Media Discourse from 2018 to 2021, The International Journal of Press/Politics, (28)2, p.

(32) شيرين محمد أحمد أحمد عمر (2023). تقبل الشباب المصري لاستخدام تقنية Chat GPT كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي – دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، 1(66)، ص 61

(33) داليا إبراهيم المتبولي (2023). تأثير استخدام طلاب الاعلام التربوي لقنوات اليوتيوب كوسيلة للتعلم الذاتي- دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 1(83)، ص 400

(34) أحمد جمال حسن محمد (2023). تأثير برنامج مقترح لتنمية مهارات صناعة المحتوى الإعلامي الرقمي لدى الفتيات في صعيد مصر: دراسة شبه تجريبية في إطار مفهوم التمكين، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون،25، ص 610

(35)Mary Angela Bock and others (2023). Improvisation, Economy, and MTV Moves: Online News and Video Production Style, Electronic News: Broadcast and Mobile Journalism, 17(3), p.146.

(36) إيمان صابر شاهين (2023). اتجاهات الجمهور المصري نحو الأفكار المستحدثة حول المرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على علاقة المرأة بالرجل، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 1(83)، ص 533.

(37) شيرين البحيري (2023). تعرض الإعلاميين المصريين لتقنية الميتافرس عبر المواقع الإعلامية العربية والأجنبية واتجاهاتهم نحوها، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 82، ص

(38) Lynette Holman and others (2023). Diffusion of innovations in digital journalism: Technology, roles, and gender in modern newsrooms, Journalism, 24(5), p.925.

(39) خالد بن إبراهيم الحمود (2023). دور صحافة الفيديو في توعية الجمهور السعودي بالتحولات الاقتصادية والاجتماعية في ضوء رؤية المملكة 2023- دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، 3 (66)، ص 1203

(40) أحمد سامي ومحمد صبحي (2023). "دور الإعلام الجديد في تعزيز العمل التطوعي بالمؤسسات الخيرية المصرية دراسة ميدانية"، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، 13، ص 298

(41) Yasmin Aldamen (2023). Understanding Social Media Dependency, and Uses and Gratifications as a Communication System in the Migration Era: Syrian Refugees in Host Countries as a Case Study, Social Sciences, (12), p. 26.

(42) عمر الإبياري (2023). اعتماد الجمهور المصري على الأعمال التاريخية بمنصة نتفليكس كمصدر للمعلومات: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، 3(66)، ص 1462

(43) منى إبراهيم عبد الحافظ عبد الرسول (2023). التماس المرأة المصرية للمعلومات الصحية عبر تطبيقات الهواتف الذكية، وعلاقته بمستوى الوعي الصحي لديها- دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، 1 (65)، ص 1203

(44)Joëlle Swart (2023). Tactics of news literacy: How young people access, evaluate, and engage with news on social media, new media & society, 25(3), p.505.

(45) طارق عبد الباسط اليماني (2023). تفاعل الشباب المصري مع وسائل الإعلام الرقمية وتأثيراتها في قبول تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي لديهم: دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، 25، ص 523

(46) منَّةُ اللهِ كمال موسى دياب (2023). فاعليَّةُ توظيفِ تطبيقاتِ التَّصويرِ 360 درجةً في تنميةِ مهاراتِ صناعةِ المحُتوَى الإخباريِّ الرَّقميِّ لدى طلابِ كليَّاتِ الإعلامِ- دراسةٌ شبهُ تجريبيَّة، مجلة البحوث الإعلامية، 3(66)، ص 1363 – 1364.

(47)عمرو محمد محمود عبد الحميد (2023). العوامل المؤثرة في تقبل القائمين بالاتصال بالقنوات الفضائية العربية لتوظيف تقنية الواقع المعزز في إنتاج المحتوى الإخباري، مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، 2(10)، ص 230-231.

(48) شيرين محمد أحمد أحمد عمر (2023). تقبل الشباب المصري لاستخدام تقنية Chat GPT كأحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي – دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، 1(66)، ص 45

(49) زينب عبد العظيم عبد الواحد (2023). تقنية مذيع اتجاهات مقدمي البرامج نحو توظيف الروبوت بالقنوات التليفزيونية دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، 2 (64)، ص 978

(50) Norazha Paiman and Muhammad Ashraf Fauzi (2023). Exploring determinants of social media addiction in higher education through the integrated lenses of technology acceptance model (TAM) and usage habit, Emerald: Journal of Applied Research in Higher Education, p.18.

(51) أحمد أحمد عثمان (2023). تعرض المراهقين في مصر لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمفهوم القدوة لديهم، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 1(83)، ص 212-213.

(52) Erik Hermann and others (2023). Cultivation and social media: A meta-analysis, new media & society, 25(9), p. 2500

(53) حسن إبراهيم حسن حسن (2023). العلاقة بين التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي ومعدلات العنف بين الشباب: دراسة ميدانية، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، 24، ص

(54) Manuel Goyanes and Marton Demeter (2023). Beyond positive or negative: Understanding the phenomenology, typologies and impact of incidental news exposure on citizens' daily lives, new media & society, 24(3), p. 760

(55) Samuel Ajijola (2023). A Review on the Impact of Social Media on Societal Development, international journal of research and innovation in social science (IJRISS), 4(6). P. 861.

(56)Lewis Tennant (2023). Podcasting and ethics: Independent podcast production in New Zealand, Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 29(4), p. 865.

(57) Will Marler and Eszter Hargittai (2023). Understanding the Evolving Online Learning Landscape: The Case of Science and Religion, Social Media + Society, 1(12), p. 1.

(58)Anastasia Denisova (2023). Viral journalism. Strategy, tactics and limitations of the fast spread of content on social media: Case study of the United Kingdom quality Publications, Journalism, 24(9), p. 1919.

(59) Amana Kaskazi and Vanessa Kitzie (2023). Engagement at the margins: Investigating how marginalized teens use digital media for political participation, new media & society, 25(1), p.72.

(60) محمد رضا حبيب (2023). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل رأس مال اجتماعي للجمهورية الجديدة في ظل التحديات العالمية- دراسة ميدانية على الشباب الجامعي المصري، المؤتمر العلمي الدولي السادس لإعلام CIC"التحديات والقضايا الإعلامية في العصر الرقمي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام،2(82)، ص 383.

(61)Jianwei Dong (2023). Impact on social capital and learning engagement due to social media usage among the international students in the U.S., Education and Information Technologies, 28, p.

(62)Pananda Chansukree and others (2022). Public Employee Use of Social Media at Work: Competency, Collaboration, and Communication of Workplace Policy, Public Personnel Management, 51(3), p. 330

(63) إنجي طه سيف النصر مناصير (2023). المعالجة الإخبارية لقضايا الاتحاد الأوروبي المطروحة في تطبيق يورونيز، المؤتمر العلمي الدولي السادس لإعلام CIC"التحديات والقضايا الإعلامية في العصر الرقمي"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام،2(82)، ص 1160.

(64) ياسمين أحمد علي حسن (2023). أطر معالجة قضايا الشباب في بودكاست "مطب العشرين"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 2(83)، ص 258

(65)Arunkumar Sivakumar and others (2023). Social Media Influence on Students' Knowledge Sharing and Learning: An Empirical Study, Education Sciences, (13), p.

(66) Saifuddin Ahmed (2023). Navigating the maze: Deepfakes, cognitive ability, and social media news skepticism, new media & society, 25(5), p.1108.

(67)Shuaa Aljasir (2023). Emoji as a Social Presence Tool Among Arab Digital Media Users: Do the Demographic Variables of the Sender Play a Role, Social Science Computer Review, p.12.

(68) Juan Liu and others (2023). Exploring social media affordances in tourist destination image formation: A study on China's rural tourism destination, p. 10

(69) Ruqin Ren and Jian Xu (2023). It's not an encyclopedia, it's a market of agendas: Decentralized agenda networks between Wikipedia and global news media from 2015 to 2020, new media & society, p.22.

(70)Myojung Chung (2023). Agenda-setting in social TV: How and when user comments

influence perceived issue importance, new media & society, 25(6), p. 1394.

(71) هبة محمد شفيق عبد الرازق (2023). تعرض الشباب المصري للمحتوى السياسي الرقمي وعلاقته ببناء تصوراتهم حول مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، مجلة البحوث الإعلامية، 2(64)، ص 778.

(72)Concha Pérez-Curiel and others (2023). Exploring the Political Debate over the COVID-19 Vaccination on Twitter: Emotions and Polarization in the Spanish Public Sphere,85, p.12

(73) نشوى يوسف أمين اللواتي (2023). مدى عدائية تغطية المنصات الرقمية للأحداث الرياضية وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو التعصب الكروي "دراسة ميدانية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 82، ص 408 – 407.

(74) دينا طارق عبد الوهاب محمد أحمد، دور مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي المصريين في تشكيل الصورة الإعلامية للدول كوجهات سياحية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 83، ص 374 .

(75) أسماء مصطفى قاسم أحمد (2023). دور الإنفوجرافيك في الوعي الصحي لدى الشباب الجامعي – دراسة ميدانية، المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الإتصال، 13، ص 31.

(76) هبة محمد شفيق عبد الرازق (2023). تعرض الشباب المصري للمحتوى السياسي الرقمي وعلاقته ببناء تصوراتهم حول مستقبل تمكينهم السياسي والاقتصادي، مجلة البحوث الإعلامية، 2(64)، ص 881.

(77) نادية قطب إبراهيم علي (2023). المعلومات والمفاهيم العلمية التي تقدمها قنوات الرسوم المتحركة التعليمية العربية والأجنبية على اليوتيوب وتفاعلية مستخدميها دراسة تحليلية في إطار نظرية تمثيل المعلومات، مجلة البحوث الإعلامية، 1(65)، ص 232.

(78)عبد الله بن علي آل مرعي (2023). استخدامات الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية لطلاب كليات الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 1(83)، ص287.

(79) Wai Han Lo and others (2023). Effect of Virtual Reality News Presentation on News Learning, Electronic News: Broadcast and Mobile Journalism, 17(3), p.

(80) Wenbo Li and Hyunyi Cho (2023). The knowledge gap on social media: Examining roles of

engagement and networks, The knowledge gap on social media: Examining roles of engagement and networks, new media & society, 25(5), p. 1023.

(81) Daniel Vogler and Lisa Schwaiger (2023). Situational effects of journalistic resources on

gender imbalances in the coverage of Swiss news media: A longitudinal analysis from 2011 to 2019, Journalism, (24)4, p.894.

(82)Tales Tomaz (2023). European news media in the decade of digitalisation: Persisting democratic performance with uneven developments, Journalism, 2(1), p.1.

(83)Esteban Morales (2023). Ecologies of Violence on Social Media: An Exploration of Practices, Contexts, and Grammars of Online Harm, Social Media + Society, p.

(84)H. A. Albadri (2023). The Convergence of Traditional Media to the Digital Communicative Environment- The Reality and Gap, Information Sciences Letters, 12(4), p. 1827.

(85) Ana González-Neira (2023). Convergence of linear television and digital platforms: An analysis of YouTube offer and Consumption, European Journal of Communication, 37(4), p. 426.

(86) Sutrisno Sutrisno (2023). Changes in Media Consumption Patterns and their Implications for People's Cultural Identity, Technology and Society Perspectives (TACIT), 1(1), p.

(87) Robin Ceasar F. Magnaye and Mary Ann E. Tarusan, (2023). The Old and The New: Radio and Social Media Convergence, SSRG International Journal of Communication and Media Science, 2(10), p. 44.

(88) Jia, Z., & Mohamed, S. B. (2023). Navigating the Tides of Media Convergence: Shanxi Radio and Television Station’s Transformation Amidst the Digital Tsunami. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 13(4), p. 1296.

(89) Sitti Wahyuni (2023). The Impact of Live Streaming on Social-Media on The Quality of TVRI South Sulawesi's Program, International Journal of Science and Society, 4(4), p. 593

(90) Islam Habis Mohammad Hatamleh (2023). Trust in Social Media: Enhancing Social Relationships, Social Sciences, 12, p. 415.

(91) Soo Il Shin and others (2022). Examining the role of perceived social benefit and trust matter in sustainability of online social networking community – social exchange theory perspective, nt. J. Web Based Communities, 18 (2), p. 109

(92) Chih-Ping Chen (2023). Hardcore viewer engagement and social exchange with streamers and their digital live streaming communities, Qualitative Market Research: An International Journal, 26(1). P.37

(93)Osku Torro and Henri Pirkkalainen (2023). Design principles for social exchange in social virtual reality-enabled virtual teams, springer: Virtual reality. P. 10

(94) ولاء إبراهيم عقاد(2023). تفاعلية الجمهور مع صفحات الشخصيات النسائية العامة على موقع فيسبوك- دراسة تحليلية، مجلة البحوث الإعلامية، 2(64)، ص 592 .

(95) بوسي فاروق محمود غندر(2023). تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم، مجلة البحوث الإعلامية، 3(66)، ص 1614.

(96) أحمد أحمد عثمان(2023). تعرض المراهقين في مصر لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية وعلاقته بمفهوم القدوة لديهم، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 1(83)، ص 223.

(97) إيمان محمد أحمد حسن (2023). تفاعل مُستخدمي صفحات الفيسبوك مع حادثة انفجار مرفأ بيروت، دراسة ميدانية مقارنة، مجلة البحوث الإعلامية، 3(64)، ص 1379.

(98)Andrea Haeuptli (2023). An outside perspective for those within: The presentation of European states in Arab professional online news consumed by Arabic-speaking audiences in Europe, Global Media and Communication, 19(1), p.

(99) Neelam Sharma and Gayathri Sivakumar (2023). Social media, political discourse and the 2019 elections in India: Journalists' perspectives on the changing role of the mainstream media in setting the political agenda, Global Media and Communication, 19(2), P. 185.

(100) Nourhan Moustafa El-Sherbiny and others (2023). The inter-media agenda-setting influence of social media activism on Egyptian news sites: a case study of violence against women (VAW), Insights into Language, Culture and Communication, 3(1), p. 2

(101) حسام سلامة (2023). اتجاهات شباب الإعلاميين نحو وثائقيات السير الذاتية المقدمة على منصة نتفلكس، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 1(83)، ص 229.

(102)علاء محمد عبد العاطي يوسف (2023). عرض المعلومات باستخدام تقنية الانفوجرافيك والموشن جرافيك فى نشرات الاخبار التليفزيونية: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي العربية وبى بى سي عربى، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتليفزيون، 25، ص 626.

(103) Fauziah SHAHAB (2023). MEDIAMORPHOSIS OF BETAWI CULTURAL BROADCASTING DOMAIN INTO NEW MEDIA DOMAIN, International journal of environmental sustainability and social sciences, 4(4), p. 1154.

(104) Bindiya Dutt (2023). Social media wellbeing: Perceived wellbeing amidst social media use in Norway, Social Sciences & Humanities, (7), p. 6.

(105) Muhammad Rif'at and others (2023). Digital Transformation in Islamic Da'wah: Uncovering the Dynamics of 21st Century Communication, JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah, 8(3), p. 2936.

(106) Zixue Tai and others (2023). Local News Deserts in China: The Role of Social Media and Personal Communication Networks, Media and Communication, 3(11), p. 426.
(107)Felix Olajide Talabi and others (2023). Television Production of Yesteryears, Today and in the Future: Impact of Reduced Collaboration in TV News Production on Job Satisfaction in Nigeria, Television & New Media, 24(3), p. 264.
(108) Salonen, M., & Laaksonen, S.-M. (2023). Post-publication gatekeeping practices: Exploring conversational and visual gatekeeping on Finnish newspapers' Instagram accounts. Nordicom Review, 44(2), p.253.
(109)Jane B. Singer (2023). Closing the Barn Door? Fact-Checkers as Retroactive Gatekeepers of the COVID-19 "Infodemic", Journalism & Mass Communication Quarterly, 100(2), p.346
(110)Aondover Eric Msughter (2023). Artificial Intelligence and The Media: Revisiting Digital Dichotomy Theory, Online Journal of Robotics & Automation Technology, 2(1), p. 5.
(111)Nyam, I. & Olubodede, E. (2023). Exposition of converging 9Mobile SMS-More news safety-security news reports as part of Sustainable Development Goal-11, GVU Journal of Communication Studies, 6, p.2.
(112) Sucharita Belavadi, Social identity uncertainty during the Greek financial crisis: The role of media narratives, Psychology of Language and Communication, 27(1), p.84.
(113)S. Shyam Sundar and Mengqi Liao (2023). Calling BS on ChatGPT: Reflections on AI as a Communication Source, Journalism & Communication Monographs 25(2), p. 177.
(114)Seungahn Nah (2022). Community Storytelling Network, Expressive Digital Media Use, and Civic Engagement, Communication Research, 49(3), p. 328.
(115)Mufan Luo and others (2022). Credibility Perceptions and Detection Accuracy of Fake News Headlines on Social Media: Effects of Truth-Bias and Endorsement Cues, Communication Research, 49(2), p.171 .