



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكمة تصدر عن كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

• الحرب الرقمية

أ.د. أمين سعيد عبد الغني

• إشكاليات بحوث الإعلام الرقمي

أ.د. حسن علي محمد

• الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات الإعلام

أ.د. عبد الله الرفاعي

• أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الكويتي

أ.د. مناور الراجحي - د. سليمان محمد

• أخلاقيات العلاقات العامة وممارستها

أ.د. عبدالرزاق الدليمي - أ. وليد كاطع

• توظيف الأسطورة في وسائل الإعلام

أ.د. عبدالرزاق الدليمي

• الحرب الرقمية والأمن السيبراني

أ.د. حبيب البدوي

• الصحافة العلمية في ضوء التأهيل الإعلامي الأكاديمي بالجامعات المصرية

د. سهير سيف الدين - د. إيمان إبراهيم

• المداخل النظرية لدراسة الأداء المهني للقائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية

د. مدحت رشدي

العدد الثالث: يناير - يونيو ٢٠٢٤

مجلة بحوث الإعلام الرقمي

العدد الثالث: يناير-يونيه ٢٠٢٤

Digital Media Research Journal
Quarterly Scientific Journal issued by
The Faculty of Media and Communication
Technology - Suez University

• Digital War.

Prof. Dr. Amin Said AbdulGhani

• Problems of Digital Media Research.

Prof. Dr. Hassan Ali Muhammad

• Modern Trends in Media Studies and Practices.

Prof. Dr. Abdullah Al-Rifai

• Impact of Social Media on Enhancing National Identity among Kuwaiti Youth.

Prof. Dr. Manawer Al-Rajhi, Dr. Suleiman Muhammad

• Ethics of Public Relations Practice.

Prof. Dr. AbdulRazzaq Al-Dulaimi, Dr. Walid Katea

• Employing Myth in the Media.

Prof. Dr. AbdulRazzaq Al-Dulaimi

• Cyber warfare and cybersecurity.

Prof. Dr. Habib Al-Badawi

• Scientific Journalism in Light of Academic Media Qualification in Egyptian Universities.

Dr. Sohair Seif El-Din, Dr. Iman Ibrahim

• Theoretical Approaches of studying the Professional Performance of Communicator in Media Studies.

Dr. Medhat Rushdi

The 3rd Issue
Jan-June
2024



مجلة بحوث الإعلام الرقمي

دورية علمية محكمة

تصدر عن كلية الإعلام

وتكنولوجيا الاتصال

جامعة السويس

الهيئة الاستشارية:

الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة الشارقة - الإمارات	أ. د. أحمد فاروق رضوان
الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة مصر الدولية	أ. د. حمدي حسن
العميد الأسبق لكلية الإعلام - جامعة القاهرة	أ. د. سامي عبدالعزيز
عميد كلية الإعلام - الجامعة الحديثة	أ. د. سامي الشريف
عميد المعهد الدولي للعالي للإعلام بأكاديمية الشروق	أ. د. سهير صالح
الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة عين شمس	أ. د. السيد بهنسي
رئيس الأكاديمية الدولية للهندسة وعلوم الإعلام	أ. د. عادل عبدالغفار
الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة	أ. د. عادل فهمي
الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة قطر	أ. د. عبد الرحمن محمد الشامي
الأستاذ بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - السعودية	أ. د. عبد الرحمن بن نامي المطيري
الأستاذ بكلية الخوارزمي الجامعية التقنية - الأردن	أ. د. عبد الرزاق محمد الدليمي
عميد كلية الإعلام - الجامعة البريطانية بمصر	أ. د. محمد شومان
الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنيا	أ. د. محمد سعد
الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة القاهرة	أ. د. مني الحديدي
عميد كلية الإعلام - جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا	أ. د. هويدا مصطفى

مجلة بحوث الإعلام الرقمي
دورية علمية محكمة تصدر عن
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس

مدير التحرير

أ. م. د. السيد عبد الرحمن علي

سكرتير التحرير

د. رباب حسين العجاوي

السكرتير الإداري

أ. مي محمد سليم

رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير

أ. د. أمين سعيد عبد الغني

مساعد ورئيس التحرير

أ. د. حسن علي محمد

العميد الأسبق لكلية الإعلام - جامعة السويس

أ. د. محمد رضا أحمد

الأستاذ بكلية الإعلام - جامعة السويس

أ. د. عبد الله بن محمد الرفاعي

عميد كلية الإعلام والاتصال الأسبق

جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

المملكة العربية السعودية

أ. د. علي عقلة نجادات

عميد كلية الإعلام - جامعة البترا - المملكة الأردنية

أ. د. مناور بيان الراجحي

الأستاذ بقسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الكويت

الآراء الواردة بالبحوث المنشورة في هذه المجلة تعبر عن أصحابها فقط

المراسلات:

ترسل المراسلات باسم الأستاذ الدكتور رئيس مجلس الإدارة ورئيس التحرير -
كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة السويس - السويس - مدينة السلام (١).

تليفون: 0623523774

البريد الإلكتروني: dmrjournal@media.suezuni.edu.eg

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: 2023/24417

التقييم الدولي للنسخة المطبوعة: ISSN: 2812-5762

أهداف المجلة:

- الإسهام في تطوير المعرفة ونشرها، وذلك بنشر البحوث العلمية الأصيلة، والمراجعات العلمية في مجالات البحوث والدراسات في مجالات تخصص الإعلام الرقمي المختلفة.
- نشر البحوث العلمية المبتكرة، التي يقدّمها أعضاء هيئة التدريس والهيئة المعاونة بالجامعات المصرية والعربية، والباحثون في المجالات العلمية لتخصص الاعلام الرقمي.
- توفير فرصة التقويم العلمي للبحوث من خلال إخضاع البحوث للرأي العلمي الذي يأخذ على عاتقه تقويم الجوانب العلمية والمنهجية في البحث العلمي.
- معالجة القضايا المعاصرة في إطار البحث العلمي، وتوظيفها في خدمة المجتمع، وخدمة القضايا الجوهرية التي تأسست من أجلها المجلة، وعلى رأسها التحول الرقمي.
- رصد ومتابعة اتجاهات البحث العلمي، من خلال الوقوف على النتائج العلمية للبحوث التي تصدرها المؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث المتخصصة.
- اهتمامات المجلة:
- تعنى المجلة بنشر:
- البحوث العلمية الرصينة في مجالات تخصص الإعلام الرقمي.
- البحوث والدراسات النقدية التي تتصل بالإصدارات في مجالات التخصص التي تعنى بها المجلة.
- البحوث والدراسات العلمية المعنية بمعالجة المشكلات المعاصرة والقضايا المستجدة في المجتمع، وخصوصاً التحول الرقمي.
- البحوث والتقارير والترجمات العلمية، وعرض الكتب الجديدة في مجال الإعلام الرقمي ومراجعتها.
- التقارير عن المؤتمرات والندوات العلمية في تخصص الإعلام الرقمي في مصر والعالم العربي والعالم.

قواعد النشر:

- أن تكون البحوث متخصصة في مسألة من المسائل التي تهتم بها المجلة.
- أن تكون البحوث متسمة بالعمق والأصالة، بحيث يضيف كل بحث جديداً إلى المعرفة.
- أن تكون البحوث موثقة من الناحية العلمية بالمراجع والمصادر والوثائق.
- تنشر البحوث في المجلة باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية.
- أن يقر صاحب البحث بأن بحثه عمل أصيل له وليس مشتقاً من رسالتي الماجستير والدكتوراه العائدتين له.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره، ويقدم الباحث تعهداً بذلك.
- ألا يكون البحث مقمداً للنشر في مجلة أخرى.
- لا يجوز نشر البحث في مكان آخر بعد إقرار نشره في مجلة كلية الإعلام جامعة السويس إلا بعد الحصول على إذن كتابي بذلك من رئيس التحرير.
- موافقة المؤلف على نقل حقوق النشر كافة إلى المجلة، وإذا رغبت المجلة في إعادة نشر البحث فإن عليها أن تحصل على موافقة مكتوبة من صاحبه.
- أصول البحث التي تصل إلى المجلة لا تردّ سواء أنشرت أم لم تنشر.
- يُمنح الباحث نسخة واحدة من العدد المنشور فيه بحثه مع خمس مستلآت منه.

متطلبات النص المقدم للنشر:

- يجب ألا يزيد عدد صفحات البحث عن (٣٠ صفحة) بما فيها الأشكال والصور والجداول والمراجع (بمقاس A4 / أو حوالي ٩٠٠٠ كلمة).
- يذكر اسم المؤلف وعنوانه الحالي بعد عنوان البحث مباشرة مع ذكر عنوانه، ومرتبته العلمية، وبريده الإلكتروني.
- تقدم البحوث مكتوبة بخط Arabic Simplified حجم (١٤) للنصوص في المتن، وبالخط نفسه بحجم (١٢) للهوامش في نهاية البحث، وتكون الهوامش (٢,٥ سم) من كل طرف.

- تُدرج الرسوم البيانية والأشكال التوضيحية في متن البحث، وتكون الرسوم والأشكال باللونين الأبيض والأسود وترقم ترقيماً متسلسلاً، وتكتب أسماؤها والملاحظات التوضيحية في أسفلها.
- تُدرج الجداول في متن البحث وترقم ترقيماً متسلسلاً وتكتب أسماؤها في أعلاها، أما الملاحظات التوضيحية فتكتب أسفل الجدول.
- تُذكر الهوامش آخر البحث، وتذكر بعدها مباشرة قائمة المصادر والمراجع مرتبة ترتيباً هجائياً.
- يجب أن يحتوى البحث على ملخص وافٍ بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة المكتوب فيها البحث، وملخص وافٍ أيضاً بحدود (١٥٠-٢٠٠) كلمة باللغة الإنجليزية، ويكتب الملخصان في صفتين مستقلتين.
- يُذكر مرة واحدة في البحث المصطلح العلمي باللغة العربية وبجانبه المصطلح باللغة الإنجليزية أو الفرنسية عند وروده أول مرة، ويكتفى بعد ذلك بكتابته باللغة العربية.

فهرس المحتويات

• الحرب الرقمية

أ. د. أمين سعيد عبدالغني ١

• إشكاليات بحوث الإعلام الرقمي

أ. د. حسن علي محمد ٢٥

• الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات الإعلام: الابتكار وريادة الأعمال الإعلامية

أ. د. عبدالله بن محمد الرفاعي ٣١

• أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الكويتي: دراسة ميدانية

أ. د. مناور بيان الراجحي ود. سليمان محمد ٦٥

• أخلاقيات العلاقات العامة وممارستها: بحث تأصيلي نظري

أ. د. عبدالرزاق محمد الدليمي وأ. وليد كاطع ١٠٣

• توظيف الأسطورة في وسائل الإعلام: بحث استقرائي تحليلي في إطار القرن ٢١

أ. د. عبدالرزاق محمد الدليمي ١٢٩

• الحرب الرقمية والأمن السيبراني: خطر التهديدات يقابله تعزيز الدفاعات

أ. د. حبيب البدوي ١٥٣

• الصحافة العلمية في ضوء التأهيل الإعلامي الأكاديمي بالجامعات المصرية

د. سهر سيف الدين ود. إيمان إبراهيم ١٨١

فهرس المحتويات

• المداخل النظرية لدراسة الأداء المهني للقائم بالاتصال في الدراسات الإعلامية

د. مدحت رشدي ١٩٩

• دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وعي المرأة السعودية بالأمن الغذائي

أ. آلاء عبدالمحسن، تحت إشراف أ.م.د. سالي أسامة ٢٣٥

• دور منصات التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية في الحد من التعصب الرياضي

أ. منيرة عبد الرحمن، تحت إشراف أ.م.د. سالي أسامة ٢٦٧

• تحليل مشاعر مستخدمي منصة (X) للمرأة السعودية

أ. نوره فهيد عيد، تحت إشراف أ.م.د. سالي أسامة ٢٩٩

مقدمة العدد

"أما قبل"

إن صدور مجلة علمية متخصصة هو ميلاد أمل جديد، وخصوصاً إذا كانت هذه المجلة بعنوان "مجلة بحوث الإعلام الرقمي"؛ لأنها تأخذنا مباشرة إلى ساحات علوم المستقبل، وهي علوم وبحوث العصر الرقمي الذي تعيشه الإنسانية الآن، ويأتي العدد الثالث من هذه المجلة الوليدة أيضاً كخطوة من خطوات استكمال البناء العلمي لكلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال بجامعة السويس، وذلك بعد اعتماد وبدء برنامج الماجستير: «الإعلام الرقمي»، وهو أحد البرامج الخاصة بالدراسات العليا بالكلية، فضلاً عن الدبلومات المهنية، التي تم اعتمادها أيضاً، والعمل مستمر في باقي البرامج في مرحلتها الماجستير والدكتوراه لالتقاء منها قريباً إن شاء الله.

ويطالع القارئ في هذا العدد مقالين علميين، المقال الأول تحت عنوان: «الحرب الرقمية»، للأستاذ الدكتور أمين سعيد، عميد الكلية. والمقال الثاني للأستاذ الدكتور حسن علي، العميد الأسبق للكلية، وهو بعنوان: «إشكاليات بحوث الإعلام الرقمي».

كما يضم هذا العدد بين دفتيه عشر دراسات تناول موضوعات مجتبية على قدر كبير من الأهمية، فقد جاءت الدراسة الأولى تحت عنوان: «حول الاتجاهات الحديثة في دراسات وممارسات الإعلام: الابتكار وريادة الأعمال الإعلامية»، قراءة وترجمة وتحرير الأستاذ الدكتور عبدالله بن محمد الرفاعي، الأستاذ بقسم الصحافة والإعلام الجديد، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود بالرياض. أما الدراسة الثانية فقد أعدها كل من الأستاذ الدكتور مناور بيان الراجحي، الأستاذ بقسم الصحافة، كلية الآداب، جامعة الكويت، والدكتور سليمان محمد آرتي، الأستاذ المساعد بقسم النقد والأدب المسرحي وعضو مجلس إدارة المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب بالكويت، وهي تحت عنوان: «أثر وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز الهوية الوطنية لدى الشباب الكويتي: دراسة ميدانية».

وجاءت الدراسة الثالثة تحت عنوان: «أخلاقيات العلاقات العامة وممارستها: بحث تأصيلي تنظيري»، وهي من إعداد الأستاذ الدكتور عبدالرزاق محمد الدليمي، الأستاذ بقسم الإعلام بكلية الحواري بمؤسسة الجامعة التقنية الأردنية، والأستاذ وليد كاطع، بكلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق. أما الدراسة الرابعة فقد جاءت تحت عنوان: «توظيف الأسطورة في وسائل الإعلام: بحث استقرائي تحليلي في إطار القرن ٢١»، وهي أيضاً من إعداد الأستاذ الدكتور عبدالرزاق محمد الدليمي، الأستاذ بقسم الإعلام بكلية الحواري بمؤسسة الجامعة التقنية الأردنية.

وقد جاءت الدراسة الخامسة تحت عنوان: «الحرب الرقمية والأمن السيبراني: خطر التهديدات يقابله

تعزير الدفاعات"، وأعدّها الأستاذ الدكتور حبيب البدوي، الأستاذ بقسم اللغة اليابانية جامعة لبنان .
أما الدراسة السادسة فقد كانت من إعداد كل من الدكتورة سهير سيف الدين والدكتورة إيمان إبراهيم،
وهي تحت عنوان: «الصحافة العلمية في ضوء التأهيل الإعلامي الأكاديمي بالجامعات المصرية». .
في حين جاءت الدراسة السابعة تحت عنوان: «المدخل النظرية لدراسة الأداء المهني للقائم بالاتصال
في الدراسات الإعلامية»، للدكتور مدحت رشدي، الكاتب الصحفي بمؤسسة أخبار اليوم.
وتحت إشراف الدكتورة سالي أسامة، أستاذة الإعلام المشارك بجامعة الملك فيصل، جاءت
الدراسات الثامنة والتاسعة والعاشر، فكانت الدراسة الثامنة تحت عنوان: «دور مواقع التواصل
الاجتماعي في تنمية وعي المرأة السعودية بالأمن الغذائي»، للأستاذة آلاء عبدالحسن الشيعي، الباحثة
بجامعة الملك فيصل . والدراسة التاسعة كانت للأستاذة منيرة عبد الرحمن الماجد، الباحثة بجامعة الملك
فيصل، وهي تحت عنوان: «دور منصات التواصل الاجتماعي للأندية الرياضية في الحد من التعصب
الرياضي». أما الدراسة العاشرة فقد كانت من إعداد الأستاذة نوره فهيد عيد الدوسري، الباحثة
بجامعة الملك فيصل، وهي تحت عنوان: «تحليل مشاعر مستخدمي منصة (X) للمرأة السعودية». .
والله من وراء القصد،،

مدير التحرير
أ.م.د. السيد عبدالرحمن

إشكاليات بحوث الإعلام الرقمي

الأستاذ الدكتور حسن علي محمد

العميد الأسبق لكلية الإعلام . جامعة السويس

تمهيد:

منذ عشرين عاما، نشرت لي مؤسسة دار المعارف في سلسلة اقرأ كتابا بعنوان (ثورة الإعلام)، تبأت فيه بما يجري الآن من تطورات مدهشة في السوق الإعلامية، وتحور وتغير المحتوى بتغير تقنيات وسائل الإعلام الجديد، القائم على الرقمية باندماج المعلومات والاتصالات، مما أدى إلى ظهور بيئة اتصالية مختلفة عن بيئة الإعلام التقليدي تنوعت حولها الرؤى.

- هناك من يرى أن الإعلام الرقمي اختزل الزمان، وعبث بالمحتوى الإعلامي وراوغ الجمهور، وغير من مفهومه الذي كان (مستقبلا) للإعلام التقليدي فجعل منه (مرسلا ومستقبلا في آن واحد).

- وهناك من يرى أن الإعلام الرقمي ثورة حقيقية جعلت من دراسات الإعلام التقليدي تراثا قديما ينضوي تحت علم تاريخ تطور الإعلام.

- وهناك من يؤكد أن الإعلام الرقمي غير مفاهيم، ونظريات، ومناهج، وأدوات البحث.

- وهناك من يرى أن الإعلام الرقمي ظاهرة طوفانية اجتاحت سوق الإعلام ودراسات وبحوث الإعلام، ولا يمكن النظر إليه كما يفعل بعض أساتذة الإعلام، كظاهرة عابرة في تاريخ الدراسات الإعلامية، بل هو وافد جامع، فرض نفسه بقوة، غيرت كثيرا في المهارات المهنية والقدرات البحثية.

- لقد أضاف الإعلام الرقمي أنواعا من الكتابة الجديدة على فنون التحرير واللغة الإعلامية، وفنون الإخراج.

- الإعلام الرقمي حاليا يطرح إشكاليات منهجية معقدة، ونظريات إعلامية مغايرة، وصولا إلى التعامل معها بمناهج وأدوات مختلفة، ومصطلحات جديدة، معبرة عن البيئة الإعلامية الجديدة، وانتهاء بصعوبة الموضوعات البينية التي يتعامل معها.

الإعلام الجديد فرض نفسه واقعا معاشا، يمشي بين الناس وحسبك ما نشر من إحصائيات عام ٢٠٢١ حول مستخدمي التليفون (المحمول) حول العالم، حيث بلغ ٥,٢٩ مليارات، وأن مستخدمي الإنترنت بلغ ٤,٨٨ مليارات، أي ما يقارب ٦٢٪ من عدد سكان العالم، أما مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي النشطون فقد جاوز نصف السكان، وبلغ أكثر من ٤,٥٥ مليارات.

الإعلام الرقمي جعلنا وجها لوجه أمام مفهوم جديد لمجتمع المعلومات، ومفهوم جديد للتواصل، والتفاعل، والعلاقات الاجتماعية، الأمر الذي يتطلب رؤية جديدة ومناهج تلائم بحوث الإعلام الرقمي وأدوات تتمكن من قياس ما ينبغي قياسه من ظواهر.

الإعلام الرقمي - كما نراه - بحاجة إلى قراءة جديدة من أساتذة الإعلام والباحثين؛ وبالتالي نحن بحاجة فعلا إلى أدوات ومناهج وطرق قياس تلائم المحتوى الرقمي، وتناسب البيئة الرقمية المتسارعة، والتي تمثل ضغطا على أساتذة الإعلام والعاملين على حد سواء.

فمثلا، لم يعد تحليل المحتوى (أداة أو منهجا) بتقنياته القديمة صالحا لتحليل صحيفة إلكترونية أو مقطع فيديو أو تدوينة فيس أو تويته، فالمفاهيم تغيرت ووحدات التحليل وفتاته غدت لها دلالات غير موجودة، مثل: التفاعلية، والتناص، والنص

المتشعب، والكتابة غير الخطية، وتعددية الوسائط، والمواءمة والنشر عبر ميديا (Cross Media Publishing)!

يظل تحليل المحتوى بوضعه القديم صالحا لتحليل الصحف الورقية، لكنني أشك في أنه قد أصبح صالحا لتحليل نص الكتروني متشعب...، أدري أن هذه حقيقة صادمة لكثير من الباحثين..، الواقع يقول إن أسس تصنيف المحتوى الصحفي في الصحف الورقية مختلفة تماما عنه في الإعلام الإلكتروني والصحافة الإلكترونية، وخصوصية الويب. فالنص الذي كان يعرف في السابق بطابعه المستقر، لم يعد كذلك في الإعلام الرقمي؛ إذ اتسم بطابعه المفتوح المتدفق عبر الويب..! والذي أسميته في كتابي وسائل الإعلام السائلة.. نصا سائلا متدفقا ليس له لنهاية.

في الإعلام الإلكتروني، لا تخضع الأخبار السائلة لمعايير القياس الكلاسيكي، لتجددها المستمر وانفتاحها على مشاركة مستخدمي المواقع الإخبارية الإنترنتية، الأمر الذي يتطلب التفكير في طرق جديدة بديلة لقياس أبعاد سيولتها، وإخضاعها لشروط البحوث الإمبريقية، حتى يتمكن من تجاوز الحدود المنهجية التي تفصل منتج المحتوى الرقمي الإعلامي أو الثقافي عن جمهورها.

إننا بحاجة عجلنا لمراجعة النظريات الإعلامية القديمة والمعيارية منها على وجه الخصوص فلم تعد صالحة لتفسير ظواهر الإعلام الرقمي.. فمثلا:

● هل أمست نظرية حارس البوابة صالحة بعد أن (خلع الإعلام الرقمي البوابة وجعل الجمهور شريكا في إنتاج المحتوى وبعد ظهور صحافة الموبايل؟

● هل ما تزال نظرية الأجندة (أجندة وسائل الإعلام صامدة أمام أجندات منتجي الخطاب من مستخدمي الآي فون؟

● هل بعد ظهور الفيس وانتشار واتساع مساحات البوح من الجمهور يجعل نظرية لولب الصمت لها فائدة؟

● هل ما تزال نظريات شرام وليرنر وتشارلز رايت في الإعلام التنموي التقليدي تصلح لدى جمهور الشباب القابع أمام شاشات الكمبيوتر ليل نهار؟

في تقديري، أن هذه النظريات لم تعد صالحة حاليا في تفسير ظواهر الإعلام الرقمي...!!، مما يعني أنني بحاجة لفكر نظري جديد، وعلى أساتذة الإعلام العرب الإسهام بإيجابية، ولا ينتظرون تنظيرا من الخواجات، ثم نعود نجت ما يطرحونه ونتفاخر بأن المستر (س) قال ونظر وقعد ونظل أسرى نظريات غريبة...!

نحن بحاجة لفهم ظواهر الإعلام الرقمي باعتباره أداة وسبيلا متطورا في التواصل الإنساني، ونحن بحاجة لنواكب التطورات التقنية التي تهدد أصالة البحث العلمي، مثل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في بحوث الإعلام وإنجاز الرسائل العلمية...!

● نحن بحاجة للاشتباك مع محتويات الإعلام الرقمي وابتكار مصطلحات جديدة تعبر عنها دون انتظار لما سيقدمه لنا الفكر الغربي.

● نحن بحاجة للاهتمام الذكي بشبكات التواصل الاجتماعي ورصد وتحليل ما تسببه من تغيرات في علاقات الناس.

● ضرورة ابتكار مناهج إثنوغرافية تلائم السياق الرقمي.

يجب أن ندرك أن المحتوى الإعلام المنشور عبر شبكة الإنترنت يتسم بعدم الثبات وسرعة الزوال وكتابة محتوى جديد.. وهنا تشتد الحاجة لتثبيت المحتوى المتغير على مدار الساعة، مما يصعب على الباحثين مهمة الرصد الدقيق والتوصيف المكتمل.

لقد وضعت بحوث الإعلام الرقمي نهاية للجدل العقيم حول الدراسات الكمية والكيفية وإيهما أفضل وأيهما تحدره، حين فرضت علينا استخدام النوعين من البحث (كميا وكيفيا)؛ ذلك لأن البحث في السياق الرقمي وظف الأدوات البحثية القائمة لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية الرقمية من جهة، واستغلال الظواهر الاتصالية الجديدة والمركبة لاقتراح مفاهيم وأدوات جديدة لدراستها.

قدم لنا الإعلام الرقمي ما يسمى بالبيانات الضخمة التي يصعب التعامل معها بدون أدوات رقمية؛ ذلك لأن البيانات الضخمة عقدت الظواهر الإعلامية والاتصالية، مما يجعلنا بحاجة إلى ابتكار نظريات لشرحها وتأويلها وفهمها، لأن البيانات الضخمة (Big Data) بحاجة لجهد نظيري ضخمة.. (Big Theory)، ويتطلب هذا التقابل تعددية منهجية؛ لأنه في ظل التحولات التي تعيشها الصناعات الإعلامية أصبح الاعتماد على أحادية المنهج أمر بالغ الخطورة في دراسة النص الرقمي ويجعل البحث قاصرا .. فمثلا حين ندرس نصا رقميا فقط اعتبره غير كاف ما لم ندرس معه التعليقات وربما التعليقات التي على التعليقات !!..

وقد كابدت تلك الحالة مع إحدى طالباتي بجامعة قناة السويس في دراساتها بعض صفحات الفيس حول مشكلة تمثال ديلبس وتنازع الوجهات والتوجهات حول إعادته لمكانه في مدخل القناة بمدينة بورسعيد ولقد وجدنا عجبا في التعليقات والتعليقات على التعليقات.

لقد أحسست بأزمة البحث في الظواهر الرقمية بأدوات تقليدية، بعد أن راجعت مئات البحوث بتكليف من المجالات العلمية، وناقشت عددا من الرسائل الجامعية لنيل ماجستير او دكتوراه، وكلها تبحث في الإعلام الرقمي تمشيا مع سرعة العصر وقوة التيار لكن معظمها ينظر في ظواهر الإعلام الرقمي بأدوات بحوث الإعلام التقليدي، ولهذا اتسمت كثير من هذه البحوث بالروتينية، تدور في دوائر مغلقة لا تقدم جديدا، ولا تقدم شيئا يلفت الانتباه.

للأسف ما تزال البحوث الكمية مهيمنة بل طاغية دون إنتاج معرفي يرقى بالدراسات الإعلامية ويحقق تراكما معرفيا، ندور في فلك الجداول الإحصائية دون جدوى !!..

لقد لاحظت هروب كثير من الباحثين من البحوث الكيفية، لم يتهور واحد على مدار سنوات فيقدم بحثا يعتمد على مناهج العلاقات السببية أو التتبعية مثلا، بحيث تضيف قيمة حقيقية لعلوم الاتصال الانساني، وربما من أحد اسباب هذا القصور هو عدم امتلاك الباحثين المهارات التقنية اللازمة لأبحاث البيئة الرقمية الجديدة.

التطورات الرقمية التي مست جميع المجالات، ساهمت في تغيير آلية عمل الهياكل الإدارية للمؤسسات الإعلامية على المستوى التقني والوظيفي، ونتيجة لتحولات العالمية المتتالية التي انبثق عنها ظهور أداة جديدة ومؤثرة في تشكيل الرأي العام المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية المتنوعة التي أضحت مصدر اهتمام الكثير من الباحثين في حقل علوم الإعلام والاتصال، بعدما كان تركيز أغلبية البحوث على تأثير المرسل أو الوسيلة المستخدمة على الجماهير باعتبار المتلقي عنصر سلبي، لكن بسبب البيئة الإعلامية الحديثة أصبح تركيز الاهتمام أكثر على الجمهور باعتباره أصبح نشطا ويحمل وعيا كافيا.

نتج من كل ما سبق عدد من الإشكاليات التي نطرحها للمناقشة ونأمل في التصدي لها، من ذلك مثلا:

- **إشكاليات ضبط مصطلحات الإعلام الرقمي** منها مثلا: إعلام رقمي، الإعلام المهجين، الإعلام السيبراني، الشبكي، التفاعلي، راديو النت، راديو الويب، أون لاين راديو، التلفزيون الذكي، التفاعلي، الإنترنت، تلفزيون الويب. كلها مصطلحات بحاجة لتحرير وضبط.
- **إشكاليات عدم وجود مناهج علمية جديدة ادره على البحث في الإعلام الجديد.**
- **إشكاليات عينات الدراسة في البيئة الإعلامية الرقمية**، وصعوبة تحديد إطار عام لمجتمع الدراسة، بسبب عدم ثبات المواقع وتغير الجمهور باستمرار.
- **إشكالية استخدام أدوات جمع البيانات الرقمية**، بحوث الإعلام ما تزال أسيرة للاستبيانات !!..
- **تندر البحوث النقدية والكيفية**، فقد أدمن الباحثون العرب البحوث الإمبريقية التي لا تقدم صورة متكاملة عن الظواهر موضوع البحث. ويرجع ذلك لعدم معرفة بعض الباحثين بالأصول النظرية لبحوث الإعلام الرقمي، مع هيمنة المنظور الإمبريقي الأمريكي على الدراسات العربية.
- **إشكالية مصداقية المعلومات والبيانات** التي تتم دراستها ضمن البيئة الإعلامية الرقمية وتدخلات أمنية تحول دون وصول الباحث للمعلومات الدقيقة.
- **إشكالية صعوبة قياس ورصد الأثر والتأثير ومعرفة الاتجاهات المختلفة للرسالة الاتصالية في حالة الاتصال الجماهيري** الواسع في البيئة الإعلامية الرقمية لمستخدمين منتشرين في العالم، دون حدود للزمان والمكان؛ إذ من الصعب قياس رجوع الصدى.
- **إجمالا**، إنني أوجه الدعوة لأساتذة الإعلام للنظر في ابتكار نظريات ومناهج وأدوات تلائم الإعلام الرقمي، وأن على الباحثين التحلي بروح الابتكار والمغامرة واقتحام مجالات بحثية جديدة وعدم الركون إلى الأدوات القديمة، استسهالا وطلبا للسلامة.