

المقاربات النظرية والأساليب المنهجية في دراسة وسائط الاتصال الجديدة:

محاولة بحث في الإشكالات واقتراح للبدائل

Theoretical and methodological approaches in new media studies:

Attempt to discuss the issues and suggest alternatives

أحميدة خامت - 2 كمال رزوق -

¹ - كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر -3- (الجزائر)، khamet.hamida@univ-alger3.dz

² - كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر -3- (الجزائر)، Kamel.rezzoug@univ-alger3.dz

تاريخ الاستلام: 2020/08/08؛ تاريخ المراجعة: 2020/09/05؛ تاريخ القبول: 2020/10/17

ملخص:

تسعى هذه الورقة البحثية إلى إبراز أهم الإشكالات النظرية والمنهجية التي تواجه الباحثين في ميدان علوم الإعلام والاتصال اليوم وبخاصة في مجال وسائط الاتصال الجديدة (من شبكة الانترنت والهواتف الذكية ومختلف مواقع الشبكات الاجتماعية...). حيث وبعد ثبوت عجز المقاربات النظرية والأساليب المنهجية التقليدية المستلزمة أصلا من علوم أخرى كعلم الاجتماع وعلم النفس... وغيرها، في مقارنة هذه الوسائط وتفسير مختلف ظواهرها، التي تتسم بكثرة التطور والتعقيد. الأمر الذي ألزم الباحثين بضرورة استحداث أطر نظرية وأساليب منهجية جديدة تستطيع مواكبة هذه الوسائط وتفسير مختلف الظواهر التي تحدثها.

وعليه سنحاول في إطار هذه الدراسة النظرية التحليلية توضيح أهم الإشكالات النظرية والمنهجية التي تواجه الباحثين، وكذا تقديم بعض المقترحات من أجل تجاوزها. وقد توصلنا إلى أن إغفال الاختلافات العميقة التي تتسم بها وسائط الاتصال الجديدة عن وسائل الإعلام التقليدي تعد من أهم أسباب بروز الإشكالات المنهجية والنظرية، ولتلافيها تم اقتراح عدد من المقاربات مثل نظرية الذات ونظرية الشبكة، كما تم اقتراح الاعتماد على النموذج المزدوج الكمي والكيفي لدراسة الظواهر بشكل أدق، إلى جانب الاعتماد على العينات غير الاحتمالية في مقابل العينات الاحتمالية.

الكلمات المفتاح: المقاربات النظرية؛ المقاربات المنهجية؛ الإشكالات؛ وسائط الاتصال الجديدة؛

Abstract:

This research paper aims to highlight the most important theoretical and methodological issues facing researchers in the field of media and communication sciences today, especially in the field of new media (Internet, smartphones and various social networking sites ...). Whereas, after proving the inability of theoretical approaches and traditional methodological methods originally derived from other sciences such as sociology, psychology ... and others, in approaching these media and interpreting their various phenomena therefore, we will try within the framework of this theoretical and analytical study to clarify the most important theoretical and methodological issues facing researchers, as well as to make some suggestions for overcoming them.

Keywords: Theoretical approaches; Methodological approaches; Problems; New media

مقدمة:

تعد وسائل الاتصال الجديدة وبخاصة شبكة الانترنت وما تشتمل عليه من مختلف الشبكات الاجتماعية من مثل (شبكة الفيسبوك والتويتر والانستغرام.. وغيرها) مجال بحث مهم في ميدان علوم الإعلام والاتصال. فهي تمثل الجيل الثاني من الدراسات الإعلامية. حيث أدى دخولها في مجال الاستخدام اليومي للأفراد وتغلغلها في المجتمع، وما أبحر عنها من إحداثها لمختلف التأثيرات في حياتهم الفكرية والثقافية، إلى خلق العديد من الإشكاليات البحثية التي تستدعي الدراسة، ومن ذلك مشكلة الهويات المختلفة التي تنشأ على مستواها وكذلك دراسة مختلف التأثيرات التي تحدثها في حياتهم الاجتماعية والسياسة والاقتصادية دون إغفال دراسة طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تؤسسها.

لقد أوضحت وسائل الاتصال الجديدة تحديا بحثيا مهما بالنسبة للمنشغلين في مختلف الحقول البحثية (الاجتماعية والإنسانية)، وهذا التحدي لا يقف عند حدود فهم الظاهرة والتنظير لها، وإنما يمتد إلى كيفية مقارنتها نظريا ومنهجيا. فبعد قصور المقاربات النظرية والأساليب المنهجية الإعلامية التقليدية في تفسير ظواهر الوسائط الجديدة المنحدرة أصلا من علوم أخرى (الاجتماعية والنفسية والأدب...) أصبح من الضروري استحداث مقاربات جديدة لهذه الظاهر السريعة التطور والتغير. حيث استنفذت في تحليلها الأدوات المنهجية والأطر النظرية المتوفرة سابقا.

إشكالية الدراسة:

نظرا لكون ظاهرة وسائل الاتصال الجديدة التي اكتسحت مختلف مجالات الحياة اليومية حديثة النشأة، شديدة التعقيد والتطور، أصبح من الصعب مواكبة تطورها، إذ في كل يوم تظهر العديد من البرامج والتطبيقات ناهيك عن العديد من الابتكارات الاتصالية التي يخلقها المستخدمون، والتي تحدث تأثيرات من الصعب تفسيرها ودراستها عن قرب. حيث تقف أمام الباحثين إشكالات نظرية وأخرى منهجية استلزمت منهم إيجاد بدائل نظرية ومنهجية لها تتوافق مع بنية وطبيعة هذه الوسائط، وكذا طبيعة التطورات التي تعرفها. وعليه نسعى من خلال هذه الدراسة النظرية التحليلية للإجابة عن تساؤلين رئيسيين سنعرضها فيما يلي:

أ. فيما تتمثل أهم الإشكالات النظرية والمنهجية التي تواجه الباحثين في دراسة وسائل الاتصال الجديدة؟

ب. ما هي البدائل النظرية والمنهجية التي قدمها الباحثون لتجاوز هذه الإشكالات؟

1. الإشكالات النظرية والمنهجية في دراسة وسائط الاتصال الجديدة

نتيجة زيادة استخدامها وتغلغلها في الواقع المعاش للملايين من البشر حول العالم، ازداد الاهتمام البحثي بها من جانب الباحثين في الاتصال. حيث تنتمي وسائط الاتصال الجديدة التي تشمل كل من شبكة الانترنت والهواتف والألواح الذكية و مواقع التواصل الاجتماعي على تنوعها إلى الجيل الثاني من الدراسات الإعلامية أو ما يعرف ب medias studies ، تميزا لها عن الجيل الأول من الدراسات الإعلامية فهذه الأخيرة عرفت مراحل عدة من التطور منها التطور الذي شهدته بسبب ظهور الوسائط الجديدة، والذي ترتب عنه تطورا في الإطار النظري العام الموجه للدراسات الإعلامية، الذي أصبح ينظر إلى الجمهور كعنصر فاعل في العملية الاتصالية. حيث تعمل فيه الوسائط الجديدة بتوجيه من اختيارات الجمهور وعمديته في الاستخدام، على عكس الرؤى النظرية التقليدية التي تجعله الطرف الثاني في العملية الاتصالية (عبد المجيد، 2015، ص 1-2).

مرَّ البحث في وسائط الاتصال الجديدة بمراحل عدة، بدأ فيها من مرحلة الانبهار والاحتفاء بالانتشار السريع لهذه الوسائط والإمكانات التواصلية التي توفرها، إلى الاهتمام بدراسة تأثيرها على العلاقات والروابط الاجتماعية (بحيث ، 2016 ، ص 143). وفي إطار تحليله لواقع دراسات الاتصال الرقمي حدد سكولاري أربعة مراحل مرَّ بها مجال البحث و التنظير في الوسائط الجديدة، تمتد المرحلة الأولى فيه من سنة 1960 م إلى غاية سنة 1984 م، أطلق عليها مرحلة الأباء المؤسسين، وركزت الأجندة البحثية فيها على الاتصال الإنساني والتقارب بين وسائل الإعلام وفكرة النص المتشعب وواجهات الاستخدام، وفي هذه المرحلة ظهرت الإرهاصات النظرية الأولى عن الكمبيوتر والاتصال الشبكي، واستندت على نظرية المعلومات ونظرية النظم. وامتدت المرحلة الثانية من سنة 1984م إلى غاية سنة 1993 م، وأطلق عليها مرحلة البدايات وركزت فيها البحوث حول النص الفائق وواجهات الاستخدام وسهولة الاستخدام والاتصال المعتمد على الكمبيوتر، واعتمدت على النظريات التفكيكية والمعرفة وعلم النفس.

أما المرحلة الثالثة التي تمتد من سنة 1993 م إلى غاية سنة 2000 م، فقد شملت ثلاثة توجهات بحثية ونظرية هي دخول الانترنت إلى الثقافة الشعبية، وظهور ثقافة الانترنت بين الأكاديميين، ثم ظهور الثقافة الناقدة للانترنت.

وتركزت البحوث خلالها حول الانترنت والفضاء الإلكتروني والطريق السريع للمعلومات والمجتمع الافتراضي والتفاعلية والنص الفائق ومجتمع الشبكة. كما واستندت الجهود النظرية خلال هذه المرحلة على نظريات المعرفة وعلم النفس والاقتصاد والعلوم السياسية والاجتماع والثقافة والتكنولوجيا. وتمتد المرحلة الرابعة والأخيرة من سنة 2000 م إلى غاية سنة 2008م، وتسمى مرحلة دراسات الانترنت، وركزت البحوث خلالها على دراسة المصادر المفتوحة والمدونات

والويكي وخدمات التزويد والشبكة. ونظريا استندت البحوث في هذه المرحلة على تطبيق نظريات الاتصال التقليدية على وسائط الاتصال الجديدة إلى جانب البحث في النظريات الجديدة، كان أبرزها نظرية الشبكة network theory، ونظرية الفاعل على الشبكة actor-network theory، ونظرية الألعاب على الشبكة gaming or ludology theory (محمد، 2015، ص22).

لقد عرفت بحوث وسائط الاتصال الجديدة تحولا في الإطار العام الموجه لها عن البحوث الاتصالية التقليدية، بسبب متغيرات وعوامل مرتبطة بخصائص هذه الظاهرة الاتصالية الجديدة التي تتسم بالتفاعلية و اللاتزامنية، وتعدد الوسائط وغيرها، حيث ازداد التركيز على دراسة القضايا والموضوعات المتعلقة بمنظور الجمهور الذي يستخدم المحتوى الرقمي و يشارك و يتفاعل في عملية الاتصال، فضلا عن التحول من التركيز على مفهوم الاستهلاك إلى مفهوم التفاعل (المشاركة)، ومن مفهوم المتلقي إلى المستخدم، ومن مفهوم الجمهور العام إلى مفهوم الفرد الذي يتلقى المحتوى منفردا عن غيره، ومن البحوث التي تركز على التفاعل الذي يتم في إطار الجماعات والمؤسسات إلى البحوث التي تركز على التفاعل الشبكي وبين المجموعات، وكذا التحول من التركيز على توصيف السمات التكنولوجية والسلوكية لوسائل التواصل الاجتماعي إلى التركيز على البحوث الخاصة بالتحليل الثقافي والاجتماعي، مع التركيز على الجماعات والمؤسسات وكيفية اندماجها مع وسائل التواصل الاجتماعي، ومحاولة استكشاف أنماط ارتباطات الفرد بعوالمه الواقعية والافتراضية (نجيت، 2016، ص151).

تعد وسائط الاتصال الجديدة مجالا بحثيا جديرا بالاهتمام نظرا للتأثيرات القوية التي تحدثها في الواقع، فهي تشكل اليوم أغلب حياة البشرية، غير أنها من جهة أخرى تعد موضوعا صعب التحليل والدراسة نظرا لتعدد ظواهرها التي خلقت العديد من الإشكاليات العلمية على غرار الشخصية الفائقة لمحتويات الوسائط الجديدة، الهويات والعلاقات الافتراضية، تعقدات الشبكات الاجتماعية عبر هذه الوسائط، التأثيرات المتشابكة والمتداخلة مع المواقع الاجتماعية المختلفة، طبيعة المحتويات المعروفة ومدى إمكانية التأكد من حقيقتها (لميسي، 2014، ص62). التي لم يعد بالإمكان إلى حد ما مقارنتها نظريا ومنهجيا استنادا إلى الموروث النظري والمنهجي المستل من دراسة وسائل الإعلام والاتصال التقليدية. فخصائص وسياقات وطبيعة هذه الأخيرة تختلف إلى حد كبير عن خصائص وسياقات وطبيعة مستخدمي وسائط الاتصال الجديدة، الأمر الذي يستوجب العمل على إيجاد أطر نظرية ومنهجية جديدة تواكب هذا التطور التكنولوجي السريع الذي يتسم بالغموض. الأمر الذي دفع خبراء المعهد الأمريكي إلى الإقرار بأن:

وسائط الميديا الجديدة لا تزال غامضة بالنظر للحاجة إلى تطوير المزيد من الأطر النظرية والمنهجية لفهم ما طرأ من تغيرات على الإعلام بنمطه التقليدي، حيث تعددت أشكال الوسائط وطرق التبليغ في الميديا الجديدة واستنفذت في تحليلها الأدوات المنهجية المتوفرة سابقا. (لهميسي، 2014، ص 62).

1.1 الإشكالات النظرية:

اعتمد الباحثون في تفسيرهم لظاهرة وسائط الاتصال الجديدة في بدايات ظهورها وبشكل أساسي على الموروث النظري التقليدي، الذي كان مستمدا هو الآخر من جملة من أهم التيارات البحثية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، من دراسات وسائل الإعلام إلى الإثنوغرافيا، ثم الاقتصاد والاقتصاد السياسي إلى علم الجمال وتحليل الخطاب ودراسات الجمهور. وقد دعى البعض وعلى رأسهم الباحث الفرنسي الشهير **دومنيك فولتور** إلى " إدراج التنظير لأثار شبكة الانترنت ضمن مختلف النظريات التقليدية، لأنه لا يمكن بأي حال من الأحوال أن نفصل الوسائط الجديدة عن سيرة تطور ظاهرة التواصل الإنساني في مختلف تجلياته" (لهميسي، 2014، ص 64).

رشحت إذن العديد من النظريات التقليدية كمرجع لتفسير الظواهر الجديدة التي خلقتها وسائط الاتصال الجديدة، في المقابل سقطت أخرى، لأنها لم تعد صالحة لتفسير المعطيات الجديدة التي أتت بها هذه الوسائط، ومن ذلك نظرية حارس البوابة، ونظرية التأثير المباشر أو الحقنة تحت الجلد، ومن النظريات التي استخدمت على نطاق واسع في هذا السياق:

أ-نظرية الاستخدامات والإشباع:

في وقت مبكر من ظهور شبكة الانترنت بدأ الباحثون يطرحون أسئلة حول استخدامات الناس لشبكة ووسائل الاتصال الجديدة والإشباع التي تحقق من هذا الاستخدام، وذلك استنادا على مدخل الاستخدامات والإشباع الذي استخدم على نطاق واسع مع وسائل الإعلام التقليدية (محمد، 2015، ص 22).

تمحورت الانشغالات الأساسية للباحثين عند مقاربتهم لوسائط الاتصال الجديدة في إطار منظور الاستخدامات والإشباع عموما، في محاولة معرفة معدل استخدام الناس لهذه الوسائط، وكذا معرفة دوافع التعرض المختلفة للإشباع التي تتحقق من التعرض، إلى جانب محاولة اختبار دور المتغيرات الديموغرافية خصوصا السن والنوع في التأثير على معدل التعرض ودوافعه والإشباع المترتبة عليه (بخيت، 2016، ص 6). ومن الدراسات المبكرة التي برزت في هذا المجال دراسة **بيرس ودان** حول استخدام الحواسيب المنزلية مع وسائل الإعلام الأخرى في تلبية مجموعة متنوعة من الحاجات.

وبظهور مواقع الانترنت الإخبارية، وبعدها ظهور وانتشار شبكات التواصل الاجتماعي. اهتمَّ الباحثون بدراسة جمهور هذه المواقع لتحديد سماتهم الديموغرافية، واستخلاص دوافع الاستخدام لها والإشباع والحاجات المحققة من هذا الاستخدام، وكذا معرفة الخصائص الديموغرافية لمستخدميها ومدى تأثيرها في طبيعة الاستخدام (محمد، 2015، ص 22-23).

ب- نظرية انتشار المبتكرات:

تعد هذه النظرية من بين النظريات التي استخدمت على نطاق واسع في تفسير ظاهرة انتشار وتبني وسائط الاتصال الجديدة في المجتمعات على اختلافها غربية أو عربية. فهي تسعى إلى معرفة كيفية تبني تحديد تكنولوجيا ما وقت انتشاره، وكذا التعرف على الذين تبنوا هذا التحديد بصياغة أنماط أو نماذج سلوكية، أو قياس هذا التبني من خلال دراسة التغيرات التي يحدثها في الممارسات. فعلى المستوى المنهجي، تبحث هذه النظرية في المرحلة الأولى عن تقديم صورة أو وصف عام للوضع، يكشف الفروق في مستوى أو معدل التجهيز عند الجماعات الاجتماعية (من يملك ماذا؟)، ثم بعدها تحليل شروط واختلافات الاستعمال (من يفعل ماذا؟، وبأية وتيرة؟)، ليلبيها في مرحلة لاحقة، البحث عن شرح أو تفسير لهذه الفروق والاختلافات، من خلال ربطها بالتغيرات السوسيو ديموغرافية الكلاسيكية بغرض تحديد الجماعات الاجتماعية: كالسن والجنس والمهنة و الدخل، حجم العائلة... الخ، حيث تتم الاستعانة بالتقنيات الإحصائية بغرض تحديد المتغير أو المتغيرات المفسرة للفروق الملاحظة في مستوى التجهيز و وتيرة الاستعمال (سيساوي، 2011، ص 20-21). ويتمثل الغرض من هذا كله هو البحث عن المعوقات التي تحول دون حدوث التحديث أو التطور في مجتمع ما، على اعتبار أن التكنولوجيا على اختلافها ومنها الوسائط الجديدة بشتى أنواعها هي العامل الأساسي في حصول هذا التحديث.

ج- نظرية وضع الأجندة:

كتب الباحثون في وسائل الإعلام التقليدية عند توظيفهم لنظرية وضع الأجندة الكثير، على نفس المضمار استمر الباحثون في طرح أسئلتهم حول احتمالات حدوث وضع الأجندة عبر وسائط الاتصال الجديدة، وتمحورت الإجابات الأولى عن هذه التساؤلات، في أن جمهور المواقع الإخبارية على شبكة الويب العالمية مفتت على نطاق واسع، وهو الأمر الذي يعيق عملية وضع الأجندة. وفي المقابل فإن من المحتمل أن تولي بعض المواقع اهتماما كافيا بقضايا محددة، مما يؤدي إلى قيامها بدور ملموس في وضع أجندة للجمهور، خاصة أن أثر وضع الأجندة يمكن أن يتحقق إذا نجحت الوسيلة الجديدة في تغيير أولويات شخص واحد من مستخدميها (محمد، 2015، ص 19). إلى جانب هذه النظريات وظفت

نظريات أخرى من مثل نظرية التفاعلية الرمزية، نظرية البنائية الوظيفية، نظرية الفجوة المعرفية وغيرها، لتفسير ظواهر وسائط الاتصال الجديدة.

رغم استعانة الباحثين المهتمين بدراسة وسائط الاتصال الجديدة بالموثوث النظري التقليدي السالف الذكر في مقارنة هذه الظاهرة وتفسيرها، إلا أنه تواجههم العديد من التحديات أو يمكن القول الإشكالات، نظرا للتطور السريع والمعقد لهذه الظاهرة الاتصالية الجديدة التي نوجزها فيما يلي:

- تواجه الباحثين اليوم إشكالية مدى ملائمة النظريات والمداخل النظرية والنماذج العلمية التي ظهرت في ظل وسائل الإعلام التقليدية والمستقاة أساسا من علوم اجتماعية أخرى، والتي تم استخدامها لدراسة عناصر العملية الاتصالية في البيئة الاتصالية الجديد، فواقع الأمر يشير إلى أن كثيرا من مسلمات النماذج والنظريات الاتصالية القديمة تتعرض لتآكل شديد بالتزامن مع طغيان نموذج الوسائط الجديدة وتآكل النموذج الخطي القديم للإعلام الذي يسير في اتجاه واحد، مثل ما حصل مع نظرية التأثير المباشر، إذ يحتاج هذا الاستخدام إلى إعادة نظر (لونانسة و بن لطرش، 2013، ص224).

- غالبية النظريات التقليدية تفتقد إلى الجدوى أو الغاية المعرفية والمصادقية العلمية من استحضارها أو توظيفها في تفسير ظاهرة من ظواهر وسائط الاتصال الجديدة. ومن ذلك على سبيل المثال المقرب الوظيفي، حيث:

أنه إذا كان هدف الباحث في إطار دراسته لمواقع الشبكات الاجتماعية هو استجلاء المعاني التي يشترك في إنتاجها مستخدمو هذه المواقع وجعلها مفهومة من قبل مستخدمين آخرين. نجد أن المقاربة الوظيفية تؤمن أن الوظيفة تسمو على المعاني بل تنفي وجود المعاني أصلا، من خلال تأكيدها على أن مواقع الشبكات الاجتماعية أنشئت لتحقيق مجموعة من الوظائف، وإن تعثرت في ذلك فهي تعاني من خلل وظيفي، وإن كفت عن القيام بما أنيط بها من أدوار تزول وتندثر، فهل يمكن القول دون أن نجانب الخطأ حيال ذلك، أن موقع شبكة الفيسبوك. على سبيل المثال يقوم بالأدوار ذاتها والكامنة في المجتمع الخليجي أو المغربي أو الموريتاني، على سبيل المثال ؟، لو افترضنا أن لهذه المواقع الوظائف ذاتها في كل المجتمعات العربية فإننا نعجز عن فهم السبب استخدام موقع شبكة تويتر في السعودية أكثر من تونس أو الأردن. وعن قلة عدد مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية المهنية مثل linkedin عن نظرائهم من مستخدمي موقع شبكة الفيسبوك بحوالي تسع مرات (لعباضي، 2014، ص44).

- في ذات السياق نجد أن النظريات التقليدية تتسم بتفسيراتها لظواهر وسائط الاتصال الجديدة بالتناقض. حيث نجد نظرية الاستخدامات والإشباع التي تدخل ضمن نظريات التأثير، التي تندرج ضمن البراديغم الوظيفي، التي تفسر الظاهرة انطلاقا من سببية خطية (سبب، نتيجة)، أصبحت أداة سحرية جاهزة لتفسير الظاهرة الإعلامية بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي. أين نلاحظ فيها تناقض صارخ، فمن جهة تقدم تقريرا وظيفيا جاهزا لنحوض مستخدمي الانترنت

نحو استخدام المواقع المذكورة اشباعا للحاجات، وتسجل مآخذ أخلاقية على هذا الاستخدام الذي يؤدي إلى الإدمان والانحراف (لعياضي، 2014، ص 45).

- إن الإشكالات التي يعاني منها الباحثين في وسائط الاتصال الجديدة لا تقف عند حدود النظريات التقليدية فقط، بل تشمل حتى النظريات التي استحدثت لتفسير ظاهرة الوسائط الجديدة، حيث:

يؤخذ عليها أنه لم يكن مصدرها أساتذة الإعلام والاتصال بالأساس، بقدر ما صدرت عن خبراء وأساتذة ومهتمين بالشق التكنولوجي المتعلق بتقنية المعلومات، وهندسة الشبكات وتطويرها، إذ اتسمت المقاربات السائدة بطابعها "التقني" Technological أي أنها بحثت في ظاهرة الميديا الجديدة من منظور تكنولوجي، معتبرة التكنولوجيا وتطبيقاتها بُعدا أساسيا ومؤسسا لخصوصية وسائط الاتصال الجديدة، يعكس هذا المنظور لوسائط الاتصال الجديدة تمثلا حتميا Determinist يعظمّ عاملا بعينه (التكنولوجيا) على حساب عوامل عديدة أخرى تساهم في تشكيل الظاهرة الإعلامية والاتصالية بشكل عام بما أنها ظاهرة مركبة (complex) (سوسن و بن لطرش، 2013، ص224).

وهذا ما نوهت إليه اجتهادات بحثية أبرزها إسهامات الباحثان فرناندو وجيفري Fernando Bermejo و Jeffry Bardzel (2009/2008) في هذا الصدد، حيث وضع باردزال Bardzel الإرهاصات الأولية لرؤية نظيرية في مجال وسائط الاتصال الجديدة New Media Theory Primer، مشيراً إلى ضرورة اختبار تلك النظريات لوظائف أدوات الإعلام التقني في سياقها الثقافي، وقد اتفق بارمييجو Bermejo مع باردزال Bardzel، موضحاً أن التفكير بصورة تكنولوجية كعملية تتم بصورة مطلقة، بعيداً عن السياق التاريخي والسياسي والاقتصادي والثقافي و الديني، يعني عدم فهم إمكانيات وحدود التكنولوجيا الجديدة (سوسن و بن لطرش، 2013، ص225).

2.2 الإشكالات المنهجية:

إلى جانب الإشكالات النظرية يعاني الباحثين في وسائط الاتصال الجديدة من إشكالات منهجية على مستويات عدة نوجزها على النحو التالي:

أ- إشكالات على مستوى دراسة محتوى وسائط الاتصال الجديدة:

يعتبر محتوى وسائط الاتصال الجديدة ذا خصائص وميزات - ستجلى في ثنايا هذه المعالجة - تجعله يخلق لدى الباحثين عدة إشكالات عند محاولة دراسته وسبر أغواره لأجل فهم الظاهرة الاتصالية التي يحتويها وقد حددت عبد المجيد (2015، ص 5) عددا منها :

1) إشكالية تنوع المحتوى وتشعبه، حيث تختلف طبيعة وتكوين المحتوى المنشأ في إطار وسائط الاتصال الجديدة جذريًا عن محتوى وسائل الإعلام التقليدية، الذي اعتاد الباحثون دراسته بأدوات تحليل المحتوى المعروفة. حيث تتنوع فيه الوسائط المعلوماتية من حيث كونها نصوص، و/أو مواد سمعية وبصرية... الخ، كما تتنوع فيه مستويات علاقات التناص التي تربط بين وحداته من خلال الروابط التي تمثل جزءًا أصيلاً في تكوين شبكة الويب، كما أنه يشتمل كذلك على بعد يرتبط بالعلاقات التفاعلية والارتباطية التي تنشأ من خلال تبادل الاتصال.

- نتيجة لكون محتوى وسائط الاتصال الجديدة في حالة ديناميكية وتجدد وتغير شبه مستمرة، سواء كانت بالإضافة والتطوير أو بالحذف والاختفاء، الذي يمس المحتوى (أي النصوص) المنشورة عليها، أو على مستوى المواقع والتطبيقات الموجودة نفسها. والتي تظهر فيها في كل دقيقة مواقع وحسابات الكترونية جديدة مع وجود أخرى خام رغم استمرار تواجدها. تقف أمام الباحثين إشكالات منها:

- إشكالية عند اختيار وتحديد وحدات المعايين، أو عند الرغبة في تطبيق اختبارات الصدق والثبات وإعادة تحليل مضمون سبق تحليله من قبل، حيث لا يجد الباحث نص ثابت يدرسه أو يعود لدراسته عند الحاجة.

- إشكالية في تحديد العينة وفي إتباع إجراءات المعاينة. حيث أنه ونتيجة لهذه الطبيعة يصعب تحديد إطار عام لمجتمع البحث عليها. ومنه يصعب اختيار العينة، كما أن الاستعانة بمحركات البحث وتقنيات البحث بتتبع الروابط المعروفة بـ Web crawlers، سوف يرصد فقط المواقع والصفحات التي ترتبط ببعضها، أو المواقع المشهورة وتبقى المواقع المغمورة بعيدة عن التصنيف. وبالتالي لا يمكن التعامل مع عينات عشوائية، ولا يمكن تعميم نتائج البحث طالما أن العينات عمدية.

- يخلق تنوع اللغات المستخدمة في محتوى تطبيقات الإعلام الاجتماعي، إلى جانب تنوع السياقات الثقافية والاجتماعية التي يُطرح من خلالها. إشكالية كيفية تفكيك هذه الرموز وتفسيرها، وعند اللجوء إلى استخدام الترميز الآلي والبرمجيات الإلكترونية في تحليل المضمون المنشور على الويب بشكل كامل، يزداد الأمر خطورة لأن ذلك الإجراء يتجاهل طبيعة السياق الاتصالي الذي تتم من خلاله عملية إنتاج المحتوى وتداوله والتفاعل معه، بل أنه غالباً ما سيؤدي إلى نتائج مضللة عند تطبيقه.

- إلى جانب هذه الإشكالات تبرز إشكالية قاعدية، تشكل هاجساً لدى الباحثين لأنها تمس بمصداقية البحث، وهي وجود بيانات يمكن أن تكون ذات دلالات غير دقيقة لبعض جوانب استخدام وسائط الاتصال الجديدة، وبالتحديد في مواقع التواصل الاجتماعي. على سبيل المثال، لا يعكس عدد مرات المشاهدة التي يقدمها موقع Youtube معلومة

دقيقة عن كثافة مشاهدة مقاطع الفيديو المنشورة عليه، وبالمثل فإن عدد المعجبين بصفحة ما على موقع Facebook ، لا يعني بالضرورة أنهم يترددون بنشاط على هذه الصفحة ويتابعونها باستمرار ويتفاعلون عليها. وهذا الذي دفع **ميريام ميتزغر Myriam Metzger** إلى الإشارة والقول " أن المضامين التي يتم تناقلها عبر مختلف الوسائط الجديدة تمثل بالنسبة للباحثين هاجسا كبيرا بالنظر لارتباطها بأحد الأسس العلمية الرصينة، وهو المصادقية و الموثوقية العلمية، وهما برأيهما شرطين أساسيين لازمين ولا غنى عنهما لإنجاز بحوث سليمة ومقبولة منهجيا" (سوسن لوانسة و بن لطرش، 2013 ، ص223).

ب- إشكالات على مستوى دراسة جمهور وسائط الاتصال الجديدة:

نظرا لتوسع عدد مستخدمي وسائط الاتصال الجديد برزت لدى الباحثين إشكالات على مستوى دراسة جمهور الويب حددتها عبد المجيد (2015، ص 6-7) في النقاط التالية :

- صعوبة حصر وتحديد إطار عام لمجتمع مستخدمي وسائط الاتصال الجديدة .فإذا أردنا مثلا دراسة تفاعل الجمهور مع موضوع ما، عبر مواقع التواصل الاجتماعي، من الصعب جدا بل ومن المستحيل محاولة تحديد إطار عام لمجتمع البحث حتى يمكن استكمال إجراءات المتابعة وتحديد العينة وسحبها. لذا لا يمكن الاعتماد على العينات الاحتمالية في دراسة جمهور تطبيقات الإعلام الاجتماعي، وما يترتب على ذلك من عدم إمكانية تعميم نتائج البحث.
- تطرح صفة المجهولية التي يتسم بها مستخدمو وسائط الاتصال الجديدة إشكاليات في مصداقية البيانات المستخرجة لإجراء البحث. حيث يمكن أن تؤدي إلى احتمالية الوقوع في خطأ البيانات غير الدقيقة، بسبب عدم صدق البيانات الديموغرافية التي تعرضها بعض الملفات التعريفية عن أصحابها على مواقع التواصل الاجتماعي. وكذلك استخدام هويات مجازية وإخفاء الهوية الحقيقية. وبالتالي خطورة تأثير ذلك على إجراءات المعاينة، واحتمالية أن يصل الباحث لنتائج غير سليمة بسبب اعتماده على بيانات غير دقيقة.

-وفي ذات السياق ونتيجة للطابع غير الجدي لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في التعامل مع الموضوعات المطروحة في غالب الأحيان، تبرز عند الباحثين إشكالية عدم مصداقية الآراء والأفكار المنشورة أحيانا لتكون مؤشرا دقيقا عن الواقع الحقيقي. حيث يمكن أن تكون سلوكيات الأشخاص على تطبيقات التواصل الاجتماعي كما تعكسها كتاباتهم وتفاعلاتهم مغايرة لما هو قائم على أرض الواقع. وقد كشفت النتائج العلمية أن سلوك الأفراد يمكن أن يختلف عند استخدامهم لتطبيقات الإعلام الاجتماعي إذا شعروا بأن أشخاصا بعينهم يشاهدون تعليقاتهم

وتفاعلاتهم عليها .وقد يتصرف الأشخاص على الواقع الافتراضي على نحو يختلف عن تصرفاتهم على الواقع الفعلي، فقد تكون هناك مبالغة أو اندفاع أو في المقابل المزيد من الحرص والحذر.

- نظرا لإمكانية المستخدمين من فتح عدة حسابات ضمن تطبيق واحد من تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي. تواجه الباحثين إشكالية تتعلق برسمية وغير رسمية هذه الحسابات لنفس الجهة أو الجماعة الواحدة، أو لنفس الشخص، وهو ما يعرض الباحث للتضليل إذا لم ينتبه وتكون لديه المهارات المناسبة عند محاولة تحديد الحساب الرسمي الأصلي المعبر عن الجهة أو الشخص المطلوب.

إشكالات على مستوى الأساليب (المناهج) البحثية المستخدمة:

- على مسار الدراسات الإعلامية التقليدية، سارت الدراسات الحديثة المهتمة بدراسة الوسائط الاتصالية الجديدة، وذلك من خلال اعتمادها على المناهج والأساليب البحثية نفسها. حيث تستخدم هذه الأخيرة المنهج المسحي على نطاق واسع، إذ يعتبر من أشهر وأكثر المناهج انتشارا في بحوث وسائط الاتصال الجديدة. ويذكر كل من دارسي غرانيلو Darcy Granello وجوي ويتون heatonJoe W ، بأن المسوح عبر الإنترنت توفر للباحثين الكثير من المزايا التي تجعل منها أسلوبا مغريا جدا لجمع البيانات، وأهم هذه الميزات اختصار الزمن، التكلفة المنخفضة، سهولة تحصيل البيانات، المرونة والمراقبة الجيدة، تسهيل مهمة الباحث في التعمق في جمع البيانات... غير أن المشكلة فيما يخص البحوث المسحية عبر شبكة الإنترنت، تكمن في مدى قدرة الباحث على استيفاء شرط التمثيل في العينات المختارة، ويضاف إلى هذا، مشكلة أخرى تصطدم بها أغلب البحوث المسحية عبر شبكة الأنترنت، وهي عدم استجابة الكثير من المبحوثين لطلب الاستفتاء، وذلك راجع إلى انشغالهم أثناء الإبحار عبر الشبكة بقضاء حاجياتهم النفسية والفيزيائية (دغمان و بومعيزة، 2017، ص ص 98- 99).

- من الإشكالات التي تبرز أيضا في دراسة وسائط الاتصال الجديدة، مشكلة الاعتماد على أسلوب بحثي واحد في دراسة ظاهرة إعلامية ثرية بمعطياتها، فعند التمعن في وسائط الاتصال الجديدة وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي نجدها تتميز بوجود سياقات ومستويات مختلفة ومتنوعة لعملية الاتصال، وكذا قدرتها على التشبيك الاجتماعي بين أنساق فكرية واجتماعية وثقافية متنوعة. ومن ثم فإن تبني أسلوب بحثي واحد والانغلاق عليه في دراسة ظواهر وسائط الاتصال الجديدة، التي بالرغم من أنها تحمل أبعادا متنوعة، لا يُمكن من دراستها بدقة، ولا يساعد البحث العلمي على تقديم معرفة جديدة تفسر الظاهرة وتضيف للتراث العلمي. فالاعتماد على مناهج وأدوات البحث الكمية التي تقوم على تقديم معطيات سطحية تستنبط من عدد من الاحصائيات، لا تمكن الباحث من إدراك التفاصيل المرتبطة بسياق

الظاهرة وتفاعلاتها. بينما نجد أن استخدام التحليل الكيفي في دراسة ظواهر الإعلام الجديد يسعى للإجابة 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 (عبد المجيد، 2015، ص 8).

يضاف إلى ما سبق من إشكالات بروز إشكالات على مستوى الأدوات البحثية المعتمد عليها في جمع البيانات من وسائط الاتصال الجديدة، ومن ذلك إشكالية الصدق والثبات في الاستبيان الإلكتروني. حيث يتعرض في أحيان كثيرة إلى عدم معرفة شخصية المبحوث ومدى انطباق مواصفات العينة عليه، كما يمكن للفرد الواحد الإجابة على أكثر من استبيان، إذ يرى كل من بول سيرمون Paul Sermon وشارلوت غولد Charlotte Gold أن: ما يحدث عبر مختلف الوسائط الاتصالية الجديدة هو نمط ثان ومختلف من الحياة أطلقا عليه "الحياة الاجتماعية الثانية"، وهي برأيها شبكة من العلاقات غير المحددة بين مجموعة من الأفراد الحقيقيين أو المزييفين الذين قد يلجئون لانتحال هويات افتراضية، وهو الأمر الذي يجعل من الصعب التأكد من هوية هؤلاء الأفراد (لونانسة و بن لطرش، 2013، ص 226).

2. البدائل النظرية والمنهجية لدراسة وسائط الاتصال الجديدة:

بعد عرض ومناقشة أهم مؤشرات وملامح الإشكالات النظرية والمنهجية المختلفة التي تواجه بحوث وسائط الاتصال الجديدة، نعرض فيما يلي أهم الرؤى والحلول والمقترحات العلمية الممكنة للتعامل مع هذه الإشكالات وسنحاول بدأها بالحلول النظرية:

1.3 البدائل النظرية الممكنة لدراسة وسائط الاتصال الجديدة

دفعنا الإشكالات النظرية السالفة الذكر الباحثين إلى القول بضرورة استحداث نظريات جديدة خاصة بدراسة وسائط الاتصال الجديدة. فهذه الأخيرة تتميز بطابع خاص، والذي يختلف إلى حد ما عن الوسائط التقليدية كالتلفزيون والصحف والاذاعات، من هذا المنطلق فإن الأطر النظرية التقليدية تُقبل فقط كإطار عام لتفسير ظاهرة الميديا الجديدة. ومن ثم كان لابد من استحداث نظريات جديدة وهو ما أشار إليه دينيس ماكويل، الذي يعد أحد أشهر منظري الإعلام في العالم، في كتابه الشهير نظريات الإعلام في طبعته السادسة الصادرة عام 2010م، حيث يقول بأن:

ثمة تطورات هائلة في ممارسة الاتصال من خلال الميديا الجديدة. وهذه التطورات تستدعي الانتقال إلى مرحلة جديدة في التنظير، حيث أشار في إطار تساؤله عن، هل هي نهاية الاعلام الجماهيري التقليدي؟ في أحد فصول كتابه السالف

الذكر ، يذكر بأنه ثمة حاجة ملحة لتقديم أفكار أكثر عمقا لفهم الميديا الجديدة، وبأن النظريان الحالية المتمحورة حول مفهوم الوسيط medium غير كافية (لهميسي، 2014، ص63). ومن النظريات التي استحدثت نجد:

أ_نظرية الشبكة على الويب Network Theory in the web

تعود أصول هذه النظرية إلى عالم الرياضيات السويسري ليونارد أويلر Leonhard Euler ، الذي قدم دراسته عن الرسوم البيانية، أو الشبكات، عند دراسته لمشكلة تتعلق بالجسور والكتل الأرضية، ويرى أن الشبكة هي أي توزيع لكائنات متشابهة مترابطة بطريقة ما، وهي قد تكون طبيعية، مثل الشبكات العصبية، أو يمكن أن تكون من صنع الإنسان، مثل شبكات توزيع الطاقة. لقد قام كل من بول إردوس وألفريد ريني Paul Erdos and Alfred Renyi بإعادة احياء النظرية بعد مائتي عام من اكتشاف عالم الرياضيات أويلر. وفي الستينيات من القرن الماضي استخدمها روجرز لدراسة تدفق الأفكار عبر الأنظمة الاجتماعية.

لقد عرفت نظرية الشبكة تطورا كبيرا على يد الباحثين باراباسي وألبرت Barabasi and Albert، مع نهاية التسعينات. حيث عملا على استخدام النمو السريع للويب كأرضية اختبار لبناء نظرية تطوير الشبكة عام 1999. تقوم نظرية الشبكة على الويب، على فكرة أنَّ كل صفحة ويب تحتوي على عدد من الروابط لصفحات ويب أخرى، أين نجد صفحات بها روابط قليلة أو لا تحتوي على أي رابط، وصفحات أخرى تحتوي على عدد كبير من الروابط. ومن ثم يركز اهتمام هذه النظرية على دراسة الروابط المتصلة بالصفحة، ودراسة كيفية نمو شبكة الروابط وكيفية تدفق المعلومات على طول الشبكات. وعليه تكمن فائدة هذه النظرية في دراسة الروابط الداخلية والخارجية للقصص الاخبارية والمقالات والتقارير الصحفية للمؤسسات الصحفية على الويب، وكذا دراسة الأسس التي يتم على أساسها إدراج هذه الروابط. (Tremayne, 2004, p p 3-4).

ب_نظرية الذات الثانية Second self theory:

تفترض نظرية الذات الثانية لصاحبها شيري توركل؛ أن :

ثمة اعتمادا كبير للناس على وسائط الاتصال الجديدة في مختلف مناحي الحياة، وترى توركل، بأن ما يوجد في الميديا الجديدة ليس سوى نمطا ثانيا من الحياة، يتقمص فيها الناس ما تسميه ذاتا ثانية أو ذواتا ثانية، ووفقا لتصورها تقول توركل بأن الناس يجدون في الميديا الجديدة فضاء للممارسة هوياتهم بحرية أكبر بعيدا عن تلك التي يفرضها التفاعل في التواصل اليومي، وقد مكنت الوسائط الجديدة الناس بفضل مميزات التقنية والاجتماعية من أن يلعبوا أدوارا عديدة تؤسس لذوات

جديدة. وتُشبه توركل ما يحدث أثناء التعاطي مع الوسائط الجديدة بسيناريو فيلم يكتبه الجمهور بحيث يُسند لنفسه دور الكاتب، المخرج، البطل، الشرير... بحيث يتقمص كل من الأدوار بحرية تامة، وهو أمر لا يمكن أن يحدث ضمن نمط الاتصالي اليومي الذي يلعب فيه الفرد دورا محدد (لميسي، 2014، ص71).

ج_ نظرية الكبسة الواحدة One click theory :

تشكل هذه النظرية النظرة المستجدة للجماهير التي كان راسل نيومان وآخرون يسمونها بالجماهير المفتتة والسلبية في إطار الإعلام التقليدي، حيث تغيرت موازين القوى بفضل السمة التحررية للوسائط الجديدة، والتي تعني بأن الجماهير أصبحت أكثر نشاطا وقدرة على صناعة المحتويات أو على الأقل الاختيار بين المحتويات المعروضة عليها. وفي ذات السياق تشير آنا ايفرت وجون كالدويل، إلى أن الخصائص التي توفرها المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث المدججة تسمح للجمهور بالوصول إلى المحتوى عن طريق كبسة زر واحدة، وذلك بدلا من التعرض لمحتويات معينة كانت مفروضة ضمن نطاق الإعلام التقليدي.

ويعتبر كل من جون هارتلي، وجون بورغس واكسل برونو، بأن هذه النظرية القائمة على الجمهور النشط، والمستعدة أصلا من أعمال هنري جينكنز، اكتسبت قوة كبيرة بفضل الدراسات حول السينما والفيلم في سنوات الثمانينيات، والتي بينت بأن الجماهير لها فعالية كبيرة جدا في تحديد الأفلام الأكثر نجاحا من خلال إتاحة الفرصة لها في الاختيار. غير أن الدخول القوي لشبكة الانترنت في الحياة الاجتماعية قلب كل شيء رأسا على عقب وحول الجماهير من الاختيار إلى صناعة لمحتويات، حيث أصبحت الفيديوها التي تعرضها الجماهير على مواقع مثل يوتيوب تحظى بنسب متابعة أكثر من تلك التي تنتجها هوليوود (لميسي، 2014، ص72).

د_ نظرية الفضاء الديمقراطي: Cyber Democratic theory

تعد من النظريات الحديثة التي يمكن تطبيقها على الانترنت فهي، تتماشى مع الانترنت بوصفها بديل لوسائل الإعلام التقليدية في تقديم ديمقراطية تجميعية، وقد أُطلق على هذه النظرية اسم "الفضاء الديمقراطي"، وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام الإلكترونية من خلال استخدامها للأدوات التفاعلية مثل، المنتديات، وحجر الدردشة، ومواقع التواصل الاجتماعي على اختلافها من فيسبوك وانستغرام... الخ. حيث تقوم بعمل ديمقراطية تجميعية للقارئ، يستطيع أن يعبر فيها الفرد عن آرائه بحرية كاملة، و أن يقول فيها ما لا يستطيع قوله عبر وسائل الإعلام التقليدية. فهي تمنحه فضاء حرا غير مراقب. كما أن الانترنت يمكن لها أن تزيل الحواجز الطبيعية، ويمكن للرسالة الإلكترونية أن تصل إلى أي شخص في أي

وقت، وتؤكد هذه النظرية على دور المجتمعات الافتراضية virtual communities ، والاستفتاءات الإلكترونية Electronic plebiscites في القيام بدور الديمقراطية الإلكترونية التخليعية عوضا عن الديمقراطية التي تقابل بالقمع خاصة في دول العالم الثالث، من ثم يمكن الاستفادة من هذه النظرية في الموضوعات المتصلة بالإعلام السياسي ورصد حرية التعبير عبر المنتديات والاستفتاءات، وكذلك يمكن الاستفادة منها في دراسة المواقع المعارضة للحكومات بوصف مواقع الانترنت بديل لوسائل الإعلام التقليدية مثل مواقع الأحزاب والجمعيات المحظورة (لوناسة و بن لطرش، 2013 ص ص 229-230).

2.3 البدائل المنهجية الممكنة لدراسة وسائط الاتصال الجديدة:

حاول الباحثون ولأجل تخطي جملة الإشكالات المنجية التي كانت تعيق عملية البحث في بيئة الوسائط الاتصالية الجديدة تقديم عدد من المقترحات أو يمكن القول حلول ومنا:

أ_على مستوى توظيف أساليب البحث المناسبة

انطلاقا من جملة الإشكالات التي عرضناها حول الإشكالات المتعلقة بالأساليب البحثية المستخدمة. قدم الباحثون بعض الحلول ومنها:

1) اتباع نموذج منهجي مزدوج عبر مراحل البحث المختلفة

لا يوفر الاعتماد على مناهج البحث الكمية وحدها، ولا حتى المناهج الكيفية وحدها، تصورا علميا آمنا لدراسة الظاهرة الإعلامية في البيئة وسائط الاتصال الجديدة، وإنما أصبحنا كباحثين أكثر احتياجا للربط بين الأساليب الكمية والكيفية، وتحقيق التكامل بينها في البحث العلمي في مجال وسائط الاتصال الجديدة. حيث يتيح ذلك البحث دراسة الظاهرة في سياقها، والحصول على معلومات تفصيلية وثرية عن الظاهرة بفضل استخدام الأساليب الكيفية ورفع مستويات الموضوعية والواقعية والمصادقية في النتائج التي يصل إليها الباحث لاستخدامه الأدوات الكمية لما لها من قدرة على تحويل البيانات والظواهر إلى أوزان كمية.

لذا فإن تبني نموذج منهجي مزدوج بالجمع بين الأساليب الكمية والكيفية، يتيح الاستفادة من مزاياها معا، وتلافي أوجه القصور التي يمكن أن تنشأ نتيجة الاعتماد على أحدها فقط (عبد المجيد، 2015، ص 9).

- في ذات السياق أشار الباحثون إلى أهمية الاعتماد على المنهج الاثنوغرافي، الذي يعد فرعا من البحوث الكيفية أو النوعية. فهو البحث الميداني الذي يتضمن دراسة مواقف الحياة الحقيقية (بن سلطان، 2010، ص 11). أي دراسة

التفاعلات الاجتماعية والسلوكيات والتصورات التي تحدث داخل المجموعات، والفرق، والمنظمات، والمجتمعات. (Reeves, Peller, Goldman & Kitto, 2013, p8). حيث يقوم الباحثون الميدانيون بمراقبة الناس في الظروف التي يعيشون فيها، أو المشاركة في أنشطتهم اليومية، ذلك بهدف دراسة الأشخاص في بيئات تحدث بشكل طبيعي. ودور الباحث في ذلك هو فهم وشرح ما يفعله الأشخاص في هذا الإطار (الحقل)، عن طريق المشاركة المباشرة فيه، والبيانات التي يتم جمعها، يجب أن تحدث بشكل طبيعي، وأن يتم التقاطها بطريقة لا يتم فرض المعنى عليها من الخارج (Dominguez et al, 2007, p2). ومن ثم فإن هذا الأسلوب حسب الباحثين في ميدان الإعلام والاتصال، يساهم بشكل كبير في دراسة الظاهرة الاتصالية على شبكة الانترنت عن قرب، من خلال دراستها في سياقها. الأمر الذي يساهم في تقديم تفسيرات أكثر واقعية وموضوعية لمختلف السلوكيات الاتصالية التي تحدث فيها.

لقد قدمت للمنهج الإثنوغرافي على شبكة الانترنت العديد من المسميات مثل:

"الإثنوغرافيا الرقمية digital ethnography"، "الإثنوغرافيا الافتراضية 'virtual ethnography'"، "إثنوغرافيا الخطاب على الانترنت"، "discourse-centred online ethnography" الإثنوغرافيا على الانترنت "ethnography on the internet"، "إثنوغرافيا الأفضية الافتراضية 'ethnography of virtual spaces'.... ومهما كانت تسميتها، فهي جميعا تسعى إلى البحث في البيانات المختلفة التي خلقتها الانترنت كشبكات التواصل الاجتماعي و المدونات والمنتديات مواقع الويب... وغيرها (لوانسة وبن لطرش، 2013، ص 239). فالإثنوغرافيا الافتراضية تمت صياغتها للبحث عن الظواهر والثقافات في البيئات عبر الانترنت (Haverinen, 2015, p80). أين تسعى إلى إبراز طبيعة الاتصال والترابط البيئي والإبداعات والابتكارات المتبادلة connectioness and mutual creation، للحياة على الخط Life Online والحياة خارج الخط Life Offline (بوكروخ وآخرون، 2015، ص 104).

في مقابل هذه المصطلحات استخدم روبرت كوزينتز "Robert Kuzintz" مصطلح "البيت - نوغرافيا"، وهو الأكثر تداولاً، وهو مفهوم يجمع بين الإثنوغرافيا وتسمية الشبكة العنكبوتية، ويرى بأن هذا المنهج ذو فائدة عظيمة في تفسير العلاقات الموجودة داخل الجماعات التي تتكون عبر شبكة الانترنت (هميسي، 2014، ص 78). ويرتكز إجراء الإثنوغرافيا الافتراضية على مجموعة من الخطوات من أجل القيام بها، وهي:

أولاً-تحديد المجتمعات(الافتراضية) المراد دراستها: تعد هذه المرحلة صعبة جدا، كون الباحث يواجه فيها صعوبة الحصول على ترخيص الدخول إلى المجتمعات، وهنا يستلزم عليه اللجوء إلى حراس البوابة. وهم أصحاب المواقع أو المشرفين، أين يلجأ الباحث إلى أخذ الإذن منهم بدخول المجتمعات.

ثانيا-التفاوض حول الوصول إلى المبحوثين: نظرا لكون البحث الإثنوغرافي سيتم مع مجموعات افتراضية يسعى الباحث إلى تأمين أذونات أعضاء المجتمع (المبحوثين) من أجل إجراءه، وفي هذا الإطار يقوم الباحث بتفسير وشرح غايته من جراء البحث أو مشروعه، وكذا عرض الفائدة من البحث على المبحوثين، ويعد هذا الإجراء أخلاقي بالدرجة الأولى وضروري لإجراء البحث الإثنوغرافي عبر الانترنت، وهذا لمكافحة ممارسات بعض أشكال الإثنوغرافيا التقليدية الذين يرصدون دون الاعتراف بوجودهم أو دورهم. وتجدد الإشارة هنا إلى أن المشاركين لهم الحرية في الانسحاب من البحث في أي وقت دون سبب، لذا على الباحث تذكير المبحوثين دائما وخلال فترة الدراسة بالغاية من البحث.

ثالثا-الاتصال: يقوم الباحث خلال هذه المرحلة بمشاركة المبحوثين في عملية الاتصال، وكذا مراقبة وملاحظة ما يقومون به، حيث تساعد الملاحظة بالمشاركة الباحث من الكشف عن الحوادث اليومية. وهنا يلزم الباحث بتجميع الملاحظات الميدانية خلال فترة البحث.

رابعا-مقابلة العمق الإلكترونية: يقوم الباحث هنا بإجراء مقابلات غير منظمة مع المبحوثين. مثلا، من خلال البريد الإلكتروني من أجل تسهيل فهم المعنى، وكذا استكشاف المعاني الحقيقية التي يقدمها المبحوثين.

خامسا: إرجاع النتائج والتحليل إلى المجتمع: تميل الإثنوغرافيا التقليدية والممارسات الإثنوغرافية الافتراضية بعد إجراء المقابلة والتحليل إلى إرجاع الباحث النتائج إلى المشاركين للتعليق و إعادة الصياغة، ويعد هذا الأمر حيوي إذا كانت الجهود البحثية تسعى إلى تلبية أهداف تخدم المجتمع (Haverinen,2015,p81).

من أهم الإسهامات المنهجية في البحوث الإثنوغرافية كانت من خلال تتبع كفاءات اكتساب اللغات الجديدة للتواصل مع الجماعات الافتراضية، حيث يمكن العودة إلى العيدي من الدراسات التي تتبع المنهج النت-نوغرافي وزاوجته بأدوات أخرى على غرار التحليل السوسيو- لساني، للكشف عن طبيعة اللغات المستخدمة في التواصل بين الجماعات الافتراضية، آليات بناء هويات متعددة عن طريق مختلف التطبيقات التي تزخر بها الميديا الجديدة (عبد المجيد، 2015، ص ص 12-13).

ب- تطوير أدوات تحليل مختلفة لدراسة ظواهر وسائط الاتصال الجديدة

إن طبيعة الظاهرة الإعلامية الجديدة التي تنتجها بيئة وسائط الاتصال الجديدة بكل ملامحها وخصائصها المختلفة، تدفعنا للعمل على تطوير واستخدام أساليب بحثية تتناسب مع هذه الظاهرة ومن ذلك:

1- استخدام أداة تحليل الشبكات:

نظرا لقصور وعجز أداة تحليل المضمون بصورتها الكلاسيكية عن تقديم البيانات والمعلومات الدقيقة عن المحتوى الذي يدرسه الباحث على تطبيقات وسائط الاتصال الجديدة. حيث عجزت عن الكشف عن طبيعة العلاقات والارتباطات التي تمثل جزء أصيل في تكوين بنية الويب وتطبيقات الإعلام الاجتماعي. لهذا برزت الحاجة إلى اللجوء إلى استخدام أساليب أخرى في التحليل لدعم العمل البحثي وتحقيق التكامل في دراسة الظاهرة.

لقد اقترح الباحثون الاستعانة بأسلوب تحليل الشبكات كأحد أساليب التحليل المعتمدة في دراسة العلاقات والتفاعلات بين المجموعات النقاشية، أو المدونات الموجودة على شبكة الانترنت، والأفراد ذوي الاهتمامات المشتركة وغير ذلك من تفاعلات مستخدمي تطبيقات الإعلام الاجتماعي. حيث يأتي استخدام تحليل الشبكات ليلي مطلب بحثي وهو الإجابة على سؤال "من و/أو" ماذا "يرتبط" بمن و/أو ماذا". وهو يكشف عن علاقات القوة والهيمنة أو التأثير بين الكيانات المختلفة، كما يمكن استخدامه في دراسة المصادقية في المواقع الإعلامية من خلال البحث في الإحالات الموجودة وأنواعها ودلالات توظيفها. ويتم تنفيذ الأسلوب بالاعتماد على البرمجيات والتقنيات المناسبة Web crawlers التي تستخدم في هذا الغرض من خلال تتبع شبكة الروابط والإحالات الموجودة بين وحدات معينة على الشبكة وبيان شكل الارتباط ومساره وخريطة توزيعه (عبد المجيد، 2015، ص 13).

2- أداة تحليل هيكل الخطاب: Discourse Structure Analysis:

يتسم المحتوى المنشور في وسائط الاتصال الجديد وبالتحديد مواقع التواصل الاجتماعي بطبيعته التفاعلية والتشاركية، التي تجعل التفاعلات المتبادلة عن الموضوع وحدة واحدة متكاملة، ويتربط عن هذا:

- إن هذه التفاعلات والعلاقات الارتباطية تتسم بأنها تنشأ من طبيعة المحتوى الاتصالي المتبادل نفسه.
- أن هذه التفاعلات قد يكون هيكلها بسيط أو مركب أو يسجل تدخلات من أطراف عدة أو أنها ثنائية فقط.
- محتوى هذه التفاعلات يمكن أن يركز على موضوع واحد رئيسي أو متفرع عنه موضوعات أخرى.

إن المحتوى السالف الذكر يحتاج إلى استخدام أسلوب في التحليل يأخذ في الاعتبار مدى الترابط بين الرسائل الاتصالية المتبادلة، إضافة إلى السمات الأخرى التي يمكن أن يكشف عنها المحتوى مثل الأسلوب المستخدم في الحوار، والصفات المنسوبة للأفعال والشخصيات، الرموز وأساليب التشبيه أو الاستعارة أو التورية وما شابه وغيرها من السمات التي يكشف عنها تحليل الخطاب. ويمكن في هذه الحالة تدعيم تحليل الخطاب، وتحليل المضمون بالاستعانة بأسلوب تحليل هيكل الخطاب المستعين بالحاسب الآلي. والذي يمر عبر أربع خطوات، تبدأ بتحويل سجل المحادثة إلى شكل من البيانات الخام، ثم ترميزها بالإشارة إلى مصدرها Reference ، ثم ترميز كل رسالة متضمنة في سجل المحادثة بالنظر إلى علاقتها بالرسائل الأخرى Discourse structure building ، ثم تحليل وتفسير الرسائل المتبادلة (عبد المجيد ، 2015 ، ص ص 13-14).

ج- البدائل الممكنة على مستوى اختيار وتحديد العينة:

1- استخدام العينات العمدية "غير الاحتمالية" في مقابل العينات العشوائية الاحتمالية:

يتسم مجتمع وسائط الاتصال الجديدة بالمرونة والديناميكية، فالبيانات عليه تكاد تكون في حالة تغير دائم ومستمرة، سواء تمثلت في مستخدمي هذه التطبيقات، أو في المحتوى المنشور عليها. لذا، يكاد يكون من المستحيل تحديد إطار عام لمفردات مجتمع البحث في بحوث الوسائط على اختلافها، سواء كانت الدراسة ميدانية أو تحليلية. نظرا لعدم تحقق المعايير المطلوب توافرها لاختيار عينة "عشوائية احتمالية".

فالباحث لا يستطيع استخدام عينة عشوائية، نظرا لصعوبة اللحاق إليها، إلى جانب عدم إمكانية تعميم النتائج التي يصل إليها على مجتمع البحث ككل. وبالتالي تكون العينات العمدية "غير الاحتمالية" أكثر فاعلية من العينات "العشوائية الاحتمالية"، ولها أهمية ومجال أكبر للتطبيق في بحوث وسائط الاتصال الاجتماعي، وبخاصة مواقع التواصل الاجتماعي للأسباب التالية:

- تتجاوز العينة العمدية المشكلات التي تواجه عملية اختيار وسحب عينة عشوائية، بسبب عدم توافر المعايير المطلوبة لاختيار عينة عشوائية تمثل مجتمع البحث. حيث لا يمكن الاستناد إلى إطار عام محدد لمجتمع البحث، ولا يمكن تعريف كل مفردة فيه ليكون لها نفس فرصة الاختيار في العينة، مما يفسد سلامة عملية اختيار عينة عشوائية في بحوث تطبيقات الإعلام الاجتماعي (عبد المجيد ، 2015، ص 15).

- أنواع العينات العمدية المختلفة، هي الأنسب لطبيعة تطبيقات وسائط الاتصال الجديدة، من مثل شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك في أنه يمكن الاستعانة بالعينة المتاحة Availability sampling ، وهي العينة التي يستطيع الباحث الوصول إليه، من خلال نشر الاستبيان على مواقع التواصل الاجتماعي على من تتوفر فيهم الخصائص المطلوبة (مثل العمر، التعليم، الجنسية... الخ)، كما يمكن الاستعانة بالعينة الحصصية أو Quota وفي هذه الحالة فإننا نحتاج لتوخي

الدقة في تحديد خصائص مجتمع البحث. كذلك تتناسب عينة "كرة الثلج" أو Snowball مع تطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية استخدامها. حيث يعتمد فيها الباحث على الترشيحات التي يحصل عليها من عدد من الأشخاص الذين يختارهم عمدياً ابتداءً، لأنه تتوفر فيهم خصائص مجتمع البحث، ثم يقومون هما بعد ذلك بترشيح عدد آخر من الأشخاص وفقاً للخصائص المطلوب توافرها وهكذا... الخ (عبد المجيد، 2015، ص15).

خاتمة:

يعد إغفال الاختلافات العميقة التي تتسم بها وسائط الاتصال الجديدة عن وسائل الإعلام التقليدية، من أهم أسباب بروز الإشكالات المنهجية والنظرية التي أسلفنا توضيحها.

ومن خلال ورقتنا هذه قدمنا عدداً من الحلول والمقترحات للتعامل مع هذه الإشكالات. حيث عملنا على مستوى الإشكالات النظرية بتقديم عدد من النظريات التي استحدثها الباحثون في المجال لدراسة وسائط الاتصال الجديدة، وظواهرها المختلفة، من خلال دراسة مستخدميها ومختلف التفاعلات والعلاقات الاتصالية التي يقومون بها على منصاتها، دون إغفال للسياقات الاقتصادية والسياسية التي تحدث فيها هذه الفاعلات مثل النظرية الذات الثانية، وكذا نظرية الكبسة ونظرية الشبكة.

إلى جانب هذا، حاولنا على مستوى الإشكالات المنهجية تقديم بعض الحلول المنهجية. فعلى مستوى الأساليب البحثية، أشرنا إلى ضرورة تحقيق التكامل بين الأساليب البحث الكيفية والكمية، حيث تسمح بدراسة الظاهرة في سياقها والحصول على معلومات تفصيلية وثرية عن الظاهرة.

كما أشرنا إلى ضرورة العمل على تطوير الأدوات البحثية، من خلال ضرورة الابتعاد عن الأدوات التقليدية من مثل تحليل المضمون وتحليل الخطاب. والاعتماد على أدوات جديدة، مثل تحليل الشبكات وتحليل هيكل الخطاب الذين يتماشى مع طبيعة محتوى مواقع التواصل الاجتماعي، الذي يتسم بالتشعب. في خضم ذلك، وفي إطار اختيار العينة دعينا إلى ضرورة توخي الاعتماد على العينات العشوائية الاحتمالية، والاعتماد على العينات العمدية غير الاحتمالية. لأن الأولى لا يمكنها تقديم إطار عام لمجتمع البحث ولا يمكنها لمس محتوى هذه الوسائط، الذي هو في حالة ديناميكية وتجدد وتغير شبه مستمرة، سواء كانت بالإضافة والتطوير أو بالحذف والاختفاء، الذي يمس المحتوى (أي النصوص) المنشورة عليها، أو على مستوى المواقع والتطبيقات الموجودة نفسها.

قائمة المراجع:

- 1- بخيت، السيد (2016). الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث وسائل التواصل الاجتماعي: قراءة تحليلية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، العدد 134، 16-196.
- 2- بن سلطان السلطان، فهد (2010). *المنهج الإثنوغرافي - رؤية بحثية تجديدية لتطوير واقع العمل التربوي*. السعودية: كلية التربية، جامعة الملك سعود.
- 3- بوكروح، مخلوف؛ قسايسية، علي؛ لعياضي، نصر الدين؛ فتيحة، معتوق؛ لعبان، عزيز؛ بن دحان، محمد (2015). *وسائل الاتصال بين الإرسال والتلقي*. الجزائر: كلية علوم الإعلام والاتصال.
- 4- دغمان، هالة؛ بومعيرة، السعيد (2017). دراسات الوسائط الاتصالية الجديدة: قراءة في الأطر النظرية والمنهجية. *المجلة الجزائرية للاتصال* 16 (26)، 88-105. تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/81427>
- 5- سيساوي، فضيلة (2011). قراءة في المقاربات النظرية المفسرة لاستخدام وامتلاك التكنولوجيا. *مجلة العلوم الإنسانية*. العدد 36، 19-34. تم الاسترجاع من موقع <http://revue.umc.edu.dz/index.php/h/article/view/114>
- 6- عبد المجيد صلاح، مها (2015). الإشكاليات المنهجية في دراسة تطبيقات الإعلام الاجتماعي: رؤية تحليلية. *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، تم الاسترجاع من موقع <https://units.imamu.edu.sa/Conferences/smumc/Document.pdf> 20%د/20%مها/20%عبد/20%لمجيد.
- 7- لعياضي، نصر الدين (2014). تكنولوجيا وسائط جديدة وإشكاليات قديمة: التفكير في عدة التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية. *المجلة الجزائرية للاتصال*، 13 (22). تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/82549>
- 8- لوانسة، سوسن؛ بن لطرش، ليلي (2019). الإشكاليات النظرية والمنهجية لبحوث الإعلام الجديد قراءة تحليلية. *مجلة المعيار* 23 (47)، 220-238. تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/95012>
- 9- لميسي، نور الدين (2014). الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة: قراءة نقدية. *مجلة العلوم الإنسانية والمجتمع* 33 (12)، 61-86. تم الاسترجاع من موقع <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/48277>

- 10- محمد نصر، حسني (2015، مارس). *اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديد. دراسة تحليلية للنتائج العلمي المنشور في دوريات محكمة*. ورقة مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي-التطبيقات والإشكالات المنهجية بجامعة الإمام محمد سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، الرياض.

- 11-Dominguez ,D . , Beaulieu, A., Estalella, A., Gomez ,E., Schnettler , B & Read ,R . (2007). Virtual Ethnography. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 8(3) . Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/260402298_Virtual_Ethnography

- 12- Haverinen,A.(2015).Internet Ethnography :The Past , the Present and the

Future. *Ethnologia Fennica*,42,79-90. Retrieved from

<https://journal.fi/ethnolfenn/article/view/59290>

- 13- Reeves,S.,Peller,J.,Goldman,J., & Kitto,S.(2013).Ethnography in qualitative educational research:AMEE Guide No.80. *Medical Teacher*,35 (8), e1365- e1379. Doi: 10.3109/0142159X.2013.804977

- 14- Tremayne, M.(2004). Applying Network Theory to the Use of External Links on News Web Sites, *Internet Newspapers: Making of a Mainstream*

Medium(p p1-26). Retrieved From

https://liberalarts.utexas.edu/france-ut/_files/pdf/resources/Tremayne.pdf