

## الفصل الأول

### نظريات ومناهج الإعلام

#### مقدمة:

اختفت مادلين ماكين البالغة من العمر أربعة أعوام من شقتها، التي تقع في (برايا دالوز) في (الجارف) بالبرتغال يوم الخميس 3 مايو 2007. صرح والدا مادلين أنها اختُطفت من سريرها، بينما كانا يتناولان طعام العشاء في أحد المطاعم القريبة من الشقة في المجمع السكني نفسه. صرح كيت وجيري ماكين للشرطة أنهما كانا يطمئنان على مادلين وتوأمها الآخرين بشكل دوري.

لم تعثر الشرطة على مادلين، وصارت قصتها قصة عالمية، وأصبح والداها المشتبه بهما في نظر الإعلام؛ بسبب اختفاء الطفلة، وتحول الحوار حول براءتهما وإدانتها إلى حوار يسوده الانفعال والخيال بين مؤيدين ومعارضين. في الوقت نفسه أقام والداها موقعاً على الإنترنت للمساعدة في العثور على مادلين، وأسفر ذلك عن تلقيها تبرعات لهذه القضية وصلت إلى ملايين الدولارات.

تحتوي قصة عائلة ماكين على كل ما يهم الدراسات الإعلامية وهذا الكتاب على السواء، فهناك نظام عالمي يختص بنشر رواية الحدث، وهناك شبكات إنترنت تفاعلية، مثل المدونات (Blogs)، حيث يناقش أي موضوع بحرية وعمق. وهناك تفسيرات ثقافية متباينة ومعقدة للمحتوى ذي الدلالة. فردود أفعال الصينيين والبريطانيين - على سبيل المثال - كانت متباينة، قامت على أساس الطبقة الاجتماعية، أو تكوين الأجندة الإعلامية. ويبرز الآن سؤال يفرض نفسه: هل تلقت قصة ماكين تقارير وتغطية مؤيدة أكثر مما ينبغي؟ أم تقارير سلبية أكثر مما ينبغي؟ وهل كان التركيز على قصتهم على حساب روايات أخرى أكثر استحقاقاً؟

في هذا الصدد، يحضرنا السؤال الشهير لروجر سيلفرستون (Roger Silverstone) "لماذا ندرس الإعلام؟" (1999). ونحن بدورنا نسلك نهجه، ونتساءل: لماذا ندرس الإعلام؟ ولماذا ندرس المحتوى كوسيط رمزي (mediation of symbolic) content، وبالتالي لماذا ندرس مأساة ماكين؟ الإجابة هنا ستكون ربما لأن الإعلام أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية. والجمهور يسأل كل يوم أسئلة متعلقة بالإعلام، مثل: من الذي يقوم كوسيط في

الإعلام؟ وكيف؟ وما هي التبعات؟ ما هي العناصر الإعلامية التي تحتوي في مضمونها على "الأيدولوجية الخفية"؟ (Silverstone, 1999).

"كيف يتم تقييم الصراعات التي تجري بها يحيط بالإعلام وما يدور بداخله؟ من حيث الصراع على الملكية، والسيطرة على المؤسسات والمحتوى، والصراع على الدخول والمشاركة فيه، والصراع على التواجد، والصراع على التغذية بالمعلومات، والتأثير على الآخر وشعورنا بأنفسنا؟" (Silverstone: 1999).

تساعدنا بحوث الإعلام وتوزيع المحتوى الرمزي (symbolic content) على استيعاب أفضل لكيفية عمل مجتمعنا والمجتمعات الأخرى، فهذا المحتوى يمد المؤسسات وصانعي القرارات بمفاتيح رؤى تخطيط المستقبل. على سبيل المثال، لم يتم إضافة الدراسات السكانية والأقليات في بلاد الغرب في أشياء بسيطة، مثل قياس معدلات السكان حتى وقت قريب. فمعرفة المفقود ومعرفة من يجب تمثيله في معدلات الجمهور، أصبح أمراً مهماً للمساواة والعدالة، ومثل هذه المعرفة لا تخفى دلالاتها، كما أنها ليست بالضرورة نتاج المثالية ولا الجشع التجاري. ولكن يمكن أن يطبقها صانعو القرارات؛ من أجل تصحيح مشكلات في قياس الجمهور، وإتاحة الفرصة للإعلام للعمل بشكل أفضل؛ من أجل شرائح أكبر من الجمهور.

في استعراضه للدراسات الإعلامية، يقول دينيس ماكوين (McQuail, in) Downing et al, 2004, 1): إن الدراسات الإعلامية هي مجال ليس له حدود مؤكدة، ويضيف فالديفيا (Valdivia, 2003, 3): إن تحديد مجال الدراسات الإعلامية لا يزال مشروعاً مليئاً بالمصاعب. وبصرف النظر عن صحة أو خطأ هذه التعريفات، فنحن نعلم - كما يقول أومبسون - (ompson, 1997, 30): إن الأشكال الثقافية في المجتمع الحديث تتم وساطتها بشكل متزايد، من خلال الآليات والمؤسسات الإعلامية أو الاتصال الجماهيري. على سبيل المثال، قد يكون الهاتف المحمول - باعتباره أحد الأشكال الثقافية - رمزاً للثراء في أحد المجتمعات، في الوقت الذي يمثل رمزاً للموضوعة في مجتمع آخر. قد تقول الآن إن الهاتف المحمول ليس وسيطاً جماهيرياً (MASS MEDIUM). جدير بالذكر أن الإعلام الجماهيري والاتصال الجماهيري (MASS COMMUNICATION) دائماً ما يرتبطون بالصحف والإذاعة والتلفزيون، أو أي وسيلة إعلامية أخرى تتسم بالاتصال من وسيط واحد إلى

الكثير من المستقبلين. ومن المثير للاهتمام أن الهاتف المحمول قد يعمل كتكنولوجيا اتصال شخصية في لحظة من اللحظات، في الوقت الذي يكون فيه جهاز استقبال للإعلانات في لحظة أخرى. وفي كلا الحالتين من الممكن القول إنه سواء أكان الهاتف المحمول يعمل بصفته تكنولوجيا شخصية (خاصة)، أو تكنولوجيا جماهيرية - فإنه يعد جزءاً من أجزاء وسيط لمحتوى رمزي. في كل الثقافات يتم إضافة معانٍ إلى الأشياء والناس والممارسات، مثلما يحدث مع بيئتنا الفعلية. والإعلام جزء ملازم لهذا الإجراء في نشر المحتوى، أو توزيعه مع المعاني ذات الدلالة لهذا الوسيط، أو ما يمكن تسميته تكنولوجيا الكلمة TECHNOLOGIZING THE WORD. هذا الأمر في الدراسات الإعلامية له تاريخ طويل، يبدأ على الأقل منذ ظهور حروف الأبجدية ونظم الكتابة بها. فاللغة وسيط، تماماً مثل الحديث والكتابة والطباعة والوسائط السمعية والبصرية. ومن الممكن أن نستشهد مرة أخرى بسلفر ستون؛ لنصف الدراسات الإعلامية بأنها: "تتبع وسائل الإعلام من خلال السبل التي تشارك فيها في الحياة الاجتماعية والثقافية" (Silverstone, 1999, 4).

وفي الدراسات الإعلامية يتم مناقشة هذا المفهوم (استخدام وسائل الإعلام لتوضيح معنى) - في ضوء بعض المفاهيم الأساسية، وهي:

**النظريات:** والنظريات هي شروح، حيث يحاول أصحاب النظريات أو الكتاب في مجال الإعلام بذل الجهد لشرح الظواهر المختلفة أثناء عملية الوساطة. فعلى سبيل المثال، السؤال: "هل عرض أفلام العنف يولد شخصيات عنيفة؟" يبرز أسئلة أخرى حول تأثير الإعلام في المجتمع. وقد تكون هناك نظريات منافسة تقدم نتائج منافسة.

**الهياكل والتنظيمات:** كل النظم الإعلامية والسياسية والاجتماعية تؤثر في عملية الوساطة للمحتوى الرمزي. فنظام الملكية ونظم السلطة والسيطرة على الإعلام ونظام اقتصاديات الإعلام، وبالطبع العاملين بمجال الإعلام أنفسهم - كلهم جزء من الهياكل والتنظيمات الإعلامية.

**المحتوى:** كل ما نشاهده أو نسمعه أو نقرؤه، سواء من أخبار في صحف اليوم أو رسائل عبر الهاتف المحمول (SMS) - يعد جزءاً من المحتوى الرمزي للإعلام. فالمحتوى الرمزي هو كل ما يتعلق بالمحتوى الفعلي. ونشر هذا المغزى يمكن بالطبع أن يتأثر بهياكل وتنظيمات

وسائل الإعلام، بالإضافة إلى الثقافة السائدة التي نعيش فيها. فتراكيب المعنى الذي ينتج عن المحتوى الإعلامي أو النصوص الإعلامية - علاوة على الصراعات الأيديولوجية في هذه الهياكل - تعد مجالاً أساسياً في الدراسات الإعلامية.

**الجمهور:** كان لدى الباحثين القدامى في الإعلام اهتمام كبير بسلوكيات الجمهور، أو بمعنى آخر: مكونات "جمهور ما". ويمكن أن تجرى الدراسات على الجمهور كمفردة أو مجموعة أو على مستوى المجتمع ككل.

**التأثيرات:** عملية إجراء الوساطة للمحتوى ذي الدلالة لها تأثير. فعلى سبيل المثال كانت إعلانات الوجبات السريعة للأطفال الذين يشاهدون التلفزيون في إنجلترا ضارة، لذلك تم منعها بالفعل. وهنا يكون لبحوث التأثير تقليد تجريبي، وهو ما يطلق عليه في الولايات المتحدة الأمريكية البحوث الإدارية. وقد اتخذت البحوث التجريبية أو الإدارية في البداية شكلاً تجارياً؛ للتعرف على كيفية تشكيل الإعلام للرأي العام، أو التعرف على كيف يؤثر الإعلام أو الإعلان على سلوكيات الجمهور في الشراء. وفي المقابل تناولت البحوث النقدية (CRITICAL RESEARCH) القوة والأيديولوجية، وكيف أن الثقافة نفسها قد تحولت إلى صناعة.

### التغير الاجتماعي والعالمي:

إذا كانت الدراسات الإعلامية تتبع الإعلام من خلال الطرق التي تشارك فيها في الحياة الاجتماعية والثقافية الحالية - فإنه لا يمكننا تجاهل الطبيعة العالمية لهذا المشروع. فتكنولوجيا الإعلام الرقمية تنمو على هيئة شبكات معقدة؛ حيث إن العالم الافتراضي لمواقع الإنترنت الشهيرة في أنحاء العالم، مثل: Second Life و World of War Craft - يشمل اليوم مئات الآلاف من البشر. ومجموعات اللعب الإلكترونية متعددة الأدوار، مثل: World of War Craft، تخصص لها ميزانية تعادل حجم الناتج الإجمالي المحلي لبعض الدول الصغيرة. ليس هذا فقط، وإنما وصل الأمر إلى حد إقامة قواعد إقليمية في كوريا والولايات المتحدة والصين، الذين صاروا مركزاً للمشاركة في هذه الاتجاهات.

يستخدم الحديث عن تكنولوجيا الإعلام في الآونة الأخيرة لغة الإحصاء والمقارنة؛ لإظهار مدى التغير التكنولوجي. وكما جاء في دليل الاقتصاديات الإلكترونية - "The Hitch hiker's Guide to Cybernomics" في جريدة الإيكونوميست (Economist) عام 1996:

منذ خمسة وعشرين عامًا كان يوجد حوالي 500 ألف جهاز حاسب آلي فقط على مستوى العالم، الآن قفز الرقم إلى حوالي 140 مليونًا. وهذا الرقم لا يشمل أيًا من رقائق الكمبيوتر المستخدمة في السيارات والغسالات الكهربائية، ولا حتى بطاقات التحية الصوتية. فسيارات اليوم تعمل ببطاقة تشغيل الكمبيوتر أكثر مما كان في أول سفينة فضاء عام 1969. وقد افتتح صامويل مورس عام 1844 مرحلة الاتصال اللحظي، من خلال أول رسالة يرسلها عن طريق التلغراف .. هذه مشيئة الله! WHAT HATH GOD WROUGHT، في 1960 استطاع كابل تليفوني عبر المحيطات أن يحمل 138 مكالمة في آن واحد. الآن بمقدور الكابل المصنع من الألياف الضوئية (Cable Fibreoptic) أن يحمل مليون ونصف مكالمة (The Economist, 1996, S3-7).

تشتمل الأحاديث عن التغييرات في تكنولوجيا الإعلام أحاديث عن التغييرات في كيفية عمل المهن الإعلامية. يصف فريدلاند وويب (Friedland and Webb, 1996) كيف أنشأ Online Wisconsin، وهي دوريه تنشر على الإنترنت كجزء من مادة الصحافة التي يدرسانها في جامعة ويسكنسون في بداية عام 1993. وقد دفعهما لذلك تحققهما من أن الأخبار كانت بالفعل يتم نشرها بوسائل جديدة، وأن المعدل السريع لقبول التكنولوجيا الجديدة يعني أن فكرة "صحفي الوسائط المتعددة"، الذي يحمل جهاز تسجيل وكاميرا صغيرة وحاسبًا آليًا صغيرًا تتلاشى يومًا بعد يوم ... الآن يمكننا تعريف صحافة الوسائط المتعددة على أنها مجموعة من تطبيقات النصوص المتشعبة والعروض المسموعة والمرئية لمطبوع صحفي على الإنترنت (Friedland and Webb, 1996, 55).

وكما يقول: إن التحول كان يحدث بالفعل ويقوده الإعلام التقليدي، وبشكل جزئي المؤسسات التي تعمل بالحاسبات الآلية.

إن عملية جمع وسائل إعلامية مختلفة في منتج واحد أو في وسيلة واحدة يطلق عليها التجمع (Convergence). وعلى ذلك فإن الإنترنت هو تكنولوجيا تداخل؛ لأنها تجمع

الفيديو والصوت والنص معاً. والتداخل يعني أيضاً أنواعاً جديدة من الخدمات، أو إعادة هيكلة المؤسسة، فعلى سبيل المثال أصبحت شركات الاتصالات شركات بث ونشر. والتداخل يطرح أسئلة واضحة عما إذا كان المجتمع قد تحول نتيجة ظهور وسائل إعلام جديدة. وهناك رأيان رئيسان بخصوص مسألة تغير المجتمع في عالم وسائل الإعلام العالمية، حيث يفرق وبستر (Webster: 1995) بين المنظرين الاجتماعيين الذين يرون أن المجتمع الحالي هو مجتمع من نوع جديد، يختلف عن المجتمعات الموجودة بالفعل، وبين هؤلاء الذين يرون أن المجتمع امتداد لعلاقات اجتماعية قائمة، مضاف إليها الدور المكثف للمعلومات والإعلام.

ويميل للتشاؤم هؤلاء الذين يؤيدون الاستمرارية بدلاً من التغير. أما الذين يؤيدون المجتمع الحالي كنوع جديد من المجتمعات فيميلون إلى التفاؤل. كما أن الذين يؤيدون فكرة الاستمرارية في التغير الاجتماعي والتكنولوجي، اهتمامهم الأساسي هو الأيديولوجية وعناصر القوة والملكية والهيمنة. أما هؤلاء الذين يؤيدون فكرة التغير الراديكالي، فإنهم يميلون للتعددية والتدفق الحر للمعلومات والتنوع، ويملكون قوة المنافسة كعناصر أساسية في اهتماماتهم.

وقد كانت مؤلفات مانويل كاستيلز Manuel Castells (1996، 1997، 1998) -التي قدم من خلالها العديد من الأطروحات بشأن تشابك مملكة العولمة - من المراجع المهمة في الحوارات الخاصة بالتكنولوجيا حديثة الظهور. "إن ظهور مجتمع الشبكات يدعو للتساؤل عن إجراءات بناء الهوية، وبالتالي يؤدي إلى إشكالات جديدة من التغير الاجتماعي. يحدث هذا لأن مجتمع الشبكات يقوم على الفصل المنظم بين المحلي والعالمي عند معظم الأفراد والمجموعات الاجتماعية (Castells, 1997).

تعد التكنولوجيا - دون شك - واحدة من أهم العوامل المؤدية إلى العالمية والعولمة في النشاط الاقتصادي. (Dicken, 1998, 145)

ومنذ نشأة وتطور شبكات الاتصال، وظهر مفهوم العالم المنكمش "shirinking world" للمعرفة العامة - وهي الفكرة التي تم استقاؤها من مفهوم القرية العالمية (Gobal Village) لصاحبها ماكلوهان (McLuhan, 1962) - صار تداخل التكنولوجيا، مثل:

التليفون والفاكس والكمبيوتر مهمًا حلقات نقاش حول موضوعات التحول الاجتماعي نحو مجتمع المعلومات. وقد حثت مؤلفات مانويل كاستيلز على فتح باب النقاش حول موضوعات تتعلق بالأسس الفلسفية والنظرية لمجتمع المعلومات. وهناك مؤلفات، مثل "جغرافيا ما بعد الحداثة" (Post modern Geographies) [Soja, 1989]، و"انهيار الفراغ الفضائي والزمني" (Collapsing Space and Time) (Brunn and Leinbach, ) - التي أكدت على التنوع والمزيد من الحريات.

و لكن لم يبدأ الحوار النقدي بشأن هذا الموضوع قبل التوسع الذي حدث للإنترنت في منتصف التسعينيات، والتحليل الذي جرى لخبرات الشبكات، وما تعنيه للمستخدمين، وكيفية تشغيلها، بالإضافة إلى أمور أخرى، خاصة بالكيف، تتصل بنظم معلومات الاتصال. فالتطور الذي حدث في سرعة نقل البيانات، والزيادة الهائلة في عدد المستخدمين - أدت إلى أن يعرف الإنترنت بأسماء مختلفة، مثل: الطريق السريع للمعلومات، أو الريادة الإلكترونية electronic frontier، أو الفضاء الافتراضي للتعبير عن الرأي (Adams, 1998).

### ويجسد جراهام القضية الأساسية كما يلي:

- تتحرر حياة البشر من قيود الفراغ والمسافات، فيصبح كل شيء ممكنًا في أي مكان وزمان، وبالتالي يمكن الوصول بالمعلومات في كل مكان وأي مكان.

(Graham, 1998, 168).

يصاحب الحوار الذي يحيط بالعولمة والاقتصاد الجديد الاهتمام المتزايد بسياسات الشبكات. ويرتبط هذا بأطروحات المراقبة والنظم السياسية والتأثير المدني. ومع تداخل الهواتف المحمولة وأجهزة الحاسب الآلي ونظام تحديد المكان العالمي ال (جي بي إس) (GPS) (Global Positioning System) - أصبح من الممكن الآن تتبع الأماكن الجغرافية وخطوط سير الأفراد. وتجري الآن محاولات لإصدار تشريع لحماية حقوق الأفراد، كما تدور الآن مناقشات حول التعديل الرابع في الولايات المتحدة الأمريكية.

في هذا الكتاب، يقدم المؤلفون أمثلة توضح التغير الراديكالي والاستمرارية. على سبيل المثال النماذج (1.1) و(1.2) تظهر مراكز الإنترنت وكثافتها. فأمريكا الشمالية وأوروبا تتمتع بالاتصال الكثيف مع بعضها البعض، ومعظم السكان لديهم اتصال بالإنترنت. ولكن

كمفكرين في مجال الإعلام: هل نقول ما هو أكثر من هذه الاتصالات البينية العالمية؟ هل تمثل هذه الاتصالات حالة الأمم الغنية التي تتحكم في التكنولوجيا والتدفق الإعلامي؟ هل هناك ما هو أكثر من ذلك؟



Figure 1.1 Map of density of Internet connections

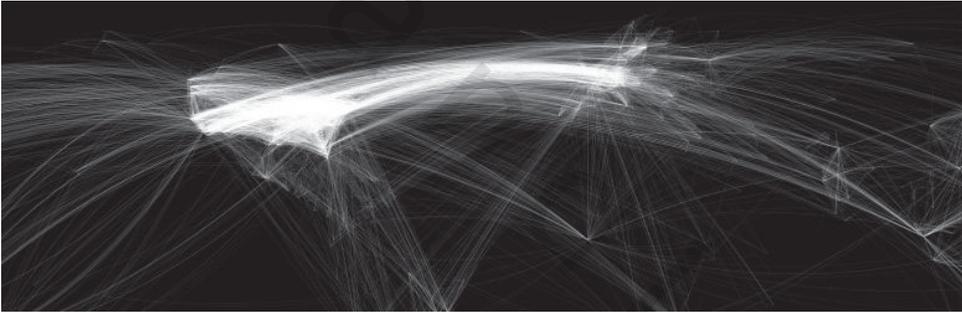


Figure 1.2 City to city Internet connections

وبنظرة على توزيع وسائل الإعلام - كما تشير خريطة الإنترنت سابقاً - لا يمكن أن نخرج بصورة كاملة عن الإعلام الرقمي في العالم؛ فهناك أيضاً حوار يدور حول منافع العولمة ومغزاها للشعوب والثقافات. على سبيل المثال، فالعولمة تعني لدى ميتليمان مزيجاً من إجراءات متعددة عبر الدول وهياكل محلية، تسمح للاقتصاد والسياسة والثقافة وأيديولوجية دولة ما باختراق دولة أخرى (3، 1996). يلاحظ على تعريف ميتلمان أنه يشير إلى هيمنة دولة على دولة أخرى. أما تعريف هاجرفارد (2003) للعولمة، فله وقع أخف، حيث يقول إن بإمكاننا أن نفكر في الاتصال العالمي والعولمة على النحو التالي:

- حد وكثافة الوصلات وشبكات الإعلام العالمي (المسافة والمنطقة التي تتم تغطيتها، ومدى تعقد الشبكات، وكيف يتم دمجهم جيداً).

- معدل التبادل الإعلامي وتأثير وصلات الإعلام العالمي (درجة النشاط والتبادل عبر مسافات طويلة، وتأثير هذا النشاط على التبادل، بما في ذلك حجم السلع والناس والتدفق الاتصالي).

إن كيفية معرفتنا بالعمولة تؤثر بشكل واضح على كيفية تحليلنا لما نشاهده. في هذا الكتاب سوف يقدم المؤلفون أمثلة عالمية تبين مدى كثافة وصلات الإعلام العالمي، وما يتبع ذلك من تأثير. والأمر لك لتقرر ما إذا كانت المجتمعات والثقافات تتغير بشكل راديكالي، وما إذا كانت تحصل على الحرية، أو أنها تعيش في حرية أقل في عالم الإعلام العالمي.

**الجزء الأول:** التداخلات الإعلامية، ويتناول الخلفية التاريخية للتداخل في الإعلام والإطار العالمي الحالي. ويتناول الفصل الثاني الثورة الأولى في الإعلام، وظهور الحروف الأبجدية، والثورة الثانية الكبرى قبل البث وظهور المطبعة، ويمدنا الفصل الثالث بخلفية عن عالم الإعلام العالمي الرقمي الحديث.

**الجزء الثاني:** النظريات، ويمدنا بلمحة شاملة مفصلة عن الجذور النظرية للبحوث الإدارية (مؤثرات الإعلام)، والبحوث النقدية (الأيديولوجية وتأثيراتها)، ثم مفاهيم المعلومات والاتصال في الأدبيات ذات الصلة. ويلخص الفصل الرابع الاتجاهات التجريبية المختلفة، المتعلقة بنشر المعلومات ووضع الأجندة والاستخدامات والإشباع البنائية والتصورات عن مدى التأثير الذي يحدثه الإعلام. يتناول الفصل الخامس تطور فكرة الأيديولوجيا واستخداماتها في مجال الدراسات الإعلامية، وبصفة خاصة مفهوم الهيمنة. ويدخل الفصل السادس في التفاصيل الخاصة بمفاهيم المعلوماتية وعلاقتها بالاتصال، وكيف تتناولها النظريات المختلفة - وما أكثرها - في مجالات الاتصال والإعلام. كيف نتلقى المعلوماتية كظاهرة وتأثيرها الدرامي على تفكيرنا، فيما يتعلق بالاتصال والتبادل الإنساني.

**الجزء الثالث:** المحتوى والجمهور والمؤثرات، ويتناول ظهور حرب المعلومات باعتبارها منطقة متخصصة في الإقناع، ونقل الثقافات وجمهور الألعاب في عالم الإعلام الرقمي. أما الفصل السابع فيقدم إطاراً لمفهوم حرب المعلومات ومفهوم البروباغاندا (الدعاية).

ويناقش الفصل الثامن مفهوم الثقافة والاتصال الثقافي التبادلي، وقضايا تبادل الثقافات التي خلقتها العولمة. ويتناول الفصل التاسع الهند والصين كحالات دراسية للتغير.

**الجزء الرابع:** الهياكل والتنظيمات، ويتناول النقاشات الأساسية في الإعلام، والديمقراطية والهوية الرقمية ومهنة الإعلام واقتصاديات وبحوث الإعلام، وبذلك يناقش الفصل العاشر فكرة الديمقراطية الإلكترونية (e-democracy)، والضغط التي تمارس على الحكومة والمؤسسات الأخرى التي خلقتها وسائل الإعلام الجديدة، بما في ذلك الإعلام الراديكالي والثوري. ويتناول الفصل الحادي عشر تأثير الإعلام الاجتماعي على الصحافة والعلاقات العامة.

يقدم الفصل الثاني عشر عرضاً للتغيير في اقتصاديات الإعلام، خاصة التأثير الواقع على الأفكار الخاصة بتوقيت الإعلانات. ويدرس الفصل الثالث عشر ظاهرة الألعاب متعددة الوسائط أو الألعاب التي تمارس على الإنترنت. ويقدم الفصل الرابع عشر تصورًا لكيفية تبني مناهج البحث، وطرق دراسة الجمهور والإعلام للأشكال الإعلامية الجديدة. ويقدم الفصل الخامس عشر ملخصًا للقضايا الأساسية التي تبرز من النقاش لعناصر إجراء الوساطة.

هذا الكتاب (نظريات ومناهج الإعلام)، يقدم لنا أطلسًا إعلاميًا عالميًا باللغة الإنجليزية على الإنترنت. يبرز هذا الأطلس الملكية والاستخدام وإحصائيات الانتشار للإنترنت، من خلال نقلها من الصحف والإنترنت إلى جانب عرض الاتجاهات التنظيمية. وموقع الأطلس هو:

[/http://www.palgrave.com/culturalmedia/balnaves/atlas](http://www.palgrave.com/culturalmedia/balnaves/atlas)

### أطلس الإعلام العالمي (World Media Atlas) :

وهو موجود على الإنترنت وبناه المؤلفون؛ ليقدم تحديثًا سنويًا للإحصائيات واتجاهات التنظيم في المجالات التالية:

1. الملكية والهيمنة.
2. الصحف الإلكترونية.

3. الراديو.
4. السينما.
5. معدلات السينما.
6. استخدام الإنترنت.
7. الأطفال.
8. الموسيقى.
9. الإنفاق expenditure (الإعلان في كل وسائل الإعلام).
10. التنظيم.
11. جدول الإعلام.

وفيما يلي بعض المواقع المهمة في مجال الدراسات الإعلامية:

<http://vos>vcsb.edu>

<http://www.mediaknowall.com>

<http://www.intute.ac.uk/artsandhumanitie/communications/>

<http://www.cultsok.ndirect.co.uk/index7.html>

\*\*\*