

الميديا الجديدة : بين التقليد وأفق التحول في البراديجمات

The question of New Media between Tradition and the Horizon of Transformation in Paradigms



د. بلوطي ريحانة

جامعة محمد أمين دباغين سطيف 02 الجزائر ، r.bellouti@univ-setif2.dz

تاريخ القبول: 2025/01/28

تاريخ الإستلام: 2024/01/08

ملخص:

ينطلق هذا البحث من طرح تساؤل جوهري حول الإضافة العلمية للإبستمولوجية للميديا بتطبيقاتها الجديدة في ميدان علوم الإعلام والاتصال، خاصة في ظل مساهمة الدراسات البحثية الأكاديمية للاهتمام المتنامي بهذه الظاهرة التكنولوجية، وبما تؤديه في حياة الفرد والمجتمع والتأثيرات المسجلة من وراء ذلك. لذا نسعى من خلال هذه الورقة البحثية إلى طرح إشكالية براديغمات دراسة الميديا الجديدة. توصلنا في نتائج الدراسة إلى انه يتم تبني أدوات بحثية قديمة في دراسة الظواهر البحثية الجديدة وهو ما يفتح مجالا لمناقشة صلاحية البراديغمات المستخدمة في دراسة القضايا والظواهر في ميدان الإعلام والاتصال.

الكلمات المفتاحية: البراديغمات؛ البراديغمات في علوم الإعلام والاتصال؛ الميديا الجديدة.

Abstract :

This research is based on asking a fundamental question about the scientific, epistemological addition of the new media with its new applications in the field of media and communication sciences. In particular, in the pursuit of academic research studies, the growing interest in this technological phenomenon and its performance in the individual's life and societies and the registered effects behind it. Therefore, we sought through this research paper to raise a problem that is studying the new media by adopting old research tools and discussing the validity of existing paradigms to study the issues raised in the field of media and communication.

Keywords: *new media; paradigm; paradigm in media and communication sciences.*

تعتبر الوسائط الجديدة ظاهرة ميزت القرن الواحد والعشرين ، وأحدثت الكثير من القراءات في النظام الإعلامي، لأنها ببساطة شكلت نقطة مفصلية بين حقبتين متزامنتين : المرحلة الأولى التي عرفت فيها وسائل الإعلام التقليدية انتشارا على نطاق واسع حيث اكتسبت تأييد الأفراد والجماعات، والمرحلة الثانية التي دعت إلى الثورة ضد هذه الوسائل بكونها لا تخرج عن نطاق وصفها إعلاما تقليديا. فشككت الميديا الجديدة مجالا خصبا لتزايد الاهتمام البحثي العلمي بها كونها تتطرق إلى مسائل علمية ذات طابع تقني لم يعرفه مجال الإعلام من قبل. فانصببت الأبحاث حول معرفة طبيعة هذه الوسائل من حيث: أنماط وعادات التعرض لها، الدوافع التي تكمن وراء ذلك، وكذا الأثر الناجم عنها. في محاولة لسبر أغوار هذه الوسائط التكنولوجية بعيدا عن كل الاختلافات البحثية الكبرى بين اعتبارها إعلاما جديدا أو إعلاما قديما بوسائط جديدة .

وتعد النظرية والمداخل المعرفية سبيلا يقتدى به من أجل التوصل إلى تحليل دقيق للظاهرة المدروسة كونها منهجا بحثيا وتفسيرا في الآن ذاته، بإسقاطها على الأطر المعرفية الموجودة التي تضع القالب العام للباحث وتفسر في ضوءها نتائج بحثه. وتدخل البراديغمات ضمن الأدوات البحثية التي استخدمت من قبل المهتمين بدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية القديمة منها والحديثة لإعطاء قيمة علمية للنتائج المحصل عليها ؛ لهذا اتجهت أبحاث الإعلام في الوقت الراهن إلى تبني بعض المداخل المعرفية التي تمثل براديغمات عرفت في بداية إرساء قواعد البحوث الإعلامية في الماضي، التي تتوافق وإشكالات البحث وتطلعاته. إلا أن هذه الأخيرة لم تلبث أن وقعت في مأزق التكرار، وهو ما يتنافى مع مبدأ الثورة على البراديغمات السائدة التي نادى به توماس كون « Thomas S. Kuhn » في تأسيسه لمبادئ المدرسة الثورية ، إذ تؤكد على ضرورة رفض ما هو قديم من خلال البحث عن الأزمات التي من شأنها أن تحدث تولدا للثورات العلمية. وهو ما يعززه في طرحه لكتابه المعنون ب : "بنية الثورات العلمية". « The structure of science revolution »

لقد شكلت البراديغمات محل تفكير عميق حول جدواها في علوم الإعلام والاتصال وصعوبات تطبيقاتها في البحوث الإعلامية من جهة ، ومن جهة أخرى البحث في قضايا الميديا الجديدة ومواقع التواصل الاجتماعي -بوجه الخصوص- باستخدام ذات الأدوات البحثية وذات المناهج وحتى البراديغمات العلمية ذاتها التي كانت مستخدمة من قبل في دراسة المشكلات البحثية المستجدة في هذا الحقل وهو ما جعلها محط أنظار المهتمين بصياغة الأطر النظرية لدراسة الظواهر الإعلامية والاتصالية من منطلق الكشف عن مدى صلاحية توظيفها ونجاحها في توليد معرفة جديدة.

إن الاجتهادات البحثية لتوظيف البراديغمات كمداخل لدراسة مظهرات الميديا الجديدة طرحت الكثير من الجدل حولها واكتنف تطبيقها التناقض مع الثورة العلمية كجانب أولي ، والصعوبات العلمية التي تقف كرهانات أمام توظيف البراديغمات في بحوث وسائل التواصل الاجتماعي . ومن خلال ما تقدم ذكره فإننا نطرح التساؤل الإشكالي التالي :

ما مدى صلاحية البراديغمات الموجودة في تبني ظواهر الميديا الجديدة بين كونها مشروعة لتحقيق التكامل المعرفي أو تقليدا عقيما؟.

ولتحليل هذا الطرح الإشكالي فقد تم تفريع مجموعة من التساؤلات التالية:

- 1- ماذا نعني بكل من : البراديغمات؟ و الميديا الجديدة؟ .
- 2- فيم تتمثل الجهود البحثية التي اهتمت بالبحث في البراديغمات ؟
- 3- ما هي البراديغمات المهيمنة في حقل الإعلام؟ وما هي رهانات تطبيقها في بحوث الإعلام ؟ .
- 4- ما هي أدوات البحث الضرورية لدراسة الميديا الجديدة ؟

أولاً: تأصيل مفاهيمي للبراديغمات والميديا الجديدة

إن التعرّيج على تعريف البراد يغم يطرح جدلاً بين الباحثين حول ما اقترحه توماس كون بسبب وجود صعوبات وفهم لاستخدامات متعددة للفظ بالنظر إلى طبيعة هذا الأخير ، حيث أكد أن استخدامه لكلمة البراد يغم في معنى مهم، وغامض وأشار إلى ذلك في حاشية كتابه "بنية الثورات العلمية" طبعة 1970 . وميز فيها بين معان عديدة للفظة terme حيث سماها بالقالب الانضباطي la matrice disciplinaire ومعنى حصرياً مثال example.

والبراديغم يمثل نموذجاً علمياً موحهاً، يترجم الانجازات العلمية، والتي تقبل في زمن معين، وتشكل أساساً قوياً لطرح المشكلات العلمية وطرائق حلها. وهو كذلك مجموعة القيم التي يشترك الباحثون في قبولها والتمسك بها. هذه القيم في المناهج والمعايير التي تتحدد وفقاً له. لأن نموذجاً علمياً موحداً واحداً يكون منطلقاً لاكتشافات عديدة. (الحريري، 2016)

وبحسب توماس كون يدل البراديغم على مجموع متماسك من نماذج ومفاهيم ومعارف وفرضيات وقيم مترابطة بدقة . ويتكون من مجموعة القوانين والفرضيات والمبادئ والنظريات العلمية ومجموعة من التعليمات المنهجية التي توجه العمل العلمي، ومجموعة من التقنيات لتطوير النظرية العلمية التي تبنيها الجماعة العلمية. (كون وترجمة جلال، 1992) وقد كان لمفهوم النموذج عند كون تأثير كبير على كيفية التفكير في التخصصات والعلوم ونمو المعرفة. لذا فقد طرحت الباحثة أني لانغ في معرض حديثها حول بحوث الاتصال الجماهيري وأزمة التحولات في البراديغم سؤالاً جوهرياً عن النموذج السائد في أبحاث الاتصال الجماهيري وهل هذا النموذج في أزمة .

قبل الخوض في غمار البحث عن الأجوبة حول هذا الطرح البحثي فإن التيار الفكري المسير لهذا قد أثار تساؤلات جدية أخرى منها: هل يوجد فعلاً في تخصص علوم الإعلام والاتصال شيء يمكن أن نسميه براديغماً ؟ في إشارة منهم إلى ماهية البراديغم في هذا العلم من محورية التساؤل عن انفصاله عن العلوم الأخرى.

لذا جاءت جهود الباحثين لأجل تقديم إجابات مختلفة، أبرزها في طبعتين معروفتين إلى حد ما بمجلة التواصل (1983-1993)، والتي تنظر في التجارب والمحن الفلسفية في هذا المجال ، وقد أكد بوتر (1993) في مقال له أن مجال الاتصال لم يكن لديه براديغم فحسب، بل كان أيضاً موجوداً ما قبل العلم. ومع ذلك اعتقد أن بعض العلماء أن معظم هذه المقالات في تحليلاتها، لم تتضمن جميع الأشياء الأساسية الثلاثة ، والتي يقوم كون أن البراديغم يوفرها للعالم: أ/فهم الطبيعة الأساسية للشيء المدروس.

ب/بناء على هذه الطبيعة الأساسية، يبتكر العلماء طرقاً جديدة أو خاصة أو محددة لمراقبة العالم.

ج/وجود طرفين من أجل تحقق التبادل، أي أولئك الذين يشاركون في البراديغم أيضاً اتفاقاً على الأسئلة الأساسية التي يجب طرحها حول هذه الظاهرة. (Annie, 2014)

1. الميديا الجديدة :

يشكل الطرح المفاهيمي للميديا الجديدة جدلاً واسعاً بين أوساط الباحثين والمهتمين بهذا الأخير، ومردّه وجود اختلافات جوهريّة في التسمية التي يتبناها كل باحث أو دارس له، فهناك من يعتبرها ميديا جديدة وهناك من يعتبرها ميديا قديمة بوسائل جديدة، وبين هذا وذاك نحاول أن ندرج مجموعة من التصورات التي قدمت حول تعريفها على النحو التالي:

الإعلام الجديد أو الإعلام الرقمي باعتباره ترجمة عن مصطلح اللغة الانجليزية new media باعتبارها مصطلحا يضم كافة تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي جعلت من الممكن إنتاج ونشر واستهلاك وتبادل المعلومات التي نريدها في الوقت الذي نريده وبالشكل الذي نريده من خلال الأجهزة الالكترونية المتصلة أو غير المتصلة بالانترنت، والتفاعل مع الآخرين كأننا من كانوا وأينما كانوا. (ساق الله، 2013)

ويشير الصادق الحمادي في السياق ذاته أن محاولة المقاربة للإعلام الجديد تنطلق من اعتبار الظاهرة جملة من الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الجديدة التي تشغل داخل بيئة تواصلية متغيرة تساهم في تشكيلها تقنيات المعلومات والاتصال. وعلى هذا النحو يحيل الإعلام الجديد إلى منظومة تواصلية جديدة، مختلفة في طريقة اشتغالها عن منظومة التواصل المؤسساتي أو منظومة الاتصال الجمعي. (الحمادي، 2006، ص02)

لذا فالميديا الجديدة تضم كل تطبيقات الإعلام الجديد بما فيها مواقع التشبيك الاجتماعي والمدونات والمنديات ومواقع الويكي، كما تضم أيضا الوسائل التقليدية الموجودة لكن بإضافة الخصائص التي تتيحها الشبكة العنكبوتية. فنكون إذن بصدد الحديث عن التلفزيون التفاعلي الرقمي والإذاعات الرقمية و السينما الرقمية... الخ

ثانيا: الجهود البحثية التي اهتمت بالبحث في مجال البراديغمات:

تعتبر البراديغمات المعترف بها عالميا اليوم من الإنجازات العلمية البارزة في مسار العلم، رغم ما ثار حولها من جدل بين الباحثين والدارسين، لأن المفهوم انتقل إلى مختلف ميادين المعرفة العلمية. لكنه اتخذ بهذا الانتقال مدلولات مختلفة: ففي العلوم الاجتماعية والإنسانية بات يدل على رؤية معينة، أو تصور معين للعالم، يقوم على أساس محدد (تيار فكري، أو نموذج نظري أو مصفوفة تعليمية). فالجماعات والمجتمعات البشرية تسيرها ممارسات ومعتقدات مشتركة. ويعود للعلوم الإنسانية أن توضح هذه البراديغمات وأن تفهم خفاياها وتفك أسرارها الضمنية. (سنديان، 2008)

وتوسع الجدل أكثر بين علماء العلوم الإنسانية والاجتماعية حول المبادئ الأساسية لمنطلقات البحث وأسسها، ودور البراديغمات في معالجة الشطط المترتب عن هذا النوع من الخلافات الجوهرية. بمعنى تحول البراديغم إلى مرجع لقيادة الأبحاث في ميدان المعرفة الإنسانية، في ظل تطور مفهوم الجماعة العلمية أو المتحد العلمي الذي يؤكد توافق البراديغم لدراسة ظاهرة معينة من عدمه (سعد، 2011).

إن تشكل البراديغم يبدأ من وجود مجموعة من العلوم السابقة التي جاءت نتيجة لممارسات قامت في زمن ما، تدور حولها مجموعة من الأبحاث التي تولد فيها أزمت تحدث ثورات علمية تقوض ما يحتاج منها لإعادة التشكيل فتتبلور العلوم الجديدة كنظريات قبل أن تكون براديغما.

إن هذا التصور الذي قام به كون بين مصطلح البراديغم والعلم توصل إلى وضع مخطط معرفي له في مجموعة من المراحل هي:

*مرحلة ما قبل العلم Préscience

*مرحلة العلم العادي Science normale

*مرحلة الأزمة والثورة Crise-révolution

*مرحلة العلم العادي الجديد nouvelle science

*مرحلة أزمة جديدة nouvelle crise. (سعد، 2011)

وتتلخص الجهود البحثية التي قامت على أساسها المدرسة الثورية بزعامة توماس كون على أنقاض مدارس سبقتها نلخصها في الجدول التالي:

الجدول رقم: (01) يوضح السياق التاريخي لظهور البراديغم،

اسم المدرسة	روادها	أفكارها
المدرسة التجريبية	دافيد هيوم	-المعرفة أساسها الممارسة -تتبنى أسلوب الاستدلال الاستقرائي
المدرسة الوضعية	أوجست كونت (1857-1798)	-الملاحظة المنهجية المنتظمة -تقوم على التفكير الاستنباطي
المدرسة التطورية	تشارلز داروين (1882 -1809)	-استنباط المعرفة من المقارنة بين مراحل التطور.
المدرسة الثورية	توماس كون (1996-1922)	-العلم يتطور من خلال الأزمات -تولد الأزمة ثورة علمية تؤدي إلى ظهور البراديغم

المصدر: إعداد الباحثة، 2020

أما في علم الإعلام والاتصال فقد شكل اتساع أفق التساؤلات العلمية محاولات حثيثة لدى الباحثين في سبيل إيجاد براديغم في أبحاث الاتصال، وتوصلوا إلى العديد من الاستنتاجات المختلفة حول ما إذا كان هناك واحد. وحول كيف نذهب للبحث عن براديغم؟ لذا فإن التساؤلات والقناعات التي تشكلت أعطت نوعاً من النقد والثورة على كل ما هو قديم كواحد. ومن بين أهم سبل الوصول إلى تطورات علمها قيمة إضافية هو نقد السندات السابقة التي قامت عليها البحوث. ومن ثمة يجب تجاوزها لما هو جديد ومعاصر قابل للتجاوز مع الراهن الكثيف بالمعلومات العلمية التي توصل إليها المجال العلمي الخاص بعلوم الإعلام والاتصال وما له علاقة بمختلف العلوم الأخرى كعلم النفس المعرفي. وأنه يوجد ما يعرف بالبراديغم المسيطر ونعني به كل النماذج السابقة التي يجب نقدها وتجاوزها. وهناك البراديغم الحدائي وهو ما يتضمن كل أساسيات النموذج المستحدث الراهن. (Annie, 2014)

ثالثاً: البراديغمات المهيمنة في علوم الإعلام والاتصال ورهانات التطبيق:

البراديغم توصيف لجملة الممارسات والمعتقدات والقيم التي تؤثر في كيفية رؤية كل فرد للواقع، وفي كيفية تفاعله معه بناء على تلك الرؤية. هذه المنظومة من تصور العالم تتيح له تحديد محيطه وتواصله معه وحتى محاولة فهمه، بل التنبؤ له وتوقعه. (سنديان، 2008)

لهذا توجهت فروع العلوم الإنسانية والاجتماعية في خوض غمار إسقاطات البراديغمات على كل علم مع مراعاة الخصائص التي ينفرد بها وأدواته ومناهجه البحثية. ومن ذلك ميدان علوم الإعلام والاتصال كعلم حديث يطرح إشكال مكانته العلوم الأخرى، من منطلق اعتباره علماً مستقلاً له أسسه ومناهجه وأدواته البحثية من جهة، ومن جهة أخرى باعتباره ملتقى للكثير من العلوم الأخرى، ويتصور آخر يجعل منه حقلاً من الحقول المعرفية لعلم الاجتماع.

لذا يشهد علم الاتصال أنظمة عدة من العلوم الاجتماعية والإنسانية التي ينتمي إليها، من مناهج البحث إلى النماذج الإرشادية باعتباره علماً اخبارياً. وهو من العلوم الجديدة التي تتبنى براديغمات معروفة في الرياضيات، وعلم النفس وعلم الاجتماع والأنثروبولوجيا. والبراديغمات المسيطرة في دراسة موضوعات الاتصال أربعة، لكنها ليست تامة ونهائية:-

*البراديغم السلوكي

*-البراديغم الوظيفي

*-البراديغم النقدي

وفيما يأتي تفصيل لهذه البراديغمات :

1.3. البراد يغم السلوكي:

تركز الدراسات السلوكية على الظواهر السلوكية الخارجية التي يمكن ملاحظتها، وعلى دراسة المنبهات التي تثير أشكالاً معينة من الاستجابات التي تأخذ شكلاً صريحاً يمكن ملاحظته. وبذلك فهي لا تثق كثيراً بالشروح والافتراضات المتعلقة بالفكر والمعتقدات، ومختلف العمليات العقلية الداخلية التي لا يمكن ملاحظتها. (حمدي، 1992)

وقد عرفت الدراسات السلوكية انتشاراً لنظرية المثير والاستجابة ، حيث توسع استخدامها في بحوث الإعلام من خلال نظريات التأثير المباشر التي تؤكد السلطة المطلقة لوسائل الإعلام على الجماهير من خلال العمل على تخديرهم وبث المضامين المرغوب فيها دون أي مقاومة تذكر ومرد ذلك أنهم عناصر منعزلة وسلبية .وبالنظر إلى فكرة الرواج لهذه النظرية خلال فترة الحربين العالميتين إلا أنها سرعان ما تراجع في الدراسات الإعلامية الحالية.

2.3. البراديغم الوظيفي:

تتلخص فكرة البراديغم الوظيفي من محاولة إعادة النظر في توجه لاسويل حول الاتصال باعتباره نقطة بدء ونهاية، ويعرف أيضاً بالنموذج الإرشادي للبنائية الوظيفية أو النموذج المحافظ لحرصه على مراعاة التوازن بين مكونات النظام الاجتماعي ومعارضته للتغيير.ويركز التحليل الوظيفي على توضيح المهام التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها، والنتائج التي تحدث دون أن يهدف إليها. ويسعى في المستوى الأول إلى قياس تأثيرات عملية الاتصال بشكل عام كعملية اجتماعية، وعلى مستوى ثان يدرس وسيلة إعلامية أو أكثر، وفي المستوى الثالث يقوم بتحليل وسيلة الاتصال كمؤسسة، أما المستوى الرابع فيدرس أوجه النشاط الإعلامية الأساسية التي تتم بواسطة الإعلام. (سراي، 2018)

ومن بين المقاربات النظرية التي تستخدم ضمنه نجد: نظرية الاستخدامات والشباعات التي ترتبط بمدى مشاركة الجمهور في عملية الاتصال، إضافة إلى نظرية ترتيب الأولويات التي مبدأ الانتقاء أو الاختيار الذي يفضي إلى وضع الأجندة الخاصة بالوسيلة الإعلامية وكذا بالجمهور الذي يتعامل معها.

3.3. البراديغم النقدي:

يطلق على هذا البراديغم بمدرسة فرانكفورت التي تأسست على يد مجموعة من الرواد أمثال: هوركهايمر، بولوك ، ماركيز، وبنيامين و أدورنو من خلال المقال الذي نشره هوركهايمر و أدورنو حول الإنتاج الصناعي للمضامين الثقافية في محاولة منهم لطرح فكر جديد لما بعد البنيوية بناء على مبدأ النقد. لذا درست السوسيولوجيا الوظيفية وسائل الإعلام باعتبارها أدوات جديدة للديمقراطية الجديدة، وآليات مركزية في تنظيم المجتمع. وأقامت في هذا السياق، نظرية تعطي الأولوية لمسألة إعادة إنتاج القيم المجتمعية للنظام، أي الأوضاع الاجتماعية القائمة . وعلى عكس هذه الرؤية، فإنّ النظريات النقدية ترى أنّ وظيفة وسائل الإعلام هي مساعدة أصحاب السلطة في المجتمع على فرض نفوذهم، والعمل على دعم الوضع القائم، لذلك كانت دراساتهم النقدية للأوضاع الإعلامية وانتشار الثقافة الجماهيرية " بديلاً عن الثقافة "الراقية" أو "الرفيعة" التي ترتقي بأذواق الجماهير، لوضع تفسيرات خاصة بانتشار صور المحتوى الذي تنشره وسائل الإعلام للترويج لمصالح الفئات أو الطبقات المسيطرة على المجتمع. (عبد الحميد، 2004)

4.3. البراديغم السيبرناتيقي:

كان لظهور السيبرناتيكا على يد نوربرت وينر العالم الرياضي ذو الأصول الأمريكية ثورة علمية في الجانب التكنولوجي من خلال كتابه السيبرناتيكا أو التحكم والاتصال عند الحيوان والآلة في طرحه للتصور الاستشرافي لتنظيم المجتمع القائم على أساس المعلومة. حيث قال: "إن مجموع المعلومات في نظام ما، هو مقياس درجة تنظيمه والتدهور هو مقياس درجة فوضويته، حيث أن كل منهما يمثل الوجه السليبي للآخر" (أرمان وميشال، 2005).

إن الانتقال من المجتمع الصناعي إلى نمط مجتمع المعلومات مرهون بقدرة المجتمع على التعامل مع المعلومات والتكنولوجيا باعتبارها عوامل ترفع من مؤشرات هذا الشكل المجتمعي الجديد. لأن قيام مجتمع المعلومات مرهون بالقدرة على تدوير المعلومات دون حواجز تذكر ولدى كل الأفراد وهو ما يترجم نزعة الشمولية التي طرحها وينر. وبالتالي تمثل برنامج بحوث أوسع حول أجهزة السلطة: فهذه قابلة للتحليل باصطلاحات المعلومة والتواصل والتحكم، لأن التمثلات هيمما به تشيّد التنظيمات، والناس موضوع تحكم هذه التنظيمات، وتخافظ على نفسها وتعيد إنتاج نفسها. ويعني نهجه أن الأسس الإعلامية للنظم الاجتماعية هي قابلة للتوضيح في مستوى كاف من العمومية لفهم العلاقة الجدلية القائمة بين التمثل والتنظيم، كما من شأن تلك الأسس الإعلامية تجنب الانخداع بما يحكيه نظام ما عن نفسه. (سراي، 2018)

لذا خلق تطبيق البراديغمات لدى الباحثين في مجال علوم الإعلام احترازا علميا بسبب التوجس من الوقوع في الخطأ نتيجة عدم الفهم الدقيق لها، وكيفية توظيفها في بحوث الإعلام والاتصال. وطرحت في السياق تساؤلات كثيرة حول ما ندرس؟ وكيف ندرس؟ وبأي وسائل ومناهج؟ واستنادا إلى أي تنظير؟، وهو ما أسس لوجود هاجسا معرفي كبير لديهم خصوصا وان تبني البراديغم قد يجعل- في نظرهم- البحث العلمي أكثر تعقيدا بل وأكثر حاجة إلى التعمق والتمحيص في الظاهرة أو الموضوع المدروس. هذه النظرة البحثية القاصرة لدى البعض منهم أبقّت البراديغمات في مرحلة الانتظار وفسحت المجال أمام الاستناد على نظريات الإعلام والاتصال في الدراسات الإعلامية القديمة منها والجديدة حتى وإن كان تطبيقها لا يتعدى حدود سردها دون العودة إليها في الدراسة وتبني مفاهيمها وفروضها.

رابعاً: أدوات البحث في الميديا الجديدة:

إن الأدوات البحثية والمناهج المستخدمة في بحوث الميديا الجديدة، تطرح جانبا معقدا في التفكير حول الدراسات الإعلامية والاتصالية البوم، وتفتح النقاش عن التطور الذي مرت به هذه الأخيرة، سواء أكان ذلك على مستوى المواضيع التي تم دراستها من قبل، أم على مستوى المناهج والأدوات المستخدمة. ونعني بالمواضيع المدروسة في بحوث الإعلام الجديد الحقل المعرفي الذي يهتم بدراسة جانب التطور الذي شهدته بسبب ظهور وسائل الإعلام الجديد. وما ترتب عن ذلك من تطور الإطار النظري العام الموجه للدراسات الإعلامية، فظهر الجيل الثاني من الدراسات الإعلامية أو ما يعرف ب Media studies 2 ، تميزا له عن الجيل الأول من الدراسات الإعلامية التي تعاملت مع جمهور وسائل الإعلام وفقا للرؤى النظرية التقليدية التي تجعله الطرف الثاني المتلقي في العملية الاتصالية. بينما يتبنى الإطار النظري العام الموجه للجيل الثاني من الدراسات الإعلامية منظور الجمهور المشارك في عملية الاتصال. (عبد المجيد، 2015).

من خلال هذا فإن العديد من الدراسات الإعلامية اليوم في طرحت العديد من الإشكاليات البحثية في معالجتها لتطبيقات الميديا الجديدة، ركزت أغلبها على المنظور الوظيفي لتطبيقات الإعلام الجديد من خلال العمل على تبني المنهج الوصفي والتركيز على معرفة الاستخدام والإشباع وفقا لهذا النموذج المعرفي، أو اللجوء إلى نظريات الاتصال الجماهيري لتفسير وتحليل النتائج المتوصل إليها التي لم تخرج من سياق الوصف.

وبناء على ما تقدم ذكره فقد طرحت إشكالية نوع الدراسات التي تعالج قضايا الإعلام الجديد التركيز على الطابع الكمي على حساب الكيف، وشكلت القضايا المطروحة نوعا من الرتابة في صياغة الإشكاليات، فتكررت الأسئلة المطروحة

وتوسمت بالبساطة. فعلى سبيل المثال : ماهي الشبكات الاجتماعية؟ وما هي الخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية للشباب الذي يستخدمها؟ وما هي إيجابيات مواقع الشبكات الاجتماعية الرقمية وما هي سلبياتها (ساق الله، 2013). وما تم تشكيله من خلال التصفح للدراسات الجديدة هو التجذر البحثي في دراسة الظواهر بعينة الشباب بشكل كبير بخلاف الشرائح والطبقات الاجتماعية المختلفة .

وبالتالي فإن معالجة الإشكاليات بتوجهات بسيطة أو متكررة لا يفضي بإحداث التغيير المعرفي، و يتناقض مع تأكيد جون بياجيه ورولان دو غارسيا على أن التقدم والثورة العلمية في القرن 19 كانت بفضل صياغة الإشكاليات. (Herring, 2004, لأن الهاجس المعرفي الذي يورق الباحثين يترجم ببساطه إلى مجموعة إشكاليات تتطلب البحث وترجم الحس المعرفي).

أما فيما يتعلق بالدراسات الكيفية والمرتبطة بالأساس في دراسات تحليل محتوى شبكة الانترنت، التجأ الباحثون إلى إسقاط مناهج التحليل للموجودة على بحوث الإعلام الجديد متجاهلين تجدد المضامين الدوري وبشكل سريع الذي ترجمه خصائص: التفاعلية، لتحديث والمرونة الشديدة تجعل التعامل مع المجتمعات الافتراضية شيئاً صعباً لا يمكن التحكم فيه. لذا دعا الباحثون إلى إعادة التفكير في نماذج التحليل مثل المحادثات النصية والروابط النصية، التي لا زالت تخضع للتحليل باستخدام النماذج القديمة كتحويل المحتوى التقليدي. وتعتبر النماذج أو براديفمات التحليل مثل تحليل الخطاب وتحليل الشبكة الاجتماعية أكثر ملائمة لتحليل المحادثات في حاجة إلى منظور منهجي أوسع. (لعياضي، 2009).

جانب آخر من الإشكاليات المرتبطة بالأساليب البحثية وهي التي تعنى بالجانب الميداني للدراسة، فبناء على الملاحظة المعمقة يمكن القول إن تحديد مجتمع البحث أو حصره من الأمور الصعبة، بل وأحياناً تكاد تكون مستحيلة إذا ما أردنا جمهور الشباب أو الطلبة، فهنا يقف الباحث عاجزاً عن معرفة حجم المجتمع الكلي بل وحتى المجتمع المبحوث. ما يصعب عليه استكمال الإجراءات البحثية من سحب العينة الممثلة له. وهو ما يجعل الباحثين في دراسات الميديا الجديدة يحاولون الاعتماد على العينات الاحتمالية في دراسات هذا الجمهور. وقد يفتح هذا الأخيرة التشكيك في مصداقية البحث ونتائجه إذا ما أخذنا بعين الاعتبار : البيانات السوسيوديمغرافية (الجنس، السن، العمل، المستوى التعليمي... الخ) كون جانب الأمانة والدقة في إعطاء هذه البيانات مفقود نتيجة الهويات المتعددة والافتراضية كذلك.

إن تبني أسلوب بحثي واحد والانغلاق عليه في دراسة ظواهر الإعلام الجديد - برغم أنها تحمل أبعاداً متنوعة ولا يمكن دراستها بدقة من خلال أسلوب بحثي واحد يدرسها على نحو تقليدي - يؤدي إلى بروز إشكالية واضحة في قدرة البحث العلمي على تقديم معرفة جديدة تفسر الظاهرة وتضيف للتراث العلمي. إذ أن المناهج وأدوات البحث الكمية لا تمكن الباحث من إدراك التفاصيل المرتبطة بسياق الظاهرة وتفاعلاتها. بينما يتيح استخدام التحليل الكيفي في دراسة ظواهر الإعلام الجديد الإجابة على سؤال "كيف" ويخرج بالبحث العلمي عن حدود السؤال "لماذا"، خاصة وأن تعقد العلاقات وتشابكها بين التقني والاجتماعي، وبين الفرد والبنية الاجتماعية، ينفي وجود علاقة رأسية مباشرة بين السبب والنتيجة في علوم الاتصال. (الزرن، 2015)

1.4. التنظير البراديغي الجديد... بين المقاربات الوظيفية النقدية والمشاركة .

تقتضي دراسة الميديا الجديدة الحديث عن ما وصفه الدكتور جمال الزرن بالمقاربات الوظيفية النقدية الجديدة كتأسيس لها وإعادة قراءة الإعلام الجديد من وجهة النظر الوظيفية ذات الطابع النقدي، التي هي بدورها سلبية الوظيفية التقليدية التي تبحث في سؤال ماذا تفعل وسائل الإعلام بالناس مروراً بالوظيفية الجديدة ماذا يفعل الناس بوسائل الإعلام وصولاً إلى الحديث عن ما يفعله الناس بالإعلام الجديد وما يفعله بهم في الوقت ذاته في سبيل الحديث عن وظيفية الإعلام الجديد (الزرن، 2015) بخاصة وأن خوض غمار النقاش في وظائف وسائل الإعلام الجديد لا يتأتى إلا في سياق ديمقراطي

وتحرري يتبناه المجتمع وتدافع عنه الدولة وتحميه. هذا في ظل الاقتتان الموجود والتوازي في الطرح بين كل من النظرية الوظيفية والنظرية النقدية. الذي يدعم واحدة مرة وينتقد الأخرى مرة أخرى .

هنا أكدت بعض الأبحاث عن ضرورة الحديث عن وجود براديغمات جديدة تعنى بدراسات الجمهور عبر وسائل التواصل الاجتماعي كما أشارت إحدى الباحثات في مقال لها بعنوان: "براديغم المشاركة في دراسات الجمهور". أكدت فيه بأن وسائل الإعلام الجديد اليوم أحدثت نوعا من التقارب والتباعد في آن واحد، من خلال الخدمات والمنصات الرقمية، وهو ما يطرح إشكالية البحث عن الجماهير في عصر الشبكات الرقمية. في حين يجري السعي وراء العديد من السبل بنشاط يركز العديد من الباحثين على مفهوم المشاركة، ويسألون من ناحية عن أنماط المشاركة التي توفرها وسائل الإعلام للناس و البنى التحتية للاتصالات التي تتوسط في مجالات الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية. ومن ناحية أخرى كيف يتعامل الناس مع هذا، أو ينضمون إليه أو يتفاوضون عليه أو يعترضون عليه وهم يستكشفون و يبتكرون طرقا جديدة للتواصل مع بعضهم البعض. (livingstone, 2013) .

إن الثقافة التفاعلية التي أتاحها وسائل الإعلام الجديدة واستهلاك المعلومات الموجودة عبر مختلف المنصات الافتراضية مثل الشبكات الاجتماعية والمدونات مثل facebook، والمشاريع التعاونية مثل Wikipedia وعوالم الألعاب الافتراضية مثل World of war craft. وسعت جميع هذه التطبيقات مفهوم المشاركة، ما نتج عنه تغير بعملية تبويب وسائل الإعلام التقليدية. دفع البعض إلى محاولة البحث لتطوير نموذج نظري قائم على الحجة النظرية لاستهلاك المعلومات في البيئة التي يتم فيها تحدي جودتها من قبل العديد من الأفراد الذين ينشئونها ويزيلونها في البيئة الرقمية. (plenković & mustić, 2016)

إن براديغم المشاركة يبحث في وجود حالة من الارتباط الكلي، أو الممارسة النشطة حيال قضية أو مسألة معينة، لذا كان النموذج الحالي لمراكز أبحاث الجمهور لا يكمن في مشاركة هذا الأخير في حد ذاته، بل المشاركة في ثقافة المجتمع أو المجتمع المدني أو الديمقراطية. ولطالما أثارت المشاركة لدى علماء الإعلام والاتصال مجالا حيويًا بالنسبة لعلماء الاجتماع وكذا علماء السياسة . أما اليوم فباتت تطرح تساؤلات كثيرة حول الجمهور وماهيته وحول شخصية الجمهور بالنظر إلى البعد النصي والتكنولوجي .

4.2. اقتصاد الميديا الجديدة :

تلخص فكر بيار بورديو ومجموعة من العلماء مثل: آلان أكاردو ولويس بينتو بالإنتاجية الفكرية المرتبطة بالميديا الجديدة، و ضرورة تطوير براديغم سوسيولوجي خاص بالإعلام ومتعلق بالميديا الجديدة على اعتبار أن هذا المجال البحثي متوازي و المجال الاقتصادي فهو يتطور ويتعرض لأزمات قد تعلي من شأن الوافد التكنولوجي الجديد، وقد تطيح به في أي وقت آخر. نظرا أنها تشكل مصدرا قويا للسيطرة بل وحتى تمثل سلطة مستقلة بذاتها.

وفي خدمة هذا المشروع الفكري، قدم بورديو وشركاؤه جسرا نظريا وميدانيا من خلال طرح ثلاث طرق مهمة: التركيز على المستوى الكلي " المجتمعي" أي النماذج الكلية لوسائل الإعلام الإخبارية: كالاقتصاد السياسي، والهيمنة، والنظريات الثقافية والتكنولوجية، والمقاربات التنظيمية ثم تركز النظرية الميدانية على الروابط بين المؤسسات الإعلامية والجماهير، ويميز بين الجماهير السلبية والجماهير النشطة. وأخيرا تسليط الضوء على عمليات التغيير من حيث تأثير مجال الإعلام على القطاعات المجتمعية الأخرى. (benson, 1999) وهذا يستند إلى اهتمامات بورديو بالفرد والجماعة .

إن ما تم طرحه من أفكار حول البراديغمات الجديدة التي تبقى محل بحث وجدل قائم في الإعلام الجديد تشكل نظرة أولية في سبيل إيجاد براديغمات تفسر مختلف الظواهر الناتجة عن الميديا الجديدة ، وما تم طرحه كبداية بحثية مرهونة بوصولها إلى نتائج تفيد البحث والباحث على وجه السواء.

II. خاتمة:

أثمرت الجهود البحثية التي قام بها العلماء والباحثون في مجال العلم، إلى الانتقال بين مدارس العلم و إحداث ثورة على المعارف المقدمة. وهو ما أسهم في تشكل البراديغمات ضمن الحقول الإستمولوجية لمختلف العلوم ، وكللت المحاولات الأولى لتطبيقها بتطور المناهج البحثية و الأساليب المستخدمة في العلوم الاجتماعية والإنسانية وغيرها. من أجل تحديد المشكلات البحثية المدروسة والتوصل إلى النتائج التي تفسر ظواهر المجتمع.

إن تبني بعض البراديغمات في بحوث الإعلام والاتصال قد نتج عنه في البدايات الأولى وجود تفسيرات للظواهر الناتجة عن المضامين الإعلامية أو استخداماتها المتعددة في عهد الإعلام التقليدي وبوسائل الإعلام القديمة، لكن سرعان ما انحسر هذا التقدم العلمي ودخل الإعلام مرحلة الأزمة في تطبيق البراديغمات القديمة على الميديا الجديدة التي عقمها المعرفي في تطوير الحقل البحثي الاتصالي والاعتكاف على اجترار القديم دون وجود بدائل جديدة لتفسير الظواهر.

ومن هنا فإن فكرة توماس كون في أن الأزمة تؤدي إلى إحداث الثورة على العلم لأجل جلب الجديد العلمي بات من الضرورة بما كان، من خلال اعتماد المناهج والنظريات الجديدة في وسائل الإعلام الجديد على غرار تحليل الشبكات الاجتماعية والمسوح الافتراضية التي تتم على المجموعات الافتراضية بأدوات بحثية تتلاءم وطبيعتها المتغيرة وكذا جمهورها الافتراضي من أجل تحقيق متكامل لثورات اتصالية علمية جديدة.

III. الإحالات والمراجع:

المراجع باللغة العربية :

- 01-الصادق الحمادي، الإعلام الجديد مقاربة تواصلية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 04، 2006، ص02
- 02-تهاني سنديان، نحو نموذج ثقافي جديد في عالم متحول ، نحو نموذج عربي عالمي جديد براديغم للإرشاد لا للتضليل ،(بيروت: مؤسسة الفكر العربي، 2008)، ص32، ص33
- 03-توماس كون، ترجمة شوقي جلال، بنية الثورات العلمية.(بيروت: عالم المعرفة، العدد 162 ، 1992)، ص 41
- 04-جمال الزرن، الإعلام الجديد والربيع العربي: مراجعات بحثية، الملتقى الدولي حول شبكات التواصل الاجتماعي بيئة إعلامية متغيرة، 2015، معهد الصحافة وعلوم الأخبار ، تونس ، ص09، ص15
- 05-حسن الحريري، التأويل الإستمولوجي للوضعاني بين براديغم توماس كون وبرنامج بحث امير لاكاتوس، (الرباط المغرب: مؤسسة دراسات وأبحاث مؤمنون بلا حدود، 2016)، ص03، ص04
- 06-حسن حمدي،الاتصال وبحوث التأثير في دراسات الاتصال الجماهيري،(الرياض : كويك حمادة الجريسي للطباعة، 1992)، ص82
- 07-حسن سعد، البراديغمات المسيطرة في علوم الإعلام والاتصال ، ورقة موجهة لطلاب الدكتوراه ،(لبنان : المكتب الجامعي الحديث، 2011)، ص 06، ص14، ص27
- 08-سعاد سراي، البراديغم في علوم الإعلام والاتصال بين الضرورة المنهجية والصعوبات البحثية الإجرائية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 07، العدد 28، 2018، ص407، ص406
- 09-ماتلار أرمان، و ماتلار ميشال، ترجمة نصر الدين لعباضي، و رايح الصادق، المحررون ، تاريخ نظريات الاتصال ،(بيروت: المنظمة العربية للترجمة، 2005)، ص78
- 10-محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير ،(القاهرة : عالم الكتب ، 2004)، ص 147
- 11-مها ساق الله، ماهية الإعلام الجديد، كلية الآداب قسم الصحافة والإعلام، (غزة فلسطين : الجامعة الإسلامية، 2013)، ص 01، ص13
- 12-مها عبد المجيد، الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي رؤية تحليلية . مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي التطبيقات والإشكالات المنهجية ، 2015، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، الرياض، ص01
- 13-نصر الدين لعباضي، الرهانات الإستمولوجية والفلسفية للمنهج الكيفي: نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، المؤتمر الدولي الإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، 07-09 أفريل 2009، جامعة البحرين، البحرين ، ص12

المراجع باللغة الأجنبية

- 14-Lang Annie, discipline in crisis? the shifting paradigm of mass communication research communication theory . blomington internationl communicatio association, 2014, p10.
- 15-Mario plenković, Daria mustić, the new paradigm of participatory communication as result of participatory of digital media . media culture and public of digital media , vol07) n02, 2016; p143-p149.

- 16-Rodney benson ,field theory in comparative context: new paradigm for media studies, essay , vol28 ,n03,1999.p463
- 17-Sonia livingstone, the participation paradigme in audience research2013,p19 21/05/2020M https://www.researchgate.net/publication/261854011_The_Participation_Paradigm_in_Audience_Research
- 18-Susan Herring, content analysis for new media: rethinking the paradigm,2004,p47;15/15/2020 (PDF) [Content Analysis for New Media: Rethinking the Paradigm \(researchgate.net\)](#)