

دراسة المستخدم في الفضاء السيبراني: إشكاليات وتحديات

Studies of the user in the cyberspace : problematics and defies

نمس و داد طالبة دكتوراه

(جامعة أحمد بن بلة، وهران 1)

nems.wided@edu.univ-oran1.dz

تاريخ القبول: 2021/12/10

تاريخ الاستلام: 2021/11/20

الملخص:

تنعكس ملامح وهوية الميديا الجديدة، إلى حد بعيد على أشكال استخدام وتلقي المحتوى الإعلامي من طرف المستخدمين، حيث تفرض وساطة الشاشة الرقمية سياقات جديدة للتواصل، أو تملك المحتوى الإعلامي والثقافي، ذلك ما لفت اهتمام الباحثين نحو دراسة الممارسات الجديدة التي نتجت عن استخدام الشبكة الانترنيتية، خاصة في ظل باراديغمات سوسيولوجيا الاستخدام، التي عُيّنت بالأبعاد السوسيوتقنية وتداعياتها على مستخدمي الشبكة الإلكترونية.

غير أن خصوصية هذا السياق التواصلي الجديد لم تنعكس فقط على جمهور الميديا الجديدة، إذ تؤثر كذلك على الجانب الاستيمولوجي والمنهجي، حيث تطرح العديد من التحديات والإشكاليات أمام الباحثين في مجال سوسيولوجيا الاستخدام، فالباحث الذي يعنى بدراسة مستخدمي الميديا الرقمية، يصطدم بجملة من العوائق البحثية التي تفرضها التقنية أو طبيعة الجمهور نفسه كالاتبات الهوياتي للمستخدم، وهو ما يؤثر بدوره على مدى مصداقية البحوث العلمية نفسها في هذا المجال.

تسعى هذه الورقة البحثية إلى إثراء النقاش حول الإشكاليات المفاهيمية، المنهجية، والأخلاقية، التي قد تفرضها دراسة مستخدمي الواب.

الكلمات المفتاحية: دراسة المستخدم - الفضاء السيبراني - الإشكاليات البحثية - التلقي - الميديا.

Abstract

The special features of digital media impacts largely the forms ; usage and reception of the mediatic content, infact the mediation of the digital screen imposes a new contexts of communication or possession of mediatic or culturel contents ; that is what motivated the searchers in human and social sciences field

toward the studies of these new practices and issues of internet usage especially in the light of the sociology of using ; the latter has adressed the socio-technical dimensions and their repercussions on the users but the particularity of this new context of research impacts also the epistemologic and methodologic field because it poses numerous defies and problematic issues to researchers in this field.

In effect ; the searcherwhoistreating the user's practices as a theme of research ; thissearcher faces a specific obstacles related to thismethod or the partucularity of the public itself, the dinamycidentity of the user could affect the cridibility of the researchitself in thisfield .

Through this document of research we seek to extend the discussion about methodological and ethical problematic that poses the analysis of users.

Key words : digital media, analysis of users, problematic, research, reception

مقدمة:

يشهد ميدان الإعلام والاتصال في ظل انتشار الوسيط الإلكتروني عدّة تغيرات على مستوى إنتاج المحتوى الإعلامي، أو تلقيه من طرف جمهور الواب الذي يختلف عن نظيره الكلاسيكي، حيث يلعب السياق الرقمي دورًا مركزيًا في تحديد سماته، هذا وإن كانت هوية الجمهور قد ارتبطت ارتباطًا وثيقًا بالتوجهات البحثية في هذا الميدان، فتصور الجمهور ككيان سلبي لم يرتبط بحقيقة موضوعية لجمهور ثلاثينات القرن الماضي مثلاً، بقدر ما ارتبط بالرؤية البحثية التي كانت سائدة آنذاك، لأن التفاعل الذهني مع المحتوى الإعلامي لم يكن غائباً لدى الجمهور، بل مُغيّباً لدى الباحثين، قبل ظهور باراديغمات التلقي، دون أن نغفل من جهة أخرى، أن التطور التكنولوجي لتقنيات الاتصال لعب دورًا في إعادة تشكيل سمات الجمهور، حيث يعزز الفضاء الرقمي الأبعاد التفاعلية بين المستخدم والمرسل من ناحية، وبين المستخدم والتقنية من ناحية أخرى.

لقد أسفرت الملامح الجديدة لجمهور وسائل الإعلام الرقمية عن عدة انعكاسات على الجانب البحثي أيضاً في دراسة المستخدم، ففي ظلّ تشظي الجمهور وشخصنة استخداماته، وديناميكية هويته الإلكترونية، يجد الباحث نفسه أمام جمهور مغاير عن متلقي الإعلام التناظري، وهو ما يطرح بدوره جملة من العوائق والصعوبات المنهجية، المفاهيمية، والأخلاقية، و التي ترتبط أساساً بالطابع المتفرد للسياق الرقمي، وهوية مستخدميه، غير أن بعض الدارسين في مجال سوسيولوجيا الاستخدام، وفي خضم انشغالاتهم العلمية، قد لا يأخذون بعين الاعتبار ما تطرحه البيئة السيبرانية من رهانات ومشكلات بحثية

تُساءل مصداقية معطياتهم البحثية نفسها، فضلا عن الصعوبات المنهجية التي ترتبط بجمع المعطيات حول المبحوثين في ظل المجتمعات الافتراضية، والرهانات الأخلاقية التي ترتبط بمفهوم مرئية المستخدم la visibilité، إذ اختزل نيكو كميرزوف هذه الصعوبات في قوله "أن العالم الرقمي الذي تنبأ به ماركس ماكلوهان ووليام غيبسون... استحال إلى يوتيوبيا رقمية يصعب إخضاعها للبحث العلمي الرصين والدقيق" (هميسي، 2014، 61-86)

من هنا تأتي أهمية هذه الورقة العلمية في سعيها إلى لفت اهتمام الباحثين حول أبرز الإشكاليات التي يفرضها الواقع البحثي الجديد في دراسة المستخدم، وتسليط الضوء على بعض الرهانات البحثية والأخلاقية المتعلقة بالكشف عن جمهور الواب، معتمدين في ذلك على المنهج الوصفي، الذي يُعرف بأنه كل استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة، كما هي قائمة في الحاضر، قصد تشخيصها وكشف جوانبها، فالأبحاث الوصفية هي أبحاث يتم فيها دراسة الوضع الراهن للظاهرة، دراسة تصويرية دقيقة من حيث العناصر المكونة لها (أنجرس، 2004، 219)

وتنطلق هذه الدراسة النظرية-الوصفية من أربع محاور أساسية، إذ ارتأينا بداية تحديد الأطر المفاهيمية لكل من الفضاء الرقمي، الميديا الجديدة، كسياق اتصالي وبحثي جديد، والاستخدام كمفهوم حديث في ظل العملية الاعلامية.

كما نعالج عبر محور ثانٍ إشكالية توصيف الجمهور في الميديا الجديدة، والإشكال المطروح حول مفاهيمية التلقي والاستخدام، ويركز المحور الثالث الموسوم بالهوية الرقمية وإشكاليات دراستها، على عنصرين أساسيين هما مصداقية بيانات المستخدم ولاتبات معطياته في الفضاء السيبراني.

أخيرا يُعنى المحور الرابع الموسوم بالإشكاليات الأخلاقية في دراسة مستخدمي الواب، بالالتباس القائم بين الفضاء العام والخاص في ظل البيئة الرقمية، فضلا عن إشكالية تطبيق مبدأ مجهولية الهوية، وحماية الحياة الخاصة للمبحوث-المستخدم.

1. مدخل مفاهيمي:

. الفضاء السيبراني: "الفضاء الرقمي، الإلكتروني أو السيبراني، كلها مصطلحات تشير إلى الاتصال المستمر بين سكان الأرض، على مستوى شبكة الانترنت، مما يقتضي التزامنية" (طوالبية، 2019، 47-58)

وكتعريف إجرائي يمكن تناول مفهوم الفضاء السيبراني عبر شقين أساسيين، الشق المادي التقني، والجانب البشري اللامادي، إذ يُشار به إلى: الفضاء الذي يسمح بالتواصل والتفاعل بين الأفراد، انطلاقا من الأجهزة الحاسوبية، وتوافر الشبكة الانترنيتية، كما يسمح بالتفاعل بين الفرد و المحتوى المرقمن بواسطة الحوامل التكنولوجية الرقمية.

. الميديا الجديدة: كلمة Media مشتقة من meduim وهي كلمة لاتينية تعني الوسيلة أو الوسيط، في حين يشير مصطلح "الجديد"، إلى جملة من التغيرات الجذرية العميقة، التي تميز هذه الوسائط التكنولوجية الرقمية، إلا أن هذه "الجدة" لا تشمل شكل التوزيع والتخزين وطبيعة الوسيلة فحسب، إذ تشير كذلك إلى جدة أنماط الإنتاج والتلقي، التي أفرزت طبيعة مغايرة للنظام الاتصالي عبر سيرورة تفاعلية، "ويعد أول من استخدم مصطلح وسائل الإعلام الجديدة هو مارشال ماكلوهان سنة 1953، والتي أطلقها على تكنولوجيات الاتصال، غير أن مفهومها الحالي ظهر جلياً في أواخر سنة 1990، ليطلق كوصف لهيمنة التكنولوجيات الرقمية" (عطية، 2018، 298-310)

وقد "أدى ظهورها إلى خلق شرح تاريخي بين ما قبل النيوميديا وما بعدها، فعلى عكس الميديا التي سبقتها والتي تميزت بالجماهيرية، والاستخدام الاجتماعي، تتميز الميديا الجديدة بانسيابيتها، واستعمالها الشخصي" (حمال، 2018، 1045-1055)

ويشير مفهوم الميديا الجديدة حسب قاموس ليستر إلى مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة، التصوير الفوتوغرافي، الصوت والفيديو (الخلفاوي، 2015، 291-320)

وكتعريف إجرائي لمفهوم الميديا الجديدة، يمكن القول أنها عملية نشر محتويات إعلامية بمختلف أشكالها، في صيغة رقمية إلكترونية، عبر نشر أخبار ذات أهمية لدى الجمهور، مع الاستفادة من التقنيات التي تتيحها الشبكة من وسائط متعددة Multimedia وفائقية أو تشعبية النص Hypertext وتفاعلية المستخدم مع المضامين الإعلامية.

. مفهوم الاستخدام: ويطلق على العلاقة التي تربط بين المستخدم، والتقنية أو الوسيط الاتصالي، في سياق اجتماعي وثقافي محدد، وقد ارتبط مفهوم الاستخدام بالتملك l'appropriation الذي يحيل بدوره إلى استقلالية المستخدم l'autonomie، كما يرتبط بالتفاعلية "فالاستخدام لا يكون إلا في إطار تفاعلي" (Vidal, 2013, 9-46)

وقد كان أول توظيف لهذا المفهوم من طرف التيار الوظيفي الأمريكي، وتحديدًا رواد نظرية الاستخدامات والإشباع، ما بين 1960 و1970، وذلك لإعادة النظر في أنموذج التأثير المطلق للميديا على المتلقي، حيث جاء مفهوم الاستخدام للإشارة إلى الجمهور الذي يستخدم "وبشكل نشط" وسائل الإعلام، لإشباع حاجات فردية واجتماعية (Proulx, 2005, 7-20)

انطلاقاً مما تقدم يمكن اعتبار الاستخدام كعملية تعرض اختياري لوسيلة ومحتوى إعلامي بما يتوافق مع الاختيارات الشخصية للمستخدم، في إطار سياق اجتماعي محدد، هذا وإن البعد التفاعلي الذي يشير إليه مفهوم الاستخدام لا يرتبط بالتفاعل كآلية ذهنية نشطة تصنع معنى النص عبر تأويلات

معينة، بل إلى ممارسات وأفعال نشطة في سياق البيئة الإلكترونية كالتقييم والتعليق، والنسخ، والمشاركة، وكتابة النص نفسه.

2. إشكالية توصيف جمهور الميديا الجديدة: متلقي أم مستخدم؟

ارتبطت دراسات الجمهور في علوم الإعلام والاتصال، بجملة من المفاهيم التي من شأنها توصيف العلاقة بين الجمهور والمحتوى الإعلامي أو الثقافي، من بينها "التلقي"، "التعرض"، "الاستهلاك"، واختلف الباحثون حول توظيف هذه المفاهيم، كما لم يحظ مفهوم الجمهور Audience بحد ذاته بإجماع الباحثين، فإذا كان الجمهور في جانبه الأميريقي يحيل إلى "مجموعة واسعة من القراء أو المشاهدين، تتكون من مجموعات معزولة عن بعضها البعض، مجهولي الهوية، وموزعة على إقليم جغرافي واسع نسبياً، دون إمكانية الرد الفوري على الرسالة الإعلامية" (Chaniac, 2003, 35-48)، فإن مفهوم الجمهور نظرياً بقي رهيناً بتعدد المقاربات والنظريات الاتصالية، إذ يُختزل وصفه بالجمهور السلبي لدى المدرسة السلوكية، في حين يوصف بالجمهور النشط لدى نظريات التأثير المحدود

ومع ستينات القرن الماضي، جاءت نظرية التلقي لتحتمي بالمكانة الفاعلة للجمهور، في إعادة إنتاجه للنص وفق مرجعياته الثقافية، وهو ما يعيد تعريف الاتصال من نموذج الأحادي كعملية إرسال واستقبال، إلى سيرورة تواصلية إجتماعية تتفاعل فيها عملية الإنتاج والتلقي، ويمكن تعريف هذا الأخير بأنه "اللحظة التي تتشكل فيها دلالات النص من قبل الجمهور (Daniel, 2000, 427-456)

وفقاً لذلك تستند عملية التلقي إلى تفاعل ذهني، نفسي، مع المادة الاعلامية أو الثقافية، من خلال تأويل دلالات النص من طرف الجمهور، وقد اهتمت الدراسات في إطار هذا النموذج بالكيفية التي يؤول من خلالها الجمهور المحتويات الاعلامية والثقافية التي يتلقاها عبر وسائل الإعلام

غير أن ظهور الميديا الرقمية، كان قد أفرز شكلاً آخر من أشكال التفاعل، وهو ما يعرف بـ "الاستخدام"، حيث نتج عن مبدأ المصدر المفتوح، أن جعل من المتلقي أكثر من مؤول نشط لمحتوى إعلامي، بل صانع لهذا المحتوى، وهو ما دفع ببعض الباحثين، على غرار لويس كيري إلى تصنيف نظرية التلقي كنظرية متجاوزة في البيئة الرقمية، لصالح أنموذج آخر هو سوسيولوجيا الاستخدام (Quéré, 1996, 31-37)

فالحديث عن الممارسات الجديدة "الاستخدامات" في ظل الميديا الجديدة، بدءاً بالتعليق والتقييم ومشاركة المحتوى، إلى صناعة المحتوى نفسه من طرف المستخدمين، فضلاً عن العلاقة التفاعلية المادية بين المستخدم والتقنية، كل ذلك دفع ببعض الباحثين إلى افتراض أن حالة التلقي قد تم استبدالها وتجاوزها إلى حالة الاستخدام بفعل رقمنة الوسائط الاعلامية، حتى أن بعض الباحثين يعرف الاستخدام

نفسه على أنه "استعاضة مفاهيمية عن الوصف التقليدي (تلقي-إرسال)، المستدل بهما على طبيعة العلاقة مع وسائل الاعلام التقليدية (عبدلي، 2014، 51-64)

غير أن هذا التصور يبقى قاصراً عن احتواء كلا المفهومين، إذ يفترض أن "استخدام" الميديا الرقمية تتيح ل (جمهورها) أبعاداً تفاعلية لا توفرها حالة "التلقي"، ويغفل أن كلاهما يعبر عن شكل من أشكال التفاعل المتباينة جوهرياً، فالاستخدام يرتبط وفقاً لسوسيولوجيا الاستخدام بحالة تفاعل مادية مع التقنية، في حين يعبر التلقي عن تفاعل ذهني مع المادة أو المحتوى الإعلامي، وقد يكون المستخدم بذلك متلقٍ للمحتوى في البيئة الرقمية، ومستخدم لحامله التقني في الآن ذاته.

تبعاً لما تقدم، لا يعد مفهوم المستخدم بديلاً يلغي مفهوم المتلقي، كما يمكن توظيف كل من حقلي بحثهما، أي الأطر المفاهيمية لكل من نظرية التلقي، وسوسيولوجيا الاستخدام لفهم الكيفية التي يمتلك بها مستخدمو الواب، كلا من المحتوى وحامله الرقمي.

3. الهوية الرقمية للمستخدم وإشكاليات دراستها:

1.3 مصداقية بيانات المستخدمين:

تشكل البيئة الرقمية عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، فضاءً مفتوحاً لمستخدمي الواب للتعبير عن ذواتهم، وتنفرّد أشكال هذا التعبير بطابعها الافتراضي الذي يغيب من خلاله الحضور الفيزيقي للمستخدم، لتحل محله قاعدة من البيانات التي تعرّف بهويته، في شكل معطيات مجزأة (بيانات الملف الشخصي، الصور الشخصية)، فضلاً عن آرائه الاجتماعية والسياسية (المنشورات والتعليقات).

وقد أفرز هذا الحضور الافتراضي الجديد للأفراد الاجتماعيين مفهوم الهوية الرقمية L'identité numérique والتي تعرفها موسوعة الويب Webopedia بأنها "الشخصية التي يتم إنشاؤها من طرف المستخدم الذي يعمل كصلة وصل بين الشخص الطبيعي والشخص الظاهري للمستخدمين، فالهوية الرقمية تشكل وسيطاً بين الفرد الطبيعي والأشخاص الآخرين (بايوسف، 2011، 465-487).

يعد هذا الوسيط/الهوية الافتراضية وليد الممارسات الجديدة الناتجة عن التفاعل في ظل الفضاء

الرقمي، والتي كسرت المفهوم الكلاسيكي للهوية كمعطى ثابت ومستقر، فامتلاك هوية رقمية يعني أيضاً

امتلاك حرية التحكم في بياناتها من طرف مستخدمي الواب، كتغييرها أو تجديدها أو حذفها في أي لحظة،

ذلك أن المرونة والديناميكية هي السمة الأولى للهوية الرقمية التي يصفها Dufour Baidouri في قوله

إنّ "الحضور الجديد للفرد المعاصر المجسد في الهوية الرقمية يظهر عبر هوية مجزأة ومتناثرة... وهي هوية

غير جامدة، لأنها في تجديد دائم" (Baidouri, 2013, 14)

وفي هذا السياق فإن اللاتبات الهوياتي، وغياب الحضور الفيزيقي، والإمكانية المفتوحة للتحكم في البيانات، تفسح المجال للمستخدم لتجسيد شخصيات مجهولة الهوية، قد تختفي تحت أسماء مستعارة أو رمزية، أو تتوارى خلف بيانات وهمية لا تتطابق مع الهوية الواقعية للفرد، وهو ما يطرح إشكالات عديدة أمام الباحثين في مجال الميديا الجديدة، في توصيفهم للمستخدم. حيث أن الاعتماد على البيانات الإلكترونية التي يتيحها المستخدم يعد توظيفاً لمعطيات غير ثابتة من جهة، وغير مؤكدة من جهة أخرى في إطار البحوث العلمية.

فهل تشكل هذه البيانات بالفعل انعكاساً للهوية الواقعية للمستخدم؟ هل يتقمص من خلالها ذاته؟ أم الصورة الذهنية التي يرغب في تجسيدها عن نفسه؟

"مجهولية الهوية التي تأسست في الأصل لحماية المعطيات الشخصية، أضحت تستخدم لتجريب ذوات جديدة، إذ يميز الهويات الافتراضية تنكر هوياتي مصمم وفقاً لاستهامتات الانترنيتيين" (Raffin, 2011, p18)، وهو ما توصل إليه أيضاً Francis Jauréquibéry في دراسته حول المحادثات اللحظية حيث استنتج من خلالها أن "الانترنيتيين في عينة دراسته يتواصلون غالباً عبر تلاعب هوياتي، وذلك بفرض هوية افتراضية على هويتهم الواقعية، ولأن هذه الهوية المستعارة لا يمكن لها أن توجد واقعياً في المجتمع، فهي تتواجد افتراضياً عبر الانترنت" (Jauréquibéry, 2000, 136-152)

من هذا المنطلق فإن أحد أبرز الإشكاليات التي تُطرح لدى دراسة مستخدمي الواب، ترتبط بمدى مصداقية البيانات المتاحة، والتي قد تنتمي إلى ذات مُبتكرة من طرف المستخدم، ففي ظل الإمكانية الدائمة لأن تتغير افتراضياً، لتصبح آخر، تحولت الهوية إلى عملية تعزز ظهور مفهوم جديد هو البناء الهوياتي La construction identitaire، وهو مفهوم يحيل إلى ديناميكية التغيرات الحالية حيث عمليات البناء الهوياتي، تُفسح مجالاً لابتكار الذات على حد تعبير Kaufmann أو إنتاج الذات بتعبير Cardon (Baidouri, ibid, p16).

2.3 لا ثبات المعطيات حول المستخدمين:

يتميز المحتويات في صفحات الواب أنها ديناميكية وغير مستقرة، حيث قد تختفي المعطيات بطريقة عرضية، بفعل حذف المحتوى من طرف الناشر أو تغييره أو تعديله، أو نتيجة لعطل تقني، مما

يجعل منها معطيات لحظية آنية، قد لا تبقى ثابتة بعد جمع المعلومات من طرف الباحث، ذلك أن إحدى خاصيات الظاهرة الرقمية هي قابليتها للانعدام Néantisé بتعبير Stéphane Vial، أي قدرة المادة الحاسوبية في حقيقتها الفيزيائية على التلاشي تماما من حقل الواقع دون أن تترك أي أثر (Vial, 2013, 233)، فالإنتاجات الخطابية للمستخدمين التي يتم تحليلها من طرف الباحث، إنتاجات غير ثابتة، مما يتطلب اللجوء للأرشفة الرقمية التي تتيحها بعض البرامج، كوسيلة للتملص من هذه الإشكالية عبر حفظ المادة وأرشفتها، نذكر من بين هذه الأرشفات الرقمية موقع Wayback Machine الذي تم إطلاقه عام 2001 من طرف منظمة أرشيف الإنترنت، والذي يسمح بأرشفة أكثر من 424 مليار صفحة واب

4. الإشكاليات الأخلاقية في دراسة مستخدمي الواب:

1.4 إشكالية تطبيق مبدأ مجهولية الهوية في البيئة الرقمية :

غني عن القول أن الأمانة العلمية تفرض على الباحث ذكر مصدر المعطيات التي تُقتبس من

الموقع الإلكتروني، غير أننا نجد أنفسنا أمام إشكال آخر تفرضه طبيعة البيئة الرقمية، عندما يتعلق الأمر باقتباس آراء المستخدمين لأهداف علمية، فمن جهة تشترط حقوق الملكية الفكرية والأمانة العلمية الإحالة إلى مصدر المعلومة المقتبسة من الواب التي تُنتج من طرف المبحوثين، ومن جهة أخرى فإن ذكر المصدر يسمح بالوصول إلى هوية المبحوث، مما يحول دون حماية حياته الخاصة (Carbou, 2014)، وحتى في حالة عدم ذكر المصدر يهدف حماية الحياة الخاصة للمبحوثين فإنه من الصعب تطبيق مبدأ مجهولية الهوية¹، بالنظر إلى خصوصية بيئة الواب، التي تميزها قابلية البحث la recherche، حيث تسمح أدوات البحث المتاحة في فضاء الواب بالوصول إلى مصدر وسياق نشر أي محتوى نصي بمجرد إعادة تدوينه على محرك البحث، تبعا لذلك فإن النصوص الإلكترونية التي تنشر من طرف مستخدمي الواب والتي تقتبس في الدراسات الأكاديمية، يمكن الوصول إلى مصدرها ونشرها حتى مع تطبيق مبدأ مجهولية الهوية، وذلك عبر اعتماد النص الكامل المقتبس كإحدى مفاتيح البحث (Latzko, proulx, 2016, 38-54).

دفع هذا ببعض الباحثين على غرار Barnes susan و Annette Markham إلى البحث عن منفذ من هذه الإشكالية، عبر اقتراح فكرة تفادي النقل الوفي للاقتباس عبر إعادة صياغته لحماية هوية المستخدمين، لاسيما إن كانت هذه الآراء المقتبسة من المستخدم ذات طابع خاص كالتعبير عن توجه سياسي أو اجتماعي محدد في بيئة تقيد هذه التوجهات.

¹ ويقصد بها عدم الإفصاح عن هوية المبحوث في إطار أخلاقيات البحث العلمي، واحترام حق المشارك في إبقاء هويته سرية.

2.4 إشكالية الطابع الخاص أو العام لمعطيات المستخدمين:

إذا كانت الملاحظة العلمية في ظل البحوث الإعلامية الكلاسيكية تشترط في جانبها الأخلاقي إعلام المبحوث لكونه ملاحظ، أو أخذ موافقته لإشراكه كموضوع لبحث علمي، فإن وساطة الشاشة الرقمية في ظل الميديا الجديدة لا تُعفِ الباحثين من هذه الشروط، على الرغم من أنها تطرح إشكالات أكثر تعقيدا في البيئة الإعلامية الجديدة، يتعلق أولها بصعوبة الحصول على موافقة صريحة من طرف جميع المبحوثين، وفيما إذا كان يمكن للباحث تسليط الضوء على معطيات المستخدمين التي ليست موجهة في الأصل لأهداف بحثية دون أخذ موافقتهم، وهو ما يطلق عليه Guillaume Latzkce et Serge Proulx بالحق في الظل والحق في الضوء (Latzko, Proulx, op.Cit.) أي حق المبحوث في الاختيار بين الظهور أو عدم الظهور كجزء من دراسات بحثية.

ويعود هذا الإشكال أساسًا إلى الالتباس القائم بين ما هو فضاء عام للمستخدم_ ومن ثم يمكن دراسته دون إعلام المبحوث بالضرورة_ وما هو فضاء خاص، مما يشترط على الباحث الأخذ في الاعتبار عدم انتهاك الحياة الخاصة للمبحوثين، فالحدود الفاصلة بين الفضاء العام والخاص والتي كانت جلية في إطار البحوث الكلاسيكية لم تعد كذلك في الفضاء الرقمي الذي تتداخل فيه الحدود بين الحياة العامة والخاصة.

من ناحية أخرى تعتبر Amy Bruckman من أوائل من اقترح إمكانية استخدام وتحليل المعطيات الإلكترونية للمستخدمين دون قيود، في حالة ما إذا كان الوصول إليها لا يحتاج إلى إدخال كلمة سر (Latzko, Pastinelli, 2013, 149-175) وذلك باعتبار أن الفضاءات الإلكترونية التي يتطلب الإبحار فيها إدخال كلمة سر هي فضاءات خاصة.

غير أن هذا الطرح تعرض لعدة انتقادات حيث أن العديد من المواقع لا تفرض كلمة المرور لحماية معطيات المستخدمين من الوصول إليها باعتبارها خاصة بالضرورة، وإنما غالبا لتوثيق حساب/هوية المستخدم، لتفادي إمكانية التلاعب أو اختراق الحساب من طرف آخرين.

من جهة أخرى يُحيل بعض الباحثين إلى أن التمييز بين الفضاء العام والخاص في الفضاء الرقمي يتطلب ضرورة الأخذ بعين الاعتبار الطريقة التي ينظر بها المستخدم نفسه إلى معطياته داخل هذا الفضاء، حيث تباينت المقاربات في هذا السياق حول انطباعات المستخدمين من تحليل آرائهم في إطار البحوث العلمية

إذ يشير Sveningsson Malin إلى أن المشاركين في المواقع الإلكترونية غالبا لا يملكون الوعي تماما بأنهم يعبرون ضمن فضاءات عامة، حيث قد يعتبر هؤلاء خطاباتهم كمحادثات خاصة داخل فضاء عام (Latzko, Proulx, op.Cit.) وتشير M Pastinelli، عبر تحليله للتفاعلات بين الأفراد في المجتمعات

الرقمية، أنه وعلى العكس من مقاربة Sveningsson فإن المستخدمين يملكون الوعي أن الفضاءات الجماعية كالمندشورات والتعليقات تشكل جزءا من الفضاء العام ذلك أن "المحادثات التي تتواجد في المساحات الخاصة كالبريد الإلكتروني أو الرسائل الخاصة على الماسنجر، تختلف في طبيعتها عن تلك المحادثات التي تتواجد في الفضاء الجماعي... أي أن المشاركين في الفضاءات الإلكترونية العامة، التي يمكن الوصول إليها من طرف الجميع لا يتصرفون بنفس الطريقة في الفضاء الإلكتروني الخاص أي عبر الرسائل الشخصية (Latzkou, Pastinelli, op.Cit.)

و قد اعتبر Serge Proulx في هذا الصدد، أن الانزعاج الذي يبدية المستخدمون غالبا جراء استخدام آرائهم في البحوث الأكاديمية قد لا يعود بالضرورة إلى خوفهم من انتهاك حياتهم الخاصة، بما أنهم يدركون إلى حد ما الطابع العام للفضاء الذي يعبرون من خلاله، إنما قد ينتج عن خوفهم من أن يؤدي هذا التحليل البحثي إلى صورة عن ذواتهم أقل مجاملة.

ما يمكن قوله في الختام أن الإشكال المطروح حول إمكانية استخدام معطيات المستخدمين وطابعها الخاص أو العام في ظل البيئة الرقمية لم يُحسم بعد، إلا أن الجدل القائم حول طبيعة الفضاء الرقمي، ودوره في تداخل الحدود بين الفضاءين العام والخاص، كان قد أغفل إلى حد ما أهمية الأخذ بعين الاعتبار عدة عوامل أخرى تلعب دورًا لا يقل أهمية في تحديد الطابع الخاص والعام للمعطيات البحثية، لعل أهمها درجة خصوصية المواضيع البحثية نفسها.

وتشير (Madeleine Pastinelli (Pastinelli, 2011, 35-52 إلى أن هاجس الباحثين حول مدى خصوصية السياق الرقمي وما يمكن أن يطرحه من رهانات، واعتبارهم للفضاء الإلكتروني كميدان بحث يختلف جذريا عن "الواقع"، دفع بالعديد من الباحثين إلى تجاهل دور معايير وسياقات أخرى في تشكيل مدى خصوصية الدراسة، منها طبيعة موضوع البحث نفسه.

الخلاصة:

من خلال ما تقدم طرحه يمكن أن نستخلص أن الإشكاليات البحثية، والصعوبات المنهجية في دراسة المستخدم، والمتعلقة بخصوصية الفضاء الرقمي، كسياق بحثي جديد، يرتبط جزء منها بالإمكانية المفتوحة لابتكار الذات، واللاثبات الهوياتي لدى مستخدم الواب، أي بالطابع الافتراضي للمعطيات البحثية، فضلا عن إشكالية تداخل الفضاء الخاص والعام، نظرًا للاتجاه المتزايد في مواقع التواصل الاجتماعي نحو مشاركة المستخدمين لحياتهم الخاصة، عبر ما يُعرف بالآثار الرقمية وهو ما أعاد إلى الواجهة أيضا إشكاليات ذات طابع أخلاقي، أبرزها تطبيق مبدأ مجهولية الهوية، وحماية الحياة الخاصة للمبحوثين، في ظل إمكانية الوصول إلى المبحوث عبر قابلية البحث وإعادة تدوين النص الإلكتروني .

كل هذا يدفع إلى اقتراح حلول للتملص من بعض هاته الإشكاليات، منها الحلول التقنية، كاللجوء إلى مواقع تحفظ الأرشيف الرقمي، لحفظ محتويات المستخدمين في عينة الدراسة، وهو ما يحد من إمكانية اندثارها في أية لحظة.

ومنها الحلول النظرية المبتكرة، كإعادة صياغة الخطابات المقتبسة من الانترنتيين، وهو المخرج الذي اقترحه بعض الباحثين للتملص من الإشكالية الأخلاقية حول حماية الحياة الخاصة للمبحوث. حيث أن النقل الوفي لخطاباتهم المنشورة يعرض المستخدمين للكشف عن هوياتهم، بما أن إعادة تدوينها على مواقع البحث يسمح بالوصول إلى مصدرها بشكل آلي،

ويحيل بعض الباحثين على غرار M . Pastinelli إلى إمكانية الاستناد إلى روح الابتكار المنهجي لدى الباحث، وتجاوز الأطروحات التي تسلم بمعايير وقواعد ثابتة للأدوات والأساليب البحثية في دراسة المستخدم، ذلك أن التسليم بمرونة تطبيقاتها يعدّ خطوة كذلك نحو تجاوز بعض الصعوبات المنهجية التي تسفر عنها السياقات البحثية الجديدة كالفضاء الرقمي.

- قائمة المراجع:

باللغة العربية :

الدوريات:

- أنجرس، مويس. (2004). تر صحراوي، بوزيد. "منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية"، الجزائر، دار القصة للنشر.
- با يوسف، مسعودة. (2011). "الهوية الافتراضية: الخصائص والأبعاد دراسة استكشافية على عينة من المشتركين في المجتمعات الافتراضية". مجلة الباحث في العلوم الاجتماعية والانسانية. المجلد 3. العدد (5). 487-465.
- حمال، صابرينة. "الميديا الجديدة والبعد الماكروثقافي للإنسان الرقمي". مجلة دراسات وأبحاث. المجلد 10 (2). 1045-1055.
- ضيات الخلفاوي، شمس. (جوان 2015). "الإعلام الجديد، قراءة في تطور المفهوم والوظيفة". مجلة علوم الانسان والمجتمع. العدد 15. 320-291.
- طوالبة، محمد. (2019). " أيدولوجية الفضاء الرقمي دراسة في الخلفيات المرجعية". مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، المجلد 11. العدد (1). 58-47.
- عبدلي، أحمد. (2014). " الاستخدام الاجتماعي لتكنولوجيا الاتصال الانترنت نموذجاً". مجلة العلوم الاجتماعية. المجلد 3. (6). ص 64-51.

- عطية، الحاج سالم. (2018). "الإعلام الجديد مبادئ المفهوم". مجلة حوليات، المجلد 32(1). ص 310-298
- هميسي، نور الدين. (2014). "الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة: قراءات نقدية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 3 العدد(4)، ص 86-61.

باللغات الأجنبية

الكتب:

- Vial, Stéphane. (2013). "l'être et l'écran : comment le numérique change la perception". Paris. Puf.

الدوريات:

- Chaniac, Régine (2003). « l'audiance un puissant artefact, Hermès la revue ». n 37. p 35-48
- Daniel. Dayan. (2000). « le presque-public ». réseaux (n 100). 427-456
- Jauréguibery, Francis. (2000). « Le moi, le soi, et Internet » , revue sociologie et sociétés, vol32, num2, p 136.152
- Latzko, Guillaume, toth et Madeleine Pastinelli, (2013). « par-delà de la dichotomie public/privé : la mise en visibilité des pratiques numériques et ses enjeux éthiques ». revue tic& société (en ligne), vol 7, n(2). mise en ligne le 01 juin 2014, pp 149.175
- Latzko-Toth, G &Proulx.s. (2016). « enjeux éthiques de la recherche sur le web ». manuel d'analyse du web en sciences humaines et sociales, paris. Armand Colin, 2éd, pp 38.54
- Pastinelli, Madeleine. (2011). « Pour en finir avec l'ethnographie du virtuel, des enjeux méthodologiques de l'enquête de terrain en ligne ». Anthropologie et sociétés, 35 (1-2). pp 35-52
- Proulx, serge. (2005). " penser les usages des technologies de l'information et de la communication aujourd'hui ; enjeux, modèles, tendances". Texte publié in Lise Vieira et Nathalie Pinède, eds, *Enjeux et usages des TIC :aspects sociaux et culturels*, Tome 1. p. 7-20.
- Quéré, Louis. (1996). « Faut-il abandonner l'étude de la réception ? Point de vue ». Réseaux, v 14, n(79). pp 31-37
- Vidal, Geneviève. (2013). "instabilité et permanence des usages numériques", les cahiers du numérique. 2 (vol.9) p 9.46

الأطروحات

- Baidouri, dufour. (2013). « L'identité numérique : un levier d'innovation pour les marques ? ». thèse de doctorat en sciences de l'information et de communication, université Panthéon-Assas, soutenue le 4 décembre.
- Raffin, Ophélie. (2011). « la construction d'une identité virtuelle au sein d'un métaver ; l'avatar dans second life ». mémoire présenté comme exigence partielle de la maîtrise en communication, université du Québec à Montréal.

المؤتمرات:

- Carbou, Toulon Guillaume. (2014). «Analyser les commentaires d'actualité : difficultés méthodologique et intérêt sociopolitique ». Document du XIX congrès de la SFSIC. Université Toulouse 2 le mirail LERASS-Médiapolis